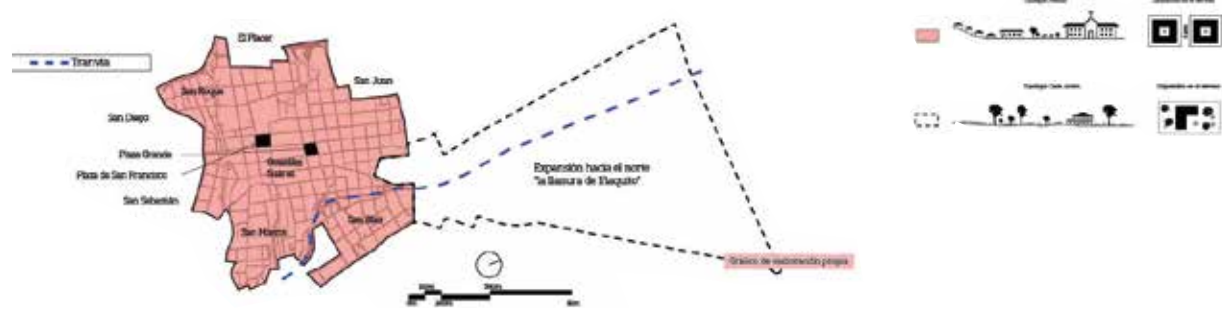


DISEÑO DEL NUEVO MERCADO ARTESANAL “LA MARISCAL”

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Inicios del siglo XX



El Centro Histórico se consolida como el centro núcleo financiero y comercial de la ciudad, provocando que sobrepase su capacidad habitacional. La incorporación del tranvía facilita la movilidad de personas y productos en sentido sur/norte, precisamente hacia donde la ciudad se expandiría. En sentido norte los terrenos de pastoreo, propiedad de las familias adineradas que poseían sus casas vacacionales, un lugar desprovisto de cualquier planificación. Eventualmente se lotizaban los terrenos por cuenta propia.

Primera consolidación. Expansión para el censo 1921



El Municipio y gobierno miran con ahínco la necesidad de dotar a la zona en expansión de servicios básicos y con motivos del Centenario de la Batalla de Pichincha. Se desarrolla una serie de obras para la modernización de la ciudad, como alcantarillado, agua potable, pavimentación alumbreado, cambiando definitivamente de uso agrícola a uso residencial.

Inicios de los años 30



Se urbanizan los terrenos antes desocupados y se definen los límites del barrio La Mariscal. Se parcelan todos los terrenos y se dotan de servicios públicos y se empiezan a conformar ciudadela con diferentes características arquitectónicas que fueron marcando y definiendo el uso en cada una de ellas.

De los años 30 a los 40. Los castillos y arquitectura contemporánea



En los años 30, Quito aun mantenía las características neoclásicas con ciertas excepciones, dadas por la migración de arquitectos e Ing. europeos, dándole forma a un nuevo movimiento moderno. Rubén Vínici, fiel a su estilo diseñó varios castillos de estilo neogótico o medieval, alguna fueron demolidas y otras rehabilitadas para cambiar de uso y convertirse en bares, restaurantes u hoteles.

Nuevos usos en 1955



Este año empieza un cambio de uso en el barrio, pues alguna casa fueron adaptadas para ser ocupadas por embajadas y organismos internacionales que fueron atraídas por el creciente prestigio del sector. Así mismo aparecen los primeros soda/bares, restaurantes de lujo y hoteles principalmente en la calle 18 de septiembre. El tranvía desaparece en este año y es reemplazado por buses y autos.

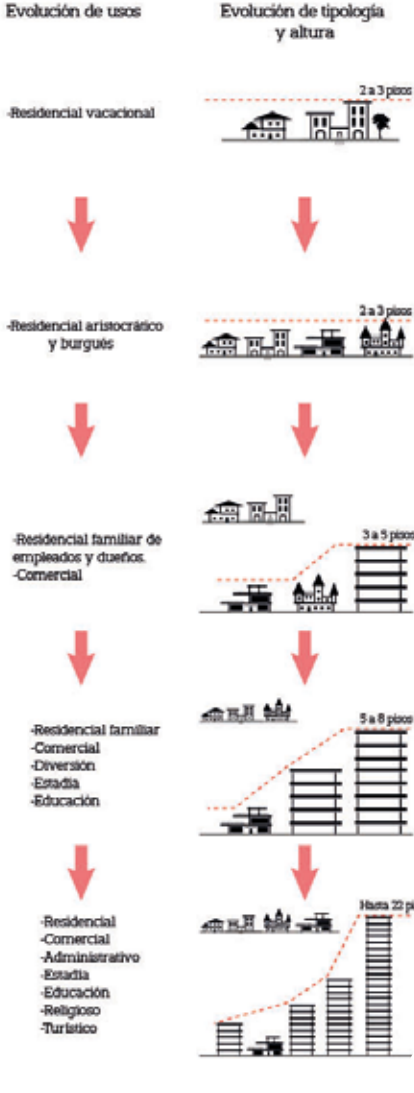
Nuevos usos de la década de los 70



El uso predominante para esta década es el residencial, seguido por las actividades múltiples de vivienda y oficinas, y sobre la Av. Amazonas y Patria se asientan los edificios de oficinas administrativas y privadas. Por otro lado, la zona central del barrio cambia su uso al de diversión y actividades nocturnas lo que ahora conocemos como la Foch.

