



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

MERCADO TURÍSTICO, BARRIO LARREA

AUTOR

Daniel Alexander Paucar Espinoza

AÑO

2018



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

MERCADO TURÍSTICO, BARRIO LARREA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Arquitecto

Profesor Guía
Mda. José Antonio Serrano Ordóñez

Autor
Daniel Alexander Paucar Espinoza

Año
2018

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Mercado Turístico, Barrio Larrea, a través de reuniones periódicas con el estudiante Daniel Alexander Paucar Espinoza, en el semestre 2018 - 2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación “

José Antonio Serrano Ordóñez
Máster en Diseño Arquitectónico
CI: 1709845265

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, Mercado Turístico, Barrio Larrea, del estudiante, Daniel Alexander Paucar Espinoza, en el semestre 2018 -2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Julio César Oleas Rueda
Máster en Diseño Arquitectónico
CI: 1714163100

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Daniel Alexander Paucar Espinoza

CI: 1716284292

AGRADECIMIENTOS

A mis padres que confiaron enteramente en mi, que sin importar el esfuerzo ni la situación se han sacrificado por dejarme cumplir cada anhelo de mi corazón. A mi hermano por el apoyo incondicional ser parte importante de este logro.

A Renata y Doménika, a los grandes amigos que me ha dejado esta carrera, y a mis profesores que me formaron desde el primer día.

Finalmente un reconocimiento especial a mi tutor Arq. José Antonio Serrano por la ayuda y la enseñanza en el desarrollo de este trabajo permitiéndome cumplir mi anhelo de ser arquitecto.

DEDICATORIA

Como dedicaron su vida, su esfuerzo y su amor hacia mi, quiero dedicarles lo que juntos logramos, por haber confiado en mi siempre desde el primer día que quise estudiar esta carrera y sin importar las adversidades jamás se rindieron para que nunca me falte nada, y sobretodo por ser parte de mis caídas y logros

A mis padres , con amor.

RESUMEN

Desde hace varias décadas la ciudad de Quito experimenta un vertiginoso crecimiento urbano, la superficie de la mancha urbana de la ciudad de Quito ha ido expandiéndose hacia la periferia y los valles, dejando zonas de actividades dominantes y centralidades, de este crecimiento urbano ha resultado una ciudad difusa, dispersa y segregada, sin los recursos necesarios; espacio público y equipamientos, para dinamizar la ciudad y su interacción con el peatón. .

Históricamente la Avenida 10 de Agosto ha sido de gran importancia dentro de la trama urbana de la ciudad, misma, que desde el siglo XIX se define como un eje de crecimiento y desarrollo en el territorio, es por esto que de acuerdo al Plan de Ordenamiento Urbano realizado por los estudiantes del taller ARO-960 de noveno semestre, se ha desarrollado una Intervención Urbana dentro de toda su estructura. De manera que se analizan todos sus componentes para una rehabilitación de todos sus sistemas e implementación de nuevas centralidades dentro del territorio.

El proyecto de titulación se encuentra ubicado en el 'Ciudadela Larrea' en Santa Prisca, rodeado de un inminente contexto, lleno de figuras formas y símbolos que definen edificaciones y actividades, la necesidad de implementar un mercado en este emplazamiento nace con la intención de acoger y potenciar dichas actividades, además de dotar de un espacio de interacción social al sector, siendo el comercio la vía que conduzca a la apropiación del espacio.

Este mercado busca ser reconocido como un espacio con valor turístico en la ciudad, ser referencia de intervención para los mercados de la ciudad a manera de modelo para la perpetuación de los mismos dentro del territorio.

ABSTRACT

For several decades Quito has experienced a vertiginous urban growth, the surface of the urban sprawl of the city of Quito has been expanding towards the periphery and the valleys, leaving zones of dominant activities and centralities, this urban growth has resulted in a diffuse, dispersed and segregated city, without the necessary resources; public space and equipment, to energize the city and its interaction with the pedestrian.

Historically, '10 de Agosto' avenue has been of great importance within the urban fabric of the city, which, since the 19th century, has been defined as an axis of growth and development in the territory. According to the Plan de Ordenamiento Urbano carried out by the students of the ARO-960 workshop of the ninth semester, an Urban Intervention has been developed within its entire structure. In this way, all its components are analyzed for the rehabilitation of all its systems and the implementation of new centralities within the territory.

The main project is located in the neighborhood 'Ciudadela Larrea' in Santa Prisca, surrounded by an imminent context, full of figures shapes and symbols that define buildings and activities, the need to implement a market in this site was born with the intention of hosting and enhancing these activities, in addition to providing a space for social interaction to the sector, with commerce being the path that leads to the appropriation of space.

This market seeks to be recognized as a space with tourist value in the city, to be an intervention reference for the markets of the city to model wood for the perpetuation of them within the territory.

ÍNDICE

1. CAPÍTULO I: ANTECEDENTES E INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.1.1. Significación y el rol del área de estudio.....	2
1.1.2. Situación actual del área de estudio.....	2
1.1.3. Prospectiva del área de estudio (año 2040).....	3
1.1.4. Síntesis de la propuesta urbana.....	3
1.2. Planteamiento y Justificación del Tema del Trabajo de Titulación.....	4
1.3. Objetivos generales.....	5
1.4. Objetivos específicos.....	5
1.5. Metodología.....	5
1.6. Campo de estudio.....	6
1.7. Cronograma de actividades.....	7
2. CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO.....	8
2.1. Fase de Investigación.....	8
2.1.1. Introducción al capítulo.....	8
2.1.2. Investigación teórica.....	9
2.1.2.1. Teorías y conceptos.....	9
2.1.2.2. Antecedentes históricos.....	9
2.1.2.3. La plaza de mercado, el origen del espacio.....	10
2.1.2.4. Cronología del mercado.....	10
2.1.2.5. Línea del tiempo.....	13
2.1.2.6. Mercados en Latinoamérica.....	14
2.1.2.7. Mercados en Ecuador y Quito.....	14

2.1.2.8.	Clasificación de mercados	15
2.1.2.9.	Mercado como espacio turístico.....	15
2.1.3.	Proyectos referentes.....	16
2.1.3.1.	Análisis de referentes.....	16
2.1.4.	Planificación propuesta y planificación vigente.....	19
2.1.5.	Red de abastecimiento de productos	19
2.1.6.	Red de comercialización de productos.....	20
2.1.7.	El espacio objeto de estudio	20
2.1.7.1.	La ciudad y el entorno.....	20
2.1.7.2.	El Sitio.....	21
2.1.8.	Análisis del Entorno	23
2.1.9.	Análisis del Sitio.....	25
2.1.10.	El usuario del espacio.....	30
2.2.	Fase de Diagnóstico	31
2.2.1.	Diagnóstico y Conclusiones.....	31
2.2.1.1.	Interpretación teórica	31
2.2.1.2.	Interpretación sobre el sitio y el entorno	31
2.2.1.3.	Interpretación de necesidades del usuario y del espacio.....	31
2.2.1.4.	Conclusiones.....	31
3.	CAPÍTULO III: FASE CONCEPTUAL	32
3.1.	Introducción al capítulo	32
3.2.	Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio – Parámetros Urbanos.....	33
3.3.	Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio – Parámetros Arquitectónicos.....	34
3.4.	Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio - Parámetros de Asesorías.....	35
3.5.	Definición del programa arquitectónico y el concepto	36

3.6. Descripción del programa arquitectónico.....	36
3.7. Programa arquitectónico y relaciones espaciales	37
3.8. Descripción de la zonificación	38
3.9. Conclusiones fase conceptual.....	38
4. CAPÍTULO IV: FASE PROPOSITIVA.....	39
4.1. Introducción al capítulo	39
4.2. Alternativas de Plan masa.....	40
4.3. Parámetros y estrategias por considerar para la elección de plan masa	40
4.4. Desarrollo del Plan masa.....	42
4.5. Zonificación.....	42
5. CONCLUSIONES.....	43
REFERENCIAS	44
ANEXOS	45

ÍNDICE DE PLANOS

01. Plan Masa	ARQ - 01
02. Implantación general ambientada	ARQ - 02
03. Implantación general	ARQ - 03
04. Planta subsuelo Niv -3.60	ARQ - 04
05. Planta baja Niv +0.00	ARQ - 05
06. Planta 1 Niv + 4.20	ARQ - 06
07. Planta 2 Niv + 7.80	ARQ - 07
08. Planta 3 Niv + 11.40	ARQ - 08
09. Fachada Frontal Bloque 1	ARQ - 09
10. Fachada Lateral Izquierda Bloque 1	ARQ - 10
11. Fachada Posterior Bloque 1	ARQ - 11
12. Fachada Frontal Bloque 2	ARQ - 12
13. Corte A - A'.....	ARQ - 13
14. Corte B - B'.....	ARQ - 14
15. Corte C - C'.....	ARQ - 15
16. Corte D - D'.....	ARQ - 16
17. Corte Fachada.....	ARQ - 17
18. Detalle Constructivo 1	ARQ - 18
19. Detalle Constructivo 2	ARQ - 19
20. Detalle Constructivo 3	ARQ - 20
21. Detalle Puesto Estándar 1.....	ARQ - 21
22. Detalle Puesto Estándar 2.....	ARQ - 22
23. Perspectiva Exterior 1	ARQ - 23
24. Perspectiva Exterior 2	ARQ - 24
25. Perspectiva Interior 1	ARQ - 25
26. Perspectiva Interior 2	ARQ - 26
27. Asesoría de Estructuras - Planta de cimentación Niv - 5.00	ARQ - 27
28. Asesoría de Construcciones - Suelo	ARQ - 28
29. Asesoría de Construcciones - Normativa	ARQ - 29
30. Asesoría de Construcciones - Provisión de agua 1.....	ARQ - 30
31. Asesoría de Construcciones - Provisión de agua 2.....	ARQ - 31
32. Asesoría de Construcciones - Desalojo de agua 1	ARQ - 32

34. Asesoría Medio Ambiental - Fase I - 1.....	ARQ - 34
35. Asesoría Medio Ambiental - Fase I - 2	ARQ - 35
36. Asesoría Medio Ambiental - Fase I - 3.....	ARQ - 36
37. Asesoría Medio Ambiental - Fase II - 1.....	ARQ - 37
38. Asesoría Medio Ambiental - Fase II - 2.....	ARQ - 38
39. Asesoría Medio Ambiental - Fase II - 3.....	ARQ - 39
40. Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 1.....	ARQ - 40
41. Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 2.....	ARQ - 41
42. Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 3.....	ARQ - 42
43. Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 4.....	ARQ - 43
44. Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 5.....	ARQ - 44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Síntesis del Capítulo I	1
Figura 2. Mapa ubicación de la zona de estudio	2
Figura 3. Visión del área de estudios	3
Figura 4. Problemática del area de estudios	3
Figura 5. Estrategias del área de estudios	3
Figura 6. Mercados de la ciudad de Quito.....	4
Figura 7. Justificación y pertinencia.	4
Figura 8. Turismo de Quito en cifras	4
Figura 9. Lugares más visitados de Quito	5
Figura 10. Síntesis del Capítulo II	8
Figura 11 . Mercado San Miguel en Madrid	9
Figura 12 . Agricultura primitiva.....	9
Figura 13. Ágora griega.....	10
Figura 14. Foro Romano	11
Figura 15. Bazar Khan el – Khailili	11
Figura 16. Plaza del mercado de Pirna	11
Figura 17. Mercado Les Hales en París.....	12
Figura 18. Crystal Palace	12
Figura 19. Mercados contemporáneos.....	12
Figura 20. La Platea – El centro gastronómico más grande de Europa	12
Figura 21. Línea de Tiempo	13
Figura 22. Línea de tiempo de los mercados de Quito.....	14
Figura 23. Principales regiones abastecedoras de Quito.	19
Figura 24. Escenarios de comercio de productos en Quito.....	20
Figura 25. Plano de Crecimiento Urbano de Quito (1948-1904)	20
Figura 26. Plano de Crecimiento de Quito (1904-1960)	21
Figura 27. Plano de Quito 1748	21
Figura 28. Plano de Quito 1748	21
Figura 29. Plano de Quito 1875	22
Figura 30. Plano de Quito 1883	22

Figura 31. Imagen aérea del “Parque La Alameda”	22
Figura 32. Imagen Estado actual.....	22
Figura 33. Equipamientos - hitos.....	23
Figura 34. Concentración humana	23
Figura 35. Densidad poblacional.....	23
Figura 36. Flujo Peatonal	24
Figura 37. Flujo peatonal en bicicleta.....	24
Figura 38. Flujo Vehicular	24
Figura 39. Topografía.....	25
Figura 40. Asoleamiento - Septiembre	25
Figura 41. Asoleamiento - Marzo	25
Figura 42. Radiación – Marzo, junio.....	26
Figura 43. Radiación – Septiembre, diciembre	26
Figura 44. Acústica.....	26
Figura 45. Vientos	27
Figura 46. Velocidad del viento	27
Figura 47. Frecuencia del viento	27
Figura 48. Alturas	28
Figura 49. Uso de suelo	28
Figura 50. Forma de Ocupación.....	28
Figura 51. Vialidad	29
Figura 52. Accesibilidad	29
Figura 53. Valor histórico	29
Figura 54 Tipos de usuario.....	30
Figura 55. Síntesis del Capítulo III	32
Figura 56. Vacío Urbano – Parámetro Conceptual.....	33
Figura 57. Vacío Levitación – Parámetro Conceptual.	33
Figura 58. Relación Contextual – Parámetro Conceptual.	33
Figura 59. Medianeras – Parámetro Conceptual.....	34
Figura 60. Conjunción Volumétrica– Parámetro Conceptual.....	34
Figura 61. Complejidad Programática – Parámetro Conceptual.	34
Figura 62. Reflectancia – Parámetro Conceptual.....	35

Figura 63. Atrio – Parámetro Conceptual.....	35
Figura 64. Preexistencia – Parámetro Conceptual.....	35
Figura 65. Justificación y cuantificación de puntos de venta.....	36
Figura 66. Conjuntos programáticos - Zonificación.....	38
Figura 67. Conceptualización.....	38
Figura 68. Síntesis del Capítulo IV.....	39
Figura 69. Diagrama Plan masa 1.....	40
Figura 70. Diagrama Plan masa 2.....	40
Figura 71. Desarrollo del Plan masa.....	42
Figura 72. Zonificación.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Campo de estudio	6
Tabla 2 . Cronograma de actividades.....	7
Tabla 3. Principales hechos económicos del país.....	15
Tabla 4. Análisis del Mercado Santa Caterina	16
Tabla 5. Análisis del Marthkal de Rotterdam.....	17
Tabla 6. Análisis del Mercado Temporal Barceló	18
Tabla 7. Programa arquitectónico y relaciones espaciales	37
Tabla 8. Ponderaciones alternativas de plan masa.....	41

1. CAPÍTULO I: ANTECEDENTES E INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

En este capítulo se abordará el tema de antecedentes, siendo estos una síntesis del estado actual de la zona de estudio y del Plan de Ordenamiento Urbano; cuyo desarrollo ha sido concebido como un espacio de aprendizaje teórico-práctico del diseño, objeto de estudio en el contexto del proyecto de ciudad.

