

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

Facultad de Arquitectura e Ingenierías

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Arquitecto



**MERCADO LA CAROLINA
ELEMENTO ARQUITECTÓNICO PARA REDEFINIR ESPACIOS
COMERCIALES**

Autor:

Sebastián Yáñez Armijos

Tutor:

MUD. Arq. Verónica Gabriela Vaca Proaño

Julio - 2018

00 Antecedentes

Resumen / Abstract	6
Introducción	7
Ubicación	8
Antecedentes Hitóricos Generales	8 - 9
Antecedentes Hitóricos Locales	10 - 11

01 Lectura de Sitio

1.1 Contexto

Red de Mercados	14 - 15
Estructura / Sistema de Equipamientos Comerciales	16 - 17
Dimensión Morfológica	
Figura Fondo - Topografía	18
Altura de Edificaciones	19
Dimensión Funcional	
Equipamientos	20
Áreas Verde	21
Flujos vehicular	22
Categorización de vías	23
Flujos peatonales	24
Puntos de Encuentro	25
Transporte Público	26
Vacíos Urbanos	27
Dimensión Temporal	
Proceso de Consolidación	28
Dimensión Social	
Demografía / Densidad Poblacional	29
Dimensión Perceptiva	
Imagen de la Ciudad / Kevin Lynch	30
Percepción Peatonal	31

1.2 Pre-existencia - Mercado Iñaquito

Antecedentes	32 - 33
Evaluación Espacial	34 - 35

02 Problemas y Oportunidades

2.1 Problemática Actual	38
2.2 Problemas y Oportunidades Contexto	39
2.3 Diagnóstico del Territorio	40
2.4 Diagnóstico de la Pre-existencia	41
2.4.1 Problemas y Oportunidades	42
2.5 Ilustración	43

03 Construcción Teórica

3.1 Tipos de Mercados en Quito	46
3.2 Definiciones	47
3.3 Revisión Teórica	48 - 50
3.4 Referentes	51 - 53
3.5 Collage	54
3.6 Argumento	55
3.7 Estrategias de Diseño	56 - 57

04 Diseño Arquitectónico

4.1 Organigrama Funcional - Contexto	60
4.2 Organigrama Funcional - Mercado	61
4.3 Programa Arquitectónico / Cuadro de Áreas	61
4.4 Planimetría	64 - 70
4.5 Elevaciones	71
4.6 Cortes Arquitectónicos	72 - 75
4.7 Instalaciones	76 - 77
4.8 Detalles Constructivos	78 - 82
4.9 Renders	84 - 91

05 Bibliografía

5.1 Bibliografía / Net grafía / Anexos	92 - 93
--	---------



ASADERO
Doña MARY

CABINAS

CABINAS
INT

COPIAS
CABINAS
TELEFONICA
VENTA DE:
CELULARES
DESBLQUEOS
SERVICIO
TECNICO
INTERNET
RECARGAS - CHIPS

VENTAS AL POR MAYOR
Y MEJOR
Disfrutala aqui

ZAPALLO

CHAPRO

CHAPRO

CHAPRO

CHAPRO

CHAPRO

CHAPRO

CHAPRO

CHAPRO

CHAPRO

00 ANTECEDENTES

RESUMEN

Un mercado es un lugar donde los usuarios construyen identidades sociales, económicas y culturales a través de un espacio con variedad de usos. El mercado “La Carolina” fue una respuesta a las necesidades particulares de la ciudad y del barrio en la década de los 80’s. Ñaquito es un barrio con un rol financiero, predominante, que genera una gran afluencia de población flotante y visitantes a lo largo del día, sin embargo, al finalizar las actividades diarias, el barrio queda desolado; ocasionando de igual manera los fines de semana o en la noche.

El Mercado Ñaquito presenta problemas en términos arquitectónicos y estructurales como la falta de una adecuada organización espacial, situación de insalubridad en algunas zonas, falta de parqueaderos para los compradores y gente del sector, perdiendo el carácter cultural que el mismo puede ofrecer.

Actualmente, Ñaquito es un punto clave de la ciudad, el que tendrá que ser aprovechado con el fin de dinamizar el sector y que deje de ser un lugar de paso.

El proyecto propone una nueva distribución y organización de espacios con el fin de redefinir el concepto de espacio comercial. Un punto de suma importancia es la preexistencia original del mercado la cual se mantendrá y se añadirá un objeto arquitectónico nuevo que ayude a cumplir con las necesidades de las personas que acuden al sector. Finalmente, la espacialidad que se deberá responder al contexto actual, para generar armonía en el sector siendo un aporte a la ciudad.

INTRODUCCIÓN



Imágen 1: Mercado Iñaquito - Tomada desde Calle Villalengüa.
Fuente: Yáñez S. Año: 2018.

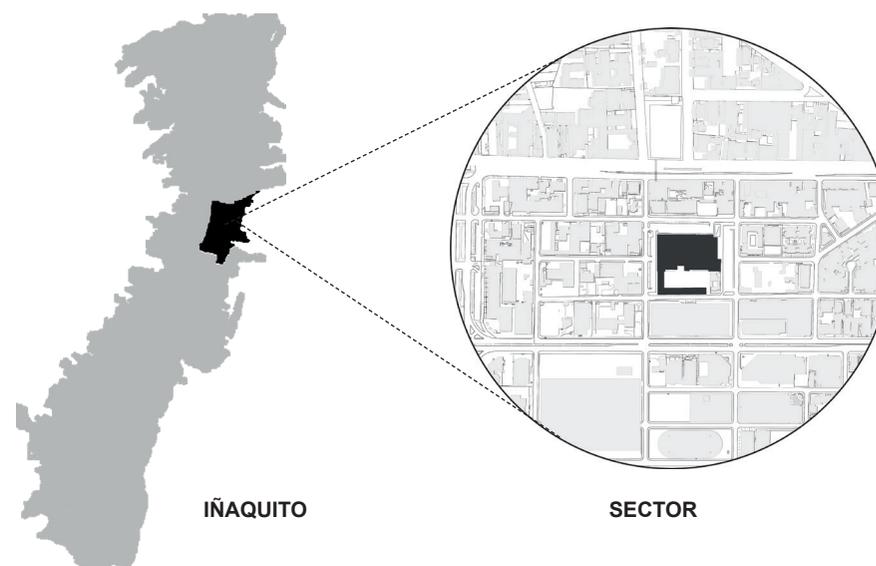
El mercado La Carolina fue una respuesta a necesidades de la ciudad y del barrio de Iñaquito en los 80's. Iñaquito ha ido cambiando con el pasar del tiempo hasta convertirse en uno de los centros financieros de la ciudad. La falta de espacio público pensado para las personas que circulan por la zona, hace que el barrio se

convierta en un lugar de paso, evitando que se dinamice y se pierda la vida en el espacio público. La intervención en el mercado de Iñaquito deberá permitir que se rescate un valor cultural tanto para el barrio como para la ciudad.

UBICACIÓN

La parroquia Iñaquito es una de las 32 parroquias urbanas que conforman el Distrito Metropolitano de Quito; pertenece a la administración zonal norte Eugenio Espejo y se ubica al noreste de la capital. Sus límites son: al norte con la parroquia Jipijapa, al sur la parroquia Mariscal Sucre, al este el Batán y al oeste con las parroquias Belisario Quevedo y Rumipamba.

La parroquia cuenta con una superficie de 1505,75 km², una altitud de 2850m sobre el nivel del mar y una población de 42,492 habitantes de acuerdo al censo del año 2010 de población y vivienda.



Fuente: Yáñez, S. Año: 2018.

ANTECEDENTES

ANTECEDENTES HISTÓRICOS GENERALES

En la historia el intercambio de productos que más adelante se lo conoce como comercio, fue un factor que revolucionó a la sociedad como tal y a su vez, cambió la forma en la que vivían las personas. Este hecho se remonta desde que el hombre primitivo se dio cuenta que podía poseer cosas que él no producía, por medio de trueques con otras tribus o pueblos vecinos. A medida que se fue evolucionando, el desarrollo de los pueblos obligó un incremento y expansión del mercado, llegando a convertirse en la actividad económica que conocemos hoy en día. Los primeros mercados como tal se produjeron en Grecia, donde existían espacios especializados para la venta de diferentes productos como se muestra en la ilustración Ágora de Atenas.

En la antigua Roma se realizaba esta actividad en el foro donde los vendedores colocaban sus productos y la gente se acercaba a comprar los mismos.

En América antes de la conquista el comercio era la actividad que integraba a los pueblos; cabe resaltar que el comercio no solo ocurría en mercados, sino también en riveras de ríos o en la orilla del mar. Las plazas fundadas por los españoles, serían un punto de almacenamiento, compra y venta de productos; esto se convertiría en una tradición para los pueblos, tal es el caso de la plaza de San Francisco como se aprecia en la imagen número 2 de la página 9. Esta congregación espontánea ocasionó una reacción urbana frente a estos eventos, generando que en las edificaciones aledañas se desarrollaran nuevos comercios.

A mediados del siglo XIX se vio la necesidad de cambiar el uso de la plaza mercado, en mercados cerrados, los mismos poseerían servicios básicos y una organización adecuada que facilitaría la acción compra y venta de productos.



Imágen 2: Ágora Ateniense.
Fuente: Marrero, M. **Año:** 2014



Imágen 3: Mercado en la Antigua Roma "Macellum"
Fuente: Bofill, M. **Año:** 2015.



Imágen 4: Mercado Plaza San Francisco
Fuente: John, H. **Año:** 1906.



Imágen 5: Plaza San Francisco
Fuente: Howe, A. **Año:** 2012.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS LOCALES



1538
San Francisco



1859-1875
García Moreno
modernizar el país



1904
Organismo de
Comercialización

1948-1965
Boom Bananero

1534
Fundación de Quito



Siglo XIX
Mercados en
plazas



1895-1901
Eloy Alfaro
Cambio Ideológico en
el país

1925
Boom Cacaotero

La Ciudad de Quito se fundó en 1534; sus primeras iglesias se terminan de construir en años posteriores, teniendo a la Iglesia de San Francisco en 1538, generando los primeros indicios de actividades comerciales a las afueras de estas edificaciones religiosas.

Las primeras apariciones de comercio masivo tuvieron su auge en el siglo XIX, generando plazas mercado a las afueras de las iglesias o plazas importantes de la ciudad como San Francisco, Santo Domingo, Plaza de la Independencia entre otras.

En el periodo de García Moreno la ciudad sufre una modernización a través de nueva infraestructura, ya que buscaba generar vínculos entre regiones y a su vez forjar una identidad nacional y dar personalidad internacional al país.

El primer esquema legal para regular el territorio en Quito ocurre en 1904; en este contexto, se establecen ordenanzas que normalizan las actividades en la ciudad.

Más adelante se emite una ordenanza, que tiene como objetivo la distribución y ordenación de los mercados, con estas ordenanzas el municipio decidió reorganizar a los comerciantes minoristas en la feria de Santa Clara al norte de la ciudad.

Sin embargo, se dieron cuenta que ésto ocasionaría problemas sanitarios y entorpecería la circulación vehicular; a su vez estos comerciantes se quejaban que los feriantes les quitaban la venta de sus productos.

1942-1945
PMDOT
(Jones Odriozola)



1981
Mercado La Carolina



2000
Policentralidad



2018
Venta Informa



1972
Boom Petrolero



1990
Venta Informal
Centro Histórico



2016
Venta Informal
de Jugos

Fuente: Yáñez, S. Año: 2018.

Finalmente, los feriantes se desplazaron al norte a un barrio que se encontraba en desarrollo (Iñaquito); con ayuda del “Boom Petrolero”, se decide realizar una estructura moderna en un lote vacío del sector.

El mercado fue diseñado por el arquitecto Marco Solís en el año 1977, el equipamiento pretendía unificar todo tipo de venta ambulante de la ciudad. En la actualidad el mercado alberga un promedio de 220 comerciantes y posee un flujo de 1000 personas al día.

El mercado “La Carolina”, más conocido como Mercado Iñaquito, es un establecimiento el cual aloja a diario una gran cantidad de personas, tanto comerciantes como compradores de diferentes partes de la ciudad.

En el exterior del mercado se generan dinámicas similares como es el comercio informal e interacciones sociales.



MERCADO
La Carolina

QUITO
ALCALDÍA

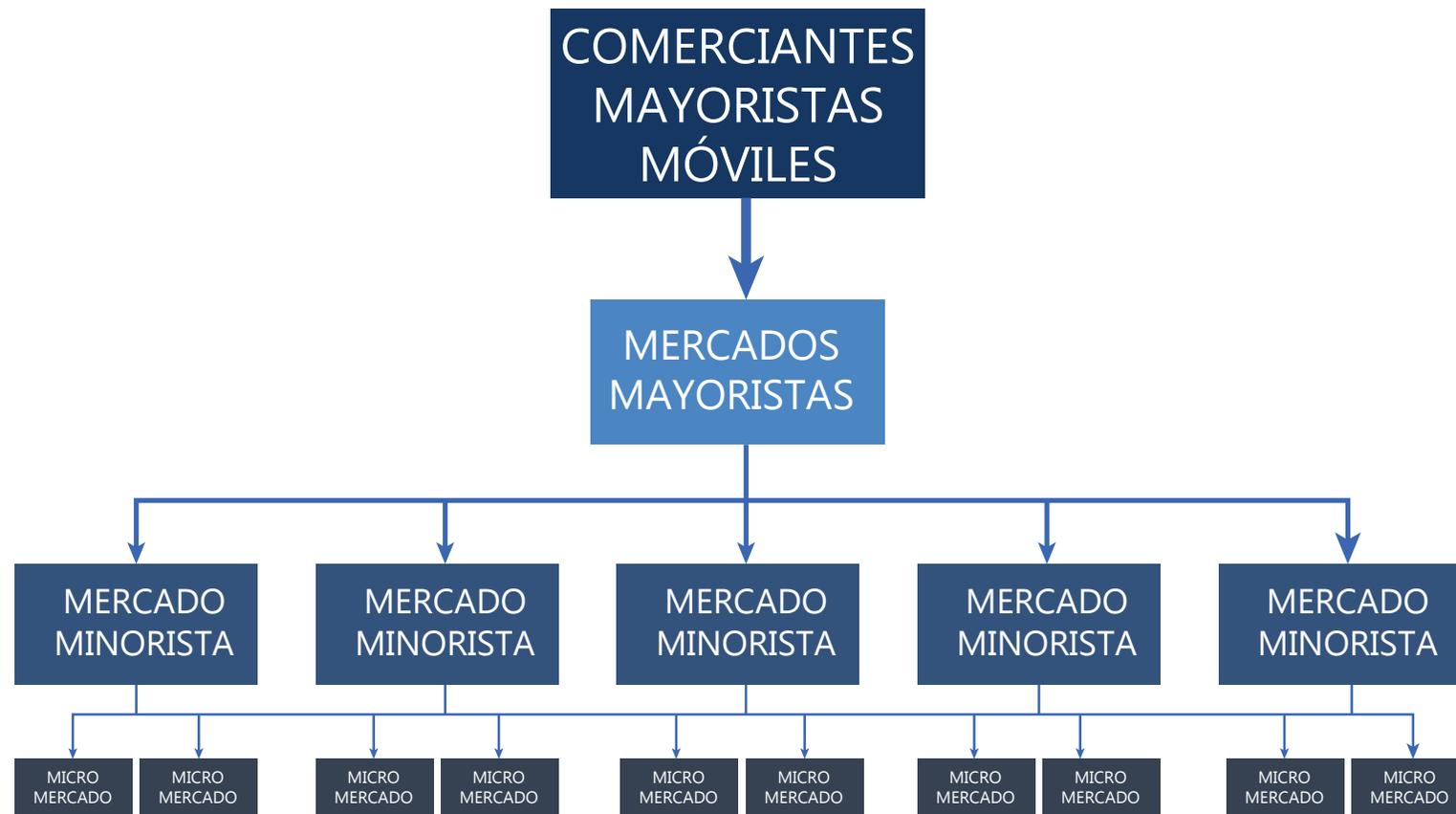
FUNCIÓN JUDICIAL



01 LECTURA DE SITIO

1.1 CONTEXTO

RED DE MERCADOS



Fuente: Yáñez, S. Año: 2017.

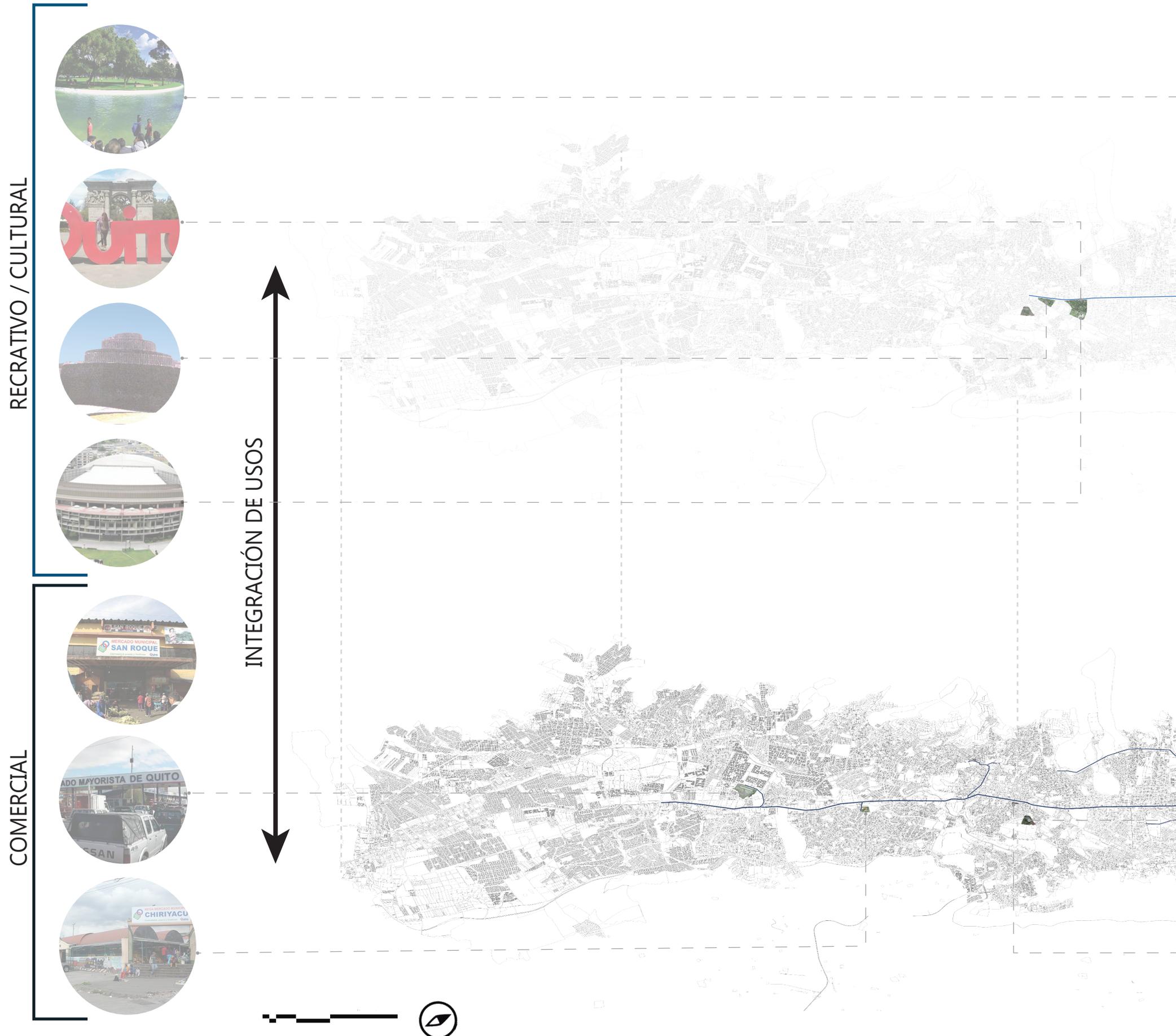
La ciudad de Quito posee una dinámica comercial que no ha cambiado en varias décadas, donde los comerciantes de zona aledañas a la ciudad venden sus productos en los diferentes mercados mayoristas de la ciudad.

Estos mercados se ubican en zonas céntricas de la ciudad, situación que permite que comerciantes de mercado minoristas adquieran estos productos a precios menores y estos, no suban sus precios debido al transporte, dando como resultado que se dinamice la economía de la ciudad.

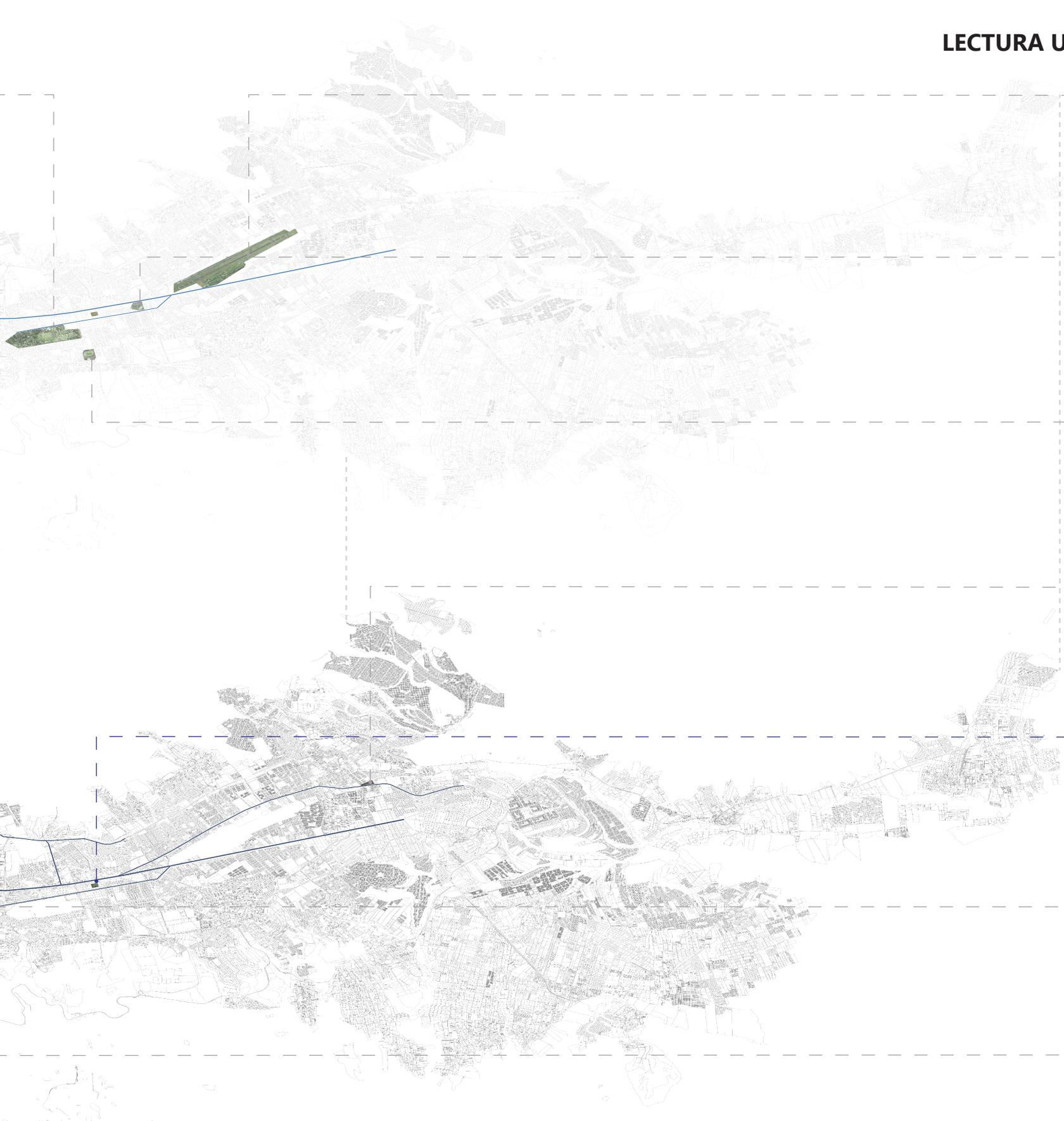
En el Distrito Metropolitano de Quito, nos muestra que existe un déficit de infraestructura de mercados desde el año 2006, por esto se ha planteado realizar un centro de acopio en las afueras de la ciudad. Al sur de la ciudad, se encuentra más abastecido debido a sus dos mercados mayoristas, por otro lado, el norte de la ciudad no posee ninguno. Teniendo en cuenta que todos los productos tanto de la costa, sierra y oriente ingresan a la ciudad primero a los mercados mayoristas y de estos se distribuyen a los mercados minoristas o zonales, generando una red urbana de venta de productos.



ESTRUCTURA / SISTEMA DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES



LECTURA URBANA



RECREATIVO / CULTURAL

COMERCIAL

DIMENSIÓN MORFOLÓGICA

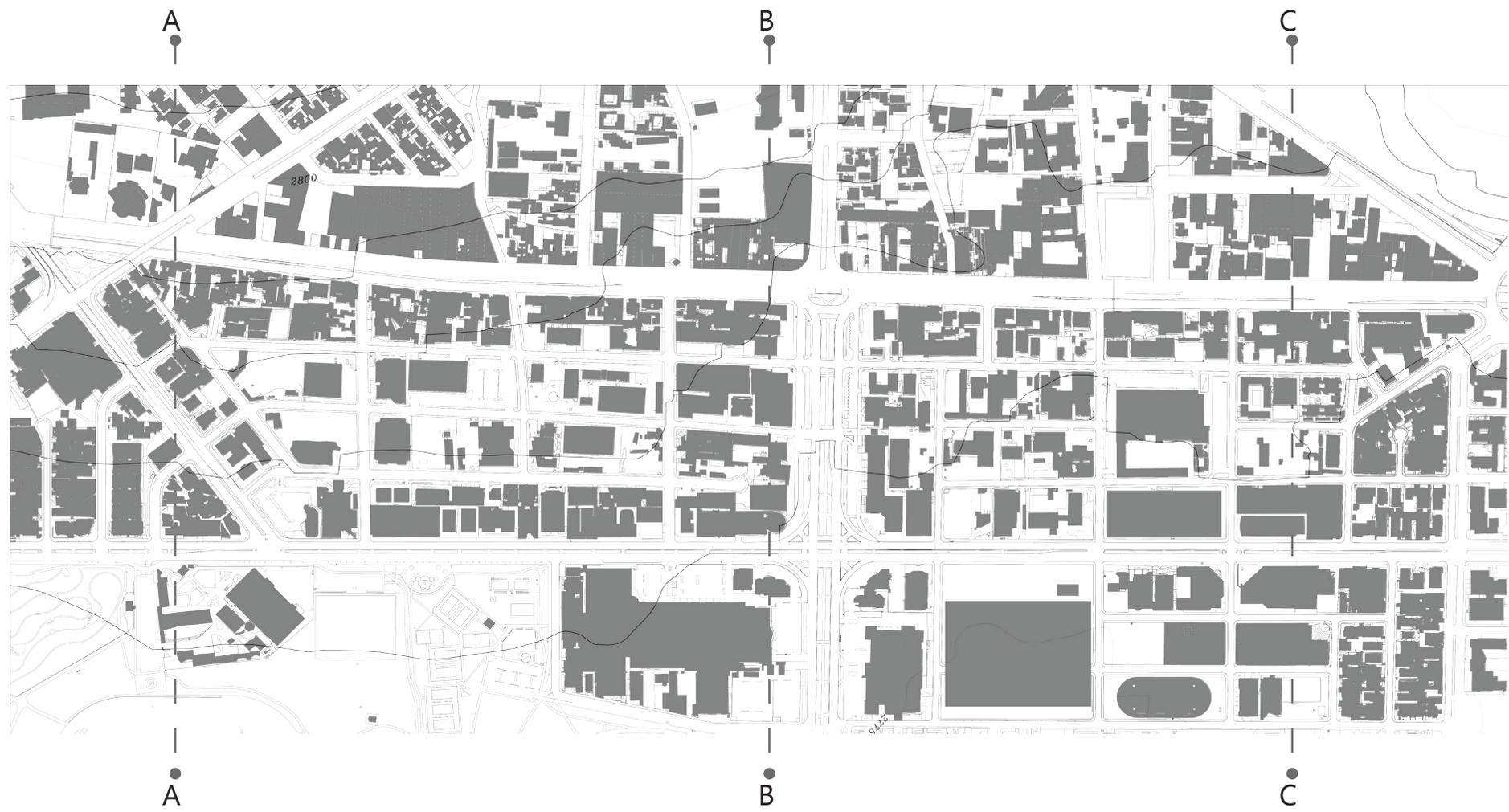
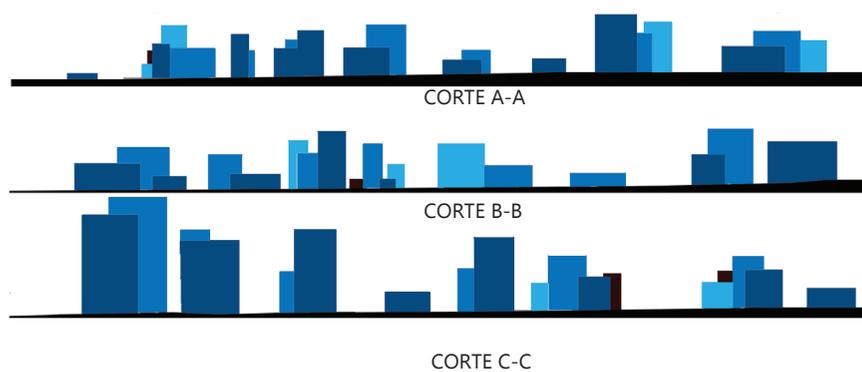


FIGURA - FONDO

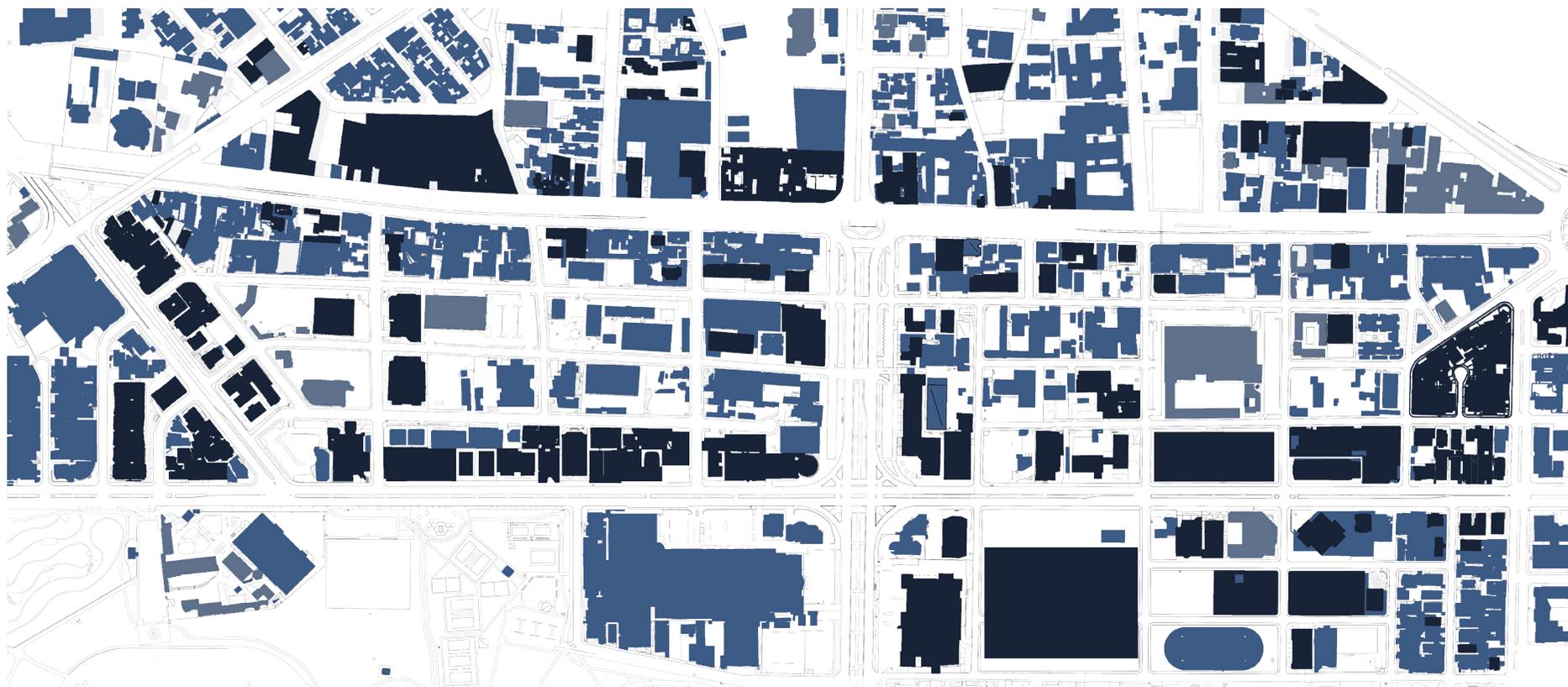
0 10 20 50 100 200 m



El sector posee una topografía del 4%, teniendo un desnivel de 25m, en una distancia de 600m.

El territorio se encuentra en consolidación por lo que existen vacíos urbanos.

- 1 PISO
- 2 - 6 PISOS
- 8 PISOS EN ADELANTE



ALTURA DE EDIFICACIÓN

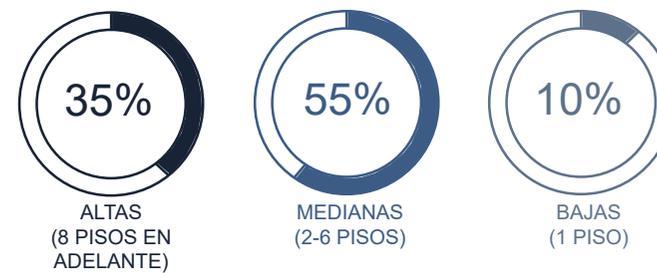


Las edificaciones ocupan el 80% del territorio, en ese sentido, el 55% de las edificaciones son de mediana altura.

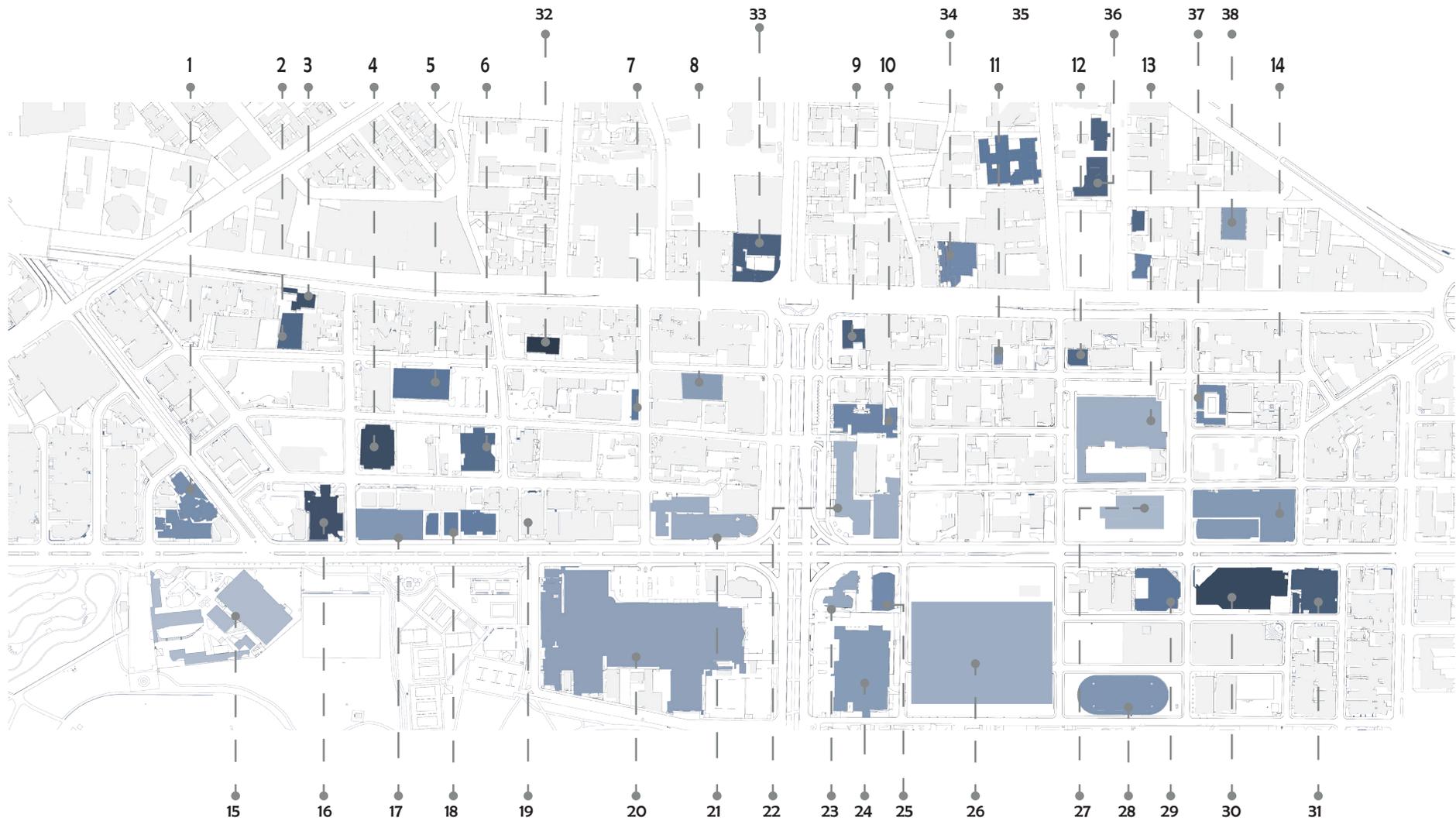
En los últimos años y con la dinámica que presenta el barrio, se han empezado a construir edificaciones de 8 pisos en adelante entre ellas el Complejo Judicial Norte, ocupando el 35% del territorio.