CONDICIONES FAVORABLES DEL SECTOR

Nombre	Año y descripción
Por ciudadela	Inicios de los 30 Por ser parte de la primera ciudadela del barrio que fue creada albergando entonces las edificaciones más antiguas del barrio teniendo en cuenta que es la más próxima al centro por el parque El Ejido.
Por castillos y arquitectura contemporánea	De los 30 a los 40 Por ser el sector donde se encuentran mayor aglomeración (junto con el sector 4) de viviendas tipo castillo y viviendas contemporáneas relevantes de los años 30 en adelante, sumándose a la gran cantidad de viviendas tipo jarrito construidas durante la consolidación de inicios del siglo.
Por vías principales	1948 Por estar delimitado por las principales avenidas que conforman a todo el barrio: las mismas que le dan su forma: 1. Av. Amazonas 2. Av. 6 de diciembre 3. Av. Patria 4. Av. Veintimilla 5. Av. Colón
Por primer cambio de uso	Década de los 50 Por ser el sector que más abarca los primeros cambios de uso del barrio en 1955 con la implementación de los primeros hoteles de lujo hacia la Av. Patria y paralelamente la primera zona de bares y restaurantes de lujo sobre la 18 de septiembre.
Por segundo cambio de uso	Desde la década de los 70 Por ser el primer sector que acogió a la nueva área comercial exclusiva, financiera y de administración de la ciudad ubicada a lo largo de la Av. Amazonas. Con esto el barrio cambia totalmente su uso original residencial.



MEMORIA

La construcción de mercados populares es por lo general el producto del crecimiento urbano y demográfico de ciertos sectores de la ciudad o su necesidad de organización. Este crecimiento provoca la aparición de negocios informales ubicados en las aceras de barrios concurridos, que paulatinamente tienden a saturarse, dando como resultado la acción de los moradores o los municipios encargados de reubicar a estos vendedores hacia un lugar en común con la infraestructura necesaria para sus actividades.

Esta infraestructura necesaria, con servicios básicos y la construcción que los abraza debe, como premisa principal, mejorar la calidad de trabajo de estas personas y por consiguiente la del sector donde se ubique.

Sin embargo, con el paso del tiempo el espacio pasa de ser óptimo a atiborrarse de mercaderes buscando una plaza de trabajo y, como proceso natural, se vuelve insuficiente.

El Mercado Artesanal La Mariscal no se ha escapado de este proceso natural pasando por la inauguración del mismo, hasta pasar por el desafortunado incendio sucedido en el 50 % de sus instalaciones producto de sus limitadas adecuaciones, su posterior reconstrucción, hasta que finalmente, dejar de abastecer a la cantidad de vendedores y sus necesidades.

Se muestra el cambio significativo que la propuesta decide llevar a cabo, ya que el espacio público es deficiente y se propone una manzana casi en su totalidad con espacio público y planta libre. El espacio donde se desarrollan las actividades es significativamente más grande y cómodo. Lo edificado no supera la mitad de todo el terreno dando como prioridad a las ventas de artesanías. Por otro lado, el cambio en fachada es diametralmente diferente, pasando de un cerramiento continuo que no permite ver hacia adentro, a una fachada no definida, sino que permite que el recorrido dentro del proyecto sea fluido y el usuario pueda observar con total claridad todas las actividades y así participe de todas ellas. La propuesta se basa, por lo tanto, en una Mercado que actúa como tal y como equipamiento de espacio público para la ciudad y para el barrio de La Mariscal.

DELIMITACIÓN DE ESTUDIO



Se rescata las características evolutivas más importantes para el sector que posteriormente se estudia a fondo. Se toma en cuenta las tipologías existentes anteriormente en cada sector para compararlos con la actualidad para definir las influencias formales y de uso que estas edificaciones aportan tanto para el mercado y su entorno. Es importante destacar que La Mariscal es un barrio donde confluyen una gran variedad de actividades de diversa índole en toda su extensión, por lo tanto se prioriza tanto la calidad histórica, con la cantidad de elementos arquitectónicos que influyen en una zona en específico para definirla como primordial.

ANÁLISIS DEL ÁREA DE ESTUDIO

Vegetación



La gran mancha de área verde del parque El Ejido y la Casa de la Cultura, compensa la falta de área verde de las manzanas alrededor del mercado. Si bien en la mayoría de aceras se puede encontrar árboles de baja altura, estos no provee de una adecuada área verde de esparcimiento.

Espacios público generales



Predomina el área verde con espacio de descanso. Dentro del parque se encuentran varias actividades artísticas de carácter escénográfico y juegos tradicionales. En estas áreas predominan las edificaciones de gran altura acompañadas de flujo peatonal alto. En estas áreas casi sin presencia de edificación no se puede encontrar ventas ambulantes e informales junto con una gran afluencia peatonal.

Flujo vehicular



Se evidencian sobre las Avs. Principales donde las edificaciones de comercio o de oficinas aumentan en cantidad y altura. Existe gran cantidad de transporte público y autos particulares. Por lo general son las calles secundarias. Presentan un flujo de transporte público bajo, pero medio en vehículos particulares. En estas calles se evidencia la presencia de parqueaderos. Son las calles de tercer orden solo circulan vehículos particulares y las edificaciones son por lo general residenciales de mediana altura.

