TRABAJO DE FIN DE CARRERA DE ARQUITECTURA

"RE- DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE IBARRA"

DIANA GUEVARA L.

JULIO 2010

U. I. SER ...OTECA

Este trabajo que me permite obtener el título de Arquitecta lo dedico a mi DIVINO NIÑO, a mis padres: Napoleón Guevara y Mercedes López, a mi hermana Sandra, que con su cariño y esfuerzo me han ayudado a culminar una etapa importante de mi vida, a mi novio Jorge Altuna por ser mi apoyo.

U. I. SEF ... IOTECA

ÍNDICE

PRIMERA FASE

1. Antecedentes 4
   1.1 Analisis socio – cultural del Mercado Amazonas 5
2. Necesidad personal 6
3. Necesidad social 6
   3.1 Diagnóstico del entorno 6
      3.1.1 Av. Eugenio Espejo 8
      3.1.2 Calle Obispo Mosquera 9
      3.1.3 Calle Sánchez y Cifuentes 10
      3.1.4 Av. Pérez Guerrero 11
4. Diagnóstico del Mercado Amazonas 12
   4.1 Problemas tecnológicos 12
   4.2 Problemas ambientales 13
   4.3 Problemas funcionales 14
   4.4 Problemas morfológicos 16
5. Matriz de problemas prioritarios del Mercado Amazonas 18
6. Red de causalidad 18
7. Conclusión 19
8. Enunciado del tema 19
9. Cuadro de objetivos 20
10. Delimitación de los alcances de la propuesta 21
11. Selección del terreno 21

SEGUNDA FASE

12. Conceptualización 21
   12.1 Significado de Mercado 21
   12.2 Origen del Mercado 21
   12.3 Modelo teórico de comercialización 22
   12.4 Tipos de mercados 22
   12.5 Tipos de giros 22
13. Análisis de la situación actual y propuestas específicas 23
   13.1 Zona de ventas 23
      13.1.1 Productos perecibles 23
         13.1.1.1 Cárnicos 23
         13.1.1.2 Lácteos 24
         13.1.1.3 Frutas, verduras y hortalizas 25
         13.1.1.4 Granos y papas 27
      13.1.2 Productos no perecibles 28
      13.1.3 Misceláneos 28
      13.1.4 Baterías sanitarias 28
      13.1.5 Área tributaria 29
   13.2 Zona de alimentos preparados 30
   13.3 Zona de administración 32
      13.3.1 Baterías sanitarias 32
      13.3.2 Salón de uso múltiple 32
   13.4 Servicios complementarios 32
      13.4.1 Enfermería 32
      13.4.2 Guardería 32
   13.5 Servicios generales 32
   13.6 Áreas externas 32
14. Análisis de referentes 33
   14.1 Mercado de San Carlos, Huancayo, Perú 33
   14.2 Mercado Municipal, D.F, México 39
   14.3 Mercado Amazonas, Ibarra, Ecuador 41
15. Delimitación del programa preliminar 43

TERCERA FASE

16. Sintesis del programa definitivo 44

17. Modelo dimensional 45

18. Propuesta del modelo funcional 46

18.1 Planta baja N.+ 0.00m. 46

18.2. Primera planta alta N.+ 4.70m 47

18.3 Segunda planta alta N.+ 8.50m 48

19. Calculo del macromódulo 49

20. Matriz de confrontación de zonas del proyecto con zonas del terreno 50

21. Modelos geométricos 51

21.1 Primera opción 51

21.2 Segunda opción 52

21.3 Tercera opción 53

22. Selección del modelo geométrico 54

RESUMEN

Este trabajo de fin de carrera es una propuesta para el Re-diseño del Mercado Amazonas, el cual es un punto de referencia importante de la economía de la ciudad de Ibarra.

Este proyecto pretende mejorar la calidad de vida para quienes trabajan en él, y para la ciudadanía en general, brindando espacios óptimos, funcionales, confortables y organizados, facilitando la comercialización de productos, de esta manera estaremos aportando no solo con el re-diseño de este centro de abastos sino con una nueva imagen de la ciudad, marcando un hito del comercio.

Mediante el estudio de campo del Mercado Amazonas se pudo apreciar el incremento desmedido de comerciantes, debido a la falta de planificación, ocasionando el comercio informal; el análisis de la problemática y las necesidades de este centro de abastos, nos permitió llegar a la fundamentación del tema.

En la primera fase se hablara de los antecedentes históricos de los mercados de Ibarra, del análisis socio cultural del Mercado amazonas, la necesidad personal, la necesidad social en la que se abordada las problemáticas tanto del entorno inmediato como dentro del centro de abastos, lo que nos permitirá formar una red de causalidad, el enunciado del tema, objetivos y delimitación de los alcances de la propuesta. Dentro de esta primera fase se realizara la selección del terreno.

En la segunda fase se realizara la conceptualización del mercado, el modelo de comercialización, lo que nos ayudara para adentrarnos en los tipos de giros que requiere un centro de abastos, los servicios complementarios y generales del mismo. Se realizara un estudio amplio de los referentes tanto nacionales como internacionales.

La tercera fase constara de la síntesis del programa definitivo, se realizara el modelo dimensional y posteriormente se realizara el modelo funcional que nos dará un claro panorama de cómo deben estar ubicados los espacios, la relación que hay entre ellos y cuantos sujetos intervienen en él; el cálculo del macromódulo que nos permitirá realizar algunas propuestas de modelos geométricos de los cuales se seleccionara un modelo optimo para el *RE- DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS.*

This work end of race is a proposal for the Amazon market Re - desing, which is an important point of reference for the economy of the city of Ibarra.

This project aims to improve the quality of life for those who work, and citizenship in general, providing optimal, functional, comfortable and organized, spaces facilitating the marketing of products, so we will be providing not only with the re-design of this Centre supplies but with a new image of the city, marking a milestone of trade.

Through the study of the Amazon market field demonstrated increased inordinate traders, due to lack of planning, causing the informal trade; analysis of the problems and needs of this Centre supplies, allowed us to reach the substantiation of the item.

In the first phase is talk of the historical background of the markets Ibarra, cultural partner market analysis Amazons, the personal need, the social need that was addressed issues immediate environment both within the Centre of supplies, which will allow us to form a network of causality, the wording of the theme, objectives and delimitation of the scope of the proposal. In this first phase was conducted field selection.

Phase made the conceptualization of the market, the marketing model which we assist for delving into types of money orders requiring central, comprehensive and complementary services from the same centre. Undertake a comprehensive study of both national and international references.

The third phase should consist of the synthesis of the final program, the dimensional model is made and subsequently undertake functional model will give us a clear picture of how the spaces, the relationship between them and few subjects involved must be located; the calculation of the macromódulo will enable us to make some proposals for geometric models of which a model is selected optimum for *RE - DESIGN OF THE AMAZONAS MARKET.*

PRIMERA FASE

1. ANTECEDENTES

Ibarra, considerada la Ciudad Blanca, capital de la provincia de Imbabura, se encuentra ubicada al Norte del país 115 km. al noroeste de Quito y 125 km. al sur de Tulcán y con aproximadamente 153.622[1] habitantes, cuenta con cinco mercados actualmente, el Mercado Mayorista, el Mercado de Santo Domingo (mercado minorista), el Mercado Amazonas (mercado minorista), el Mercado La Playa y el Mercado La Bahía, siendo el Mercado Amazonas el más antiguo, construido hace 54[2] años. En ese entonces el mercado quedaba un poco alejado de la ciudad, conforme la ciudad fue creciendo el mercado fue ocupando un lugar céntrico e importante en la ciudad, de igual manera, el mercado fue creciendo desorganizadamente sin ninguna planificación proyectada al futuro, de tal manera que las personas colocaban su puesto de venta conforme iban llegando, dando como resultado una falta de zonificación de acuerdo a los giros del mercado.

Posteriormente se construyó el Mercado de Santo Domingo, pero debido a la falta de variedad y calidad en los productos, no llego a tener mayor aceptación; actualmente este mercado abastece a las personas del sector, se caracteriza por los puestos de comida preparada (platos típicos), se encuentra ubicado cerca del Mercado Mayorista. Esta edificación surgió de la necesidad de abastecer a la población y de evitar el ingreso de camiones pesados al centro de la ciudad; este centro de acopio cuenta con un mercado minorista en el interior, el cual no ha llegado a ser ocupado en su totalidad, ya que los vendedores prefieren estar ubicados a las afueras del Mercado Amazonas, siendo vendedores ambulantes, esto se debe a que la ciudadanía por tradición, prefiere el Mercado Amazonas, ya que en él encuentran variedad en los productos y que sean frescos, quedando el Mercado Mayorista sólo como un centro de acopio, a donde llegan productos de distintas partes del país y luego son enviados en camionetas o carretillas a los mercados minoristas.

Los Mercados "La Playa" y "La Bahía" son la extensión del Mercado Amazonas, ya que estos dos mercados surgieron de la agrupación de los vendedores ambulantes, por este motivo el Municipio de Ibarra, construyó cerca del Mercado Amazonas estos dos centros de intercambio comercial, cada uno de ellos con una tipología de giros muy marcados, el Mercado La Playa, ubicado en la Av. Eugenio Espejo, frente al Mercado Amazonas, comercializa frutas y mariscos, el Mercado La Bahía, ubicado en la Av. Pérez Guerrero, se encuentra situado diagonal al Mercado Amazonas y comercializa todo tipo de ropa.

[1] *Ibarra (Ecuador)* - Wikipedia, la enciclopedia libre.

[2] ILUSTRE MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA, DPTO. DE PLANIFICACIÓN.

Foto 1: Mercado Mayorista

Fuente: Propia

Foto 2: Mercado de Santo Domingo

Fuente: Propia

Foto 3: Mercado Amazonas

Fuente: Propia

Foto 4: Mercado La Playa

Fuente: Propia

Foto 5: Mercado La Bahía

Fuente: Propia

Mapa 1: Ciudad de Ibarra y la ubicación de los mercados.

Fuente: Propia

Cuadro 1: Relación de áreas de los mercados de Ibarra.

AREAS DE LOS MERCADOS - IBARRA		
MERCADOS	SUPERF. TERRENO	SUPERF. CONST.
MAYORISTA	20.732	7.044
SANTO DOMINGO	2.824	1.820
AMAZONAS	22.790,05	14.993,44
LA BAHIA	1.447	1.447
LA PLAYA	12.923	7.674

Fuente: Municipio San Miguel de Ibarra

Cuadro2: Relación de giros entre los mercados de Ibarra.

EQUIPAMIENTO DE LOS MERCADOS DE IBARRA					
MERCADOS	ALIMENTOS DE ORIGEN VEGETAL	ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL	ALIMENTOS PREPARADOS	OTROS	# TOTAL DE PUESTOS
MAYORISTA	230	_	25	_	255
SANTO DOMINGO	66	24	30	18	138
AMAZONAS	174	106	267	202	749
LA BAHIA	_	_	4	56	60
LA PLAYA	58	20	6	14	98

Fuente: Municipio San Miguel de Ibarra

Según los dos cuadros anteriores, el Mercado Amazonas es el más importante de la ciudad en superficie construida y número de puestos, por lo que este trabajo se dedicara a analizar y enfrentar sus problemas arquitectónicos.

1.1 ANÁLISIS SOCIO – CULTURAL DEL MERCADO AMAZONAS

Ubicado en la parroquia urbana de San Francisco, cuenta con una población aproximada de 749 vendedores, que es el número de puestos existentes en el mercado, el mismo que refleja la diversidad cultural de la provincia. Este centro de abastos al ser un punto importante de comercialización a su vez es visto como una fuente de empleo, por lo que resulta normal ver a vendedores informales en él, lo que es una preocupación constante para las autoridades municipales, al no poder tener un control de calidad del producto que se expende.

2. NECESIDAD PERSONAL.

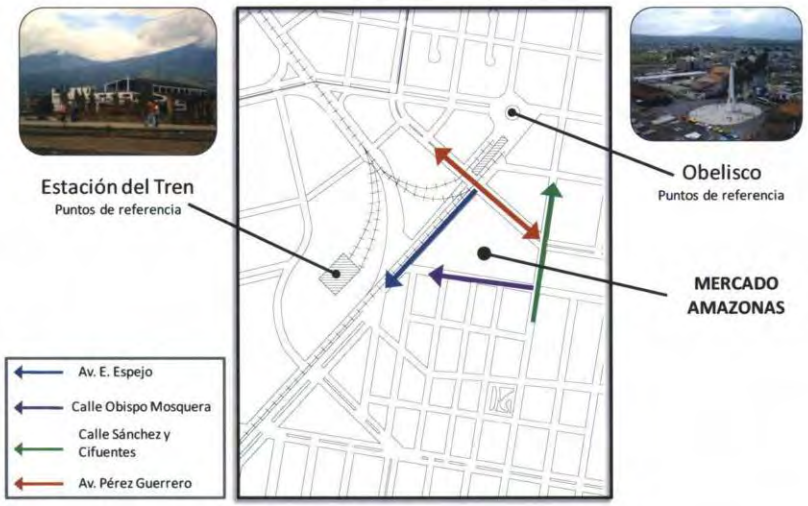
Como futura profesional y como parte de una sociedad, me veo en la necesidad de formar parte activa en la búsqueda de soluciones para los múltiples problemas evidentes en el Mercado Amazonas, poniendo a prueba mis capacidades y conocimientos en una tipología diferente a las que ya se ha tratado durante la carrera. Este trabajo me permitirá conocer el funcionamiento de los mercados, de una manera diferente a la de consumidor, los giros que tiene, las determinantes y las condicionantes que envuelven a un mercado y el espacio óptimo en el que se debe dar la actividad esencial de un mercado, la oferta y la demanda. Es importante que en este trabajo se plasme la satisfacción de concluir con una etapa de mi vida y que aporte en mi crecimiento profesional.

3. NECESIDAD SOCIAL

3.1 DIAGNOSTICO DEL ENTORNO — VIALIDAD Y ACCESOS

El Mercado Amazonas se encuentra ubicado en una zona céntrica de la ciudad de Ibarra, entre las avenidas Eugenio Espejo y Pérez Guerrero y las calles Obispo Mosquera y Sánchez y Cifuentes, es un sector de uso de suelo mixto en donde predomina el comercio, ya que el mercado por ser un punto de intercambio comercial, atrae a actividades de uso compatible, ocasionando también congestión vehicular en las vías aledañas.

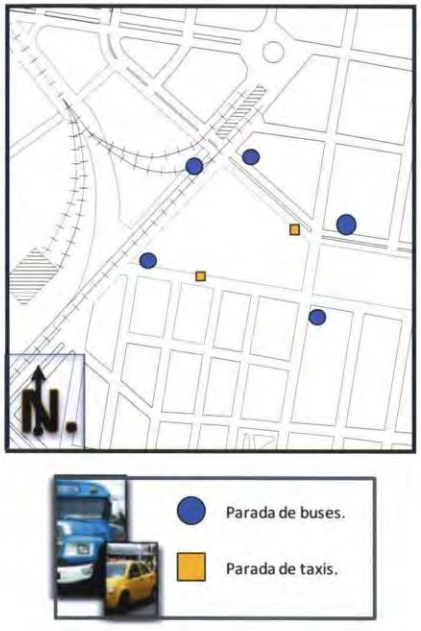
Mapa 2: Ubicación del Mercado Amazonas y la direccionalidad de las vías.



Fuente: Propia

El mercado, por su ubicación, es de fácil acceso ya que cuenta con paradas de buses y taxis cerca, facilitando de esta manera el acceso desde cualquier lugar de la ciudad, la mayoría de las cooperativas de transporte público tienen en su recorrido el Mercado Amazonas.

Mapa 3: Ubicación de las paradas de buses y taxis con relación al mercado.



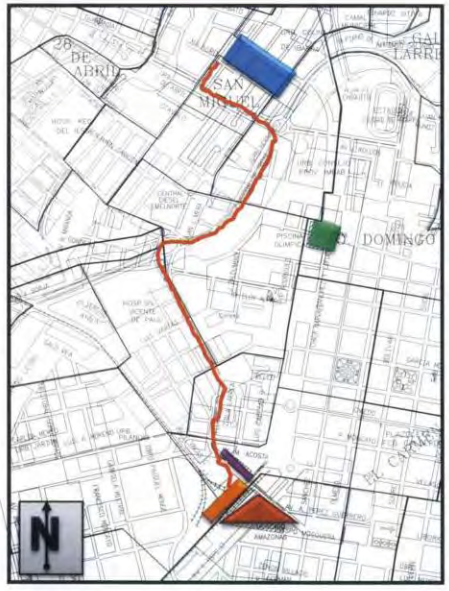
Fuente: Propia.

Hace algunos años el Mercado Amazonas era abastecido de manera directa, ya que llegaban los productos de otras provincias directo al mercado, el ingreso de estos camiones de abastecimiento de productos ocasionaba congestión vehicular, por cuanto el mercado no cuenta con un área de carga y descarga de productos, actualmente con la existencia del Mercado Mayorista y la disposición del Municipio de no dejar ingresar automotores pesados al centro de la ciudad, ha servido para mejorar en algo la circulación vehicular en el sector del Mercado Amazonas, sin embargo, la circulación vehicular no es la ideal ya que la falta de parqueaderos dificulta el tránsito.

Los productos llegan al Mercado Mayorista en camiones, posteriormente son distribuidos a los distintos mercados en camionetas, estas camionetas se estacionan la mayoría en el parqueadero cercano al Mercado la Playa, es ahí donde el producto es colocado en carretillas, las mismas atraviesan dicho mercado y se ven obligadas a cruzar la Av. Eugenio Espejo para llegar a su destino final; otras camionetas se estacionan fuera del mercado obstaculizando el tráfico mientras dura el tiempo de trasbordo de los productos.

Esta situación resulta totalmente incómoda y peligrosa, ya que los vehículos que están circulando tienen que frenar repentinamente el momento en que cruza la vía una persona con la carretilla de productos.

Mapa 4: Recorrido del Mercado Mayorista al Mercado Amazonas.



Fuente: Propia

Foto 6: Medio de transporte.

Foto 7: Medio de transporte.

Es importante analizar la problemática existente en las vías cercanas al Mercado Amazonas, de esta manera se podrá tener una clara apreciación.

3.1.1 AV. EUGENIO ESPEJO — ANÁLISIS

PROBLEMAS:

1). El mercado cuenta con dos ingresos peatonales a esta vía, los mismos que resultan muy angostos y causan malestar en el usuario al momento de pasar con las compras.

2). Esta vía resulta de gran importancia para los usuarios del Mercado Amazonas, debido a que se ven en la obligación de cruzar con las compras quienes dejan estacionado el auto en el parqueadero ubicado atrás del mercado La Playa.

3). Los almacenes que dan a esta vía, tienen problemas en la tarde, ya que tienen que protegerse del sol que les afecta directamente, por este motivo los vendedores han colocado improvisadas cubiertas, afectando a la imagen del mercado.

4). Se puede apreciar claramente la desorganización en los giros del mercado, en donde un puesto no tiene relación con el otro, los puestos de venta de carnes blancas se encuentran expuestos a la intemperie provocando malos olores.

5). Como resultado de la desorganización y de una falta de planificación proyectada al futuro, se construyó otra etapa del mercado "Mercado la Playa" en donde los usuarios tienen que cruzar una de las calles más congestionadas para comprar.

6). Los coches de los cargadores, muchas veces son parqueados en esta calle causando congestión.

Foto 8: Alrededores del Mercado.

Fuente: Propia

Foto 9: Ingreso del Mercado La Playa.

Foto 12: Problemática (2).

Mapa 5: Av. Eugenio Espejo

Foto10: Problemática (5).

Foto 13: Problemática (4).

Foto11: Problemática (6).

Foto 14: Fachada del Mercado Amazonas.

Fuente: Propia.

3.1.2 CALLE OBISPO MOSQUERA — ANÁLISIS

PROBLEMAS:

1). En esta calle se desarrolla el comercio informal, el cual ocupa gran espacio de la acera impidiendo la libre circulación peatonal y obligando a las personas a hacer uso de la calle, exponiéndose a cualquier accidente; el comercio informal se desarrolla de la misma manera en la acera opuesta a la calle.

2). El comercio informal provoca congestión en esta calle, ya que muchos usuarios, que por falta de un parqueadero estacionan de una manera desordenada provocan doble fila de estacionamiento junto a la acera.

3). El aglutinamiento de personas causa inseguridad en toda la zona.

4). En la calle Obispo Mosquera se encuentra el área de almacenamiento de la basura que produce el mercado, por lo tanto al momento de pasar por esta calle el carro de la basura y esperar el trasbordo de la basura, el carro permanece estacionado, lo que causa congestión, ya que no cuenta con un ingreso vehicular y obstaculiza la parada de buses, dado que el ingreso del área de almacenamiento de basura coincide con la parada de buses.

5). La imagen que proyecta el mercado es desagradable e insalubre, es un adelanto de lo que existe en el interior, la calle es sucia y tiene mal olor.

6). Los coches de los cargadores se encuentran parqueados en las calles transversales, no existe un lugar apropiado para estos coches.

7). El lugar de almacenamiento de la basura se encuentra cerca de los negocios donde se comercializa la carne.

8). Al igual que en la Av. Eugenio Espejo, los almacenes que dan a esta vía se encuentran mal ubicados, debido a que algunos de ellos venden alimentos preparados y carnes rojas, expuestos a una cantidad de bacterias que existen en el ambiente y con mayor razón si se encuentra ubicado cerca el área de almacenamiento de la basura.

9). La fachada del mercado que da a esta vía, proyecta la desorganización con la que fueron desarrollándose las distintas ampliaciones del mercado, sin ninguna continuidad o armonía.

Foto 15: Problemática (4) y (7).

Foto 16: Problemática (6).

Foto 17: Problemática (3), (5), (8) y (9).

Mapa 6: Calle Obispo Mosquera

Fuente: Diana Guevara

Foto 18: Problemática (1) y (5).

Foto 19: Problemática (2).

Foto 20: Problemática (3) y (5).

3.1.3 CALLE SÁNCHEZ Y CIFUENTES — ANÁLISIS

PROBLEMAS:

1). A esta calle dan dos ingresos al sector de misceláneos, es un sector cubierto del mercado, en esta vía muchas personas estacionan los autos haciendo doble fila y provocando congestión vehicular.

2). Los buses no cumplen con las paradas destinadas lo que provoca congestión y desorden en el tráfico.

3). Al igual que las otras calles que bordean el mercado, son sucias y producen inseguridad.

4). Esta calle en especial es utilizada por los vendedores ambulantes en fechas especiales como el día de los difuntos, navidad y fin de año.

Mapa 7: Calle Sánchez y Cifuentes.

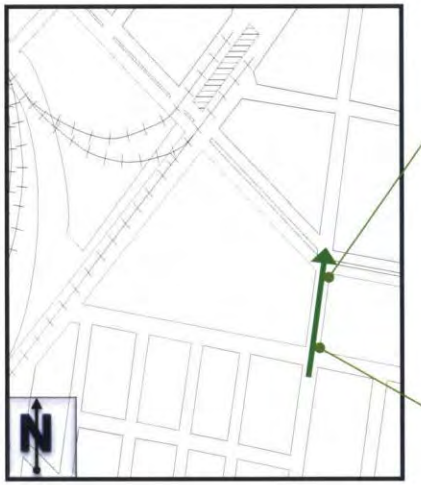


Foto 21: Problemática (1) y (2).

Foto 22: Problemática (3).

Fuente: Diana Guevara L.

Fuente: Propia.

3.1.4 AV. PÉREZ GUERRERO — ANÁLISIS

PROBLEMAS:

1). La fachada que da a esta avenida se encuentra absorbida por el comercio informal, por lo que resulta difícil apreciar los ingresos al mercado.

2). El comercio informal no tiene ningún control, y se ha incrementado en los últimos años tomándose la acera y ahora la calzada, obligando a los peatones a usar la calle, este tipo de comercio aparece como anexo a los mercados junto o dentro de ellos y su existencia es una contradicción por cuanto se constituyen en una competencia desleal con el expendedor fijo, pues los usuarios compran en estos puestos a costos menores los productos que no se gravan con las tasas que paga quienes ocupan puestos en el interior y obviamente ya no ingresan al mercado; como es el caso del comercio que se da en la Av. Pérez Guerrero.

3). Transitar por la acera resulta peligroso y produce inseguridad, debido a la delincuencia.

4). La imagen que proyecta el mercado a una de de las avenidas importantes que lo bordean, es de insalubridad y desorden, por cuanto los puestos de los comerciantes ambulantes dificultan el trabajo del personal de limpieza del Municipio para asear tanto la acera como la calzada.

5). Hay una desorganización, provocada por los comerciantes ambulantes que desarrollan su comercio en las aceras provocando más caos en las calles, dificultan la visibilidad a los conductores y ocasionan problemas al tráfico a todo lo largo de la avenida.

6). Tanto las personas como el transporte público no respetan las paradas, por lo que se detienen en medio de la vía ocasionando más congestión.

7). El mercado, por su ubicación y por ser un punto de importancia de intercambio comercial en la ciudad, atrae a los comerciantes ambulantes, que piensan que al estar cerca del mercado, pueden exhibir de mejor manera los productos y lograr mayores ventas, la Av. Pérez Guerrero es el resultado de esta problemática.

Foto 23: Problemática (1), (3) y (4).

Foto 26: Problemática (7).

Mapa 8: Av. Pérez Guerrero.

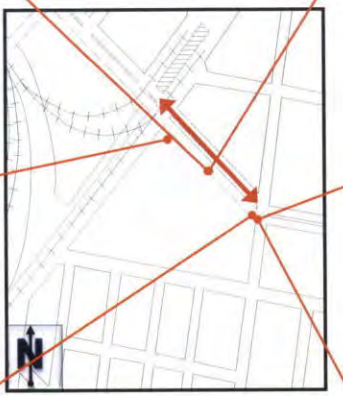


Foto 24: Problemática (1) y (3).

Foto 27: Problemática (5) y (6).

Foto 25: Problemática (2) Y (6).

Foto 28: Problemática (1) y(3).

Fuente: Propia.

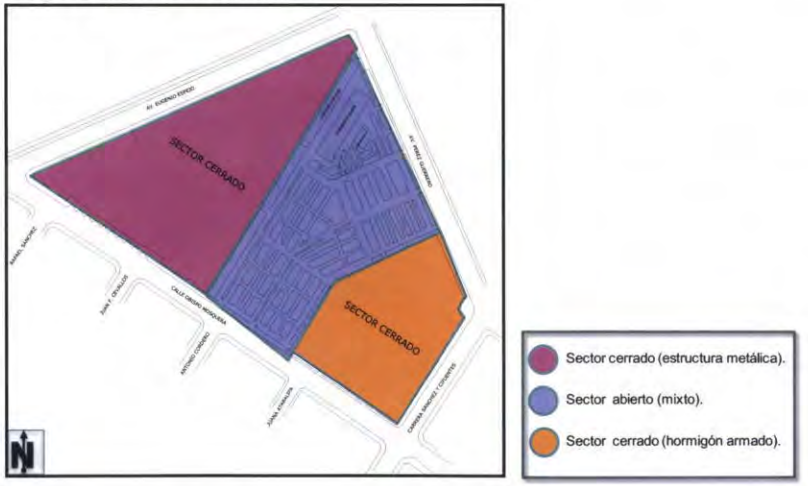
4. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO AMAZONAS.

El Mercado Amazonas no sólo es un punto importante de intercambio comercial en la ciudad, sino que representa la cultura de la gente, es un punto de referencia de la situación económica y es un espacio tradicional en la ciudad.

Con el crecimiento desmedido del mercado y sin una planificación que tuviera proyección al futuro, los comerciantes fueron ubicándose conforme fueron llegando al mercado, provocando desorganización y una falta de zonificación de acuerdo a los giros, lo cual resulta evidente no sólo para los comerciantes que trabajan ahí, sino para los consumidores, ya que todas los problemas que tiene el mercado afectan al desempeño de las actividades de todos ellos.

El mercado actualmente se divide en tres sectores: el sector cerrado (de hormigón armado), el sector abierto, en donde encontramos en su mayoría puestos de madera, entre ellos existen puestos de hormigón armado y de estructura metálica, todos ellos, en distintas partes de este sector, y otro sector cubierto con puestos de estructura metálica.

Mapa 9: Sectores del Mercado Amazonas.



Fuente: Municipio de Ibarra.
Elaboración: Propia

4.1 PROBLEMAS TECNOLÓGICOS MERCADO AMAZONAS

El mercado cuenta con dos baterías sanitarias, cada una de ellas ubicadas a cada extremo del mercado, las cuales se encuentran en mal estado, una de las baterías sanitarias de mujeres se encuentra dañada, lo que hace que hagan uso de las baterías sanitarias de hombres.

Las tuberías se encuentran en mal estado por lo que el agua se empoza en el piso, produciendo malos olores, debido a una falta de mantenimiento, no existen llaves en los lavabos y tanto los azulejos como las puertas se encuentran en mal estado.

Foto 29: Baterías sanitarias.

Fuente: Propia

Foto 30: Baterías sanitarias.

Fuente: Propia

Foto 31: Baterías sanitarias.

Fuente: Propia

Según los representantes de los comerciantes, *"el mercado cumplió ya con su vida útil, el 60% de la infraestructura está afectada y no poseen cubierta, las ultimas adecuaciones resultan insuficientes"*. La cubierta de la mayoría de puestos de venta se encuentra en mal estado, por lo que las hojas de eternit son remplazadas por fundas plásticas, esto causa problemas en épocas de lluvia, ya que el agua se empoza y cae sobre las personas causando molestia, por otro lado, las canaletas de las cubiertas, son improvisados con hojas de zinc y fundas, lo que impide un adecuado desalojo de las aguas lluvias sin afectar a los usuarios y a los productos.

Las cubiertas de ciertos puestos de venta no se encuentra aseguradas, se sostienen por medio de llantas o cajas que ponen los vendedores para que no se levanten con el viento, es importante mencionar que la estructura que sostiene la cubierta de estos puestos de venta es de madera, la misma que se encuentra apolillada, la estructura es débil.

Formalmente perjudica la imagen del mercado, dando una apariencia descuidada.

Foto 32: Cubiertas sector abierto.

Fuente: Propia.

Foto 33: Cubiertas sector abierto.

Fuente: Propia.

Foto 34: Cubiertas sector abierto.

Fuente: Propia.

Estos puestos de venta se encuentran en mal estado, ya que no han tenido mantenimiento, en algunos casos llegan a ser peligrosos para los comerciantes, al momento de ejercer peso con los productos.

Son puestos de madera que en algunos casos se improvisan con cajas de tomate, etc.

Estos puestos no tienen un adecuado espacio para que los vendedores puedan realizar sus actividades, y por su deterioro proyectan una mala imagen.

Los vendedores no cuentan con un lavamanos, para su aseo o para lavar los productos, las baterías sanitarias se encuentran lejos del área de estos puestos de venta lo que dificulta el traer el agua en cubetas.

Foto 35: Puestos de madera.

Fuente: Propia

Foto 36: Puestos de madera.

Fuente: Propia

Foto 37: Puestos de madera.

Fuente: Propia

El mercado carece de instalaciones hidráulicas en puestos importantes, en donde resulta indispensable como en los de venta de frutas, refrescos e incluso de comidas preparadas, en donde los comerciantes se ven en la necesidad de traer agua de los baños en cubetas.

Parte de los drenajes del mercado se encuentran en mal estado, debido a la falta de mantenimiento, y en ellos se acumulan los desechos.

La mayoría de alcantarillas no cumplen con su función, ya sea por que se encuentran tapadas o porque al piso no se le dio una adecuada caída para conducir las aguas.

La mayoría de la tubería se encuentra expuesta y algunas por el tiempo se encuentran rotas o tapadas.

Foto 38: Instalaciones precarias

Fuente: Propia.

Foto 39: Instalaciones precarias

Fuente: Propia

Foto 40: Instalaciones precarias

Fuente: Propia.

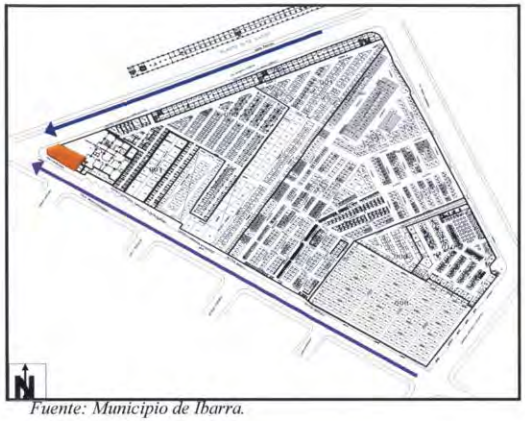
4.2 PROBLEMAS AMBIENTALES MERCADO AMAZONAS

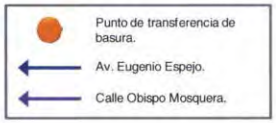
La ubicación destinada para la transferencia de la basura afecta la circulación vehicular, al momento de estacionarse el carro de la basura en este lugar, ya que por su limitado espacio el carro no puede ingresar a esta área.

El ingreso a este punto de transferencia de basura, coincide con la parada de bus en el mismo lugar.

La ubicación de este punto de transferencia, hace que resulte insoportable transitar sin percibir los olores que emana, además, cerca se encuentran puestos de venta de carnes e inclusive alimentos preparados, siendo este punto de transferencia de basura, un foco de reproducción de microbios.

Mapa 10: Ubicación del punto de transferencia de basura del Mercado Amazonas.





Fuente: Municipio de Ibarra.
Elaboración: Propia.

Foto 41: Botadero de basura.

Fuente: Propia

Foto 42: Botadero de basura.

Fuente: Propia

Foto 43: Botadero de basura.

Fuente: Propia

Existen algunos puestos de venta de carne, que dan directo a la calle, el producto se exhibe sin ningún tipo de protección, lo que hace que este expuesto a los gases de los autos, bacterias y demás microbios.

Tanto en el exterior como en el interior del mercado es común ver imágenes de basura amontonada, causando mal olor.

Los puestos de venta de quesos, no cuentan con un espacio de refrigeración, por lo que están expuestos a microbios y al medio ambiente, durante el transcurso del día y al estar expuestos al sol emiten mal olor.

Estos puestos de venta de quesos, no cuentan con un desagüe para el desalojo del agua que produce el expendio de este producto, por el contrario, esta agua se empoza en ese sector causando un desagradable olor.

Muchos de los puestos de venta no cuentan con un lavamanos para poder lavar los productos y para el aseo personal de los vendedores.

La falta de concientización en las personas sobre la basura, produce insalubridad, provocando que la actividad de comercialización resulte desagradable para el comprador.

En el Mercado Amazonas se evidencia una contaminación visual agresiva, en donde no se puede apreciar claramente los productos, los comerciantes hacen uso de las fachadas de los puestos de venta e inclusive de los corredores de circulación, absorbiendo la vista de los consumidores provocando un ambiente tenso.

Foto 44: Exterior del mercado.

Fuente: Propia

Foto 45: Exterior del mercado.

Fuente: Propia

Foto 46: Sector venta de quesos.

Fuente: Propia

4.3 PROBLEMAS FUNCIONALES MERCADO AMAZONAS

El Mercado Amazonas no cuenta con un centro de cuidado infantil, por lo que los vendedores se ven obligados a tener a sus hijos cerca de sus puestos de trabajo, exponiéndolos a enfermedades porque tienen un contacto directo con el suelo y la basura del lugar.

La mayoría de estos niños se encuentran en un descuido total, sin una alimentación adecuada, debido a que sus padres tienen que trabajar.

El mercado no cuenta con un área de enfermería en donde se brinde atención médica a los comerciantes y a los niños que se encuentran de manera permanente allí.

Foto 47: Carencia de centro de cuidado infantil

Fuente: Propia

Foto 48: Carencia de centro de cuidado infantil

Fuente: Propia

Foto 49: Carencia de centro de cuidado infantil

Fuente: Propia

Los corredores de circulación nacen de la ubicación desordenada de los puestos, lo que hace que muchos de ellos no tengan continuidad y tengan distinto ancho, provocando una circulación interna en el mercado poco funcional, debido a que muchos de los corredores son angostos, no son lo suficiente amplios como para el diario movimiento de quienes intervienen en el mercado como son los compradores, vendedores y proveedores, ocasionándoles incomodidades y provocando que los corredores de circulación lleguen a ser inseguros.

Foto 50: Corredores actuales

Fuente: Propia

Foto 51: Corredores actuales

Fuente: Propia

Foto 52: Corredores actuales

Fuente: Propia

Algunos puestos de comida, tienen las cocinas ocupando espacio del corredor de circulación, impidiendo el paso de los usuarios, esto puede causar un accidente.

Muchos de los puestos de comida carecen de lavamanos, por lo que los utensilios y la vajilla la lavan en canecas de agua, la misma que después es votada a los corredores de circulación, el problema radica en que los puestos fueron hechos sin un previo estudio, sin pensar qué tipo de producto se iba a vender en él, y como el mercado no cuenta con una zonificación de acuerdo a los giros, esto ha ocasionado que los vendedores se adapten a los espacios con los que cuentan. Se puede apreciar en el mercado, que algunos puestos tienen medidas mínimas por lo que resulta incómodo para el comerciante realizar sus actividades.

Foto 53: Puesto del patio de comidas

Fuente: Propia

Foto 54: Puesto de flores

Fuente: Propia

Foto 55: Puestos dispersos de comidas

Fuente: Propia

Existen dos circulaciones verticales, de las cuales una permanece cerrada y ha sido convertida en bodega, no existe un espacio destinado a guardar implementos de los vendedores, por tal motivo utilizan como bodegas espacios que son indispensables para la circulación.