Se ha desarrollado la investigación de la forma urbana de uno de los ejes urbanos o corredores de centralidad más importantes del norte de la ciudad de Quito, el que opera en los barrios ubicados hacia la Avenida 10 de Agosto, al este y al oeste, desde el extremo norte del parque La Alameda, localizado al final del Centro Histórico de la Ciudad, hasta el inicio sur del parque Bicentenario que ocupa los terrenos del antiguo Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

Descrita la propuesta urbana y la prospectiva a futuro de la ciudad, se procederá a justificar el tema de titulación en base a la demografía y el turismo, para definir objetivos que precisen las intenciones de la propuesta en base a temas sociales, económicos, culturales, ambientales, que influirán directamente en la vocación del mercado y en el proceso de diseño. Además, es preciso el planteamiento de un proceso metodológico para el desarrollo del espacio, la planificación de un cronograma del mismo y el reconocimiento del campo de estudio aplicado a los mercados en el país, de manera que esta intervención pueda plantearse como modelo para la rehabilitación de los mercados en la ciudad y poder conservar su existencia en el territorio.

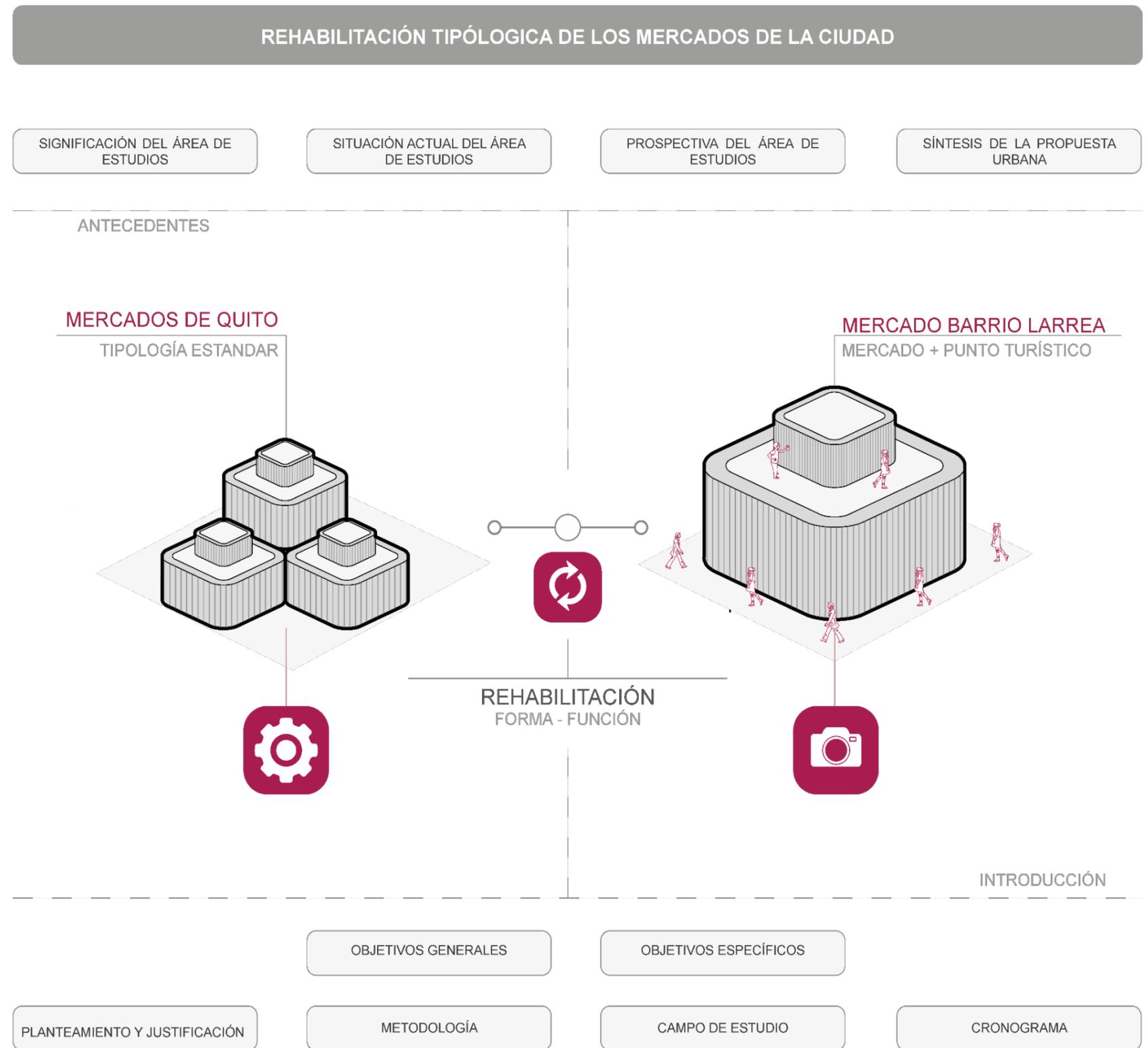


Figura 1. Síntesis del Capítulo I

1.1.1. Significación y el rol del área de estudio

El desarrollo de esta investigación ha permitido que el Taller de Proyectos (AR0960) desarrolle una aproximación a las expresiones y a los elementos de la centralidad urbana desde las dinámicas que resultan del profundo estudio de la morfología urbana y las características perceptuales de una pieza, que si bien es cierto ha sido afectada por los

desequilibrios espaciales que derivan de los intensos procesos de movilidad poblacional interna y externa que experimentan las ciudades latinoamericanas.

En general, este ejercicio académico pretende explicar los cambios morfológicos experimentados por la ciudad en el tiempo y tiene fines prospectivos y propositivos, en tanto que, a partir del análisis de su forma urbana actual se ha

desarrollado una propuesta que, a manera de un proyecto urbano, se sustenta al mismo tiempo en un conjunto de proyectos estructurantes, que tienen sin ninguna duda la rehabilitación del territorio y sin los cuales, se considera, que ni la realidad del proyecto urbano ni su visión de futuro son viables y adecuadas para la integridad de la ciudad y el buen vivir de sus actores (Fierro,2018, pp.1- 2)

1.1.2. Situación actual del área de estudio

Históricamente la Avenida 10 de Agosto ha sido de gran importancia dentro de la trama urbana de la ciudad, siendo esta misma, que desde el siglo XIX se definiría como un eje de crecimiento y desarrollo en el territorio. En aquella época se la conocía como “Camino a la Costa” debido a que era la única salida de Quito hacia el litoral y a todo el Ecuador.

Desde la década de los años setenta del siglo pasado, la ciudad de Quito experimenta un vertiginoso crecimiento urbano, la superficie de la mancha urbana de la ciudad de Quito para 2016 -Aprox.19.000 ha- fue de tres veces su tamaño registrado en el Plan Quito de 1980 -Aprox. 7.800ha- ; y, la superficie del suelo urbano del DMQ para 2016 -Aprox. 43.000 ha- fue de cinco veces el tamaño de la ciudad de Quito registrado por el referido Plan de 1980” (Fierro, G. 2016). De este vertiginoso crecimiento urbano ha resultado una ciudad difusa, en la que su expansión y dispersión hacia la periferia y los valles ha generado zonas de actividades dominantes, centralidades y micro-centralidades que son espacios casi mono-funcionales de equipamientos, servicios y/o comercios que no favorecen la vitalidad sostenible de la ciudad y que acentúan la segregación y fragmentación

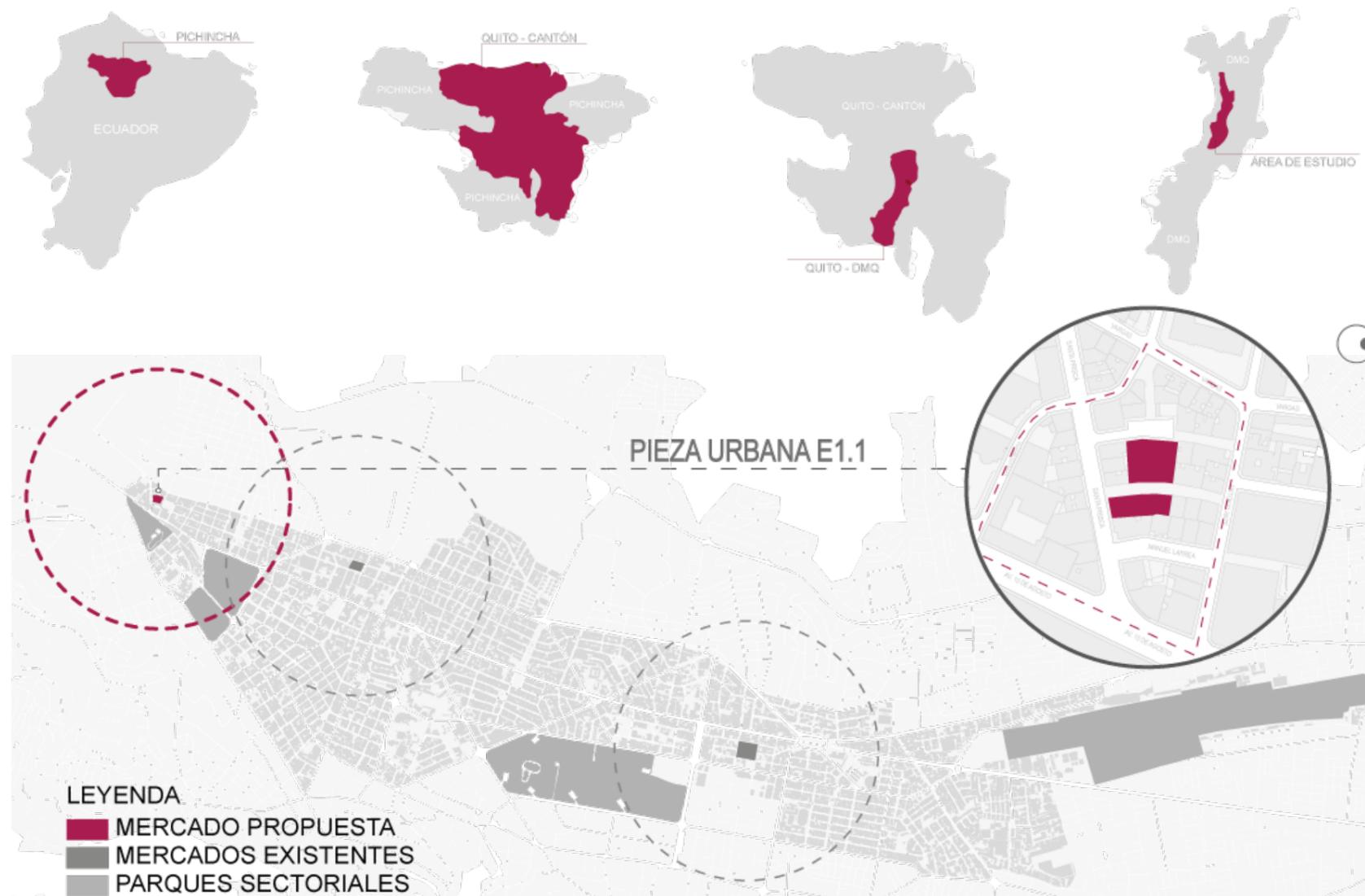


Figura 2. Mapa ubicación de la zona de estudio

Adaptado de (POU, 2018, p. 5)

espacial económica, social y cultural. Esta es la tendencia generalizada de las centralidades urbanas en la ciudad latinoamericana contemporánea. (Fierro,2018, pp.1- 2)

Efectivamente, Quito ha concentrado las actividades económico-financieras y comerciales -administrativas y de servicios- en el centro-norte de la ciudad, ha dispersado los usos residenciales hacia la periferia de la ciudad central y hacia los valles; y, ha reubicado la industria en los extremos norte, sur y este de la mancha urbana. Este fenómeno, que representa una respuesta inorgánica de la ciudad a la demanda de suelo urbano, se hace permeable hacia el territorio en todas sus escalas. La lógica de la dispersión funcional, la desconexión de servicios y funciones, la estratificación y segregación en el uso del suelo se ven reflejados en sus sectores, barrios y manzanas.

El corredor de la Av. "10 de Agosto" no constituye la excepción, forma una parte muy importante de la denominada macro-centralidad del Distrito Metropolitano de Quito-DMQ. Alberga a la totalidad del centro lúdico La Mariscal, a gran parte del centro económico financiero La Carolina y a una pequeña parte de la futura centralidad que se ubicaría en torno al parque Bicentenario (Fierro,2018, pp.1- 2)

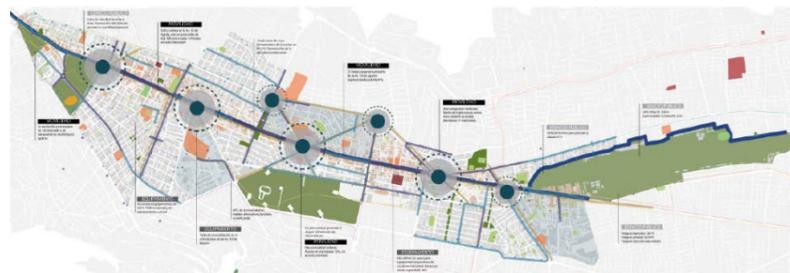


Figura 3. Problemática en el área de estudios

Tomado de (POU, 2018, p. 5)

1.1.3. Prospectiva del área de estudio (año 2040)

En el 2040, esta pieza urbana tendrá una población de alrededor de 150.000 habitantes, con amplia diversidad etaria, con alto sentido de apropiación de su espacio de vida y con fuerte identidad espacial y patrimonial.