Flujo peatonal



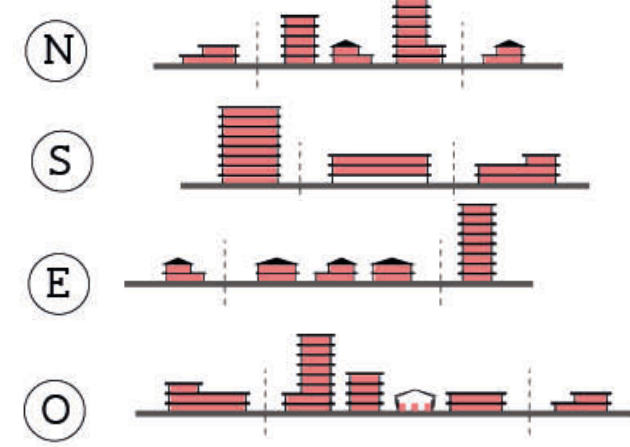
Este flujo está relacionado a la gran cantidad de oficinas y comercios en la Av. Patria y Amazonas, además estas dos avenidas presentan mucha carga cultural y turística. Se relaciona con la presencia de residencia y oficinas de mediana cantidad. La actividad diaria no es tan constante durante todo el día. Se relaciona con la gran presencia de edificaciones residenciales.

Parqueaderos



Alrededor del mercado existe una gran cantidad de parqueaderos públicos no municipales, su estado es insuficiente ya que son solo terrenos vacíos. La suma de m2 es bastante grande como para abarcar otro tipo de usos.

Entorno inmediato



PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES DEL CONTEXTO

Contexto	Problema	Oportunidad
Natural	- El parque El Ejido domina el espacio público natural de la zona tanto en vegetación como en tamaño. - Por otro lado, el área urbanizada cuenta con muy baja cantidad de vegetación en las aceras y un casi nulo espacio público. - Las únicas zonas con alta vegetación se encuentran en los jardines privados de casas que a su vez se están separados del espacio público.	- Muchos de los predios tienen grandes patios hacia sus frentes los cuales pueden ser rehabilitados para convertirse en espacio público que mejoren la imagen del barrio. - La zona posee varias potenciales bulevares que pueden aportar al mejoramiento vegetal.
Morfológico	- Si bien el barrio está consolidado en sentido horizontal con casi todos sus lotes ocupados, el cambio de uso constante ha provocado que el crecimiento en altura se esté basando en la capacidad inmobiliaria del sector privado que se deja ver de una forma arbitraria.	- Existen varios terrenos que pueden ser ocupados por nuevas infraestructuras ya sean culturales, turísticas y residenciales que continúen el desarrollo del barrio.
Funcional	- El barrio en su gran mayoría es una zona residencial (72) que permite comercio barrial o sectorial, sin embargo, esto no necesariamente se respeta promoviendo la diversificación de usos que causan a su vez desorden y el asentamiento de negocios informales. - La gran variedad de usos causa que muchas de las actividades choquen entre ellas.	- El turismo se ve beneficiado por esta variedad de usos que pueden dar mucha dinámica al barrio y promover el desarrollo inmobiliario y económico. - La normativa municipal de crecimiento en altura puede ser una solución para utilizar los espacios de edificaciones y dejar paso a la posible intervención de estos espacios sobrantes tanto para actividades turísticas y culturales como residenciales o comerciales.
Circulación	- Por ser un barrio central de la ciudad, muchas líneas de buses circulan diariamente causando mucho ruido y contaminación. - Por ser una zona comercial el uso del automóvil privado sobrepasa la circulación peatonal en gran parte promoviendo por el espacio público en veredas o espacios públicos. - Varios terrenos son ocupados de forma informal para estacionamiento público causando mala imagen en el barrio.	- Por ser un sector turístico, la intervención de las aceras y espacios públicos deben ser prioridad. - La normativa municipal de crecimiento en altura puede ser una solución para utilizar los espacios de edificaciones y dejar paso a la posible intervención de estos espacios sobrantes tanto para actividades turísticas y culturales como residenciales o comerciales.
Social	- La ocupación informal de mercaderes o vendedores ambulantes de bajos recursos económicos que se posicionan sobre las aceras buscando una oportunidad de trabajo en lugares comerciales, causan un sentido de inseguridad en la zona.	- Las ventas ambulantes por lo general son consumidas por la gente que trabaja diariamente en el sector, pero podrían reorganizarse en espacios definidos para estas actividades dentro de la infraestructura necesaria para su desarrollo comercial y de vida.
Simbólico	- La característica histórica arquitectónica y cultural del barrio va perdiendo espacio por la presión inmobiliaria que compran edificaciones antiguas que las demoran para construir en altura.	- Existen varias edificaciones históricas que pueden ser rehabilitadas para darle un uso cultural o de actividades turísticas de lujo como bares, restaurantes, hoteles o centros culturales que atraigan diversas imágenes a los turistas que visitan el barrio.