Foto 56: Circulaciones verticales bloqueadas

Fuente: Propia

Foto 57: Circulaciones verticales usadas como bodegas

Fuente: Propia

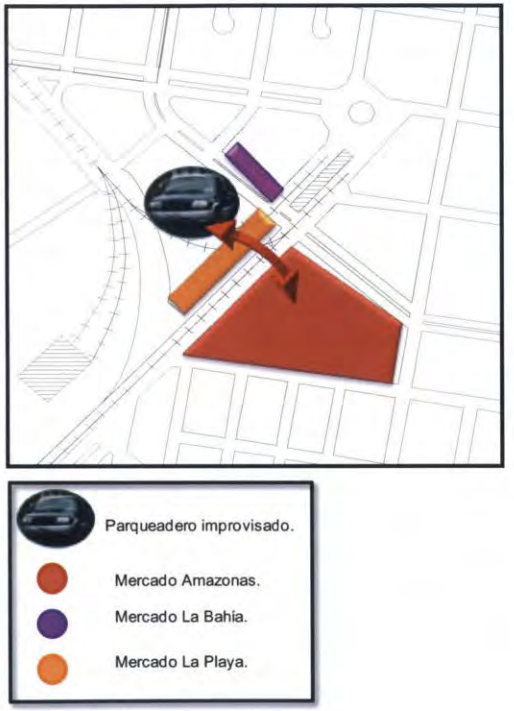
Foto 58: Circulaciones verticales usadas como bodegas

Fuente: Propia

Un factor negativo y de gran importancia en el Mercado Amazonas es la falta de un parqueadero propio para uso de los clientes, dado que al no contar con este servicio, las personas que realizan sus compras se ven

obligadas a caminar una distancia considerable para llegar al parqueadero con sus compras y cruzar la Av. Eugenio Espejo, lo cual resulta peligroso y agotador.

Mapa 11: Ubicación de parqueaderos improvisados



Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Foto 59: Parqueaderos improvisados

Fuente: Propia

Foto 60: Parqueaderos improvisados

Fuente: Propia

4.4 PROBLEMAS MORFOLÓGICOS MERCADO AMAZONAS

Se lo puede considerar al Mercado Amazonas como parte de una arquitectura ecléctica, en donde cada época ha ido dejando su huella, eso se evidencia en los materiales, en los remiendos, en la morfología de cada ampliación hecha, etc.

El crecimiento desordenado del mercado, ha llevado a los vendedores a hacer uso de las aceras, extendiendo de la fachada original nuevos almacenes, los mismos que resultan incómodos para los vendedores.

Estos puestos improvisados cubren por completo la fachada original e impiden el paso de la luz al interior del mercado ya que las ventanas han sido tapadas por estos nuevos negocios.

Estos negocios limitan el espacio de circulación de las personas en la vereda obligadas a usar la calle, ya que en algunos casos los vendedores utilizan lo que queda de vereda para colocar sus bancas.

Foto 61: Comercios informales

Fuente: Propia

Foto 62: Comercios informales

Fuente: Propia

Foto 63: Comercios informales

Fuente: Propia

Foto 64: Comercios informales

Fuente: Propia

Foto 65: Comercios informales

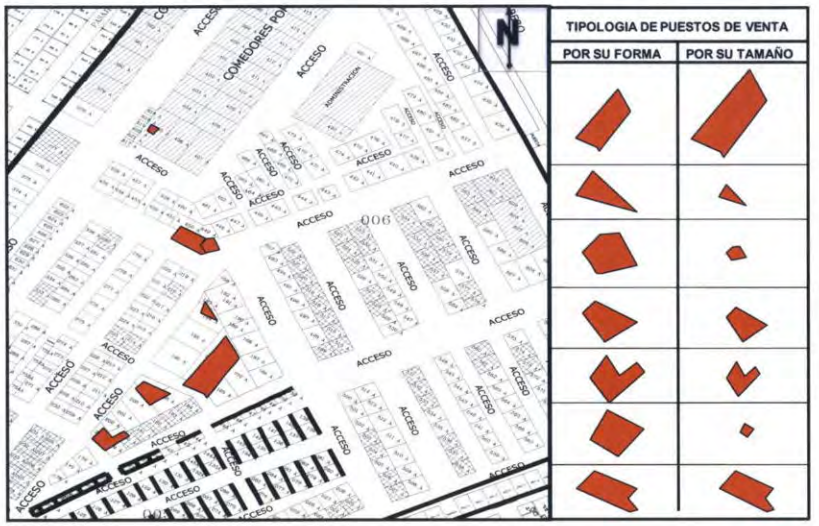
Fuente: Propia

Foto 66: Comercios informales

Fuente: Propia

Algunos espacios son la clara evidencia de la expansión desmedida en el interior del mercado, en donde surgen puestos de venta en plenos corredores, dejando un espacio mínimo de circulación, de igual manera los puestos de venta, son el resultado de la falta de planificación y esto se hace evidente en la morfología que tienen los distintos puestos, algunos con espacios inutilizables, como es el caso de los puestos cuya forma es la de un triangulo; la unión de todos los puestos, cada uno con sus características, marcan el "diseño" de todo el mercado.

Mapa 12: Tipología de puestos de venta



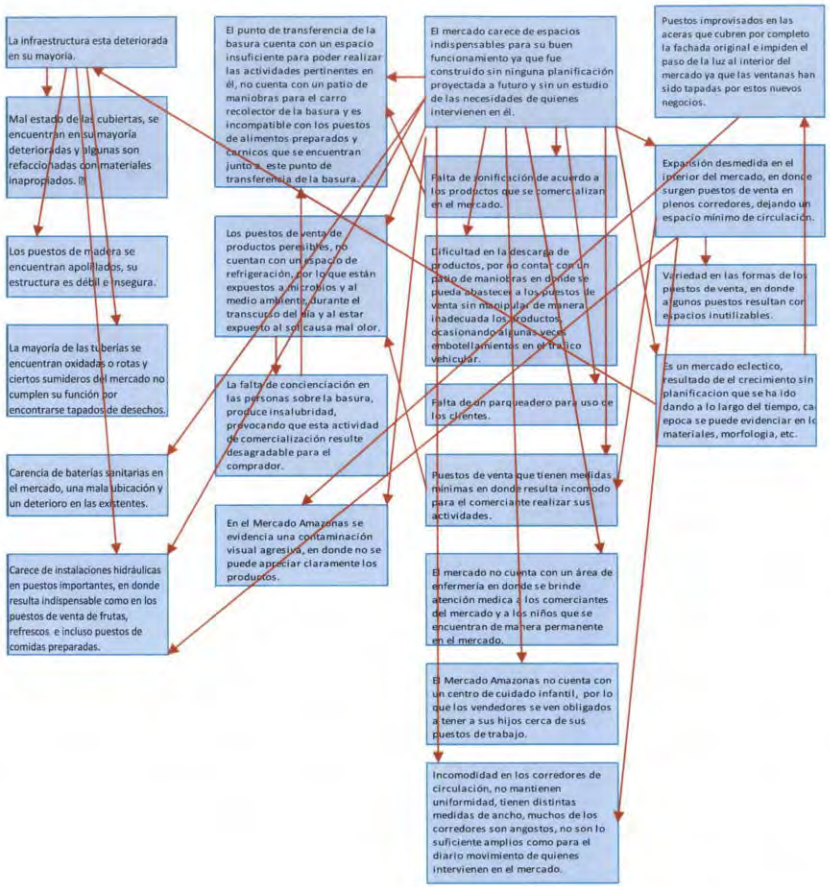
Fuente: Propia.

Elaboración.: Propio.

5. MATRIZ DE PROBLEMAS PRIORITARIOS DEL MERCADO AMAZONAS.

No.	MATRIZ DE PROBLEMAS PRIORITARIOS DEL MERCADO AMAZONAS			
	PROBLEMAS TECNOLOGICOS	PROBLEMAS AMBIENTALES	PROBLEMAS FUNCIONALES	PROBLEMAS MORFOLOGICOS
1	La infraestructura esta deteriorada en su mayoria.	El punto de transferencia de la basura cuenta con un espacio insuficiente para poder realizar las actividades pertinentes en él, no cuenta con un patio de maniobras para el carro recolector de la basura y es incompatible con los puestos de alimentos preparados y carnicos que se encuentran junto a este punto de transferencia de la basura.	El mercado carece de espacios indispensables para su buen funcionamiento ya que fue construido sin ninguna planificación proyectada a futuro y sin un estudio de las necesidades de quienes intervienen en él.	Puestos improvisados en las aceras que cubren por completo la fachada original e impiden el paso de la luz al interior del mercado ya que las ventanas han sido tapadas por estos nuevos negocios.
2	Mal estado de las cubiertas, se encuentran en su mayoría deterioradas y algunas son refaccionadas con materiales inapropiados.	Los puestos de venta de productos perecibles, no cuentan con un espacio de refrigeración, por lo que están expuestos a microbios y al medio ambiente, durante el transcurso del día y al estar expuesto al sol causa mal olor.	Falta de zonificación de acuerdo a los productos que se comercializan en el mercado.	Expansión desmedida en el interior del mercado, en donde surgen puestos de venta en plenos corredores, dejando un espacio mínimo de circulación.
3	Los puestos de madera se encuentran apolillados, su estructura es débil e insegura.	La falta de concienciación en las personas sobre la basura, produce insalubridad, provocando que esta actividad de comercialización resulte desagradable para el comprador.	Dificultad en la descarga de productos, por no contar con un patio de maniobras en donde se pueda abastecer a los puestos de venta sin manipular de manera inadecuada los productos, ocasionando algunas veces embotellamientos en el trafico vehicular.	Variedad en las formas de los puestos de venta, en donde algunos puestos resultan con espacios inutilizables.
4	La mayoría de las tuberías se encuentran oxidadas o rotas y ciertos sumideros del mercado no cumplen su función por encontrarse tapados de desechos.	En el Mercado Amazonas se evidencia una contaminación visual agresiva, en donde no se puede apreciar claramente los productos.	Falta de un parqueadero para uso de los clientes.	Es un mercado eclectico, resultado de el crecimiento sin planificacion que se ha ido dando a lo largo del tiempo, cada epoca se puede evidenciar en los materiales, morfologia, etc.
5	Carencia de baterias sanitarias en el mercado, una mala ubicación y un deterioro en las existentes.	-	Puestos de venta que tienen medidas mínimas en donde resulta incomodo para el comerciante realizar sus actividades.	-
6	Carece de instalaciones hidráulicas en puestos importantes, en donde resulta indispensable como en los puestos de venta de frutas, refrescos e incluso puestos de comidas preparadas.	-	El mercado no cuenta con un área de enfermería en donde se brinde atención medica a los comerciantes del mercado y a los niños que se encuentran de manera permanente en el mercado.	-
7	-	-	El Mercado Amazonas no cuenta con un centro de cuidado infantil, por lo que los vendedores se ven obligados a tener a sus hijos cerca de sus puestos de trabajo.	-
8	-	-	Incomodidad en los corredores de circulación, no mantienen uniformidad, tienen distintas medidas de ancho, muchos de los corredores son angostos, no son lo suficiente amplios como para el diario movimiento de quienes intervienen en el mercado.	-

6. RED DE CAUSALIDAD



Fuente: Propia.

Elaboración.: Propio.

7. CONCLUSIÓN:

Como resultado del análisis efectuado anteriormente y de los problemas puestos en evidencia, es claro que el Mercado Amazonas cumplió con su vida útil, pese a las refacciones que se ha hecho, en las que la Municipalidad de Ibarra ha aportando recientemente con USD.80.000[3], resultando esto insuficiente, ya que el deterioro de la estructura, en donde cuenta con construcciones de hormigón de manera indistinta, es decir, estas construcciones se encuentran entre los puestos de madera, la falta de funcionalidad, el poco aporte arquitectónico a la ciudad y otros factores hacen de este mercado un espacio caótico tanto internamente como en el exterior, siendo foco de delincuencia e insalubridad, sin embargo los ciudadanos concurren a este centro de abastos por los precios bajos y variedad en los productos.

Es importante destacar la ubicación del mercado, ya que se encuentra en una zona céntrica y de fácil acceso a la ciudadanía. El Mercado Amazonas ha sido por años parte de la cultura de la gente y un punto de encuentro, por lo que es importante resaltar su identidad y que aporte estéticamente a la ciudad siendo un hito de la misma y brindando un espacio confortable para realizar la actividad de comercialización.

Como se ha puesto en evidencia en el análisis anterior, todos los problemas se originan, en el propio mercado y afectan su entorno inmediato, ninguno de ellos es consecuencia de la ubicación del mercado ni se origina en ella, ni en su relación con la ciudad por lo que debe mantenerse dicha ubicación.

El análisis anterior permite plantear el tema del ***re-diseño del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra***, abordando este tema de interés social, estaremos dando una solución óptima a la problemática que sufren la mayoría de mercados en el Ecuador, que es el ver a este espacio sólo como un punto de intercambio y no como a un espacio de encuentro social en donde resulte agradable la actividad de la oferta y la demanda.

8. ENUNCIADO DEL TEMA:

Re-Diseño del Mercado Amazonas de la Ciudad de Ibarra.

Mantener y recuperar el Mercado como punto de encuentro de la ciudadanía, como un hito importante de identidad y de la cultura propia de la ciudad de Ibarra; que aporte estéticamente a la imagen urbana y arquitectónica de esta ciudad.

[3] ILUSTRE MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA, DPTO. DE PLANIFICACIÓN.

9. ESTRUCTURA DEL CUERPO DE OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL	FASE	OBJETIVOS PARTICULARES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS EN LA CIUDAD DE IBARRA	CONCEPTUALIZACIÓN	1. Conocer la tipología	Conocer la teoría de diseño de un mercado por medios empíricos
			Conocer normas de diseño de mercados por medios empíricos
			Conocer normas de diseño de espacios similares de comercio.
			Conocer la infraestructura y equipamiento técnico
			Conocer y analizar la funcionalidad
			Analizar la morfología en dos y tres dimensiones
			Identificar el programa arquitectónico óptimo
		2. Conocer y construir el problema	Aproximación al sujeto
			Formulación de un programa arquitectónico empírico, que surja del conocimiento del sujeto
			Identificar la extensión del problema en la ciudad
			Comprender, analizar, sintetizar y construir el problema
		3. Especificar el objeto tipológico	Conocer la especificidad en este tipo de mercado
		4. Realizar un estudio y análisis crítico de referentes nacionales e internacionales	Estudiar y analizar diferentes objetos tipológicos
		5. Formular el programa arquitectónico preliminar	Formular el programa arquitectónico preliminar
	INVESTIGACIÓN	1. Conocer el medio físico artificial	Conocer el uso de suelo, equipamiento, infraestructura, morfología, entre otras
		2. Investigación directa del sujeto de estudio y su entorno	Conocer necesidades, actividades, potencialidades y limitaciones del sujeto de estudio
		3. Elaborar el programa arquitectónico definitivo	Elaborar el programa arquitectónico definitivo
		4. Investigación del terreno seleccionado	Selección del terreno para el proyecto
	PROPUESTA	1. Elaborar los modelos propositivos	Elaborar el modelo teórico
			Elaborar el modelo dimensional
			Elaborar el modelo funcional
			Elaborar el modelo geométrico
		2. Diseño del emplazamiento arquitectónico	Diseño del emplazamiento del proyecto
		3. Diseño del proyecto	Diseño del anteproyecto
		4. Elaborar los expedientes de entrega	Redacción del documento final
			Reproducción de textos y planos
			Empastado y entrega

Fuente: Propia

10. DELIMITACIÓN DE LOS ALCANCES DE LA PROPUESTA:

Diseño del anteproyecto:

- Plantas arquitectónicas.
- Fachadas
- Cortes.
- Vistas internas y externas en tercera dimensión.
-

11. SELECCIÓN DEL TERRENO:

El proyecto fue implantado en el terreno actual por diferentes factores nombrados anteriormente; entre ellos está la ubicación, la accesibilidad peatonal, vehicular y la infraestructura, entre otros pero la razón más trascendente es el mantener este espacio como un referente importante de comercio en la ciudad, como parte significativa de la historia de Ibarra. Es por este motivo que el proyecto se mantiene en este sitio porque satisface todas las necesidades de los habitantes de Ibarra.

El mercado Amazonas ha sido motivo de grandes debates entre vendedores y el Municipio ya que debido a la mala accesibilidad que tiene el segundo nivel, resultado de soluciones parche, los vendedores formales e informales se aglomeran en la planta baja y al lado de los accesos, respectivamente. Todos estos factores crean espacios inseguros y para nada óptimos.

Con respecto a la preferencia de los vendedores de situarse en la planta baja, el Municipio de Ibarra, sin realizar un minucioso análisis de esta situación, construyó un segundo piso en un sector del Mercado. La falta de colaboración de los vendedores al argumentar la poca afluencia de compradores, dio como resultado la creación de los Mercados "La Playita" y la "La Bahía" que no son otra cosa que grupos desorganizados de vendedores informales reubicados en sectores aledaños al Mercado Amazonas. El Mercado Mayorista es otro ejemplo de esto, pues aunque cuenta con muchos puestos de venta estos no son usados, ya que los vendedores dicen que va poca gente y que prefieren vender cerca del Mercado Amazonas. Todo esto nos confirma que el mercado tiene su identidad y la conforman todas las personas que acuden a él diariamente, hablando desde los vendedores, compradores hasta los comerciantes adyacentes a él. El re-diseñar el Mercado Amazonas necesariamente tenía que darse en el mismo terreno.

Por esta razón se proyectarán espacios atractivos y de igual tratamiento en diseño, satisfaciendo varias necesidades de los usuarios que van desde adquirir productos frescos y de primera necesidad hasta servicios varios.

Este proyecto fue pensado para dar importancia a todos los usuarios, desde clientes hasta vendedores; para lograr ésto se diseñaron puestos tipo de acuerdo a cada giro y con dimensiones similares de manera que el vendedor no se sienta perjudicado, se trabajará cada una de las plantas de manera similar y se dispondrá de una manera funcional los giros de manera que el cliente tenga facilidad al comprar y a su vez que los diferentes pisos sean visitados por los clientes.

SEGUNDA FASE

12. CONCEPTUALIZACIÓN:

12.1 SIGNIFICADO DE MERCADO

MERCADO[4].- Lugar en el que, de forma regular y periódica, se ofrecen mercancías para la venta. Conjunto de relaciones económicas entre oferta y demanda respecto de un determinado bien, ya sea de consumo, de producción o de servicios.

MERCADO[5].- Se deriva del latín "mercatus", Sitio público destinado permanentemente, para vender, comprar o permutar bienes o servicios. Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado.

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

12.2 ORIGEN DE MERCADO

Se remonta a la época en que el hombre primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus.

Se reconoce pues como origen y fundamento de la desigualdad que existe en las condiciones de los hombres y los pueblos.

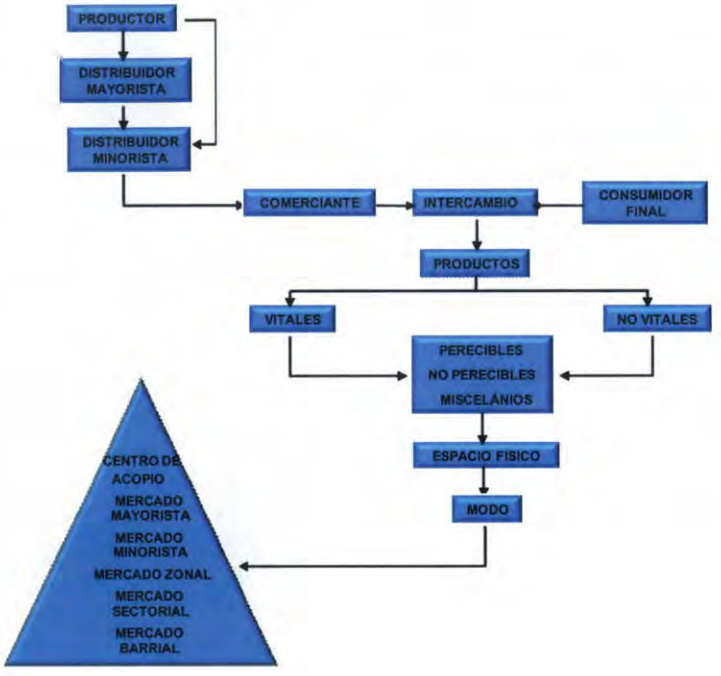
El mercado existió en los pueblos y tribus más antiguas que poblaron la tierra, y a medida que fue evolucionando, dicha organización desarrolló el comercio.

Es así como el desarrollo de los pueblos, obliga al incremento y expansión del mercado, llegando en la actualidad a ser una actividad económica primordial para el progreso de la humanidad.

Por efecto de las diferencias climáticas, ubicación, geografía, mano de obra, etc., los productos de las diversas regiones son muy variados lo que origina grandes dificultades al consumidor. Allí surge el comercio que venciendo los obstáculos que ponen el espacio y el tiempo procura poner al alcance de los consumidores los diversos productos y el comerciante es el gestor que desarrolla esta actividad en procura de una ganancia o margen de beneficio al que tiene derecho por el trabajo realizado.

[4] GRAN ENCICLOPEDIA ILUSTRADA CIRCULO, CIRCULO DE LECTORES, volumen 8.
[5] REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, vigésima segunda edición.

12.3 MODELO TEÓRICO DE COMERCIALIZACIÓN



12.4 TIPOS DE MERCADOS[6]

CENTRO DE ACOPIO.- Son aquellos espacios e instalaciones encargadas de almacenar grandes volúmenes de productos para posteriormente distribuirlos a supermercados, mercados y demás puntos de venta minorista, con características regional.

MERCADOS.- Entiéndase a un local cerrado en cuyo interior se encuentran construidos y/o distribuidos establecimientos individuales de ventas en secciones o giros definidos, dedicados al acopio y expendio de productos alimenticios de primera necesidad y misceláneos, su frecuencia de uso puede ser permanente o en días señalados.

MERCADO MAYORISTA.- Es un centro de comercialización de productos agropecuarios y de consumo masivo al mayoreo, que abastece a los mercados zonales, sectoriales y barriales, su cobertura es de 300000 hab.

MERCADO ZONAL.- Es un local de expendio de productos de primera necesidad y complementarios, que puede tener una cobertura de una población de 150000 hab.

MERCADO SECTORIAL.- Es un local de expendio de productos de primera necesidad y complementarios, que puede dar abasto a una población de 20000 hab.

MERCADO BARRIAL.- Se trata de un local equipado para la venta de productos básicos de demanda frecuente, que abastece a una población de hasta 12000 hab.

COMERCIO INFORMAL.- Son actividades comerciales desarrolladas en espacios de circulación pública (plazas, parques, vías, etc.) bajo las siguientes modalidades:

ESTABLES: son aquellos vendedores que desarrollan su actividad en un puesto fijo de manera diaria, en días señalados y fechas especiales.

AMBULANTES: son aquellos vendedores que desarrollan su actividad en un área determinada, de manera diaria, en días señalados y fechas especiales.

Según esta tipología el Mercado Amazonas está catalogado como un mercado zonal, siendo el más importante de la ciudad e incluso es visitado por personas de pueblos aledaños.

12.5 TIPOS DE GIROS.

Se entiende como la especificación básica del negocio como: giro de carnes, giro de aves, giro de pescados y mariscos, giro abarrotes, giro frutas, etc.

[6] ILUSTRE MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA, DPTO. DE PLANIFICACIÓN, plan del desarrollo del sistema de abastecimiento.

13. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y PROPUESTAS ESPECÍFICAS.

Para lograr el diseño optimo en cada zona del Mercado Amazonas, se tomaron en cuenta ciertos cuestionamientos importantes; ¿Quienes van a desarrollar sus actividades en este espacio?, ¿Qué frecuencia de uso va a tener este espacio?, ¿Cuántas personas van a realizar una actividad en ese espacio?, ¿Qué debería tener ese espacio para que sea confortable?, etc., tratando así de acercarnos a una programación que cumpla con las necesidades que implica un mercado.

13.1 ZONA DE VENTAS

Pese a que el mercado actual no cuenta con una zonificación de acuerdo a los giros de productos y a que los puestos tienen una morfología distinta, se puede decir que la actividad que desarrollan los comerciantes es la misma, mas no la ideal tomando en cuenta ciertos parámetros de salubridad que deben cumplir los centros de abasto, de esta manera el estudio de la actividad que realizan, nos permite plantear un diagrama de la actividad ideal, dándonos una solución arquitectónica a los distintos puestos de ventas.

Para dar una adecuada organización a lo que será el nuevo Mercado Amazonas, analizamos los giros existentes y los agrupamos en tres partes, los productos perecibles, no perecibles y misceláneos, los mismos que conforman la *Zona de Ventas.*

Daremos una explicación más detallada de los puestos de los productos perecibles ya que a diferencia de los otros son productos que necesitan llegar frescos a los hogares y cada puesto necesita de ciertos condicionantes especiales.

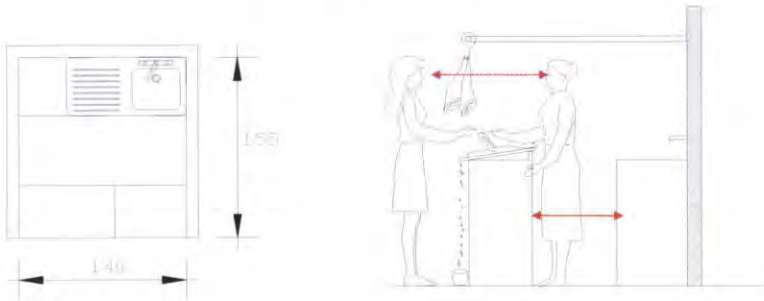
13.1.1 PRODUCTOS PERECIBLES

13.1.1.1 CÁRNICOS

Se considera de uso alimenticio a los cárnicos que provienen del tejido muscular de los animales, por lo general de las aves, como las gallinas y del ganado ovino, porcino y bovino. Por ser productos de primera necesidad y de fácil descomposición deben estar necesariamente en un refrigerador, ya sea para su exhibición y en un congelador si es para su almacenamiento. La comercialización de este producto debe darse en ambientes frescos sin contacto directo con los rayos del sol y sin tener el producto expuesto al intemperie, la exhibición de los cárnicos debe darse de una manera organizada, mas no que el producto ataque visualmente al cliente.

El Mercado Amazonas cuenta actualmente con 67 puestos de venta entre carnes y pollos.

SITUACIÓN ACTUAL:



Los cárnicos son exhibidos a la intemperie, por lo que producen malos olores y existe una contaminación visual desagradable, ya que los fluidos de los cárnicos desembocan en cubetas debido a la falta de instalaciones sanitarias, y al colocar los cárnicos prendidos de un tubo impiden la directa visibilidad entre el vendedor y el cliente; el área en el interior de los puestos resulta muy limitada para trabajar.

Dado que en la situación actual de los puestos de venta de productos alimenticios, en su mayoría no cuentan con un fregadero; creemos que es un espacio elemental para el buen desempeño laboral del vendedor, lo propio es señalado en el art. 226[7] enunciado c) en donde señala, "tendrán provisión de agua potable y al menos un fregadero".

[7] NORMATIVA DE ARQUITECTURA Y URB. DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, edificios de comercios.

DIAGRAMA DE LA ACTIVIDAD IDEAL:

IMAGEN DEL ESPACIO ÓPTIMO:

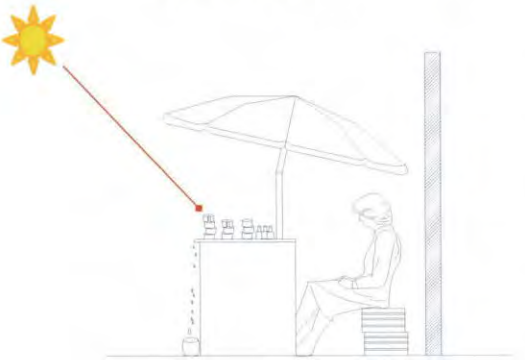
13.1.1.2 LÁCTEOS

Los lácteos son productos derivados de la leche, por lo general, los productos más comercializados son derivados de la leche de vaca, entre los que se encuentran los quesos, yogurt, entre otros. Este tipo de productos requieren de un lugar fresco, sin ser exhibidos a la intemperie, es importante mantener su refrigeración.

La situación actual de los puestos de venta de lácteos debido a varios factores, entre ellos la desorganización, hace que no se dé a cabo la actividad ideal por parte del comerciante.

Los puestos de lácteos tomados en cuenta junto con los puestos de venta de quesos amasados, son un total de 30 puestos actualmente, cantidad que es tomada en cuenta para la realización de la programación.

SITUACIÓN ACTUAL:



Son puestos con espacios muy mínimos, ubicados al intemperie en donde reciben los rayos del sol de manera directa, provocando malos olores en esa área.

DIAGRAMA DE LA ACTIVIDAD IDEAL:

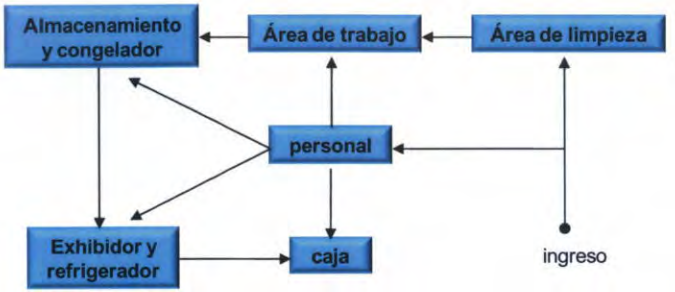
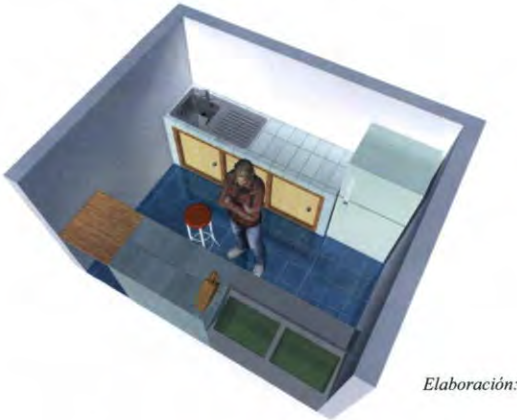


IMAGEN DEL ESPACIO ÓPTIMO:



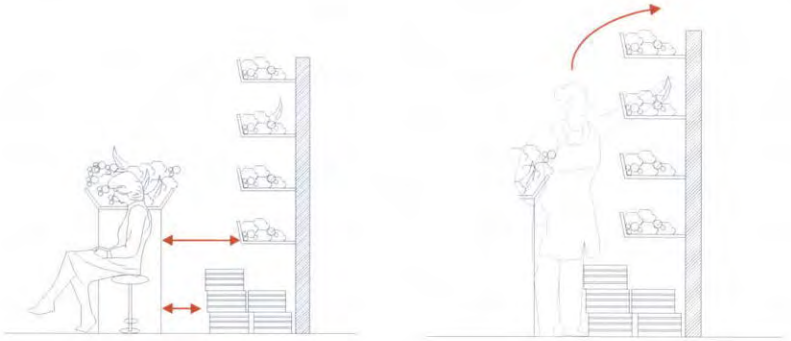
Elaboración: Propia

13.1.1.3 FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

Tanto las verduras como las frutas y hortalizas se originan de plantas cultivadas, son productos perecibles y muy diversos que para su exhibición deben estar en lugares frescos pero sin refrigeración, este tipo de puestos deben facilitar al comerciante el acceso al producto y al cliente la fácil apreciación de los mismos.

La unión de giros de estos tres productos, abarca una gran área del mercado actual, contando con una cantidad de 89 puestos de venta.

SITUACIÓN ACTUAL:



Muchas de las vendedoras colocan sus sillas en el ingreso de los puestos, aprovechando de esta manera el área interna del puesto como área de almacenamiento y exhibición de los productos.

IMAGEN DEL ESPACIO ÓPTIMO:

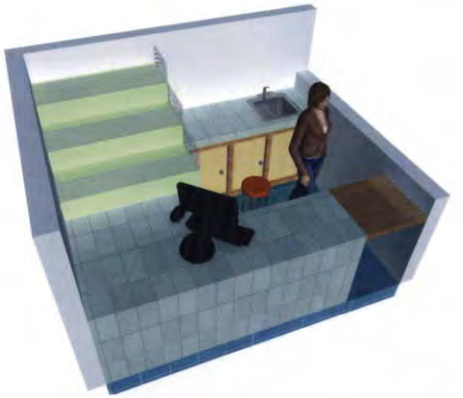
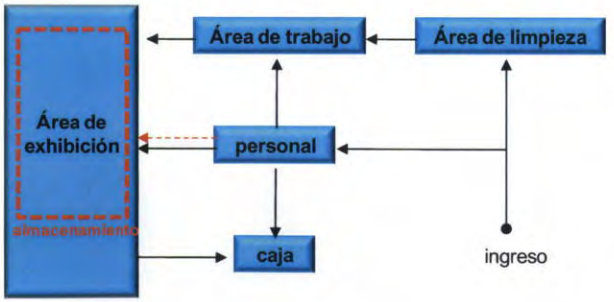


DIAGRAMA DE LA ACTIVIDAD IDEAL:



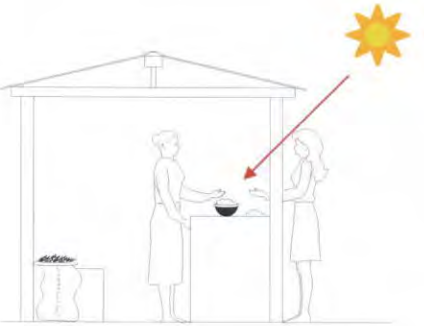
Elaboración: Propia

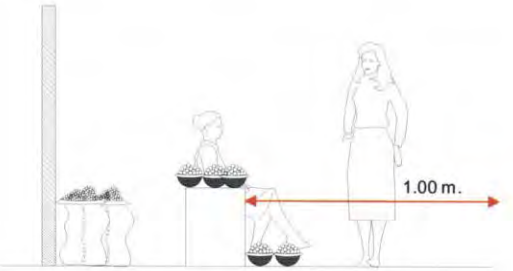
13.1.1.4 GRANOS Y PAPAS

Los granos son semillas de origen vegetal, este producto lo encontramos en el comercio ya sea como granos tiernos o secos. Existe gran variedad de tipos de granos, entre los más comunes que se comercializan en el Mercado Amazonas son: el frejol, la alverja, la lenteja, el arroz, etc.; ocupando 32 puestos destinados a la comercialización de este producto.

La papa es un almidón, se puede encontrar diversos tipos de papas en el mercado, las más comunes son: la papa chola, esperanza, capiro, violeta, chaucha, etc. Este producto para su almacenamiento en grandes proporciones requiere de un espacio oscuro y fresco; sin embargo, dado que en los puestos de venta del Mercado Amazonas el abastecimiento de este producto se realiza semanalmente y en proporciones mínimas, no requiere de un espacio totalmente oscuro; el mercado cuenta con 27 puestos de venta de papas.

Tanto los granos como las papas requieren de espacios frescos para su comercialización, en donde el producto no esté expuesto de manera directa a los rayos del sol, es importante señalar que los puestos de venta deben de contar con un área de limpieza, debido a la manipulación constante de estos productos.





Debido a que estos puestos necesitan espacio de almacenamiento, los vendedores colocan los costales en el interior reduciendo aun más el espacio del puesto y obstaculizando la circulación de los corredores, estos puestos no cuentan con un área de limpieza.

SITUACIÓN ACTUAL:

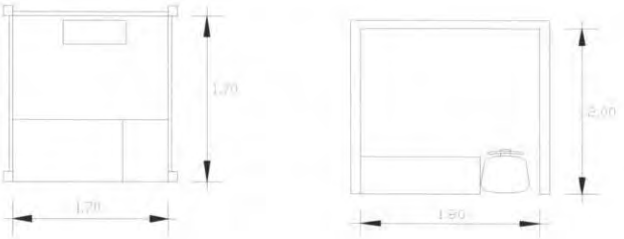


DIAGRAMA DE LA ACTIVIDAD IDEAL:

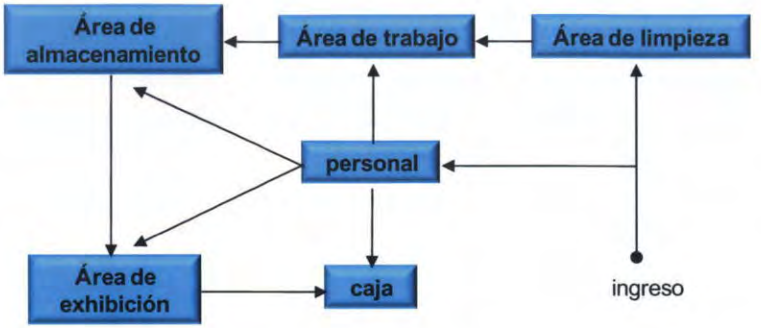
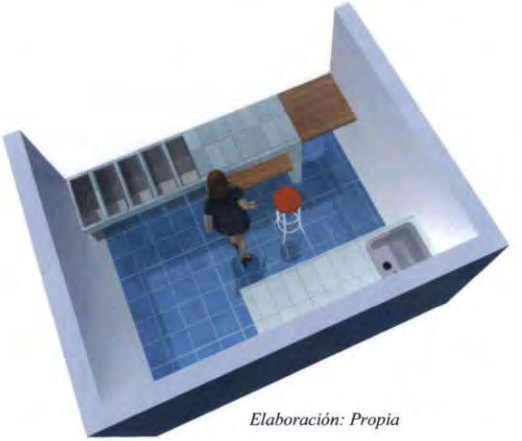


IMAGEN DEL ESPACIO ÓPTIMO:

Elaboración: Propia



Elaboración: Propia

13.1.2 PRODUCTOS NO PERECIBLES:

Esta área está conformada por la venta de huevos, confites, aliños y por puestos de bazar, posteriormente para fines de diseño serán agrupados con otros productos similares, manteniendo un orden en el mercado.