Será un territorio compacto, con una densidad poblacional promedio de 150 habitantes por hectárea, consolidado, espacialmente inclusivo y atractivo para la residencia y la permanencia de sus habitantes y visitantes; con una trama urbana accesible, permeable y legible para el peatón, con hitos, nodos y sendas; con un parque edificatorio consolidado y ocupado plenamente en una altura, ajustada a sus condiciones morfológicas; y, con un sistema seguro y confortable para la movilidad de personas y bienes que priorice la movilidad de personas en transporte público, a pie y en bicicleta. Además, contará con espacios públicos suficientes y óptimos para la interacción social y cultural, la recreación, el esparcimiento y el desarrollo del espíritu cívico de su comunidad, con gran cantidad y calidad de verde urbano y un medio ambiente e imagen urbana recuperados, en conclusión; será un espacio diseñado para la buena calidad de vida. (Fierro,2018, pp.1- 2)

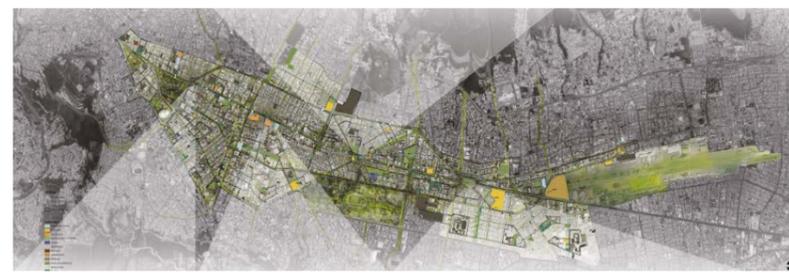


Figura 4. Visión del área de estudios

Tomado de (POU, 2018, p. 5)

1.1.4. Síntesis de la propuesta urbana

La propuesta urbana tiene como fin generar una ciudad compacta, inteligente y con una gran interacción con el espacio público y la recuperación del espacio verde en la ciudad, por lo tanto, basados en la problemática existente se han propuesto estrategias que en gran medida mejoren las carencias existentes en el territorio.

Para ello se vio la necesidad de generar una serie de micro-centralidades denominadas Piezas Urbanas; que son la agrupación de equipamientos, espacio público y área verde dentro de un mismo polígono o área delimitada, que en conjunto con equipamientos satélites no pertenecientes a una pieza urbana forman un sistema integral de equipamientos que satisfacen con la necesidad del sector.

Ese mismo sistema integral de equipamientos consolida y densifica el territorio en toda su extensión, además de potenciar los flujos y conexiones debido a que cada Pieza Urbana y equipamiento satélite están interconectados mediante un trazado optimizado dotado de ejes verdes, red de ciclo vías, plataformas únicas y vías exclusivamente peatonales.



Figura 5. Estrategias del área de estudios

Tomado de (POU, 2018, p. 5)

Cada pieza urbana cuenta con una vocación específica, por lo tanto, el equipamiento existente en dicho polígono debe responder al carácter determinado, con la finalidad de que los conjuntos de piezas urbanas den diversidad y dinamismo al territorio.

Esta intervención busca potenciar las actividades existentes y dar una nueva vocación al eje estructurante, siendo el usuario, el habitante o el turista quien pueda beneficiarse de las prestaciones que este territorio compacto, diverso, dinámico puede ofrecerle en cada uno de sus tramos.

1.2. Planteamiento y Justificación del Tema del Trabajo de Titulación

DEMOGRAFÍA

La necesidad de implementar un mercado de escala sectorial dentro de la Pieza Urbana E1.1 nace con la intención de la Propuesta Urbana por rehabilitar el territorio, debido a la falta de consolidación en el área de estudio.

Dentro del área de intervención existen únicamente dos mercados de la misma tipología que el propuesto, estos son; Ñaquito y Santa Clara, los cuales se encuentran a distancias considerables, dejando un déficit de cobertura para la zona sur del área de estudio. El mercado se implanta en la Pieza Urbana E1.1, considerando la ubicación de la pieza urbana y la concurrencia de la misma, al estar cerca de equipamientos de escala metropolitana; como son el Banco Central y el edificio del Gobierno Provincial de Pichincha, y de la proximidad a grandes espacios públicos; como el parque La Alameda y la plaza República.



Figura 6. Mercados de la ciudad de Quito.

Adaptado de (POU AR0960, 2018)

Al tratarse de un mercado se considera que; un equipamiento de la misma escala y categoría satisface a 5000 personas en un radio de 1000m. En temas de demografía, actualmente el área de influencia involucra a unas 28.500 personas; tomando en cuenta que dicho polígono cubre 10 barrios de la ciudad, y está previsto que para el año 2040, la misma área de influencia, albergue a más de 75.000 habitantes, siendo necesarios en la actualidad al menos seis equipamientos del mismo tipo para satisfacer la demanda poblacional del sector.



Figura 7. Justificación y pertinencia.

Adaptado de (POU AR0960, 2018)

Al considerar todos estos requerimientos, es pertinente la implementación de un mercado en la Pieza Urbana E1.1,

con la finalidad de satisfacer las necesidades comerciales y económicos de la zona, fomentando la diversidad de actividades y la interacción social.

TURISMO

Si bien es cierta la necesidad de implementar un mercado por motivos demográficos y económicos, no hay que pasar por alto la situación actual del terreno, según su emplazamiento es preciso justificar dicha necesidad del objeto arquitectónico por motivos de visitantes; tanto naturales de la ciudad como turistas. Según los últimos datos adquiridos de “Quito en cifras, la experiencia del destino turístico”, las condiciones de turismo para la ciudad y para el contexto inmediato son los siguientes;

RESUMEN DE

QUITO EN CIFRAS



Figura 8. Turismo de Quito en cifras

Adaptado de (Quito Turismo, 2013)

LOS MÁS VISITADOS

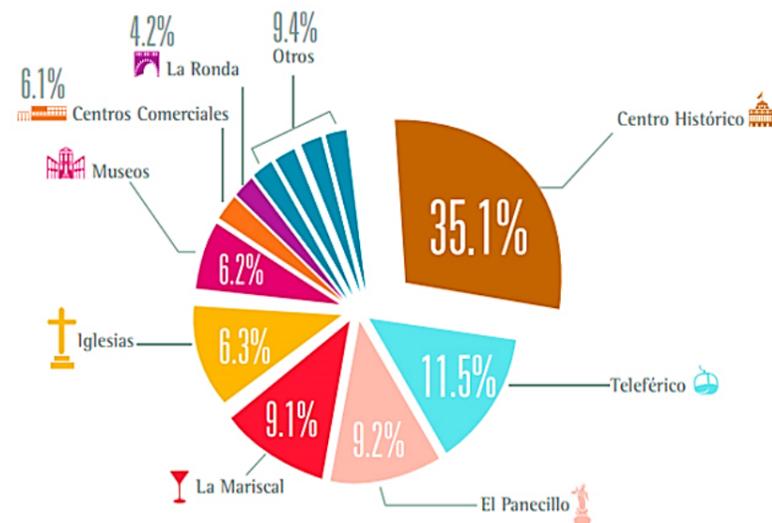


Figura 9. Lugares más visitados de Quito

Adaptado de (Quito Turismo, 2013)

Determinando que; el lugar más visitado de la ciudad es el centro histórico, lo cual hace más fuerte la necesidad de un espacio con vocación turística. La ubicación del objeto de estudio corrobora sus cualidades para posicionarse como dicho espacio y exige la posibilidad de convertirse en una antesala al plano histórico de la ciudad y como un fuerte atractor de todas las actividades y usuarios del sector

1.3. Objetivos generales

- Sociales: Diseñar un espacio que favorezca la interacción social, el encuentro y la apropiación del espacio público.
- Culturales: Crear un espacio que recupere la historia, la culinaria y las tradiciones ancestrales de un mercado.

- Económicos: Diseñar un lugar de comercialización de productos que contribuya con el mejoramiento de la economía del sector y genere empleo.

- Ambientales: Crear un espacio que utilice energías ambientalmente amigables y con un buen sistema de tratamiento de desechos.

1.4. Objetivos específicos

URBANOS

- Dotar de diversidad de dinámicas y actividades dentro de la pieza urbana E1.1 y la microzona E, mediante la activación del comercio y la interacción social.
- Constituir una red de mercados, mediante la interacción del mercado propuesto con los mercados Ñaquito y Santa Clara articulando los sistemas de movilidad, el espacio público y la red de comercio existente.
- Generar una vinculación entre el comercio y la residencia, para acortar y mejorar el desplazamiento del consumidor.

ARQUITECTÓNICOS

- Desarrollar un programa arquitectónico que corresponda a la demanda de consumo requerida en un mercado de escala sectorial y a todas las actividades que se realizan en el espacio.
- Diseñar espacios arquitectónicos que jueguen con la percepción sensorial del usuario, dinamizados con la

cromática y el aroma propio de los productos y objetos a comercializar.

- Dotar de espacios de capacitación y aprendizaje que ayuden a la formación empresarial y al emprendimiento de comerciantes y consumidores.
- Implementar espacios de encuentro y esparcimiento donde se fomente las tradiciones y costumbres históricas de un mercado.
- Redefinir la organización del espacio de giros, su pertinencia, agrupación y estética.
- Implementar en el mercado un sistema propio de recolección, clasificación, tratamiento y reciclaje de recursos y desechos.

1.5. Metodología

Dentro de la parte metodológica, se realizó un estudio a diferentes escalas dentro del área de estudio, comprendida de tres fases; fase de diagnóstico, fase de conceptualización y fase de propuesta.

- Fase de diagnóstico: Para comenzar se realizó un levantamiento de información dentro del área de estudio, establecida alrededor del eje longitudinal de la Av. 10 de Agosto, basado en cuatro temáticas principales; trazado y movilidad, suelo y equipamientos, espacio público y patrimonio, de manera que se obtuvo la problemática específica de toda el área de estudio, sus causas y

efectos, los mismos que fueron tomados en cuenta para establecer estrategias que en gran medida contrarresten la problemática existente en territorio.

- Fase conceptual: Al establecer las estrategias para la mejora del territorio, se buscó elementos teóricos y conceptuales que permitan englobar las mismas en un mismo plan. Dentro de la visión a futuro de la propuesta se vio la necesidad de generar una serie de equipamientos 'satélites' y 'micro-centralidades' denominadas Piezas Urbanas; que es la agrupación de equipamientos, espacio público y área verde dentro de un mismo polígono o área delimitada, que en conjunto con un sistema de ejes verdes y redes de movilidad mejoraban la calidad de vida en el territorio.
- Fase de Propuesta Espacial: Una vez que se finaliza la parte conceptual, se genera el plan masa con estrategias espaciales concretas, de manera que se especifica cada uno de los elementos a implementar en la propuesta urbana, para finalmente definir una propuesta arquitectónica, donde se buscara dar características espaciales-formales, funcionales y simbólicas. Finalmente se obtiene una propuesta arquitectónica definida y detallada que responde a los objetivos y estrategias establecidas.

Cabe recalcar que todo el proceso de diseño; tanto urbano como arquitectónico, no es un proceso lineal, sino más bien es un sistema cíclico que requiere de una constante revisión y seguimiento, para el correcto funcionamiento de todas sus partes y componentes.

1.6. Campo de estudio

Tabla 1.
Campo de estudio

UNIVERSIDAD	TITULO	AUTOR	AÑO
Universidad Central del Ecuador	"Revitalización del mercado Chiriyacu en la redcomercial y cultural de la nueva centralidad de la zona 5 administración zonal Eloy Alfaro del Distrito Metropolitano de Quito"	Carlos Nicolñas Terán Burneo , Andrea Elizabeth Jarrín Porras	2014
	Renovacion de la acenida Pichincha y Mercado Central	Maria Mercedes Benítez Machado , Joseph Daniel Erazo Pazmiño	2014
	Renovacion del mercado municipal de la ciudad de Esmeraldas	Manuel Eduardo Durán Larrea, Gabriel Antonio Ballesteros Santos	2014
	Replantamiento de la feria libre ubicada en el sector de La Ofelia para el ordenamiento y recuperación del espacio público	Claudia Daniela Cadena Aguirre, José Gabriel Esparza Torres	2014
Universidad San Francisco de Quito	Mercado Municipal de Cumbayá: Los productos, lo artesanal y la cultura	Paúl Guillermo Aguilar Romero	2015
	Mercado San Antonio de Pichincha	Daniela Carmen Perdomo Mera	2015
	Centro Gastronómico La Floresta, la plaza como vínculo entre ciudad y barrio	Andrea Estefanía Gallegos Morales	2015
Universidad de las Américas	Complejo de Desarrollo Comercial El Recreo. Equipamiento Comercial	Christian Renán Endara Vargas	2015
	Mercado Popular Escala Sectorial	Felipe Alfonso Arroyo Miño	2015
	Nuevo Mercado El Camal Tipología Comercial	Juan Francisco Rivadeneira Sanchez	2015
	Mercado de Abastos	José Andrés Bermeo Quinde	2016
	Mercado Gastronómico en el Sector de la Marical	Denisse Gabriela Romero Townsend	2017

1.7. Cronograma de actividades

Tabla 2 .
Cronograma de actividades

MES		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S9	S10	S11	S12	S9	S10	S11	S12	
1. Antecedentes e Introducción	1.1. Antecedentes	█	█							█																
	1.2. Planteamiento y justificación del tema del trabajo de titulación.	█	█							█																
	1.3. Objetivos generales	█	█							█																
	1.4. Objetivos específicos	█	█							█																
	1.5. Metodología	█	█							█																
	1.6. Cronograma de actividades	█	█							█																
CALIFICACION PARCIAL 1																										
2. Fase de Investigación y diagnóstico	2.1.1 Introducción al capítulo	█	█																							
	2.1.2 Investigación Teórica	2.1.2.1. Teorías y conceptos	█	█																						
		2.1.2.2. Proyectos referentes (Estudio de casos)	█	█																						
		2.1.2.3. Planificación Propuesta y Planificación vigente	█	█																						
	2.1.3. El espacio objeto de estudio	2.1.3.1. El Sitio	█	█																						
		2.1.3.2. El entorno	█	█																						
		2.1.3.3. El usuario del espacio	█	█																						
	2.2.4. Diagnóstico o Conclusiones	2.2.1. Interpretación teórica	█	█																						
		2.2.2. Interpretación sobre el sitio y el entorno	█	█																						
		2.2.3. Interpretación de las necesidades del usuario del espacio	█	█																						
2.5. Conclusiones Fase Analítica, en función de todos los parámetros de análisis.	█	█																								
CALIFICACION PARCIAL 2																										
3. Fase Conceptual	3.1. Objetivos espaciales					█	█							█	█											
	3.2. El concepto					█	█							█	█											
	3.3. Estrategias espaciales					█	█							█	█											
	3.4. Programación					█	█							█	█											
CALIFICACION PARCIAL 3																										
4. Fase de Propuesta Espacial	4.1. Plan Masa																	█	█							
	4.2. Anteproyecto Arquitectónico																	█	█							
	4.3. Proyecto Final o Definitivo																	█	█							
5. Finales	5.1 Conclusiones y recomendaciones.																					█				
	5.2. Bibliografía																					█				
	5.2. Anexos																					█				
MES		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				
SEMANA		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S9	S10	S11	S12	S9	S10	S11	S12	

Adaptado de (POU, 2018)

2. CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO

2.1. Fase de Investigación

2.1.1. Introducción al capítulo

En este capítulo se expone el proceso de comprensión teórica de un Mercado, desde el estudio de su origen, su evolución histórica, y la realidad actual, en un caso específico dentro del área de estudio. Además, se analiza las características morfológicas y las funciones específicas de casos particulares que hallan solucionado problemáticas similares a las que se presentan en el proyecto, de los cuales se determinará parámetros teóricos que sirvan para justificar las estrategias de diseño.