Las edificaciones de baja altura son casi escasas ocupando el 10%.

Cuantificación de alturas:



DIMENSIÓN FUNCIONAL



EQUIPAMIENTOS

0 10 20 50 100 200 m



- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 1 Embajada China | 20 Centro Comercial Iñaquito |
| 2 Colegio de Economistas de Pichincha | 21 Centro Comercial Caracol |
| 3 SUPERCOM | 22 Edificio La Previsora |
| 4 Edificio de Parquaderos | 23 CheFarina |
| 5 Mi Juguetería | 24 Centro Comercial Naciones Unidas |
| 6 Colegio de Arquitectos | 25 Puertas del Sol |
| 7 Colegio de Ingenieros Civiles | 26 Plataforma Gubernamental |
| 8 Cooperación Financiera Nacional | 27 Complejo Justicia Norte |
| 9 Primax | 28 Edificio TATA |
| 10 Clínica Club de Leones | 29 Municipio de Quito |
| 11 Colegio de Contadores | 30 Diners Del Ecuador |
| 12 Gran Santa María | 31 Banco de Guayaquil |
| 13 Mercado La Carolina (Iñaquito) | 32 Delegación Provincial de Pichincha |
| 14 Banco Pichincha | 33 Electro Ecuatoriana |
| 15 Centro de Exposiciones Quito | 34 Banco del Pichincha |
| 16 Ministerio de Educación | 35 Hospital Vozandes |
| 17 PetroEcuador | 36 Alliance Academy International |
| 18 Comandancia de la Policía Nacional | 37 Unidad educativa man |
| 19 Produbanco | 38 Secap |

El sector es una zona en la que predominan oficinas, entidades financieras, públicas, centros comerciales, dando como resultado que acuda mucha gente en el día y se retire al acabar sus actividades.

- Áreas Verdes Privadas
- Áreas Verdes Recreativas
- Áreas Verdes Ornamentales

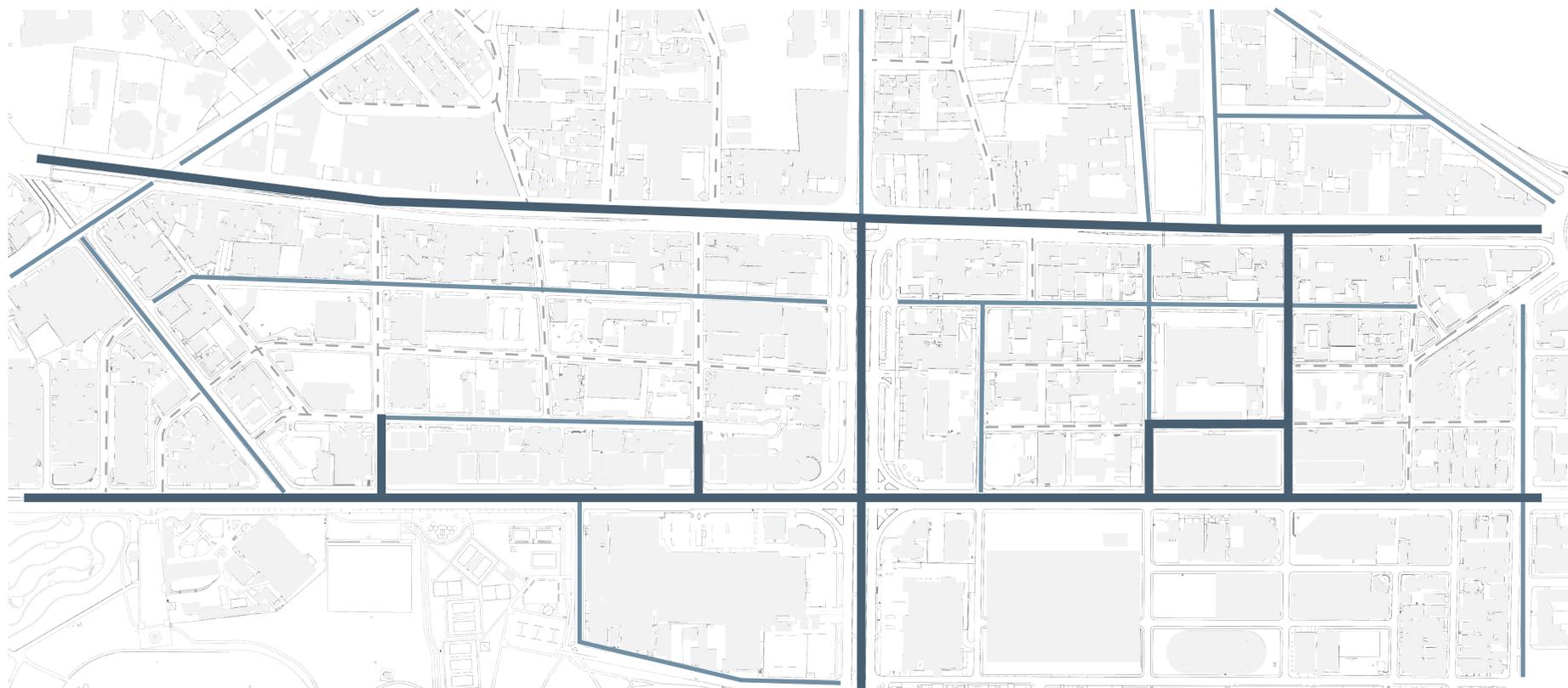


El barrio posee el 60% de área verde recreativa, sin embargo, este porcentaje se debe al parque la carolina, por lo que cruzando la Av. Naciones Unidas no cuenta con área verde de caracter recreativo o público. A su vez en esta zona del sector se cuenta con áreas verdes ornamentales las cuales se ubican en las avenidas principales . Finalmente el territorio cuenta con áreas verdes privadas que conforman plazas y espacios abiertos de colegios y edificaciones privadas.

Cuantificación de alturas:



- Flujo Vehicular Alto
- Flujo Vehicular Medio
- - - Flujo Vehicular Bajo



FLUJO VEHÍCULAR

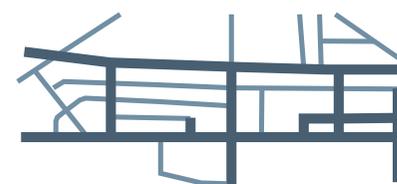
0 10 20 50 100 200 m



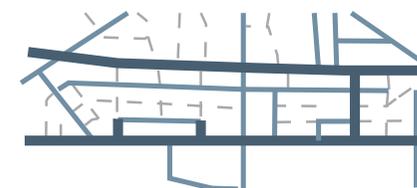
El barrio cuenta con dos vías arteriales de la ciudad, como es la Av. Amazonas y Av. 10 de Agosto por lo que el flujo vehicular es elevado especialmente en horas pico, a su vez la gran cantidad de entidades financieras y gubernamentales aportan a este incremento vehicular en la zona.

Por otro lado, cuando las actividades finalizan la afluencia vehicular disminuye teniendo en la mayoría de vías un flujo bajo de autos.

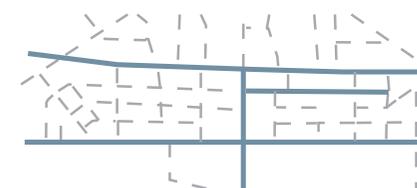
Mañana



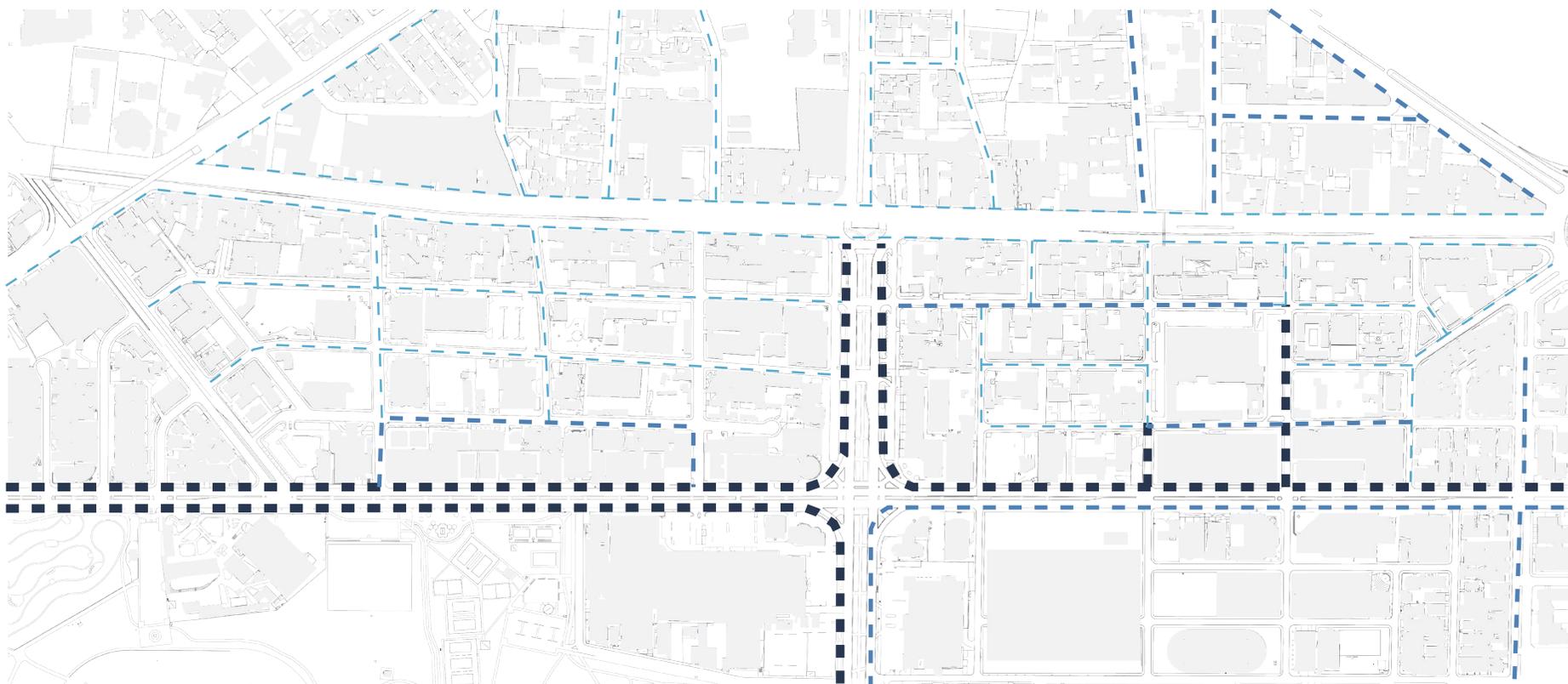
Tarde



Noche

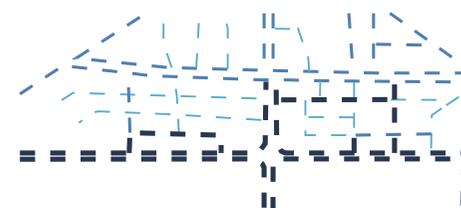


Flujo Peatonal Bajo 
 Flujo Peatonal Medio 
 Flujo Peatonal Alto 

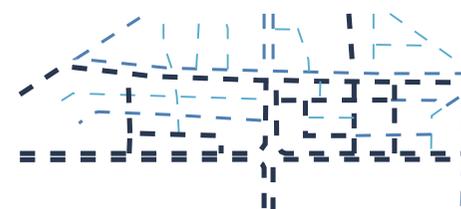


El barrio presenta tres tipos de flujo peatonal: alto, medio, bajo. El sector presenta el mayor flujo de personas en las avenidas principales, sin embargo, estos flujos van disminuyendo en las calles secundarias y a su vez, en dirección a la Av. América, siendo un flujo peatonal bajo. Finalmente, el flujo medio se ubica cerca de entidades financieras, gubernamentales y comerciales.

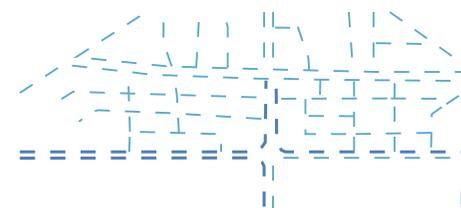
Mañana



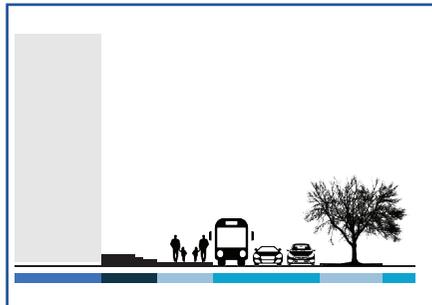
Tarde



Noche

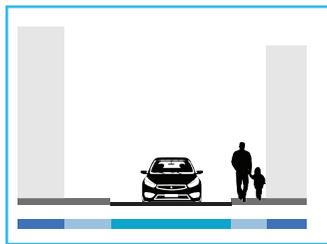


- Tenencia privada
- Tenencia Semipúblico
- Peatonal
- Vehicular



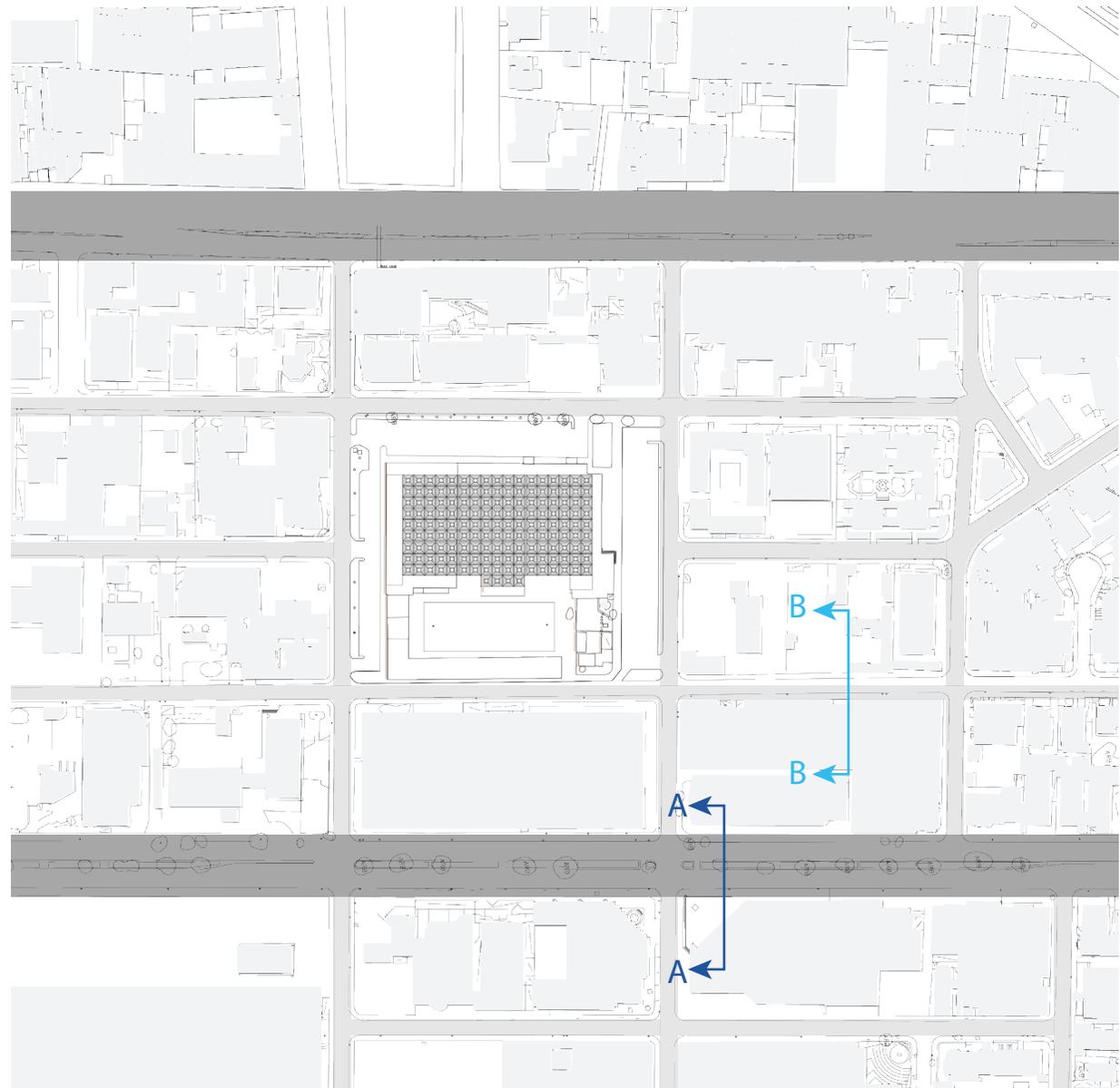
CORTE ESQUEMÁTICO A-A

Como podemos apreciar el porcentaje de espacio peatonal es menor frente al espacio que poseen los vehículos.



CORTE ESQUEMÁTICO B-B

En las calles secundarias del sector se presenta de la misma manera un mayor espacio vehicular que peatonal.



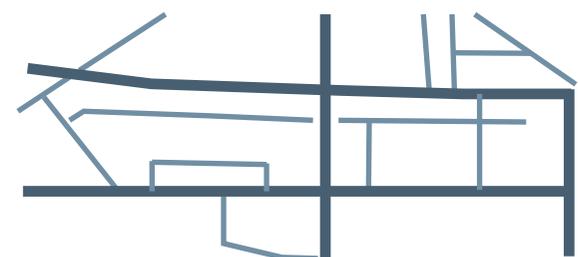
CATEGORIZACIÓN DE VÍAS

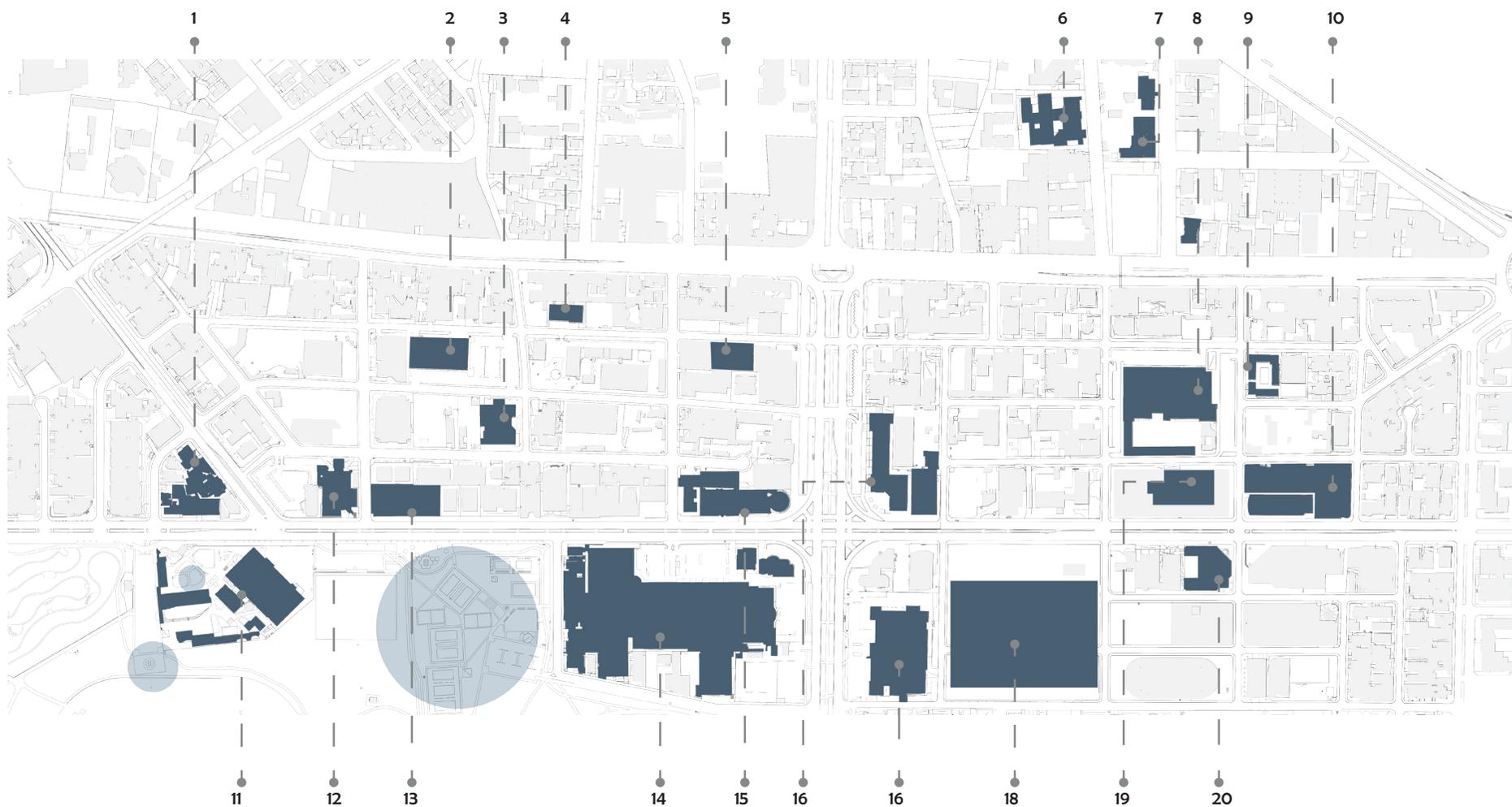


La zona se encuentra seccionada a través de dos ejes conformados por las avenidas principales, en las cuales se presenta gran afluencia de vehículos, generando una dificultad para que el peatón pueda acceder al mercado.

A su vez se puede apreciar que las calles dentro de estas super manzanas están pensadas para altos flujos de vehículos en lugar de un tránsito equilibrado de persona y autos.

- Avenidas
- Calles





PUNTOS DE ENCUENTRO



En el sector se evidencia una gran actividad durante el día; sin embargo, estos puntos de encuentro se ubican a las afueras de los equipamientos financieros, centros comerciales o en el mercado.

Por otro lado, estos puntos se desvanecen en la noche, ya que la actividad del sector acaba, volviéndose una zona inactiva.

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 Embajada China | 11 Centro de Exposiciones Quito |
| 2 Mi Juguetería | 12 Ministerio de Educación |
| 3 Colegio de Arquitectos | 13 PetroEcuador |
| 4 Delegación Provincial de Pichincha | 14 Centro Comercial Iñaquito |
| 5 Cooperación Financiera Nacional | 15 Centro Comercial Caracol |
| 6 Hospital Vozandes | 16 Edificio La Previsora |
| 7 Alliance Academy International | 17 Centro Comercial Naciones Unidas |
| 8 Mercado La Carolina (Iñaquito) | 18 Plataforma Gubernamental |
| 9 Unidad educativa Manuel Tobar | 19 Complejo Justicia Norte |
| 10 Banco Pichincha | 20 Municipio de Quito |

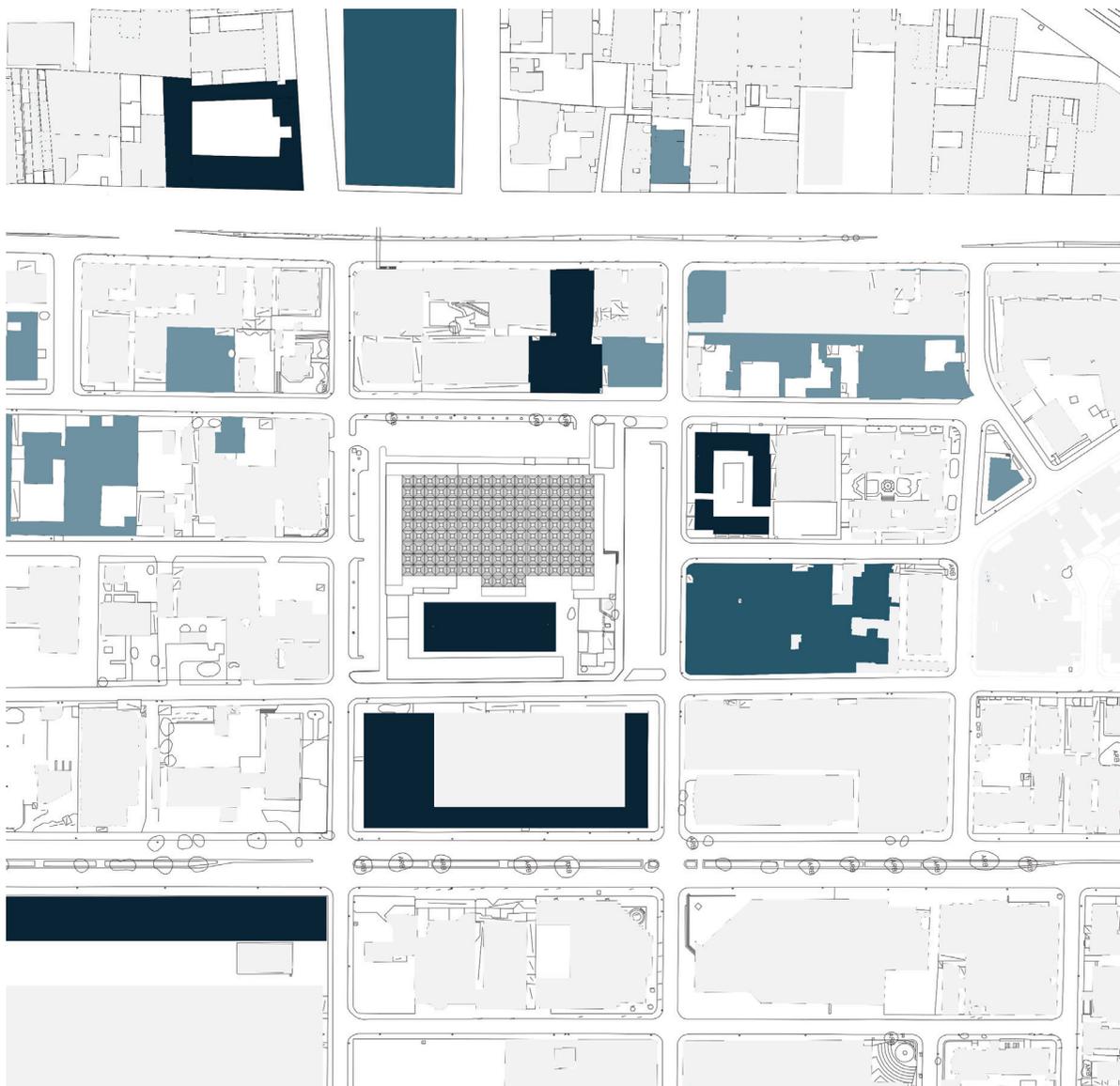
-  Paradas Trole-bus
-  Ciclovía
-  Paradas de Bus



El barrio Ñaquito presenta una cobertura aceptable en términos de transporte público, constando con 6 diferentes rutas que permiten movilizar a través diferentes puntos de la ciudad, entre ellas están: Ruta San Juan de Calderón - Ejido, Luz y Vida - Nuevo Amanecer - Jardín, Bicentenario - Ejido, Roldos - Marín, Carcelén - Marín, Cochapamba - Don Bosco.

A su vez el sector posee el sistema metropolitano de transporte Trolebus en la Av. 10 de Agosto el cuál permite movilizar a las personas de Norte a Sur.

Finalmente el Barrio cuenta con ciclovías las cuales se unen a la red de ciclovías de Quito, la cuál llega hasta la calle De los Arupos al Norte de la ciudad. Sin embargo, estas vías no son suficientes para abastecer el sector provocando conflictos entre peatones y ciclistas, ya que ambos utilizan las aceras para ciclar.



- Espacios Vacíos:** Son aquellos espacios que tienen dueños pero no han desarrollado ninguna edificación.
- Espacios Subutilizados:** Es un espacio en uso por debajo de sus posibilidades o potenciales.
- Espacio Potencial:** Es aquel espacio que se ubica en un punto estratégico.

VACÍOS URBANOS

0 10 20 50 100 m

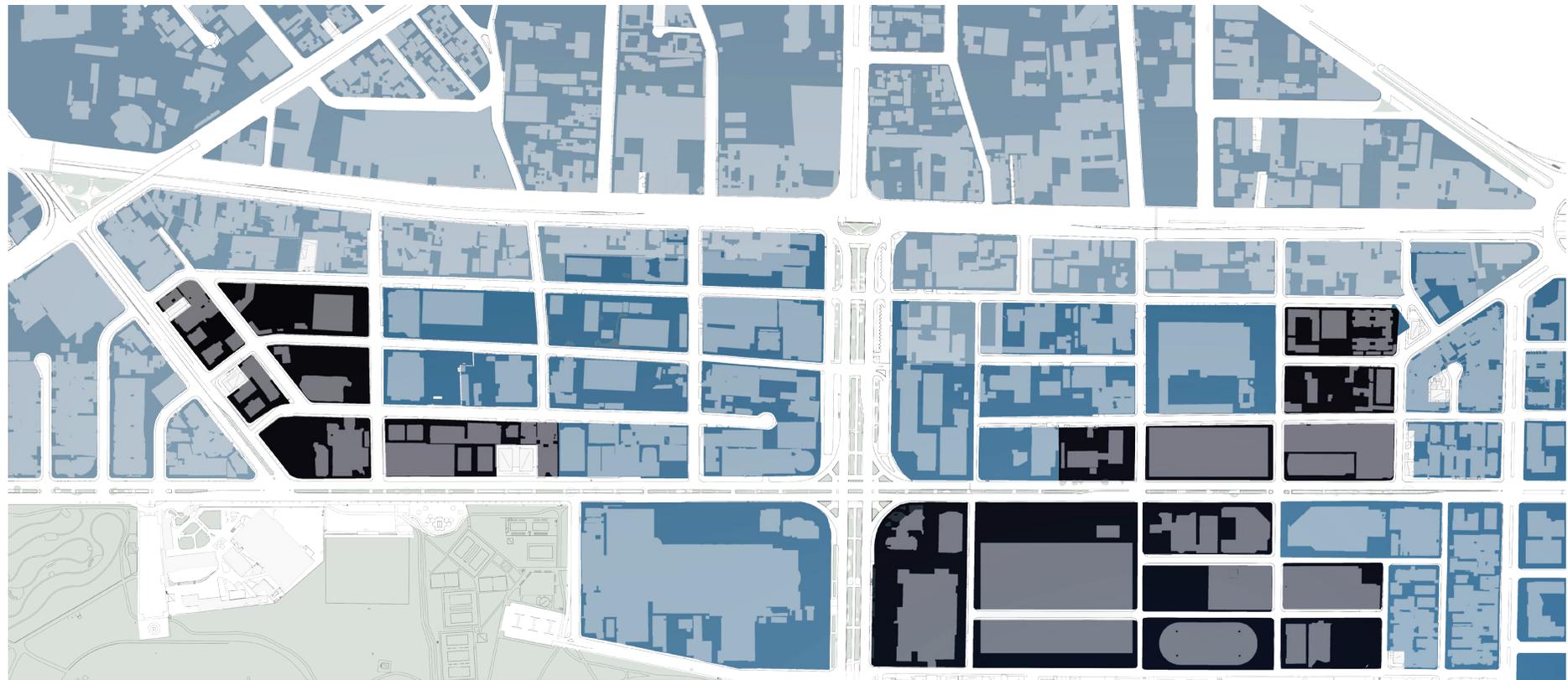


Iñaquito es un barrio que está en proceso de conformación, por lo que existe área con potencial, esto es evidente en los porcentajes de terrenos vacantes, subutilizados y vacíos que presenta el sector, ofreciendo la posibilidad de generar distintos proyectos con el objetivo de potenciar la zona, mejorando la calidad del espacios y dinamizando el sector a horas fuera de los horarios de oficina donde la gente desaloja el sector.



DIMENSIÓN TEMPORAL

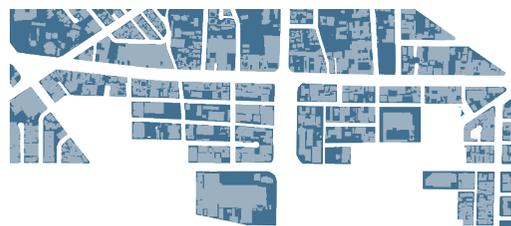
- AÑOS 70
- AÑOS 80
- AÑOS 90 EN ADELANTE



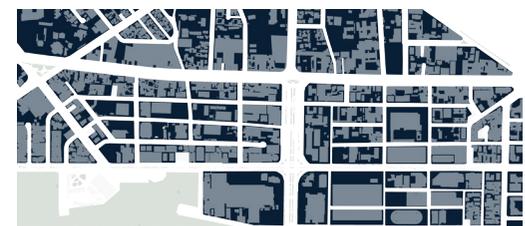
PROCESO DE CONSOLIDACIÓN



AÑOS 70



AÑOS 80



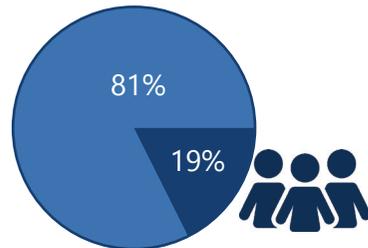
AÑOS 90 EN ADELANTE

El barrio Lñaquito, es un barrio que se encuentra en proceso de consolidación; el barrio que nació en los años 70, ya que antes pertenecía al Batán Bajo, y se lo conocía como el “Batancito”.

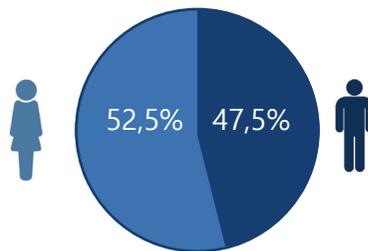
El barrio ha mantenido una misma trama de vías desde sus inicios, teniendo similitudes con la trama vial del centro histórico.

DIMENSIÓN SOCIAL

Según datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el censo realizado en el año 2010, el barrio Ñaquito cuenta con una población de 42.242 habitantes siendo el 19% del total de la ciudad.

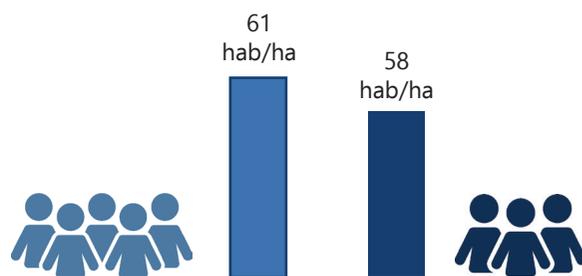


La población que habita en Ñaquito se divide en 52,5% mujeres y 47,5 hombres en diferentes edades.



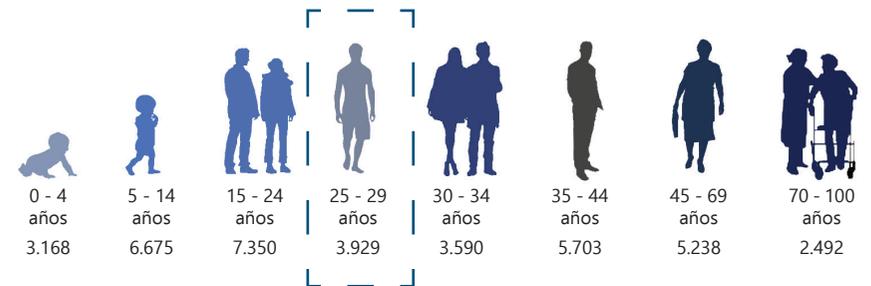
DENSIDAD POBLACIONAL

La densidad población que posee el barrio Ñaquito es de 61 hab/ha mientras que en toda la ciudad es de 58 hab/ha, de esta manera la concentración de habitantes es mayor.