13.1.3 MISCELÁNEOS:

Un sin número de productos conforman esta área, entre ellos se encuentran: los puestos de venta de ropa, salones de belleza, cabinas telefónicas, etc. la mayoría son puestos tipo en donde cambia el mobiliario.

13.1.4 BATERÍAS SANITARIAS

Para el cálculo posterior, se toma en cuenta solo a una persona como cliente por puesto de venta, que ocuparía el baño, dado que el periodo de tiempo de un cliente en permanecer en el mercado es mínimo con relación al de los vendedores, que pasan en el mercado una jornada de 7:00 am. a 6:00 pm.

de puestos x 1,5 personas comerciantes

de puestos x 1 persona cliente

482 puestos x 1,5 personas comerciantes = 723

482 puestos x 1 persona cliente = 482

723 + 482= 1.205 personas, dividido para 2 para lograr una cifra equitativa tanto para hombres como para mujeres, da como resultado 602,50 personas, de igual manera, que en el cálculo anterior de las baterías sanitarias se toma en cuenta la normativa, por lo que:

603 personas / 25 personas = 24,12 inodoros

Aproximamos; 25 inodoros / 2 baños = 12.5 inodoros por batería sanitaria.

De la misma forma, para el cálculo de los lavabos y los urinarios:

603 personas / 40 personas = 15.07 lavabos o urinarios

16 / 2 baños = 8 lavabos o urinarios por batería sanitaria.

Luego de este cálculo y análisis, obtuvimos el resultado que nos sirvió para el diseño del espacio.

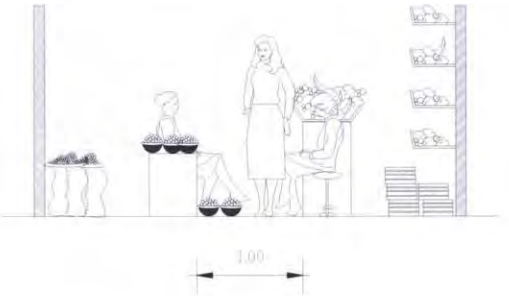
Siendo: 13 inodoros y 8 lavabos, cifra que se repite en dos baterías sanitarias para las mujeres y 13 inodoros, 8 lavabos y 8 urinarios, destinados para las dos baterías sanitarias de hombres.

En la programación se toma como un solo espacio a SS.HH (hombres / mujeres), que es la unión de una batería sanitaria de hombres con una batería sanitaria de mujeres, espacio que se repetirá dos veces.

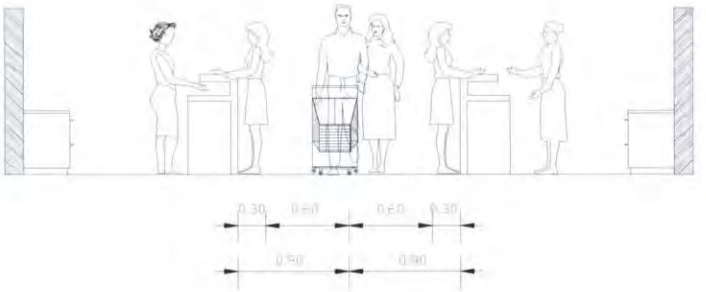
13.1.5 ÁREA TRIBUTARIA

La zona de ventas cuenta con cuatro tipos de puestos, cada uno con medidas diferentes, adaptados a los distintos giros que se dan en el mercado, estos puestos son tomados en cuenta al momento de realizar el cálculo del área tributaria de esta zona, ya que cada tipo de puesto genera distintas áreas tributarias y la suma de todas ellas, conforman el área tributaria de la zona de ventas. Puesto que el Mercado Amazonas es un espacio de comercialización muy concurrido, se ha adoptado una cifra aproximada de tres compradores por puesto de venta.

SITUACIÓN ACTUAL DE CIRCULACIÓN:



PROPUESTA DE CIRCULACIÓN:



Se propone en la mayoría de los corredores de circulación 1.80 m. de ancho y 2.40 m. de ancho en otros espacios de los corredores de circulación, con el fin de dar una mejor calidad de diseño y romper la rigidez de los corredores formados por los puestos de venta, provocando espacios de espera.

Corredores de circulación de 1.80m. de ancho.

Corredores de circulación de 2.40m. de ancho.

Elaboración: Propia

13.2 ZONA DE ALIMENTOS PREPARADOS

Actualmente el Mercado Amazonas cuenta con dos patios de comida de 38 y 50 puestos de alimentos preparados respectivamente, que por su morfología, funcionalidad e insalubridad, resultan desagradables estos espacios tanto para los que trabajan ahí como los clientes. Existen de manera dispersa una mayor cantidad de puestos de comida en el mercado, dándonos una cantidad de 179 puestos, este estudio realizado nos permite confirmar la falta de zonificación con relación a los giros.

Para la *ZONA DE ALIMENTOS PREPARADOS* de nuestro proyecto se ha tomado en cuenta la misma cantidad de puestos de venta de comida, es decir los dos patios de comida y se ha contabilizado de manera minuciosa cada uno de los puestos de venta de alimentos preparados existentes en el mercado de manera dispersa, dando una cantidad de 267 puestos de venta de comida en total, de esta cifra hemos dividido en cuatro grupos:

Puestos de venta de refrescos = 45

Puestos de venta de comida = 180

Puestos de venta de hornado = 20

Puesto de venta de cosas finas = 22

Para calcular la cantidad necesaria de mesas para el patio de comidas se consideró un tiempo aproximado en el que una persona se demora en ingerir determinado plato, siendo así:

0 min. = un jugo o refrescos (compran y llevan).

5 min. = cosas finas, piden compran y llevan.

15 min. = un plato de hornado.

30 min. = un almuerzo.

Tomamos como tiempo promedio los 15min., teniendo presente las horas pico que es donde más afluencia de gente hay en el patio de comidas del mercado actual, esto se da entre las 10 am. hasta las 14 pm., serían cuatro horas. Es decir:

4 personas ⟹ 1 hora

16 personas ⟹ 4 horas

Para el cálculo posterior no tomamos en cuenta los puestos de refresco debido al tiempo mencionado anteriormente, ya que por lo general las personas compran los refrescos y siguen realizando sus actividades, de esta manera procedemos a sumar los puestos de venta de los diferentes alimentos preparados y el resultado lo multiplicamos por 3 que sería la cantidad de compradores por puesto, cifra que se tomó para el cálculo del área tributaria en la Zona de Ventas.

180 + 20 + 22 = 222 * 3 = 666 clientes en total

666 / 4 horas = 166.5 aproximamos 167 personas/h.

167 personas / 4 # de sillas en una mesa = 41.75 aproximamos,

Total 42 mesas

Si bien el cálculo nos sugiere cierta cantidad de mesas; el proyecto propuesto, en el patio de comidas cuenta con amplios espacios si se da la necesidad de proyectar mayor cantidad de mesas.

SITUACIÓN ACTUAL DE VENTA DE COMIDA PREPARADA:

Foto 67: Puestos de venta de hornado.

Fuente: Propia

Foto 68: Patio de comidas.

Fuente: Propia

DIAGRAMA DE LA ACTIVIDAD IDEAL:

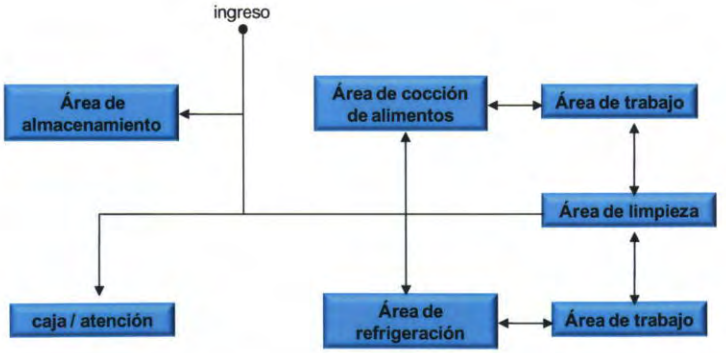


IMAGEN DEL ESPACIO ÓPTIMO:

Elaboración: Propia

13.3 ZONA DE ADMINISTRACIÓN

13.3.1 BATERÍAS SANITARIAS: Tomando en cuenta la normativa, de que: *por cada 25 personas, 1 inodoro; por cada 40 personas, 1 urinario y por cada 40 personas, 1 lavabo;* se diseñó una batería sanitaria para hombres y otra para mujeres, tomando como referencia la cantidad de personas que trabajan en esta área administrativa junto con la cantidad de personas que se encontrasen en la sala de espera, dado que esta cantidad no sobrepasa las 25 personas mencionadas en la normativa, se consideró en el diseño de las baterías sanitarias 1 inodoro y 1 lavabo según corresponde y en el caso de los hombres 1 urinario, dando importancia en estos espacios arquitectónicos a las personas discapacitadas, se colocó en cada batería sanitaria, otro lavabo y otro inodoro, este último con medidas apropiadas adaptadas a la necesidad de las personas discapacitadas.

13.3.2 SALÓN DE USO MÚLTIPLE: Si bien este espacio no es de uso frecuente, es importante, ya que ahí se van a tratar temas de interés relacionados al mercado, para lo cual en el diseño, se tomó en cuenta a un representante de cada área de un producto, resultando 25 representantes en total de la *ZONA DE VENTAS*, 1 representante de la *ZONA DE ALIMENTOS PREPARADOS* y 5 personas que estarían en el área de la tarima. Para el diseño de las baterías sanitarias de este espacio se tomó en consideración el mismo número de personas, por lo que se optó por dos baterías sanitarias, una para hombres y otra para mujeres, amplias y adaptadas también a las necesidades de las personas discapacitadas.

13.4 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Como servicios complementarios tomamos en cuenta a espacios necesarios para un buen funcionamiento de un centro de abastos, basándonos en un estudio de campo, analizando la situación actual del Mercado Amazonas, en donde se pudo palpar claramente la necesidad de una enfermería y una guardería, son espacios que influyen en una mejor calidad de vida para quienes trabajan en el mercado ya que con un centro infantil estaríamos combatiendo la mendicidad infantil dentro de este centro de abastos.

13.4.1 ENFERMERÍA: aplicando el art. 230[8] en donde dice: "todo comercio con área útil de más de 1.000 m2. deberá tener un local destinado a servicio médico de emergencia dotado del equipo e instrumental necesarios para primeros auxilios con un área mínima de 36 m2", se creó este centro de salud en el que se considero tres espacios importantes, 1 consultorio para el médico general, 1 consultorio para el pediatra y el área de emergencias que contará con un acceso directo al parqueadero de la ambulancia.

13.4.2 GUARDERÍA: el Mercado Amazonas actualmente no cuenta con un espacio adecuado para el cuidado de la población infantil, la guardería ha sido siempre una necesidad para las madres comerciantes y de igual manera para la administración, la misma que cuenta con datos actuales, en donde se requiere un espacio para albergar a un aproximado de 60 niños, este proyecto siempre ha quedado truncado por la falta de una planificación para este espacio. *Según el Sr. Jerónimo Darquea administrador del mercado, existe una población femenina del 78% es decir una cantidad de 584 mujeres de las cuales el 42% se encuentran en la posibilidad de ser madres, es decir un equivalente de 280 mujeres, se estima que el 20% de estas, estarían en la necesidad de hacer uso de la guardería, en cifras equivale a 60 niños*[9]. Razón por la cual se consideró este dato importante para el desarrollo de la guardería en el proyecto. Que se distribuyen en dos aulas y una habitación, esta última está destinada para bebés que comprenden de 3 a 11 meses de edad, cuenta con un área de gateo y 15 cunas para el cuidado infantil; un aula para 20 niños de 1 a 2 años y otra aula para 20 niños de 3 a 5 años de edad que cuenta con un área de lectura.

Se creyó de gran importancia que tanto la guardería como la enfermería se encuentren cercanas, por lo que estos dos espacios junto con la administración estarán integrados por medio de una plaza que distribuye a los ingresos de cada espacio, estos ingresos son independientes del mercado.

13.5 SERVICIOS GENERALES

Estos están conformados por el cuarto de máquinas y el área de mantenimiento, la cual será encargada de reparar ciertos mobiliarios del mercado, esta área contará con un patio de trabajo ubicado en el subsuelo, la bodega tendrá el ingreso en el subsuelo.

13.6 AREAS EXTERNAS

Comprende de 2 garitas y un baño, el parqueadero público, un parqueadero de vehículos de abastecimiento y estacionamientos para buses y taxis que se ubican en las vías públicas.

Para brindar un mejor servicio y mayor comodidad al cliente, se proyectó un parqueadero con capacidad de 200 vehículos. Este parqueadero al estar ubicado dentro del mercado, ayudará a descongestionar el tráfico vehicular y peatonal, sobre todo en los fines de semana que hay mayor afluencia de personas.

La creación de este espacio integrado en el mercado facilitaría la circulación vehicular que se ha producido por diferentes factores entre ellos:

1) Por el aumento desmedido del parque automotor.
2) El congestionamiento que se provoca al buscar un parqueadero cercano.
3) Debido al costo del parqueadero tarifario impuesto por el municipio, sistema SISMERT.

[8] NORMATIVAS DE ARQUITECTURA Y URB. DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, edificios de comercios.

[9] ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO AMAZONAS.

14. ANÁLISIS DE REFERENTES.

14.1 Mercado San Carlos

Mapa 13: Análisis funcional de referente internacional.

Lugar: Distrito de Huancayo, Perú.

Planta Baja

Sin escala

Datos:

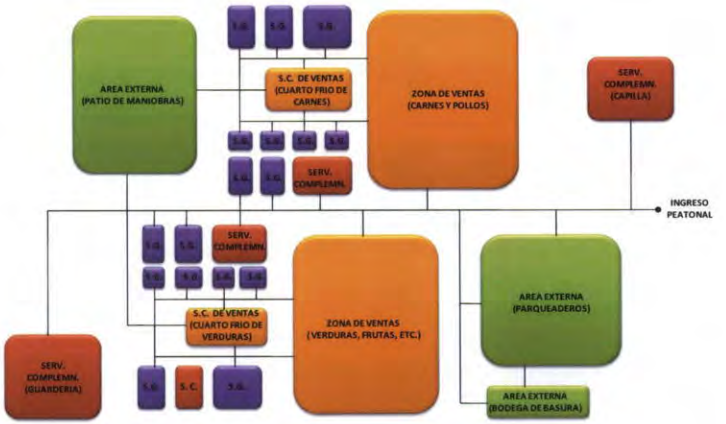
BLOQUE 1

CARNES ROJAS MOLIDAS	(12 PUESTOS)
CARNES ROJAS	(24 PUESTOS)
CARNES BLANCAS	(22 PUESTOS)
EMBUTIDOS	(11 PUESTOS)
MENUDENCIAS	(11 PUESTOS)
PESCADOS Y MARISCOS	(15 PUESTOS)
VENTA DE BOLSAS	(03 PUESTOS)
TOTAL	(98 PUESTOS)

BLOQUE 2

JUGOS Y DULCES	(11 PUESTOS)
ESPECIAS Y MOLIDOS	(11 PUESTOS)
ABARROTES	(22 PUESTOS)
FRUTAS	(22 PUESTOS)
VERDURAS	(18 PUESTOS)
HIERBAS	(09 PUESTOS)
TUBERCULOS	(26 PUESTOS)
VENTA DE BOLSAS	(03 PUESTOS)
TOTAL	(122 PUESTOS)

Diagrama funcional



Datos:

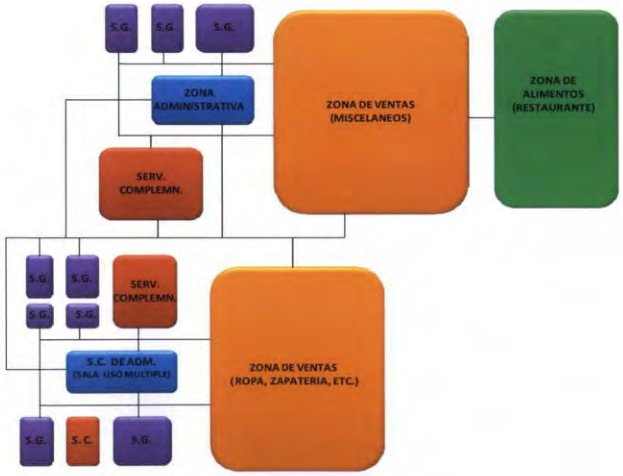
BLOQUE 1

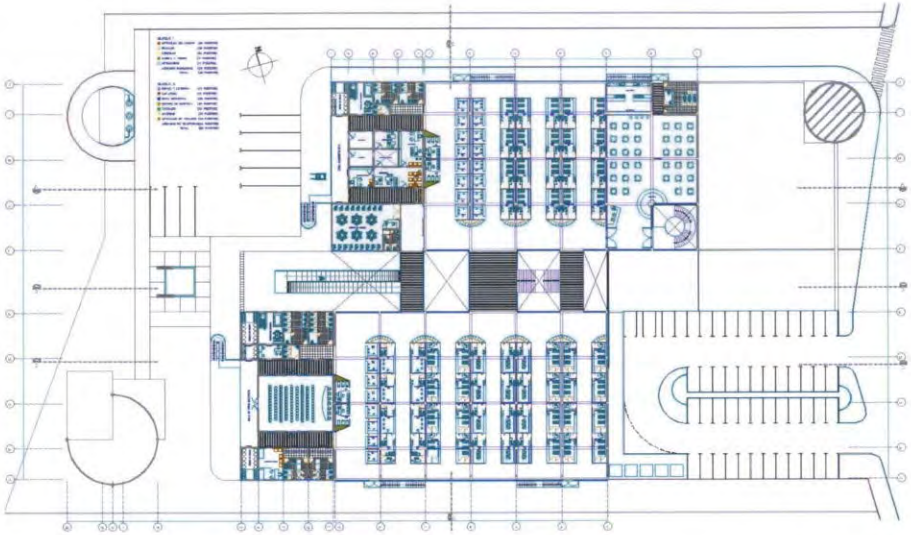
ARTICULOS DEL HOGAR	(08 PUESTOS)
REGALOS	(08 PUESTOS)
LIBRERIAS	(04 PUESTOS)
MUSICA Y VIDEOS	(11 PUESTOS)
ARTESANIAS	(11 PUESTOS)
AGENCIAS BANCARIAS	(02 PUESTOS)
TOTAL	(38 PUESTOS)

BLOQUE 2

ROPAS Y LENCERIA	(12 PUESTOS)
ZAPATERIA	(12 PUESTOS)
ROPA DEPORTIVA	(08 PUESTOS)
CENTRO DE ESTETICA	(06 PUESTOS)
TATUAJES	(02 PUESTOS)
JOYERIAS	(05 PUESTOS)
ARTICULOS DE TOCADOR	(03 PUESTOS)
AGENCIAS DE TELEFONIAS	(02 PUESTOS)
TOTAL	(50 PUESTOS)

Diagrama funcional

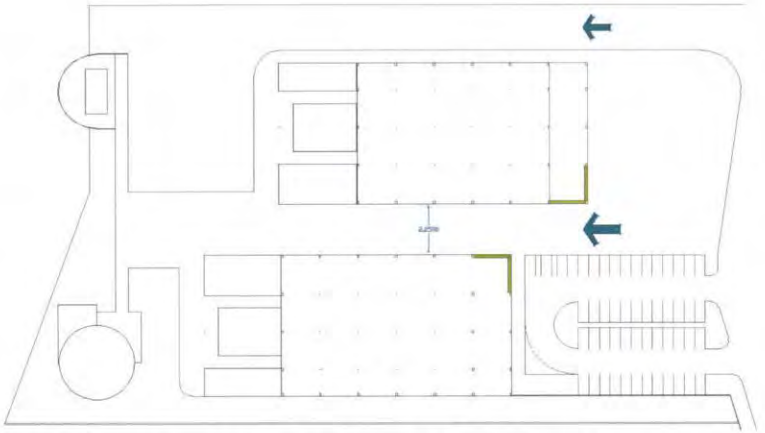




Primera Planta Alta

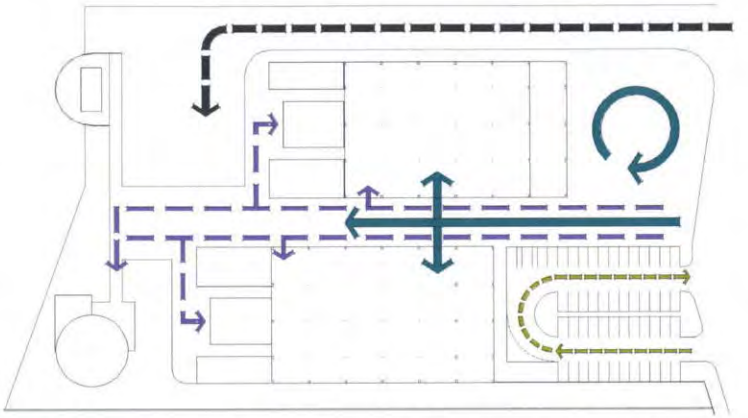
Sin escala

ENTRADA



La Entrada se genera por la separacion de los dos bloques como un hueco entre las dos masas.

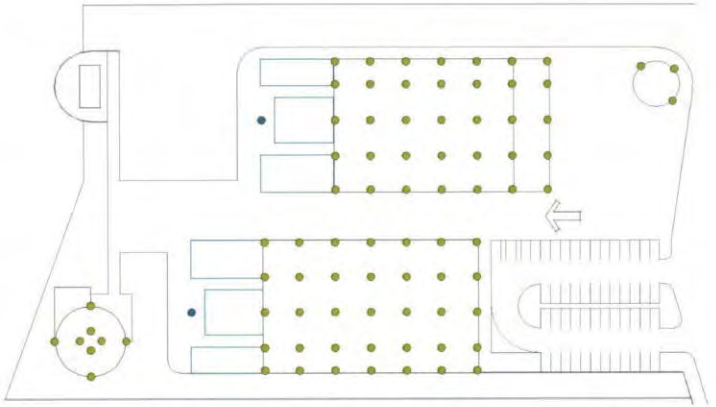
CIRCULACION



Se trato de general una circulación a través de vias propias de circulación separadas de los espacios útiles.

- Circulacion de Compradores
- Circulación de trabajadores
- Circulacion para abastecimiento
- Circulación para parqueo

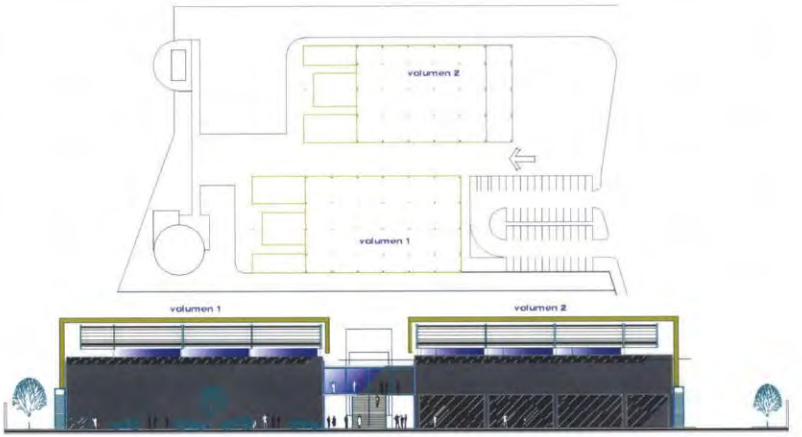
ESTRUCTURA



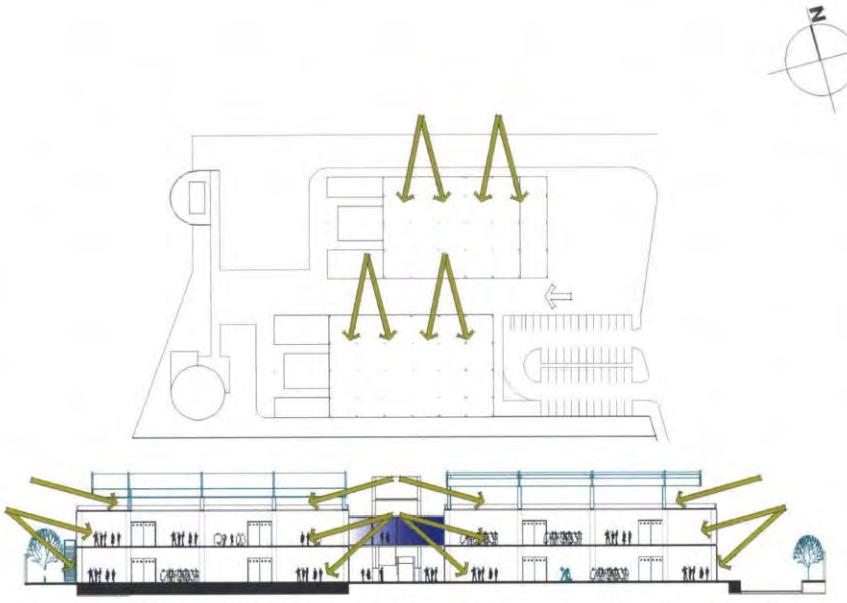
Estructura modulada q contribuye a la organizacion espacial (modulos 9 x 9)
Combinacion de Sistemas Constructivos.

Sist. Const. Unicon **Sistema Const. Deck (Losacero)**

MASA



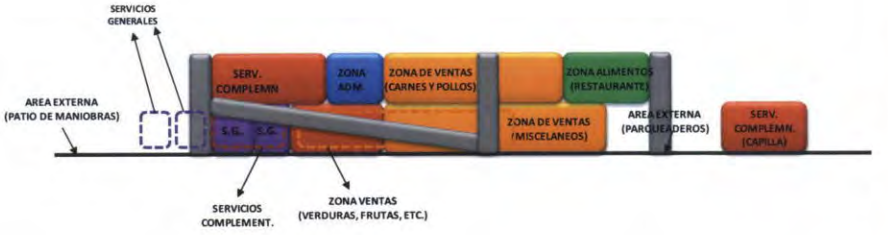
2 volúmenes dominantes divididos por la circulación en el primer nivel pero unidos por la circulación en el segundo nivel.



Grandes superficies de vidrio permiten la penetracion de la luz en todas las direcciones.

Fachada

Diagrama funcional



Vista general del proyecto.

La situación que presenta el distrito de Huancayo con lo que respecta a la comercialización de productos de primera necesidad es alarmante ya que el Mercado Mayorista y el Mercado Raez Patiño se han convertido en un hacinamiento total de comerciantes, fusionado con problemas de contaminación, y de delincuencia. Uno de los factores que incrementa este problema es que no existe el número adecuado de mercados y otros equipamientos que puedan abastecer a la población en dichas necesidades.

En el caso del sector de San Carlos de Huancayo, el problema se refleja de manera opuesta en el aspecto que casi no existen mercados, más que el mercadillo Santa Rosa ubicado en dicha vía de manera informal, la misma que también presenta contaminación.

El Supermercado tiene como sólida justificación la mejora de la calidad de comercialización y por lo tanto de vida en la población de Huancayo, además busca sembrar esta modalidad de comercialización en Huancayo, pues las ya existentes no han logrado realizarlo con éxito.

El Perú es un país que actualmente vive una etapa de crecimiento económico con una inflación anual controlada y que goza de una serie de ventajas coyunturales como la subida de los precios de los minerales en el mercado internacional que ayudan a sostener una economía cuyas exportaciones se nutren principalmente de la explotación minera.

14.2 Mercado Municipal

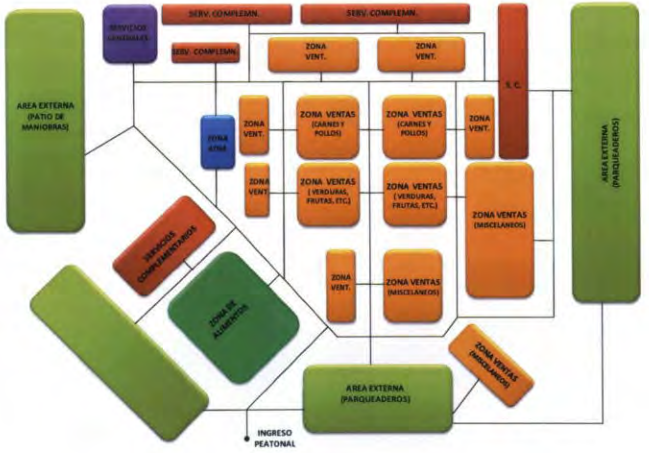
Mapa 14: Análisis funcional de referente internacional.

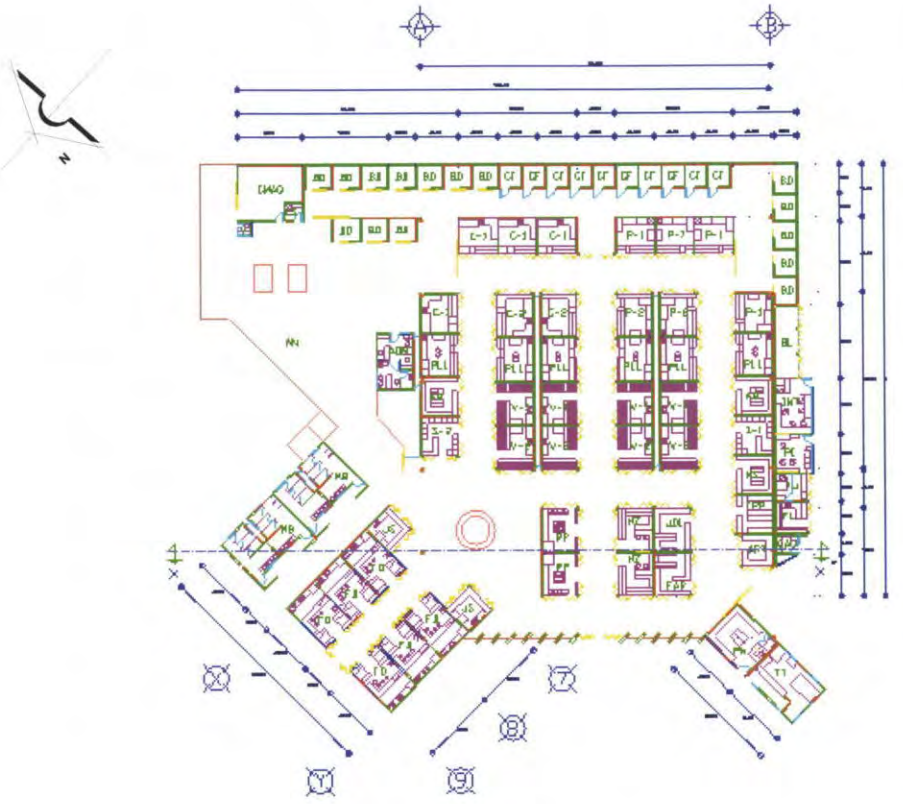
Lugar: México DF, México

Datos:

- CARNICERIA (C-1)
- CARNICERIA (C-2)
- PESCADERIA (P-1)
- PESCADERIA (P-2)
- CREMERIA Y POLLOS (PLL)
- FRUTAS Y VERDURAS (V-1)
- FRUTAS Y VERDURAS (V-2)
- ABARROTES (AB)
- SEMILLAS (S-1)
- SEMILLAS (S-2)
- MISCELANEA (MS)
- FERRETERIA (FRR)
- FARMACIA Y REVISTAS (FAR)
- JUGUETERIA Y DULCERIA (JDL)
- ARTESANIAS (ART)
- HUARACHERIA Y ZAPATERIA (HZ)
- ROPA (RP)
- FONDA (FD)
- JUGOS Y PALETAS (JS)
- CAJERO AUTOMATICO (CAU)
- TALLER DE JOYERIA (TJ)
- FLORERIA (FL)
- PELUQUERIA (PE)
- CAFE INTERNET (INT)
- BOLEROS (BL)
- TORTILLERIA (TT)
- PANADERIA (PN)
- MODULO DE BAÑOS (MB)
- ADMINISTRACION (ADM)
- CUARTO FRIO (CF)
- BODEGA (BD)
- CUARTO DE MAQUINAS (CMAQ)
- CASETA DE VIGILANCIA (VI)
- ANDEN (AN)
- CUARTO SEPTICO (CS)

Diagrama funcional



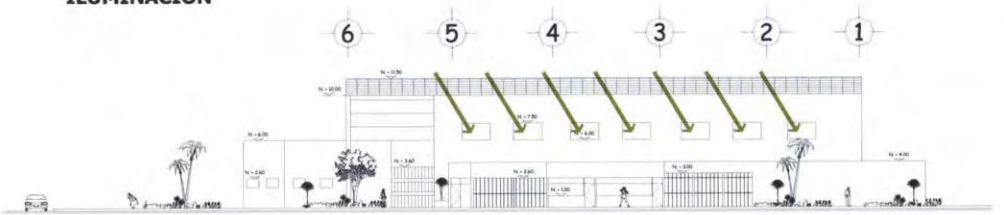


Planta Baja

Sin escala

La importancia que tiene un Mercado, se traduce al rol protagónico que tiene éste, en la economía del sector, ya que es un generador de fuentes de trabajo y dinamiza el intercambio comercial, pero también permite el contar con los medios necesarios para poder satisfacer algunas necesidades físicas, fisiológicas, etc.

ILUMINACIÓN



FACHADA SUR- OESTE

Ventanas muy bien ubicadas en donde el sol entra de manera indirecta a los puestos de venta, sin afectar a los productos.

MASA

FACHADA NORTE

Esta compuesto por tres volumenes unidos, de los cuales el del medio es el volumen dominante en el cual se encuentran los productosde primera necesidad.

- Zona de venta de productos de primera necesidad (volumen 1).
- Panadería (volumen2).
- Zona de comida preparada (volumen3).

14.3 Mercado Amazonas

Análisis de referente nacional.

Lugar: I barra, Imbabura

El análisis del Mercado Amazonas fue de crucial importancia al momento de realizar su rediseño. Fue un punto de partida desde el cual se extrajo valiosa información que permitió realizar el diseño posterior. Por estas razones se dedica un capítulo completo al estudio de este referente.

Ver capítulo 4. "DIAGNÓSTICO DEL MERCADO AMAZONAS".