Dentro de la fase de investigación, se desarrolla el análisis de la situación actual del sitio, del entorno, y sobre todo el perfil del usuario, con lo cual se concluye aspectos fundamentales que deberán ser tomados en cuenta como condicionantes de diseño.

Esta fase también abarca el estudio de las redes de abastecimiento, comercialización de los productos en el país, de igual manera las planificaciones vigentes y las normativas que aplican a la tipología del espacio para la comprensión de su funcionamiento y requerimientos. Definido el marco teórico y el análisis del territorio se fundamentan los preceptos necesarios para concretar la espacialidad del objeto de estudio, mostrando el carácter social del espacio; que históricamente ha ido adquiriendo como necesidad de una sociedad que busca el intercambio de ideales y objetos, siendo necesaria el planteamiento de un espacio físico para dicha necesidad.

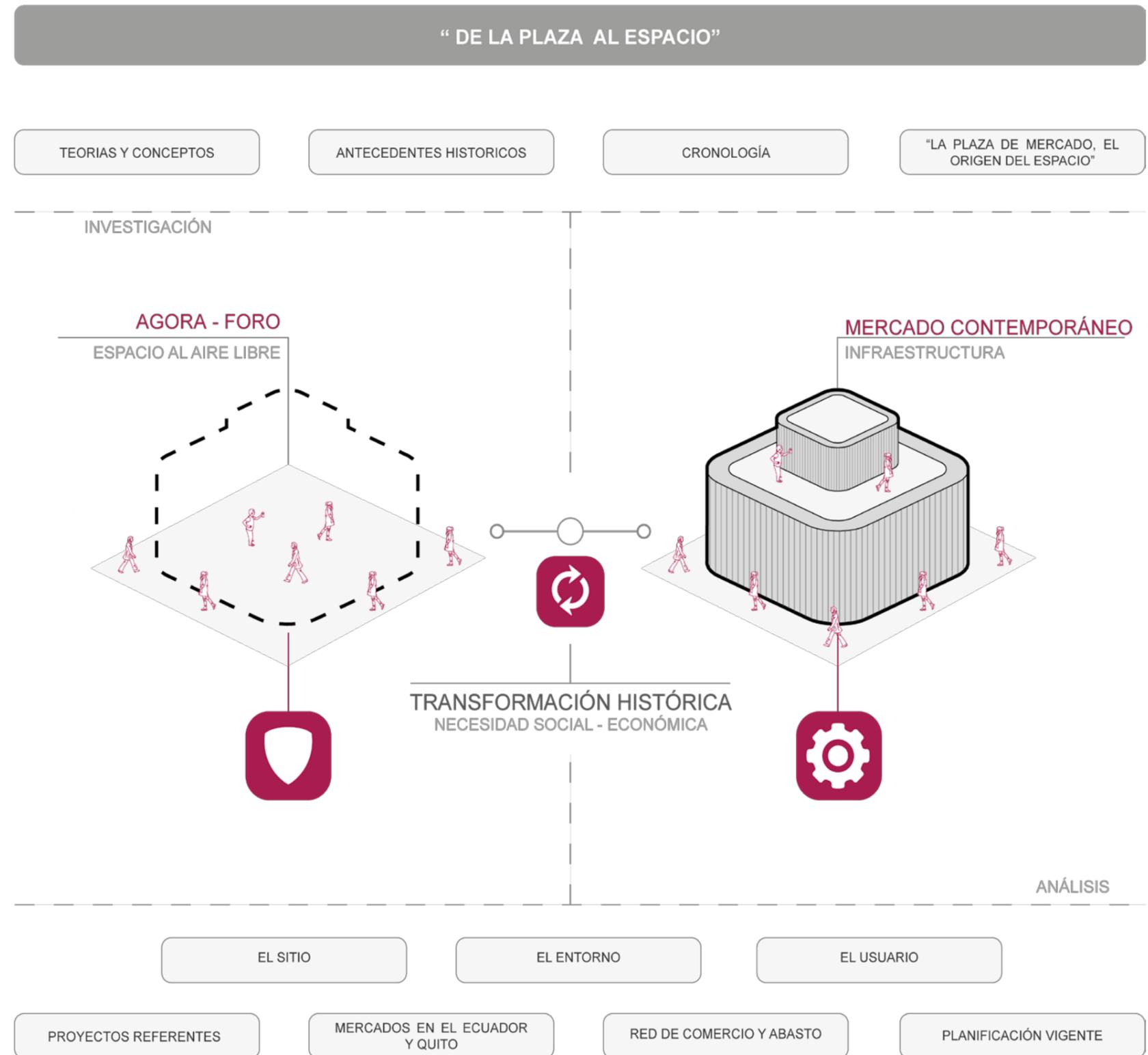


Figura 10. Síntesis del Capítulo II

2.1.2. Investigación teórica

2.1.2.1. Teorías y conceptos

Etimológicamente la palabra mercado nace del vocablo latín “Mercatus”, que está directamente relacionado con Mercurio, dios romano del comercio, este término se emplea para denominar al sitio público donde se realiza el intercambio, ya sea compra o venta de objetos y productos, principalmente alimenticios. Estos tipos de establecimientos son centros de comercialización que se asientan dentro de estructuras fijas y cerradas donde se distribuyen los puestos de comerciantes por giros, es decir por el tipo de productos que se vende. Funcionan diariamente con horarios regulados por el Municipio y sus usuarios, los vendedores, pagan tarifas que dependen de la categoría, estos establecimientos deben estar dotados de espacios y circulaciones amplias, de una manera confortable, funcional y estética. “El mercado es un elemento primordial en la economía de cualquier país, ya que en él convergen elementos como la oferta y la demanda, puede ser de forma minorista y mayorista, permanente y móvil. Su función principal es la de albergar transacciones comerciales, entre el comprador y el vendedor”. (Plazola, 1954, pp. 597)



Figura 11 . Mercado San Miguel en Madrid

Tomado de (Nata Way, s.f.)

Los mercados están en estricta relación con el desarrollo de la ciudad y el urbanismo, su importancia se centra en que históricamente fueron un punto de distribución alimentaria para la ciudad. Como lo enuncia Matilde Armengol Martín; “Desde el punto de vista urbano, los mercados de abastos situados estratégicamente en la ciudad han actuado como elementos dinamizadores de una oferta comercial complementaria, que convive con el resto de la oferta que definen los alrededores de estos enclaves”. (Armengol) Esta dualidad comercial y social la encontramos en la definición de mercado de abastos que da el antropólogo social Juan Ignacio Robles en el 2013; “Un mercado es una institución social y comercial dedicada esencialmente al intercambio de productos de alimentación; compuesta por comerciantes autónomos en relación de competencia, cooperación y complementariedad.”

2.1.2.2. Antecedentes históricos

En el principio de la historia de la humanidad el hombre era un ser nómada, de manera que no existía el comercio y mucho menos un lugar en donde realizar este tipo de transacciones. El primer asentamiento del ser humano como ‘hombre racional’ fue en el Paleolítico ya hace aproximadamente 200.000 años atrás y la lucha del hombre se limitó a la supervivencia de su especie. El escenario era inhóspito y el espacio que albergaba al hombre era la naturaleza, misma que encendió los instintos evolutivos del hombre para buscar refugio y fuentes de alimento que le atribuyeran la energía suficiente para defenderse de bestias y el clima salvaje”. (Fukuyama, 1992) Comunidades primitivas empezaron a agruparse y a emprender las

distintas actividades diarias. La caza, pesca y recolección de frutos encontrados dentro de un perímetro establecido, propulsó al hombre a la utilización de instrumentos de piedra y hueso. Este periodo Paleolítico tuvo mayor importancia al momento que el hombre descubre el fuego. Esta nueva herramienta de múltiples usos ayudó al Homo Sapiens a descubrir nuevas y mejores posibilidades para su modo de vida. (Leveque, 1992). El descubrimiento de la agricultura fue el punto de partida para que las comunidades empezaran a asentarse como sedentarios y a tomar iniciativa en diferentes labores. Así mismo, las actividades relacionadas con los animales tal como la domesticación, el pastoreo, la ganadería, entre otros generaban un trabajo participativo en la actividad de la comunidad.

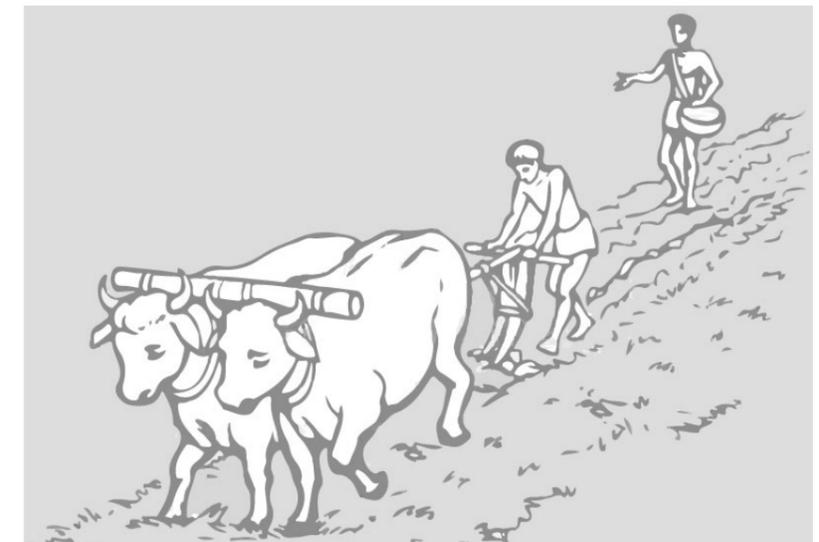


Figura 12 . Agricultura primitiva

Adaptado de (Dreamstime, s.f.)

Estas nuevas comunidades especializadas y organizadas incentivaron al hombre a practicar el intercambio comercial como una “ocupación accesoria que efectuaban

campesinos y artesanos para dar salida a sus excedentes productivos y por ello, el mismo se efectuaba entre miembros de distinta tribu o comunidad.” (Ferrán, 1980), a este tipo de intercambio comercial se lo conoce como “trueque”, el cual da origen al comercio primitivo, y abrió las puertas al intercambio de productos agrícolas y de objetos especializados de cada comunidad. Según el diccionario de la real academia de la lengua española el trueque es “Intercambio directo de bienes y servicios, sin mediar la intervención de dinero” o simplemente el acto. (Real Academia Española, 2018)

2.1.2.3. La plaza de mercado, el origen del espacio

Los primeros indicios de la conformación de un espacio de comercio e intercambio datan desde la Grecia antigua, y era el ágora el término que utilizaban los griegos para nombrar a la plaza pública de las ciudades- estado griegas, también conocidas como ‘polis’, y se definía como espacio completamente abierto dado a la cultura, a la vida política y social de los griegos, pero sobre todo fue un centro de comercio e intercambios. (Arquihistori, 2014). Bajo este mismo principio fue como las antiguas ciudades romanas establecieron una zona central del cual se organizaría la ciudad alrededor del mismo. El foro era el espacio abierto de referencia en donde se ubicaba el mercado dentro de la ciudad y se reconocía por ser albergar funciones, financieras, religiosas, políticas y de entretenimiento, pero sobre todo era el lugar en donde los ciudadanos romanos desempeñaban su vida social. (Arquihistori, 2014). Con el transcurso de la historia, la concepción del comercio y la

plaza comenzó a mezclar atributos de diferentes culturas, por ejemplo; en el urbanismo español, mismo que tiene orígenes árabes y romanos, se organizaban las ciudades alrededor de la ‘Plaza Mayor’ como en el foro romano y dentro del mismo se establecían relaciones comerciales. Esta no era el único espacio de mercado, sino que, por herencia de la civilización árabe, los usos de bazares también eran muy comunes en la península ibérica, esta forma de comercio existe ha ido evolucionando hasta la actualidad. Ya en el siglo XIX la tendencia a cubrir las plazas de mercado fue a la necesidad de higiene, consecuencia de la problemática dada en el medievo, y se buscaron nuevas posibilidades arquitectónicas, basados en el uso del material y la organización espacial, hasta degenerar el concepto de ‘plaza de mercado’ en la ‘plaza comercial’ o centro comercial, mismo que intenta mantener la idea de reunión y vida social obligado y no adquirido como lo era en el origen de la historia. Si observamos al mercado desde un punto antropológico es de los lugares donde se intercambian no sólo productos, sino también información y donde se establecen lazos personales y grupales.

2.1.2.4. Cronología del mercado

SIGLO V a. C.

En la antigua Grecia existió una tipología de edificaciones llamadas ‘estoas’; de forma rectangular y rodeadas de columnas, que mediante de la articulación de varias de las mismas en el plano urbano se configuraban las ágoras. El ágora era una superficie abierta de forma rectangular o trapezoidal donde el pueblo se concentraba para contemplar los eventos políticos y sociales de la época, y es debido a la

conurrencia del espacio, que se aprovechó para el uso e implementación de comercios y negocios dentro de las ágoras. (Plazola, 1954, pp. 597)



Figura 13. Ágora griega
Adaptado de (Arquihistori, 2014)

SIGLO IV a. C.

Mientras tanto en la antigua roma, debido a la alta cantidad de ciudadanos, se vio la necesidad de establecer puntos de comercio distribuidos por la ciudad, estos puntos se los conocía como Foros, los mismos que eran plazas al aire libre y estaban destinadas a también albergar eventos de gran importancia para el imperio, debido a la gran concurrencia fue adquiriendo un carácter mucho más político y social que comercial, dando paso a la construcción de la primera edificación en la historia de uso prioritario comercial denominada *macellum*. El mercado o *macellum* “era un edificio funcional simple, con una pequeña plaza a cielo abierto, rodeada con un pórtico al fondo del cual se abrían las tiendas” (Plazola, 1954, pp. 597)



Figura 14. Foro Romano

Fuente. Tomado de (Arkiplus, s.f.)