POSIBLES INTERVENCIONES

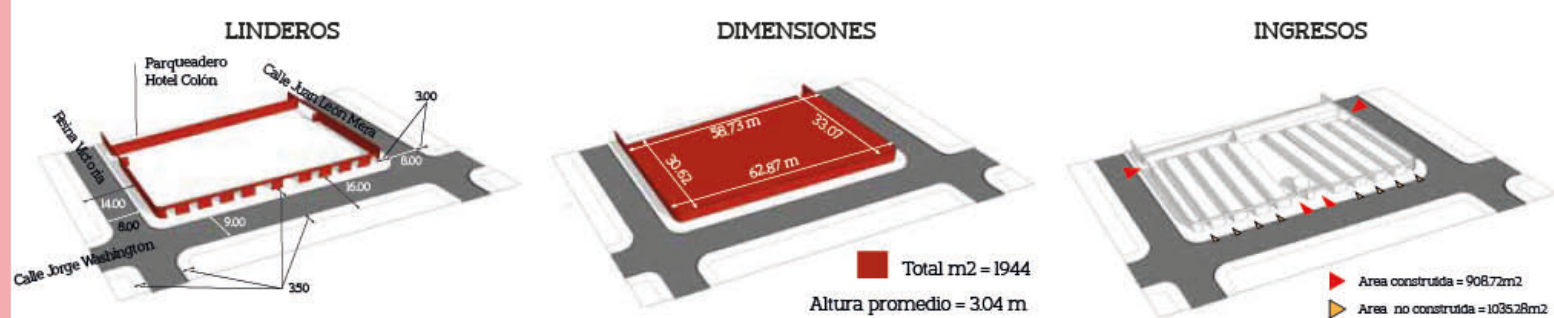
Nombre	Mapa	Descripción
1. Intervención Urbana Arquitectónica sobre las calles Juan León Mera y Reina Victoria.		Prolongación del espacio público en forma de boulevard sobre las calles Reina Victoria y Juan León Mera conectando el barrio con el parque El Ejido que a su vez encierra los arquitectónicos en altura hacia la Av. Patria y espacios culturales como el Mercado Artesanal y varias casas y castillos patrimoniales. La planificación en conjunto con un nuevo parque barrial ubicado detrás del Mercado Artesanal sobre el estacionamiento del hotel Hilton Colón.
2. Nuevo Edificio de parqueaderos para el barrio La Mariscal.		Todos los parqueaderos dispersos en la zona se los optimiza en un solo edificio de parqueaderos en altura dejando estos terrenos para convertirlos en espacios públicos de paso o de descanso que mejore la infraestructura peatonal en beneficio de los visitantes locales o turistas extranjeros. Esta intervención mejorará la imagen del barrio y rescatará la condición histórica de casa jardín del barrio.
3. Nueva infraestructura Comercial Artesanal para el barrio La Mariscal.		El mejoramiento físico funcional del Mercado Artesanal actual resulta necesario para potenciar la venta comercial de sus mercaderes hacia los turistas resaltando la naturaleza cultural de sus productos. Paralelamente a esta intervención, el uso del terreno de parqueaderos del hotel Hilton Colón para una nueva infraestructura en altura serviría para que el Mercado Artesanal obtenga una nueva jerarquía barrial convirtiéndose en un nodo sectorial.

DISEÑO DEL NUEVO MERCADO ARTESANAL “LA MARISCAL”

ANÁLISIS DEL OBJETO ARQUITECTONICO

ANÁLISIS FUNCIONAL Y FORMA DE OBJETO

Disposición del terreno

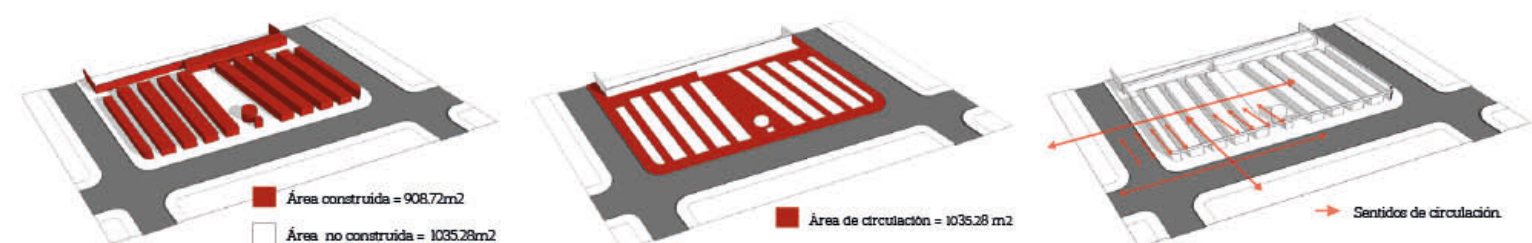


El Mercado Artesanal ocupa la mitad de la manzana comprendido entre las calles Reina Victoria, Juan León Mera y Jorge Washington; y en la fachada posterior con el parqueadero del Hotel Hilton Colon.

El terreno es muy irregular y los locales comerciales se acoplan a la forma del terreno. Las alturas son muy similares en todas sus construcciones.

La cantidad de puertas de ingreso, sean principales o secundarias, no responden a ninguna planificación arquitectónica aparente. Estos se distribuyen en todo el perímetro del mercado, provocando que el recorrido no sea fluido en su interior.