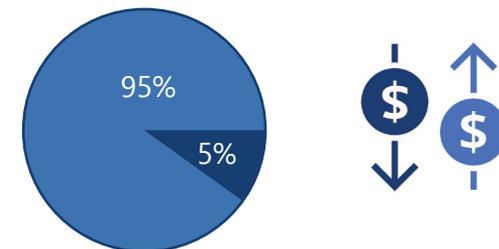
POBLACIÓN POR EDADES

El grupo edades con mayor presencia en el sector, corresponde a la población de 30 a 35 años con 3.590 personas.



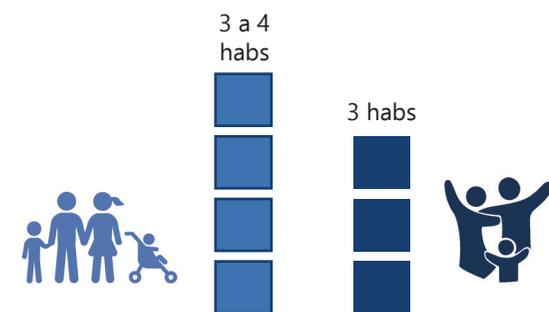
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

El barrio Ñaquito presenta casi toda su población económicamente activa con el 95%.



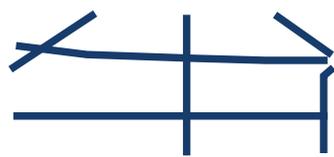
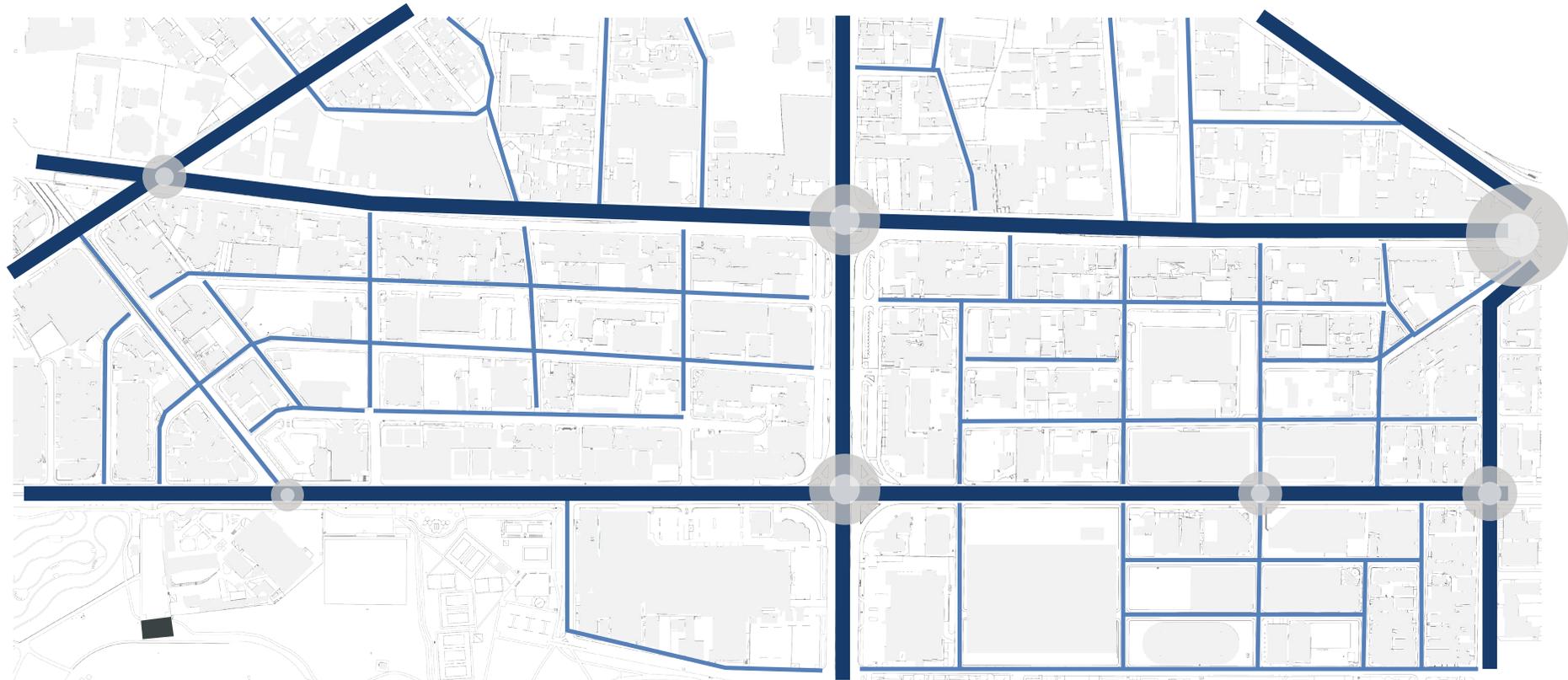
PROMEDIO DE HABITANTES POR HOGAR

Los hogares promedio del barrio Ñaquito están conformados por 3,1 personas, es decir que en su mayoría son familias pequeñas; mientras que, el promedio en relación a Quito es de 3 a 4 personas por hogar.

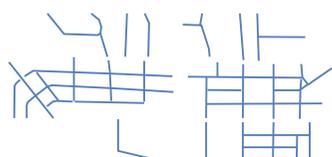


DIMENSIÓN PERCEPTIVA

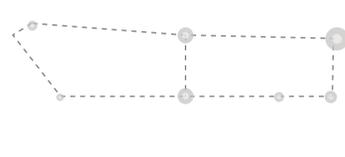
IMÁGEN DE LA CIUDAD / KEVIN LYNCH



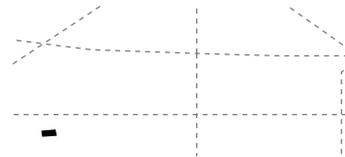
BORDES



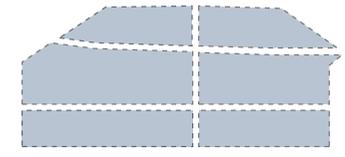
SENDAS



NODOS



HITOS



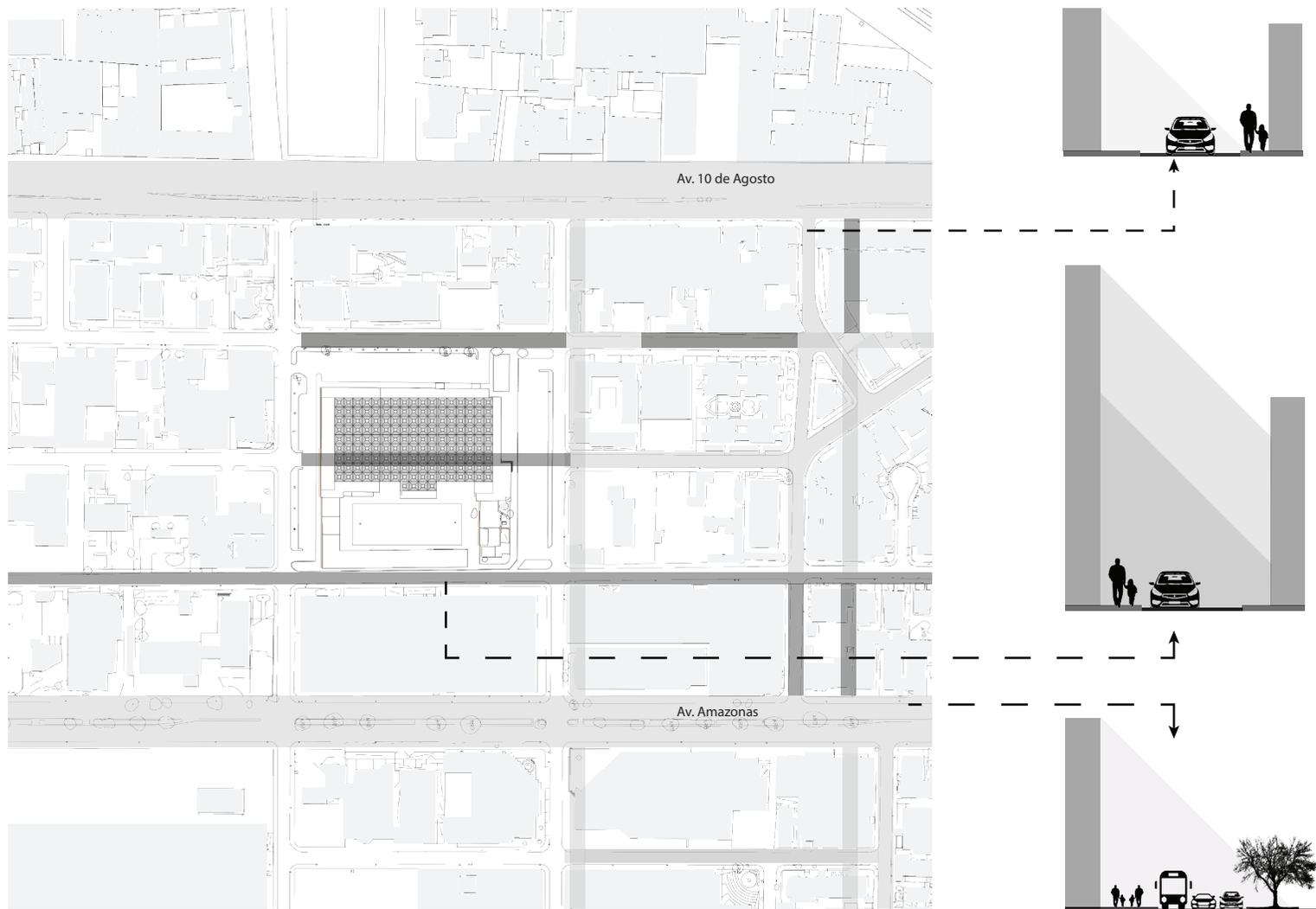
DISTRITOS



La imagen la ciudad es el conjunto de varias imágenes individuales o serie de imágenes públicas mantenidas por las personas. Es decir que la agrupación de estas imágenes generan un significado social e histórico, de esta manera establecemos vínculos con partes de la ciudad y su imagen está impregnada de recuerdos, formando parte de estos escenarios.

Las grandes avenidas forman bordes para los peatones subdividiendo el sector en varios distritos, especialmente la

Av. 10 de Agosto ya que cuenta con un paso vehicular deprimido, generando una dificultad para la movilidad del peatón que únicamente cuenta con un puente para cruzar esta zona. Los nodos que se generan en las intersecciones de las avenidas; sin embargo, estos espacios no pueden ser aprovechados por las personas, debido al tránsito de los vehículos. Finalmente, en la zona se puede apreciar un hito importante para ciudad como es la cruz del papa.



PERCEPCIÓN PEATONAL

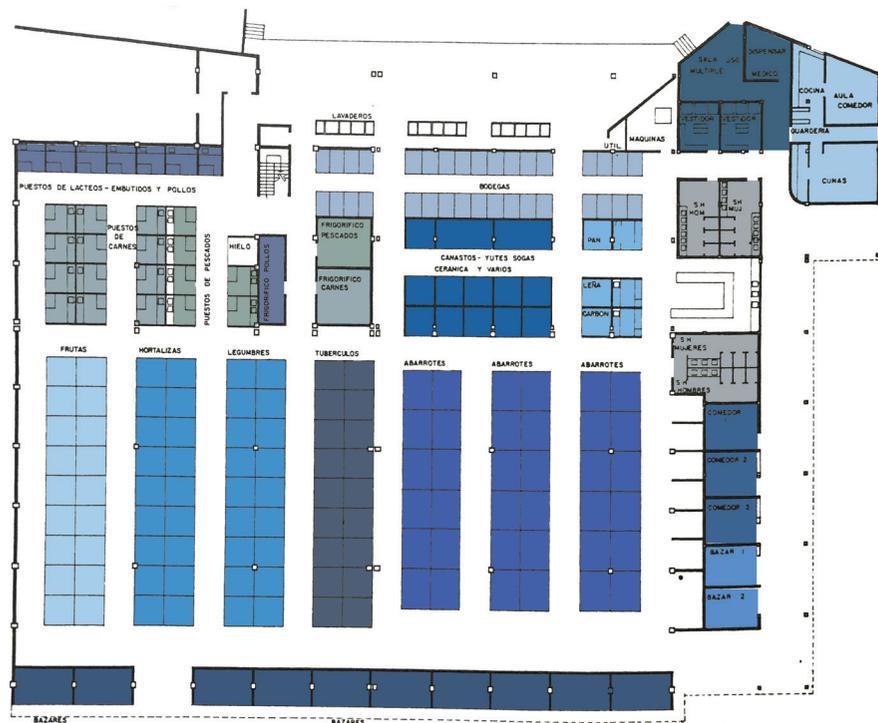


Al ser un sector que contiene gran variedad de usos, entre estas entidades públicas y privadas, ocasiona la presencia de medianas y grandes edificaciones por lo que, en ciertas zonas el peatón se siente enclaustrado debido al contraste que generan los edificios.

<p>Tipo 1</p> <p>Si la altura de los edificios excede el ancho del espacio, no se podrán ver los techos de los edificios sin alzar la mirada. Esta relación espacial reduce el ingreso de luz en los espacios y puede causar una sensación claustrofóbica. Comparado con otros perfiles de calles, se crea un contraste dramático.</p>	<p>Tipo 1</p>
<p>Tipo 2</p> <p>Si la relación de los edificios en altura es baja en relación al ancho de la calle, o cuenta solo con un elemento construido, cumple con la condición de no ser suficiente para crear un efecto de encierro. También cumple con una condición de cielo en predominancia y los elementos vegetales disminuyendo la incidencia solar.</p>	<p>Tipo 2</p>
<p>Tipo 3</p> <p>Si existen elementos construidos en ambos lados de la calle, la visión periférica en esta tipología disminuye al cielo como predominante e incrementa la percepción de encierro. La relación del ancho de la calle en relación a la altura de los edificios determina cuán cómodo o inadecuado se vuelve la percepción espacial, además de no contar con elementos vegetales.</p>	<p>Tipo 3</p>

(Carmona, 2010)

1.2 PRE-EXISTENCIA - MERCADO IÑAQUITO



Imágen 6: Mercado Iñaquito - Organización espacial
Fuente: Luzuriaga, D. Año: 1978.

El mercado La Carolina y el Mercado la Magdalena son dos proyectos diseñados por el Arquitecto Mario Solís, los cuales comparten varias similitudes ya que, ambos fueron planteados para solventar una necesidad social en zonas en proceso de consolidación, ubicando al Mercado de la Magdalena en el sur de la ciudad y al Mercado La Carolina en el sector de Iñaquito.

En los años 70 se empieza la edificación de la primera etapa, con el objetivo de cumplir la necesidad de mercado sectorial, sin embargo, no se podría consolidar de tal manera hasta la implementación de su segunda etapa, donde con nuevas incorporaciones alcanzaría el carácter de mercado sectorial.

Al realizar la segunda etapa del Mercado La Carolina empieza a diferenciarse de su contraparte en el sur de la ciudad ya que en

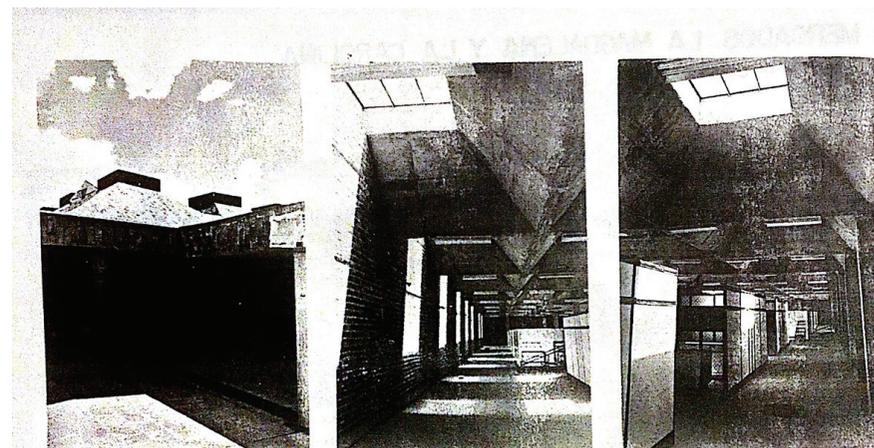
esta zona el lote es de mayor dimensión generando modificaciones al proyecto original.

El programa del proyecto busca ofrecer al usuario la compra y venta organizada, ubicando los comedores en el exterior del mercado y en el interior la zona de venta de alimentos, la cuál esta dividida en dos etapas; la primera se ubicarían legumbres, frutas, hortalizas, tuberculos y abarrotes. Mientras que, en la segunda etapa se ubicaría todo lo que es alimentos de origen animal.

Su forma se presenta como un volúmen compacto y cerrado parcialmente, presentando la piramide truncada (módulo piramidal), tanto al interior como al exterior como un elemento predominante.

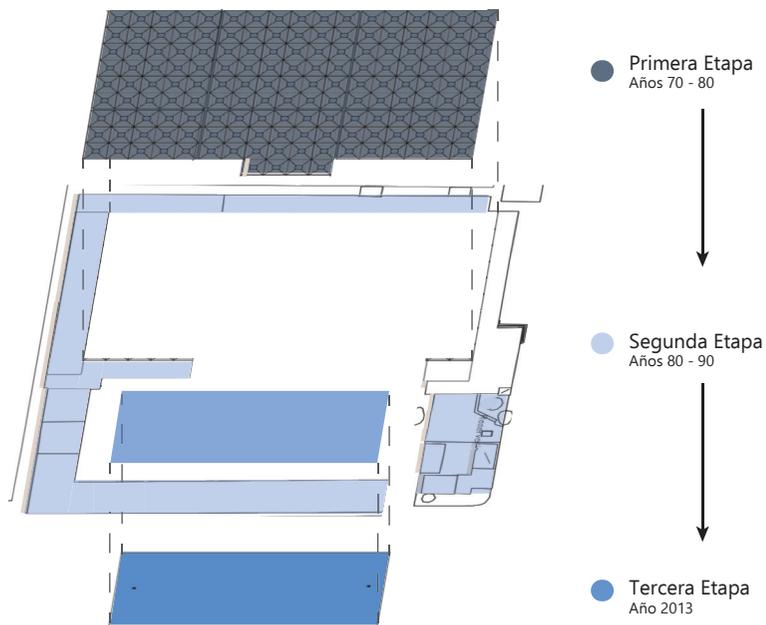
Este proyecto únicamente posee iluminación y ventilación por la parte superior.

Finalmente el proyecto utiliza una estructura puntual y modulada, a través de de una cubierta de forma piramidal con base cuadrada; su mamposteria es de ladrillo visto.

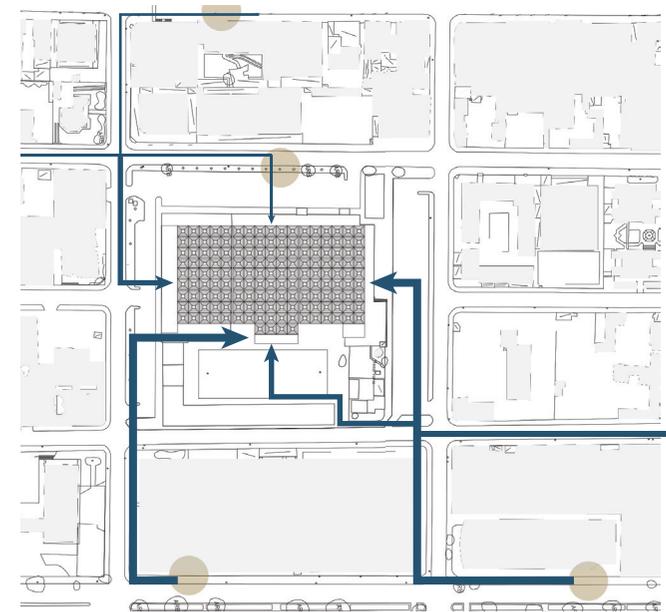


Imágen 7: Imágenes del Mercado Iñaquito
Fuente: Luzuriaga, D.. Año: 1978

Etapas de Construcción

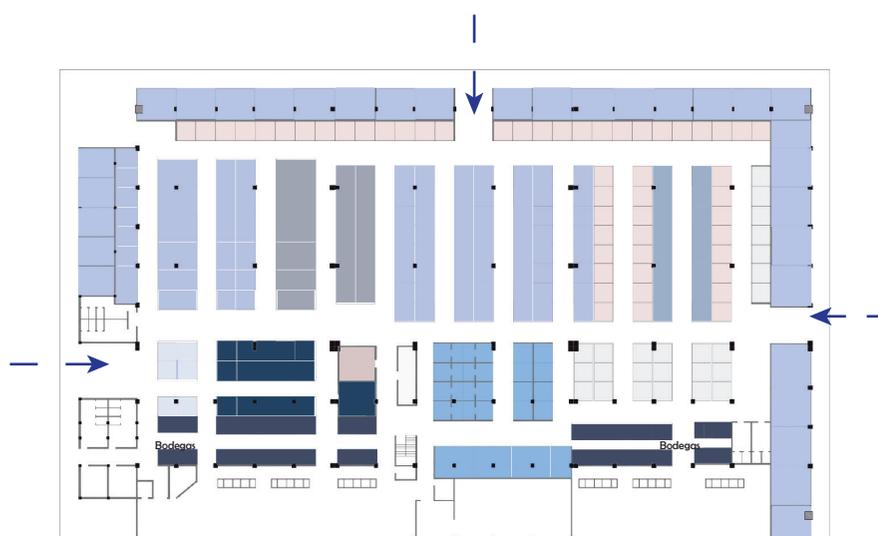


Accesos al Mercado



- ➔ Flujo Peatonal Alto
- ➔ Flujo Peatonal Medio
- ➔ Flujo Peatonal Bajo

Programa



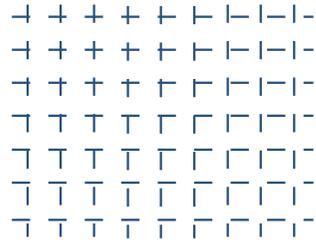
- Fruta Y Flores
- Abastos
- Pan
- Tuberculos
- Vegetales
- Carnes
- Pescado
- Lacteos
- Bazares

El mercado cuenta con dos Etapas. En la primera contamos con variedad de productos y se ubica debajo de la cubierta principal.

La segunda etapa cuenta con bazares, cafeterías, restaurantes y abastos; a su vez dentro de ésta se encuentra la cubierta realizada en el 2013, donde se realizan las ferias.

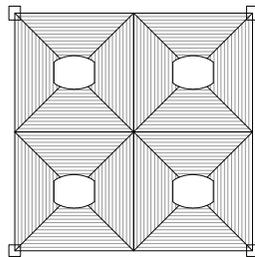
El mercado presenta varios accesos ubicados en varias direcciones, sin embargo, los de mayor afluencia peatonal se encuentran en dirección a la Av. Amazonas y disminuye en sentido oriente occidente.

EVALUACIÓN ESPACIAL



1) PIRÁMIDE TRUNCADA

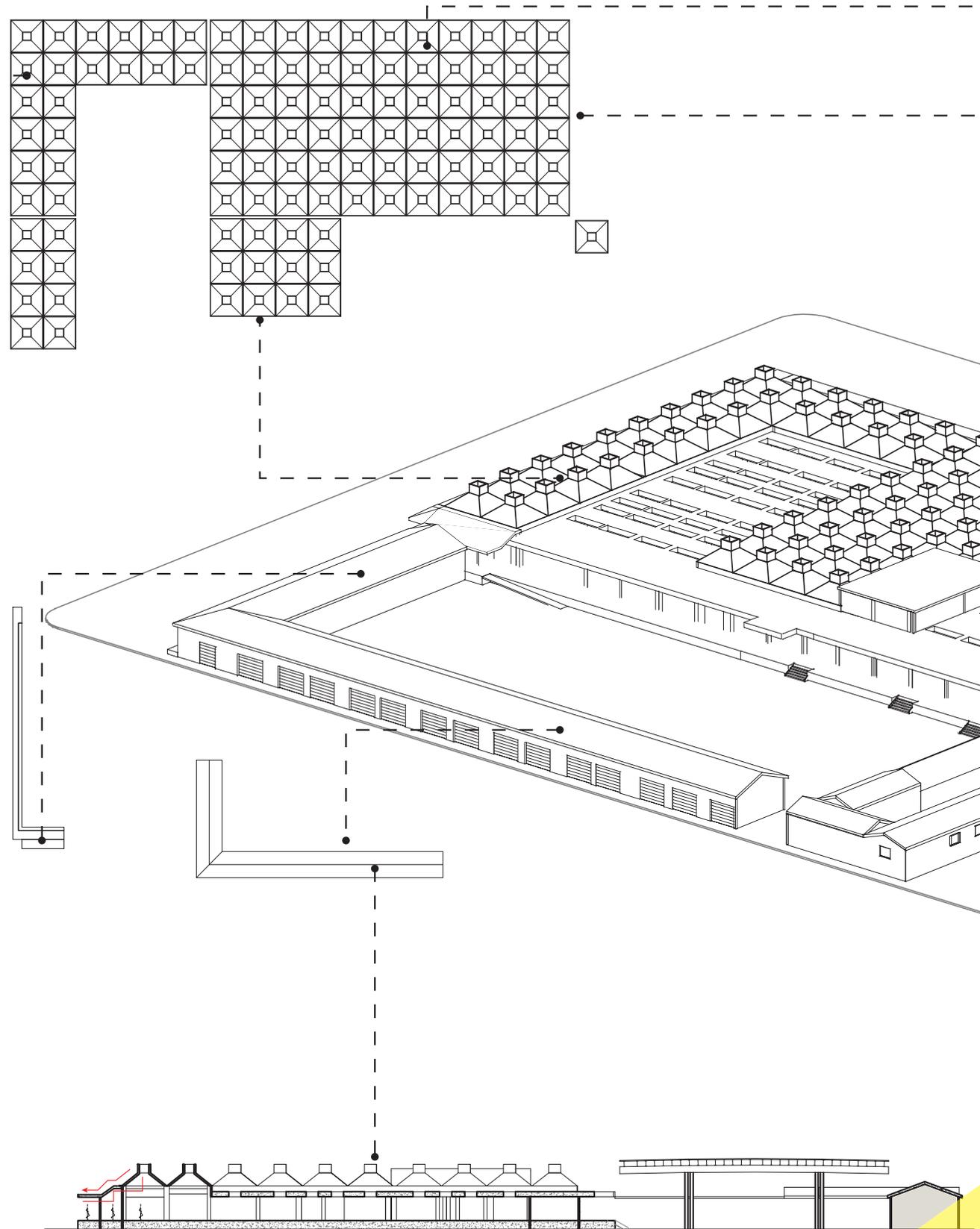
- El primer tipo de cubierta presente en el mercado es la pirámide truncada, la cuál funciona como una serie de lucernarios .
- En esta zona la calidad espacial es buena ya que al ser una piramide hueca genera una doble altura en relación con la losa plana.
- El ingreso de luz es adecuado puesto que genera un juego de luces y sombras en el interior.
- La cubierta consta de 24 módulos, sirviendo de forma estructural y están fabricadas de hormigón armado con unas dimensiones de 5.10 x 5.10 metros en su pórtico, cuatro de estos forman un módulo con dimensiones de 10.20 x 10.20. Los módulos se asientan sobre columnas de hormigón armado con dimensiones de 0.60 x 0.50 metros.

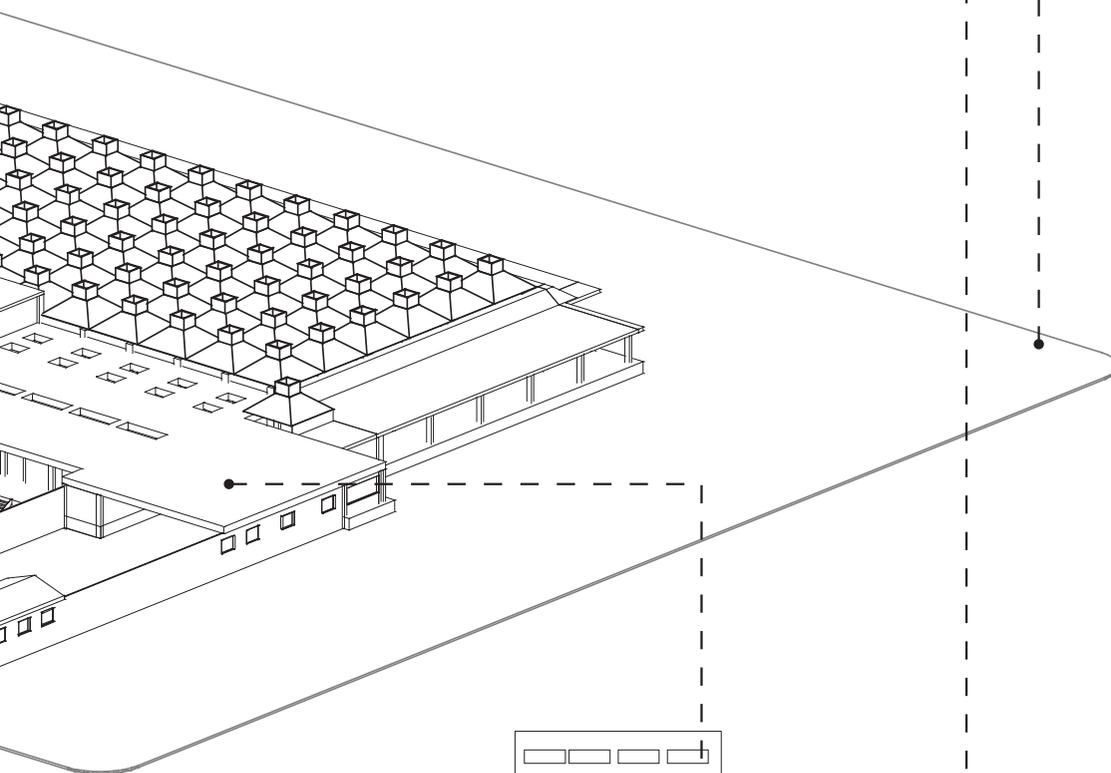
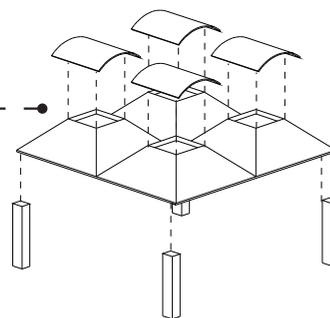
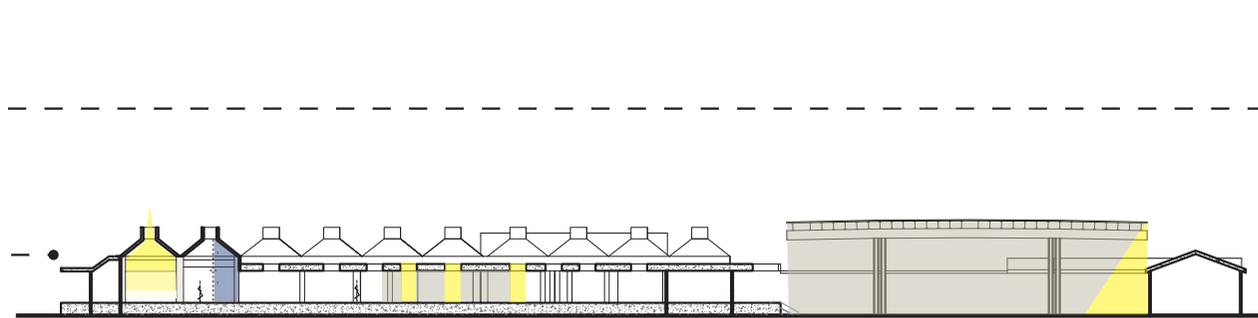


Planta de Cubiertas Esc_1:250

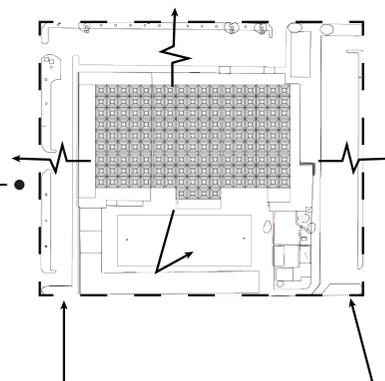
2) LOSA INCLINADA

- La losa de doble inclinación, la cual no posee ningún ingreso de luz a los espacios que cubre.
- Su morfología responde a las inclinaciones de la pirámide truncada, generando continuidad en la cubierta.
- Especialmente ayuda al usuario a circular hacia el ingreso del mercado y de la misma manera por los bazares que se ubicán en el perímetro exterior del mercado.
- Finalmente se relaciona con sus otras parte siendo construida en hormigón armado.



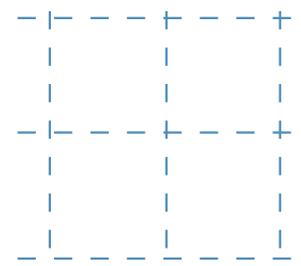
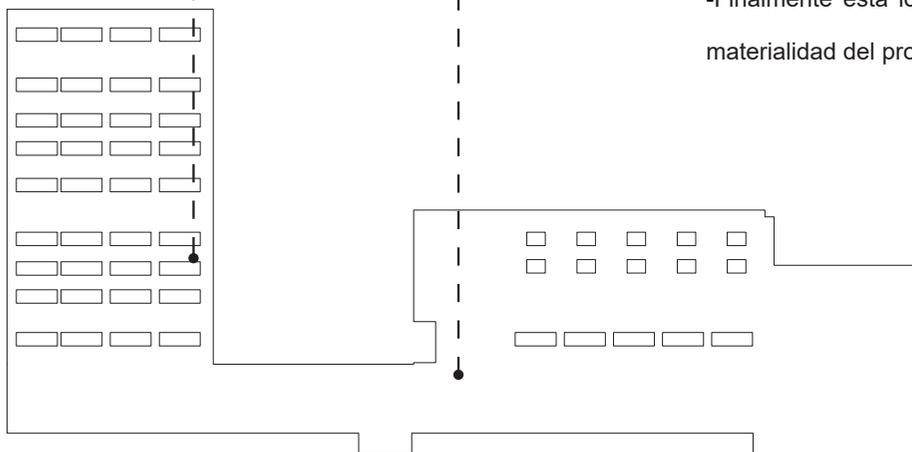


VISUALES



ANÁLISIS LOSA PLANA

- La losa plana posee lumbreras ubicadas en medio de la estructura aliviando a la misma y a su vez permitiendo el ingreso de luz a la edificación. Estos siguen los mismo parámetros de la primera tipología, siguiendo el mismo ancho del lucernario de la piramide truncada.
- En esta zona la calidad espacial es menor ya que, el entre piso es de menor altura generando en el usuario una sensación de enclaustramiento.
- El ingreso de luz es menor debido a la forma de la cubierta teniendo el máximo ingreso de luz a las 12 del día.
- Finalmente esta losa esta construida de hormigón armado siguiendo la misma materialidad del proyecto.





02 PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

2.1 PROBLEMÁTICA ACTUAL

Al Mercado Ñaquito acude una gran afluencia de autos y personas, esto se debe al rol que cumple en el barrio y con la ciudad, generando congestión vehicular especialmente en horas pico; a su vez, cuando las actividades laborales terminan esta zona queda en desuso por peatones.

Otro aspecto al visitar el sitio, es la saturación del mercado, dando como resultado que algunas personas vendan sus productos en las calles y en los parqueaderos; a su vez algunos espacios del mercado se encuentran en mal estado, generando molestias en los usuarios que ocupan el mercado.

El cambio en la organización espacial del mercado ha generado que en su mayoría no exista una relación correcta de comercios, especialmente con los bazares ya que, no existe una relación directa entre estos comercios y el expendio de alimentos; de la misma manera ha provocado ciertas carencias de salubridad tanto para los compradores como para los comerciantes; tal es el caso de la falta de contenedores de basura, lo que hace que los desechos sean ubicados en la circulación peatonal, concibiendo malos olores y haciendo que la estancia del usuario no sea óptima.

Al estar el mercado amurallado crea una barrera espacial, generando una sensación de privacidad hacia las personas que circulan por los alrededores, evitando que los ciudadanos se sientan parte del mercado, volviendo un lugar de paso por el cual se va a realizar una sola actividad de comercio, relegando la estancia del usuario.