SIGLO I - ÉPOCA CRISTIANA

Durante esta época hasta el siglo V los mercados mantuvieron las mismas características de la organización romana, el cambio fue la edificación de estructuras más adecuadas, la implementación de bóvedas sostenidas por columnas arcadas y muros de mampostería. (Plazola, 1954, pp. 597)

SIGLOS X-XIV

En esa época en las ciudades del norte de África se originaron los zocos, que son espacios al aire libre, por lo general calles dedicadas al comercio, ubicadas estratégicamente en el centro de la ciudad y según su necesidad pueden ser permanentes o temporales, debido a su alta concurrencia se crearon usos alternos a la función comercial original. (Plazola, 1954, pp. 597). Los zocos son análogos de los bazares persas y mantienen las mismas características de organización y funcionamiento, siendo la prueba de la importancia del espacio para el comercio en las civilizaciones y su desarrollo social.



Figura 15. Bazar Khan el – Khailili

Tomado de (Esp, s.f.)

SIGLOS XII - XV - EDAD MEDIA

En este periodo histórico se presenta un considerable crecimiento del comercio en toda Europa, debido; al crecimiento de la población, la consolidación de un nuevo orden social y el cultivo de más tierras para la producción de alimentos. (Enciclopediahistoria, 2014).

Con este nuevo orden económico en el continente se vio la necesidad de redefinir el espacio de comercio, dando cabida a ferias, lonjas, puestos ambulantes y casas de logia, establecidos en calles principales, generando una especie de mercado itinerante por toda la ciudad. Mientras tanto los mercados permanentes en el medioevo estaban ubicados en puntos céntricos, estos combinaban puestos permanentes y temporales en su mayoría a la intemperie, e incluso ya no solo se ofrecía materia prima, sino también, productos elaborados y alimentos preparados. (Menéame, s.f.). El crecimiento desmedido del comercio en el espacio urbano trajo consecuencias en la higiene de las ciudades, donde no existía control ni limpieza de ningún tipo, dando cabida a enfermedades y pestes.



Figura 16. Plaza del mercado de Pirma

Tomado de (Escademic, s.f.)

Como los mercados eran los lugares de reunión más comunes en aquellos años era muy común que los actores, músicos y titiriteros eligieran sus alrededores para instalar sus carromatos y para deleitar a la audiencia con sus representaciones". (Menéame, s.f.)

SIGLOS XVI - XVII

Uno de los acontecimientos más importantes en este periodo es la instauración del dinero, permitiendo un crecimiento industrial y comercial importante en las ciudades de todo el mundo. En esta época los mercados toman mayor importancia, de manera que se hace énfasis en la apropiación de un espacio fijo para el comercio, se programan horarios de funcionamiento y se especifican los productos a comercializar. El desarrollo científico contrajo una estricta relación con la especialización de los mercados, permitiendo nuevas formas de construcción, el uso de nuevos materiales como el hierro, de manera que se redefine la organización y la forma arquitectónica de los mercados. (Plazola, 1954, pp. 598)



Figura 17. Mercado Les Hales en París

Tomado de (Pinterest, s.f.)

SIGLOS XIX – XX

Con la presencia del academicismo como corriente en el diseño arquitectónico destacan los de diseños de la Escuela de Chicago, convirtiendo al mercado en un gran almacén donde la instalación y la automatización del servicio fueron prioridad. Durante esta época la idea del mercado como elemento de interacción social se ve degenerado, debido a la necesidad de consumo de la sociedad, dando cabida a la construcción de los primeros centros comerciales. (Plazola, 1954, pág. 599)

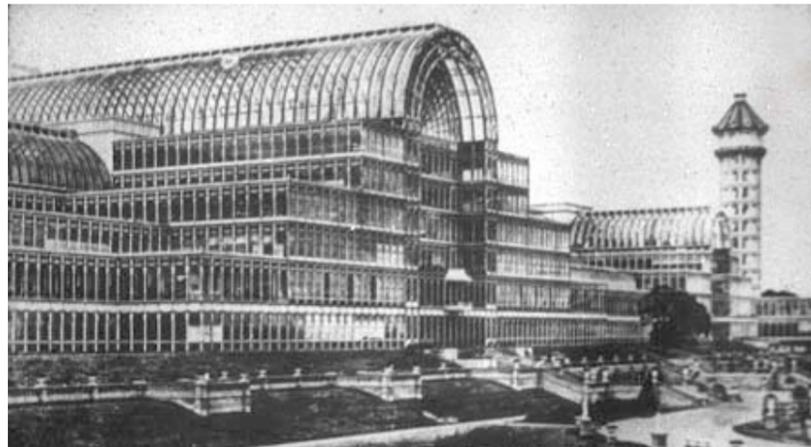


Figura 18. Crystal Palace

Tomado de (Pinterest, s.f.)

MERCADOS CONTEMPORÁNEOS

Con el pasar del tiempo la idea de mercado ha ido transformándose, desde sus inicios tuvo una vocación social y la presencia de nuevas plataformas de venta y consumo han puesto en riesgo la permanencia del mercado en las ciudades, es decir, existe una seria diferencia entre la demanda existente en supermercado con la de un mercado de abasto tradicional, motivo por la cual se ha visto deteriorada su imagen.

En la actualidad los mercados ya no solo son fuentes abastecedoras de materia prima, si no también han ido adquiriendo usos alternos; como por ejemplo la gastronomía, siendo esta hibridación de actividades las que fomentan el uso de los mercados todavía en la actualidad. Brevemente se puede describir que en américa latina existe una imagen equivocada e infravalorada de los mercados, siendo percibidos como un espacio de segregación social y económica. Pero en otros continentes buscan dar otra imagen, siendo la arquitectura el canal que permite una nueva vida y una nueva imagen para el usuario.

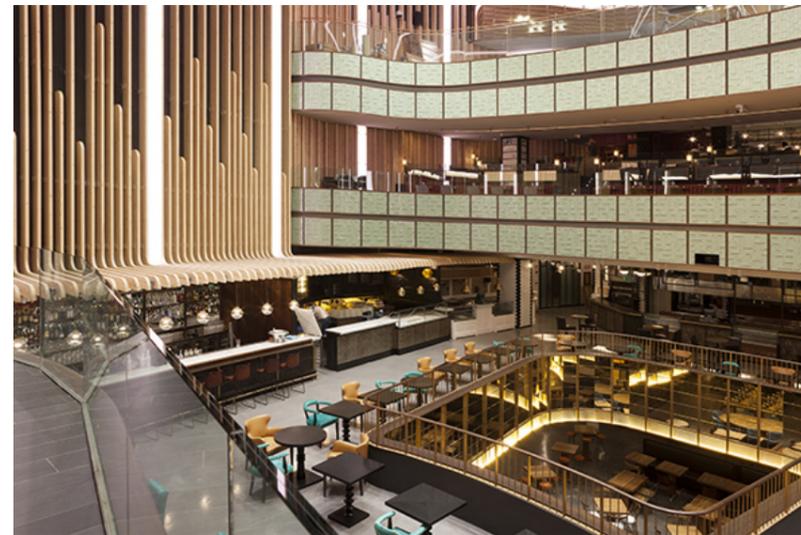
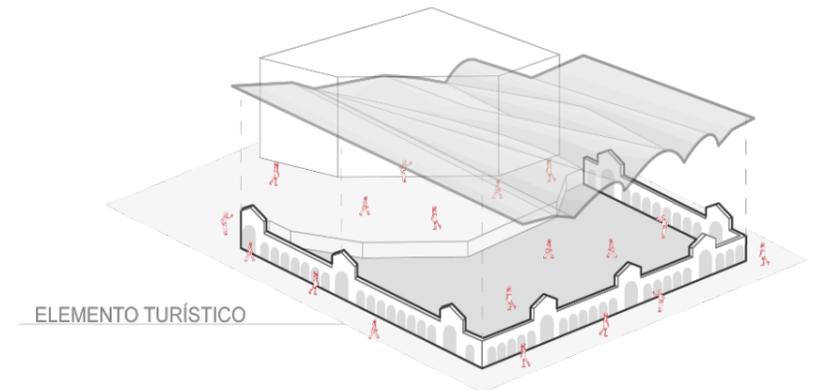


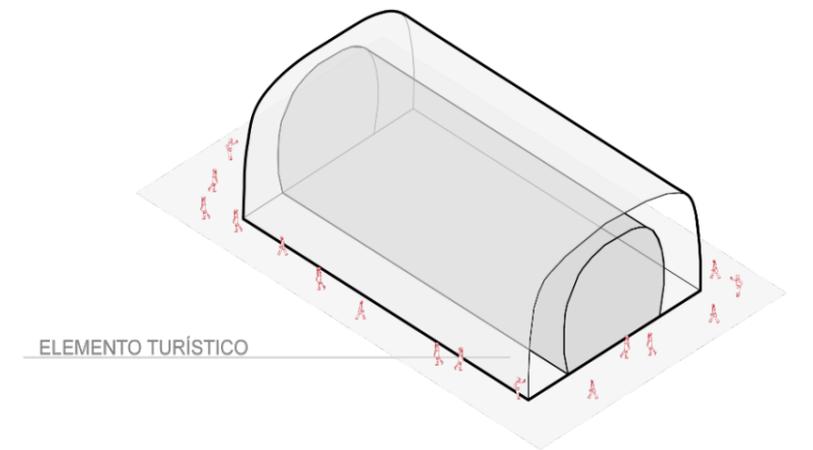
Figura 20. La Platea – El centro gastronómico más grande de Europa

Tomado de (TripAdvisor, s.f.)

Mercado de Santa Caterina
Enric Miralles



Marthkal Rotterdam
MVRDV



Mercado Temporal Barceló
Nieto & Sobejano

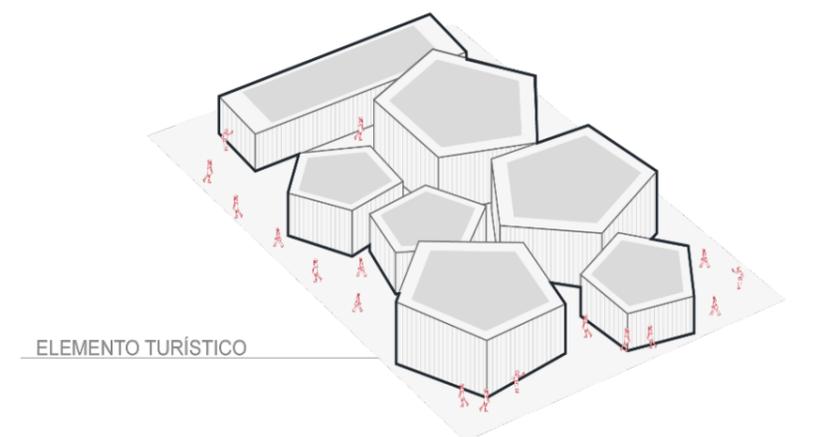


Figura 19. Mercados contemporáneos.

2.1.2.5. Línea del tiempo

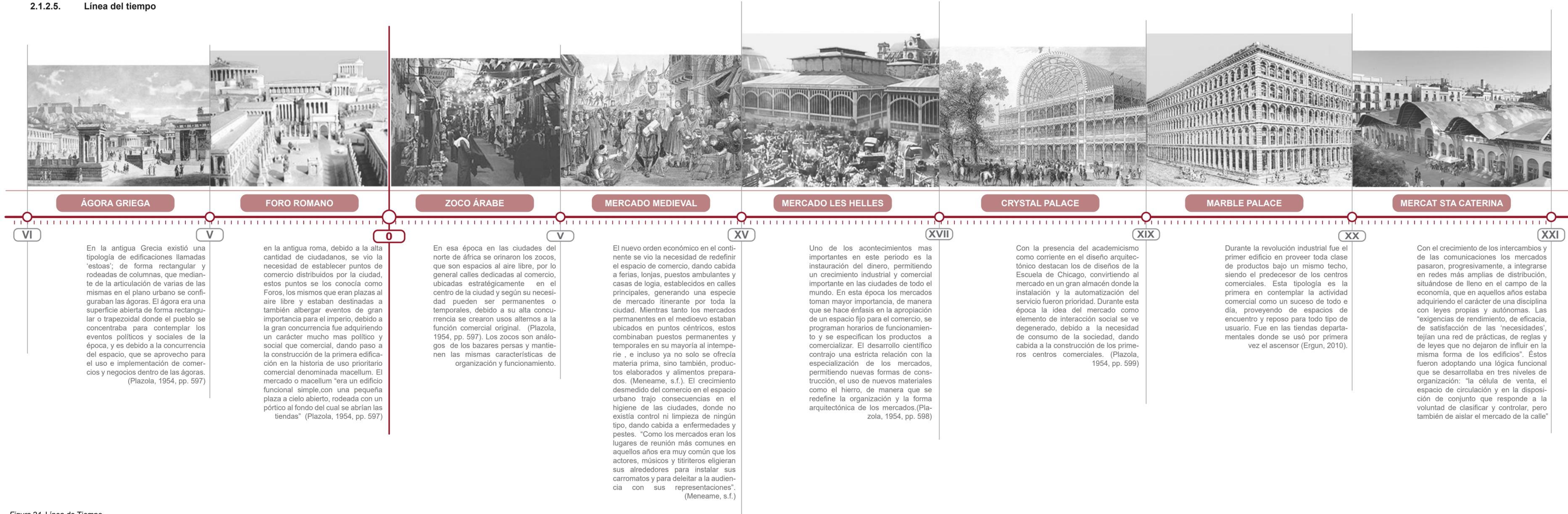


Figura 21. Línea de Tiempo

2.1.2.6. Mercados en Latinoamérica

Antes de la conquista española en el continente americano se desarrollaron grandes civilizaciones y asentamientos humanos; las más importantes de la región fueron; aztecas, mayas e incas, mismas que contaban con una compleja estructura política, social y económica. Por una parte, la civilización maya había desaparecido antes de la aparición de los aztecas de lo cual no existen grandes registros de comercio.

Los incas por otra parte desarrollaron grandes avances en campos tecnológicos y la agricultura, de manera que la estructura política establecida en el incario fomentaba el auto abastecimiento y la redistribución de los productos, impidiendo el desarrollo de formas de intercambio y centros de mercado. De cierto modo este tipo de espacios tenían mayor protagonismo en asentamientos con una estructura política más fragmentada, como es el caso de los aztecas; que desarrollaron los *tianguis*; del *nahuatl tiānquiz*, que eran los mercados populares, este concepto ha ido evolucionando en forma o en contexto a lo largo del tiempo

y sigue en rigor hasta la actualidad, pero con un carácter de temporalidad e informalidad. (Portafolio, s.f.)

Con la llegada de los españoles y la implementación del urbanismo ibérico en el continente mediante la Ley de Indias, para la fundación de ciudades coloniales, se generalizó la organización del espacio en la mayoría de ciudades latinoamericanas; el establecimiento de una plaza que articule las principales funciones de gobierno en un perímetro de nueve cuadras permitió la conglomeración de actividades en la misma y dio cabida al comercio dentro de ellas, evocando el concepto de ‘Plaza de Mercado’ heredado por griegos y romanos.