IMÁGENES DE LOS INGRESOS

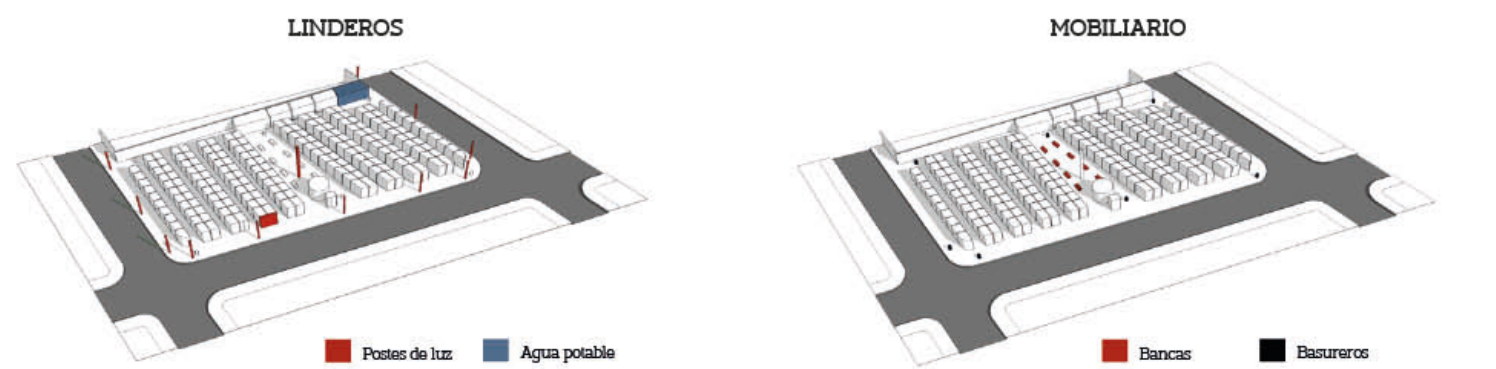


El área no construida predomina por sobre la construida en 126.56 m² incluido veredas en los 3 frentes y la plaza central.

Locales comerciales paralelamente distribuidos dentro del espacio solo en dirección norte sur, no permiten una circulación fluida, por el contrario, cada pasaje está directamente conectado con la acera de la manzana la cual no forma parte del mercado artesanal y que también funcionan como ingresos secundarios. A consecuencia de esto ningún ingreso se consolida como principal tomando en cuenta que existen 3 de ellos.



Componentes físicos

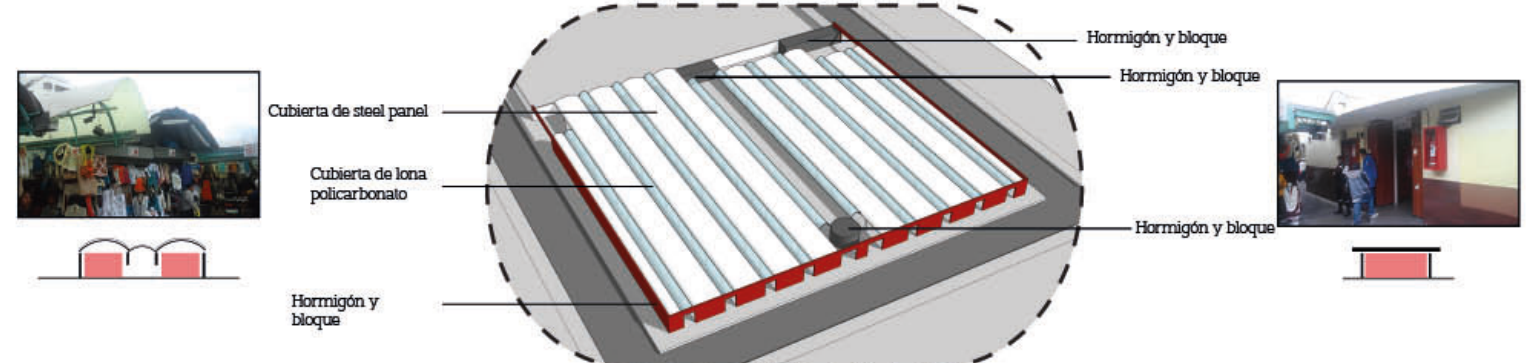


En la plaza central existe un poste de iluminación de 9m de altura doble y en la periferia son de 5m sencillos

El mobiliario dentro del mercado artesanal se resume en 8 bancas de hormigón ubicadas en la plaza central y unos pocos basureros tanto dentro del mercado como en las veredas.



CUBIERTA



Funcionalmente se distingue claramente sus componentes. Esto es algo beneficioso siempre y cuando el espacio contenido sea el adecuado. Como en este caso, el espacio no es el adecuado, los componentes físicos no son los adecuados, por ejemplo, la cubierta transluce sobre las circulaciones es igual de corta que su cubierta y da paso a un mal acondicionamiento térmico. Esta relación se repite en todas las demás funciones.

Componentes funcionales

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO



Todos los espacios dentro del Mercado están regados como "parches" sin guardar relación el uno con el otro. Esto fue a consecuencia de los cambios que sucedieron con los años.

TIPOS DE LOCALES



El producto que más se comercializa dentro del mercado. Los puestos se caracterizan por ocupar mucho espacio sin dejar casi nada de circulación.

Principalmente se ubican en las esquinas y venden desde caramelos hasta chocolates artesanales. Los productos se los ubica en vitrinas de vidrio.