Actualmente el sector en el que se encuentra el mercado es un punto estratégico de la ciudad debido a las actividades que se realizan en este, sin embargo, el área de recreación o espacio público no es suficiente para la afluencia de personas que acuden a la zona.

El barrio de Ñaquito presenta algunas problemáticas de carácter urbano, una de ellas es la falta de áreas recreativas, ya que únicamente posee el parque la Carolina, siendo un espacio amplio, sin embargo, alejado de ciertos puntos importantes del sector como es el mercado y varios establecimientos públicos y privados; por otro lado, en el sector existe una predominancia de no lugares como centros comerciales, agencias públicas que pretenden generar espacios para las personas, sin embargo, estas son ajenas a las necesidades de los ciudadanos, ocasionando un abandono de estos equipamientos.

A su vez el sector se está consolidado como un sector financiero de la ciudad por lo que se puede apreciar un incremento en la población flotante de la ciudad, dando como resultado que esta parte de la ciudad no tenga actividad en la noche, volviéndolo un sector olvidado por parte de la ciudadanía.

Otro problema que presenta el sector son las divisiones espaciales que siente el usuario al circular por el sector; uno de estos bordes es la Av. 10 de Agosto, la cuál genera un quiebre, debido a su gran tamaño y sus desniveles, evitando que el peatón pueda cruzar.

Finalmente la falta de espacios verdes en el barrio genera una necesidad de estas áreas en las calles secundarias y plazoletas del sector, ya que éstas actualmente actúan como túneles de viento, generando una pérdida térmica para el usuario. De esta manera las personas buscan llegar lo más rápido a sus destinos, haciendo que la vida en el espacio público se pierda.

2.2 DIAGNÓSTICO - CONTEXTO

CATEGORÍA	PROBLEMAS	OPORTUNIDADES
DIMENSIÓN MORFOLÓGICA	<ul style="list-style-type: none"> -Aceras Angostas en calles secundarias -Vías vehiculares secundarias angostas -Fachadas Inactivas (aburre la circulación peatonal) -Falta de Espacios abiertos 	<ul style="list-style-type: none"> -Espacios vacantes o con potencial -Vías arteriales de la ciudad -Potencialidad en circulación peatonal
DIMENSIÓN FUNCIONAL / SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> -Saturación Vehicular -Falta de áreas verdes o de recreación -Veredas en mal estado -Falta de basureros -Falta de actividades sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Distancias cortas entre establecimientos -Sector Financiero-Comercial -Entidades Públicas -Hospitales -Transporte Público -Colegios -Actividades Primordiales -Vendedores Informales -Imagen colectiva del mercado
DIMENSIÓN TECNOLÓGICA	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de tratamiento exterior -Falta de relación con la naturaleza 	<ul style="list-style-type: none"> -Materialidad predominada por Hormigon Armado, Acero y Vidrio



Imágen 8: Mal estado de aceras
Fuente: Yáñez, S. Año: 2017.



Imágen 9: Saturación Vehicular
Fuente: Yáñez, S. Año: 2017.



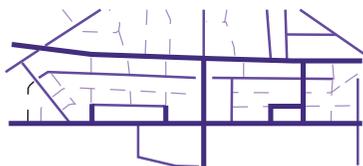
Imágen 10: Venta Informal
Fuente: Yáñez, S. Año: 2017.



Imágen 11: Ausencia de áreas recreativas
Fuente: Yáñez, S. Año: 2017.

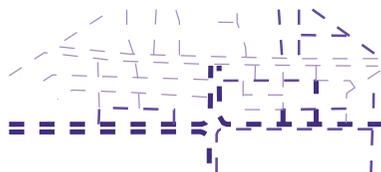
2.3 DIAGNÓSTICO - TERRITORIO

FLUJO VEHÍCULAR



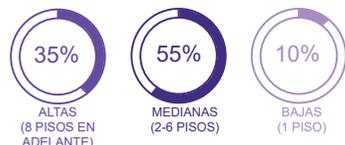
El barrio al atraer una gran cantidad de población flotante genera que ciertas calles tengan una gran afluencia de vehículos. A su vez posee dos arterias de la ciudad por las que se moviliza gran parte de los habitantes a diferentes sectores de la ciudad.

FLUJO PEATONAL



Al ser una centralidad económica la afluencia de gente al sector es notoria, sin embargo, ésta se moviliza de mayor manera en la Av. Amazonas, ya que por la Av. 10 de Agosto es una vías de carácter vehicular generando un límite para el peatón.

EDIFICACIONES



Como podemos ver la mayor parte del Sector posee edificaciones medianas y altas. Dejando como resultado que el territorio no este consolidado generando la oportunidad de seguir creciendo en altura.

ESPACIO PÚBLICO



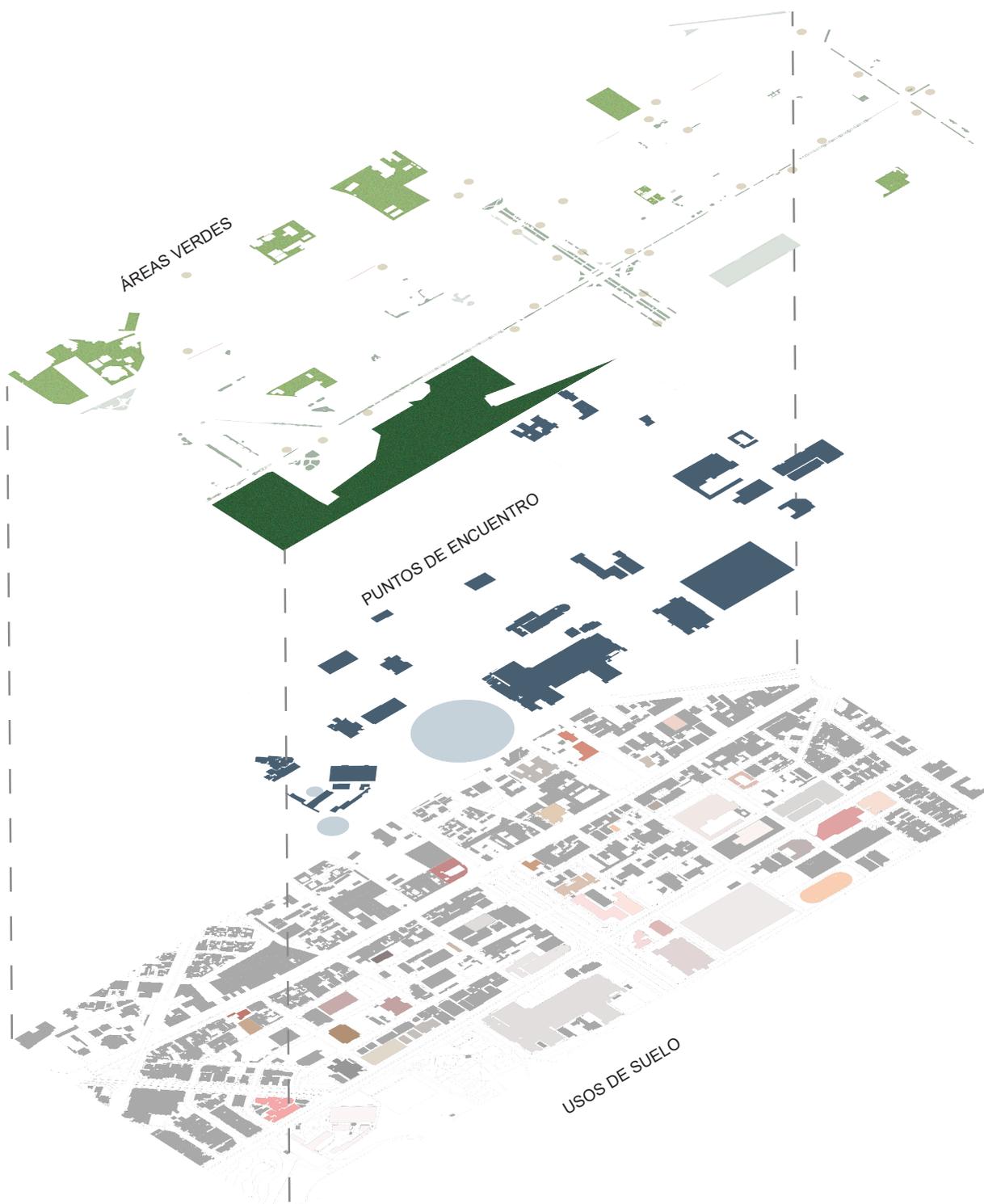
- Privado
- Semipúblico
- Peatonal
- Vehicular

El barrio de Ñaquito es un sector de gran importancia para la ciudad, ya que en este se ubican diversas entidades financieras, públicas y oficinas del sector privado; dando como resultado que por cada manzana se encuentre al menos una de estas entidades. Transformando al barrio y quitándole el carácter residencial que poseía en sus principios.

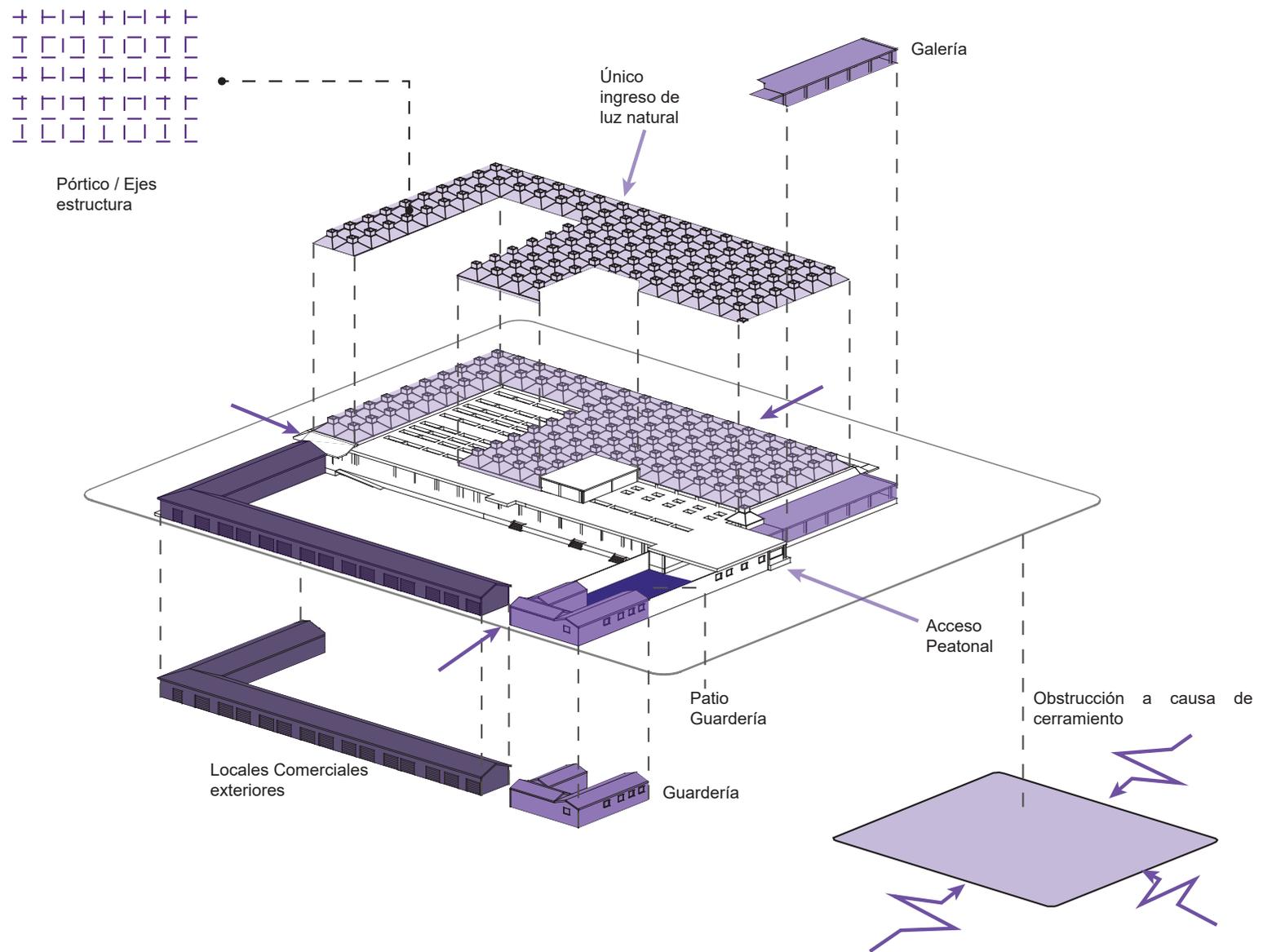
El sector presenta una falta de espacio público contando únicamente con el parque la carolina, por lo que los puntos de estancia se reducen a espacios privados como oficinas, trabajos, centros comerciales o el mercado "La Carolina".

El sector únicamente posee al parque "La Carolina" como único espacio verde público-recreativo, ya que a medida que nos alejamos de este los únicos espacio verdes que tendremos serán ornamentales a través de parterres y veredas.

Un punto importantes del barrio es que se encuentra abastecido de líneas de transporte público, ya sea el Trolebus en la Av. 10 de Agostos o las distintas líneas de Bus que transitan por el sector, permitiendo a las personas llegar al sector o viceversa.



2.4 DIAGNÓSTICO - PRE-EXISTENCIA



CATEGORÍA	PROBLEMAS	OPORTUNIDADES
FORMAL	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de ingresos verticales de luz debido a no tener aberturas laterales -Ingresos peatonales no claros -Barreras visuales a través del cerramiento 	<ul style="list-style-type: none"> -Lucernarios en cubiertas -Modulación bien marcada
FUNCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> -Barrera peatonal a través de parqueaderos -Falta de espacios de recreación u ocio. -Desorganización comercial -Repele al peatonal que circula por la zona a través del cerramiento y parqueaderos -Falta de recolectores de basura 	<ul style="list-style-type: none"> -Elementos del proyecto original -Patio bajo la cubierta metálica
TECNOLÓGICO Y CONSTRUCTIVO	<ul style="list-style-type: none"> -Remodelaciones mal logradas -Bajantes de lluvias a la interperie -Instalaciones eléctricas cerca de instalaciones sanitarias 	<ul style="list-style-type: none"> -Hormigón Armado -Estructura en pórtico -Piramides Truncadas

2.4.1 PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

CUBIERTAS

Kioskos área 887.37 m² → Cubierta Cerrada → Generar Aberturas

Mercado área 3212.67 m² → Cubierta Piramide Truncada → Ingreso Parcial de Iluminación



LLENOS Y VACÍOS EN VERTICALIDADES

Comercios Exteriores longitud 188 ml → Aberturas frontales en su totalidad → Ingreso de luz cenital

Expendio de alimentos longitud 277 ml → Aberturas parciales en los ingresos → Ingreso Parcial de Iluminación



→ No hay una buena circulación de aire

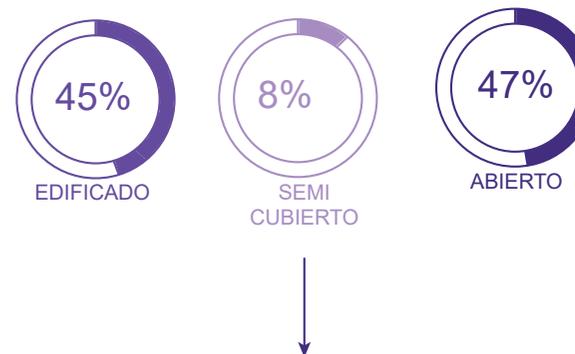
OCUPACIÓN DE SUELO

Lote área 18618m²

Edificación área 8421.84m²

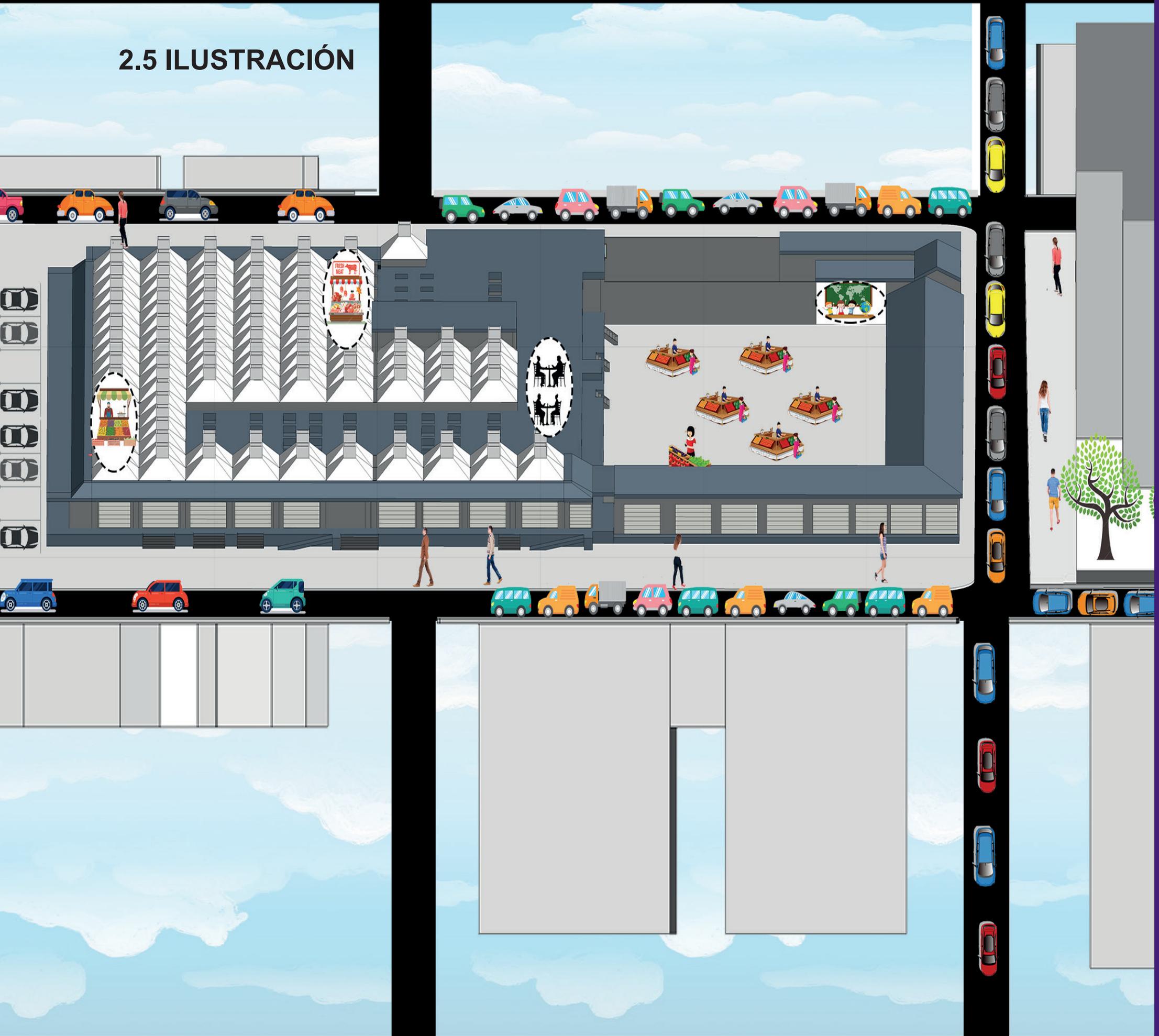
Semi Cubierto área 1443.68m² → Parcialmente cubierto (última etapa)

Abierto o Libre área 8752.43m²



El proyecto presenta un equilibrio entre espacios abiertos y cerrados, sin embargo, el mercado no está bien aprovechado ya que, el área abierta está destinada al vehículo y no al peatón, utilizando el 47% del lote, haciéndolo un espacio subutilizado.

2.5 ILUSTRACIÓN



Carnes
Meats / Aychakuna
Embutidos
Sausages / Aychakuta

PAPAS

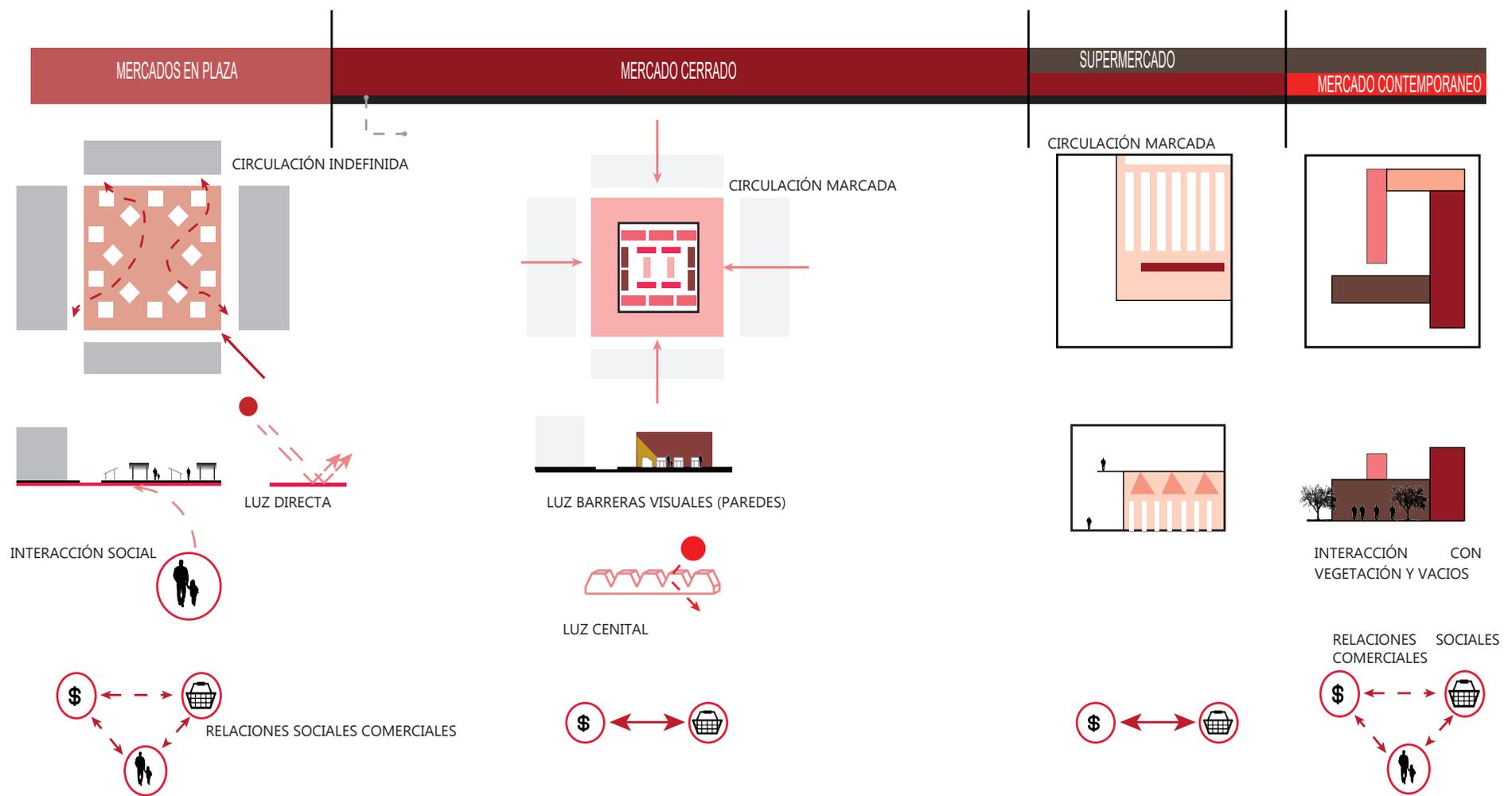
Carnes
Embutidos

Verduras
Frutas



03 CONSTRUCCIÓN TEÓRICA

3.1 TIPOS DE MERCADOS - QUITO



-Ubicación en las plazas importantes de la ciudad.

-Mercados descubiertos.

-No existía una zonificación de productos.

-Apropiación del espacio público.

-Se generaba un vacío en el centro permitiendo mayor visibilidad.

-Se generaba interacciones de carácter social.

-Zonifica los productos de acuerdo categorías o similitudes.

-Es un lugar cerrado.

-Únicos ingresos de luz por ventanales o tragaluces.

-Genera circulaciones bien marcadas.

-Delimita las acciones que se van a realizar dentro del establecimiento.

-Genera informalidad a las afueras de la edificación.

-Zonifica los productos de acuerdo a categorías o similitudes.

-Es un establecimiento dentro de otro.

-La compra y venta se da formas distintas al mercado tradicional.

-Posee productos más industrializados.

-La mayoría de casos no poseen luz natural.

-Está enfocado al hombre moderno.

-Posee una circulación definida por hileras de productos.

-Abastece al sector en el que se ubica.

-Dinamiza el sector en el que se ubica.

-Necesidades de las personas.

-Genera espacios de estancia.

-Genera identidad social.

-Crea una imagen colectiva.

-Cambia el prototipo de mercado.

-Variedad de espacios y actividades.

3.2 DEFINICIONES

¿Qué es un mercado?

Según Cazamajor un mercado es un lugar donde los usuarios construyen identidades sociales, económicas y culturales a través de un espacio con variedad de usos. Este equipamiento cumple un papel de suma importancia para las ciudades, ya que permite el intercambio de productos por bienes, permitiendo un dinamismo económico, por lo que son un pilar para el desarrollo de las ciudades; a su vez, permite que la mercancía proveniente de provincia llegue a las grandes ciudades que generalmente no producen estos productos. En el texto de Montúfar (2005) en el Ecuador se ha producido un aumento en la demanda de productos, por lo que tener un mercado, se ha convertido en una necesidad básica para las personas que habitan las distintas ciudades; sin embargo, algunas provincias carecen de mercados y en otros casos estos no se encuentran en óptimas condiciones. Un problema que presentan los mercados de las grandes ciudades, son ha causa del rápido crecimiento de éstas, modificando la ubicación de éstos, llevándolos al centro de las mismas, ocasionando problemas de tráfico en las entradas de dichos establecimientos, normalmente se producen en grandes ciudades como Quito y Guayaquil que tienen una alta cantidad de autos. Existen diferentes tipos de mercado, uno de ellos es el Mercado Central Mayorista, el mismo se caracteriza por realizar ventas al por mayor; por otra parte, tenemos los mercados tradicionales que ofrecen una gran variedad de productos de primera necesidad, generalmente se ubican en espacios abiertos, con el fin que el cliente tenga una mejor visión hacia los productos. Finalmente tenemos los mercados de abastos, los cuales pueden ser pertenecientes a una empresa privada.

3.3 REVISIÓN TEÓRICA

EL LUGAR POR DONDE PASA LA VIDA... LOS MERCADOS Y LAS DEMANDAS URBANAS CONTEMPORÁNEAS: BARCELONA Y BUENOS AIRES

“El mercado es, si se quiere, el escenario privilegiado y simbólico para el producto fresco. Dispuestas de manera visual y visible, las mercancías se exponen a los ojos del comprador o del visitante, ofreciendo toda una gama de colores y texturas, de aromas y olores penetrantes. (Medina, 2009).”

Los mercados son lugares excepcionales para observar diferentes contextos socioeconómicos y de la organización de diversos actores, pero sobre todo de las relaciones sociales. Es un espacio público de encuentro, de negociaciones y transacciones entre personas de diferentes orígenes donde también se comunica y se recibe información; por tanto, es un potente espacio sociocultural y de significación. A sí mismo la utilización de estos espacios, como lugares de relación y de consenso para el conocimiento de “lo local” y, finalmente, la conversión de estos espacios en “atracciones turísticas” capaces de provocar encuentros y desencuentros entre el interés por lo arquitectónico y lo “patrimonial”, lo gastronómico, el rédito económico, la relación social y el pulso de la vida local.

Los proyectos encaminados en esta dirección pretenden, en general, articular un eje convergente entre tradición y consumo, tomando en cuenta que, los centros históricos son sitios de convergencia de la población con un pasado común, expresión de identidad, de tradición y de la ciudadanía. La intervención es una forma de recobrar un espacio urbano como “espacio público” de ocio, entretenimiento y consumo de la población.

En constante transformación

Está claro que aun cuando su estructura se haya mantenido socialmente a lo largo del tiempo y hasta nuestros días, los mercados no son algo estático, inmóvil. Los mercados, como cualquier construcción cultural humana, están en constante movimiento, se transforman a cada momento, respondiendo a nuevos planteamientos y demandas sociales. La desaparición del Mercado del Abasto supuso un fuerte golpe para el barrio, arrastrando consigo la red comercial y la centralidad social que todo este provocaba.

Los mercados: el reto turístico

“Los mercados: el reto turístico cada vez más destacados de la masa, los turistas de la era postindustrial se movilizan hacia lugares diferenciados y localizados, esperando escapar de la uniformidad de la globalización por la búsqueda de novedades especialmente aportadas por aquellos productos que generan sensaciones perceptibles para los sentidos (vista, gusto, olfato, tacto y sonido). (Medina, 2009).”

Construir y articular este nuevo modelo turístico implica gestionar la creación de productos turísticos que respondan al esquema de “producción de sensaciones” y la posibilidad de incluir al turista en una experiencia intercultural que le permita recuperar el valor de lo diverso a través de la promoción de tradiciones propias y ajenas, situándolos en construcciones muchas de ellas de gran relevancia patrimonial.

DEL MAT-BUILDING A LA CIUDAD EN EL ESPACIO

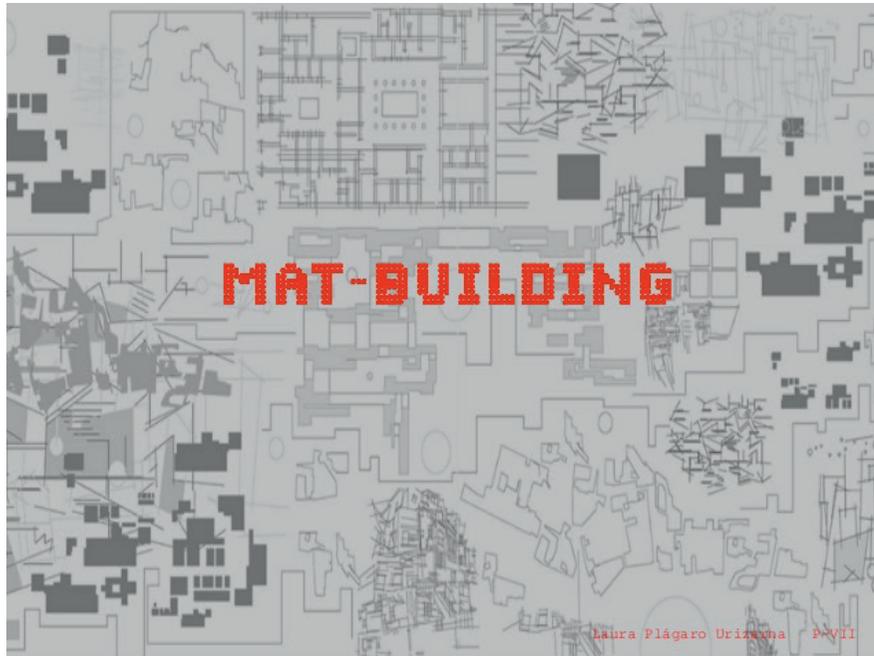


Imagen 12: Mat - Building
Fuente: Plágaro, L. Año: 2018.

“Los mat-building eran considerados entonces como formas abiertas, sistemas donde las funciones enriquecen lo construido y el individuo adquiere nuevas libertades. (Raúl Castellanos Gómez, 2011).”

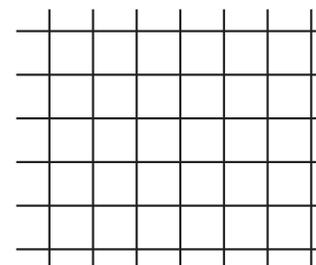
El mat-building surge en la época de los 50 y en el transcurso de los años 60, donde se empieza a debatir nuevos sistemas o estructuras urbanas caracterizadas por extenderse en planta (horizontalidad), es decir edificaciones no monumentales o más flexibles. Se basa en tres puntos fundamentales que son: Patrones de asociación, interconexiones y la posibilidad de crecer o disminuir dependiendo de las necesidades de uso.

En arquitectura el mat-building es entendido como un tapiz o una malla, generando un sistema modular; a su vez estos edificios son de baja altura y alta densidad, capaces de crecer o decrecer,

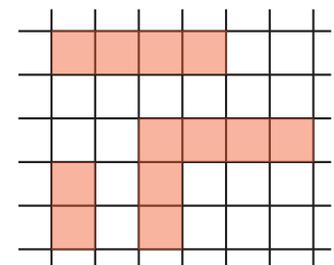
creando espacios tanto abiertos como cerrados generando un sistema de llenos y vacíos, siendo estos vacíos los que conectan o dividen los espacios interiores, proporcionando flexibilidad y vida en la edificación.

El mat-building genera espacios homogéneos capaces de asumir distintos usos; las interconexiones pretenden asociar todas las partes del proyecto favoreciendo el intercambio creando espacios de interacción social; a su vez y no menos importantes estos vacíos permiten la ventilación natural y el ingreso de luz natural enriqueciendo al proyecto.

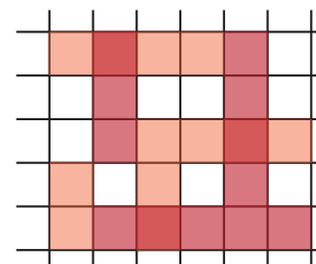
KEY IDEAS



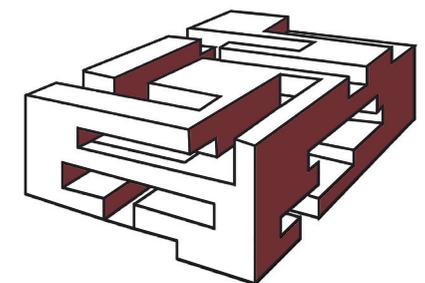
MALLA



MODULACIÓN

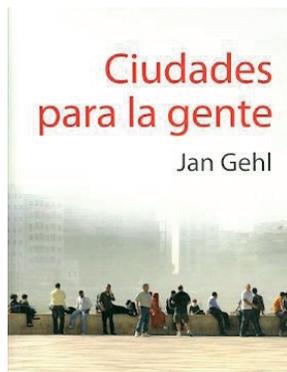


INTERCONEXIONES



LLENOS Y VACÍOS

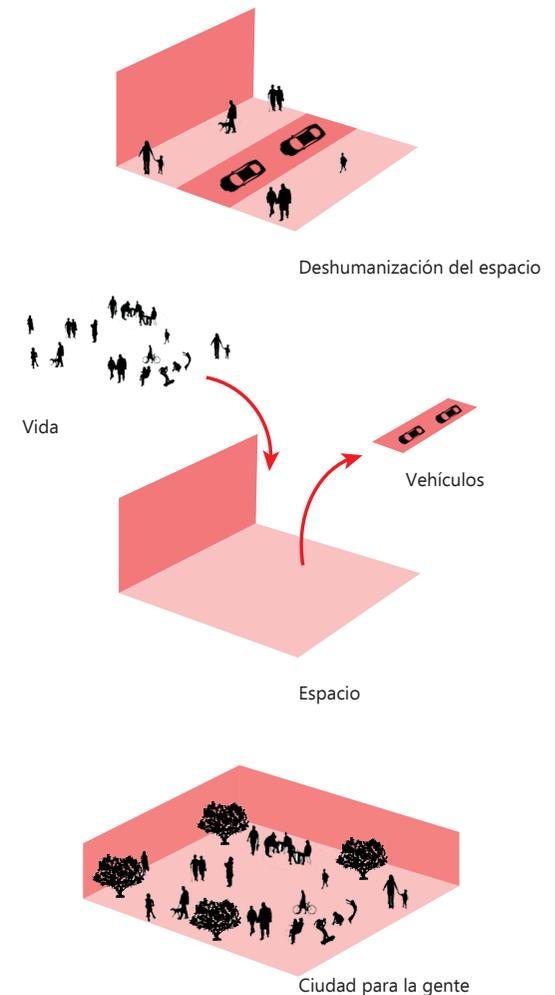
SÍNTESIS DE “CIUDADES PARA LA GENTE”



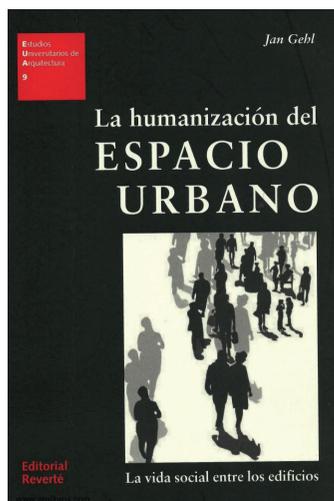
Imágen 13: Ciudades para la Gente
Año: 2014.