Ingreso esquina calles Sánchez Cifuentes y Av. Pérez Guerrero

Ingreso por calle Pérez Guerrero

Remodelación en Av. Eugenio Espejo

PLANTA BAJA DEL MERCADO AMAZONAS

CALLE TOVAR
AV. EUGENIO ESPEJO
AV. TOBAR DONOSO
CALLE CRISTOBAL COLON
CALLE 17 DE JULIO
AVENIDA LA PRENSA
CALLE CRISTOBAL COLON
CALLE 17 DE JULIO
CALLE CRISTOBAL COLON
CALLE CRISTOBAL COLON
CALLE CRISTOBAL COLON

PROGRAMAS ARQUITECTONICOS

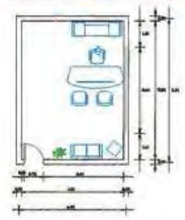
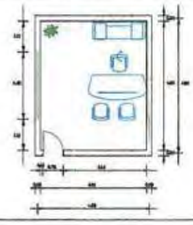
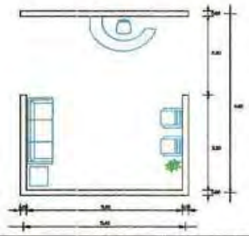
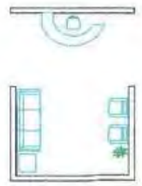
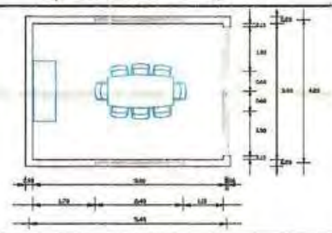
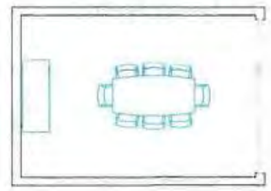
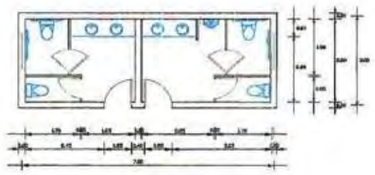
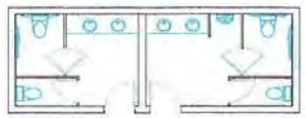
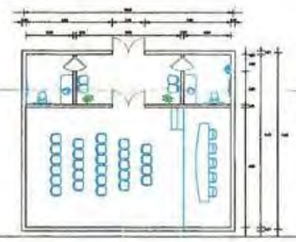
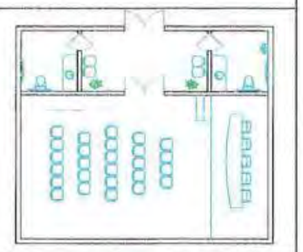
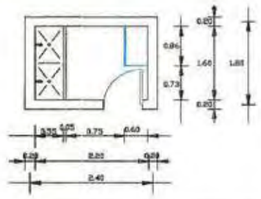
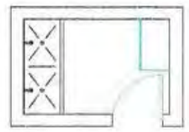
PROGRAMAS DE REFERENTES

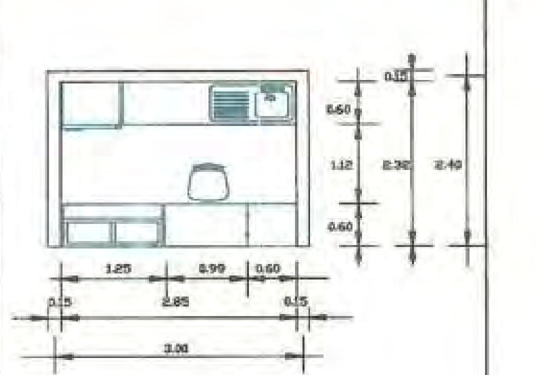
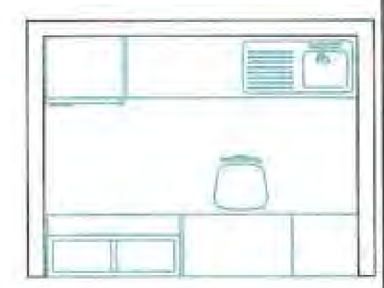
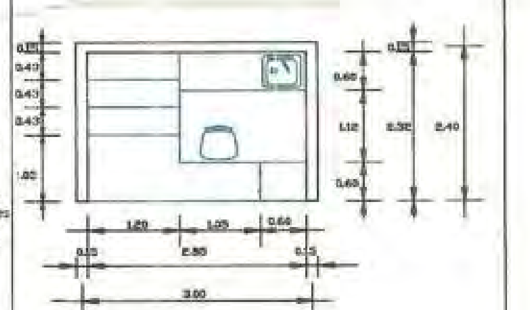
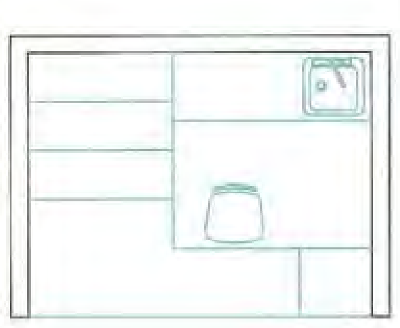
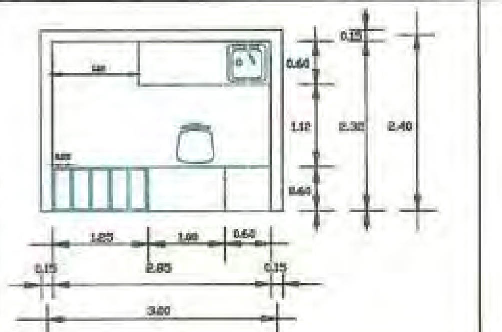
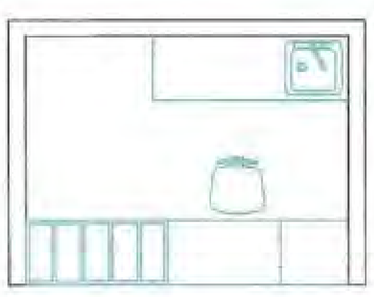
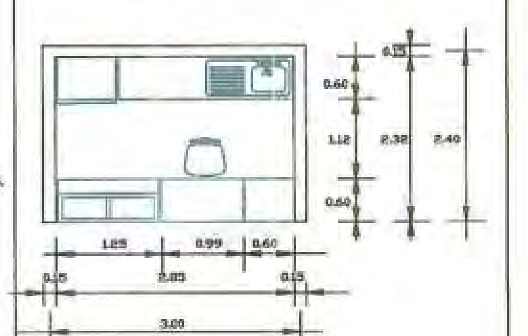
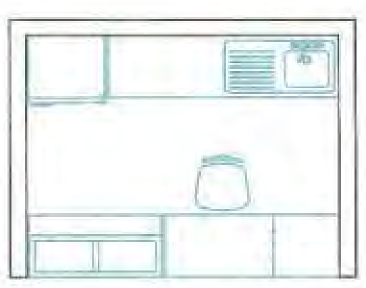
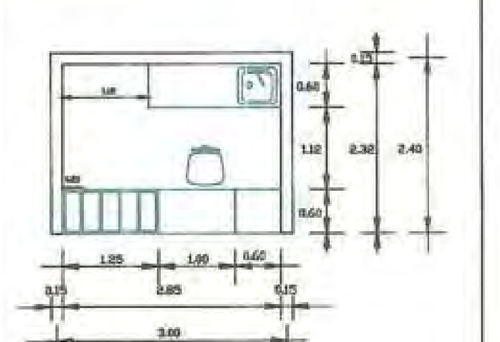
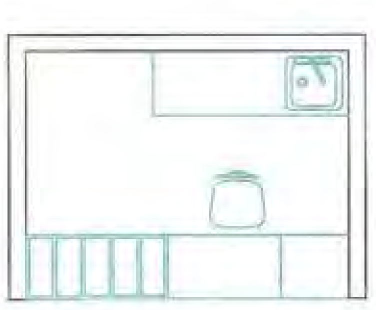
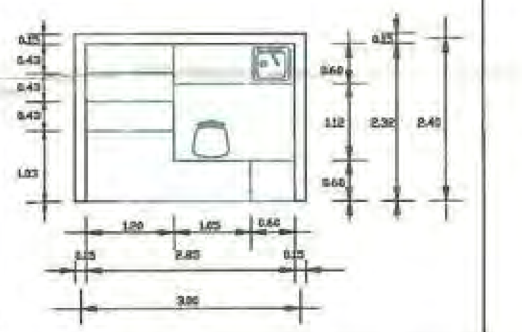
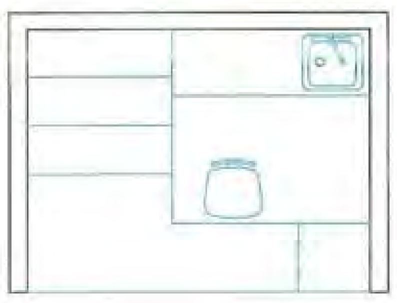
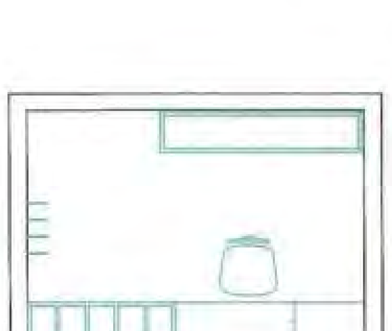
ZONAS	SUBZONAS	ESPACIOS	ACTUAL MERCADO AMAZONAS	MERCADO SAN CARLOS HUANCAYO - PERU	MERCADO MUNICIPAL DE MEXICO	PROGRAMA FINAL MERCADO AMAZONAS	
ADMINISTRACION	GERENCIA	OF. ADMINISTRACION	X	X	X	X	1
		AUXILIAR DE ADMINISTRACION			X		
		OF. DE RECAUDACIONES	X			X	1
		GERENCIA		X			
		CONTABILIDAD		X			
		DOCUMENTACION		X			
		ARCHIVO		X			
		DEPOSITO		X			
		OF. DE SECRETARIA		X	X	X	1
		SALA DE ESPERA		X		X	1
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SALA DE REUNIONES				X	1
		SS.HH(HOMBRES/MUJERES)	X		X	X	2
		SALON USO MULTIPLE		X		X	1
		BODEGA DE LIMPIEZA				X	1
ZONA DE VENTAS	PRODUCTOS PERECIBLES	PUESTO DE VENTA POLLOS	X	X	X	X	36
		PUESTO DE VENTA CARNES	X	X	X	X	31
		PUESTO DE VENTA HORTALIZAS	X			X	10
		PUESTO DE VENTA VERDURAS	X	X	X	X	42
		PUESTO DE VENTA FRUTAS	X	X	X	X	37
		PUESTO DE VENTA GRANOS TIERNOS / SECOS	X	X		X	32
		PUESTO DE VENTA QUESOS	X			X	14
		PUESTO DE VENTA LACTEOS	X			X	16
	PRODUCTOS NO PERECIBLES	PUESTO DE VENTA PAPAS	X			X	27
		PUESTO DE VENTA HUEVOS	X			X	10
		PUESTO DE VENTA CONFITES	X		X	X	17
		PUESTO DE VENTA ALIÑOS	X			X	14
	MISCELANEOS	PUESTO DE VENTA DE ARTESALIAS			X		
		FARMACIA			X		
		PUESTO DE BAZAR	X			X	22
		PUESTO DE VENTA CALZADO	X		X	X	28
		PUESTO DE ROPA DE BEBE	X			X	10
		PUESTO DE VENTA DE ROPA	X	X	X	X	24
		PUESTO DE ROPA CONFECCIONADA	X			X	13
		PUESTO DE ROPA BORDADA	X			X	6
		PUESTO DE ROPA USADA	X			X	9
		PUESTO DE VENTA DE TELAS	X			X	14
		PUESTO DE VENTA COSMETICOS	X	X		X	5
		PUESTO DE VENTA DE ARTICULOS PLASTICOS	X	X		X	16
		PUESTO DE VENTA DE CD'S	X	X		X	9
		PUESTO DE FLORES	X		X	X	15
		PUESTO DE YERBAS MEDICINALES	X			X	11
		SALON DE BELLEZA	X	X	X	X	6
		CABINAS TELEFONICAS	X			X	14
		PUESTOS DE TALLER DE COSTURA	X			X	11
		PUESTO DE TRABAJOS EN COMPUTADORA	X			X	7
		PUESTO DE COPIA DE LLAVES	X			X	5
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	BODEGAS			X	X	639
		CUARTOS FRIOS	X		X	X	67
		AREA DE COCHES PARA COMPRAS		X		X	2
		SS.HH (HOMBRES/MUJERES)	X		X	X	2
		BODEGA DE LIMPIEZA				X	2
ALIMENTOS	ALIMENTOS PREPARADOS	PUESTO DE VENTA DE REFRESCOS	X	X	X	X	45
		PUESTO DE VENTA DE COMIDA	X			X	180
		PUESTO DE VENTA DE HORNADO	X			X	20
		PUESTO DE VENTA DE COSAS FINAS	X			X	22
		PATIO DE COMIDAS	X			X	3
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SS.HH (HOMBRES/MUJERES)		X		X	2
		BODEGA DE LIMPIEZA				X	2
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CENTRO MEDICO	CONSULTORIO GENERAL		X		X	1
		CONSULTORIO PEDIATRA				X	1
		EMERGENCIAS				X	1
		RECEPCION				X	1
		SALA DE ESPERA				X	1
		SS.HH (HOMBRES/MUJERES)				X	1
	GUARDERIA	OF. ADMINISTRACION		X		X	1
		SECRETARIA		X			
		SALA DE ESPERA		X			
		HABITACION		X		X	1
		AULAS		X		X	2
		COCINA		X		X	1
		COMEDOR				X	1
		PATIO		X		X	1
		SS.HH (HOMBRES/MUJERES)		X		X	1
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SS.HH (HOMBRES/MUJERES)				X	2
		VESTIDORES (HOMBRES/MUJERES)		X			2
		BODEGA DE LIMPIEZA				X	1
SERVICIOS GENERALES	GUARDIANIA	CUARTO DE CONTROL		X			
		PUESTO POLICIAL		X			
	CUARTO DE MAQUINAS	CISTERNA		X		X	1
		BOMBAS		X		X	1
		TRANSFORMADORES		X		X	1
		GENERADOR		X		X	1
	MANTENIMIENTO	TALLER CARP. Y PINTURA				X	1
		TALLER ELECTRICO				X	1
		TALLER MECANICA				X	1
		PATIO DE TRABAJO					1
		BODEGA				X	1
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SS.HH (HOMBRES/MUJERES)		X		X	1
		BODEGA DE LIMPIEZA				X	1
AREA EXTERNA	GARITA					X	2
	PARQUEADERO PUBLICO			X	X	X	250
	PARQUEADERO DE CAMIONETAS					X	14
	PARQUEADERO DE TAXIS					X	8
	BODEGA DE BASURA					X	1
	BODEGA DE LIMPIEZA					X	1

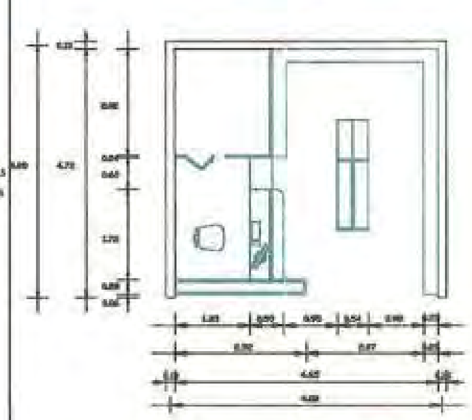
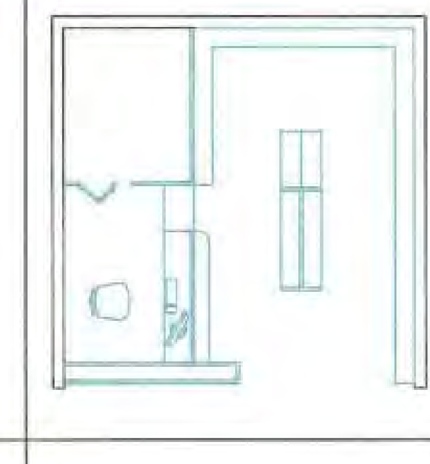
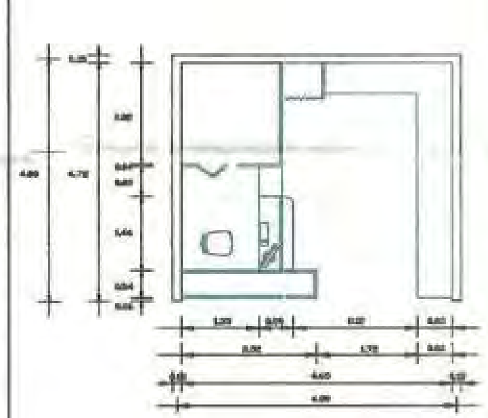
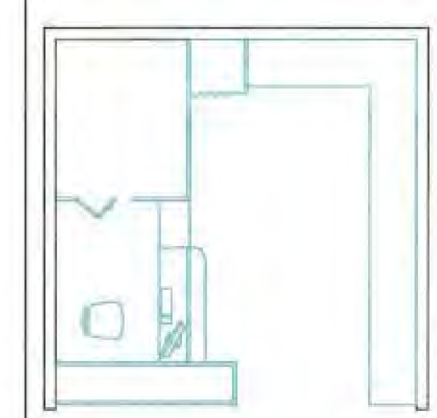
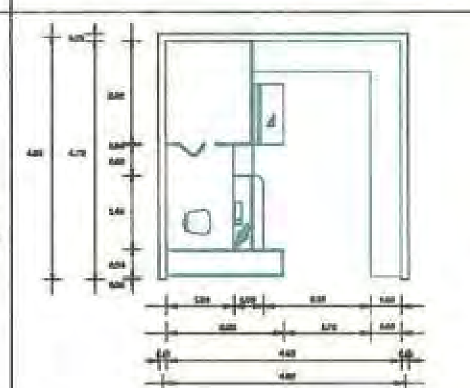
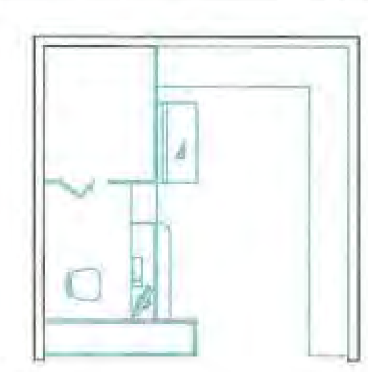
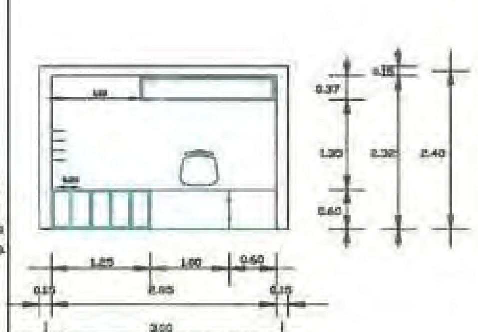
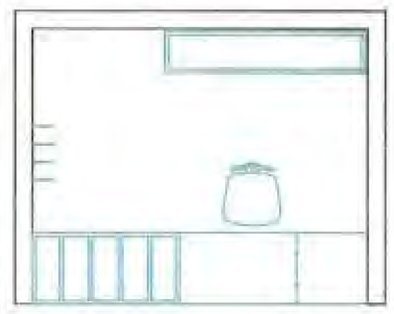
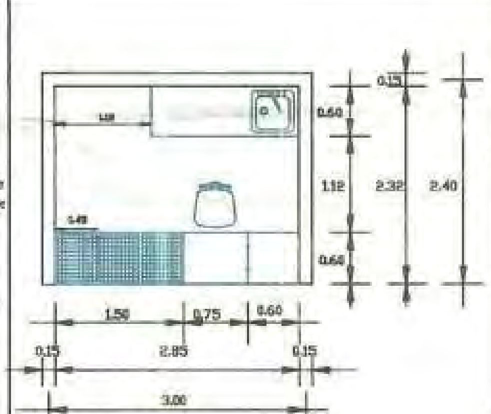
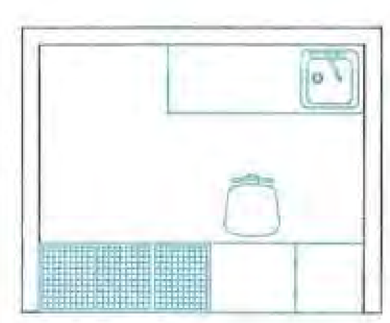
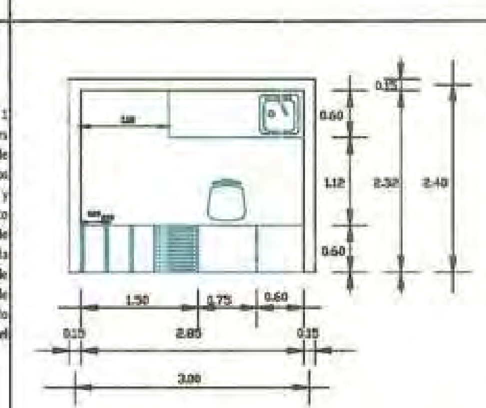
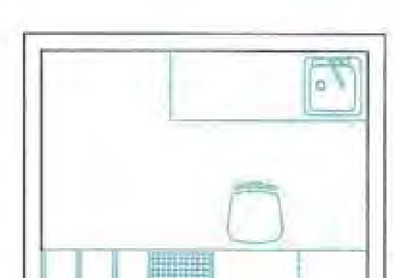
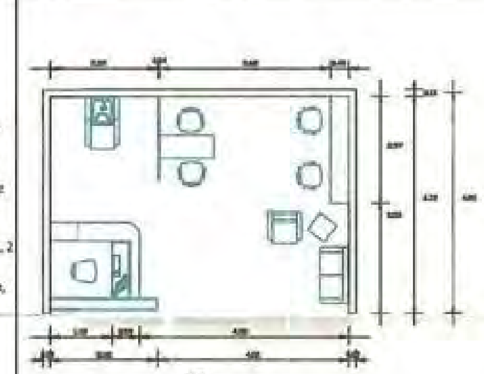
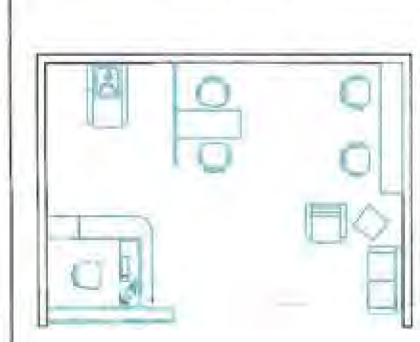
TERCERA FASE

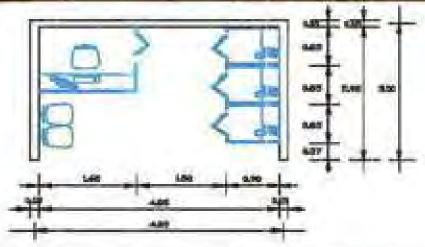
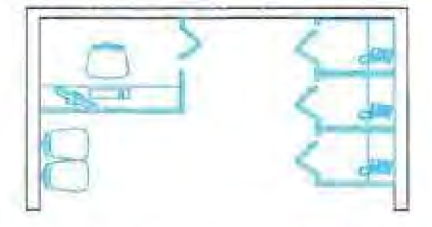
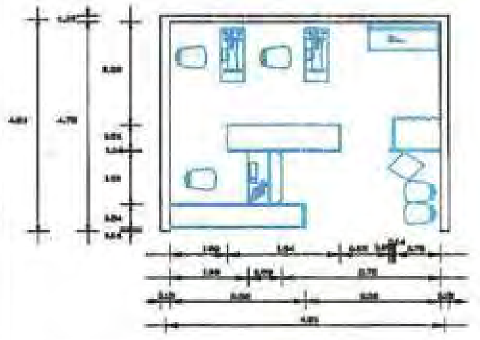
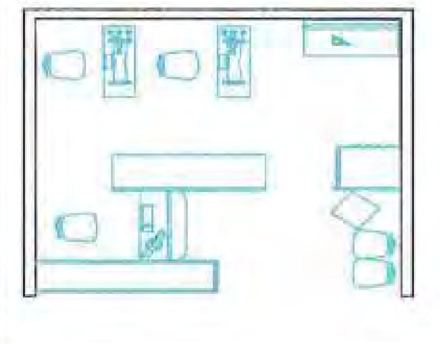
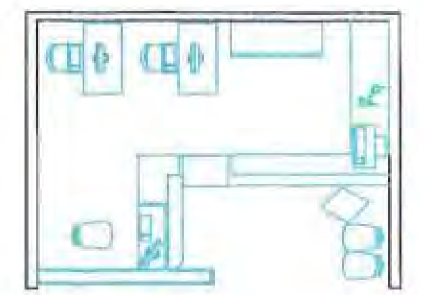
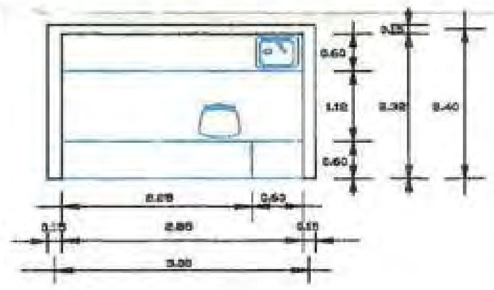
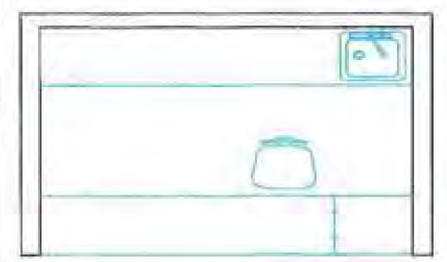
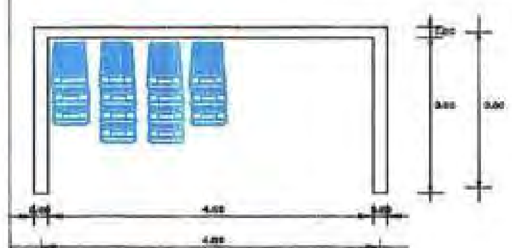
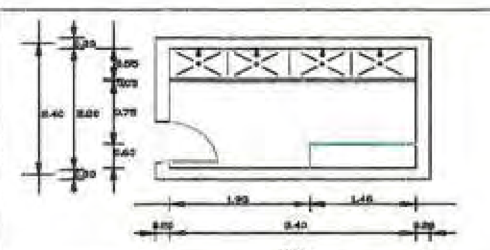
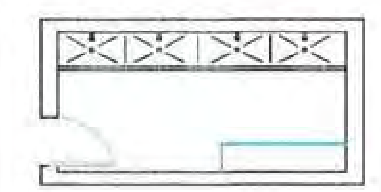
16. SINTESIS DEL PROGRAMA DEFINITIVO.

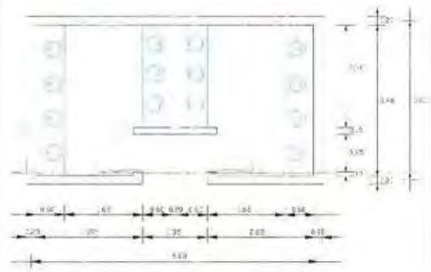
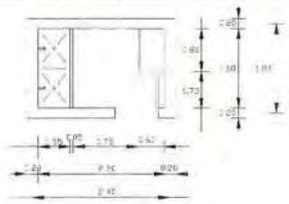
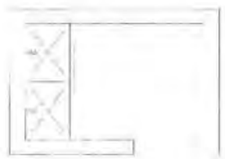
ZONAS	SUBZONAS
ADMINISTRACION	GERENCIA
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
ZONA DE VENTAS	PRODUCTOS PERECIBLES
	PRODUCTOS NO PERECIBLES
	MISCELANEOS
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
ALIMENTOS	ALIMENTOS PREPARADOS
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CENTRO MEDICO
	GUARDERIA
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
SERVICIOS GENERALES	GUARDIANIA
	CUARTO DE MAQUINAS
	MANTENIMIENTO
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
AREA EXTERNA	GARITA
	PARQUEADERO PUBLICO
	PARQUEADERO DE CAMIONETAS
	PARQUEADERO DE TAXIS
	BODEGA DE BASURA
	BODEGA DE LIMPIEZA

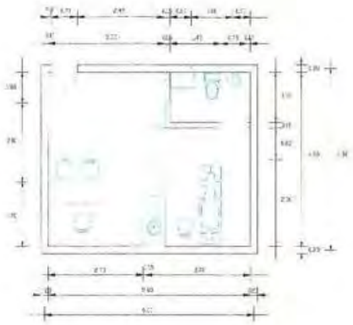
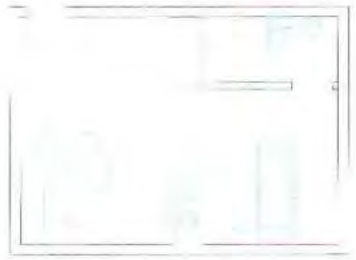
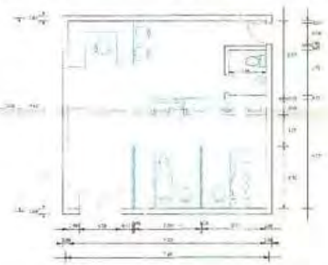
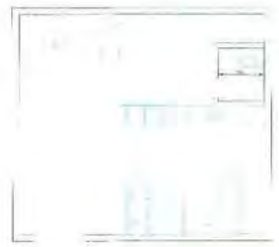
ZONAS	SUBZONAS	CODIGO	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ACTUALES	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO			DIMENSIONES DEL ESPACIO m		DIMENSIONES MODULADAS modulo 0.60m		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2	ESPACIO OPTIMO
							PERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO	LISTADO MOBILIARIO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
ADMINISTRACION	GERENCIA		OF. ADMINISTRACION	1	La administración en un negocio es el área que vela por el buen desarrollo conforme al marco, sin embargo actualmente el espacio destinado para esta labor no se adecuado, de tal manera resulta incómodo, el área de la administración cuenta con un solo teléfono ubicado en el área administrativa, no cuenta con servicio de secretaria de tal manera que el realiza varias funciones.	La administración es aquel organismo que se encarga de hacer que los recursos sean productivos, para el desarrollo del negocio, de esta manera el administrador el ingresar a este espacio, se sentará, encenderá en la computadora, llenará firmará documentos, los archivará en un mueble, atenderá a personas en su oficina, realizará llamadas, etc.	1 sillón, 2 sillas, 1 escritorio.	1 sillón, 2 sillas, 1 escritorio, 1 anaquel para archivar documentos, 1 sillón de espera, 1 mesa esquinera.		3	2.40	5	4	7.20	7.20	
			OF. DE RECAUDACIONES	1	La persona encargada de recaudaciones en el negocio, cuenta con un espacio destinado para desempeñar su trabajo, de manera que al no tener espacio suficiente de trabajo, esta realizar las actividades se realizan en medio de ruidos, sin embargo la persona de recaudaciones llega a su oficina, revisa los documentos que llegan a esta oficina, archiva los documentos, atiende a las personas y mantiene un registro de las facturas entregadas por los propietarios de los puntos de venta.	El área de recaudaciones es el organismo encargado de mantener un registro de las facturas entregadas por medio de los distintos propietarios de los puntos de venta, de manera que la persona encargada de recaudaciones, se sentará, revisará los documentos que llegan a esta oficina, tomará un mueble en donde podrá archivar los documentos, atenderá a las personas que están relacionadas previamente por la recaudación, realizará llamadas, etc.	1 sillón, 2 sillas.	1 sillón, 2 sillas, 1 escritorio, 1 anaquel para archivar documentos.		4.20	4.80	7	8	20.16	20.16	
			OF. SECRETARIA	1	no existe	La secretaria cumple la función de informar sobre cualquier acontecimiento al administrador de la oficina de recaudaciones, escribe convocatorias para reuniones a los dirigentes de cada área del mercado, manda avisos, recibe llamadas, archiva documentos, toma citas y atiende a las personas para ingresar a administración.	1	2	no existe	1 silla, 1 escritorio - archivador.		5.40	6.60	9	11	35.64	35.64	
			SALA DE ESPERA	1	Las personas que son atendidas por cualquiera de las oficinas de administración, tienen que esperar en un lugar sin sillas, proporcionarle una sala de espera que el administrador no cuenta con área de secretaria, las personas tiene que esperar a que el administrador salga o el personal de recaudaciones y se entere.	Como su nombre lo indica, es el espacio en donde las personas esperan en una sala para ser atendidas por el administrador o por la oficina de recaudaciones, referirse la espera a las informes que pueden ser atendidas, las personas se sientan y leen una revista.	-	3	3 sillas.	1 sillón de tres puestos, 2 sillones de un puesto, 1 mesa.							
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		SALA DE REUNIONES	1	no existe	Es el espacio concebido en donde se reunirán las personas que conforman el área administrativa para tratar distintos temas de interés, las personas al ingresar se sentarán en una mesa de ocho puestos, situada en el centro de la sala de reuniones de la manera que se pueda producir discusiones en la pared que esta frente a la mesa de reuniones, todas las personas tendrán una clara visibilidad, también contará con un mueble mediano en donde se podrán guardar ciertos documentos y en donde se podrá colocar una cafetera o bebidas para el momento en que se den las reuniones entre el administrador del mercado y dirigentes de las distintas áreas del mercado.	-	8	no existe	1 mesa, 8 sillas, 1 anaquel bajo.		5.40	4.20	9	7	22.68	22.68	
			SS.HH (HOMBRES / MUJERES)	1	Existe un solo baño para el área administrativa, el cual es usado por ambos sexos, hombres y mujeres. Actualmente, ese baño es usado también por el personal que van a realizar algún ingreso a la administración, de manera que las personas ingresan con manos llenas, la insuficiente cantidad de personas ingresan con manos llenas, no cuenta con un jabón en un dispensador eléctrico, en ambos casos no hacen uso del inodoro y se lavan las manos.	El grupo sanitario del área administrativa, fue diseñado con relación a la cantidad de personas que trabajan en este espacio y a las personas que ingresan a una las cualquier trámite, este grupo sanitario es dividido para hombres como para mujeres, de modo que las personal ingresan a lavarse las manos, en otra ocasión hacen uso de los inodoros y en ocasiones no simultáneamente, se lavan las manos.	-	7	1 lavabo, 1 inodoro.	MUJERES: 2 lavabos, 2 inodoros. HOMBRES: 2 lavabos, 2 inodoros, 1 urinario.		7.80	3.00	13	5	23.40	23.40	
			SALON USO MULTIPLE	1	no existe	En este espacio se podrán realizar los distintos eventos de interés social y cultural del mercado, es un espacio en donde podrá reunirse los representantes de cada área del mercado juntos con las autoridades, este espacio contará con baños tanto para hombres como para mujeres, dando importancia a las personas discapacitadas.	-	81	no existe	4 mesas (hall), 26 sillas (salón), 1 mesa y 5 sillas (escenario), BAÑO MUJERES: 1 lavabo, 1 inodoro. BAÑO HOMBRES: 1 lavabo, 1 inodoro, 1 urinario.		10.20	9.60	17	16	97.92	97.92	
			BODEGA DE LIMPIEZA	1	no existe	Es un espacio dotado de pequeñas cajas de hormigón ubicadas en el suelo, en donde el personal de limpieza podrá tener los implementos de aseo, es decir el personal llegará a la bodega de aseo, escogerá los implementos necesarios ubicados en un anaquel, posteriormente, trapeará el piso con un coche con agua y el respectivo, volverá a la bodega de limpieza para llenar el coche con agua y trapeará el trapeador en la tina.		1	no existe	2 tinas fijas de hormigón, 2 baños, 1 anaquel.		2.40	1.80	4	3	4.32	4.32	
						TOTAL:	3	3 * 0.81 = 2.43	2.43 / 0.36 = 6.75	7 * 0.36 = 2.52				AREA TOSTIANA:		2.52	211.32	
														TOTAL:			213.84	