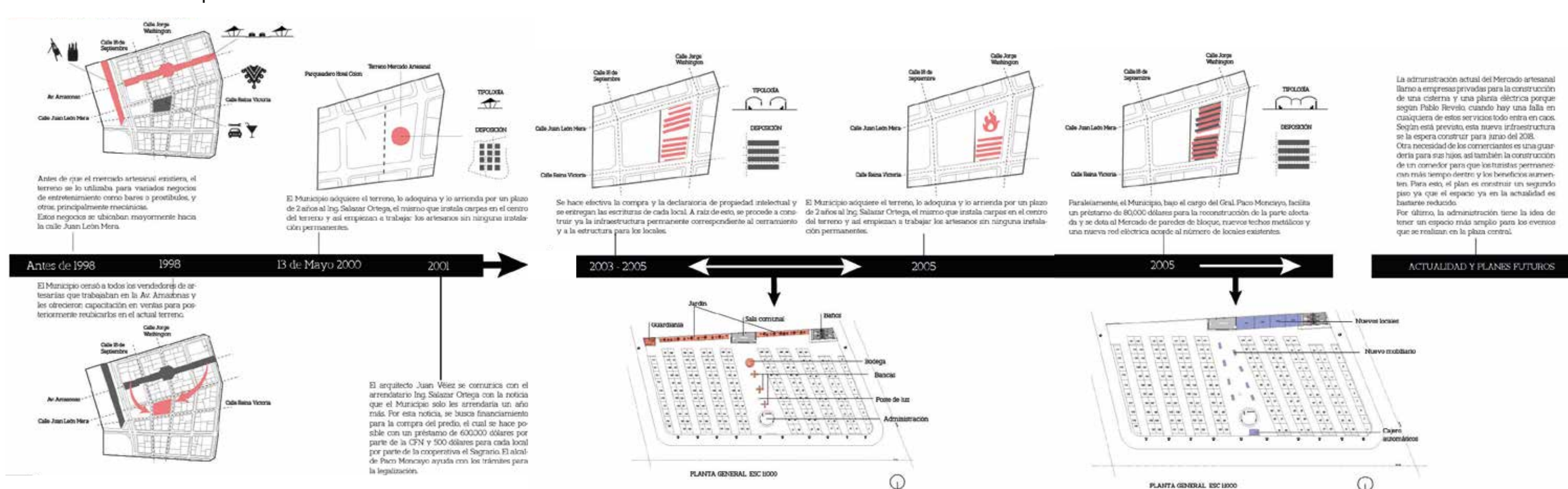
Son los locales menos atiborrados de productos que solo se comercializa un producto: el sombrero de paja toquilla muy popular entre los turistas.

Sus productos son fabricados en Cotacachi, al norte de Quito. Utilizan el cuero como principal materia prima. Se encuentran desde llaveros hasta bisutería.

Es el tipo de local que permite caminar dentro del mismo y elegir tu producto. Se puede encontrar desde pinturas hasta bisutería en general.

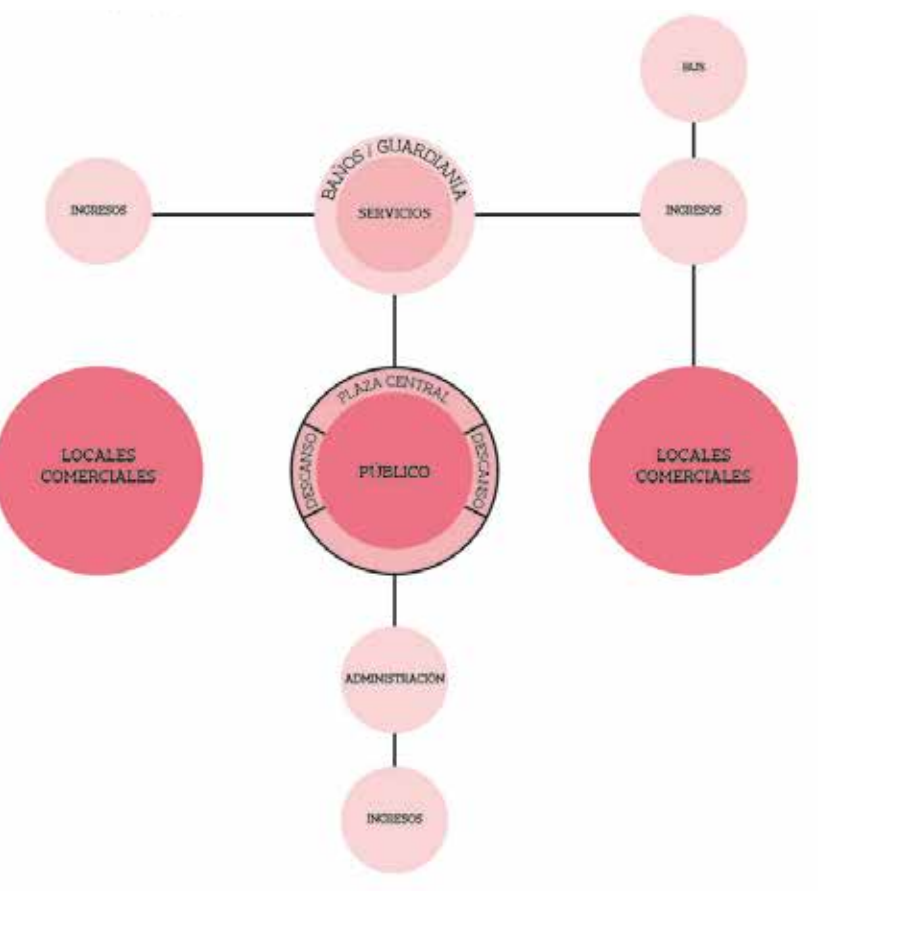
El segundo en cuanto a cantidad de locales y sus productos son principalmente de carácter ornamental. El vendedor suele estar fabricando el producto en el sitio.