Jan Gehl (2006) cuestiona la tendencia de construir ciudades para los automóviles, pues lo único que se logra con ello es deshumanizar los espacios que habitan las personas; por ello, es necesario cambiar el paradigma sobre las ciudades en las que queremos; Gehl (2006) afirma que, se deben tener urbes atractivas, seguras, sostenibles, activas, llamativas y sanas.

Las promesas de la vida urbana se han cumplido en parte y ofrecen un mundo que parece mejor a los que aún viven fuera de ellas, con educación y una vida más interesante, es decir una vida en el espacio público. Las ciudades de los países de primer mundo se llenan de inmigrantes que sueñan con el progreso y las de los países atrasados son desplazados, que huyen de la violencia o la pobreza rural.



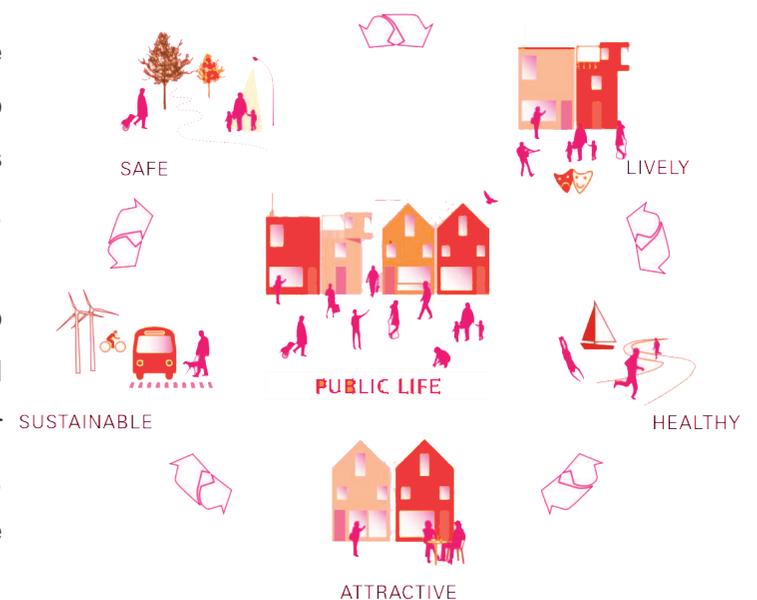
SÍNTESIS DE “LA HUMANIZACIÓN DEL ESPACIO URBANO”



Imágen 14: Humanización del espacio urbano
Fuente: Nuñez, J. Año: 2016.

Hoy en día sabemos que la ciudad es el punto de encuentro por excelencia, es decir que la ciudad es el espacio público del peatón; sin embargo, en el mayor de los casos está pensada para los autos, ahuyentando a las personas, provocando así que este espacio entre en desuso.

Gehl (2006) explica que las cualidades de un espacio público de calidad están determinadas por: cantidad, variedad y calidad de actividades que se presenten en éste; es decir que el usuario disfrute de dichos espacios, en otras palabras, que el espacio responda a nuestras necesidades básicas, de tal forma que se acuda a él.



(Public Space Public life, pg 12)

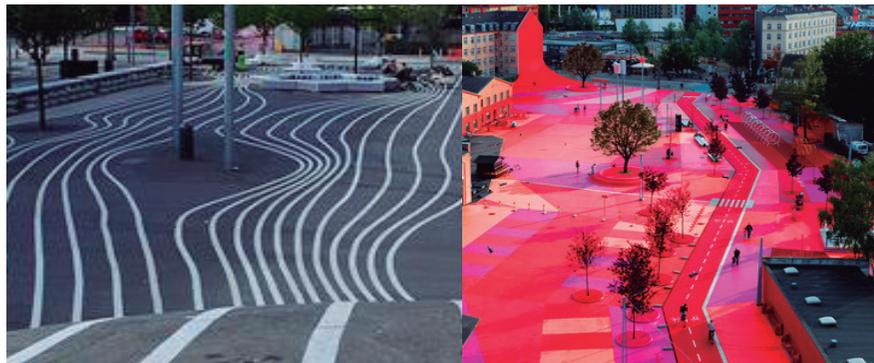
3.4 REFERENTES

Proyecto:	Superkilen Urban Park
Arquitectos:	BIG
Área:	30 000 m2
Ubicación:	Copenhague Dinamarca
Año:	2011



Imágen 15: Superkilen Urban Park
Fuente: Baan, I. Año: 2012.

Imágen 16: Superkilen Urban Park
Fuente: Magnussen, M. Año: 2012.

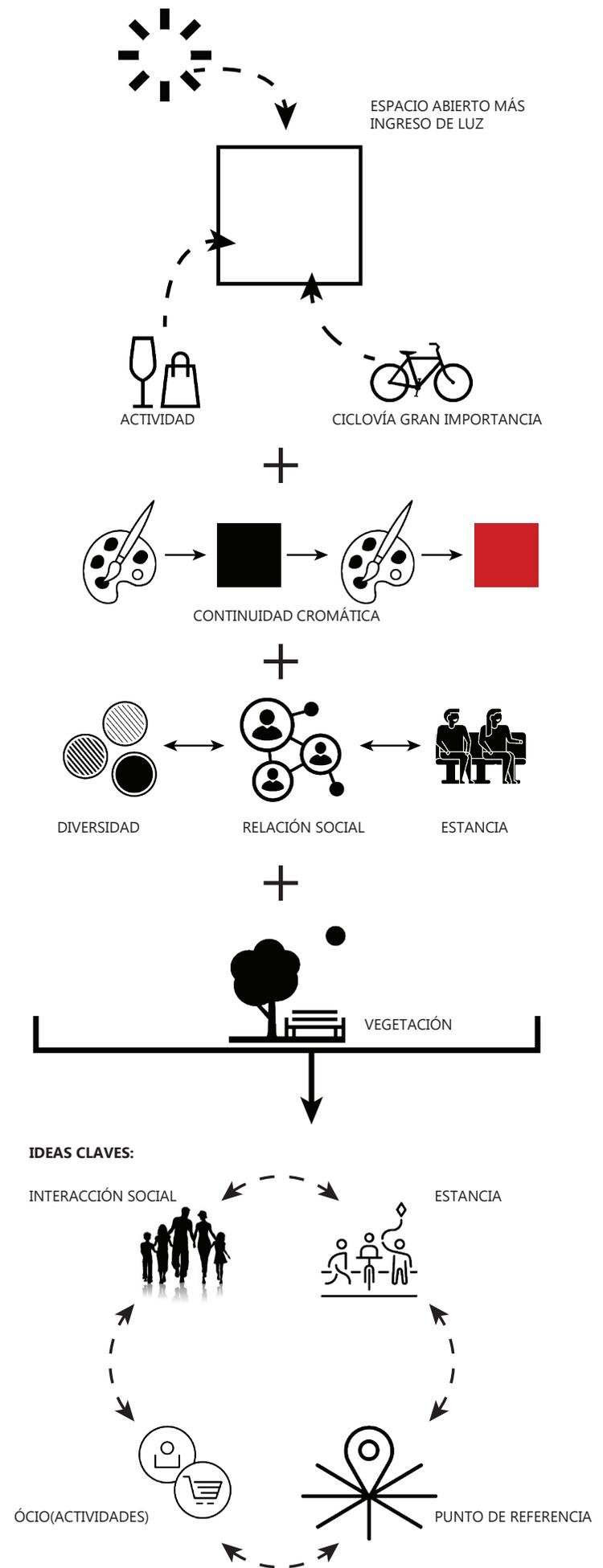


Imágen 17: Superkilen Urban Park
Fuente: Baan, I. Año: 2012.

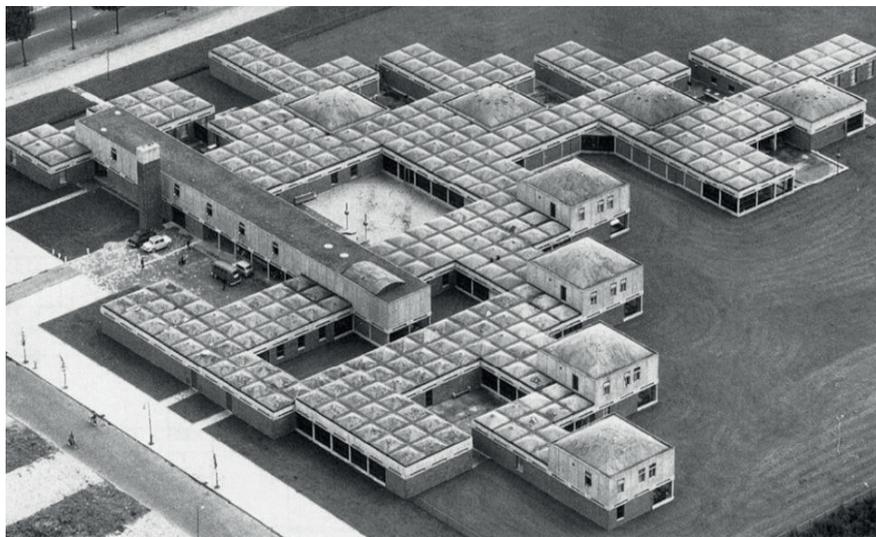
Imágen 18: Superkilen Urban Park
Fuente: Lindhe, J. Año: 2012.

En este sector viven alrededor de 60 diferentes culturas de todo el mundo, con más de mil habitantes, el proyecto busca rescatar el espacio público que no existía en la zona, generando 3 grandes plazas de diversidad de usos, en las cuales esta diversidad de habitantes le dan el carácter que busca el proyecto, más no es algo impuesto por los planificadores.

Este proyecto genera una ruptura en el contexto de la ciudad, ya que utiliza colores opuestos; sin embargo, rescata algo más importante que es la vida en el espacio público. A su vez este proyecto dinamiza el sector, no solo por sus plazas, sino también por los equipamientos que éste ofrece, al responder a las necesidades de las personas, el espacio toma un rol distinto en el que la gente permanece en él y no se vuelve una plaza más en desuso.



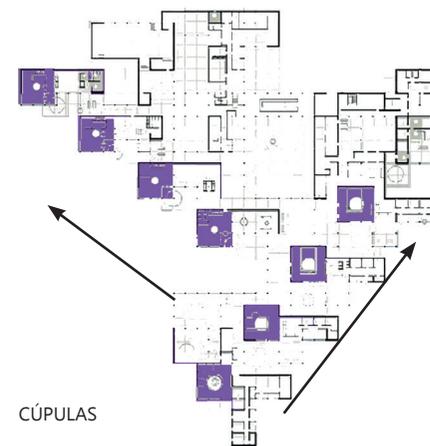
Proyecto:	Orfanato de Ámsterdam
Arquitectos:	Aldo Van Eyck
Ubicación:	Amsterdam, The Netherlands
Año:	1960



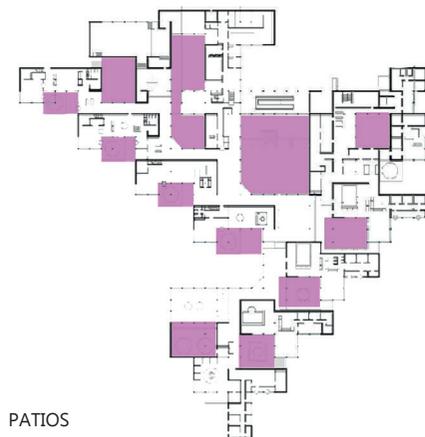
Imágen 19: Orfanato de Ámsterdam
Fuente: Guerrero, J. **Año:** 2011.

“ Una casa debe ser como una ciudad pequeña, si quiere ser una verdadera casa; una ciudad como una gran casa, si quiere ser una verdadera ciudad. De hecho, lo que es grande sin ser pequeño, como lo que es pequeño sin ser grande, carece de escala real. Y sin escala real no hay escala humana.”

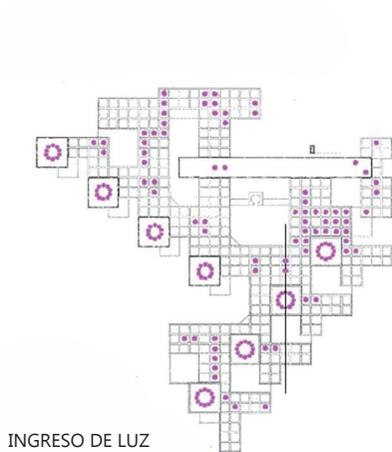
Como se puede apreciar el proyecto es una analogía de una ciudad como casa y viceversa, lo que genera que el orfanato posea varias polaridades, “Unidad en la diversidad, diversidad en la unidad”. Lo que hace que el proyecto se centre en un equilibrio de fuerzas, ya sea entre abierto-cerrado, interior-exterior, amplio-compacto, individual-colectivo. De esta forma podemos ver una respuesta clara a través de la repetición de módulos, los cuales actúan de forma individual dependiendo de la necesidad, sin embargo, estos acaban convirtiéndose en un todo. A su vez el proyecto muestra un equilibrio entre los llenos y vacíos, ya sea en la relación de sus espacios construidos con los patios o de las cubiertas con los lucernarios; de esta forma los patios se entretajan con la circulación generando “lugares intermedios”. De la misma manera las claraboyas utilizadas en la cubierta, permite un ingreso de luz en los salones semi oscuros, creando sensaciones de gran impacto; las agrupaciones de estas claraboyas forman un “y” mostrando la ubicación de los espacios más importantes del programa.



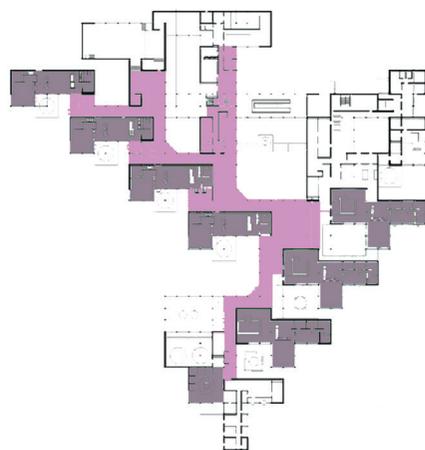
CÚPULAS



PATIOS

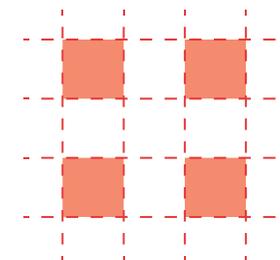


INGRESO DE LUZ



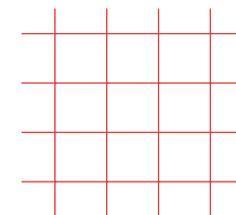
CIRCULACIÓN

IDEAS CLAVE



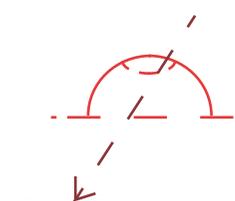
Llenos y Vacíos

+



Ortogonalidad

+



Ingresos de luz

Proyecto:	MARKET HALL
Arquitectos:	MVRDV
Área:	100 000 m2
Ubicación:	Rotterdam, The Netherlands
Año:	2014



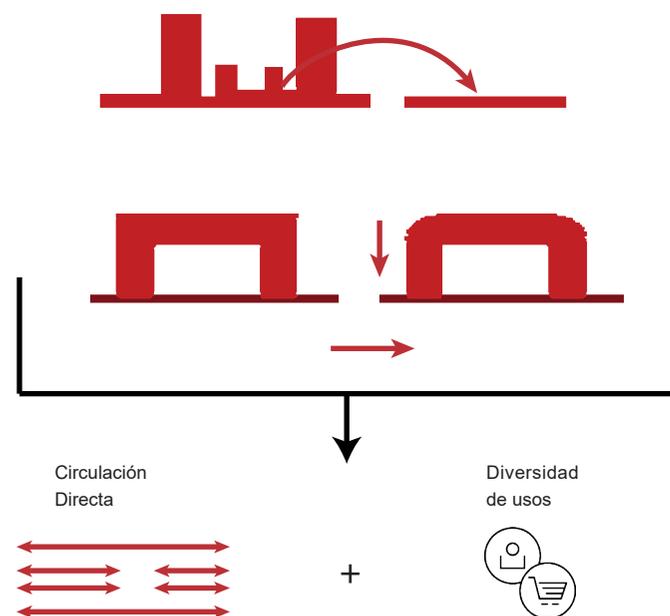
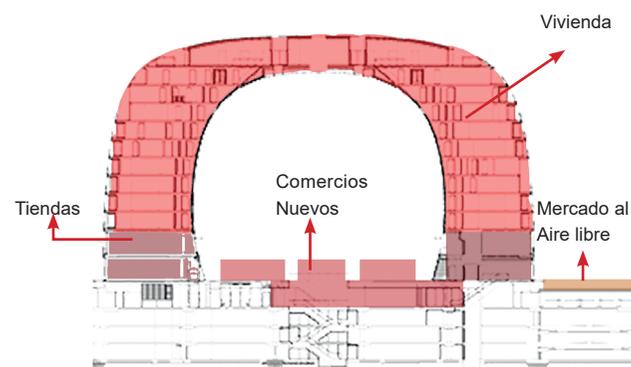
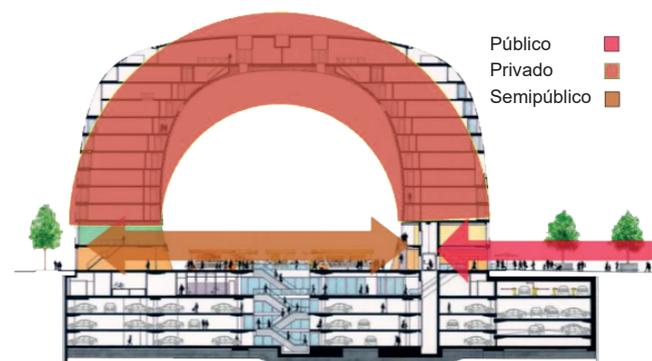
Imágen 20: Market Hall
Fuente: Scagliola, D. Año: 2014.

El Market hall surge de la idea de crear un edificio que condense en su interior y exterior la solución a las distintas necesidades de los usuarios de la zona. El edificio busca vincular la actividad principal de comercio con su entorno inmediato de residencias y oficinas.

Los accesos son claros estando en las dos caras principales del edificio tanto frente como fondo, de esta manera la circulación se torna simple y lineal, organizando así a los distintos comercios y a la circulación vertical conformada por escaleras y ascensores. En su primera planta tenemos al mercado que está fuertemente relacionado con el supermercado ubicado en el primer subsuelo del edificio y sus restaurantes ubicados en las terrazas de las tiendas del mercado. El Market hall constituye una nueva tipología urbana en la cual se integra el mercado, vivienda, restaurantes, ocio, tiendas diversas y supermercado. Cabe mencionar que los departamentos poseen un balcón hacia el exterior, no obstante, posee ventanas en dirección al mercado con la intención de generar una relación directa. El proyecto invita al público a ingresar hacia lo privado generando un espacio semipúblico en el centro del proyecto el cual busca realizar actividades comerciales las cuales son requeridas por las personas de la ciudad; es decir, que se genera un espacio público controlado por barreras bien definidas como son los grandes muros de vidrio.



Circulación directa



3.5 COLLAGE - ASPIRACIONES PARA EL PROYECTO

ESTADO ACTUAL



DESPUÉS

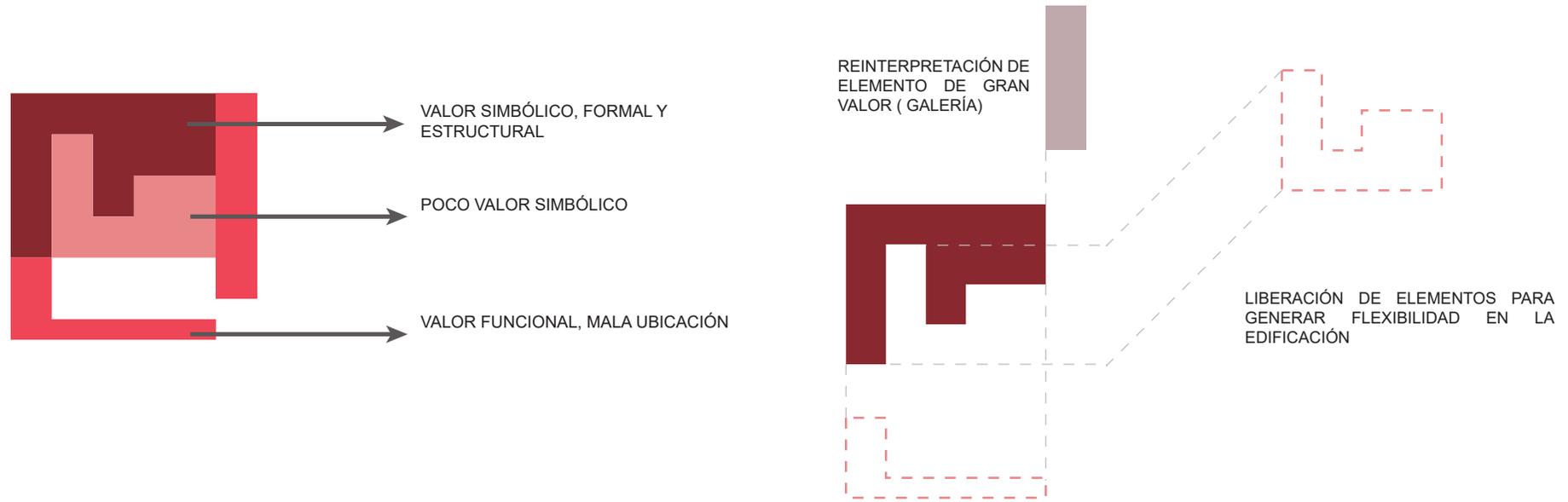


3.6 ARGUMENTO

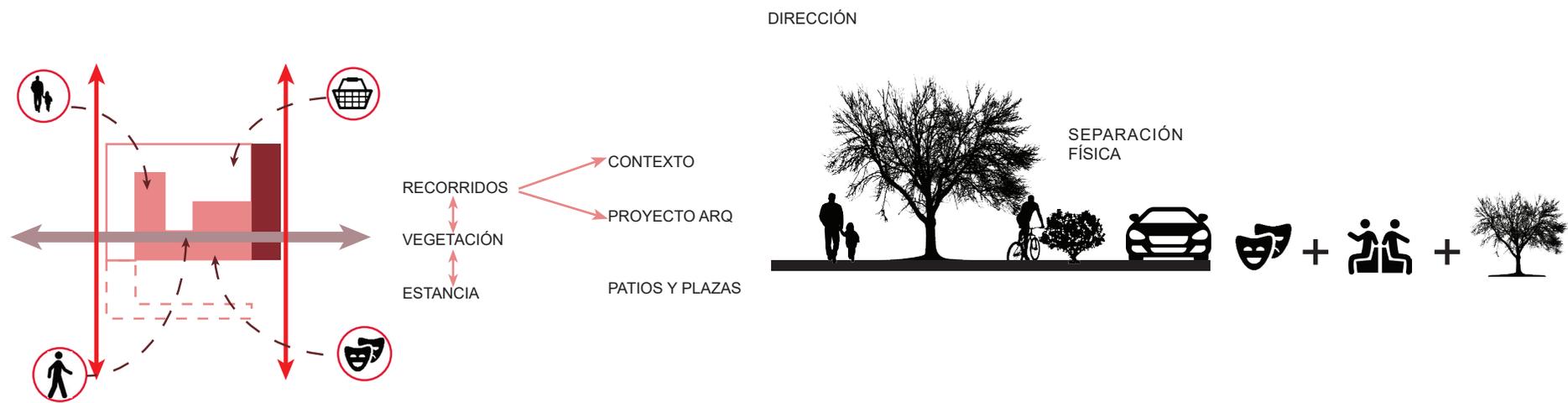
Se propone el diseño arquitectónico de un mercado como solución y respuesta espacial a las dinámicas propias del lugar en términos comerciales y culturales. La intención es generar espacios que faciliten el intercambio comercial y fomenten la experiencia cultural.

3.7 ESTRATEGIAS DE DISEÑO

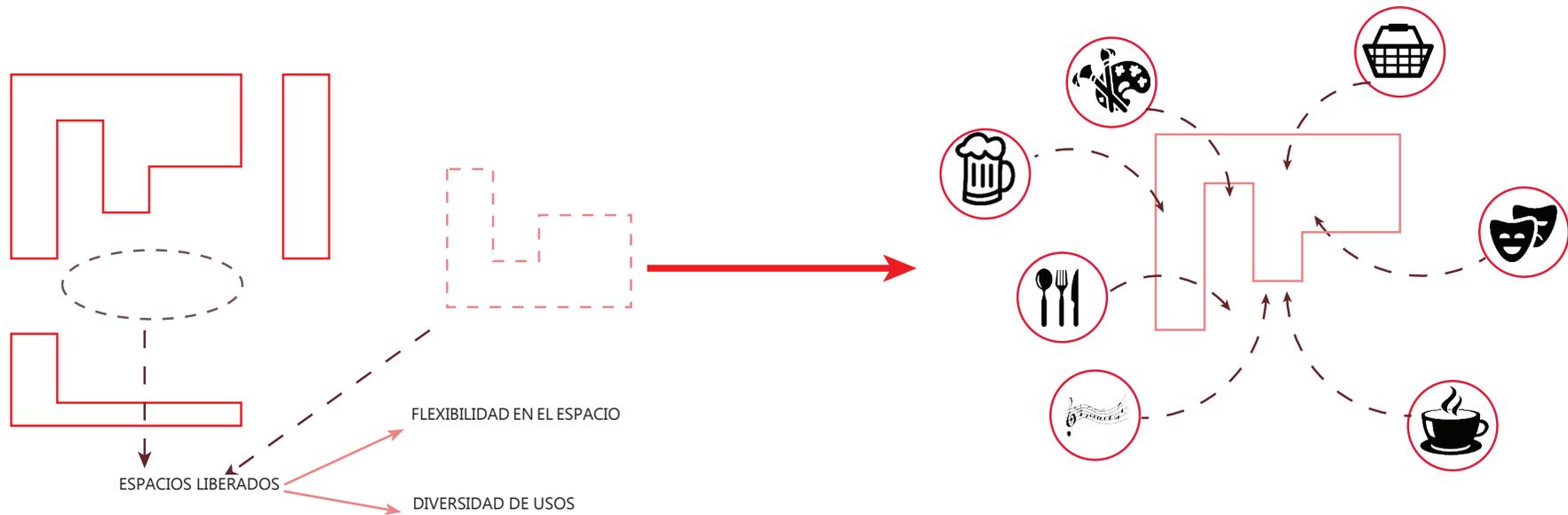
1) MODULACIÓN DE LLENOS Y VACÍOS COMO ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN ESPACIAL

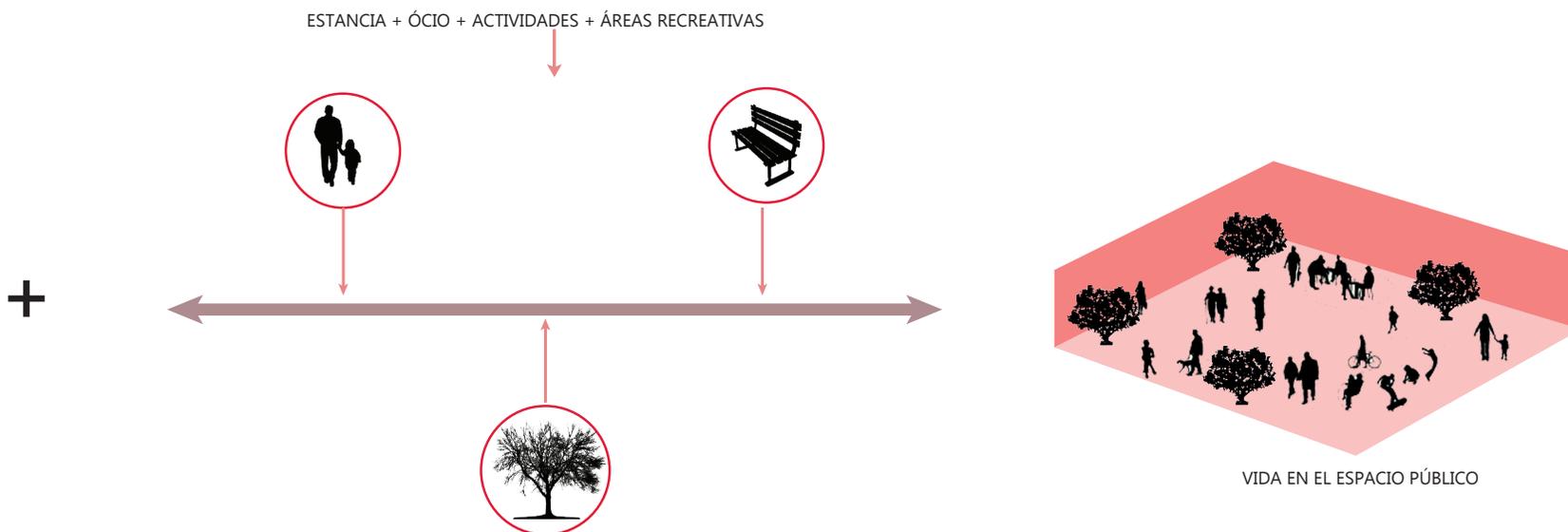
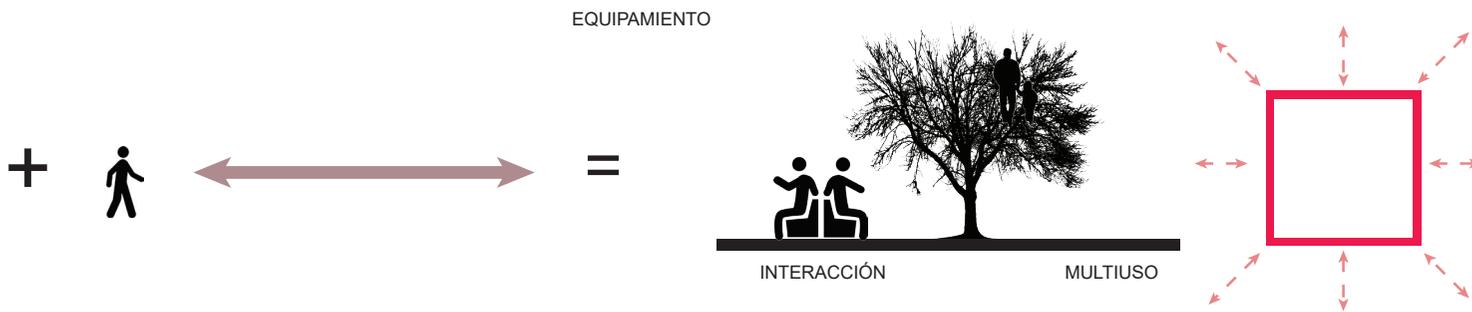
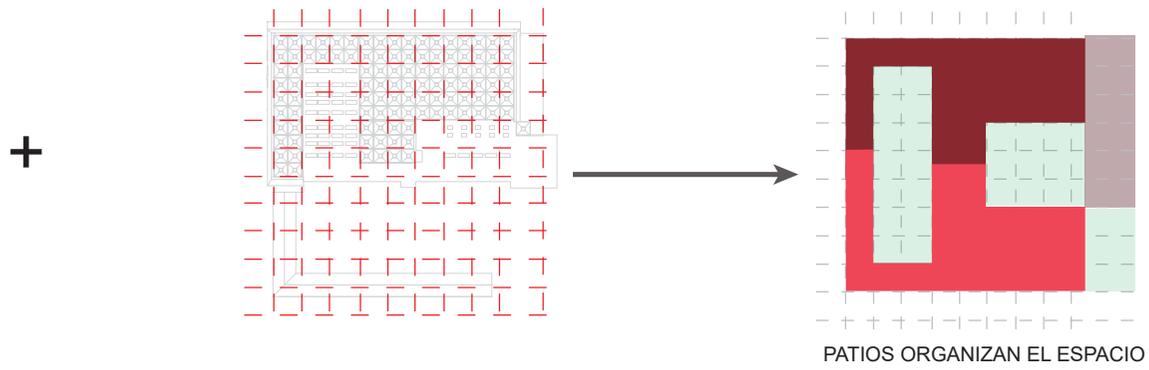


2) CONEXIONES ENTRE OBJETO ARQUITECTÓNICO Y CONTEXTO INMEDIATO



3) DIVERSIDAD DE PROGRAMA COMO COMPLEMENTO A LA PRE-EXISTENCIA

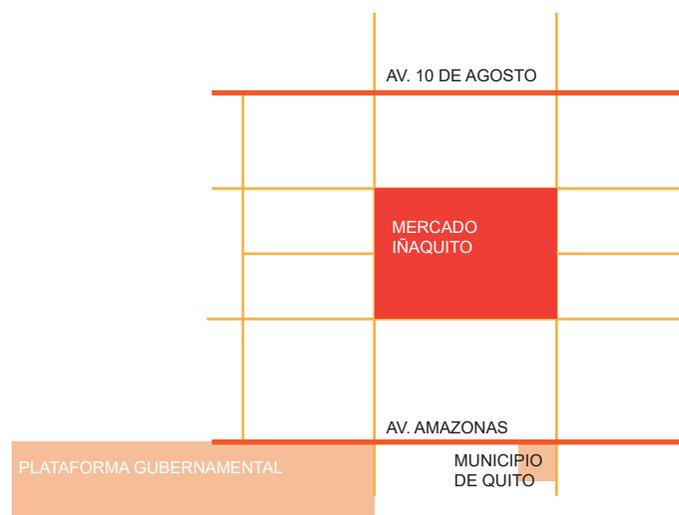
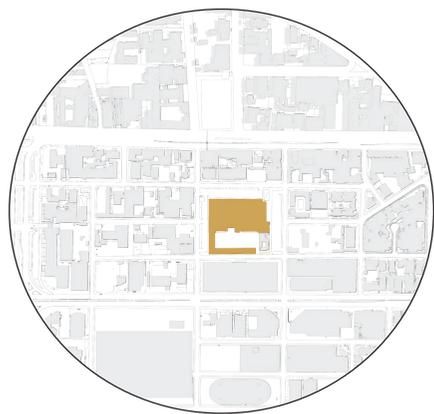