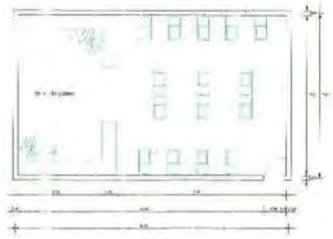
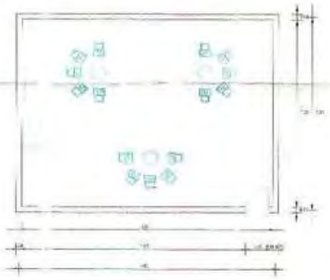
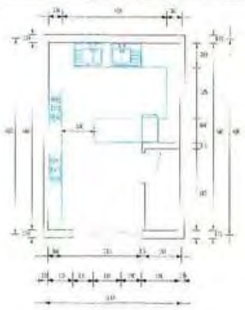
ZONAS	SUBZONAS	CODIGO	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ACTUALES	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO			DIMENSIONES DEL ESPACIO m		DIMENSIONES MODULADAS modulos lineales		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2.	ESPACIO OPTIMO
							PERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO ACTUAL	LISTADO MODIFICADO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
ZONA DE VENTAS	PRODUCTOS PERECIBLES		PUESTO DE VENTA DE POLLOS	36	El producto es entregado a los puestos de venta en costales, los vendedores seleccionan los pollos de acuerdo al peso, el mismo que ayuda a establecer el precio, en algunos puestos que cuentan con lavamanos el producto es lavado, en otros puestos se usa tanques con agua estancada, algunos pollos son cortados en presas para la venta, parte del producto se guarda en el refrigerador y la mayoría del producto se exhibe en un mesón, a la intemperie, después de su venta el producto es entregado en una funda.	El producto llega al puesto de venta, posteriormente será colocado en un mesón en donde se [illegible] de acuerdo al peso y algunos pollos son cortados en presas, después son lavados y son colocados en un congelador para mantenerlos frescos, estos servirán de reserva para que el negocio permanezca surtido y otra parte del producto será colocado en un refrigerador tipo mostrador de manera que el producto pueda ser apreciado por el cliente y que se mantenga fresco, una vez vendido el producto, será entregado de manera higiénica en una funda al consumidor final.	1	2	Meson, lavamanos (existen en un mínimo porcentaje de puestos), 1 tanque de agua (sirve para lavar el producto), 1 refrigerador (existe en un mínimo porcentaje de puestos), 1 silla.	Meson (area de corte y selección del producto, con compartimentos para guardar los implementos de trabajo),lavamanos,1 refrigerador, 1 congelador, 1 silla.		3	2.40	5	4	7.20	482.40	
			PUESTO DE VENTA DE CARNES	31	El producto llega del camal y es seleccionado en un mesón, de acuerdo al tipo de carne, en algunos puestos tienen las máquina trituradoras, en donde se coloca la carne y se adquiere la carne molida lista para la venta, la mayoría de puestos tienen tubos metálicos en donde se cuelga la carne para exhibirla al cliente, también hacen uso de los mesones, en donde se exhibe el producto, exponiéndolo al medio ambiente, una vez realizada la negociación el producto es entregado al consumidor en una funda.	(Los puestos de carne serán abastecidos por un cuarto frío en donde se almacena el producto), una vez en el puesto de venta, la carne será seleccionada de acuerdo a su tipo, posteriormente la carne deberá ser lavada y colocada en un refrigerador tipo mostrador, para mantener el producto fresco, en el caso de la carne molida, después de ser lavada, se colocará en la máquina trituradora, al adquirir el producto se pondrá determinada cantidad de acuerdo al peso en bandejas plásticas tapadas con un plástico adhesivo de embalaje y será colocada en el refrigerador tipo mostrador, una vez listos los productos para su venta, serán entregados al consumidor final en una funda.	1	2	1 Mesón para cortar la carne, refrigerador (existe en un mínimo porcentaje), 1 lavamanos (existe en un mínimo porcentaje), 1 silla.	1 Mesón para cortar la carne con modulares para guardar los implementos de trabajo,1 refrigerador o congelador para exhibir los productos, 1 lavamanos, una silla.								
			PUESTO DE VENTA DE HORTALIZAS	10	Los puestos de venta de verduras son abastecidos por camionetas que traen el producto en costales, desde el Mercado Mayorista, luego los comerciantes seleccionan de acuerdo al tipo de verduras y por el tamaño, las verduras se exhiben al consumidor en los cajones que están colocados a manera de gradas o en mesones, el producto restante que se encuentra en los costales, está almacenado en el interior del puesto y en otros casos usando parte de la circulación peatonal, hecho una vez el negocio, el producto es entregado en una funda.	Una vez que el producto llega al puesto de venta, el vendedor deberá lavarlas e ir seleccionándolas en un mesón, de acuerdo a su tipo, tamaño, etc., una vez realizada esta actividad, el producto deberá ser colocado en un mesón en forma de gradas para su exhibición, de esta manera se podrá apreciar las frutas y verduras, cada producto tendrá su compartimento, este mesón contara con modulares para guardar los implementos de trabajo, el producto almacenado para abastecer el puesto de venta estará colocado en un espacio adecuado de manera que se mantenga fresco, luego de realizar la negociación, el producto es entregado de manera higiénica al consumidor en una funda.	1	2	Cajones de madera (para exhibir los productos), 1 meson, espacio para almacenamiento, 1 silla.	1 lavamanos, 1 mesón, 1 mesón de exhibición en forma de gradas y con compartimentos para los productos y con modulares para los implementos de trabajo, 1 espacio para el almacenamiento del producto, 1 silla.		3	2.40	5	4	7.20	640.80	
			PUESTOS DE VENTA DE VERDURAS	42														
			PUESTOS DE VENTA DE FRUTAS	37	Las frutas llegan por medio de camiones hasta el parqueadero cerca al "Mercado la Playita", posteriormente son distribuidas a los distintos puestos en carretillas manuales, una vez que el producto llega al puesto de venta, los vendedores seleccionan de acuerdo al tipo y tamaño del producto, esta selección del producto se realiza en el mismo mesón en donde son exhibidas las frutas, otros puestos hacen uso de los mismos cajones en donde llegan ciertos productos como el tomate de árbol, para colocarlos a manera de gradas y usarlos para exhibir las frutas, las frutas que son almacenadas ocupan un espacio dentro de los puestos de venta, una vez vendido el producto, es entregado al consumidor final en una funda.				1 mesón o (cajones de madera para exhibir el producto), 1 espacio para almacenar el producto, 1 silla.									
			PUESTO DE VENTA DE GRANOS TIERNOS Y SECOS	31	En el caso de los granos tiernos, estos son entregados a los puestos de venta como vainitas en costales, algunos costales son almacenados en el puesto de venta, los comerciantes desgranan el producto para luego exhibirlo en un mesón, es ahí donde se encuentran separados los tipos de granos, el producto se vende al consumidor en libras y de acuerdo a eso se establece el precio, una vez acordado el negocio entre el comprador y el vendedor, el producto es entregado en una funda.	El producto es entregado a los puestos de venta en forma de vainita en costales, el vendedor después de descascarar los granos, deberá colocar en un mesón los granos tiernos y secos colocarlos en compartimentos a manera de mostrador, utilizando cada compartimento para un tipo de grano, de esta manera se podrá apreciar mejor el producto, deberá destinarse un espacio apropiado dentro del puesto de venta para el almacenamiento del producto. Una vez que el comprador elija el producto, el vendedor procederá a pesar los granos y a establecer el precio de acuerdo a cuantas libras desea el comprador, el producto finalmente es entregado en una funda.	1	2	1 mesón, 1 silla, 1 espacio para almacenar el producto.	1 mesón, 1 lavaplatos, 1 mostrador con compartimentos, 1 silla, 1 espacio para almacenamiento del producto.		3	2.40	5	4	7.20	230.40	
			PUESTO DE VENTA DE QUESOS	14	Los quesos son entregados a los puestos de venta en cubetas plásticas, muchos de los vendedores almacenan una cantidad de dos cubetas diarias para mantener abastecido el puesto de venta, estas cubetas se encuentran expuestas al intemperie y cubiertas con una tela, el vendedor coloca los quesos amasados en un mesón, el mismo que es usado para su exhibición y para seleccionar el producto de acuerdo al tamaño, algunos quesos son exhibidos con el molde cuando están recién frechos, el molde consiste en un pedazo de tubo cortado, el cual le da forma, luego de realizarse la negociación el vendedor entrega el producto lavándolo en una caneca de agua estancada y finalmente es entregado en una funda al consumidor.	Los quesos amasados son entregados a los puestos de venta en cubetas, el vendedor deberá lavarlos y seleccionarlos en un mesón, después el producto deberá ser cubierto con un plástico adhesivo de embalaje y deberá ser colocado en un refrigerador tipo mostrador en donde los productos se mantengan frescos y puedan ser apreciados por el consumidor, el producto restante que sirve de abastecimiento deberá también seguir el mismo tratamiento y será almacenado en el mismo refrigerador tipo mostrador o en otro refrigerador, de esta manera recibirá el consumidor final un producto fresco y de manera higiénica.	1	2	1 espacio para almacenamiento de cubetas con quesos, 1 mesón, 1 caneca de agua, 1 silla.	1 mesón, 1 refrigerador tipo mostrador, 1 refrigerador, 1 lavaplatos, 1 silla.		3	2.40	5	4	7.20	216	
			PUESTO DE VENTA DE LACTEOS	16	Los productos lácteos llegan en cubetas plásticas al puesto de venta, los productos son seleccionados en un mesón y colocados en los distintos sitios de exhibición, ya sea en un mesón o en un refrigerador, muchos de los productos que se exhiben en el mesón están expuestos al medio ambiente como los quesos o los litros de leche, los productos que sirven de abastecimiento se encuentran en la mayoría de puestos al aire libre, finalmente son entregados al consumidor final en una funda.	Los productos lácteos al llegar al puesto de venta en cubetas plásticas, deberán ser seleccionados los productos en un mesón de acuerdo al tipo de producto, deberán ser lavados y colocados en un refrigerador tipo mostrador, de esta manera se podrá exhibir el producto de una forma mas higiénica, los productos que sirven de abastecimiento para el puesto de venta deberán seguir el mismo procedimiento y serán colocados en otro refrigerador, para mantener fresco el producto. Finalmente el producto será entregado al consumidor final en una funda.			1 mesón, 1 refrigerador, 1 silla.									
	PRODUCTOS NO PERECIBLES		PUESTO DE VENTA DE PAPAS	27	Las papas llegan del "Mercado Mayorista" en una camioneta al parqueadero cercano al "Mercado la Playita", es ahí donde el producto que se encuentra en costales es pasado a unas carretillas manuales para llegar al puesto de venta, el vendedor abre los costales de papas y coloca parte del producto dentro del puesto de venta para su almacenamiento y parte del puesto de venta es usado para la exhibición del producto, sin embargo los vendedores hacen uso de las vías de circulación peatonal del mercado para exhibir el producto, las papas se venden por libras y también son colocados en un mesón de acuerdo al tipo de papas, esta es otra manera de exhibir el producto. En algunos puestos el producto se exhibe en otra presentación, es decir cuando el vendedor ofrece el producto en una funda ya peladas. El producto es entregado al consumidor final en una funda.	El producto es entregado al puesto de venta en costales, el vendedor deberá lavar el producto y colocarlo en compartimentos a manera de mostrador, utilizando cada compartimento para cada tipo de papa, el producto también es ofrecido al cliente en una funda y ya peladas, estas fundas de papas serán exhibidas en un mesón. Deberá destinarse un espacio apropiado dentro del puesto de venta para el almacenamiento del producto en costales. Una vez que el comprador elija el producto, el vendedor procederá a pesar las papas y a establecer el precio de acuerdo a cuantas libras desea el comprador, el producto finalmente es entregado en una funda.	1	2	1 mesón, 1 silla, 1 espacio improvisado para almacenar, 1 espacio improvisado para exhibir el producto.	1 mesón, 1 lavaplatos, 1 mostrador con compartimentos, 1 silla, 1 espacio para almacenamiento del producto.		3	2.40	5	4	7.20	194.40	
			PUESTO DE VENTA DE HUEVOS	9	El producto llega al puesto de venta en cubetas de treinta unidades, el vendedor se encarga de seleccionar en un mesón el producto de acuerdo al tipo de huevos y al tamaño, para posteriormente exhibirlos en un mesón ya sea en cubetas o en forma de pirámide, que consiste en colocar una cubeta como base y colocar los huevos en forma de pirámide, los huevos son almacenados en un espacio del puesto de venta en el suelo. Finalmente el producto es vendido al consumidor final en una cubeta o en fundas plásticas.	El producto al llegar al puesto de venta deberá ser almacenado en un espacio adecuado en la parte de abajo del mesón tipo grada donde se exhibirá el producto, deberá ser seleccionado en un mesón de acuerdo al tipo y tamaño, los huevos serán exhibidos en cubetas en un mesón en forma de gradas para poder apreciar la variedad del producto, los huevos serán entregados al consumidor final en cubetas.	1	2	2 mesones, 1 área de almacenamiento, 1 silla.	1 mesón, 1 mesón tipo gradas, 1 área de almacenamiento, 1 silla.		3	2.40	5	4	7.20	64.80	
			PUESTO DE VENTA DE CONFITES	17	Los productos llegan al puesto de venta en distintos tamaños de cartones ya que existe una gran variedad de confites, el vendedor se encarga de seleccionarlos y colocarlos en mesones, mostradores, perchas y hasta en los mismos cartones dejando descubierta la parte superior del cartón, ciertos productos no vienen enfundados y se los vende al peso. Actualmente se usa como área de almacenamiento todo el puesto de venta y los productos son entregados al consumidor final en una funda.	Los productos al llegar al puesto de venta deberán ser seleccionados para ir a los distintos exhibidores, el vendedor deberá seleccionar de acuerdo al tamaño y al producto, de acuerdo a eso ubicarlos en un mesón tipo exhibidor en donde tendrá compartimentos para colocar en ellos los productos que se venden al peso, en el mostrador se colocara los productos que vienen en funda, en el mismo mueble se exhibirá ciertos productos como gomas de dulce que estarán en divisiones plásticas transparentes, junto a este mostrador estará colocado un espacio de almacenamiento, en donde se podrá colocar los cartones, otros productos pequeños serán exhibidos en perchas colocadas en la pared, finalmente el producto será pesado si es el caso y establecido el precio o si el producto ya viene marcado este será entregado al consumidor final en una funda.	1	2	1 mesón, 1 o 2 mostradores, 2 perchas, 1 silla.	1 mesón tipo mostrador con compartimentos, 1 mostrador (andamio), 4 perchas, 1 area de almacenamiento, 1 silla.		3	2.40	5	4	7.20	381.60	
			PUESTO DE VENTA DE ALIÑOS	14	Los productos llegan al puesto de venta en distintos tamaños de cartones ya que existe una gran variedad de aliños, el vendedor se encarga de seleccionarlos y colocarlos en canastos, mostradores, perchas y hasta en los mismos cartones dejando descubierta la parte superior del cartón. Actualmente se usa como área de almacenamiento todo el puesto de venta y los productos son entregados al consumidor final en una funda.	Los productos al llegar al puesto de venta deberán ser seleccionados para ir a los distintos exhibidores, el vendedor deberá seleccionar de acuerdo al tamaño y al producto, de acuerdo a eso ubicarlos en un mesón tipo exhibidor en donde tendrá compartimentos para colocar en ellos cada tipo de aliño, estos productos por lo general vienen en fundas pequeñas de 75 gramos, en el mostrador se colocara los productos que vienen en fundas más grandes, junto a este mostrador estará colocado un espacio de almacenamiento, en donde se podrá colocar los cartones, otros productos pequeños serán exhibidos en perchas colocadas en la pared, finalmente el producto será entregado al consumidor final en una funda.	1	2										
			PUESTOS DE BAZAR	22	Los puestos de bazar, tienen una gran variedad de productos por lo que los vendedores colocan de acuerdo al tipo de producto y al tamaño de los mismos en anaqueles y en la pared colgados, para su exhibición, muchos de los productos son exhibidos en las mismas cajas en donde vino el producto, esto se debe a la falta de un espacio adecuado para el almacenamiento, el cliente luego de escoger el producto, el vendedor cobra el valor por el producto y es entregado en una funda.	Los productos al llegar al puesto de venta deberán ser seleccionados para ir a los distintos exhibidores, el vendedor deberá seleccionar de acuerdo al tamaño y al producto, de acuerdo a eso ubicarlos en un mesón tipo exhibidor en donde tendrá compartimentos para colocar en ellos los distintos productos, en el mostrador se colocar los productos que vienen en fundas más grandes, junto a este mostrador estará colocado un espacio de almacenamiento, en donde se podrá colocar los cartones, otros productos pequeños serán exhibidos en perchas colocadas en la pared, finalmente el producto será entregado al consumidor final en una funda.	1	2	1 o 2 anaqueles, 1 silla, 3 o más perchas para colgar el producto en la pared.									

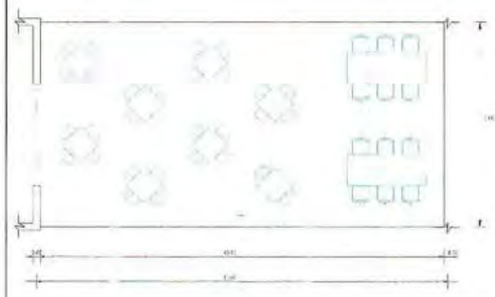
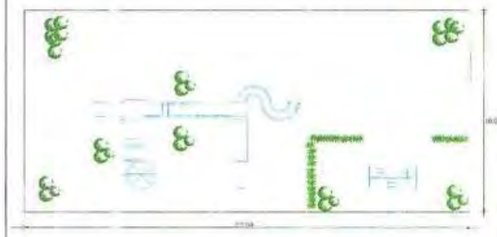
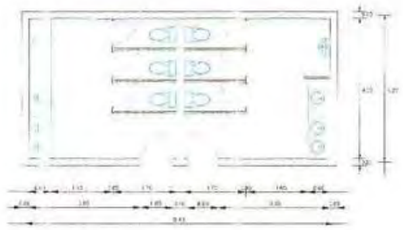
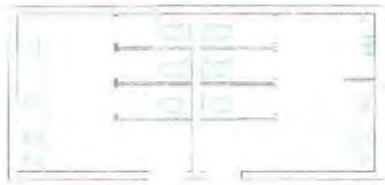
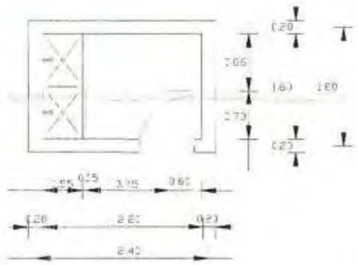
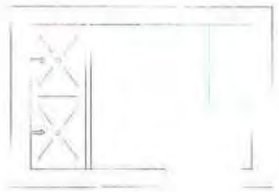
ZONAS	SUBZONAS	CODIGO	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ACTUALES	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO			DIMENSIONES DEL ESPACIO m2		DIMENSIONES MODULADAS modulos lineales		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2.	ESPACIO OPTIMO
							PERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO ACTUAL	LISTADO MODIFICADO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
ZONA DE VENTAS	MISCELÁNEOS		PUESTO DE VENTA DE CALZADO	28	El producto llega al puesto de venta en cajas de cartón, en donde en cada caja contiene un par de zapatos, el vendedor coloca estas cajas de zapatos en los distintos compartimentos inferiores que tienen los muebles en donde exhiben, muchos de los puestos, debido a la falta de un espacio para el almacenamiento del calzado, utilizan parte del espacio de circulación dentro del almacén, almacenando el calzado a manera de torres en las esquinas del almacén, para la exhibición del calzado, utilizan anaqueles o plantillas de plástico en donde son adheridas a la pared, la mayoría de los puestos utilizan para la exhibición del calzado parte del espacio de circulación del mercado, el cliente luego de observar el calzado, procede a probarse en unas bancas, finalmente el producto es entregado al consumidor final en una funda.	Una vez que el producto llegue al puesto de venta, este será almacenado en una bodega, que será ubicada dentro del puesto de venta de esta manera se podrá tener un control del ingreso de la mercadería, el cliente al ingresar al puesto podrá apreciar el producto que será exhibido en la pared, en todo el contorno del puesto de venta, en donde se colocaran las muestras de calzado en una plantilla de plástico adherida a la pared, la misma que será forrada de madera que tendrá unas hendijas de esta manera las plantillas podrán ser movibles, el cliente también podrá apreciar el producto en un mueble central, en el cual se observará el producto de los dos lados, luego de que el cliente escoja un calzado, podrá sentarse y probarse en una banca que está adherida al mueble central, finalmente el cliente negocia el calzado de su elección, cancela por el producto en caja y finalmente es entregado el producto al consumidor final en una funda.	1	6	2 o 3 anaqueles, 1 mostrador adherido a la pared en donde se colocan plantillas de plástico para exhibir los zapatos, una banca para probarse el calzado el cliente, 1 silla para la persona que atiende.	1 bodega, 3 mostrador adherido a la pared en donde se colocan plantillas de plástico para exhibir los zapatos, 1 banca para probarse el calzado el cliente, 1 anaquel pequeño, 1 silla para la persona que atiende, 1 caja (lugar de atención).		4.80	4.80	8	8	23.04	645.12	
			PUESTO DE VENTA DE ROPA DE BEBE	10														
			PUESTOS DE VENTA DE ROPA	24	El vendedor al recibir el producto, lo almacena dentro de los compartimentos inferiores que tienen los muebles para la exhibición del producto, muchas veces el producto es colocado en fundas grandes de plástico y apoyadas en una esquina del almacén debido al poco espacio existente para su almacenamiento, para su exhibición el vendedor coloca mallas metálicas en todas las paredes, para en ellas colocar los armadores con las distintas prendas, en la mayoría de puestos las mallas son colocadas en la fachada del puesto de venta o también son extendidas por todo la fachada cuerdas que sirven para colocar la ropa en ellas, dando una contaminación visual al espacio de circulación del mercado, también la ropa es colocada en andamios para su exhibición. El cliente observa la prenda, algunos puestos cuentan con vestidores, sin embargo la mayoría de puestos tienen espacios improvisados para un vestidor, finalmente al realizarse la compra del producto, este es entregado al cliente en una funda.	Al ingresar producto al puesto de venta, el vendedor a lacenara las prendas de vestir en una bodega después procederá a colocar el precio de la prendas de vestir y colocara parte de ell en las perchas y muebles destinados ara la exhibición, el cliente luego de observa as prendas podrá hacer uso del vestidor pa probarse, finalmente al realizar la venta del producto, éste será entregado al cliente en u a funda y el vendedor por su ubicación p bra tener un control del ingreso del puesto y venta.	2	6	2 Muebles de exhibición, 1 anaquel, 1 silla, 1 vestidor (no todos los puestos cuentan con un vestidor).	1 bodega, 2 muebles de exhibición (anaqueles), 1 vestidor, 1 silla para la persona que atiende, 1 caja (lugar de atención).		4.80	4.80	8	8	23.04	1428.48	
			PUESTO DE VENTA DE ROPA CONFECCIONADA	13														
			PUESTO DE VENTA DE ROPA BORDADA	6														
			PUESTOS DE VENTA DE ROPA USADA	9														
			PUESTO DE VENTA DE TELAS	14	Los puestos de venta de tela reciben el producto en rollos, los mismos que facilitan la exhibición de las telas ya que estos rollos son colocados en anaqueles, en donde se puede apreciar la variedad de telas, sin embargo la mayoría de los puestos hacen uso de los espacios de circulación del mercado para la exhibición del producto, ya que no cuentan con un espacio para el almacenamiento de los rollos de tela, el producto se vende por yardas o metros, el cliente al escoger la tela, el vendedor coloca el rollo de tela en una mesa para poder cortar la cantidad indicada por el cliente, finalmente se realiza la negociación y el producto es entregado al cliente en una funda.	Al llegar los rollos de tela al puesto de venta, estos serán almacenados en una bodega, los rollos de te serán exhibidos en anaqueles, en donde el cl nte podrá ingresar al puesto de venta y obs rvar el producto, el cliente al escoger la t la, el vendedor colocara el rollo de tela en mesa para poder cortar la cantidad in icada por el cliente, finalmente, luego de la egociación se entregara el producto a cliente en una funda.	2	6	2 o 3 anaqueles, 1 mesa para realizar cortes, 1 silla.	1 bodega para el almacenamiento, 2 o 3 anaqueles, 1 mesa para realizar cortes, 1 caja (lugar de atención), 1 silla para la persona que atiende.		4.80	4.80	8	8	23.04	322.56	
			PUESTOS DE VENTA DE COSMETICOS	9	Los puestos de venta de cosméticos, tienen una gran variedad de productos por lo que los vendedores colocan de acuerdo al tipo de producto en canastas plásticas para su exhibición o en las mismas cajas en donde vino el producto, esto se debe a la falta de espacio para el almacenamiento, son pocos los puestos que cuentan con un pequeño mostrador, el cliente luego de escoger el producto, el vendedor cobra el valor por el producto y lo entrega en una funda.	El vendedo contara con un espacio apropiado para el alm cenamiento del producto, debido a la gran v iedad que existe de cosméticos, estos serán colocados en un mostrador tipo andamio e donde se podrá colocar los productos ás grandes, los productos pequeños mo esmaltes, labiales, etc., serán exhibidos un mesón tipo mostrador con compartim ntos en donde se podrán colocar en ellos, d acuerdo al tipo de producto, también p drá exhibirse el producto en perchas qu serán colocadas en la pared, de esta mane el producto podrá ser mejor apreciado p r el cliente, el vendedor indica al cliente el p oducto por el cual está interesado, el vendedo cobra el valor por el producto y lo entrega en na funda.	1	2	1 mostrador, 1 silla.									
			PUESTOS DE VENTA DE ARTICULOS DE PLASTICO	15	Los puestos de venta de artículos plásticos, tienen una gran variedad de productos por lo que los vendedores colocan de acuerdo al tipo de producto en canastas plásticas para su exhibición, en anaqueles, en la pared, hasta en la fachada del puesto, obstaculizando las vías de circulación del mercado, también son exhibidos los artículos de plástico en las mismas cajas en donde vino el producto, esto se debe a la falta de un espacio adecuado para el almacenamiento, el cliente luego de escoger el producto, el vendedor cobra el valor por el producto y es entregado en una funda.	El vendedo contara con un espacio adecuado para el alm cenamiento del producto, debido a la gran v iedad que existe de artículos plásticos, e tos serán colocados en un mostrador po andamio en donde se podrá colocar los roductos más grandes, los productos equeños como vasos, utensilios plásticos, e ., serán exhibidos en un mesón tipo mostr dor con compartimentos en donde se podrán locar en ellos, de acuerdo al tipo de product , también podrá exhibirse el producto e perchas que serán colocadas en la pared, d esta manera el producto podrá ser mejor ciado por el cliente, el vendedor i dica al cliente el producto por el cual está i esado, el vendedor cobra el valor por e producto y posteriormente lo entrega en na funda.	1	2	1 o 2 anaqueles, 1 silla, 1 mostrador.	1 mesón tipo mostrador con compartimentos, 1 anaquel, 4 perchas, 1 area de almacenamiento, 1 silla.		3	2.40	5	4	7.20	230.40	
			PUESTO DE VENTA DE CD's	8	En este puesto de venta se puede encontrar CD's de música y películas, el producto llega en cajas por lo que, en algunos puestos usan las cajas como un modo de exhibición, el producto es colocado en un mostrador en donde se colocan los CD's de música, los CD's de películas son exhibidos en armazón apoyado a la pared. El cliente escoge el CD y el vendedor entrega el producto en una funda, a diferencia de los CD's de música, las películas luego de ser escogidas por el cliente, el vendedor muestra la película en la televisión, de este modo el cliente puede ver si está bien la película y si es la de su agrado, una vez realizada la negociación, el producto es entregado en una funda.	Al llegar el roducto en cajas al puesto de venta, el v ndedor deberá colocar los CD's en un mesón so mostrador con compartim ntos en donde se podrá colocar en cada un los CD's de acuerdo al tipo de música, de sta manera el cliente podrá tener acceso a la ariedad de música y escoger. Las películas s án exhibidas en un anaquel en donde será clasificadas de acuerdo al tipo de película, la elevisión será colocada en la pared, de m anera que el cliente pueda observar la elícula y escoger, luego de decidir el roducto, el cliente cancela y el producto s entregado en una funda.	1	2	1 mostrador, 1 o 2 armazones apoyados a la pared, 1 televisor, 1 DVD, 1 silla.									
			PUESTO DE VENTA DE FLORES	15	Las flores llegan al puesto de venta en paquetes de veinte y cinco unidades, el vendedor las coloca para su exhibición en cubetas con agua, que posteriormente son ubicadas en un mesón, sin embargo debido a la falta de espacio en los puestos de venta, parte de las cubetas de flores son colocadas en las vías de circulación peatonal del mercado y los vendedores hacen uso de este espacio de circulación para realizar los arreglos florales, ya que dentro de los puestos también se almacena materiales para la elaboración de los mismos. Las flores son vendidas en paquetes o en unidades, una vez realizada la negociación, las flores son entregadas en una funda.	Al llegar lo paquetes de flores al puesto de venta, los v ndedores deberán colocar las flores en c betas de plástico, en un espacio destinado ara su almacenamiento, las flores serán colo das en un mesón para su exhibición, ste mesón tendrá compartim ntos en donde se podrá colocar distinto tip de flores, los compartimentos tendrán u malla de alambre en donde en cada cuad ícula podrá entrar un paquete de flores, en l parte inferior del mesón se encontrar cubetas metálicas con agua para las flores d exhibición, el puesto de flores deberá con ar con un mesón de trabajo en donde se p eda realizar cortes y arreglos florales, es mesón deberá tener un lavamanos en la parte inferior de los mesones se podrá g ardar los implementos de trabajo. Los cliente luego de observar y escoger las flores, se r alizara la negociación y serán entregada en una funda.	1	2	1 mesón, 1 lavamanos, 1 silla.	1 mesón, 1 lavaplatos, 1 mostrador con compartimentos en donde está colocada una malla de alambre y en cada cuadrícula se puede colocar los paquetes de flores, 1 silla, 1 espacio para almacenamiento del producto.		3	2.40	5	4	7.20	108	
			PUESTO DE VENTA DE YERBAS MEDICINALES	11	Las yerbas medicinales son colocadas por el vendedor en cubetas con agua para su exhibición, las yerbas medicinales secas son amontonadas en el mesón, por lo que resulta difícil para el cliente poder apreciar que tipo de yerbas hay en el puesto. Las yerbas medicinales son vendidas en paquetes pequeños, una vez realizada la negociación, las yerbas medicinales son entregadas al cliente envueltas en papel periódico.	El puesto c venta de yerbas medicinales deberá co ar con un lavamanos para el aseo personal, p ra la exhibición del producto, el vendedor- locara las yerbas medicinales frescas en n mesón que tendrá compartim ntos en donde se podrá colocar distinto tip de yerbas, uno de los compartim ntos tendrá una malla de alambre e donde en cada cuadrícula podrá entrar un p quete de yerba, en la parte inferior de mesón se encontraran cubetas metálicas n agua para la mantención de estas yerb , los otros compartimentos serán abiertos y n ellos se colocaran las yerbas medicinal secas, el puesto de venta contara con un esp cio de almacenamiento en donde se podrán locar en cubetas el resto de yerbas me icinales, de esta manera los clientes lo p de observar y escoger las yerbas, se realizara la negociación y serán entregada en una funda.	1	2	1 mesón, 1 lavamanos, 1 silla.	1 mesón, 1 lavaplatos, 1 mostrador con tres compartimentos en donde cuenta con dos compartimentos abiertos y el otro compartimento consta de una malla de alambre y en cada cuadrícula se puede colocar los paquetes de yerbas, 1 silla, 1 espacio para almacenamiento del producto.		3	2.40	5	4	7.20	79.20	
			SALON DE BELLEZA	6	Al llegar las personas al salón de belleza y esperar su turno, este espacio resulta insuficiente, ya que las personas tienen que esperar paradas, por que los salones de belleza no cuentan con un área de espera, el cliente que es atendido, es lavado el cabello, se sienta para que le realicen un corte de cabello, la persona que le atiende usa una mesa de plástico movible en donde coloca los instrumentos de trabajo, otro cliente va por el servicio de manquiare o periquiare, por lo que la persona que atiende hace uso de un espacio improvisado en el salón de belleza usando una silla, ciertos productos de belleza son vendidos en este puesto por lo que los colocan en un mostrador, una vez que el cliente fue atendido, cancela por el servicio y se va.	El salón de belleza al brindar un servicio, el cliente del e estar en un ambiente confortabl , por lo que los clientes al ingresar podrán es rar su turno en un área de espera, posteriorm nte, el cliente es atendido, lavado el cabello, uego se sienta para que le realicen corte d cabello, por lo que la persona que atiende re estara un mesón en donde podrá colocar los mplementos de trabajo, los clientes q e van por el servicio de manquieare o periquea e, el cliente se sienta, coloca las manos en na mesa pequeña, la persona encargada le esa área también se sienta y realiza su t abajo, finalmente los clientes cancelan e caja por el servicio y se van.	3	5	1 mesa movible, 1 o 2 sillas para realizar cortes de cabello, 1 mostrador, 1 sillón especial para el lavado de cabello, 1 mesa pequeña y 1 silla para el servicio de manqueare o periqueare.	1 silla para la persona de caja, 1 sillón simple, 1 sillón doble y una mesa esquinera para el área de espera, dos sillas y una mesa para el área de manqueare y periqueare, 2 sillas un mesón para el área de cortes de cabello, 1 sillón especial para lavados de cabello.		6.60	4.80	11	8	31.68	190.08	

ZONAS	SUBZONAS	CODIGO	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ACTUALES	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO			DIMENSIONES DEL ESPACIO ml		DIMENSIONES MODULADAS módulos lineales		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2	ESPACIO OPTIMO
							PERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO ACTUAL	LISTADO MODIFICADO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
ZONA DE VENTAS	SERVICIOS		CABINAS TELEFONICAS	14	Los puestos de cabinas telefónicas brindan un servicio con dos a cuatro cabinas en donde al usuario es controlado el tiempo por la persona encargada de la caja, esta misma persona también vende tarjetas para celulares de cualquier telefónica. El usuario llega a caja y solicita que le asignen una cabina, en ella encuentra solo el teléfono, el usuario acaba de hablar y la persona encargada de la caja observa en la computadora cuanto tiempo duró la llamada en tal cabina y establece el precio y el usuario cancela por el tiempo que duró la conferencia.	Los puestos de servicio telefónico deberán brindar al usuario un espacio donde sentarse para poder esperar cuando las cabinas están ocupadas o para poder buscar algún número telefónico, el usuario deberá acercarse a caja y solicitar que le asignen una cabina, en ella encontrará un teléfono y una guía telefónica, que estarán colocados en un mesón pequeño, solamente el usuario al acabar de hablar, la misma encargada de la caja observará en la computadora cuanto tiempo duró la llamada en tal cabina y establecerá el precio y el usuario cancela por el tiempo que duró la conferencia.	1	2	1 caja (lugar de atención), 1 silla, 2 o 4 cabinas.	1 caja (lugar de atención), 1 silla para la persona que atiende, 3 cabinas telefónicas, 2 sillas para el área de espera.		4.20	3	7	5	12.60	176.40	
			PUESTOS DE TALLER DE COSTURA	11	El taller de costura, brinda el servicio de arreglo y confección de prendas, en donde los clientes llevan las prendas para ser arregladas o telas para confeccionar una prenda, en este tipo de talleres trabajan por lo general dos personas, en donde una de las costureras se encarga de recibir las prendas dañadas o las telas y procede a trazar líneas y realizar cortes en una mesa, posteriormente, son entregadas las telas o las prendas a otra costurera, quien trabaja en la máquina de coser, las prendas ya elaboradas son colocadas en un closet, listas para su entrega, el cliente llega al taller de costura y tiene que hacer uso del vestidor, en algunos casos o de espacios improvisados para un vestidor, una vez puesta la prenda el cliente como la costurera analiza las fallas y si la prenda esta bien confeccionada es entregado al cliente en una funda.	Los talleres de costura deberán contar con un área de caja y atención al cliente, en donde la persona deberá estar encargada de recibir las prendas dañadas o telas, de igual manera será la encargada de entregar las prendas y cobrar, el cliente contará con un área de espera, dentro del taller deberán estar por lo menos dos personas en donde una realice trazos y cortes en una mesa, y otra misma realice su trabajo en la máquina de coser, todo taller deberá contar por lo menos con dos máquinas de coser, las prendas que estén arregladas o confeccionadas deberán ser colocadas en un closet, listo para su entrega, el cliente hará uso del vestidor, una vez puesta la prenda, el cliente como la costurera analizarán las fallas y si la prenda está bien confeccionada será entregada al cliente en la caja, en donde se cancelará el valor pendiente, y será entregada la prenda en una funda.	2	5	1 mesa para realizar cortes, 1 maquina de coser, 1 silla para las persona que use la maquina de coser, 1 vestidor o espacio improvisado para un vestidor, 1 closet.	1 mesa para realizar cortes, 1 o 2 maquinas de coser, 1 o 2 sillas para las personas que usen las maquinas de coser, 1 vestidor, 1 closet, 1 caja (lugar de atención), 1 silla para la persona que atiende.		4.80	4.80	8	8	23.04	253.44	
			PUESTO DE TRABAJOS EN COMPUTADORA	7	En este tipo de puestos se realizan trabajos en computadoras, en donde llegan por lo general los estudiantes de escuelas y colegios, otras personas también llegan a este puesto de servicio con la finalidad de que transcriban varios documentos, debido a la falta de espacio las personas no tienen donde esperar para ser atendidas, posteriormente, el cliente explica a la persona que atiende los detalles de cómo quiere que se realice el trabajo y la presentación, la persona encargada del trabajo, se sienta y trabaja en la computadora, imprime y anilla el documento, sin embargo el desenvolvimiento en el área de trabajo resulta difícil ya que muchos documentos son amontonados en el escritorio y los paquetes de hojas para imprimir son almacenados en el piso. Finalmente el documento es entregado al cliente y se establece el precio de acuerdo a la cantidad de hojas y el trabajo realizado, el cliente cancela por el servicio.	Este puesto brinda el servicio de trabajos en computadora, en donde al llegar las personas, deberán contar con un área de espera, luego serán atendidas por el personal del puesto de servicio, en caja donde el cliente deberá explicar cómo desea que se realice el trabajo y lo que debe contener el mismo, de igual manera la presentación, posteriormente la persona que atendió al cliente, se sentará y comenzará el trabajo en la computadora, luego de imprimir el trabajo, deberá anillarlo, habrá trabajos en los que sea necesario cortar las hojas, para lo cual el puesto de servicio deberá contar con una mesa de trabajo, debido a la cantidad de trabajos por realizar en computadora, el puesto deberá contar con por lo menos dos computadoras, los trabajos que estén listos para ser entregados deberán colocarse en un anaquel, el mismo que va a ser útil para el almacenamiento de material de trabajo, una vez que el cliente llegue a retirar su trabajo, este será entregado en caja, en donde se podrá indicar al cliente la cantidad de hojas y la calidad del trabajo, de acuerdo a esto se establece el precio y el cliente cancelará en caja, el trabajo será entregado en una funda.	2	3	1 escritorio, 1 silla, 1 mesa para la impresora y para realizar anillados.	2 mesas de computadora, 2 sillas para las mesas de la computadora, 1 mesa para realizar cortes de los papeles, 1 mueble fijo en donde se puede colocar las impresoras, otras maquinas, y forma parte de el área de caja (este mueble divide los ambientes y cuenta con una puerta), 1 silla para caja, 2 sillas para el área de espera, una mesa esquinera.		4.80	4.80	8	8	23.04	161.28	
			PUESTO DE COPIA DE LLAVES	3	El puesto de copia de llaves facilita de que el cliente pueda tener un duplicado de llaves, de tal manera que el cliente llega al puesto y entrega a la persona que atiende las llaves de las cuales desea obtener una copia, la persona que atiende el puesto, coloca las llaves en una máquina que va pasando por el borde de la llave original y por el otro lado de la máquina, simultáneamente va modelando el duplicado de la llave original, posteriormente son entregadas las llaves al cliente. Estos puestos por lo general cuentan con un espacio mínimo que dificulta el trabajo de la persona que atiende, en donde la máquina de duplicado de llaves es colocada en una mesa pequeña de madera, estos puestos no cuentan con un lavabo para su aseo.	Este puesto brinda el servicio al cliente de obtener un duplicado de llaves, es decir el cliente llega al puesto y entrega a la persona que atiende las llaves de las cuales desea obtener una copia, la persona que atiende al cliente, coloca las llaves en una máquina que va pasando por el borde de la llave original y por el otro lado de la máquina simultáneamente va modelando la llave nueva, una vez que se ha realizado el duplicado de la llave, será entregada al cliente, la persona que atiende podrá contar con un lavamanos para su aseo, la máquina para el duplicado de las llaves será colocada en un mesón el cual en su parte inferior tendrá compartimentos y podrá guardar las herramientas de trabajo y otro mesón será para la atención al cliente.	1	2				3	2.40	5	4	7.20	21.60	
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		AREA DE COCHES PARA COMPRAS	2	no existe	En este espacio se ubicarán los coches de compras en donde las personas ingresarán al área de ventas, tomarán un coche, realizarán sus compras y dejarán el coche en otra área de coches ubicado cerca a la salida de esta manera el cliente tendrá la comodidad de realizar sus compras.	1	2	no existe	coches		4.80	3.00	8	5	14.40	28.80	
			SS.HH (HOMBRES / MUJERES)	3	Las personas que hacen uso del grupo sanitario existente para los puestos de venta, cuenta con un lavabo de hormigón en forma de canal, con dos llaves, las personas se lavan las manos sin jabón, ni tampoco pueden secarse las manos ya que no cuenta con un secador eléctrico o un dispensador de servilletas, las personas que hacen uso de los inodoros llegan a sentir inseguridad ya que las puertas tienen espacios pequeños y tienen dificultad al cerrarse, esto se debe a la falta de mantenimiento, el grupo sanitario por encontrarse ubicado en un espacio cerrado no cuenta con una ventilación natural o artificial adecuada, los usuarios al ingresar ya sea para lavarse las manos o hacer uso de los inodoros tienen que cruzar por medio del agua estancada en el piso.		–	31				16.20	6.00	27	10	97.20	291.60	
			BODEGA DE LIMPIEZA	3	no existe	Es un espacio dotado de pequeñas tinas de hormigón ubicadas en el suelo, en donde el personal de limpieza podrá lavar los implementos de aseo, es decir el personal llegará a la bodega de aseo, escogerá los implementos necesarios ubicados en un anaquel, posteriormente, limpiará el piso con el coche con agua y el trapeador, volverá a la bodega de limpieza para llenar el coche con agua y limpiará el trapeador en la tina.	–	1	no existe			3.60	2.40	6	4	8.64	25.92	
						TOTAL:	1611.90 / .36 = 4477.50	4478 * .36 = 1612.08						ÁREA TRIBUTARIA:		1612.08	6173.28	
														TOTAL:			7785.36	