Con el pasar del tiempo, el espacio tomo como referencia los modelos europeos y americanos para la comercialización de productos; utilizando nuevas formas arquitectónicas y nuevos materiales de construcción, dando paso a la llegada de los supermercados y los grandes almacenes al continente, amenazando con la extinción y el deterioro de los mercados en el territorio.

2.1.2.7. Mercados en Ecuador y Quito

Por herencia histórica las ciudades en país fueron trazadas mediante una trama de Damero, siguiendo los condicionamientos propuestos en la ley de indias, por lo cual, la ciudad se organizaba alrededor de una plaza central que albergaba diferentes actividades y comercio rodeada de edificaciones de control político y eclesiástico.

Esta característica se ve mucho más arraigada en ciudades de la sierra ecuatoriana como Cuenca o Quito. En la ciudad capital el registro del primer espacio destinado al comercio fue la Feria que se realizaba en la plaza San Francisco a finales del siglo XIX, misma que en 1922 seria reubicado a las instalaciones del “Mercado San Francisco”. (Ortiz, s.f.)

Con la creación de nuevas fuerzas productivas en el país el fenómeno migratorio del campo a la ciudad aumentó, concentrando la densidad poblacional en Quito y Guayaquil, dejando como consecuencia la necesidad de edificar nuevos espacios para el consumo y abastecimiento de productos, de manera que el crecimiento urbano, comercial



Figura 22. Línea de tiempo de los mercados de Quito

Adaptado de (Los mercados y ferias de Quito, 1984)

y económico se resumió en diferentes etapas de auge económico en el país (Cazamajor, s.f.)

Tabla 3.

Principales hechos económicos del país

Fechas	Población de Quito (Miles)	Área (Ha)	Principales hechos económicos
1922	80.0	294.0	Hasta 1925: Boom Cacaotero 1925 - 1948: Período de Crisis
1950	209.0		
1958 1962	368.4	639.6	1948 - 1965: Boom Bananero
1971		1595.2	1965 - 1972: Período de Crisis 1972: Boom Petrolero
1974 1975 1982	597.1 858.7	6156.0	1974: Crisis Económica

Adaptado de (Los mercados y ferias de Quito, 1984)

En la actualidad existen en la ciudad de Quito más de 54 mercados y ferias que abastecen a todo el distrito metropolitano, los mismos que cuentan con una infraestructura propia catastrada por el municipio de la ciudad y se regulan mediante la intervención de organismos como la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio.

La pertinencia de un mercado en el territorio se fundamenta bajo dos variables; el radio de influencia que abarca el mercado y la distancia existente con otro establecimiento de comercio.

2.1.2.8. Clasificación de mercados

Históricamente el espacio donde se realizaban transacciones comerciales, fuera de tecnicismos, se clasificaba específicamente por el tiempo de funcionamiento en el territorio; es decir si, el espacio contaba con un emplazamiento fijo y mantenía sus funciones durante todo

el año se lo denominaba mercado, mientras tanto, si disponía de una estructura desmontable y su funcionamiento se daba en épocas o momentos específicos se los conocía como ferias. Es por esto por lo que el espacio se puede definir como permanente o itinerante.

Mercado permanente

Mercados, foros y ágoras.

Mercado itinerante

Ferias, tianguis, zocos o bazares.

Es importante mencionar que cada tipología específica ha evolucionado según el medio físico y las condiciones sociales y culturales del territorio en el que se desarrolló.

En la ciudad de Quito, según Phillipe Cazamajor “Los mercados y ferias de Quito se diferencian entre sí por algunos aspectos como la magnitud y el tipo de transacciones, el papel que tienen dentro de la red y las condiciones de la planta física y de los giros”, (Cazamajor, s.f., pp. 23), de manera que se puede clasificar al espacio por su jerarquía y funcionamiento.

Mercado mayorista:

Capta la producción de la materia prima y los productos para la venta por volumen, generalmente a mercados minoristas.

Mercado minorista

Capta grandes volúmenes de producto para venderlo en cantidades pequeñas a pequeños consumidores y suplir necesidades locales

Feria

Mercados de carácter móvil, que ofrecen una variedad de productos, por lo general su estructura es desmontable y su localización y horario varían.

2.1.2.9. Mercado como espacio turístico

Los mercados en la ciudad de Quito han perdido su identidad tradicional característica como punto de comercialización en la ciudad, la proliferación de supermercados en el territorio, al igual que la falta de apoyo por parte de las autoridades han contribuido a la degradación de la identidad de los mercados en la ciudad, hasta los años 70, los mercados de abastos eran la principal fuente de suministro de alimentos básicos de las ciudades del Ecuador, generando sentimientos de pertenencia a los barrios debido a la intensa actividad tanto comercial como social que en ellos se producía, de manera que se ha visto la necesidad de implementar alternativas que ayuden a recuperar la identidad y la concurrencia de dichos espacios. Una de estas alternativas es poder dar una vocación turística a los mercados de la ciudad con la intención de convertirlos en hitos y puntos de referencia de la ciudad y que fomenten la comercialización entre propios y extranjeros, se dinamice la economía de la ciudad y fomente al emprendimiento. Según Marta Domínguez y Monserrat Crespi, para la revista española Pasos “La única receta que parece garantizar el éxito es el de la transformación total en un mercado gourmet” y conceptualmente estos espacios son aquellos mercados que se perciben como elementos atractivos y turísticos en la ciudad, en donde interactuar en un forma equilibrada turistas, comerciantes y consumidores tradicionales. (Pasos, 2014)

2.1.3. Proyectos referentes

2.1.3.1. Análisis de referentes

Tabla 4.
Análisis del Mercado Santa Caterina

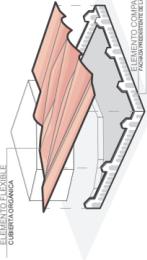
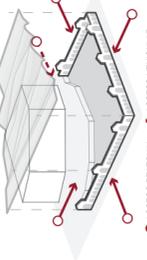
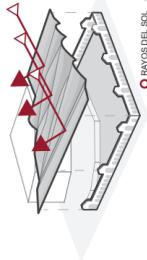
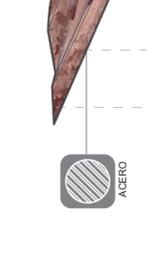
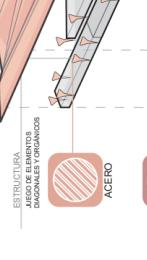
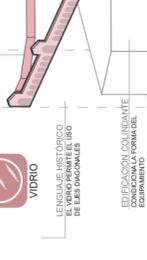
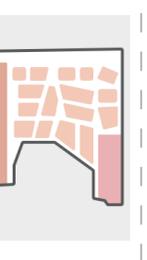
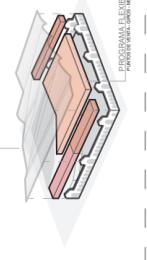
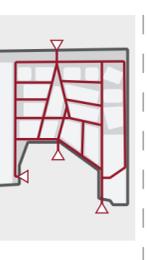
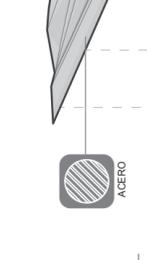
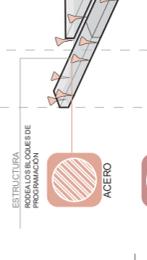
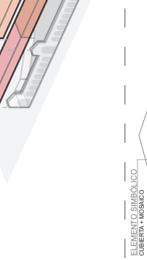
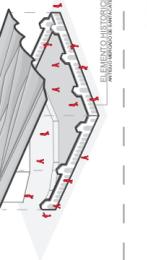
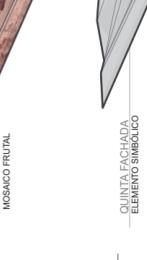
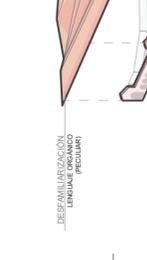
PARÁMETROS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL ENTORNO	CONCLUSIONES
IMPLANTACIÓN		<p>La forma del proyecto se define por la forma del trazado y las edificaciones preexistentes en el lugar. Por ser una rehabilitación el mercado de Santa Caterina ya disponía de una forma preestablecida</p>	
COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA		<p>En la composición del volumen se percibe un elemento compacto parecido a un paralelepípedo, en donde se albergan las actividades y el programa cubierta por una cubierta de tipo orgánica como elemento contrastante</p>	
ACCESIBILIDAD		<p>ACCESO PEATONAL ACCESO VEHICULAR</p>	
CLIMA Y ASOLEAMIENTO		<p>RAYOS DEL SOL CORRIENTES</p>	<p>El proyecto es analizado principalmente por su fuerte relación con espacio público y las edificaciones preexistentes. Al estar ubicado en una área ya consolidada de la ciudad de Barcelona, se tomo elementos propios del paisaje para poder configurar el juego de fachadas que dan forma al volumen que alberga la programación, el proyecto conjuga varios lenguajes formales al contrastar la cubierta y la estructura orgánica con un volumen preexistente ortogonal.</p>
ESTRUCTURAS		<p>ACERO</p>	
ENVOLVENTES		<p>ESTRUCTURA ALICATA DE ELEMENTOS DIAGONALES Y ORGÁNICOS ACERO</p>	
SISTEMA CONSTRUCTIVO		<p>VIDRIO LENGUAJE HISTÓRICO DE ESPERACIONALES</p>	
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		<p>EDIFICACIÓN COLINDANTE EQUIPAMIENTO</p>	
ESPACIOS USOS PROGRAMACIÓN		<p>PROGRAMA FIJO SERVICIOS - PARQUEADERO</p>	<p>Los módulos de comercio emergen desde el suelo a manera de islas en el espacio, mientras que los espacios de servicios y circulaciones y locales comerciales se adosan a los linderos para definir circulaciones y recorridos.</p>
RELACIONES ESPACIALES ORGANIGRAMA		<p>PROGRAMA FIJO SERVICIOS - PARQUEADERO</p>	<p>El programa se divide en: programa fijo, el cual se ubica a los laterales y son espacios de servicio y circulaciones verticales, y por otra parte el programa flexible que son módulos de comercio en medio del mercado</p>
ACCESIBILIDAD CIRCULACIONES		<p>PROGRAMA FIJO SERVICIOS - PARQUEADERO</p>	<p>Funcionalmente el mercado solo establece una agrupación del programa fijo en donde están distribuidos espacios servidores y locales comerciales, en contraposición a los módulos de puestos comerciales que emergen sin un orden alguno para delimitar las circulaciones y los recorridos. El Arquitecto busca que el programa sea parte de un recorrido que relaciona el interior y el exterior del proyecto.</p>
ESTRUCTURAS		<p>ACERO</p>	
ENVOLVENTES		<p>ESTRUCTURA INCLINADA DE PROGRAMACIÓN ACERO</p>	
SISTEMA CONSTRUCTIVO		<p>VIDRIO LENGUAJE HISTÓRICO DE ESPERACIONALES</p>	
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		<p>EDIFICACIÓN COLINDANTE EQUIPAMIENTO</p>	
SIGNOS MARCAS MENSAJE		<p>PROGRAMA FIJO SERVICIOS - PARQUEADERO</p>	<p>Simbólicamente el proyecto contrasta la línea de diseño propia del arquitecto Enric Miralles y el lenguaje histórico que propio del antiguo Convento de Santa Caterina. Al interior el proyecto busca crear una estricta relación con el exterior, de manera que el espacio físico se convierta en un enlace y un espacio de turismo y recorrido. Además, es importante mencionar la dinámica existente entre la materialidad y la estructura, en contraste con la cubierta que alberga todas las actividades con un gran mosaico con motivos frutales y florales.</p>
ESTRUCTURAS		<p>EN VOLANTE CUBIERTA COMO MOSAICO FRUTAL</p>	
ENVOLVENTES		<p>QUINTA FACHADA ELEMENTO SIMBÓLICO</p>	
SISTEMA CONSTRUCTIVO		<p>DESFAJALIZACIÓN LENGUAJE FAMILIAR</p>	
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		<p>ELEMENTO TURÍSTICO</p>	
FORMA			
FUNCIÓN			
TECNOLOGÍAS			
SIMBÓLICA			

Tabla 5.
Análisis del Marthkal de Rotterdam

PARÁMETROS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO	2 Marthkal Rotterdam - MVRDV	RESPECTO AL SITO	RESPECTO AL ENTORNO	CONCLUSIONES
IMPLANTACIÓN		<p>El mercado de Rotterdam establece su forma tomando en cuenta el contexto preexistente y busca el implantarse como una masa para poder ganar protagonismo sobre las demás edificaciones</p>		
COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA		<p>El volumen asemeja un semi cilindro ligeramente deformado en la cubierta y del cual se sustrae un cilindro interior en donde se alberga el mercado y las relaciones espaciales, lo restante del volumen alberga residencia</p>		
ACCESIBILIDAD		<p>ACCESO PEATONAL</p> <p>ACCESO VEHICULAR</p>		
CLIMA Y ASOLEAMIENTO		<p>RAYOS DEL SOL</p> <p>CORRIENTES</p>		
ESTRUCTURAS		<p>ENVOLVENTE TUMBADO COMO GENERADOR DEL VACÍO BÓVEDA</p>		
ENVOLVENTES		<p>IMPRESIÓN 3D</p>		
SISTEMA CONSTRUCTIVO		<p>METAL</p>		
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		<p>ESTRUCTURA DE LADRILLO COMO ELEMENTO AUTOPORTANTE</p>		
ESPACIOS USOS PROGRAMACIÓN		<p>HORMIGÓN</p>		
RELACIONES ESPACIALES ORGANIGRAMA		<p>MASA</p> <p>RESALTA EL VOLUMEN SOBRE ESPERANZAS COLUMNARES</p>		
ACCESIBILIDAD CIRCULACIONES		<p>BOVEDA RESIDENCIAL + SERVICIOS</p>		
ESTRUCTURAS		<p>HALL MERCADO + LOCALES COMERCIALES</p>		
ENVOLVENTES		<p>BOVEDA RESIDENCIAL + SERVICIOS</p>		
SISTEMA CONSTRUCTIVO		<p>METAL</p>		
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		<p>ESTRUCTURA DE LADRILLO COMO ELEMENTO AUTOPORTANTE</p>		
SIGNOS MARCAS MENSAJE		<p>HALL COMERCIAL MERCADO + LOCALES COMERCIALES</p>		
ESTRUCTURAS		<p>BOVEDA RESIDENCIAL + SERVICIOS</p>		
ENVOLVENTES		<p>METAL</p>		
SISTEMA CONSTRUCTIVO		<p>ESTRUCTURA DE LADRILLO COMO ELEMENTO AUTOPORTANTE</p>		
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		<p>MASA</p> <p>RESALTA EL VOLUMEN SOBRE ESPERANZAS COLUMNARES</p>		
FORMA		<p>IMPRESIÓN 3D</p>		
FUNCIÓN		<p>BOVEDA RESIDENCIAL + SERVICIOS</p>		
SIMBÓLICA		<p>HALL COMERCIAL MERCADO + LOCALES COMERCIALES</p>		

Formalmente el edificio representa una masa para resaltar sobre las edificaciones aledañas, su morfología asemeja un semicilindro al que han suturado uno de menor escala en su interior, para poder tener una diferenciación volumétrica de las actividades e hibridación establecidas en el proyecto. La forma de este mercado resalta la direccionalidad del hall principal y el acceso hacia el espacio

El programa se organiza; ubicando los espacios de servicio y vivienda a los laterales de la edificación, formando una bóveda, los módulos de comercio y locales comerciales se ubican en el centro del volumen.