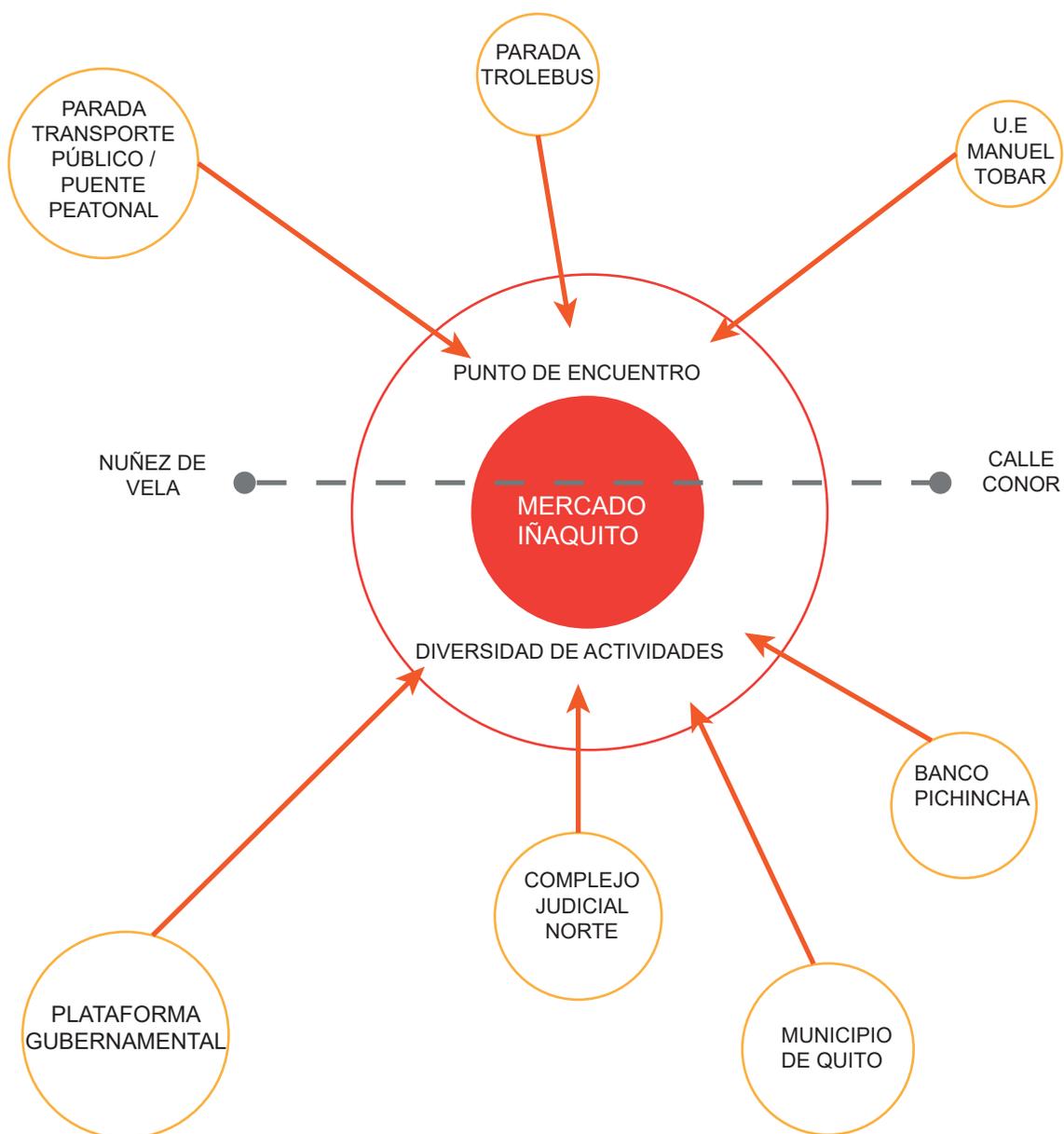
04 DISEÑO ARQUITECTÓNICO

4.1 ORGANIGRAMA FUNCIONAL - CONTEXTO

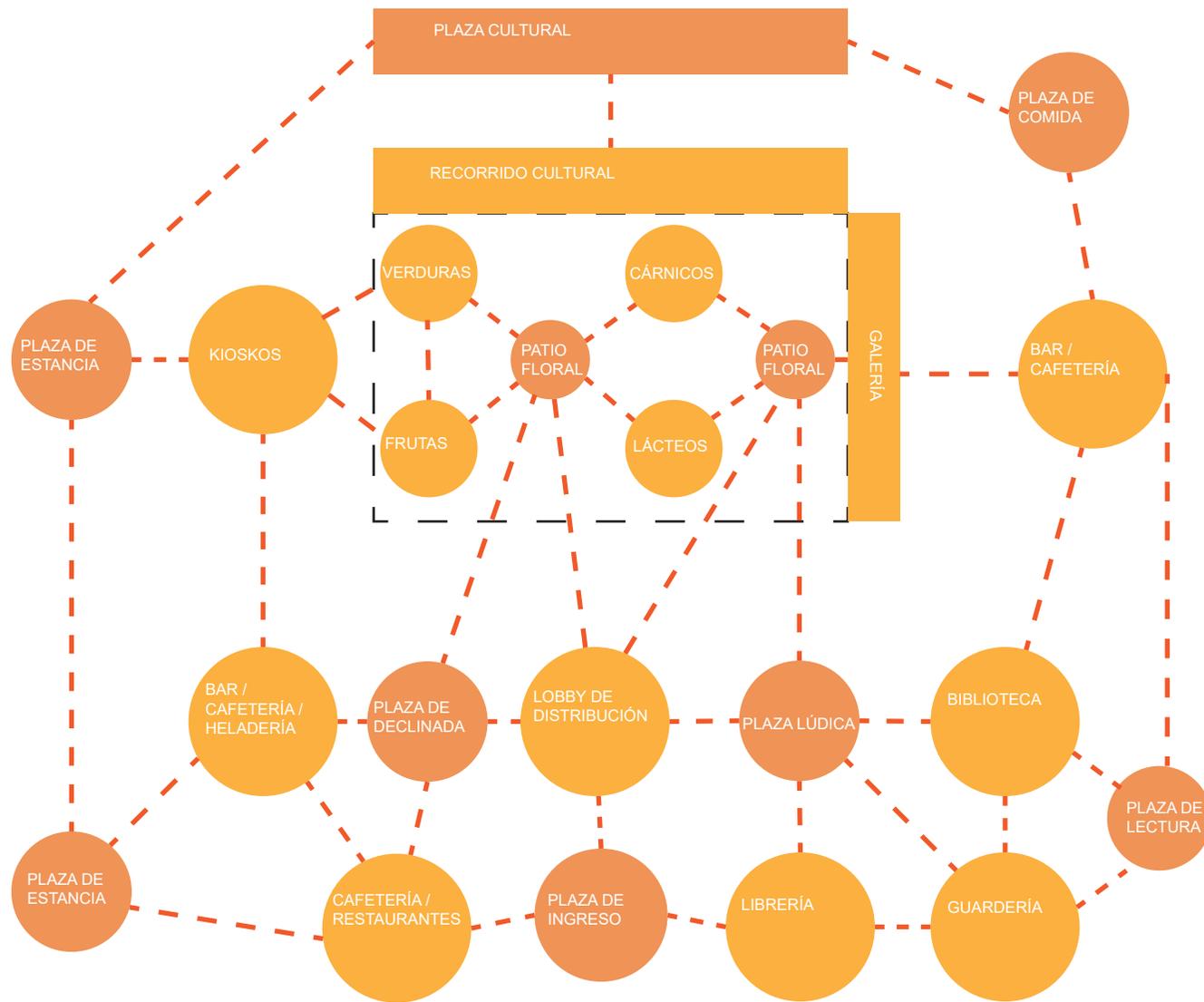


RELACIÓN CON EL CONTEXTO

INMEDIATO



4.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL - MERCADO



4.3 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

PLANTA BAJA

ZONA	AREA
PLAZA CULTURAL	3020
PLAZA INTERIOR 1	202
PLAZA INTERIOR 2	200
PLAZA INTERIOR 3	162
MERCADO	4300
KIOSKOS	45
PLAZA EXTERIOR SUR 1	200
PLAZA EXTERIOR SUR 2	98
PLAZA EXTERIOR SUR 3	272
PLAZA EXTERIOR NORTE 1	659
PLAZA EXTERIOR NORTE 2	237
PLAZA EXTERIOR NORTE 3	487
PLAZA EXTERIOR NORTE 4	231
BIBLIOTECA	57
GUARDERIA	451
LIBRERIAS	76
PLAZA INFANTIL	651
PB BLOQUE GASTRONÓMICO	1133
SUB TOTAL	12481
ÁREA CONSTRUIDA	6713
CIRCULACIÓN 15%	1007,0

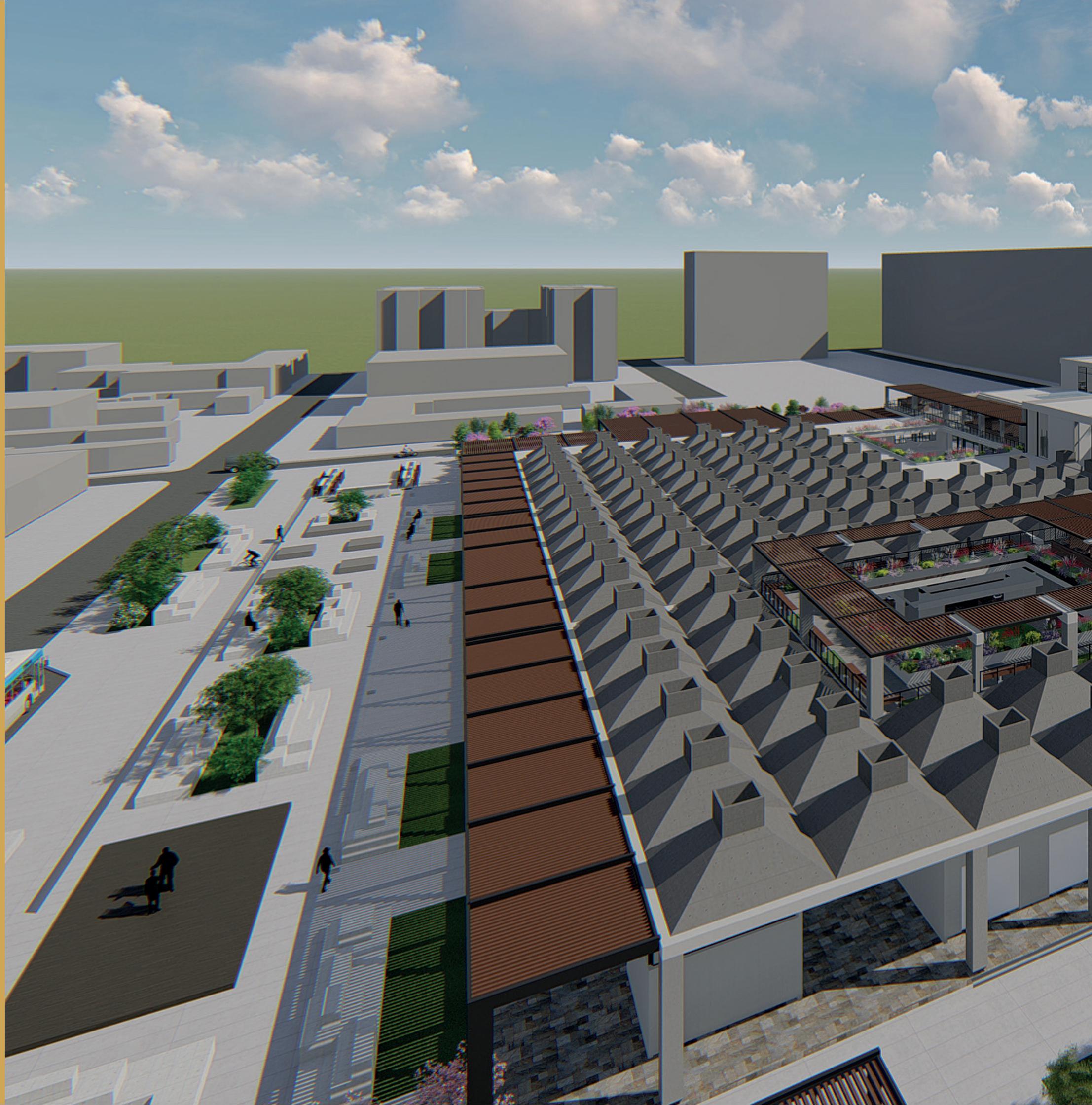
SEGUNDA PLANTA

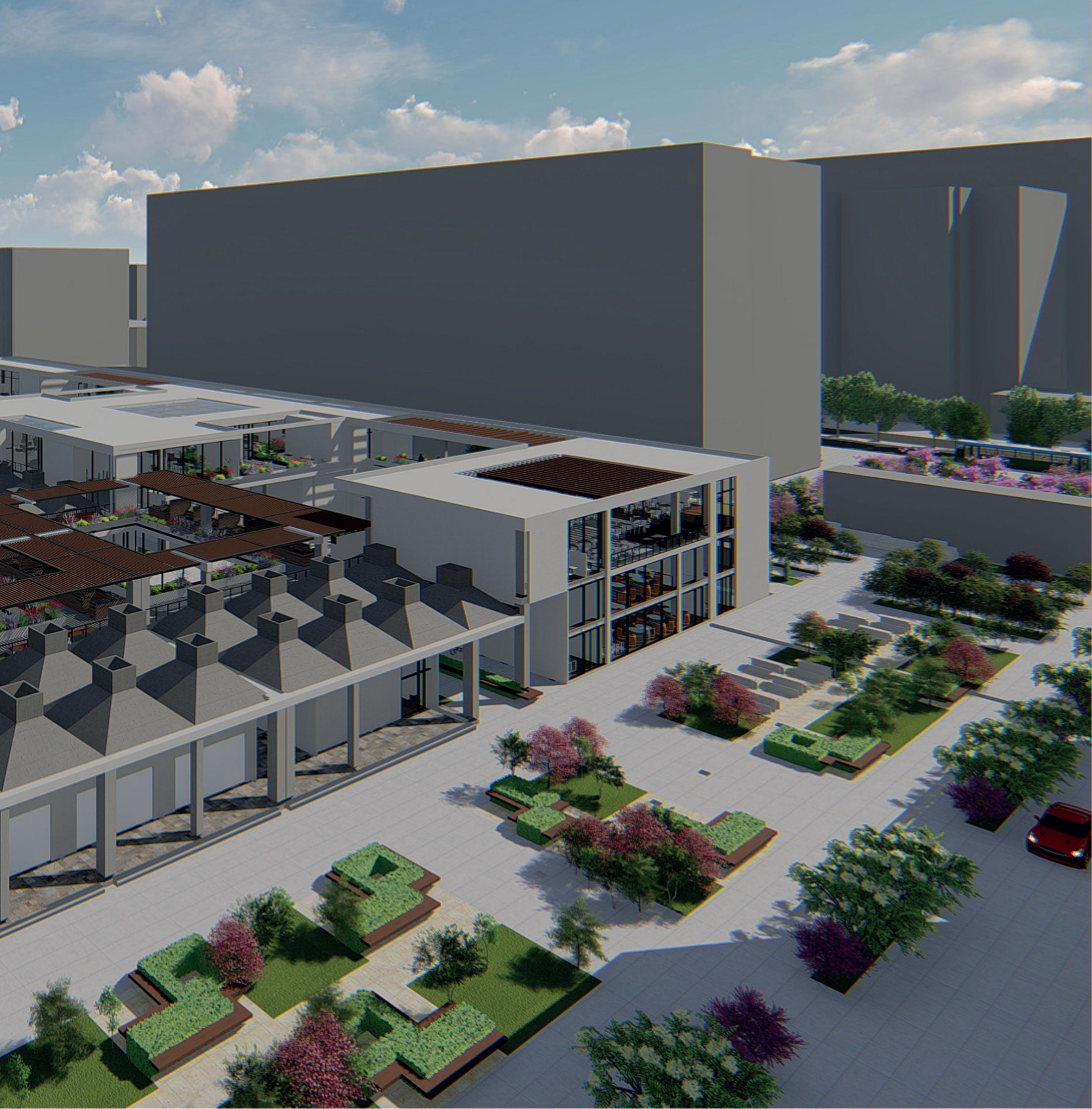
ZONA	AREA
BIBLIOTECA + CAFETERIAS	858
NIVEL 3 BLOQUE GASTRONÓMICO	611
HELADERÍA	132
NIVEL 3 BLOQUE ARTESANAL	1284
SUB TOTAL	2885
ÁREA CONSTRUIDA	4912
CIRCULACIÓN 15%	736,8
TOTAL PB	5648,8

TERCERA PLANTA

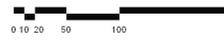
ZONA	AREA
NIVEL 6 BLOQUE GASTRONÓMICO	2229
SUB TOTAL	2229
ÁREA CONSTRUIDA	4458
CIRCULACIÓN 15%	668,7
TOTAL PB	5126,7

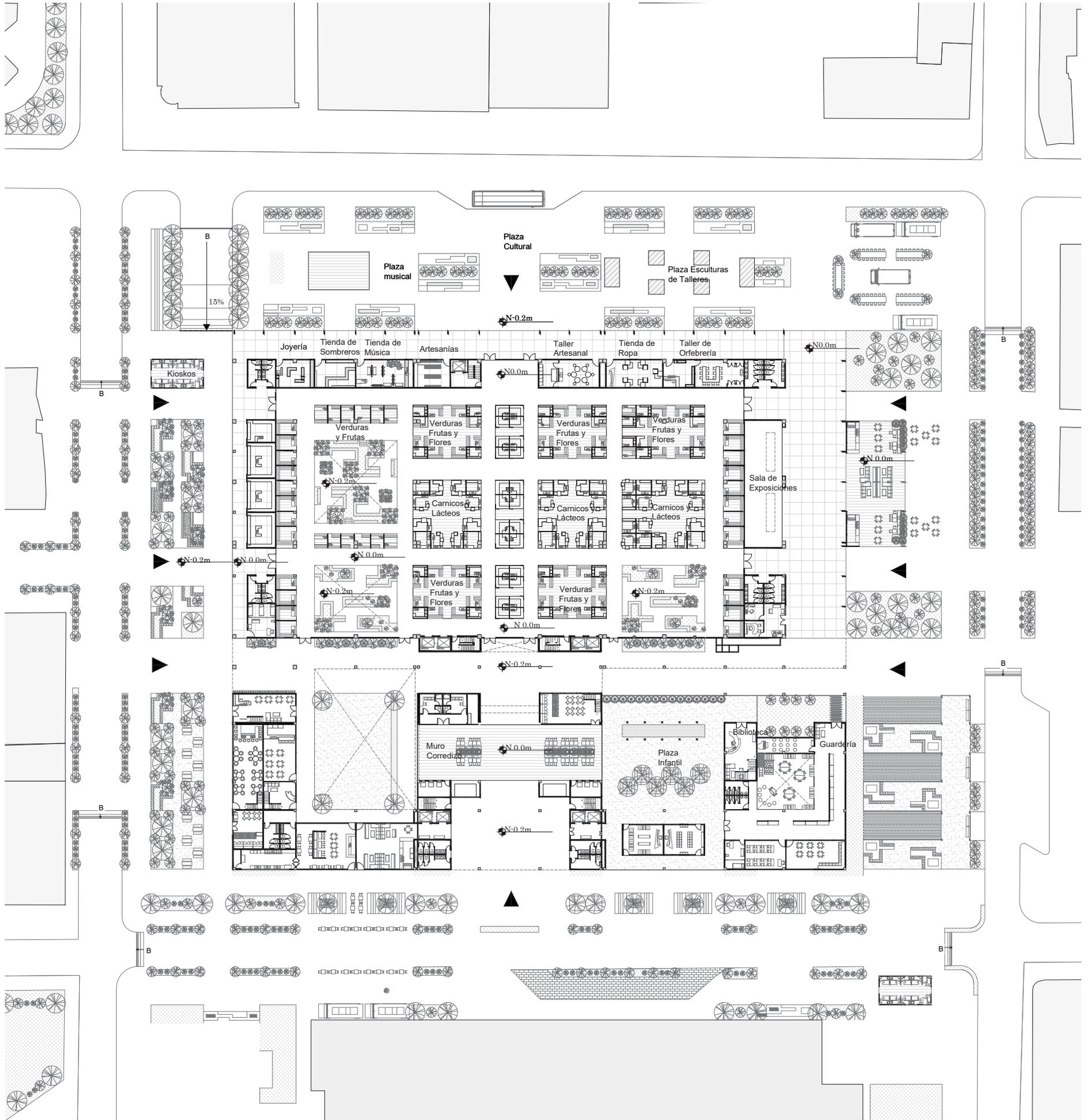
TOTAL PROYECTO CONSTRUIDO	18495,5
----------------------------------	----------------





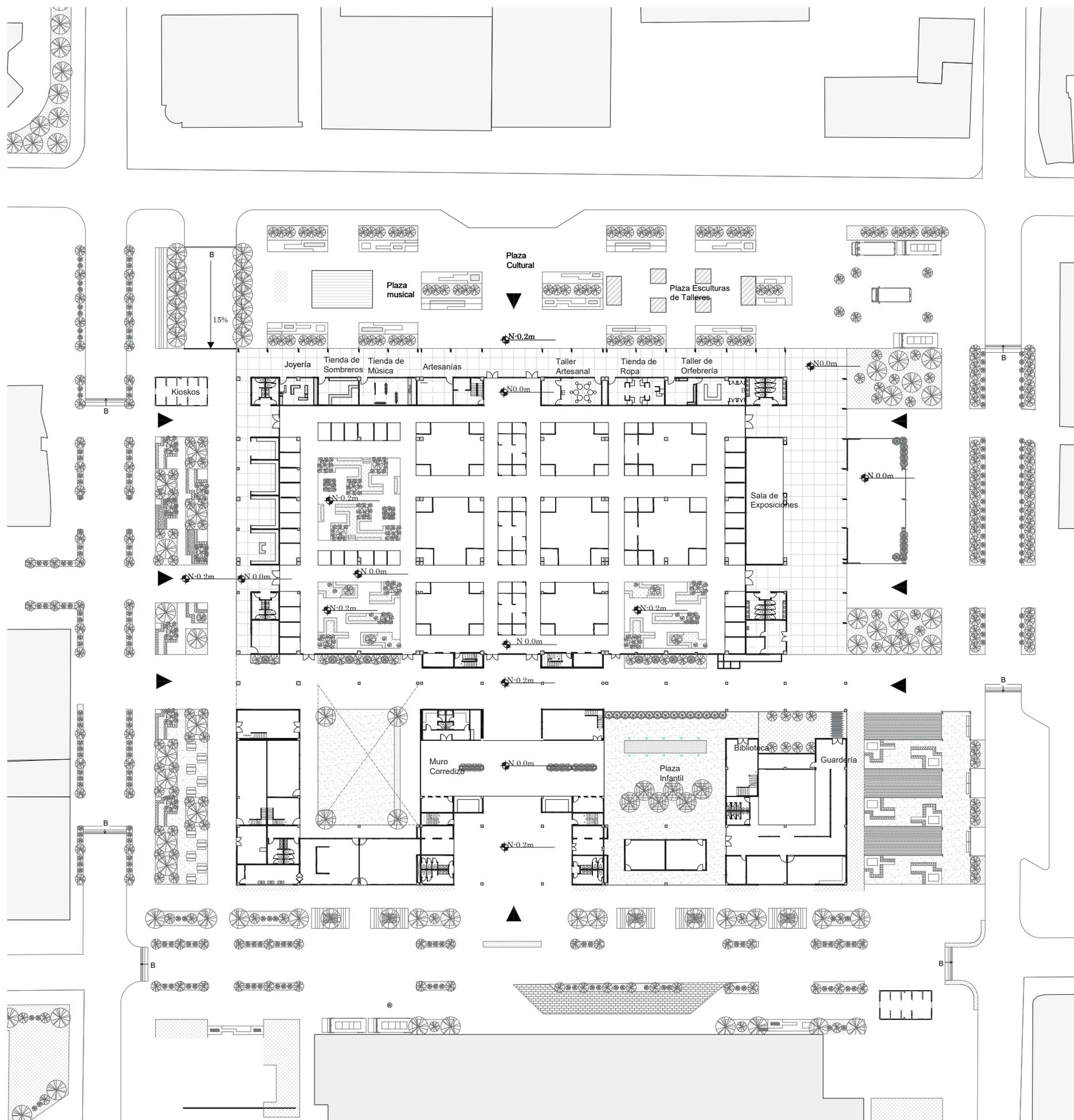
4.4 PLANIMETRÍA

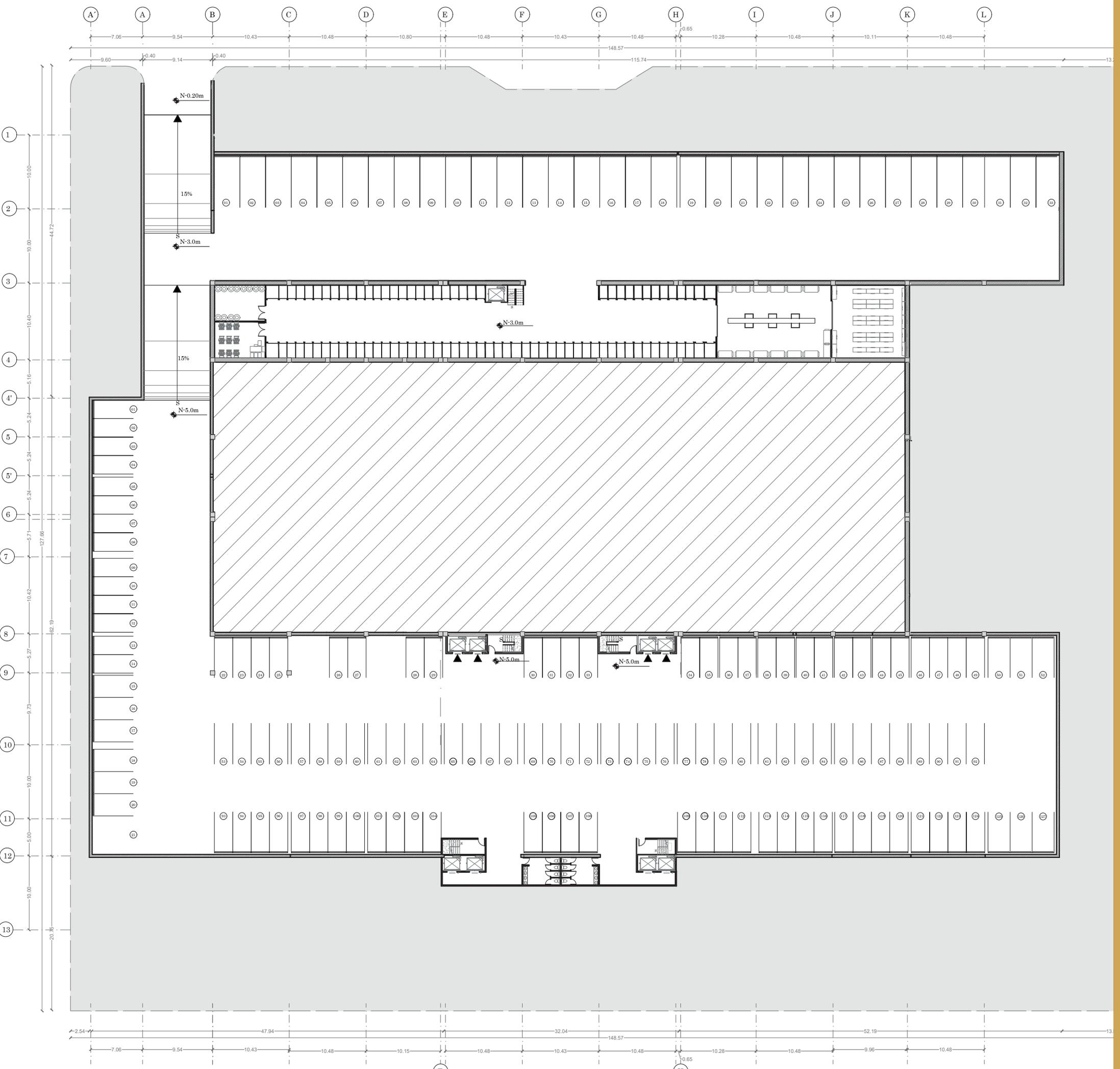




PLANTA BAJA GENERAL 1:1000

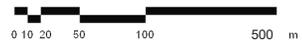
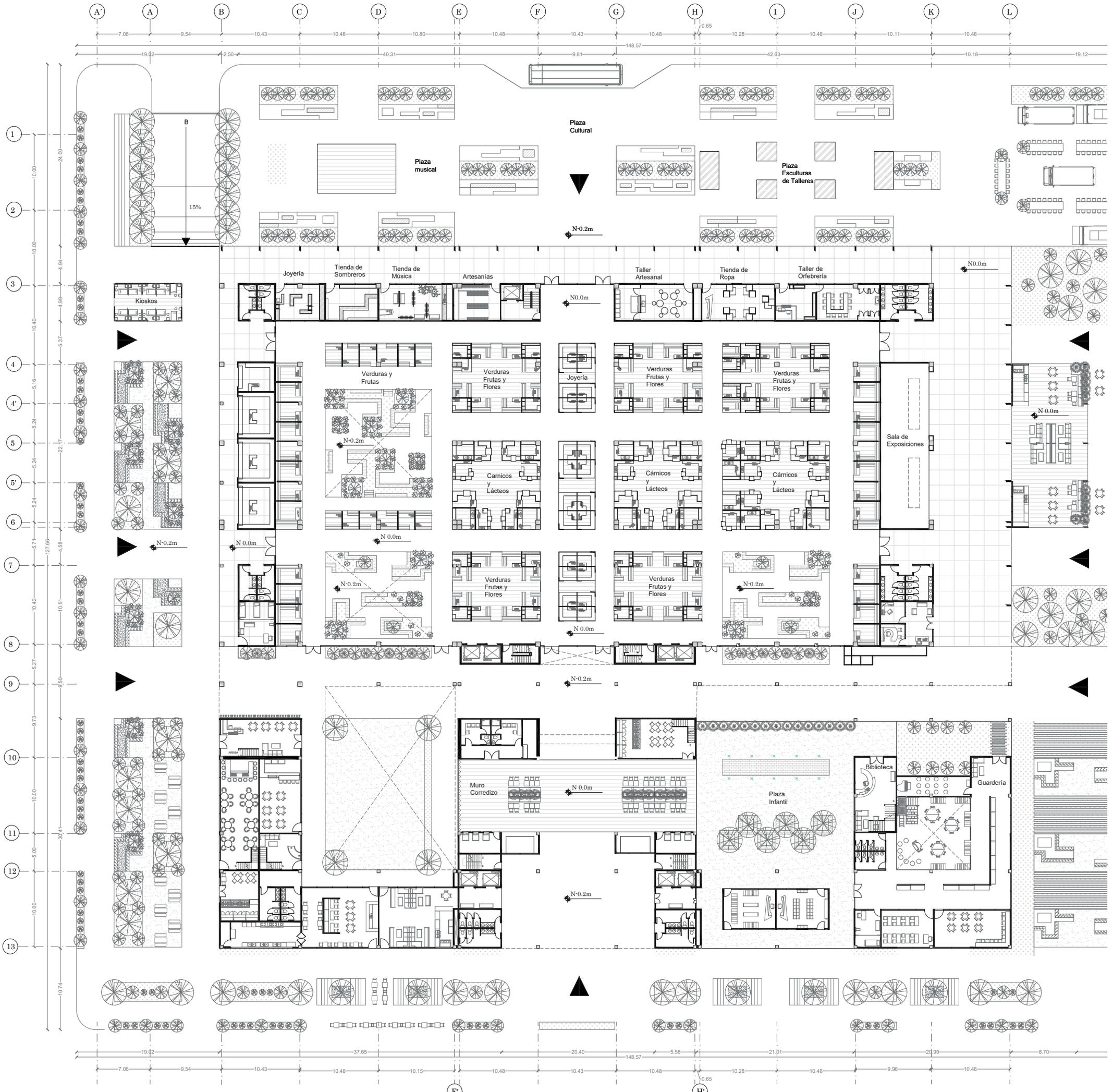