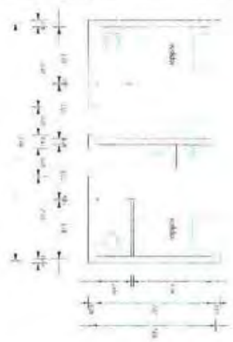
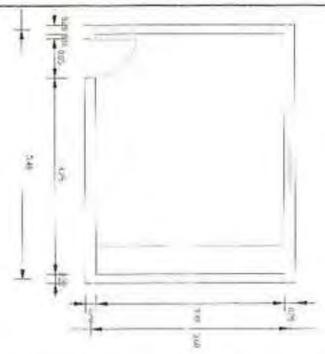
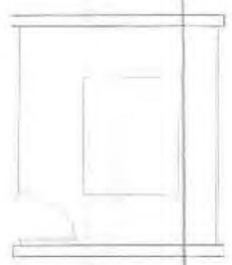
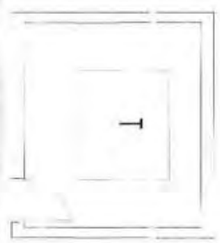
ZONAS	SUBZONAS	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ACTUALES	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO			DIMENSIONES DEL ESPACIO m		DIMENSIONES MODULADAS modulos lineales		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2.	ESPACIO OPTIMO
						PERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO	LISTADO MODIFICADO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
ALIMENTOS PREPARADOS		PUESTO DE VENTA DE REFRESCOS	45	Los refrescos son preparados en los puestos de venta, por lo que tienen almacenado por lo menos dos costales de frutas y también jabas de gaseosas, en el caso de los refrescos se requiere un proceso de elaboración por lo que los vendedores seleccionan las frutas en un mesón de acuerdo al tipo de jugo, las frutas son lavadas (algunos puestos no tienen lavaplatos por lo que lavan las frutas en una caneca con agua) y luego las colocan en las licuadoras, al obtener la bebida, esta es colocada en jarras grandes de vidrio, las mismas que están expuestas al intemperie ya que pocas veces las jarras que tienen tapa, finalmente los jugos son entregados al consumidor en un vaso desechable o en una funda con sorbeta.	Los refrescos deberían ser elab de un proceso higiénico, las fr lavadas y picadas en un mesón las licuadoras y de este manera que será colocado en jarras qu refrigerables en un refrigerador. D esta manera se podrá mantener frescas y sin contacto con las s que sean picadas para la elabo debería ser tapados con un pl colocarlas en un refrigerador, colocarlas en un refrigerador, c almacenamiento de por lo menos para jabas de gaseosas, finalm serán entregados al consumid y sorbete.	ados por medio es deberán ser para colocarlas en obtener el jugo pasaran a ser mostrador, de las bebidas cias, las frutas ción de los jugos tico adhesivo y puesto de venta un espacio o dos costales y de los refrescos en vasos plásticos	1	2	1 mesón, 1 lavaplatos o caneca de agua, 1 mesón para colocar las jarras de jugos, 1 espacio para almacenar costales de frutas y jabas de gaseosas.	1 mesón, un lavaplatos, 1 refrigerador, 1 cocina, 1 espacio de almacenamiento de productos y de jabas de gaseosas.		4.20	3.60	7	6	15.12	4037.04	
		PUESTO DE VENTA DE COMIDA	180	Estos puestos de venta de comida ofrecen desayunos almuerzos y platos a la carta, por lo que la preparación de la comida se realiza en el puesto de venta, el vendedor escoge los alimentos de acuerdo al plato que va a preparar, los productos pasan a ser lavados (en la mayoría de puestos, los productos son lavados en canecas de agua), otros productos son guardados en un refrigerador, de esta manera puede almacenar los alimentos y mantenerlos frescos, posteriormente son picados los alimentos en un mesón y colocados en la cocina para su cocción. Este tipo de puestos por lo general almacenan un costal de algún producto y jabas de gaseosas. Finalmente el producto es entregado al consumidor final en platos desechables y en algunos casos en vajillas, las mismas que son lavadas en otra caneca de agua	Los puestos de venta de comid elaboración deberán cumplir c higiénico, por lo que los alimen ingresados en el puesto de con seleccionados en un mesón, lo en un refrigerador para pasar preparados. Los alimentos que preparados en ese momento, picados en un mesón, para que al proceso de cocción, luego d alimentos serán presentados desechables. Los puestos debe espacio adecuado para almace menos dos costales y un sepa gaseosas.	, para su r un proceso e una vez ía, deberán ser años y guardados mente ser ayan a ser ran lavados y lmente pasan su elaboración, los ente en platos n contar con un amiento de por lo o para jabas de	2	3	1 lavaplatos o canecas de agua, 1 mesón, 1 refrigerador, 1 cocina, 1 espacio de almacenamiento de productos y de jabas de gaseosas.								
		PUESTO DE VENTA DE HORNADO	20	El hornado llega ya preparado al puesto de venta en una lata, el vendedor lo coloca en una cocina industrial para mantenerlo caliente, este plato va acompañado de un encurtido el cual es preparado en el puesto de venta, por lo que usan un mesón para su elaboración, este tipo de puestos ofrecen al consumidor gaseosas por lo que tienen un espacio para el almacenamiento de jabas. El producto es entregado al consumidor en platos desechables o en fundas	El producto llega al puesto de- estos alimentos serán colocad mantener una temperatura ad alimentos serán preparados en por lo que será necesario un m consumidores podrán apreciar imágenes publicitarias de los p manera los consumidores pue producto sin que este requisito producto es entregado al cons platos desechables o en fundas importante que este tipo de pu un lavaplatos, un refrigerador fresco cualquier producto.	nta ya cocinado, en la cocina para uada, otros puesto de venta ión de trabajo, los l producto en tos típicos de esta n agregar el al intergama, el nidor final en ásticas. Es stos cuentas con rá mantener	1	2	1 mesón, 1 silla, 1 cocina.								
		PUESTO DE VENTA DE COSAS FINAS	22	Las cosas finas, consiste en la unión del frejol, alverja, maíz y tostado, todo esto viene ya preparado al puesto de venta y son colocados en cocinas industriales para mantener caliente el producto, luego son pasados a unos canastos grandes con tela para su exhibición, finalmente el producto es entregado al consumidor final en fundas plásticas.													
		PATIO DE COMIDAS	2	El patio de comida actual cuenta con un espacio muy incomodo de circulación entre mesas, dando un ambiente estresante a los usuarios, sin embargo los usuarios luego de comprar la comida, escogen una mesa, tratando de ver una mesa que se encuentre menos sucia ya que no existe un mantenimiento en el aseo de este espacio, el patio de comida no cuenta con un basurero en donde depositar los restos de comida, otro factor que perjudica es el hecho de que algunos puestos de venta de comida brindan al cliente un vajilla, dificultando de esta manera el aseo, por lo que las personas luego de comer dejan los restos de comida en la mesa y se van.	Es el lugar adecuado en donde de comprar su comida, escoge ventas, disfrutan de la gastron distintos puestos de comida, c encuentro en donde los usuari mesas de cuatro y sus puestos espacio de circulación entre me personas acaban de comer, pe restos de comida en los basure encontrasen en medio de las je armonía al lugar.	e personas luego esta mesa, se más que otras las n lugar de contarían con n, una vez que las ón retirar los s que se fiestas que dan	-	104	-	26 mesas de 4 puestos		22.80	12.00	38	20	273.60	547.20	
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		SS.HH (HOMBRES / MUJERES)	2	Las personas que hacen uso del grupo sanitario existente para los puestos de comida, se encuentra ubicado en la entrada de un patio de comidas por lo que resulta desagradable para los usuarios, el grupo sanitario al igual que otro existente, cuenta con un lavabo de hormigón en forma de canal, con dos llaves, las personas se lavan las manos sin jabón, no siempre pueden secarse las manos ya que no cuenta con un secador eléctrico o un dispensador de servilletas, las personas que hacen uso de los inodoros llegan a sentir inseguridad ya que las puertas tiene agujeros pequeños y tienen dificultad al cerrarse, esto se debe a la falta de mantenimiento, el grupo sanitario por encontrarse ubicado en un espacio cerrado no cuenta con una ventilación natural o artificial adecuada, los usuarios al ingresar se ven para lavarse las manos o hacer uso de los inodoros tienen que usar por medio del agua estancada en el piso.	Este espacio es dedicado especifico de el patio de - las personas antes de cor lavarse las manos, por lo el mercado otros baños c	iera uso smidas ya que ar ingresaran a que existen en mplatos.	-	14	-	lavobos		6.00	3.60	10	6	21.60	43.20	
		BODEGA DE LIMPIEZA	2	-	Es un espacio dotado de de hormigón ubicadas en donde al personal de lim lavar los implementos de el personal llegara a la bo escogerá los implemento ubicados en un anaquel, limpiara el piso con un co el trapeador, volverá a la limpieza para llenar el co limpiara el trapeador en	equeñas tinas el suelo, en ieza podrá aseo, es decir fega de aseo, necesarios osteriormente, he con agua y odega de he con agua y tina.	-	1	-	2 tinas fijas de hormigón, 2 llaves, 1 anaquel.		2.40	1.80	4	3	4.32	8.64	
				TOTAL:		447		447 * 0.81 = 362.07	862.07 / 0.36 = 1005.75	1006 * 0.36 = 362.16				AREA TRIBUTARIA:		362.16	4636.08
																TOTAL:	4998.24

ZONAS	SUBZONAS	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO		DIMENSIONES DEL ESPACIO mi		DIMENSIONES MODULADAS m dulos lineales		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2.	ESPACIO OPTIMO
					PERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CENTRO MEDICO	CONSULTORIO M. GENERAL	1	El médico general, tiene la facultad de determinar cualquier síntoma o malestar que sufra el personal que trabaja en el mercado. El paciente al ingresar al consultorio es atendido por el médico en el escritorio, en donde el paciente le cuenta sus síntomas y de acuerso a la información dada, el médico revisa al paciente recostado en una camilla, luego de un análisis, el médico deberá recetar al paciente. El médico en su consultorio también atiende llamadas, envía emails, se sienta a leer un libro y recibe a la secretaria.	1	3	1 escritorio, 3 sillas, 1 mesón de trabajo con 1 lavabo, 1 butaca giratoria,1 camilla, 1 anaquel, **BAÑO:** 1 lavabo, 1 inodoro, 1 banca.		6.00	4.80	10	8	28.80	57.60	
		CONSULTORIO PEDIATRA	1	El pediatra, determinara cualquier síntoma o malestar que sufran los hijos de las personas que trabajan en el mercado. El pediatra deberá tener un historial médico de los niños de la guardería. El paciente al ingresar al consultorio con su madre será atendido por el pediatra en el escritorio, en donde el paciente le cuenta sus síntomas y de acuerdo a la información dada también por la madre, el médico revisa al paciente recostado en una camilla, luego de un análisis, el médico deberá dar la receta médica a la madre. El pediatra en su consultorio también atiende llamadas, envía emails, se sienta a leer un libro y recibe a la secretaria.	1	3									
		EMERGENCIAS	1	En el área de emergencias, se brinda una atención rápida a una lesión o enfermedad que plantea una amenaza inmediata para la vida de una persona y cuya asistencia no puede ser demorada. La persona entrenada deberá realizar los primeros auxilios en una camilla, dentro de los limites de sus conocimientos, tomar sus datos, mientras esperan una ambulancia, que sería el siguiente nivel de asistencia para llevar al paciente a un hospital.	2	4	1 escritorio, 3 sillas, 1 anaquel, 1 mesón de trabajo con 1 lavabo, 2 butaca giratoria, 2 camillas, 1 sillón de dos puestos, **BAÑO:** 1 lavabo, 1 inodoro.		7.20	7.20	12	12	51.84	51.84	
		RECEPCIÓN	1		1	2	1 silla, 1 escritorio - archivador.		4.20	6.60	7	11	27.72	27.72	
		SALA DE ESPERA	1	Como su nombre lo indica, es el espacio en donde las personas esperan en una sala para ser atendidos de acuerdo al turno por el pediatra o por el médico general si es el caso, mientras la secretaria les informe que pueden ser atendidos, las personas se sientan, conversan y leen una revista.	-	5	1 sillón de tres puestos, 2 sillones de un puesto, 1 mesa.								
		SS.HH (HOMBRES / MUJERES)	1	El grupo sanitario del centro médico fue pensado en las personas que estarán en el área de espera con la finalidad de ayudar en la higiene a este espacio, las personas podrán ingresar a lavarse las manos y después llegar a la consulta, las personas harán uso de los inodoros y urinarios respectivamente, ya que contara con un grupo de baño tanto para hombres como para mujeres.	-	7	**MUJERES:** 2 lavabos, 2 inodoros. **HOMBRES:** 2 lavabos, 2 inodoros, 1 urinario.		7.80	3.00	13	5	23.40	23.40	

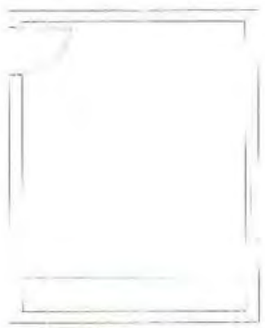
ZONAS	SUBZONAS	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO		DIMENSIONES DEL ESPACIO ml		DIMEISIONES MODULASAS modulos lineales		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2	ESPACIO OPTIMO
					FERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	GUARDERIA	OF. DE ADMINISTRACION	1	Es el organismo encargado del buen funcionamiento de la guarderia, por lo que el administrador llevara un registro de los niños que formaran parte de la guarderia, estará encargado de dotar implementos de trabajo a los profesores o asistentes del cvidado de los niños, de esta manera el administrador al ingresar a este espacio, se sentara, revisara e-mails en su computadora, leerá y firmara documentos, los archivara en un mueble, atenderá a personas en su oficina, realizara llamadas, etc.	1	3	1 sillón, 2 sillas, 1 escritorio, 1 anaquel para archivar documentos.		4.20	4.80	7	8	20.16	20.16	
		HABITACION	1	En este espacio los niños podrán descansar, en donde estarán permanentemente cuidados y contara con un área de gateo.	17	–	15 cunas, 2 anaqueles en forma de "L".		11.40	7.20	19	12	82.08	82.08	
		AULA (1-2 años)	1	En este espacio será un área de aprendizaje, en donde impartirán los conocimientos a los niños, hijos de quienes trabajan en el mercado, de esta manera estarán cuidados y podrán tener una adecuada educación, la profesora/o brindara los conocimientos haciendo uso de un pizarrón, se sentara y revisara los deberes en su escritorio, las aulas tendrán capacidad para veinte y dos niños que estarán ubicados en mesas de cuatro puestos de esta manera podrán tener mejor relación entre el grupo de niños, este espacio contara con un área de lectura o para realizar otra actividad en la parte posterior del aula en donde los alumnos contaran con un mobiliario adecuado para los libros.	18	19	3 sillas, 15 pupitres infantiles, 1 anaquel.		9.00	7.20	15	12	64.80	64.80	
		AULA (3-4-5 años)	2		16	–	mesas infantiles, 15 sillas pequeñas, 1 escritorio, 1 silla, 2 anaqueles en forma de "L".		11.40	7.20	19	12	82.08	164.16	
		COCINA	1	En este espacio se realizará la preparación y cocción de los alimentos de manera higiénica para los niños, de esta manera las personas que realicen esta actividad, tomaran los productos ya sea de la despensa o del refrigerador, llevaran los alimentos, realizaran los cortes en un mesón de trabajo y finalmente se realizara la cocción de los alimentos.	2	3	1 mesón, 2 lavaplatos, 2 cocinas, 1 refrigerador, 1 espacio de almacenamiento de productos.		6.00	4.80	10	8	28.80	28.80	

ZONAS	SUBZONAS	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES IDEALES	PARTICIPANTES		EQUIPAMIENTO		DIMENSIONES DEL ESPACIO ml		DIMENSIONES MODULADAS modulos lineales		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO	AREA TOTAL m2.	ESPACIO OPTIMO
					PERMANENTES	OCASIONALES	LISTADO	AREAS	a	b	a	b	a x b	a x b x # espacios	
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	GUARDERIA	COMEDOR	1	En este espacio se sirven losalimentos.	–	42	Mesas.		11.40	6.00	9	10	68.40	68.40	
		PATIO	1	Este espacio es destinado para la recreación infantil al aire libre.	–	45	juegos infantiles		22.80	10.80	18	18	246.24	246.24	
		SS.HH (HOMBRES / MUJERES)	1	Lugar donde se asean y realizan sus necesidades.	–	14	**BAÑO MUJERES:** 2 lavabos infantiles, 1 lavabo, 1 tina de bebé, 2 inodoros infantiles, 1 inodoro, **BAÑO HOMBRES:** 2 lavabos infantiles, 1 lavabo, 2 inodoros infantiles, 1 inodoro, 1 urinario.		8.40	4.20	14	7	35.28	35.28	
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	BODEGA DE LIMPIEZA	2	Es un espacio dotado de pequeñas tinas de hormigón ubicadas en el suelo, en donde el personal de limpieza podrá lavar los implementos de aseo, es decir el personal llegara a la bodega de aseo, escogerá los implementos necesarios ubicados en un anaquel, posteriormente, limpiara el piso con un coche con agua y el trapeador, volverá a la bodega de limpieza para llenar el coche con agua y limpiara el trapeador en la tina.	–	1	2 tinas fijas de hormigón, 2 llaves, 1 anaquel.		2.40	1.80	4	3	4.32	8.64	
				TOTAL:	75	75 * 0.81 = **60.75**	60.75 / 0.36 = **168.75**	169 * 0.36 = **60.84**			AREA TRIBUTARIA:		60.84	879.12	
											TOTAL:			939.96	

SERVICIOS GENERALES

ESPACIO	DIMENSIONES DEL ESPACIO (m)		DIMENSIONES MOBILIARIAS (m.x.h.x.b. b.mesas)		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO (a x b)	AREA TOTAL (a x b x # espacios)	ESPACIO OPTIMO
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
SS.HH / VESTIDORES (HOMBRES / MUJERES)	7.35	3.00	22	5	91.80	22.05	
MANTENIMIENTO							
BODEGA	16.20	5.40	27	9	87.48	87.48	
PATIO DE TRABAJO	16.20	4.20	27	7	68.04	68.04	
TALLER MECANICA	5.40	3.60	9	6	19.44	58.32	
TALLER ELECTRICO							
TALLER CARP. Y PINTURA							
CUARTO DE MAQUINAS							
GENERADOR	4.20	3.00	7.00	5.00	12.60	12.60	
TRANSFORMADORES	4.20	3.00	7.00	5.00	12.60	12.60	
CISTERNA / BOMBAS	4.20	3.00	7.00	5.00	12.60	12.60	

ESPACIO	MOBILIARIO		EQUIPAMIENTO
	Presupuesto	Cantidad	Detalle
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
SS.HH / VESTIDORES (HOMBRES / MUJERES)	4	2	**BAÑO MUJERES:** 1 lavadero, 1 inodoro, 1 ducha. **BAÑO HOMBRES:** 1 lavadero, 1 inodoro, 1 urinario, 1 ducha.
MANTENIMIENTO			
BODEGA	1	2	Manipularia, herramientas y maquinaria pesada
PATIO DE TRABAJO	1	4	
TALLER MECANICA	2	4	Maquinaria y herramientas
TALLER ELECTRICO	2	4	
TALLER CARP. Y PINTURA	2	4	
CUARTO DE MAQUINAS			
GENERADOR	1	2	Equipos
TRANSFORMADORES	1	2	
CISTERNA / BOMBAS	1	2	

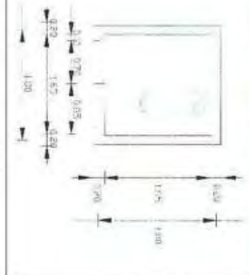
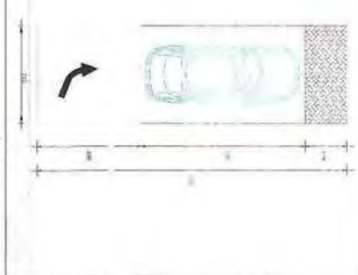
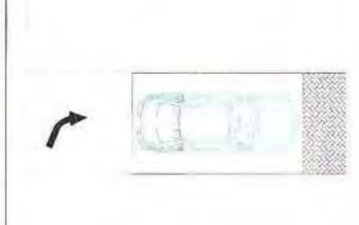
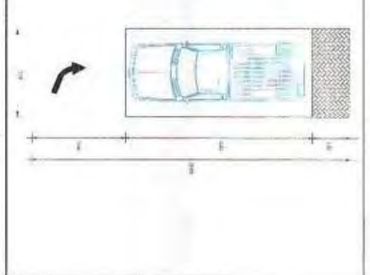
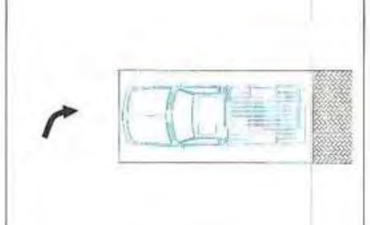
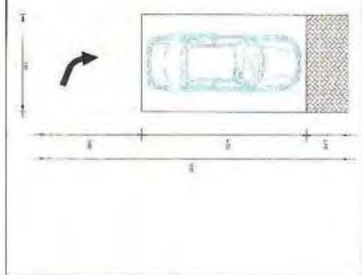
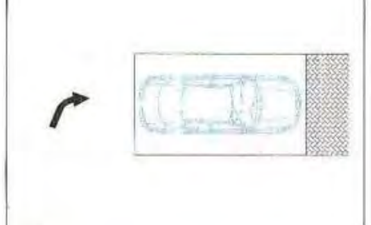
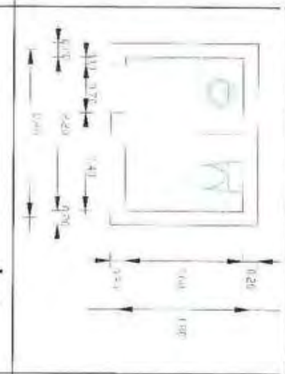
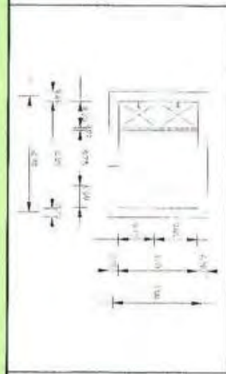
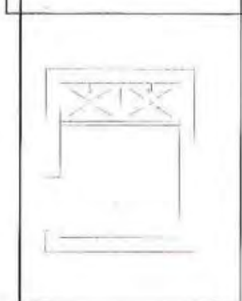
ESPACIO	ESPACIO OPTIMO
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
SS.HH / VESTIDORES (HOMBRES / MUJERES)	
MANTENIMIENTO	
BODEGA	
PATIO DE TRABAJO	
TALLER MECANICA	
TALLER ELECTRICO	
TALLER CARP. Y PINTURA	
CUARTO DE MAQUINAS	
GENERADOR	
TRANSFORMADORES	
CISTERNA / BOMBAS	

	TOTAL	30	10 - 12:30 - 8:30	8:30 / 15:30 - 22:50	23 - 23:30 - 8:29	AREA TERRITORIAL TOTAL	
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS							
SS.HH / VESTIDORES (HOMBRES / MUJERES)	1. Los vestidores deben disponer de un inodoro de porcelana, lavamanos, en una sola batería, duchas, un espacio para colocar ropa de trabajo y un espacio para colocar el casco y el equipo de protección. Los vestidores deben estar separados con las necesarias, este material de acero y bitumen.	4	3	**BAÑO MUJERES:** 1 lavadero, 1 inodoro, 1 vestidor con 1 banca. **BAÑO HOMBRES:** 1 lavadero, 1 inodoro, 1 urinario, 1 vestidor con 1 banca.		6.36	2.7 x 2.4
MANTENIMIENTO							20.13
BODEGA	1. La bodega capacen un porcentaje de maquinaria y equipamiento necesarios para el mantenimiento de los espacios talleres	1	2	Manipularia, herramientas y maquinaria pesada		87.48	21.00
PATIO DE TRABAJO	1. El patio deberá ser amplio para poder realizar la labor del operador de la grúa	1	4			68.04	
TALLER MECANICA	1. En el espacio de trabajo, se deberá de disponer de un mesón, de una mesa de mantenimiento de herramientas, de herramientas y maquinaria, de herramientas menores.	2	4	Maquinaria y herramientas		58.32	
TALLER ELECTRICO		2	4				
TALLER CARP. Y PINTURA		2	4				
CUARTO DE MAQUINAS							
GENERADOR	1	1	2	Equipos		12.60	
TRANSFORMADORES	1	1	2			12.60	
CISTERNA / BOMBAS	1	1	2			12.60	

PROGRAMA ARQUITECTONICO
AREA DE SERVICIOS GENERALES

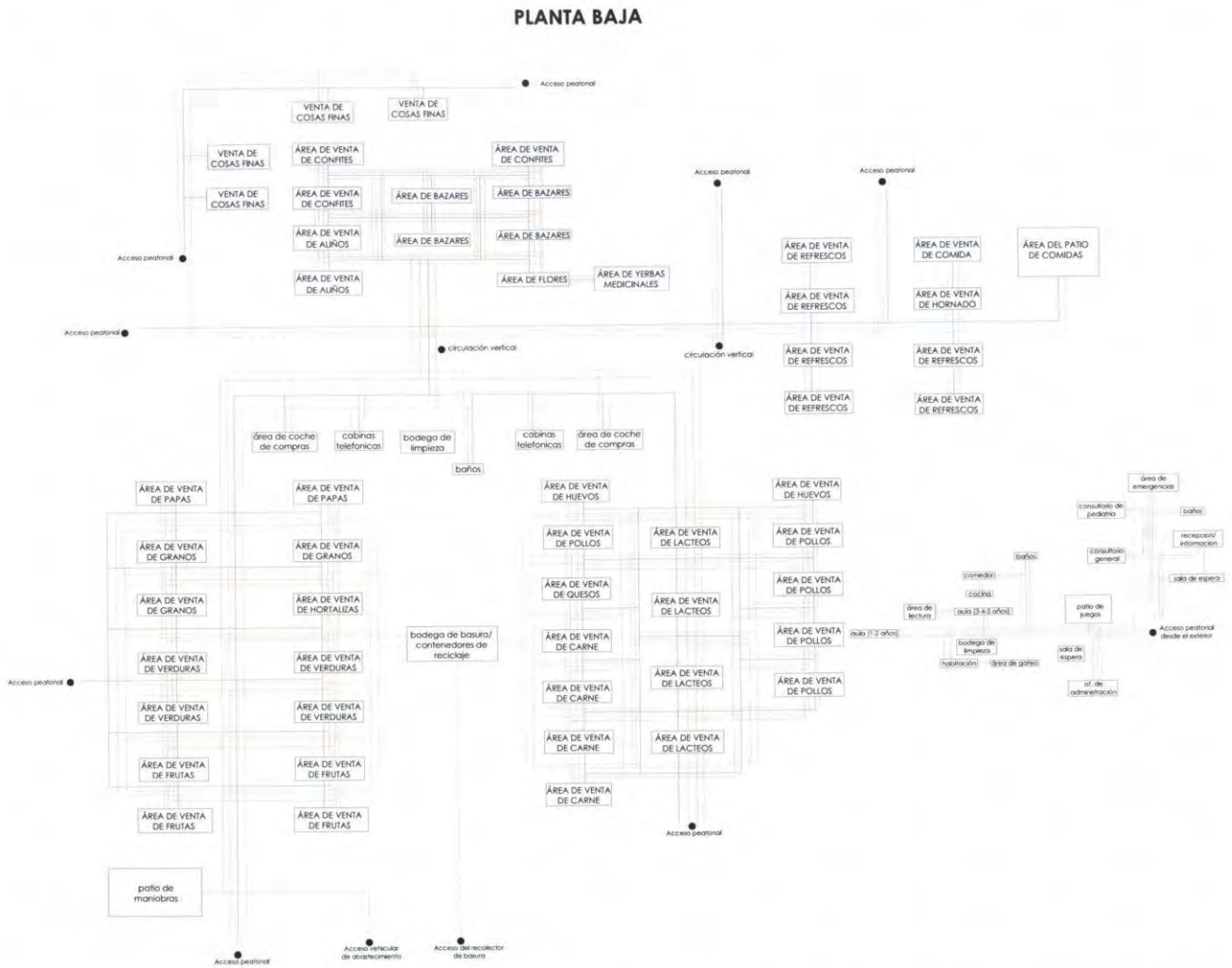
PROGRAMA ARQUITECTONICO

SERVICIOS DE ÁREA EXTERNA

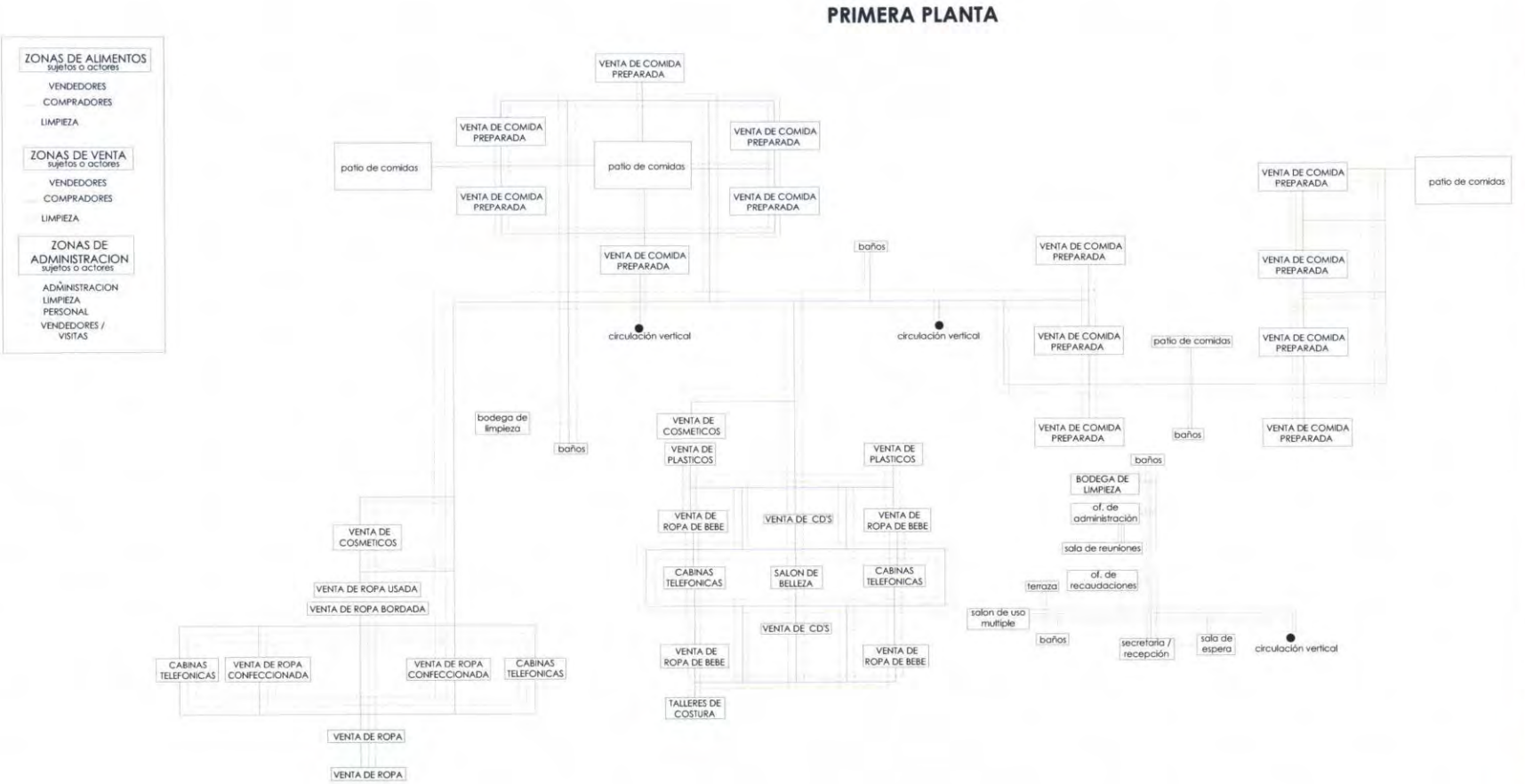
ZONAS	SUBZONAS	ESP.	# DE ESPACIOS	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALES	PARTICIPANTES PERMANENTES	PARTICIPANTES OCASIONALES	MOBILIARIO	REQUERIMIENTO AREAS	DIMENSIONES DEL ESPACIO m		DIMENSIONES MOBILIARIOS mobiliario fijo m		AREA TOTAL DE CADA ESPACIO a x b	AREA TOTAL m2 a x b x # espacios	ESPACIO GRAFICO
SERVICIOS DE ÁREA EXTERNA	ESTACIONAMIENTOS	GARITA	2	en este espacio trabajara la persona encargada de recibir los clientes de los cuarto refrigerados y secos.	1	1	1 silla, 1 escritorio.		1.80	1.80	3	3	3.24	6.48	
		PARQUEADERO PUBLICO	200	en este espacio estará disponible un cuarto de espera de vehículos que llegaran a el a ocupar un lugar que se demorar para la salida, por seguridad del establecimiento se pondrá un letrero que diga que es exclusivo para clientes	1	1	1 silla		3.00	5.00	5	15	27	5400	
		PARQUEADERO DE CAMIONETAS	14	Tener en cuenta los necesidades clientes y los puntos de venta, teniendo los productos del mercado requerido.	1	1	2 carniceria de desfibrilatadores.		3.00	10.00	5	17	30.00	420.00	
		PARADA DE TAXIS	8	Tener en cuenta los necesidades clientes y los puntos de venta, teniendo los productos del mercado requerido.	1	1	2 taxi.		3.00	9.00	5	15	27	216	
	BASURA	BODEGA DE BASURA	1	Tener en cuenta los necesidades clientes y los puntos de venta, teniendo los productos del mercado requerido.	1	1	1 carro recolector.		13.60	15.60	26	25	234	234	
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SS.HH.	1	Este baño cumple con el decreto 1504 de 1998 de espacio público, en el cual se encuentra una taza de inodoro, un lavamanos del cuarto de mujeres, hombres y por el mobiliario del cuarto de mujeres es necesario que tenga un cambiador, un espejo y un dispensador de papel higiénico.	1	1	1 inodoro, 1 lavamanos.		2.40	1.80	4	3	4.32	4.32	
		BODEGA DE LIMPIEZA	1	Este espacio contiene elementos para el aseo del establecimiento, como: baldes, escobas, trapeadores, escobillas, recogedores, jabones, etc. Este espacio debe contar con un lugar para el trabajo de aseo, ocupará 1m, espacio necesario adicional en el lugar, permanente. En caso de que ocurra la ubicación de trapeo sea menor a 1m, se recomienda que el espacio sea de 1.5 por 1.5 m.	1	1	2 rollos (bolsa de basuras, 1 escobillas, 1 trapeador)		2.40	1.80	4	3	4.32	4.32	
TOTAL	621.12														