Las relaciones espaciales están ligadas a la hibridación del espacio; vivienda y mercado, la parte de vivienda toma forma de bóveda que contiene un gran vacío, que alberga el mercado y el comercio.

Se propuso un circuito de circulación, jerarquizada por ejes longitudinales, con la finalidad de unir los dos accesos, la circulación secundaria es una ramificación del mismo circuito que une el programa y las actividades internamente

Funcionalmente, lo que hace único a este mercado es su hibridación, en donde se combina el comercio y la residencia en una misma edificación, y es esta misma hibridación la que potencia la apropiación del espacio. El espacio se organiza en una bóveda donde se alberga la residencia, generando un vacío en donde se establecen las actividades comerciales de un mercado a manera de hall principal

Ciudades como Rotterdam, han buscado dar un valor simbólico a sus mercados, evocando su tradiciones y costumbres, de manera que se conviertan en elementos turísticos en la ciudad y así prolongar su existencia en el territorio.

Simbólicamente se ha convertido en un punto turístico importante en la ciudad de Rotterdam, el cual ha impulsado a otros mercados de la ciudad a tomar esta misma vocación. El elemento símbolo de la edificación es el tumbado de la bóveda que alberga el hall comercial, el cual es una impresión 3D de un mosaico con motivos frutales y florales.

Tabla 6.
Análisis del Mercado Temporal Barceló

PARÁMETROS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL ENTORNO	CONCLUSIONES
IMPLANTACIÓN		<p>El mercado Barceló toma forma por el juego de volúmenes funcionales implantados, que están unidos por un circuito de circulación cubierta, dicho volúmenes pentagonales están dispuestos de manera jerárquica y modular.</p>	
COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA		<p>Los volúmenes pentagonales están dispuestos de manera simétrica jugando con el ritmo de las escalas para poder dar un sentido de equilibrio en la composición</p>	
ACCESIBILIDAD			
CLIMA Y ASOLEAMIENTO			
ESTRUCTURAS			<p>Este mercado se propuso como temporal hasta la finalización de la construcción del Mercado Barceló, el proyecto se implanta en el terreno como seis pentagonos os que albergan programa, Una de las fortalezas del proyecto es su composición volumétrica ya que esta diseñada para tener ingreso de luz durante la mayor cantidad de horas posible de una forma central y reflejar iluminación a las fachadas de las edificaciones aledañas.</p>
ENVOLVENTES			
SISTEMA CONSTRUCTIVO			
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL			
ESPACIOS USOS PROGRAMACIÓN		<p>Los volúmenes pentagonales están dispuestos de manera jerárquica según la importancia de la función que alberga, el programa comercial está ubicado en los pentágonos y el programa de servicios en un barra externa</p> <ul style="list-style-type: none"> ● MODULOS - GRUOS ● LOCALES ● SERVICIOS 	
RELACIONES ESPACIALES ORGANIGRAMA		<p>La relación espacial esta en la diferenciación volumétrica existente, ligada estrictamente a una circulación exterior cubierta que unifica el programa en todo el proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PRINCIPALES ● SECUNDARIOS ● SERVICIOS 	
ACCESIBILIDAD CIRCULACIONES		<p>La circulación esta basada en un circuito que se ramifica a partir de un eje longitudinal que une los dos accesos, por otra parte existe una circulación interna en cada uno de los volúmenes que se unen a dicho eje principal</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ CIRCULACIÓN ▲ ACCESO 	<p>Funcionalmente el mercado se organiza volumetricamente, debido a la jerarquización del programa que alberga cada modulo. Estos volúmenes están unidos por un circuito de circulación exterior cubierta que une los accesos principales del proyecto siguiendo un eje longitudinal. Al interior la estructura se establece a manera de galpón para no interrumpir las actividades ni los recorridos del usuario.</p>
ESTRUCTURAS			
ENVOLVENTES			
SISTEMA CONSTRUCTIVO			
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL			
SIGNOS MARCAS MENSAJE		<p>Ciudades como Madrid, han buscado dar un valor simbólico a sus mercados, evocando su tradiciones y costumbres, de manera que se convierten en elementos turísticos en la ciudad y así prolongar su existencia en el territorio.</p>	
ESTRUCTURAS			<p>Simbólicamente el proyecto evoca el sentido de temporalidad en el territorio, de manera que la concepción de objeto arquitectónico busca el fácil desmantelado de todas sus partes y el reciclaje de sus materiales. De manera conceptual se puede apreciar la arquitectura efímera y como al llegar el fin del mismo puede dar cabida a otras actividades y otras dinámicas en un mismo emplazamiento</p>
ENVOLVENTES			
SISTEMA CONSTRUCTIVO			
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL			

2.1.4. Planificación propuesta y planificación vigente

El mercado tal como lo define la norma INEN es: “Centro de comercialización de alimentos que cuenta con infraestructura fija y cerrada, donde los comerciantes compran y venden sus productos al público en sus puestos individuales distribuidos por giros” (Normas INEN, 2013, pp3)

“Giros: Parte de una sección del mercado que representa a un grupo específico de productos, por ejemplo: cárnicos, lácteos, frutas, etc.” (Normas INEN, 2013, pp3)

El manual de “Mercados Saludables. Requisitos”, perteneciente a la Norma INEN para mercados, tiene como objetivo establecer: “los requisitos y prácticas que deben cumplir los mercados para la comercialización y/o elaboración de alimentos inocuos aptos para el consumo humano.” (Normas INEN, 2013, pp1) y estos son requisitos indispensables para “todos los mercados mayoristas y mercados minoristas que realizan actividades de adquisición, recepción, manipulación, preparación, comercialización, almacenamiento, y transporte de alimentos a nivel nacional.” (Normas INEN, 2013, pp1). El manual redacta los requisitos y parámetros que contemplan; infraestructura, capacitación profesional, equipos, utensilios, limpieza, control de plagas y seguridad, necesarios para poder ser considerado un mercado saludable, el cual se define como; “Centro de comercialización de alimentos que ha cumplido los requisitos y prácticas para la comercialización y/o elaboración de alimentos inocuos especificados en esta norma técnica ecuatoriana” (Normas INEN, 2013, pp3)

La Ordenanza Municipal N°0253 de mercados mayoristas, minoristas y ferias municipales, dentro del Art.II.267, se establece que es importante “regular la prestación del servicio de abastecimiento y comercialización de productos alimenticios y mercancías que se puedan expender a través de los mercados municipales, ferias municipales existentes en los mercados y plataformas autorizadas por la Dirección Metropolitana de Comercialización, que se encuentren en funcionamiento, o los que se autoricen, integren o construyeren en el Distrito Metropolitano de Quito”. Para ello “el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito se encargará, a través de la Dirección Metropolitana de Comercialización de la administración, supervisión, control y vigilancia del cumplimiento del sistema de comercialización”.

2.1.5. Red de abastecimiento de productos

El Ecuador es considerado uno de los países con mayor variedad de flora y fauna en el mundo, además, las óptimas condiciones climáticas que presenta dentro de sus cuatro regiones; sierra, costa, oriente e insular, permiten un alto potencial de producción de materia prima para el consumo y abastecimiento de toda la población en el territorio ecuatoriano, principalmente en la ciudad capital. Los canales de abastecimiento de Quito se establecen por la cadena de distribución de productos en la red de mercados y ferias de Quito, donde los comerciantes se abastecen principalmente fuera de la ciudad, en centros de producción o comercialización. (Cazamajor, 1984, pp. 34). Las principales zonas de producción y abastecimiento para la ciudad de Quito son:

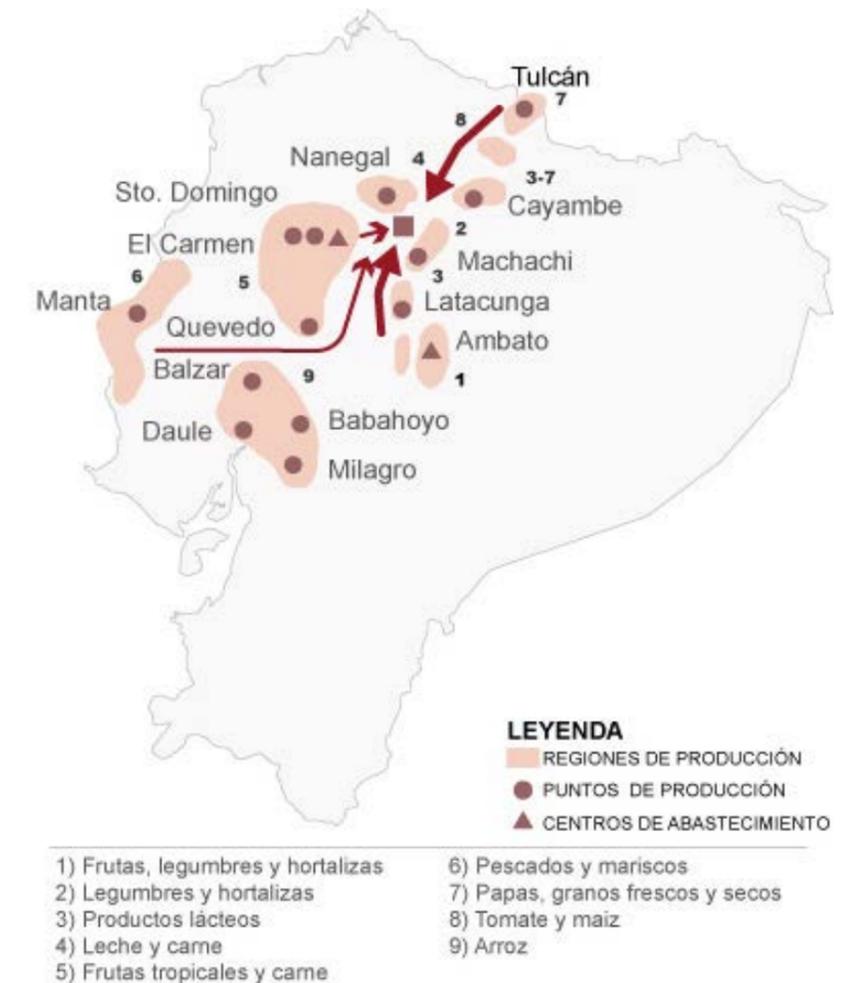


Figura 23. Principales regiones abastecedoras de Quito.

Adaptado de (Los mercados y ferias de Quito, 1984, pp. 22)

Provincia del Carchi: papas y granos.

Provincia de Tungurahua: Frutas, legumbres y hortalizas.

Provincia de Pichincha: frutas, legumbres, hortalizas, carnes y lácteos.

Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas: frutas, legumbres, hortalizas, carnes y lácteos.

Provincia de Manabí: Pescados, mariscos y frutas tropicales. (Cazamajor, 1984, pp. 16)

2.1.6. Red de comercialización de productos.

El sistema de comercialización del producto y la materia prima trabaja en bajo una estructura jerárquica, la misma que mantiene una dinámica que determina la magnitud de dicha red de comercialización y el valor del producto hasta llegar al punto de venta al público. Esta dinámica se establece según; la zona de producción y la distancia existente hasta el punto de venta, el número de actores que intervienen en la cadena de comercialización y la escala del emplazamiento de comercialización, es por esto que, mientras mayor equilibrio exista entre estos factores, se evita una especulación en el valor del producto y se garantiza la calidad del mismo hasta su consumo.

“En Quito, como en el resto del país, no se puede hablar de un solo tamaño de la cadena de intermediación” (Cazamajor, 1984, pp. 227), de manera que se establecen tres diferentes escenarios para la de comercialización de productos.

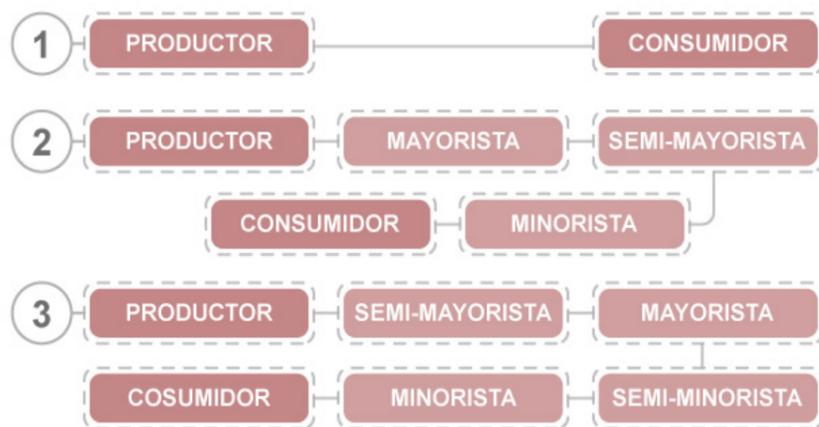


Figura 24. Escenarios de comercio de productos en Quito. Adaptado de (los mercados y ferias de Quito, 1984, pp.27)

2.1.7. El espacio objeto de estudio

2.1.7.1. La ciudad y el entorno

A partir del siglo XVIII, con el desarrollo de nuevas fuerzas productivas para la economía nacional, se empieza a dar minúsculos cambios en la morfología de las ciudades del país, cuya intención fue la expansión de las mismas en el territorio. Al ser Quito la capital del país se vio mucho más acentuada la tendencia de crecimiento urbano, y no fue hasta principios del siglo XX que comenzó a existir un desarrollo considerable en la ciudad, la misma que se originó por; “el nacimiento, aunque incipiente, de la industria; (...); la formación del capital bancario; la «urbanización» de ciertos sectores de terratenientes” (Carrión, 2012, p. 506). Durante este periodo, la influencia de nuevos modelos urbanos traídos desde Europa que buscaban nuevos usos del suelo, y la alta demanda de comercio obligaban al cabildo a buscar nuevos planes de expansión urbana, por lo cual, el arquitecto Gualberto Pérez elabora un plan de crecimiento urbano que mantenía el casco histórico intacto y predecía una tendencia de considerable crecimiento hacia el sur de la ciudad; debido a que la zona sur de la ciudad presentaba mejores condiciones topográficas que el norte de la ciudad, pero esta planificación solo quedó en una mera utopía debido a que la misma ciudad fue quien delimitó su propio eje de crecimiento. Este esporádico crecimiento hacia el norte de la ciudad se fundamenta con la presencia de un eje vial que comunicaba en ese entonces la ciudad de Quito con el litoral ecuatoriano, en la actualidad, dicha vía sigue existiendo y es conocida como Av.10 de Agosto, que es uno de los principales ejes viales de la ciudad y

actualmente en su extensión conecta a la capital con otras ciudades de América del Sur.