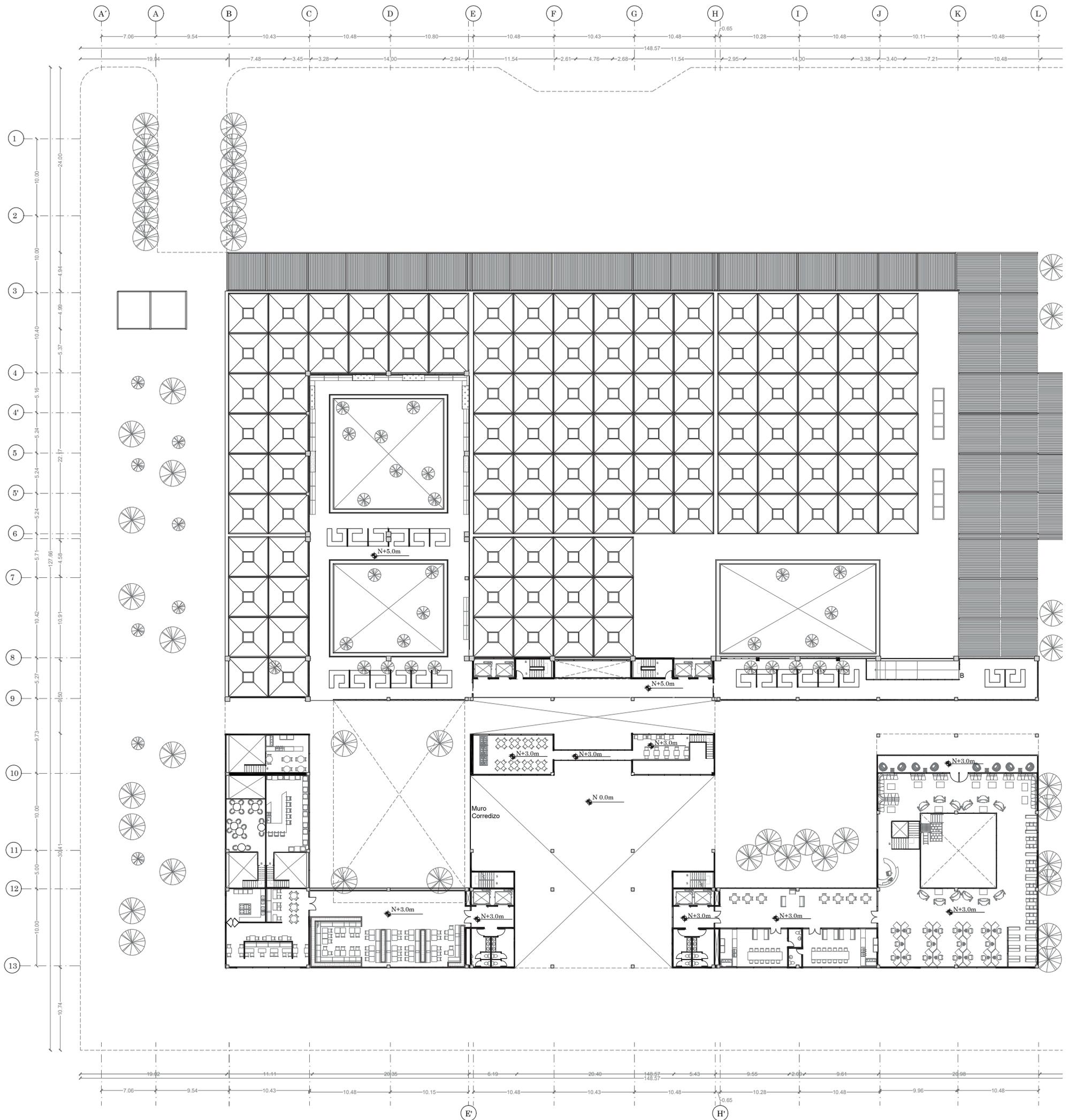




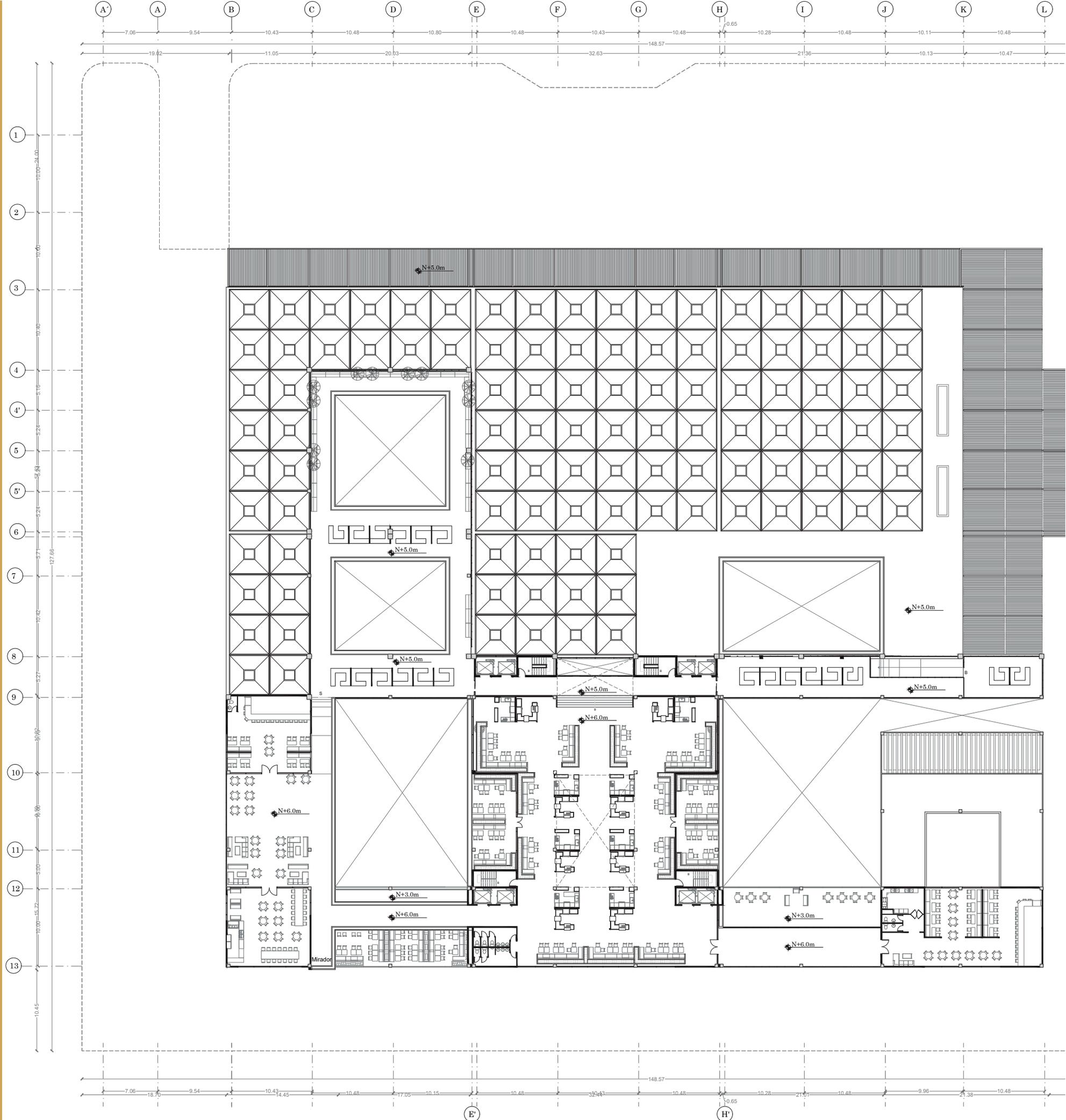
SUBSUELO N - 5.0m / -3.0m 1:500







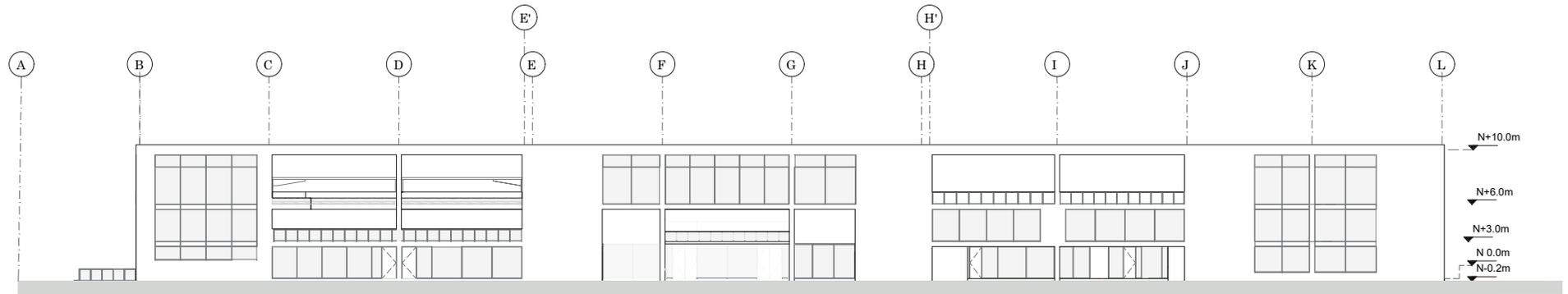
PLANTA N +3.0m / N+5.0m 1:500



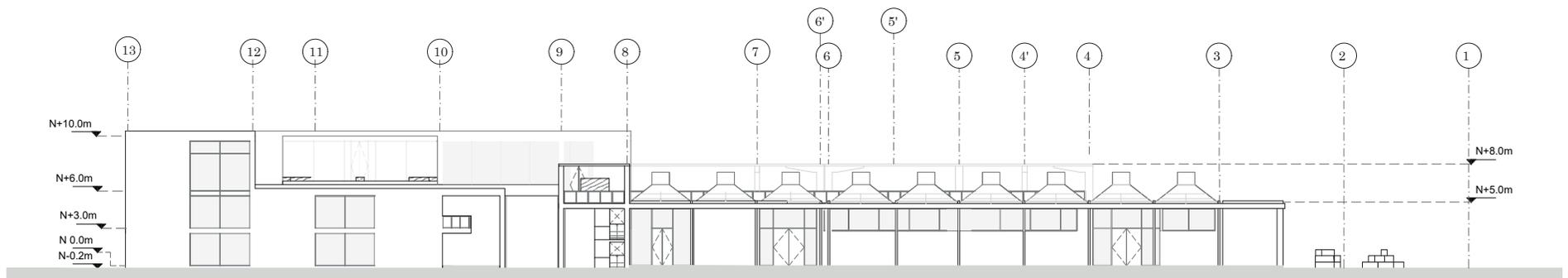
PLANTA N +5.0m / N+6.0m 1:500



4.5 ELEVACIONES



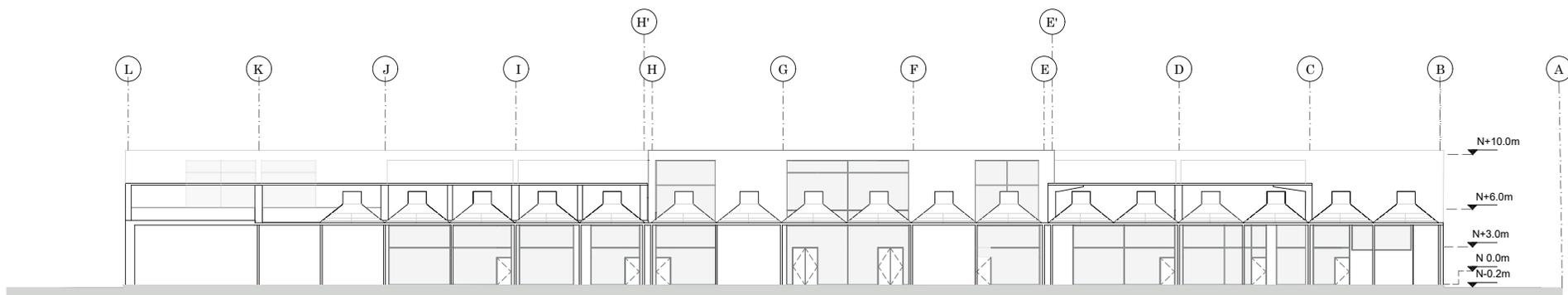
ELEVACIÓN ESTE (CALLE JORGE DROM) 1:500



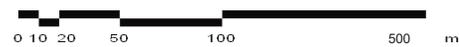
ELEVACIÓN NORTE (CALLE PEREIRA) 1:500



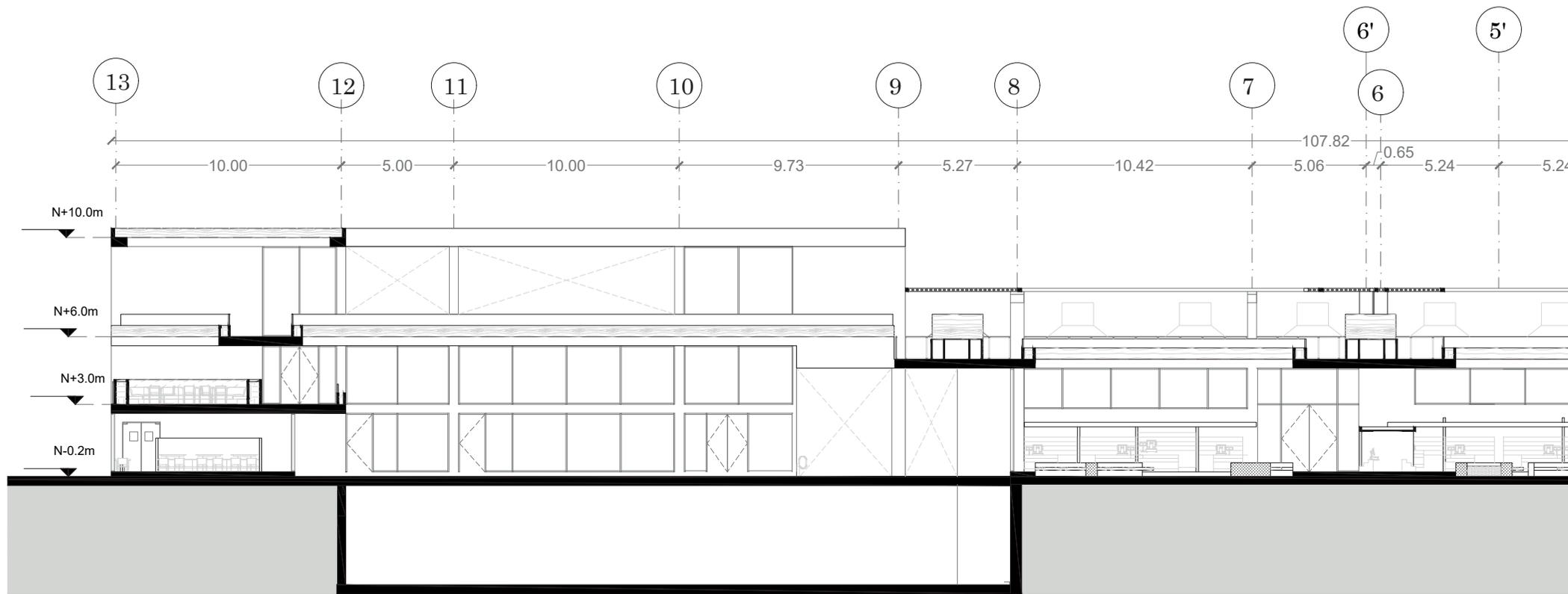
ELEVACIÓN SUR (CALLE VILLALENGUA) 1:500



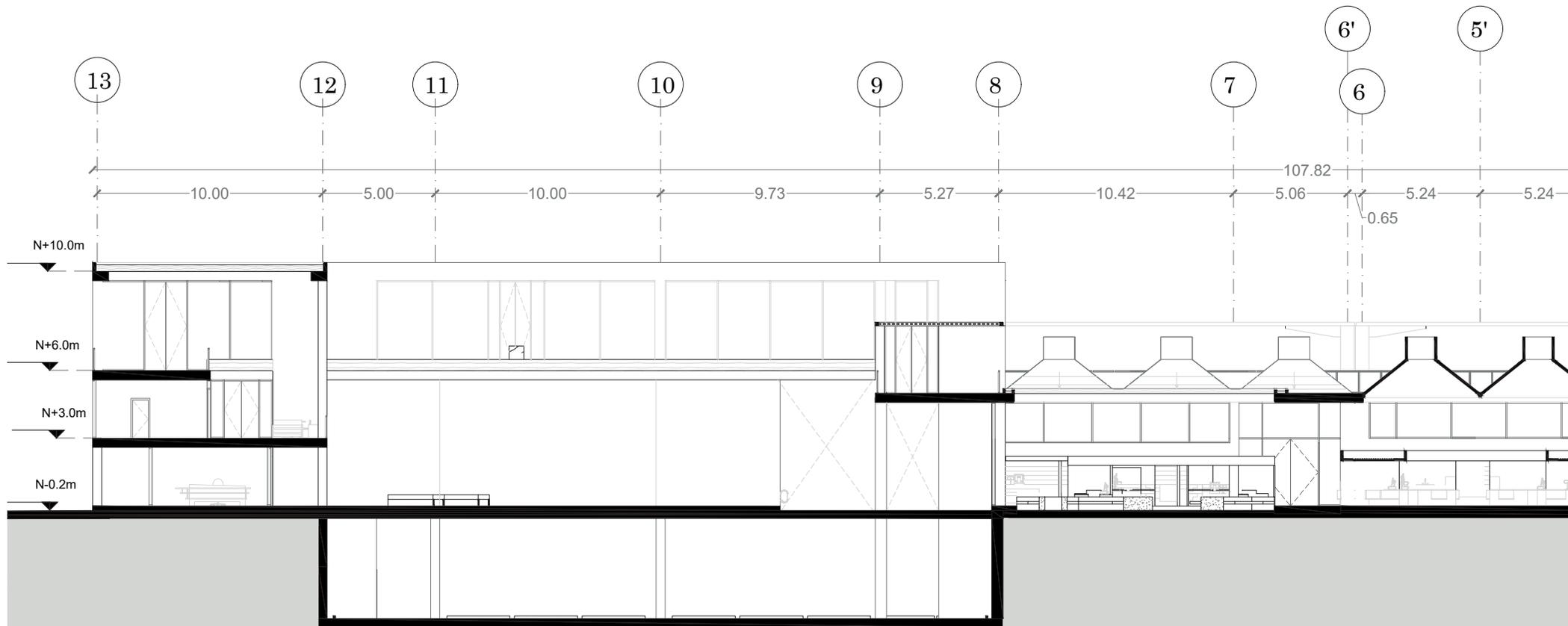
ELEVACIÓN OESTE (CALLE ÑAQUITO) 1:500



4.6 CORTES ARQUITECTÓNICOS

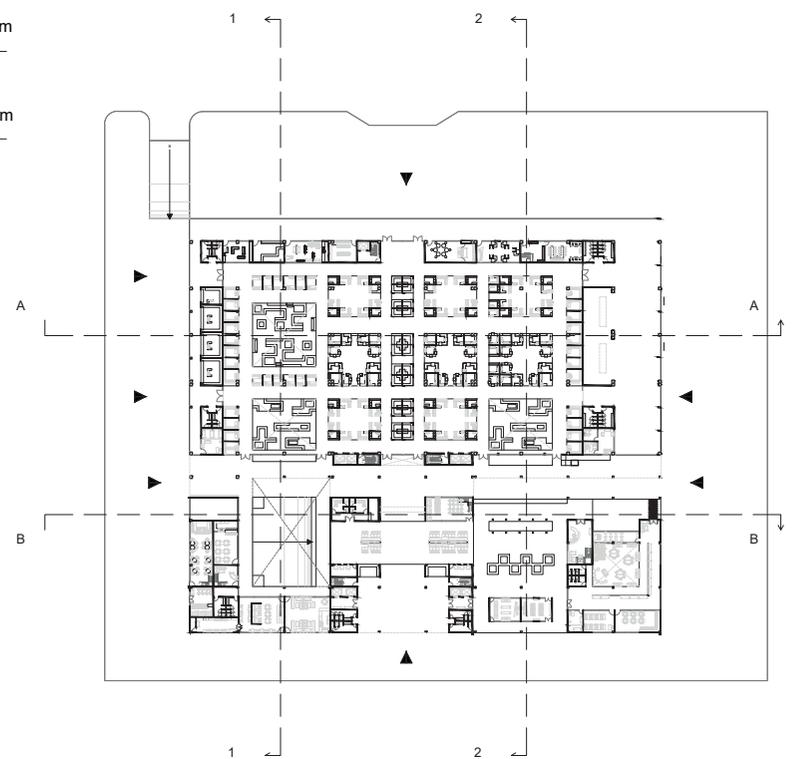
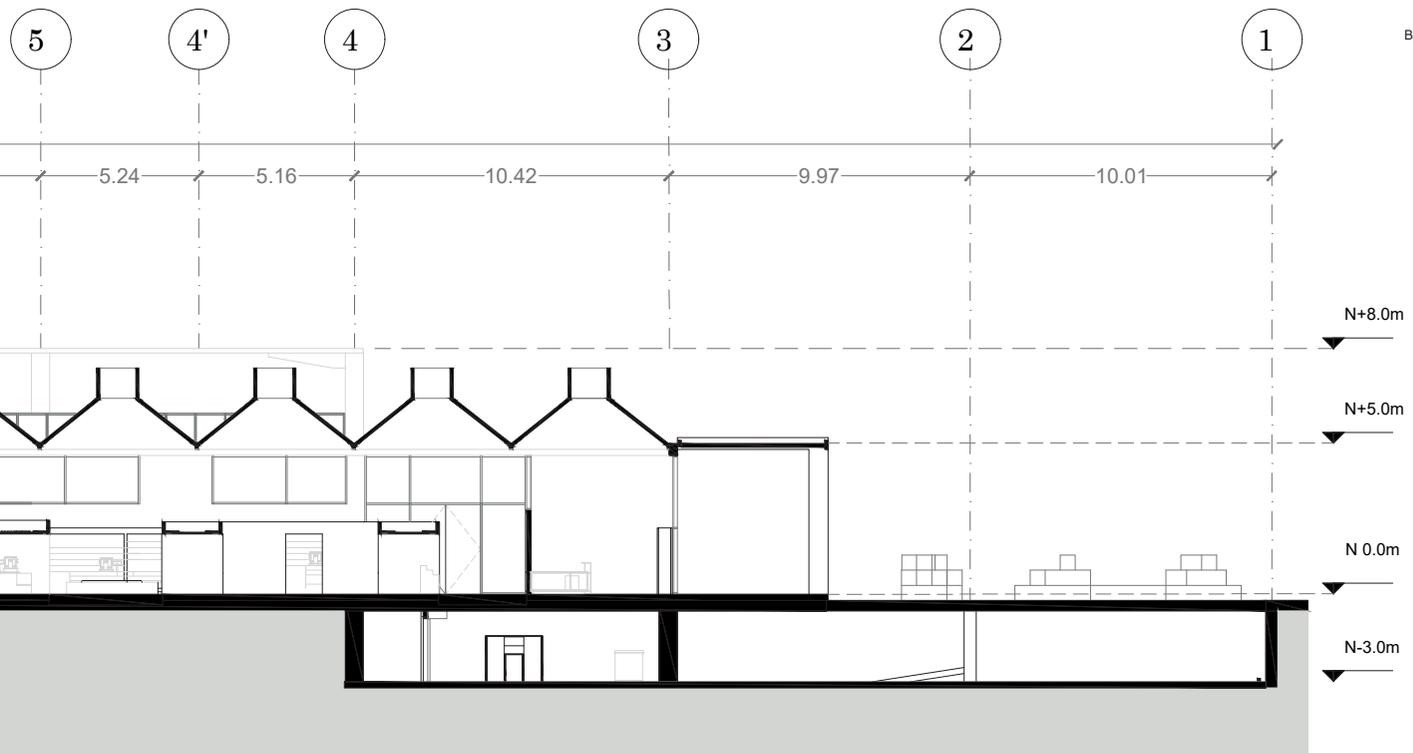
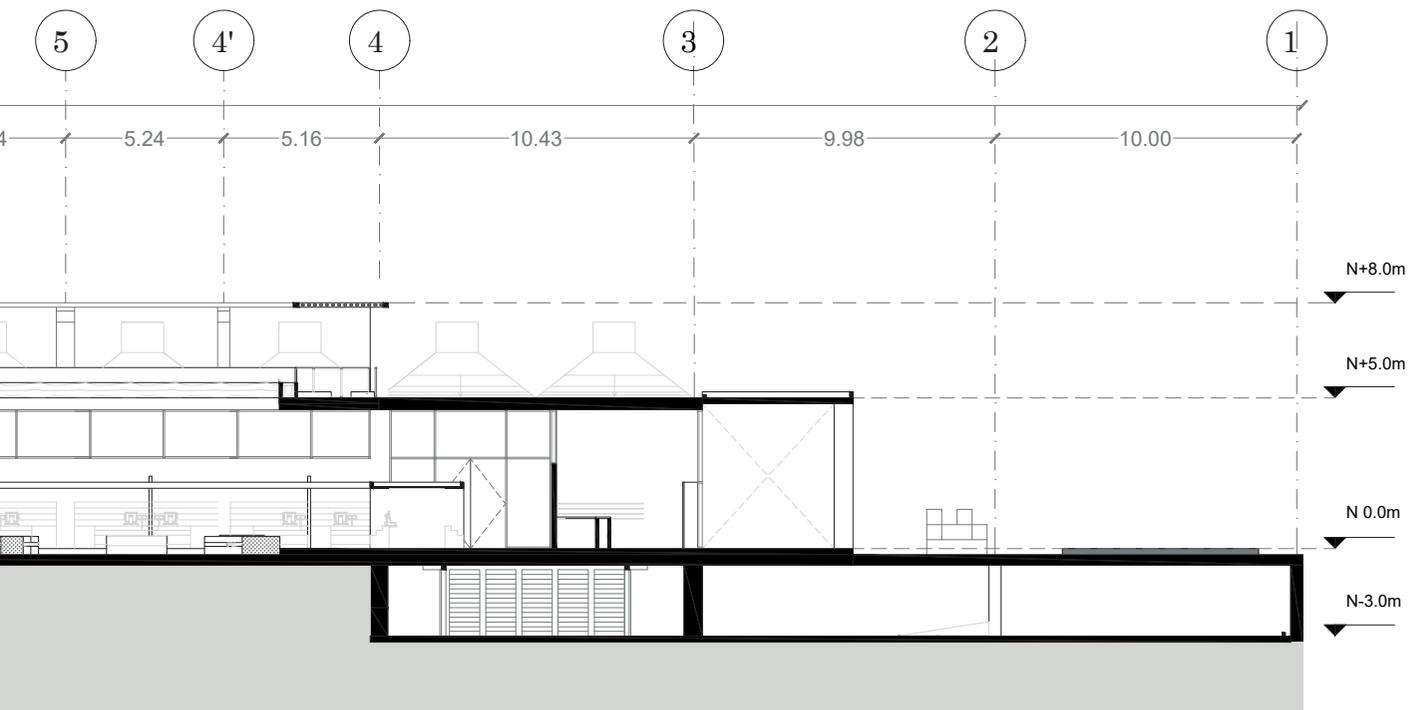


CORTE 1-1 1:250



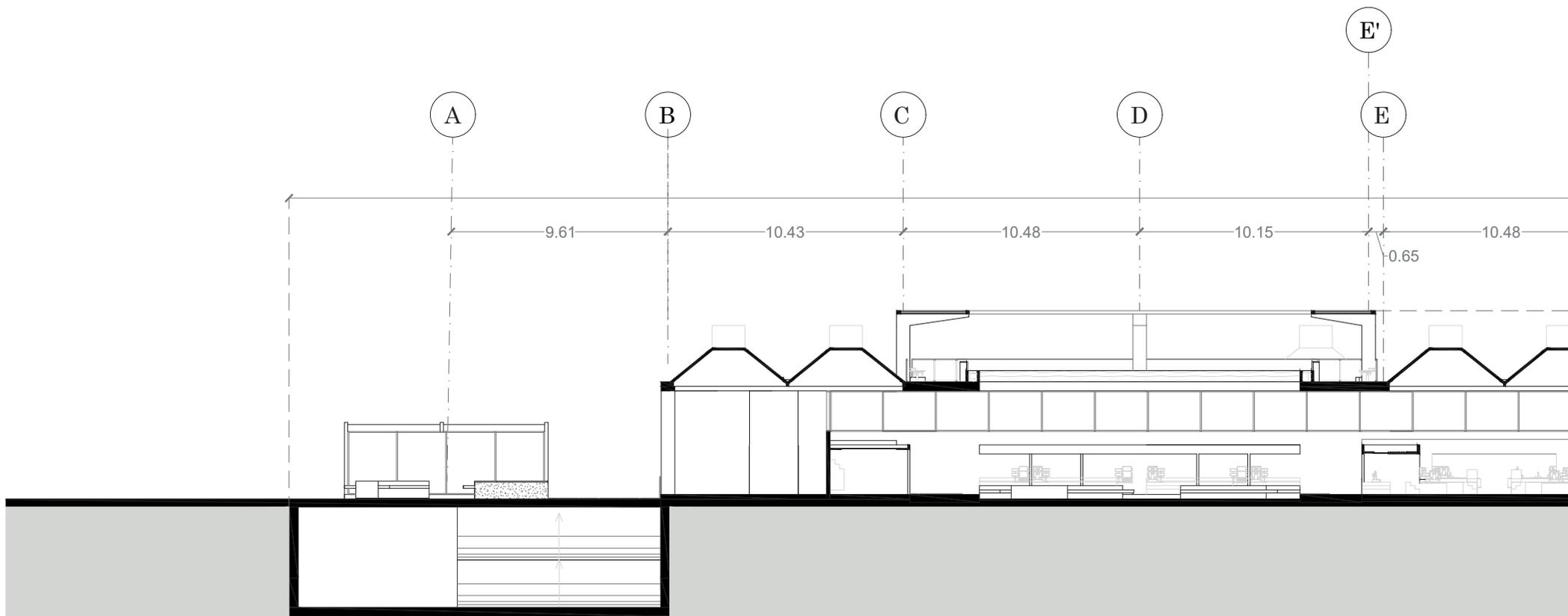
CORTE 2-2 1:250



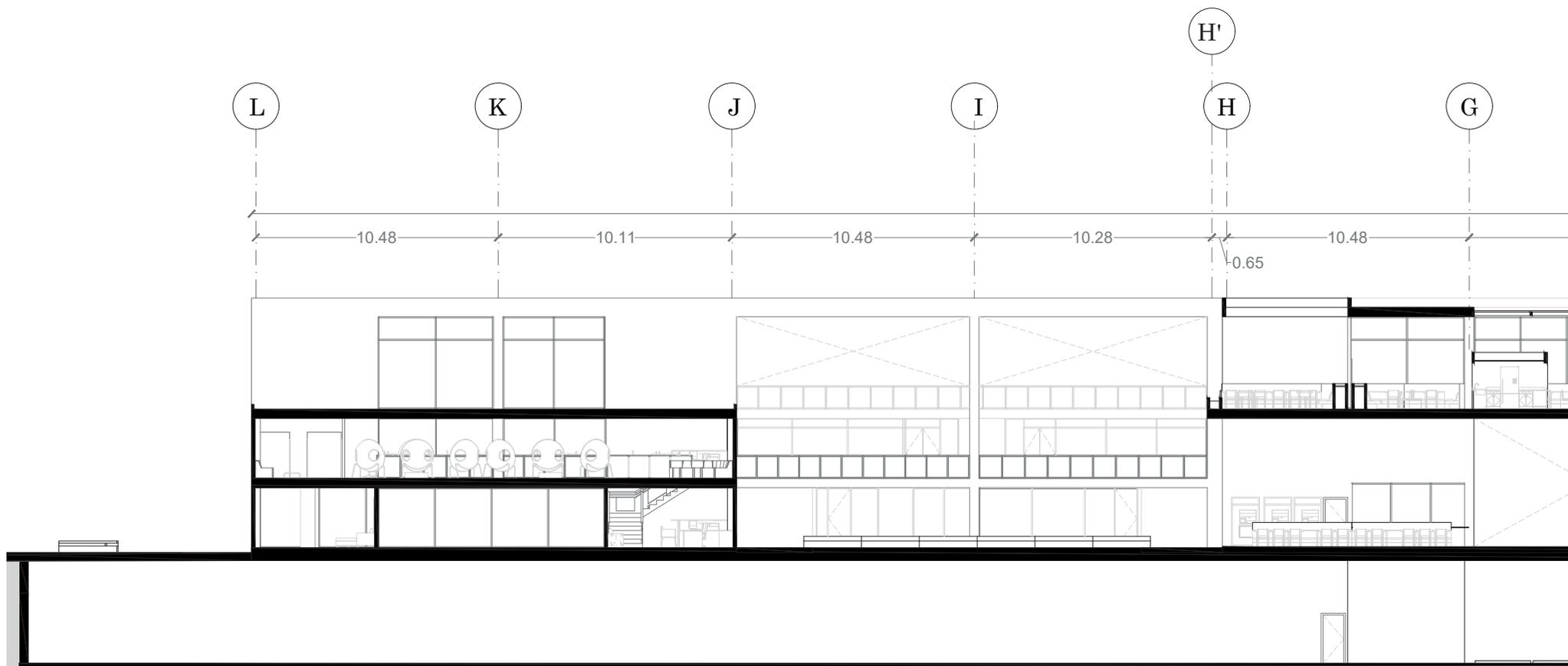


PLANTA UBICACIÓN DE CORTES

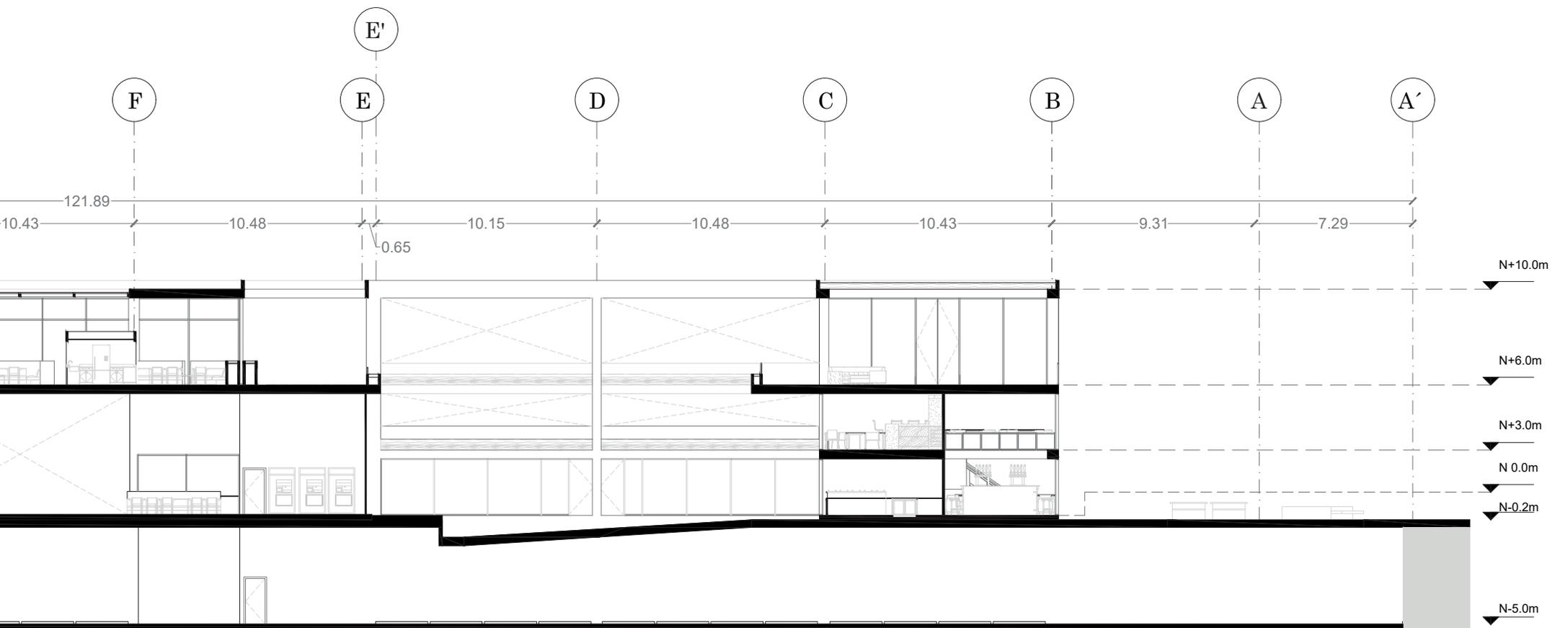
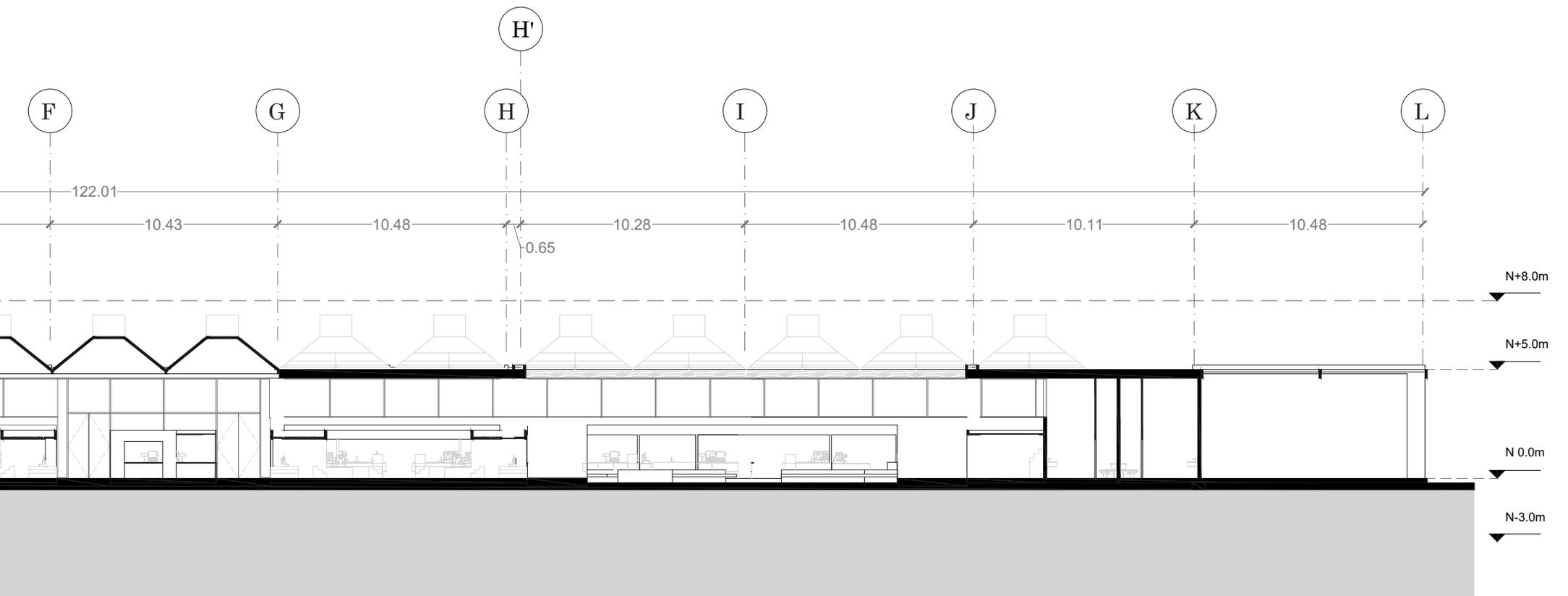




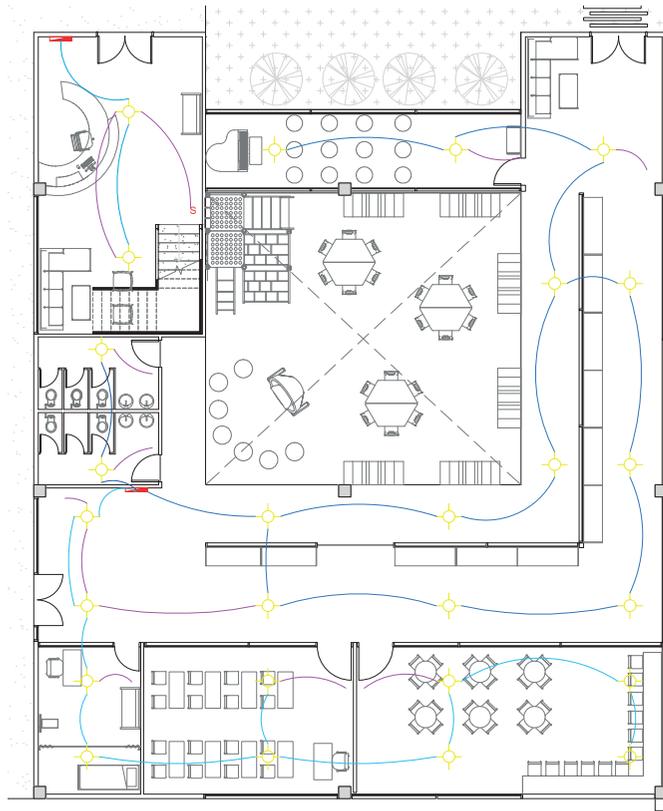
CORTE A-A 1:250
 0 10 20 50 100 250 m



CORTE B-B 1:250
 0 10 20 50 100 250 m



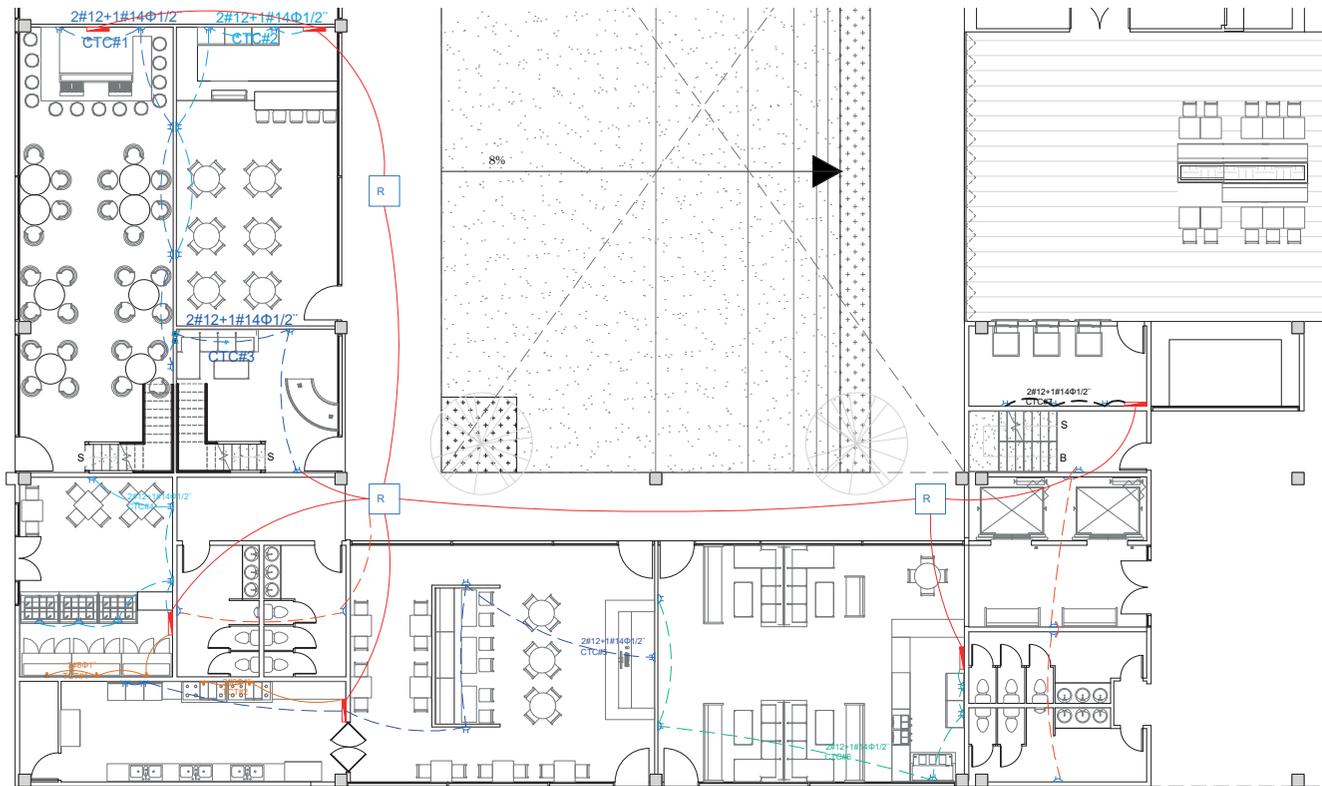
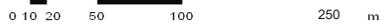
4.7 INSTALACIONES