18. PROPUESTA DEL MODELO FUNCIONAL.

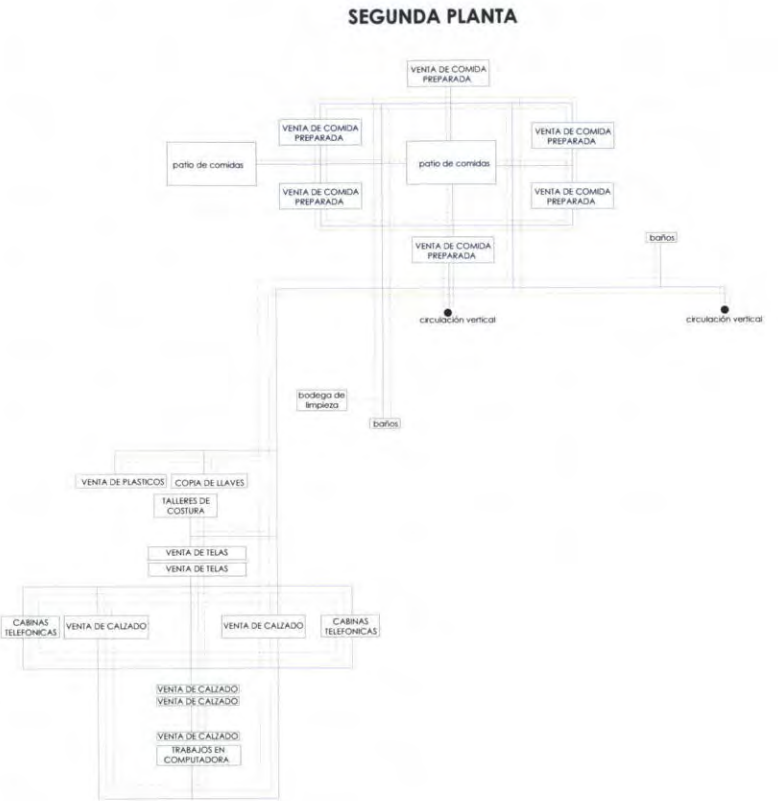
18.1 PLANTA BAJA N. +- 0.00m



18.2 PRIMERA PLANTA ALTA N. + 4.70m



18.3 SEGUNDA PLANTA ALTA N. + 8.50m



19. CALCULO DEL MACROMODULO.

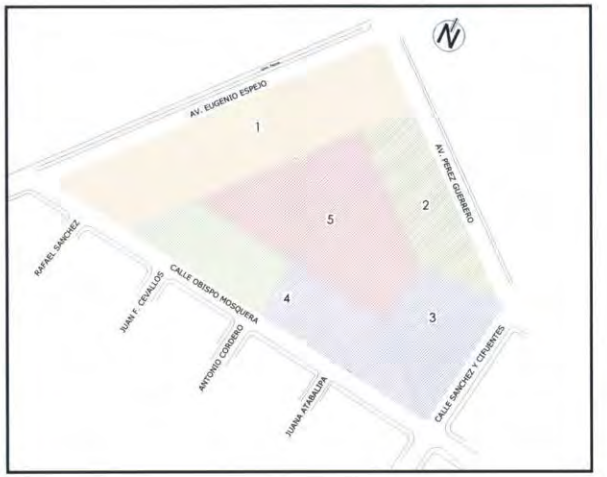
CALCULO DEL MACROMODULO										
Nº	ZONA	ÁREA m2	RAÍZ 2	# DE MODULOS /0,60	REDONDEO	LONGITUD MODULADA *0,60	LONGITUD MODULADA /15	MODULO LINEAL	MODULO CUADRADO 15*15,60	ÁREA m2
1	ADMINISTRA.	211,32	14,54	24,23	25	15	1	1	2	468,00
2	VENTAS	7.785,36	88,23	147,06	147	88,2	5,88	6	36	8.424,00
3	ALIMENTOS	4.998,24	70,70	117,83	118	70,8	4,72	5	25	5.850,00
4	SERV. COMPLEMENT.	939,96	30,66	51,10	51	30,6	2,04	2	4	936,00
5	SERV. GENERALES	281,52	16,78	27,96	28	16,8	1,12	1	2	468,00
6	AREAS EXTERIOR	6.293,52	79,33	132,22	133	79,8	5,32	6	34	7.956,00
TOTAL:		20.509,92							103	24.102,00

CALCULO DE MODULOS DE LOS ESPACIOS DE VENTA					
ZONA	ESPACIOS	# DE PUESTOS	PORCENTAJES	MODULOS CUADRADOS	REDONDEO
VENTAS	POLLOS Y CARNES.	67	13,90%	5,00	5
	FRUTAS, VERDURAS, HORTALIZAS, GRANOS Y PAPAS.	148	30,70%	11,05	12
	QUESOS, LACTEOS Y HUEVOS.	39	8,09%	2,91	3
	CONFITES, ALIÑOS Y BAZAR.	53	10,99%	3,95	4
	FLORES Y YERBAS MEDICINALES.	26	5,39%	1,94	2
	VARIOS	149	30,91%	11,12	12
	TOTAL:	482	100%	36	38

GRAFICO DE MODULOS

20. MATRIZ DE CONFRONTACIÓN DE ZONAS DEL PROYECTO CON ZONAS DEL TERRENO.

ZONAS DEL PROYECTO		ZONAS DEL TERRENO				
		1	2	3	4	5
		Vinculación con la vía férrea y con la vía principal, cuenta con una parada de buses, se caracteriza por ser una vía congestionada, zona vinculada a las actividades afines al proyecto, ya que al otro lado de la vía se encuentra el Mercado la Playa, zona ruidosa, zona de geometría regular y con vientos longitudinales.	Vinculación directa con la vía primaria y cuenta con una parada de buses y una parada de taxis, es una zona ruidosa y congestionada, al otro lado de la vía existen actividades de comercio y vivienda, es una zona con vientos transversales.	Vinculación directa con la vía secundaria, cuenta con una parada de buses, es una vía libre de congestión vehicular, es zona más tranquila con vientos transversales.	Vinculación con la vía secundaria que cuenta con una parada de buses y una parada de taxis, es una zona congestionada, al otro lado de la vía existen actividades de vivienda y comercio, es una zona con vientos transversales.	Zona céntrica del terreno, relación indirecta con las vías, cuenta con vientos transversales, es una zona tranquila.
ADMINISTRACIÓN	Es una zona que debe tener una buena visibilidad del proyecto, no es indispensable una ubicación específica en el terreno.			a	b	c
VENTAS	Relación con una zona del terreno que cuente con parada de buses y de taxis, relación directa con alguna vía, relación con alguna zona del terreno que sea vinculada a actividades afines al proyecto, es una zona importante del proyecto y que produce ruido.	a	b		c	
ALIMENTOS	Relación con una zona del terreno que cuente con parada de buses y de taxis, relación directa con alguna vía, es una zona importante del proyecto y que produce ruido.	c	a		b	
SERV. COMPLEMENTARIOS	Relación con una zona tranquila del terreno, alejado de las vías, esta zona del proyecto deberá tener relación con una zona de menor importancia del terreno.			b	c	a
SERV. FUNERALES	Relación directa con alguna vía, sin embargo esta zona del proyecto deberá tener relación con una zona de menor importancia del terreno.			b	a	c
AREA EXTERNA	Relación directa con alguna vía y que sea de fácil acceso a esta zona del proyecto.		c	b	a	



Elaboración: Propia

21.MODELOS GEOMÉTRICOS.

21.1. PRIMERA OPCIÓN

CORTE A-A'

PLANTA BAJA

ZONA DE VENTAS

ZONA DE ALIMENTOS

ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

ZONA DE SERVICIOS GENERALES

PRIMERA PLANTA ALTA

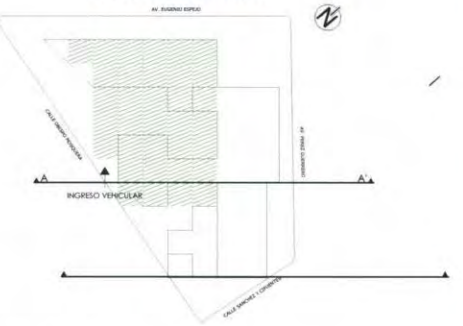
ZONA DE VENTAS

ZONA DE ALIMENTOS

ZONA DE ADMINISTRACIÓN

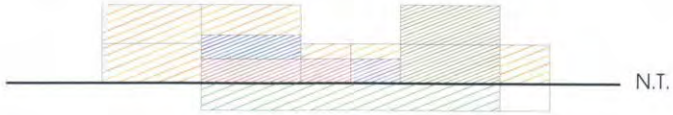
ZONA DE SERVICIOS GENERALES

PLANTA DE SUBSUELO



ÁREA EXTERNA

21.2 SEGUNDA OPCIÓN



CORTE A-A'

PLANTA BAJA

ZONA DE VENTAS

ZONA DE ALIMENTOS

ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

ZONA DE SERVICIOS GENERALES

PRIMERA PLANTA ALTA

ZONA DE VENTAS

ZONA DE ALIMENTOS

ZONA DE ADMINISTRACIÓN

PLANTA DE SUBSUELO

ÁREA EXTERNA

21.3 TERCERA OPCIÓN

CORTE B-B'

PLANTA BAJA

ZONA DE VENTAS

ZONA DE ALIMENTOS

ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

ZONA DE SERVICIOS GENERALES

PRIMERA PLANTA ALTA

ZONA DE VENTAS

ZONA DE ALIMENTOS

ZONA DE ADMINISTRACIÓN

PLANTA DE SUBSUELO

ÁREA EXTERNA

ZONA DE SERVICIOS GENERALES

22. SELECCIÓN DEL MODELO GEOMÉTRICO

EJEMPLO DE MATRIZ DE CONFRONTACIÓN Y SELECCIÓN DE MODELOS GEOMÉTRICOS

INDICADORES DE SELECCIÓN			PONDERACIÓN ESPECÍFICA	PONDERACÍON GENERAL	ALTERNATIVAS DE MODELOS GEOMÉTRICOS		
					1	2	3
FUNCIONALIDAD	SUJETOS	FLUJO DE VENDEDORES	5%	25%	3%	4%	5%
		FLUJO DE CLIENTES	5%		4%	3%	5%
		FLUJO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	5%		4%	5%	5%
		FLUJO DE PERSONAL DE ENFERMERIA	5%		2%	4%	5%
		FLUJO DE PERSONAL DE GUARDERIA	5%		5%	5%	5%
	OBJETOS	FLUJO DE ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS	8%	25%	5%	7%	8%
		FLUJO DE DESALOJO DE BASURA	9%		5%	7%	9%
		FLUJO VEHICULAR (CLIENTES)	8%		8%	6%	8%
ADECUACIÓN AL ENTORNO	ACCESIBILIDAD PEATONAL		10%	30%	10%	10%	10%
	ACCESIBILIDAD VEHICULAR		10%		10%	8%	10%
	RELACION CON ACTIVIDADES PERIFÉRICAS		10%		8%	8%	10%
CONFORMACIÓN PLÁSTICA VOLUMÉTRICA	INTEGRACIÓN AL PAISAJE		5%	20%	3%	3%	4%
	GEOMETRÍA Y VOLUMETRÍA		15%		14%	14%	15%
TOTAL:			100%	100%	81%	84%	99%

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA CITADA:

* ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO AMAZONAS.

* GRAN ENCICLOPEDIA ILUSTRADA CÍRCULO, Círculo de Lectores, volumen 8.

* ILUSTRE MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA, Departamento de Planificación.

* NORMATIVAS DE ARQUITECTURA Y URBANISMO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, Edificios de Comercio.

* REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Diccionario de la Lengua Española, vigésima segunda edición.

* IBARRA (ECUADOR)-WIKIPEDIA, la enciclopedia libre.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA:

* ENCICLOPEDIA DE ARQUITECTURA, Plazola, tomo 3,7.

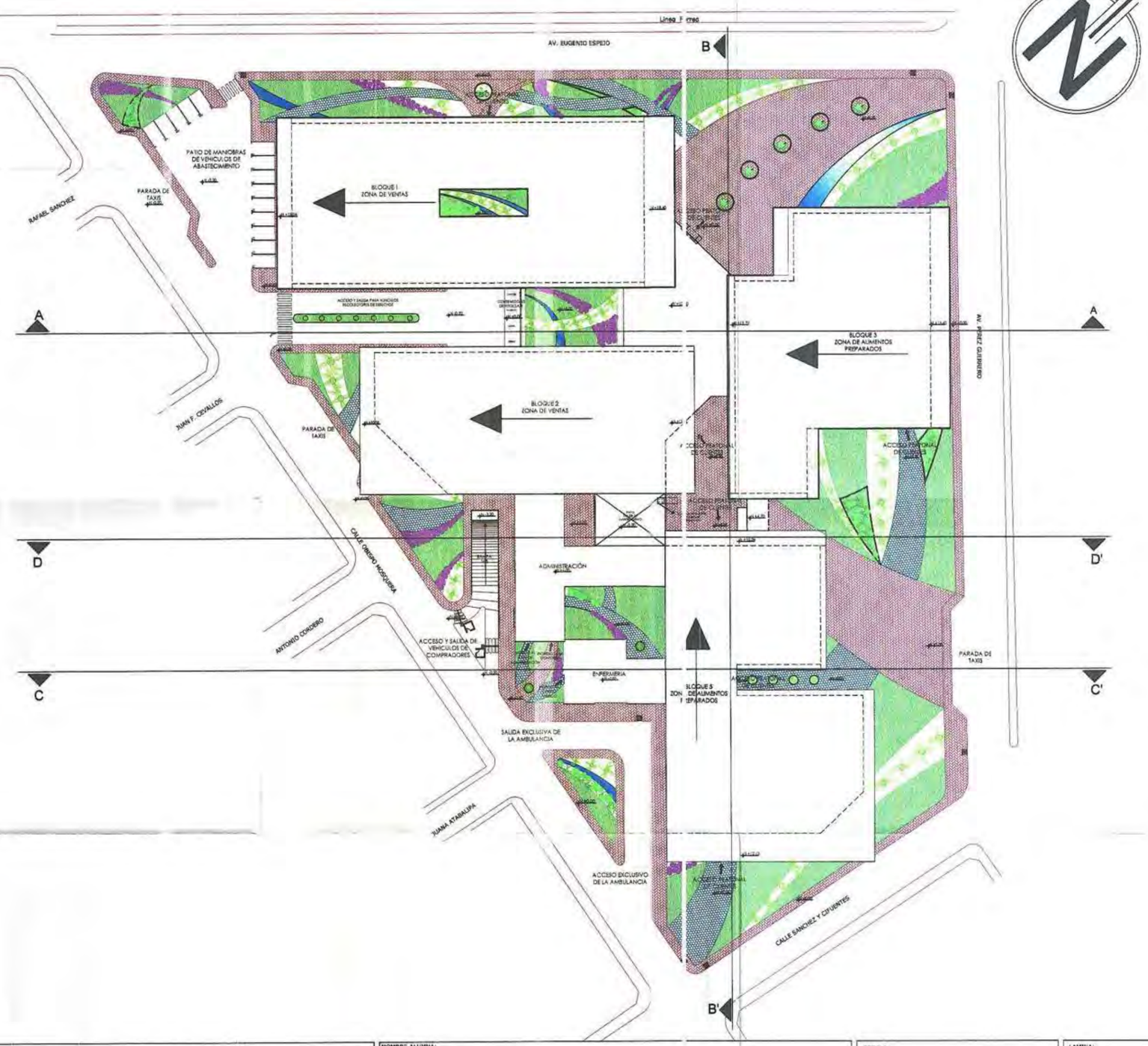
* www.arqhys.com/arquitectura/escala.html

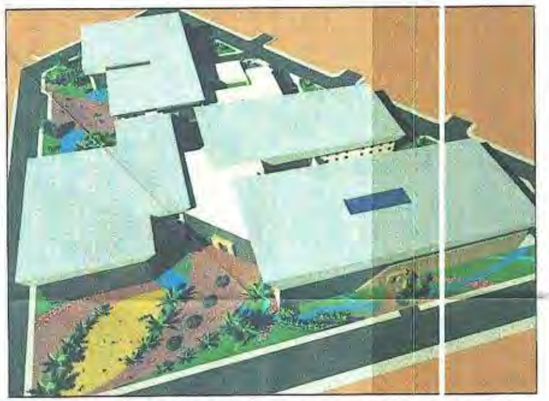
* www.google.com.ec/images?q=mercados%2Barquitectura&oe

* www.documentos.arq.com.mx

UBICACIÓN

SIN ESCALA

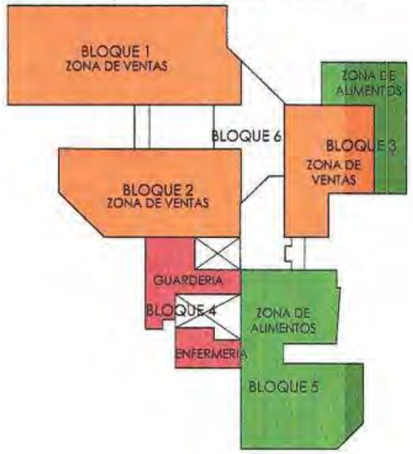




RENDER 1.1: VISTA GENERAL DEL PROYECTO.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:450	LAMINA: 1/17
	CONTIENE: IMPLANTACIÓN	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miñ	FECHA: JULIO - 2010	

ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN



RENDER 2.1: VISTA DE LOS JARDINES INTERNOS DEL ÁREA DE LÁCTEOS.

RENDER 2.2: VISTA DEL BLOQUE 1 Y DEL PATIO DE MANIOBRAS DE LOS VEHICULOS DE ABASTECIMIENTO.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:450	LAMINA: 2/17
	CONTENIDO: PLANTA BAJA N± 0.00	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	

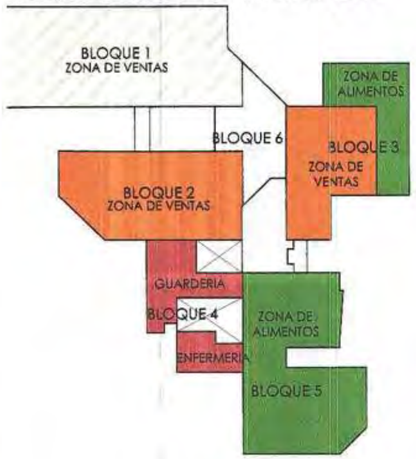
VISTA DEL PUESTO TIPO DE FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

VISTA DEL HALL PRINCIPAL DE CIRCULACIÓN

VISTA DEL HALL PRINCIPAL DE CIRCULACIÓN

VISTA DEL JARDIN CENTRAL

ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN

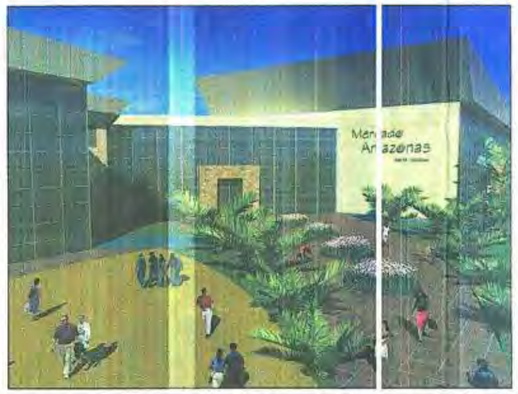


DATOS:

- FRUTAS (37 PUESTOS)
- VERDURAS (42 PUESTOS)
- HORTALIZAS (10 PUESTOS)
- GRANOS (32 PUESTOS)
- PAPAS (27 PUESTOS)

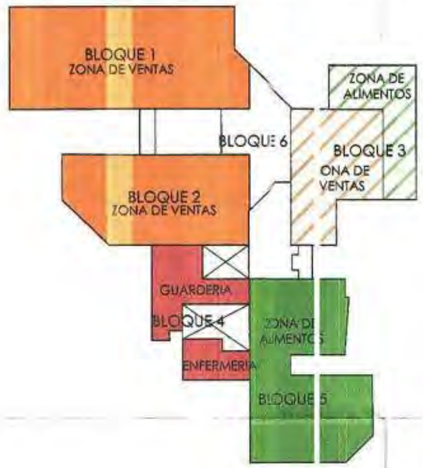
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
TRABAJO DE FIN DE CARRERA

TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:200	LAMINA: 3/17
CONTIENE: PLANTA BAJA BLOQUE 1	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	



RENDER 4.1: VISTA DEL INGRESO AL MERCADO AMAZONAS DESDE LA AV. EUGENIO ESPEJO Y AV. PEREZ GUERRERO.

ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN



DATOS:

FLORES	(15 PUESTOS)
YERBAS MEDICINALES	(11 PUESTOS)
BAZAR	(22 PUESTOS)
CONFITES	(17 PUESTOS)
ALIÑOS	(14 PUESTOS)

VISTA DEL PUESTO TIPO DE FLORES

VISTA DEL PUESTO TIPO DE YERBAS MEDICINALES

VISTA DEL PUESTO TIPO DE BAZAR

VISTA DE LOS CORREDORES DE CIRCULACION DEL ÁREA DE FLORES

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
TRABAJO DE FIN DE CARRERA

TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

CONTIENE: PLANTA BAJA BLOQUE 3

NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López

TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño

ESCALA: 1:200

FECHA: JULIO - 2010

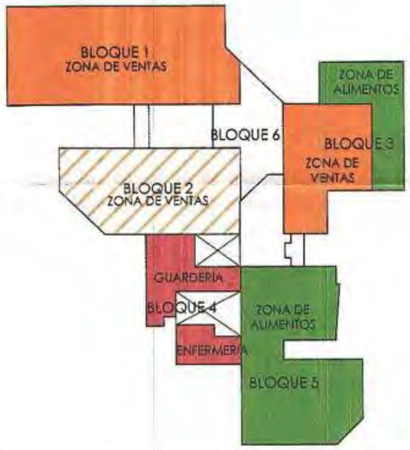
LAMINA: 4/17

VISTA DEL PUESTO TIPO DE CARNES, POLLOS, LACTEOS Y QUESOS.

VISTA DE LOS ESPACIOS TIPO DE DESCANSO

VISTA DE LOS CORREDORES DE CIRCULACIÓN.

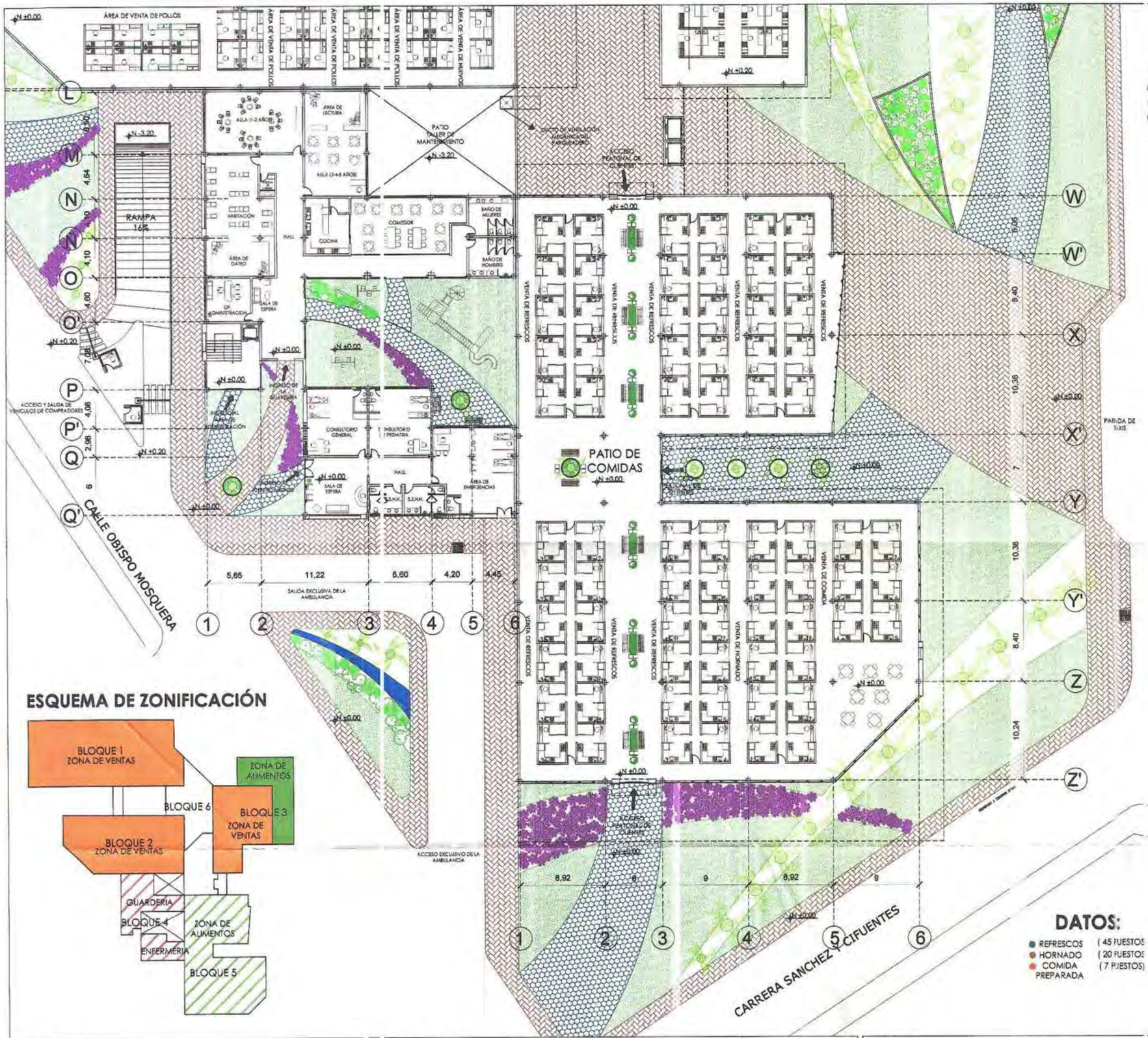
ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN



DATOS:

- CARNES (31 PUESTOS)
- QUESOS (14 PUESTOS)
- HUEVOS (9 PUESTOS)
- POLLOS (36 PUESTOS)
- LACTEOS (16 PUESTOS)

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:200
	CONTIENE: PLANTA BAJA BLOQUE 2	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010
			LAMINA: 5/17

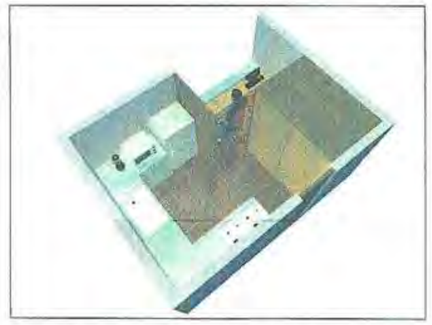


ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN

DATOS:

- REFRESCOS (45 PUESTOS
- HORNADO (20 PUESTOS
- COMIDA PREPARADA (7 PUESTOS)

VISTA DEL PUESTO TIPO DE LA ZONA DE ALIMENTOS

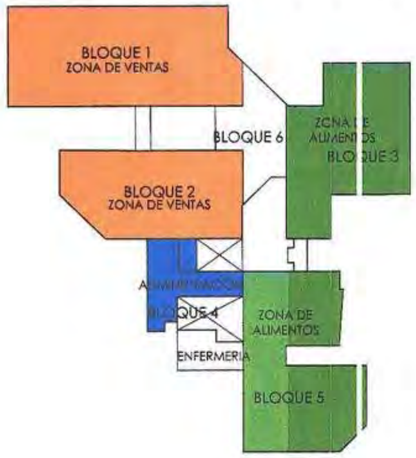


VISTA DEL PUESTO TIPO DE LA ZONA DE ALIMENTOS

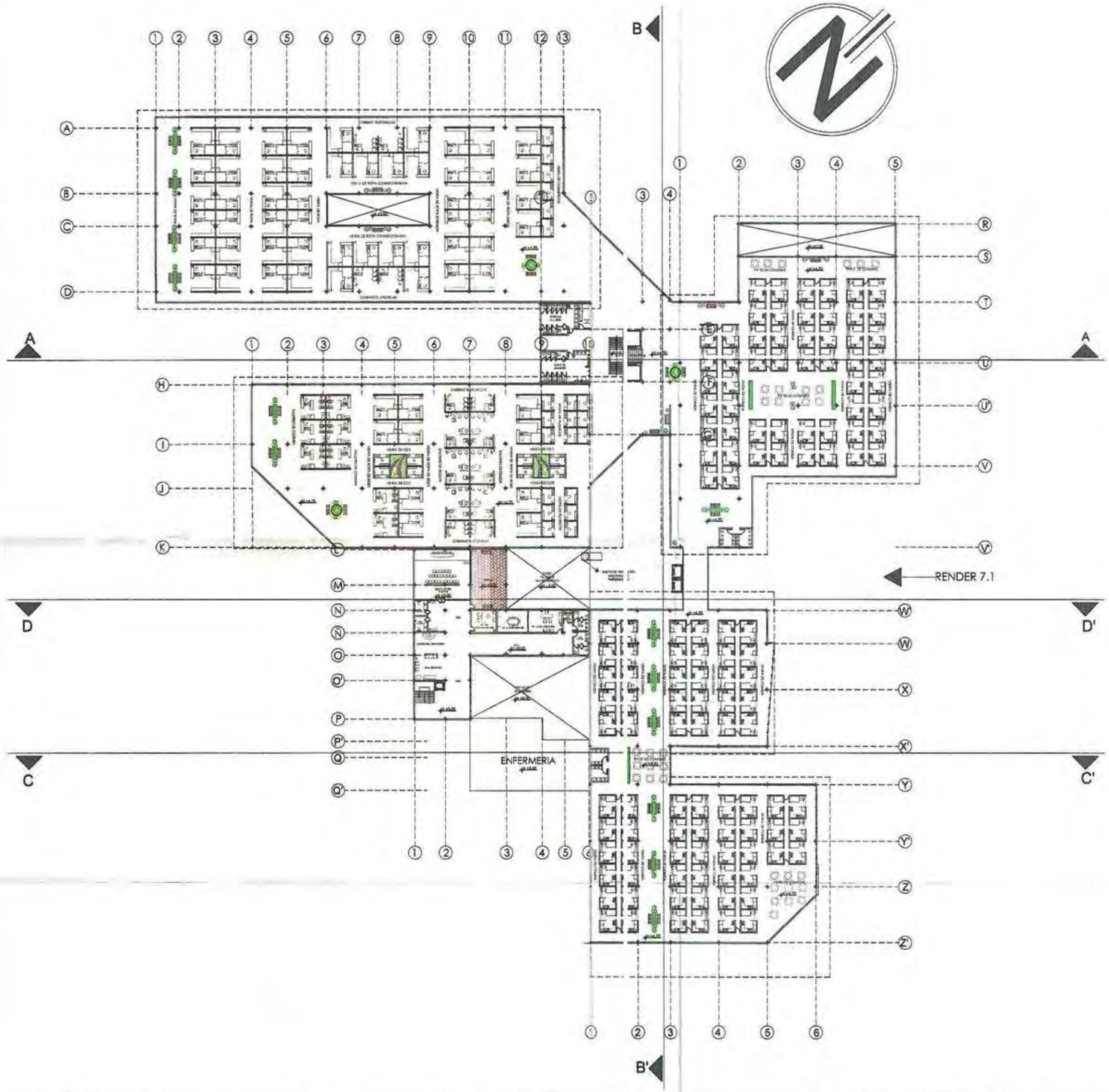
VISTA DEL CORREDOR PRINCIPAL DE CIRCULACIÓN DE LA ZONA DE ALIMENTOS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:200	LAMINA: 6/17
	CONTIENE: PLANTA BAJA BLOQUE 5	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	

ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN

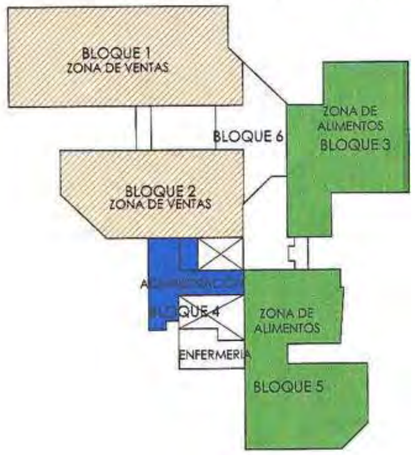


RENDER 7.1: VISTA DEL PUENTE ENTRE LOS BLOQUES 3 Y 5.



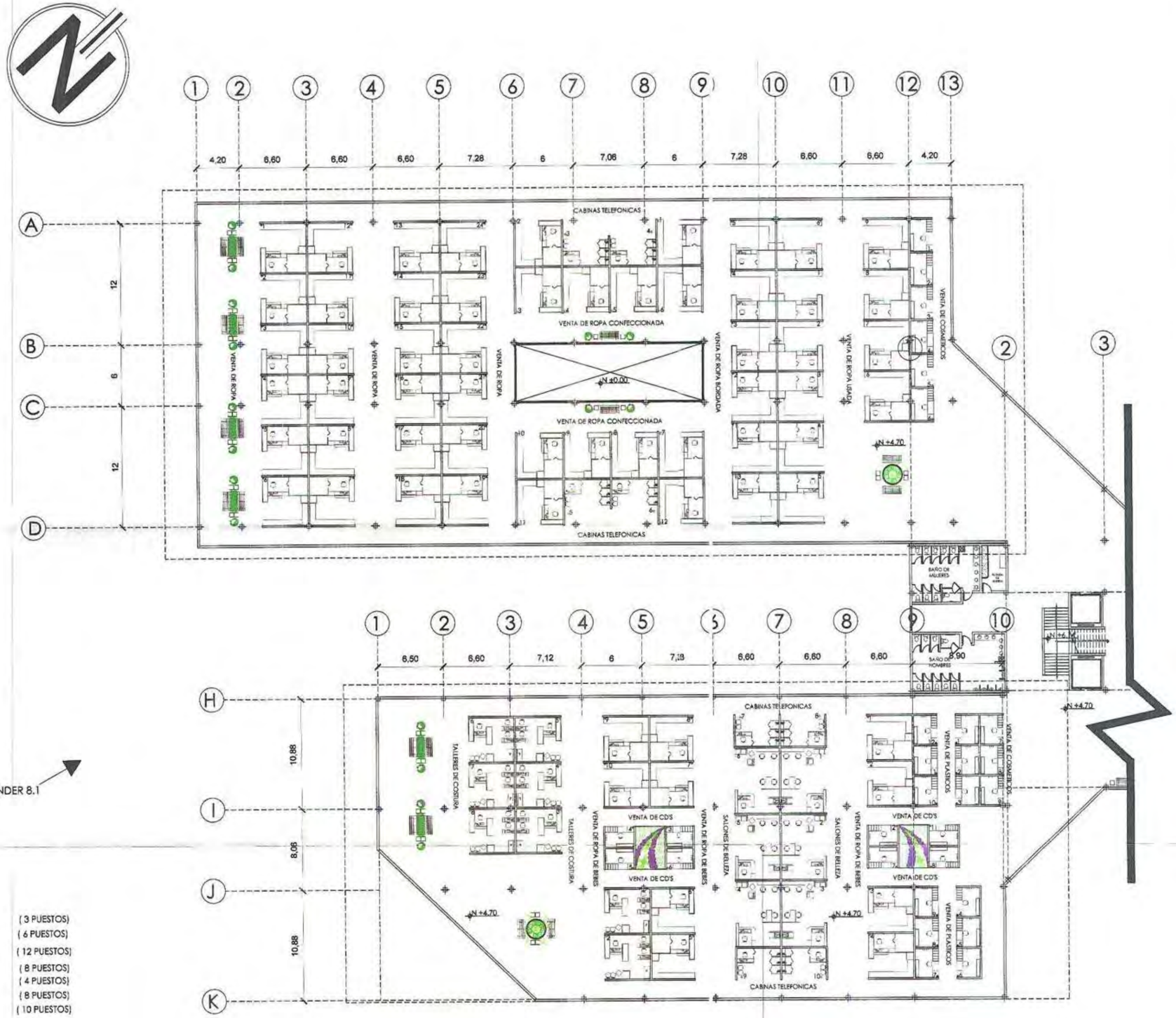
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:400	LAMINA: 7/17
	CONTIENE: PRIMERA PLANTA ALTA N+ 4.70	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	

ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN



RENDER 8.1: VISTA DEL BLOQUE 1 Y 2.