Línea del tiempo

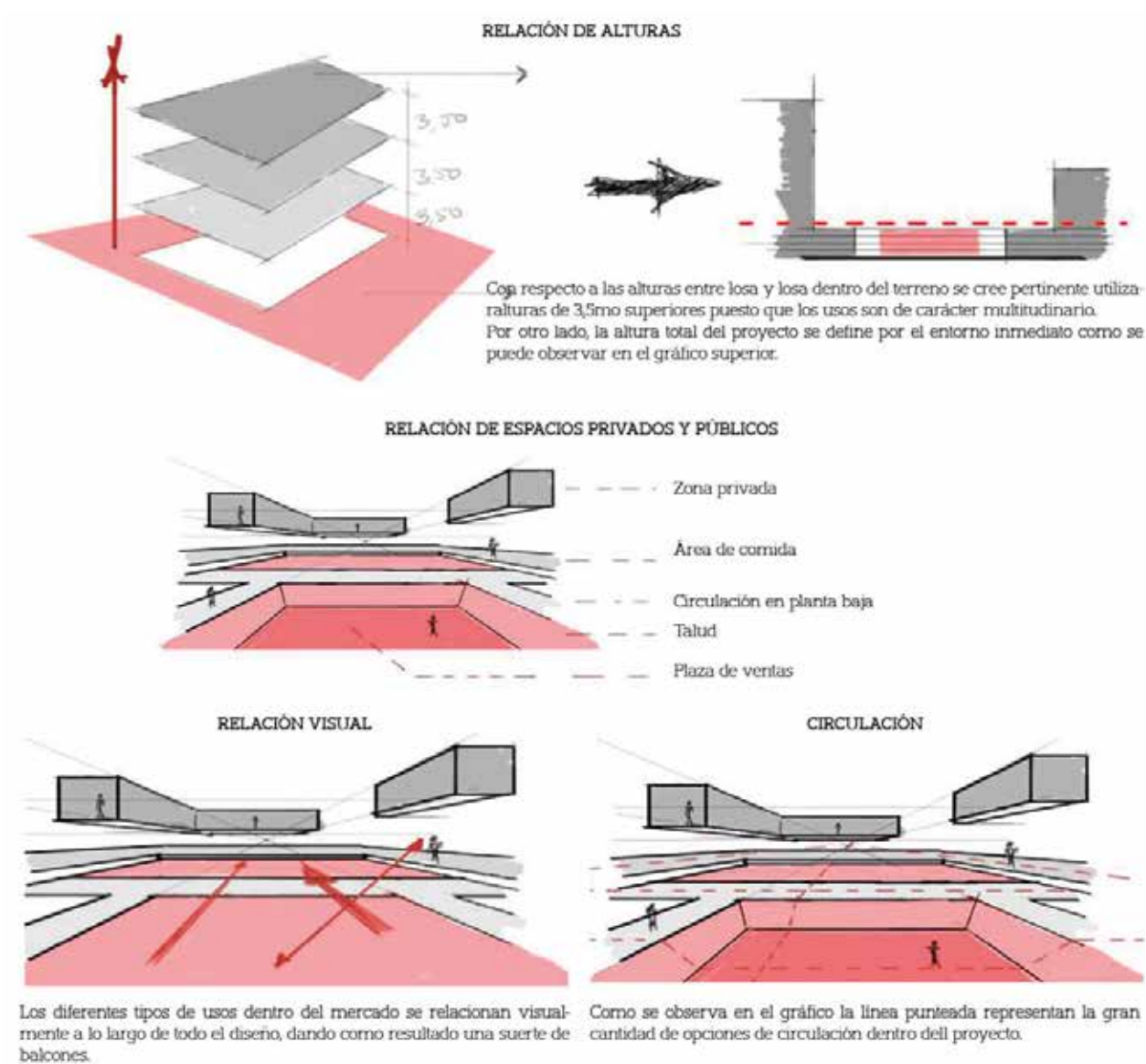


Análisis del programa arquitectónico

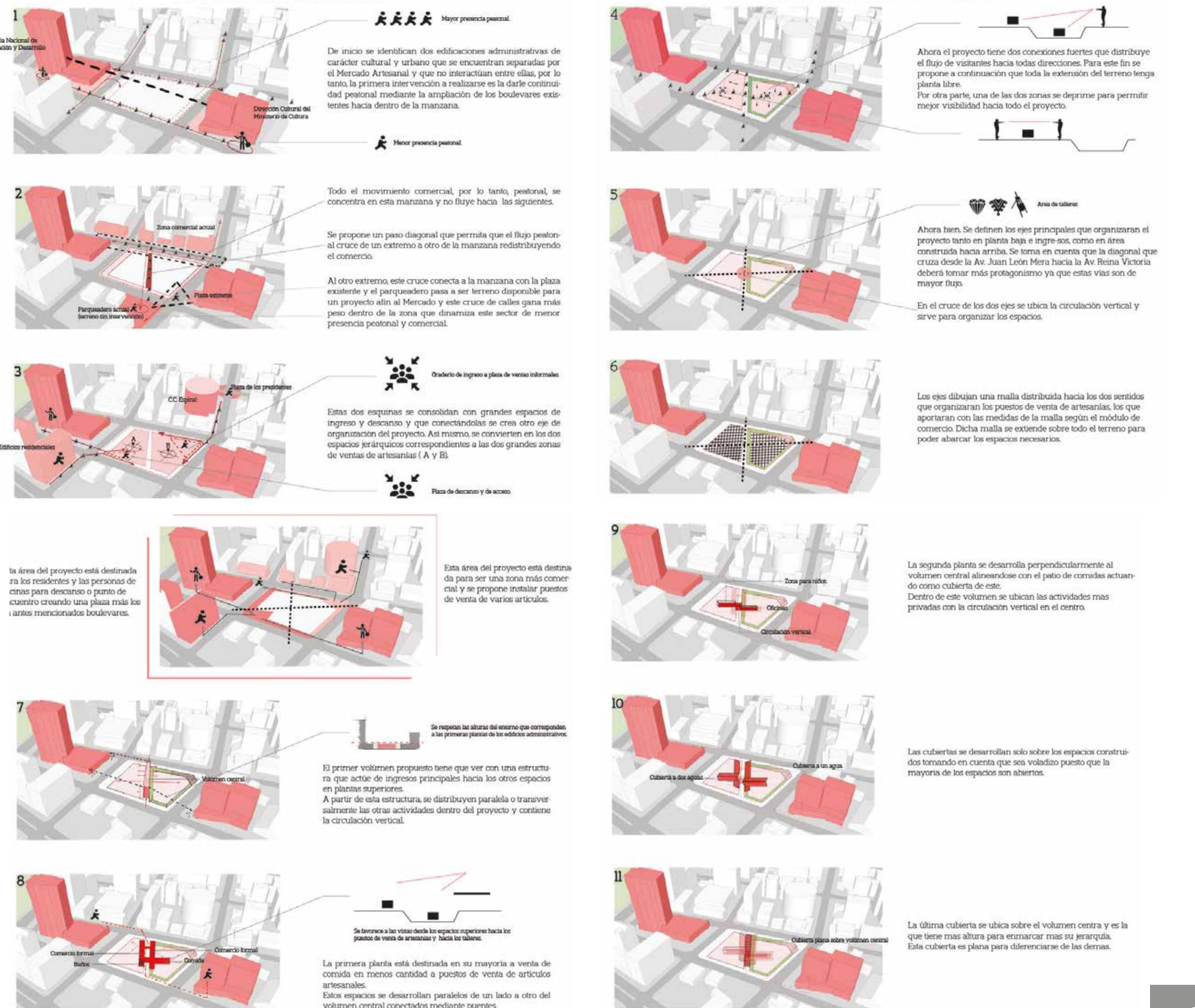
Los locales comerciales se desarrollan alrededor de la plaza central, sin embargo, este espacio no organiza el conjunto en su totalidad. A partir de esto todos los espacios restantes ocupan lugares definidos aleatoriamente.



ESTRATEGIAS



INTENCIONES EN PLAN MASA



PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES DEL OBJETO

Contexto	Problema	Oportunidad
Demográfico	- Todas las personas que visitan el Mercado Artesanal solo cuentan con la posibilidad de visitar los locales comerciales por unos momentos ya que no existe ningún espacio de descanso o de estancia a medio o largo plazo. Esto aplica tanto a turistas locales como internacionales.	- Implementación dentro del programa arquitectónico de espacios de estancia a mediano plazo como espacios públicos, áreas verdes, restaurantes o cafeterías.
Disposición en el terreno	- Uno de los más graves y notorios problemas del mercado es la falta de espacio de circulación a relación del espacio para el comercio que dificultan las visitas.	- La relación de espacio entre la circulación muy estrecha y el área de ventas del doble es desfavorable para los clientes que circulan dentro del mercado. La cantidad de personas dobla o triplica en cantidad a los vendedores. Lo óptimo para el proyecto sería una relación 2 al a favor de la circulación.