SIMBOLOGÍA

- FOCO
- 2CABLES#14 TUBERIA 1/2"
- S
- SC
- S2
- TABLERO DE DISTRIBUCIÓN

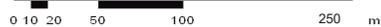
INSTALACIONES ELÉCTRICAS 1:250

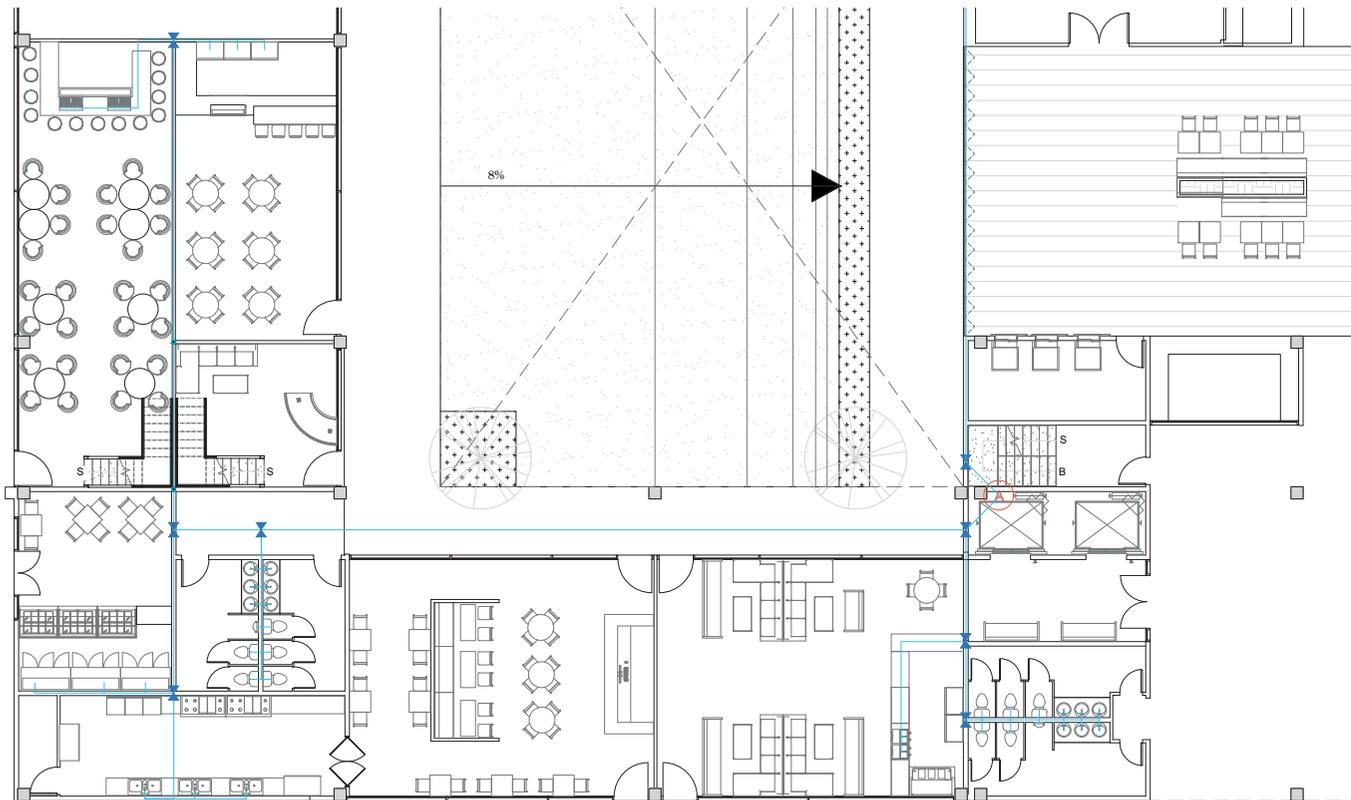


SIMBOLOGÍA

- TOMA CORRIENTE 110V
- TOMA CORRIENTE 220V
- 2 CABLES #12+ 1 CABLE#14 TUBERIA 3/4"
- TOMA CORRIENTE 110V
- TABLERO DE DISTRIBUCIÓN
- CIRCUITO TOMA CORRIENTE
- CIRCUITO TOMA CORRIENTE ESPECIAL
- REGLETA DE CABLES

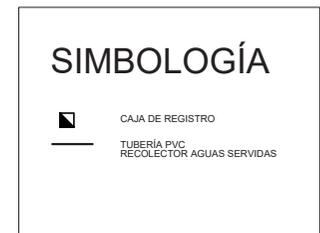
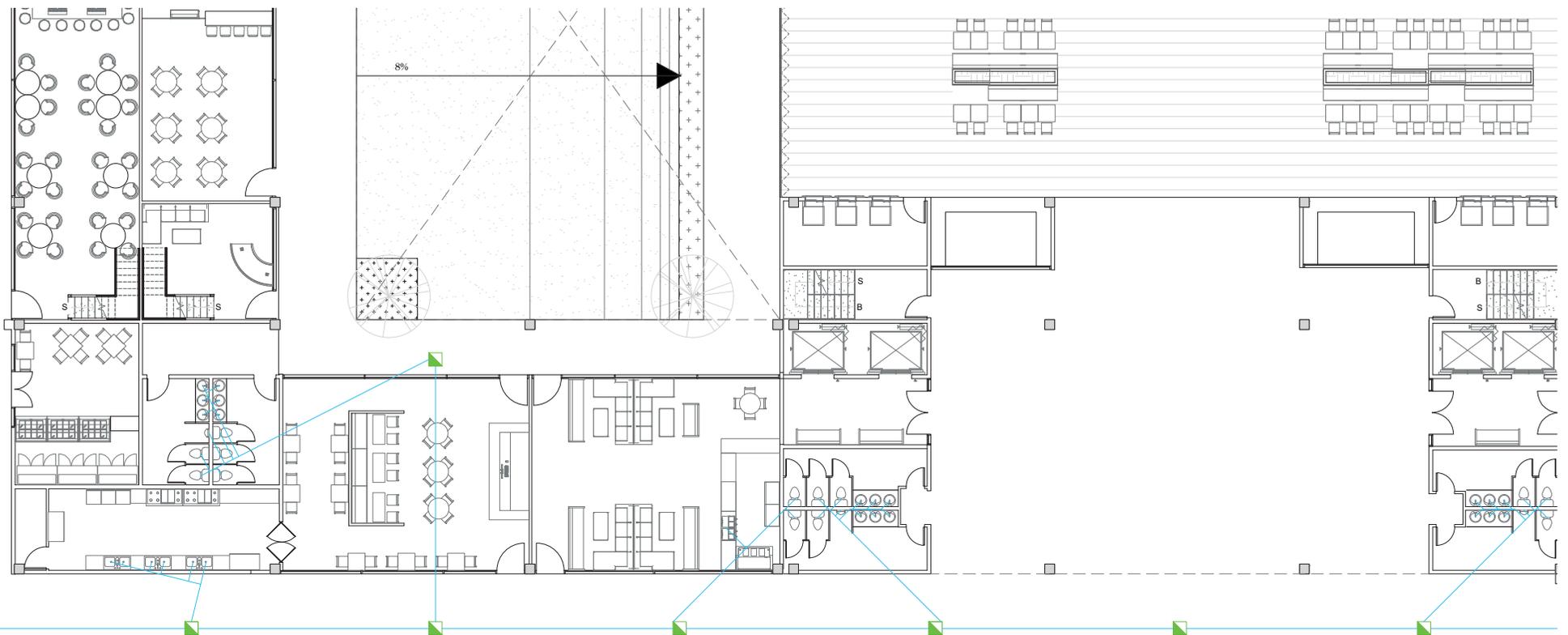
INSTALACIONES ELÉCTRICAS 1:250





INSTALACIONES AGUA POTABLE 1:250

0 10 20 50 100 250 m



INSTALACIONES SANITARIAS 1:250

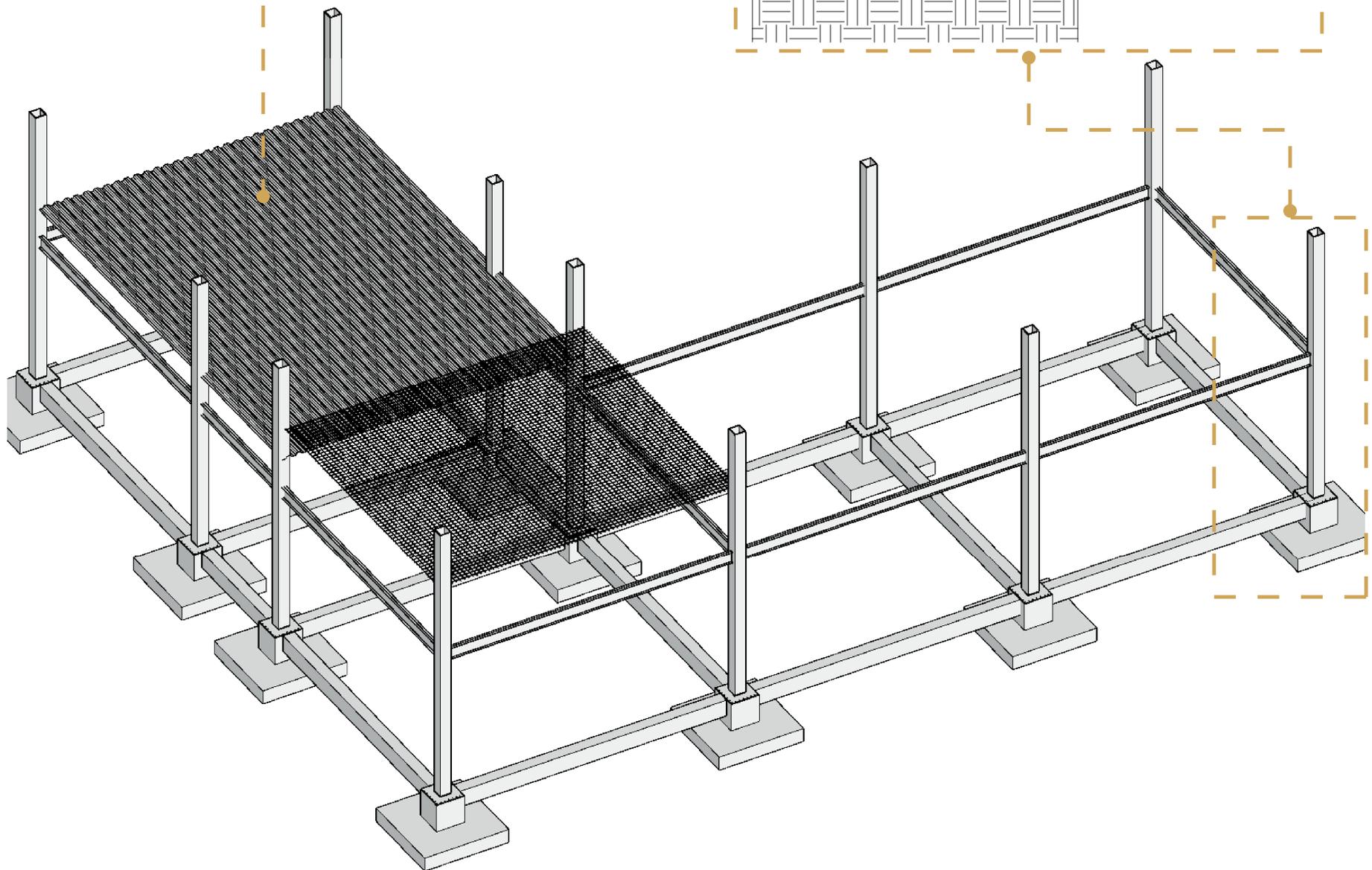
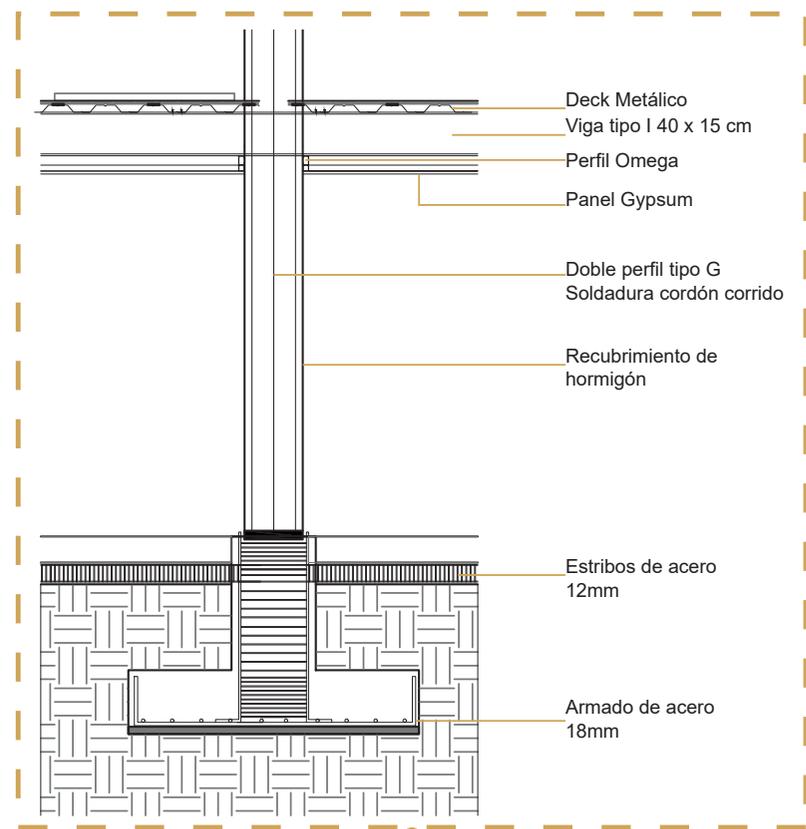
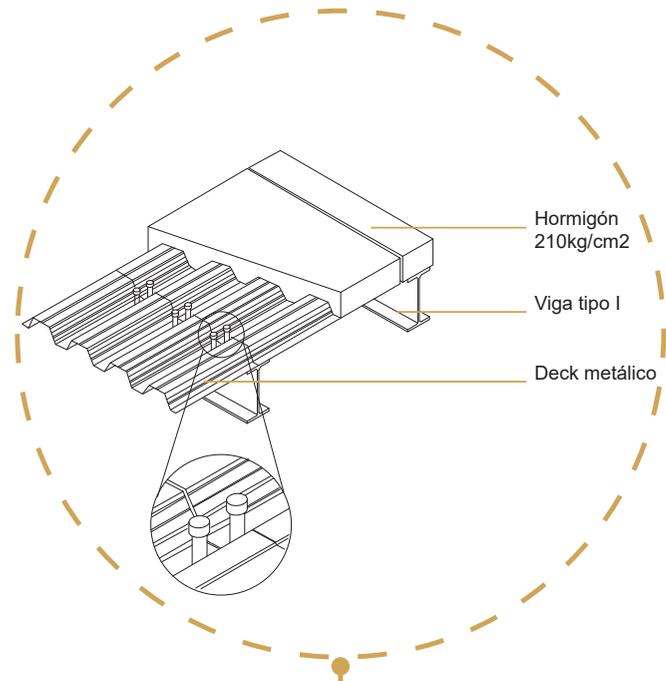
0 10 20 50 100 250 m



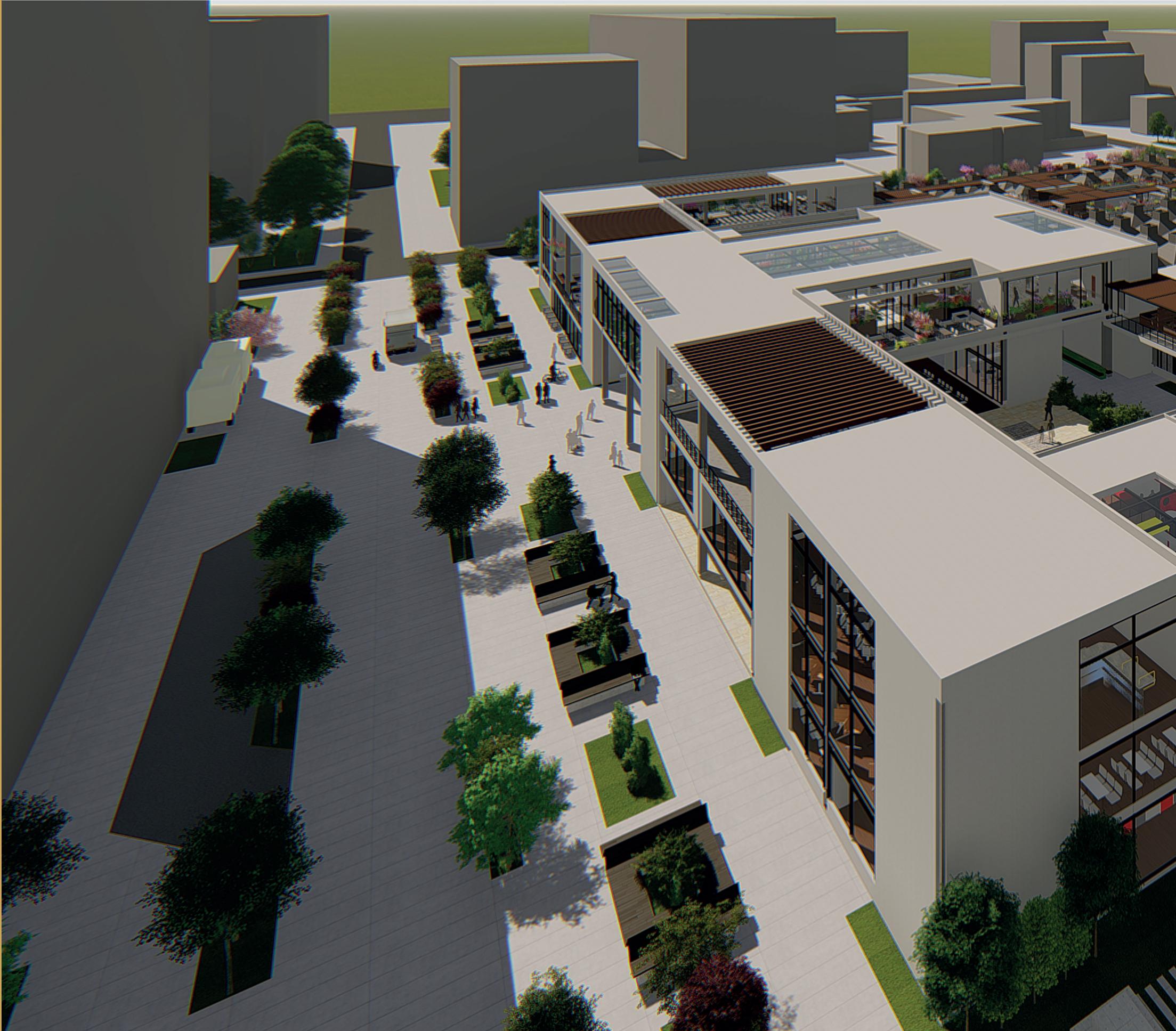
4.8 DETALLES CONSTRUCTIVOS







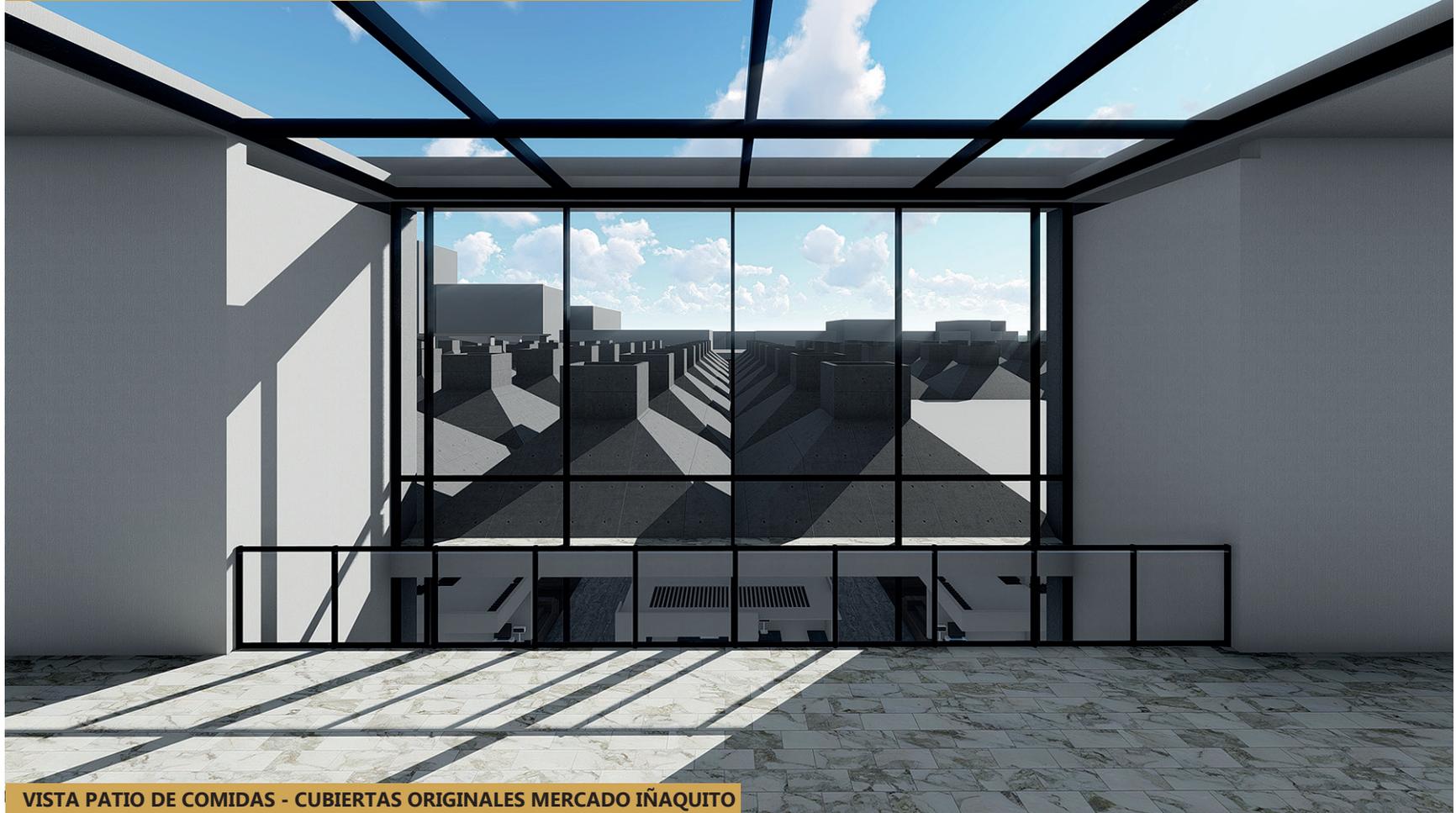
4.9 RENDERS







VISTA BIBLIOTECA - GUARDERÍA



VISTA PATIO DE COMIDAS - CUBIERTAS ORIGINALES MERCADO IÑAQUITO



VISTA MERCADO DE ABASTOS



VISTA PATIO INTERNO



VISTA PLAZA MULTIUSOS



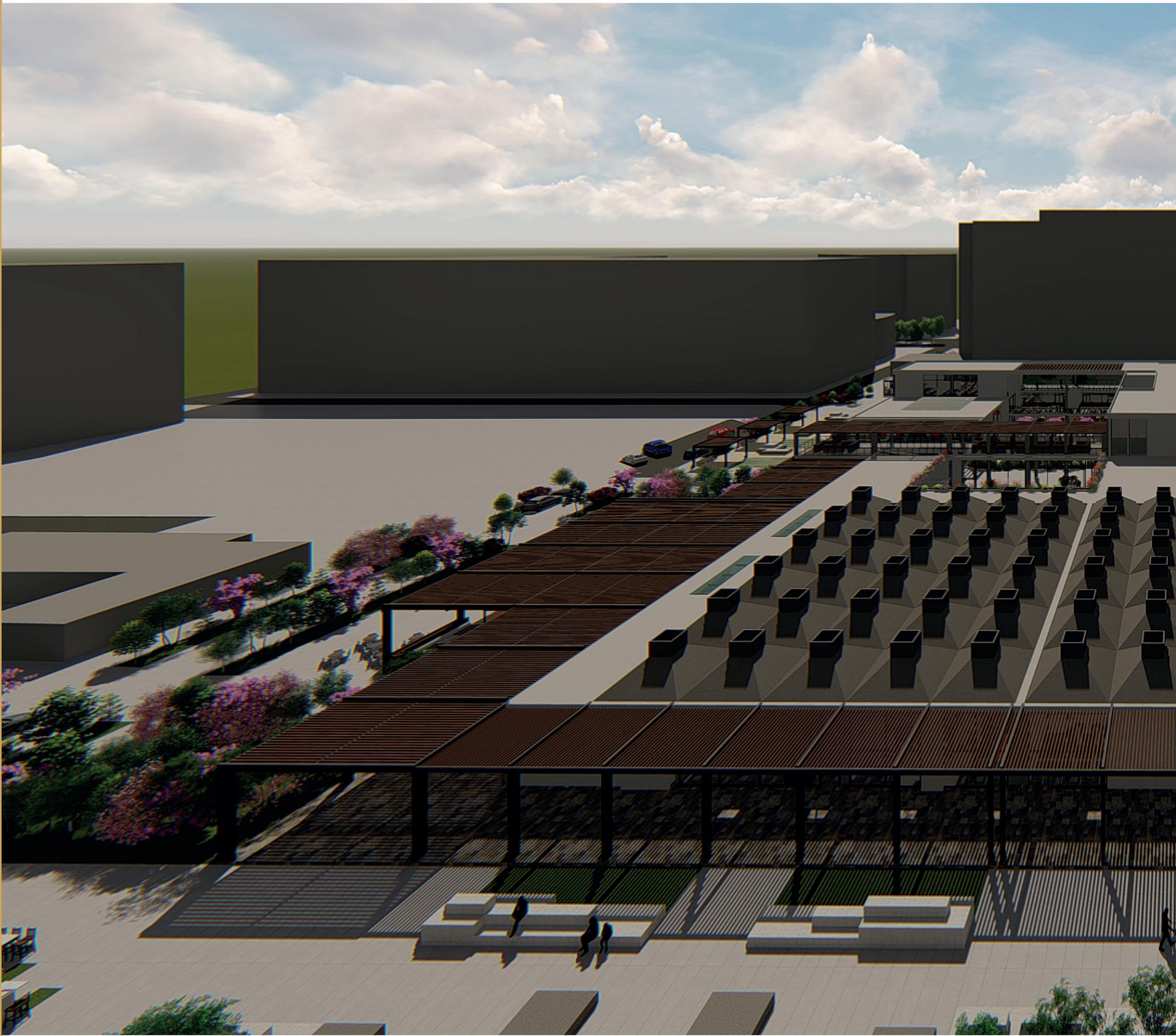
VISTA PLAZA MULTIUSOS



VISTA INGRESO GUARDERÍA Y BIBLIOTECA



VISTA PLAZA LÚDICA





BIBLIOGRAFÍA

Armengol, M. (2004). Los mercados de abastos: evolución y relación con la transformación de la oferta comercial en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo Insular de Gran Canaria.

Maximy, R., & Peyronnie, K. (2002). Quito Inesperado de la Memoria a la mirada crítica. Quito, Ecuador: Abya - Yala.

Barrera, A. (2012). Miradas sobre Quito, Los fotógrafos de la ciudad. Recuperado de https://issuu.com/covi3/docs/miradas_sobre_quito

Portatis, M., Carrera, B., Ryder, R., & Cazamajor, P. (1984). DOCUMENTOS DE INVESTIGACION (No 5 - 1984). Recuperado de http://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/carton01/24049.pdf

Cazamajor, P. (1988). La Red de Mercados y Ferias de Quito. En S. McKee, & A. Silvia, Nuevas Investigaciones Antropológicas Ecuatorianas (págs. 175-189). Abya-Yala.

Montúfar, M. C. (2005). Imagen Urbana, Espacio Público, Memoria e Identidad. Quito: Trama.

Valera, S. (2009). El Concepto de Identidad Social Urbana. Barcelona.

historia y en la ciudad contemporánea. Sevilla.

Mora, E. A. (2008). Resumen de la Historia del Ecuador. Quito: Corporación Editora Nacional.

Carmona. M. (2010). Public Spaces – Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design. Architectural Press. Oxford. England.

Moya, R. (1978). Mercados la Magdalena y la Carolina. Trama 10, 29-30.

Medina, X. (2009). El lugar por donde pasa la vida... Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires. En X. Medina, FOOD, IMAGINARIES AND CULTURAL FRONTIERS ESSAYS IN HONOUR OF HELEN MACBETH (págs. 183-201). Guadalajara: CUCSH-UdeG.

Raúl Castellanos Gómez, D. D. (2011). DEL MAT-BUILDING. Revista de investigación y arquitectura contemporánea, 54-62.

Gehl, J. (2006). La Humanización del Espacio Urbano. Barcelona: Reverté

Gehl, J. (2010). Ciudades para la Gente. Washington DC: IslandPress.

Net grafía:

INEC: <http://www.ecuador encifras.gob.ec/información-censal-cantonal/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Censo de Población y Vivienda 2010 en: <https://goo.gl/TJWC7m>.

Arch Daily. (25 de octubre de 2012). Obtenido de Arch Daily: <http://www.archdaily.com/286223/superkilen-topotek-1-big-architects-superflex>

Chin, A. (22 de octubre de 2012). DesignBoom. Obtenido de DesignBoom: <http://www.designboom.com/architecture/superkilen-urban-park-by-big-architects-topotek1-superflex/>

HASXX. (19 de mayo de 2014). Historia de la Arquitectura del Siglo XX. Obtenido de <http://hasxx.blogspot.com/2011/09/amsterdam-orfanato-aldo-van-eyck.html>

Machín, H. (29 de mayo de 2006). Obtenido de <https://dededodos.files.wordpress.com/2009/07/parques-de-juego-aldo-van-eyck2.pdf>

“Markthal Rotterdam / MVRDV” [Markthal Rotterdam / MVRDV] 09 oct 2014. Plataforma Arquitectura. Accedido el 16 Mar 2018. <<https://www.plataformaarquitectura.cl/734117/markthal-rotterdam-slash-mvrdv>> ISSN 0719-8914

Anexos:

Imagen pág. 49. tomada y modificada de:

https://www.google.com.ec/search?biw=1920&bih=925&tbn=isch&sa=1&ei=jxmzWve0BJC55gK957LAAw&q=mat+building&oq=MAT+&gs_l=psy-ab.3.0.0i67k1j0i3j0i67k1j0i5.40102.40582.0.41823.4.4.0.0.0.0.167.468.0j3.3.0....0...1c.1.64.psy-ab..1.3.467....0.c58YJgy-V1I#imgrc=o0narEOQ-v_BiM:

Imagen pág. 50. tomada y modificada de:

https://www.google.com.ec/search?biw=1920&bih=925&tbn=isch&sa=1&ei=1BmzWpuwJcSQ5gKgjQDoCA&q=la+humanizacion+del+espacio+urbano+jan+gehl&oq=LA+HUMANIZACIO&gs_l=psy-ab.3.1.0i2j0i30k1j0i24k1i7.23719.26375.0.28491.14.10.0.4.4.0.281.1256.0j5j2.7.0....0...1c.1.64.psy-ab..3.11.1279...0i67k1.0.0_2tNi41Uuo#imgrc=DATY4odzXE4O2M:

Imágenes:

Imágen 1: Yánez, S. (2018, 10 abril).

Imágen 2: Marrero, M. Luz. (2014, 27 julio). Ágora Ateniense [Ilustración]. Recuperado 14 junio, 2017, de <https://es.slideshare.net/luzhernandez180/la-civilizacion-griega-37396352>

Imágen 3: Bofill, M. (2015, 4 julio). Mercado en la Antigua Roma “ Macellum” [Ilustración]. Recuperado 14 julio, 2017, de <http://gladiatrixenlaarena.blogspot.com/2015/07/mercado-en-la-antigua-roma-macellum.html>

Imágen 4: John, H. (1906). Mercado Plaza San Francisco [Foto]. Recuperado 14 junio, 2017, de <http://www.fotografianacional.gob.ec/web/es/galeria/element/6108>

Imágen 5: Howe, A. (2012, 6 mayo). Plaza San Francisco 1903 [Foto]. Recuperado 15 noviembre, 2017, de <https://www.flickr.com/photos/andrewhowe/7185577099/>

Imágen 6: Luzuriaga, D. (1978, noviembre). Revista Trama 10. Quito, Ecuador.

Imágen 7: Luzuriaga, D. (1978, noviembre). Revista Trama 10. Quito, Ecuador.

Imágen 8: Yánez, S. (2017, 20 agosto).

Imágen 9: Yánez, S. (2017, 20 agosto).

Imágen 10: Yánez, S. (2017, 20 agosto).

Imágen 11: Yánez, S. (2017, 20 agosto).

Imágen 12: Plágaro, L. (2013, 30 octubre). Mat Building [Foto]. Recuperado 15 enero, 2018, de <https://es.slideshare.net/urilaura/mat-building-27727775>

Imágen 13: Ciudades para la gente [Foto]. (2014, 15 agosto). Recuperado 24 junio, 2017, de <https://www.casadellibro.com/libro-ciudades-para-la-gente/9789879393802/2267131>

Imágen 14: Nuñez, J. (2016, 9 junio). La humanización del espacio urbano [Foto]. Recuperado 18 junio, 2017, de <https://www.slideshare.net/jorgelima1793/la-humanizacion-del-espacio-urbano-jan-gehl>

Imágen 15: Baan, I. (2012, 25 octubre). Superkilen Urban Park [Foto]. Recuperado 16 mayo, 2017, de <http://www.archdaily.com/286223/superkilen-topotek-1-big-architects-superflex>

Imágen 16: Magnussen, M. (2012, 25 octubre). Superkilen Urban Park [Foto]. Recuperado 16 mayo, 2017, de <http://www.archdaily.com/286225/superkilen-topotek-1-big-architects-superflex>

Imágen 17: Baan, I. (2012, 25 octubre). Superkilen Urban Park [Foto]. Recuperado 16 mayo, 2017, de <https://www.archdaily.com/286223/superkilen-topotek-1-big-architects-superflex/5088cd8428ba0d7525000100-superkilen-topotek-1-big-architects-superflex-photo>

Imágen 18: Lindhe, J. (2012, 25 octubre). Superkilen Urban Park [Foto]. Recuperado 16 mayo, 2017, de <https://www.archdaily.com/286223/superkilen-topotek-1-big-architects-superflex/5088ce3528ba0d752a0000e0-superkilen-topotek-1-big-architects-superflex-photo>

Imágen 19: Guerrero, J. (2011, 4 septiembre). Orfanato de Ámsterdam [Foto]. Recuperado 20 noviembre, 2017, de <http://hasxx.blogspot.com/2011/09/amsterdam-orfanato-aldo-van-eyck.html>

Imágen 20: Scagliola, D. (2014, 9 octubre). Market Hall [Foto]. Recuperado 16 octubre, 2017, de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/734117/markthal-rotterdam-slash-mvrdv>