RENDER 8.1



DATOS:

BLOQUE 1	
COSMETICOS	(6 PUESTOS)
ROPA USADA	(9 PUESTOS)
ROPA BORDADA	(6 PUESTOS)
ROPA CONFECCIONADA	(13 PUESTOS)
CABINAS TELEFONICAS	(4 PUESTOS)
ROPA	(24 PUESTOS)

BLOQUE 2	
COSMETICOS	(3 PUESTOS)
SALONES DE BELLEZA	(6 PUESTOS)
PLASTICOS	(12 PUESTOS)
CD'S	(8 PUESTOS)
CABINAS TELEFONICAS	(4 PUESTOS)
TALLERES DE COSTURA	(8 PUESTOS)
TALLERES DE COSTURA	(10 PUESTOS)

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
TRABAJO DE FIN DE CARRERA

TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

CONTIENE: PRIMERA PLANTA ALTA BLOQUES 1 Y 2

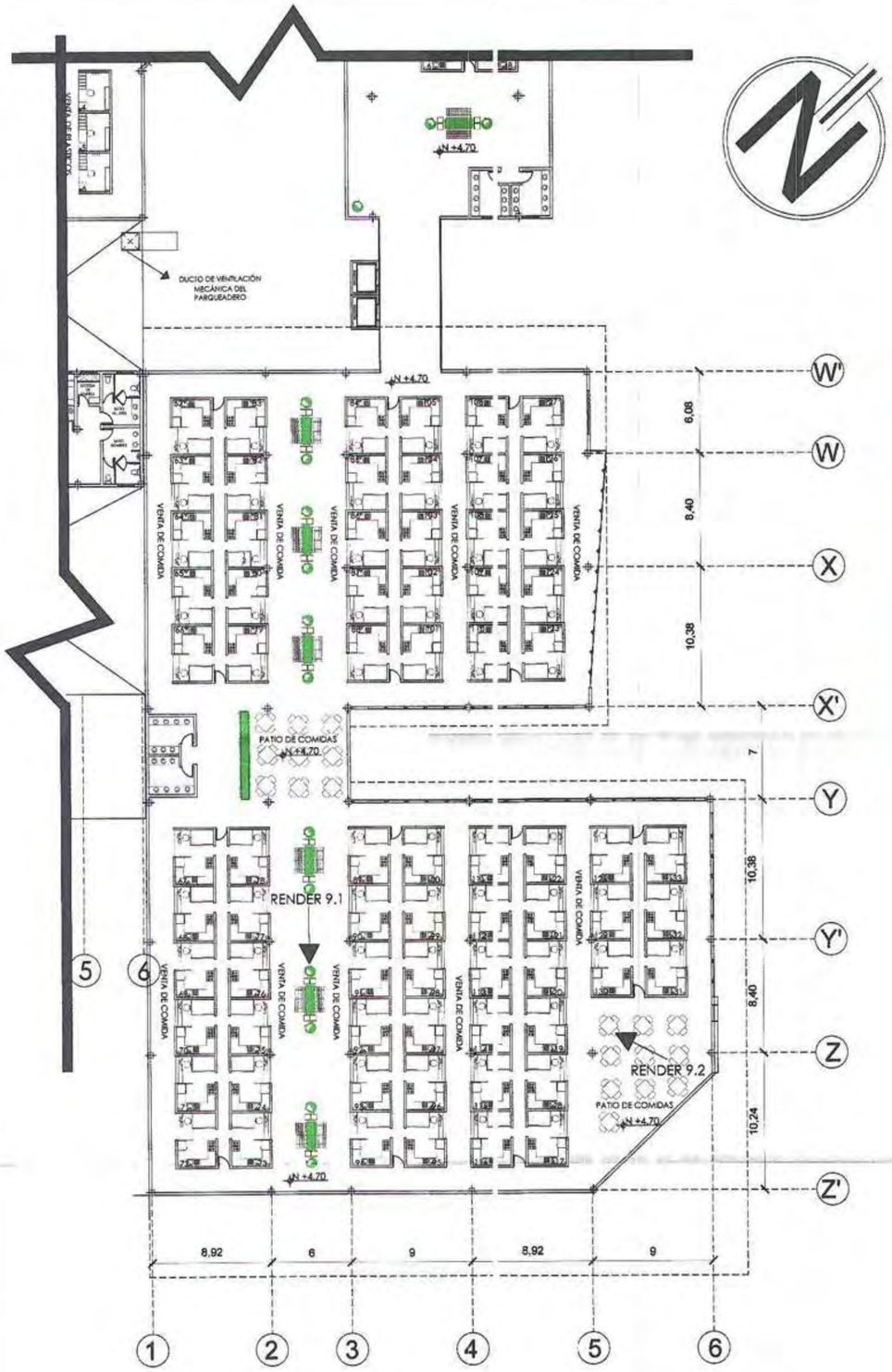
NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López

TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño

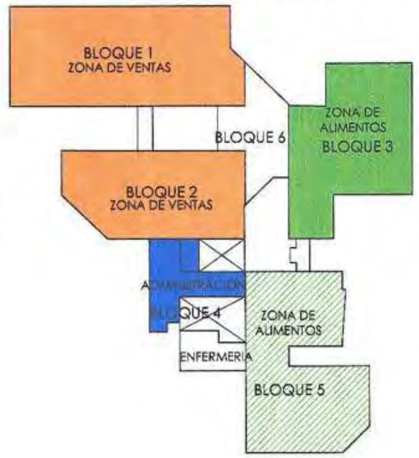
ESCALA: 1:200

FECHA: JULIO - 2010

LAMINA: 8/17



ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN



RENDER 9.1: VISTA DEL CORREDOR PRINCIPAL DE CIRCULACIÓN DEL ÁREA DE ALIMENTOS.

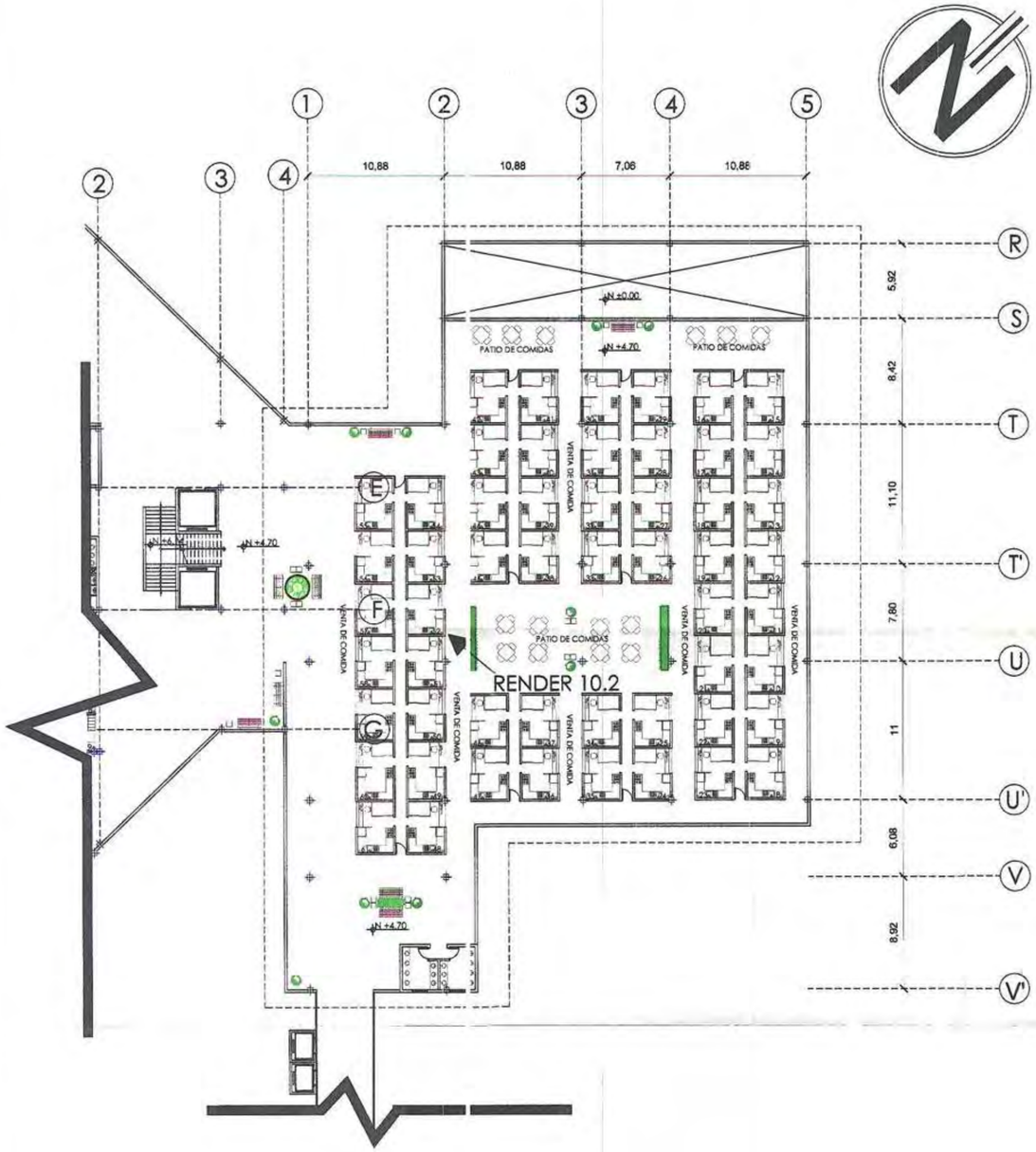
RENDER 9.2: VISTA DEL PATIO DE COMIDAS.

DATOS:

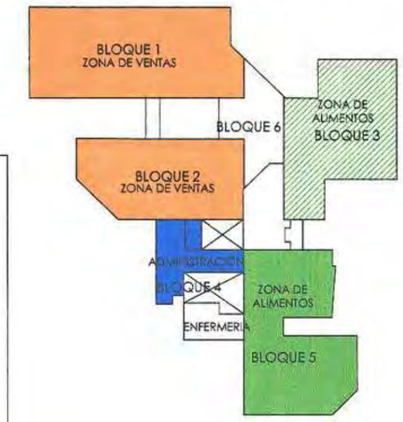
BLOQUE 5

- COMIDA PREPARADA (72 PUESTOS)

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA CONTIENE: PRIMERA PLANTA ALTA BLOQUES 5	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miñ	ESCALA: 1:200 FECHA: JULIO - 2010	LAMINA: 9/17



ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN



RENDER 10.1: VISTA INTERNA DEL PUESTO TIPO DE AREA DE ALIMENTOS.

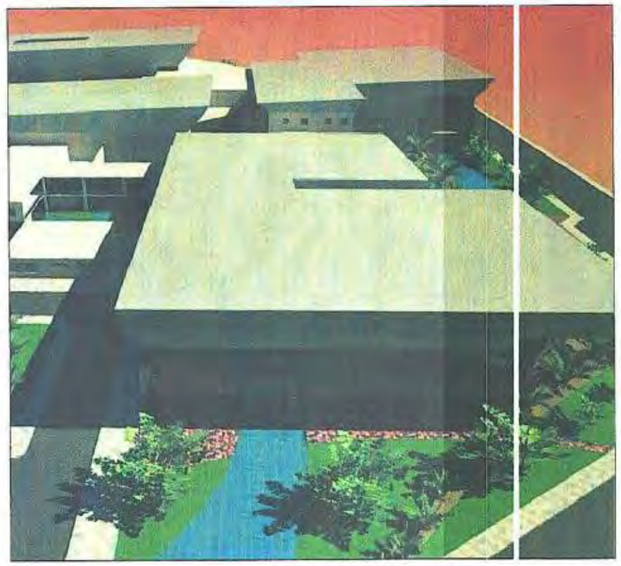
RENDER 10.2: VISTA DEL PATIO DE COMIDAS.

DATOS:

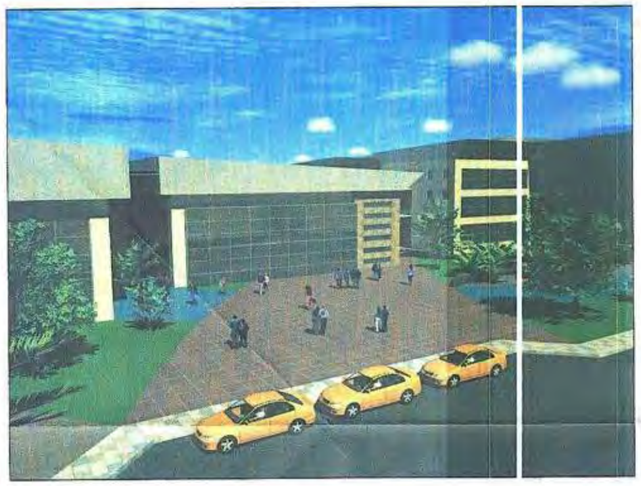
BLOQUE 3

- COMIDA PREPARADA (54 PUESTOS)

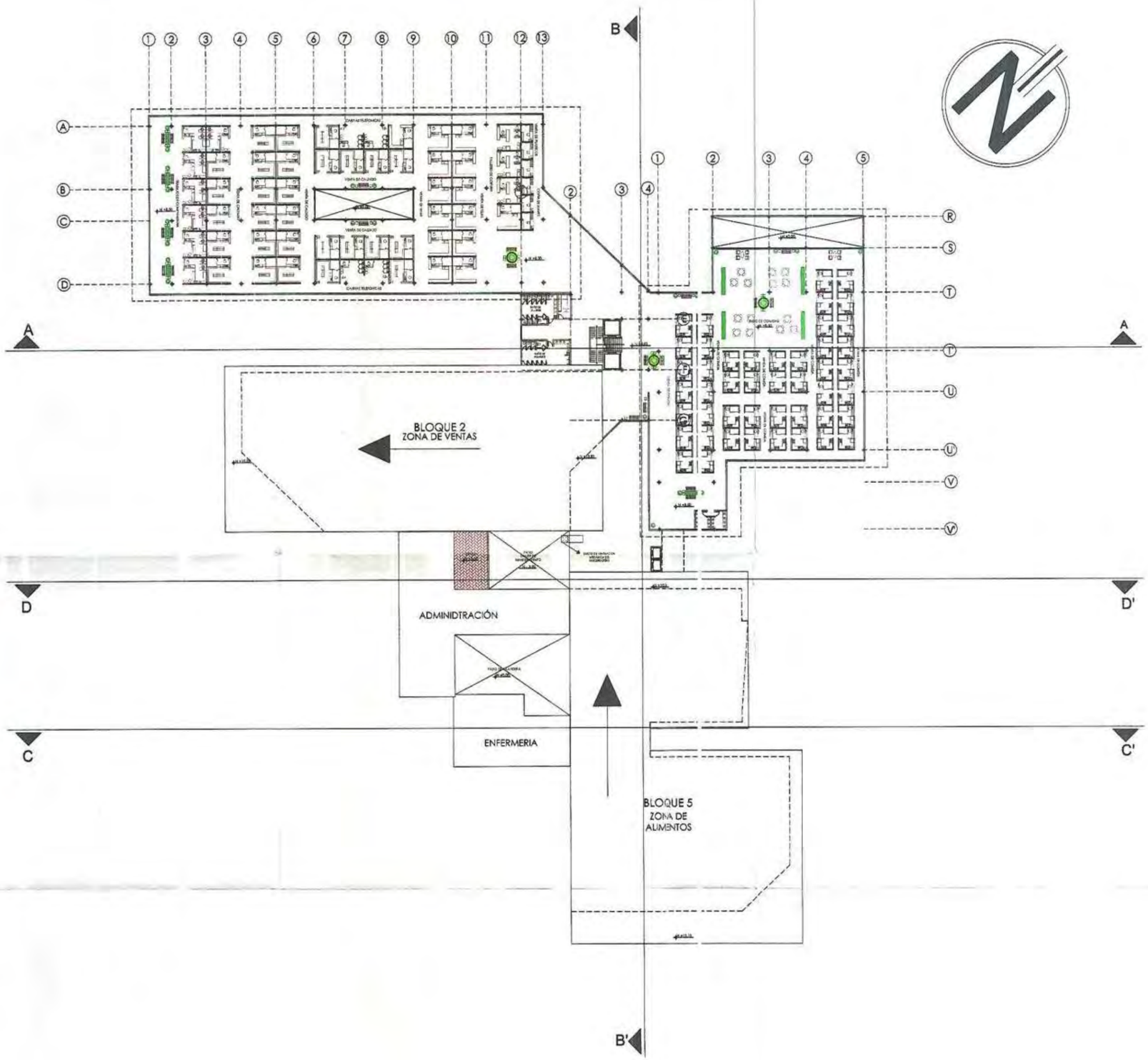
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:200	LAMINA: 10/17
	CONTIENE: PRIMERA PLANTA ALTA BLOQUE 3	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	



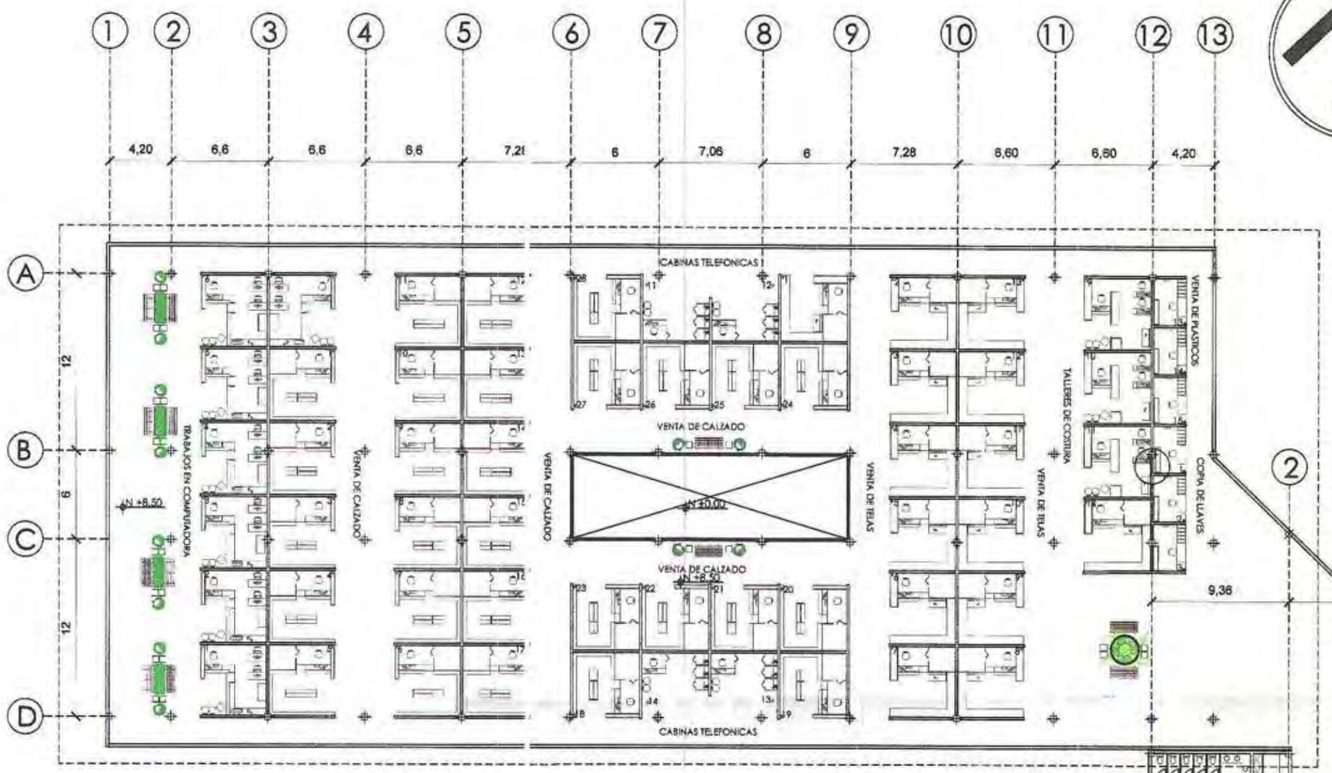
VISTA DEL NUEVO MERCADO AMAZONAS DESDE LA CALLE SANCHEZ Y CIFUENTES.



VISTA DEL BLOQUE 5 DESDE LA AV. PEREZ GUERRERO.



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:400	LAMINA: 11/17
	CONTIENE: SEGUNDA PLANTA ALTA N+8.50	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	



DATOS:

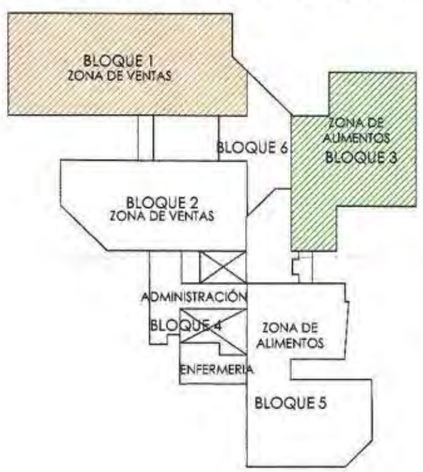
BLOQUE 1

- PLASTICOS (3 PUESTOS)
- COPIA DE LLAVES (3 PUESTOS)
- TALLER DE COSTURA (3 PUESTOS)
- TELAS (13 PUESTOS)
- CALZADO (28 PUESTOS)
- CABINAS TELEFONICAS (4 PUESTOS)
- TRABAJOS EN COMPUTADORA (7 PUESTOS)

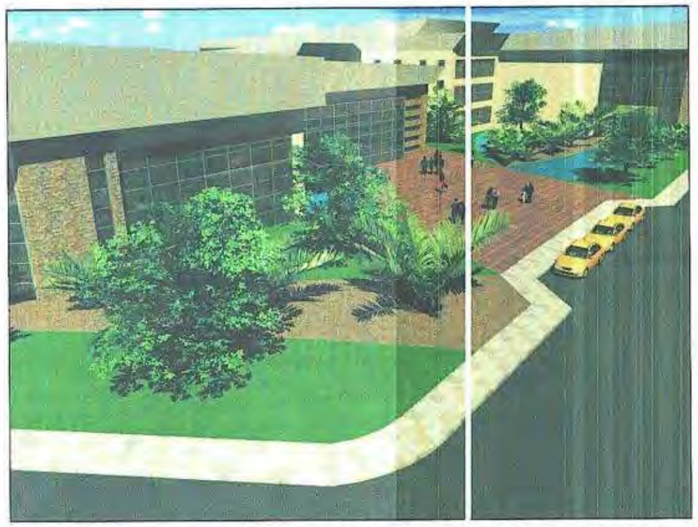
BLOQUE 3

- COMIDA PREPARADA (46 PUESTOS)

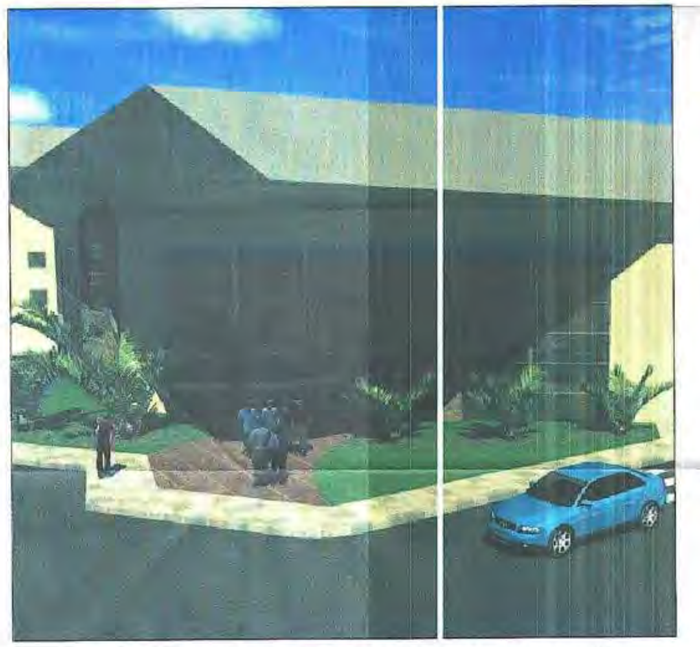
ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN



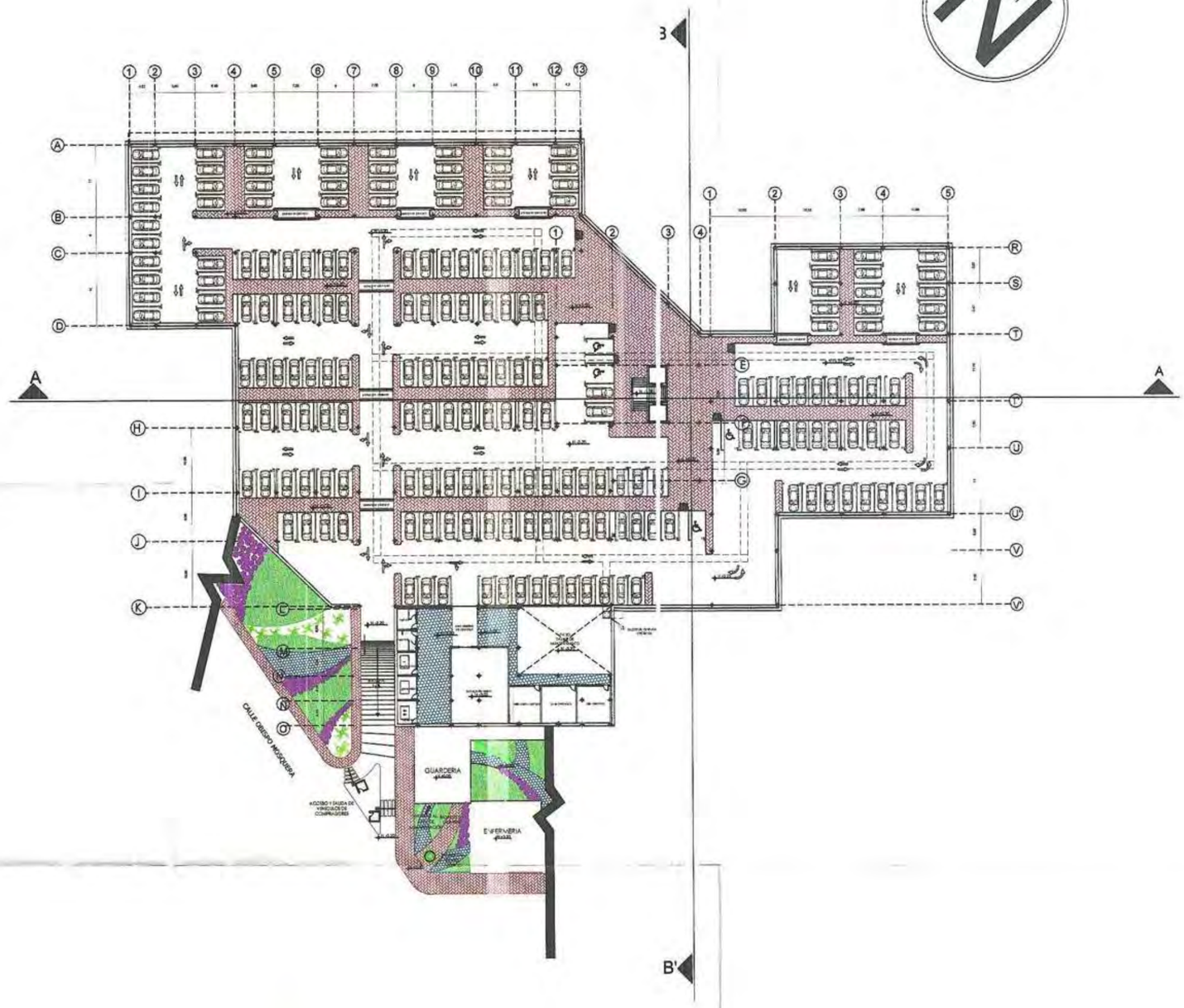
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA CONTIENE: SEGUNDA PLANTA ALTA BLOQUES 1 Y 2	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	ESCALA: 1:200 FECHA: JULIO - 2010	LAMINA: 12/17



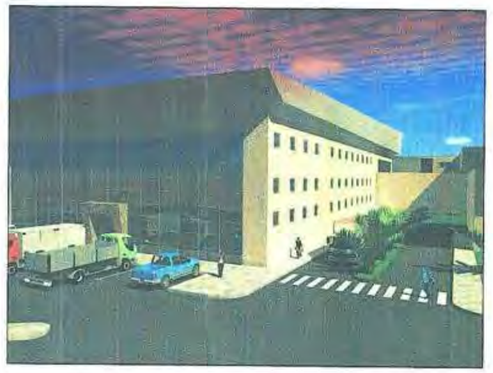
RERDER 13.1: VISTA DEL PROYECTO DESDE LA AV. PEREZ GUERRERO.



RERDER 13.2: VISTA DEL INGRESO AL BLOQUE 2 DESDE LA CALLE OBISPO MOSQUERA.



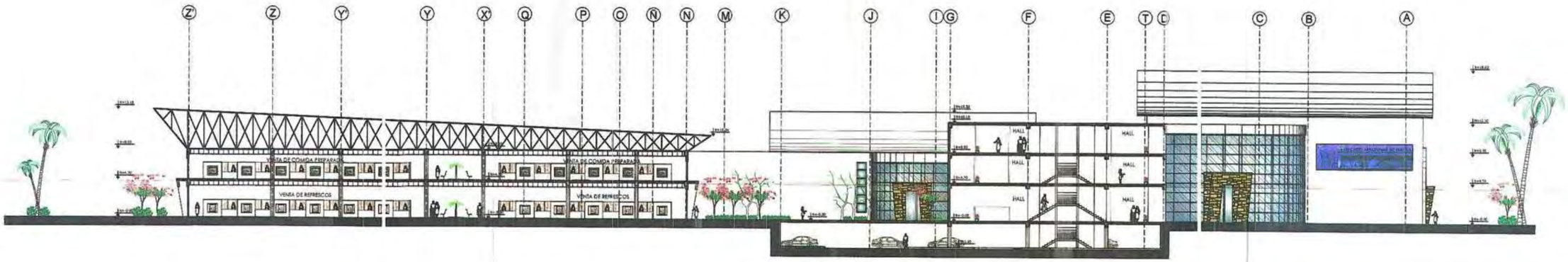
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURAY URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: 1:400	LAMINA: 13/17
	CONTIENE: PLANTA DE SUBSUELO 200 PARQUEADEROS SEGÚN PROGRAMACIÓN	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	



RENDER 14.1: VISTA DEL INGRESO DEL ÁREA DE ALMACENAMIENTO DE DESECHOS.

CORTE A - A'

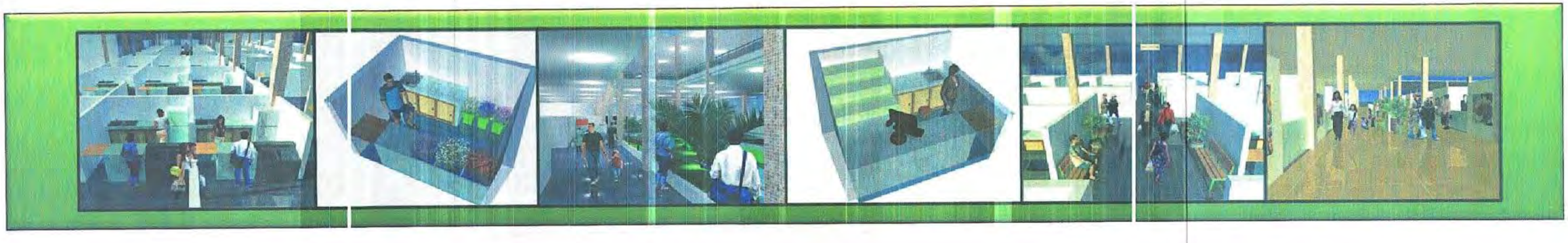
ESC 1:250

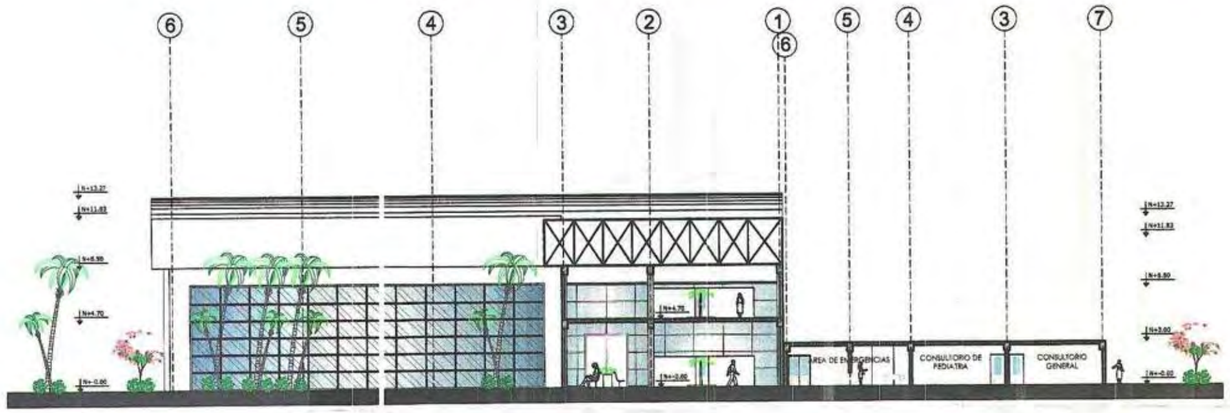


CORTE B - B'

ESC 1:250

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López	ESCALA: INDICADA	LAMINA: 14/17
	CONTIENE: PRIMERA PLANTA ALTA BLOQUES 1 Y 2	TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	FECHA: JULIO - 2010	

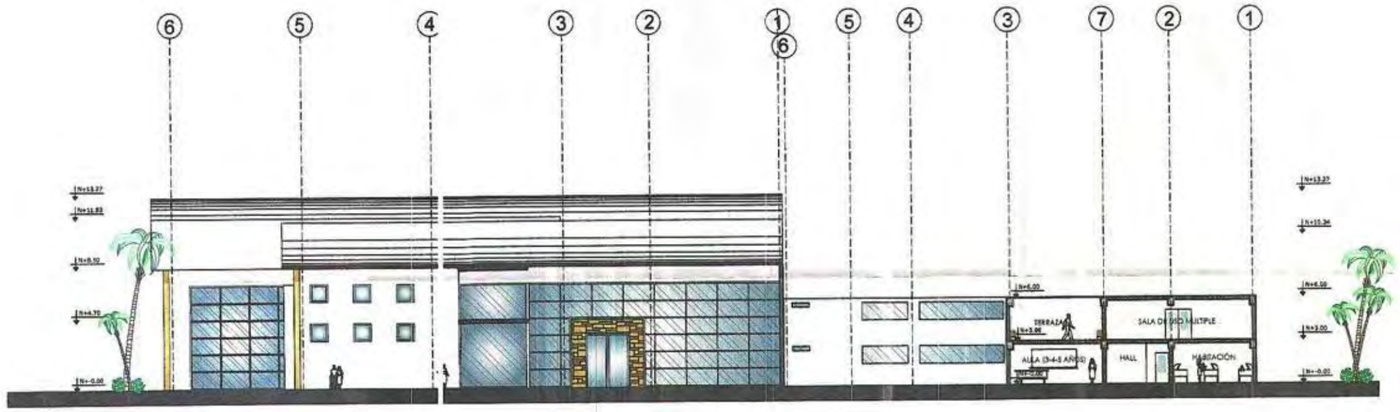




CORTE C - C'

ESC 1:200

RENDER 15.1: VISTA DEL PROYECTO DESDE LA AV. PEREZ GUERRERO.

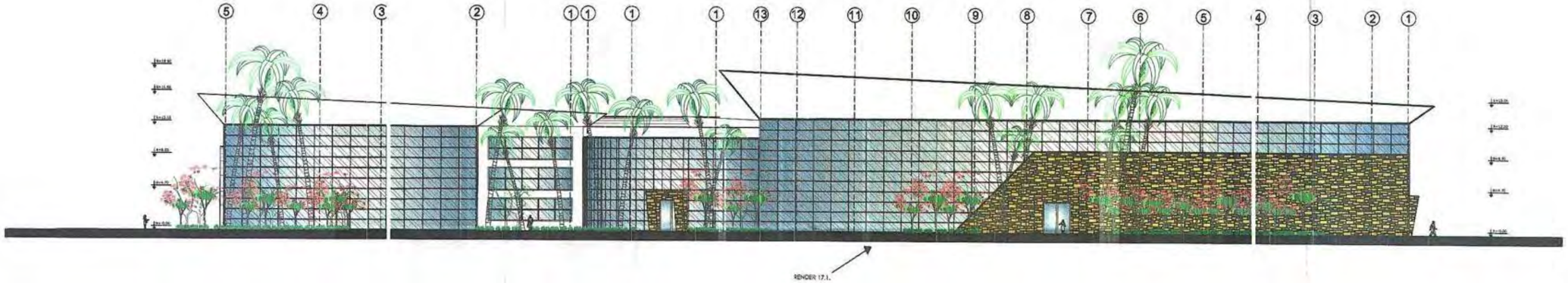


CORTE D - D'

ESC 1:200

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA CONTIENE: PRIMERA PLANTA ALTA BLOQUES 1 Y 2	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	ESCALA: INDICADA FECHA: JULIO - 2010	LAMINA: 15/17

RENDER 16.1: VISTA DEL PROYECTO DESDE LA AV. EUGENIO ESPEJO.



FACHADA AV. EUGENIO ESPEJO

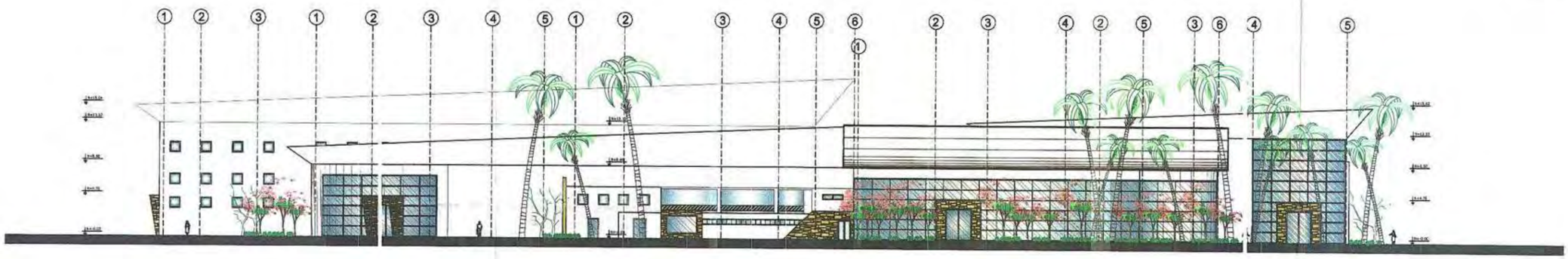
ESC 1:250

FACHADA CALLE OBISPO MOSQUERA

ESC 1:250

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA CONTIENE: PRIMERA PLANTA ALTA BLOQUES 1 Y 2	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	ESCALA: INDICADA FECHA: JULIO - 2010	LÁMINA: 16/17

RENDER 17.1: VISTA DEL INGRESO A LA ZONA DE ALIMENTOS DEL BLOQUE 5 DESDE LA AV. PEREZ GUERRERO.



FACHADA CALLE SANCHEZ YCIFUENTES

ESC 1:250

FACHADA AV. PEREZ GUERRERO

ESC 1:250

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO **TRABAJO DE FIN DE CARRERA**	TEMA DEL PROYECTO: RE-DISEÑO DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA CONTENE: PRIMERA PLANTA ALTA BLOQUES 1 Y 2	NOMBRE ALUMNA: Diana Mercedes Guevara López TUTOR DE PROYECTO: Arq. Leonardo Miño	ESCALA: INDICADA FECHA: JULIO - 2010	LAMINA: 17/17