Entorno natural	- La falta de vegetación dentro del mercado es muy notoria. - Fuera del predio solo existen contados árboles que convierten a las aceras en un lugar poco amigable para el peatón. - El mercado está desprovisto de cualquier planificación con respecto al aseoamiento y a la ventilación que provoca que los espacios se calienten y acrecientan la falta de circulación.	- Con la implementación de espacios verdes públicos los visitantes podrán tener en el mercado lugares de esparcimiento y descanso. - La gran mayoría de familias que trabajan en el mercado llevan a sus hijos mientras trabajan y no tienen espacios de juego y se vuelve peligroso, por lo tanto este tema se vuelve primordial para la planificación del proyecto.
Componentes físicos	- Ya se había mencionado anteriormente la falta de infraestructura necesaria dentro del mercado tanto para los comerciantes como para los visitantes. En muchos de los casos, las adecuaciones son precarias en las edificaciones de servicios y en los locales.	- Se torna esencial dotar de una nueva infraestructura a todo el Mercado Artesanal sin mantener ninguna infraestructura existente.
Componentes funcionales	- Todos los locales comerciales son de similar tamaño sin importar los productos que se comercializan, así que cada uno de los dueños han adecuado empíricamente todo su producto. - Los servicios como la administración o los baños son construcciones que se acoplan al espacio disponible y no como resultado de un adecuado diseño.	- El análisis del programa arquitectónico nos da una idea del espacio necesario de cada local comercial y de cómo disponer cada tipo de venta.

CONCEPTUALIZACIÓN