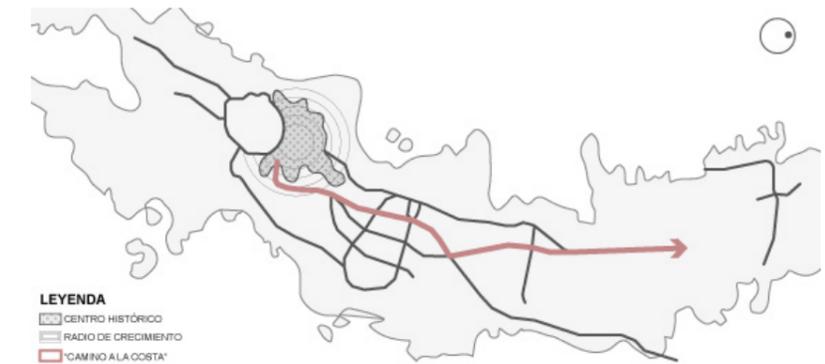


Figura 25. Plano de Crecimiento Urbano de Quito (1948-1904)

Adaptado de (los mercados y ferias de Quito, 1984, pp.27)

Cabe recalcar que a pesar del constante cambio de nombre de esta vía a lo largo de la historia era conocido popularmente como “Camino a la costa”, y durante mediados del siglo XIX mantuvo el nombre de calle Santa Prisca en uno de sus tramos, nombre otorgado por la parroquia a la cual pertenecía en aquel entonces. La parroquia “Santa Prisca”, según el historiador quiteño Alfonso Ortiz, tiene registro desde el año 1734, en un plano de la ciudad elaborado por el señor Dionisio Alcedo y Herrera. (Ortiz, 2007, p. 127). El nombre de la parroquia “Santa Prisca” se debe a que en ese área; circundante al “Parque La Alameda”, a mediados del siglo XVI se disputó la “Batalla de Iñaquito”, donde murió en combate el virrey del Perú Blasco Núñez de Vela, al darse esta temible pérdida Gonzalo Pizarro ordena construir una capilla en su honor, y según el régimen eclesiástico no era permitido que un templo religioso llevara un nombre profano, de manera que se nombró a dicha capilla con el nombre del santo del día de la batalla, el cual correspondía a Santa Prisca. La capilla,

que no tuvo sino su construcción hasta cuarenta años después, estuvo ubicada en la actual Av. 10 de Agosto y Antonio Ante, actualmente la “Plaza de la República” y el edificio del Consejo Provincial de Pichincha. (La Hora, 2005) (La hora, 2005). Con el incremento del comercio, la facilidad de comunicación vial y demás, la ciudad necesitaba continuar su crecimiento, para lo cual, a finales del siglo XIX el cabildo de la ciudad ordena la planificación y construcción de la “Ciudadela Larrea”, el cual sería el primer barrio planificado en la historia de Quito y años más tarde, concretamente en 1919, “ por interés de la empresa C. A. Álvarez & Co., el proyecto de creación de la ciudadela América y por la misma época, al suroccidente, la creación de la ciudadela La Colmena” (Ortiz, 2007, p. 156). De manera que es así como la ciudad empieza un moderado crecimiento en dirección

norte, hasta esperar la década de los 50’s, en donde, el denominado “Boom Petrolero” que traería tiempos de bonanza a la capital, dispere el crecimiento de la mancha urbana hacia el sur y los valles de la ciudad. De manera que; tanto por la proximidad de la parroquia al centro histórico y los acontecimientos suscitados en el entorno del terreno a intervenir se concluye que existe un alto rigor histórico a considerar dentro del proceso de diseño.



Figura 26. Plano de Crecimiento de Quito (1904-1960)

Elaboración propia.

2.1.7.2. El Sitio

El origen del sitio físico en el cual será implantado el proyecto consta en planos desde el año 1734 dentro de la parroquia “Santa Prisca”, pero no es hasta 1748, en el plano de los señores Jorge Juan y Antonio de Ulloa, que concretamente esta parroquia se parceliza y se delimita en manzanas específicas (Ortiz, 2007, p. 130). Estas manzanas fueron perdiendo su carácter simétrico y ortogonal que seguía la trama de Damero utilizada en el centro histórico de la ciudad, dichas deformaciones en las manzanas ubicadas en la periferia de la ciudad se debían a la condición topográfica de la zona y la presencia del, en aquel entonces conocido, “Potrero del Rey” actual “Parque La Alameda”, que a lo largo del tiempo ha ido delimitando el trazado urbano de la ciudad.

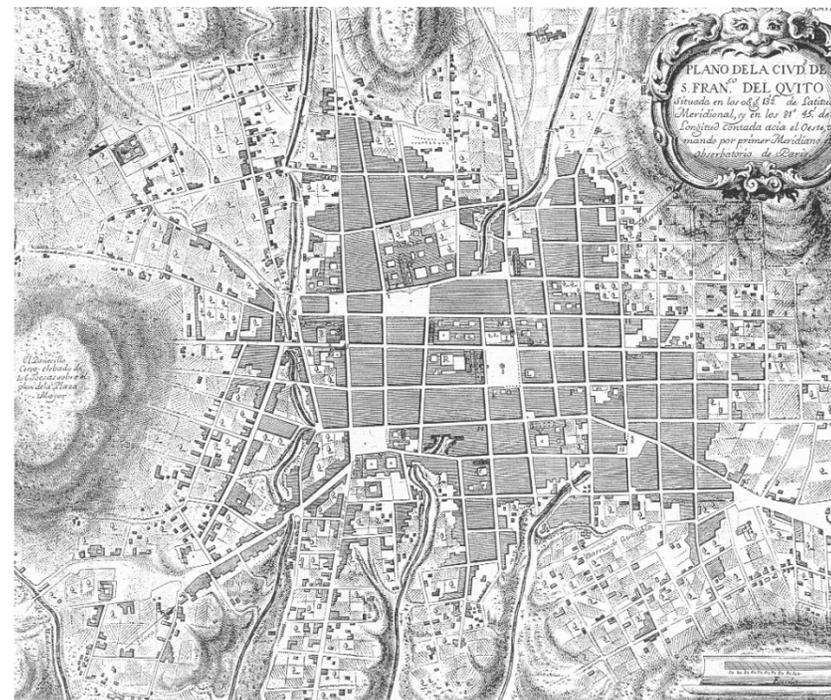


Figura 27. Plano de Quito 1748

Tomado de (Damero, 2007)

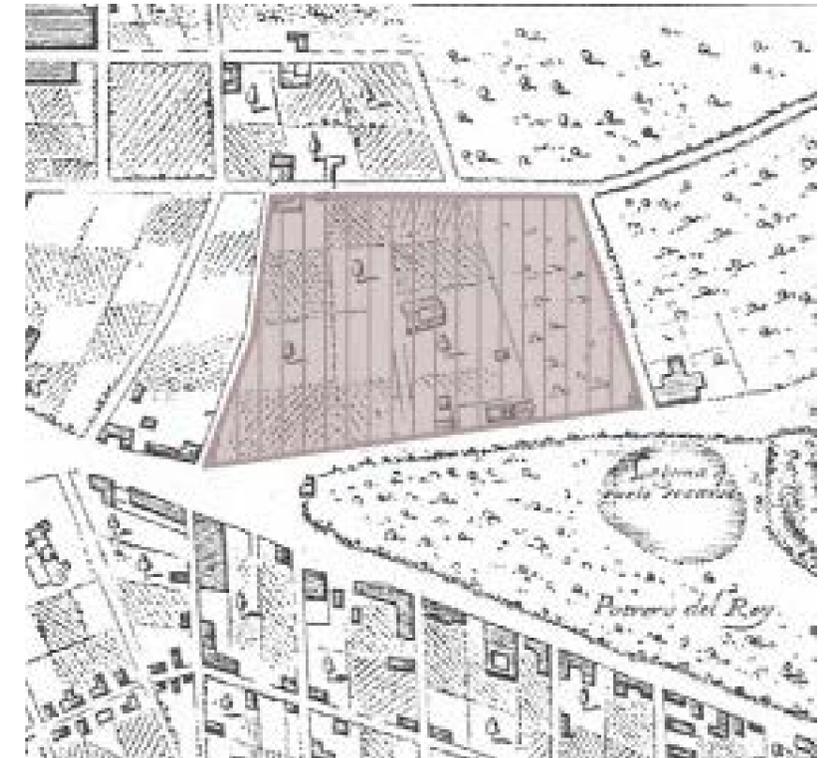


Figura 28. Plano de Quito 1748

Adaptado de (Damero, 2007)

Esta parcela de terreno estuvo en dominio del clero durante varios siglos, y fue el interés del en ese entonces presidente Gabriel García Moreno, por aumentar los establecimientos de educación en el país, que se ordena implantar el “Seminario Menor de Quito” en la parte central inferior de dicha parcela. Este seminario tiene su primera aparición en un documento cartográfico en 1875, mismo que fue elaborado por el padre Juan Bautista Menten, si bien es cierto en el plano de 1875 no está representado el volumen de la edificación, ya se lo considera como parte de la planificación de la ciudad (Ortiz, 2007, p. 143), y no es sino hasta 1883 en el plano publicado por el señor Eduard André que no se ve definida su forma arquitectónica en el mapa de la ciudad (Ortiz, 2007, p. 144).

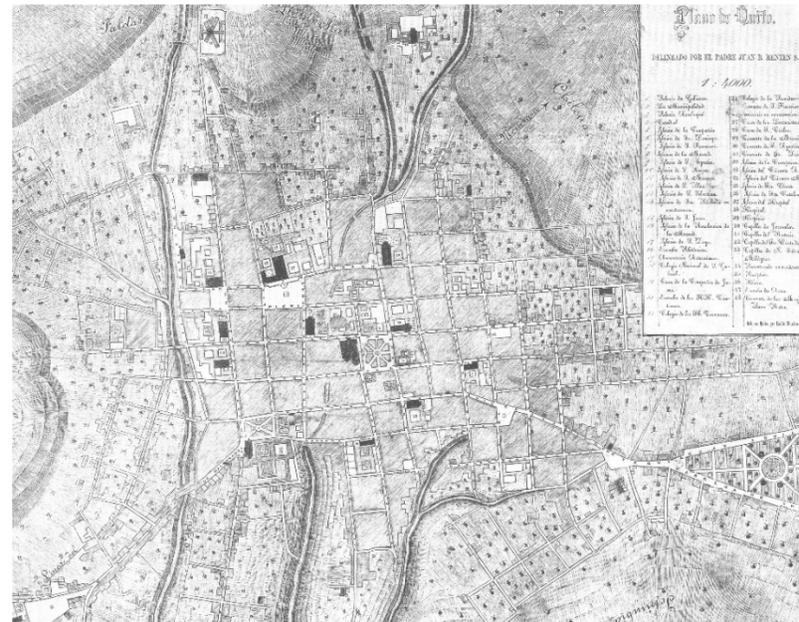


Figura 29. Plano de Quito 1875

Tomado de (Damero, 2007)

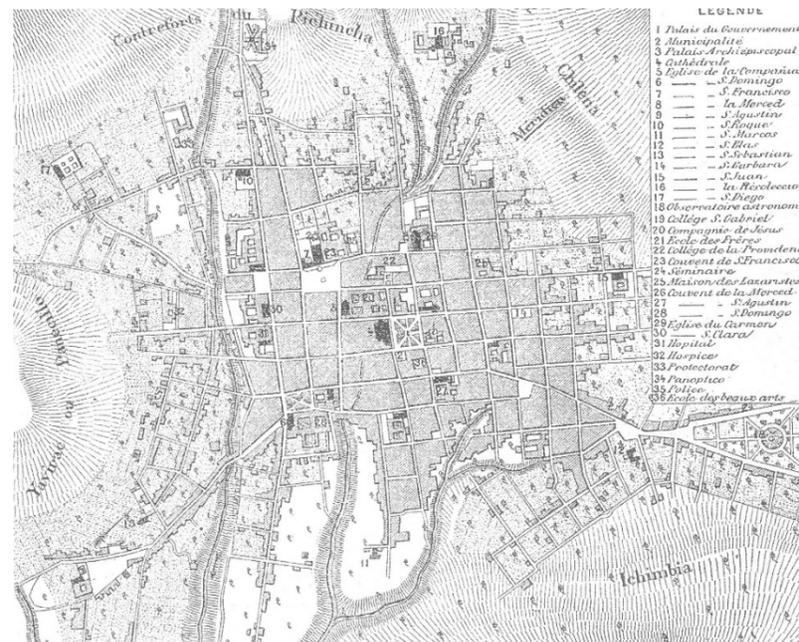


Figura 30. Plano de Quito 1883

Tomado de (Damero, 2007)

El “Seminario Menor de Quito” desempeño sus funciones de una forma confortable para el uso de sus seminaristas ,

albergando una gran de área de espacio verde en sus instalaciones , el mismo que se fue reduciendo con el pasar del tiempo, debido a que esta misma parcela no solo fue destinado al uso único del seminario, por lo cual, este tuvo que ser fraccionado internamente una vez más, dando paso a nuevas vías que han dado forma a la trama urbana histórica de la ciudad; como la calle “Carlos Ibarra” y la actual calle “Santa Prisca”, las mismas que era colindante con el lote del seminario.



Figura 31. Imagen aérea del “Parque La Alameda”

Tomado de (IMU, s.f.)

El origen de la calle “Andrés Farget”; calle en donde se encuentra ubicado el lote destinado al mercado, tuvo la intención original de ser un pasaje peatonal que promueva la conexión de la calle “Santa Prisca” con los terrenos de la Gobernación, es por ello que nace una escalinata que busco conectarse con el pasaje peatonal, y una parcelación indebida de la manzana nunca permitió la apropiada conexión de las calles.



Figura 32. Imagen Estado actual

2.1.8. Análisis del Entorno

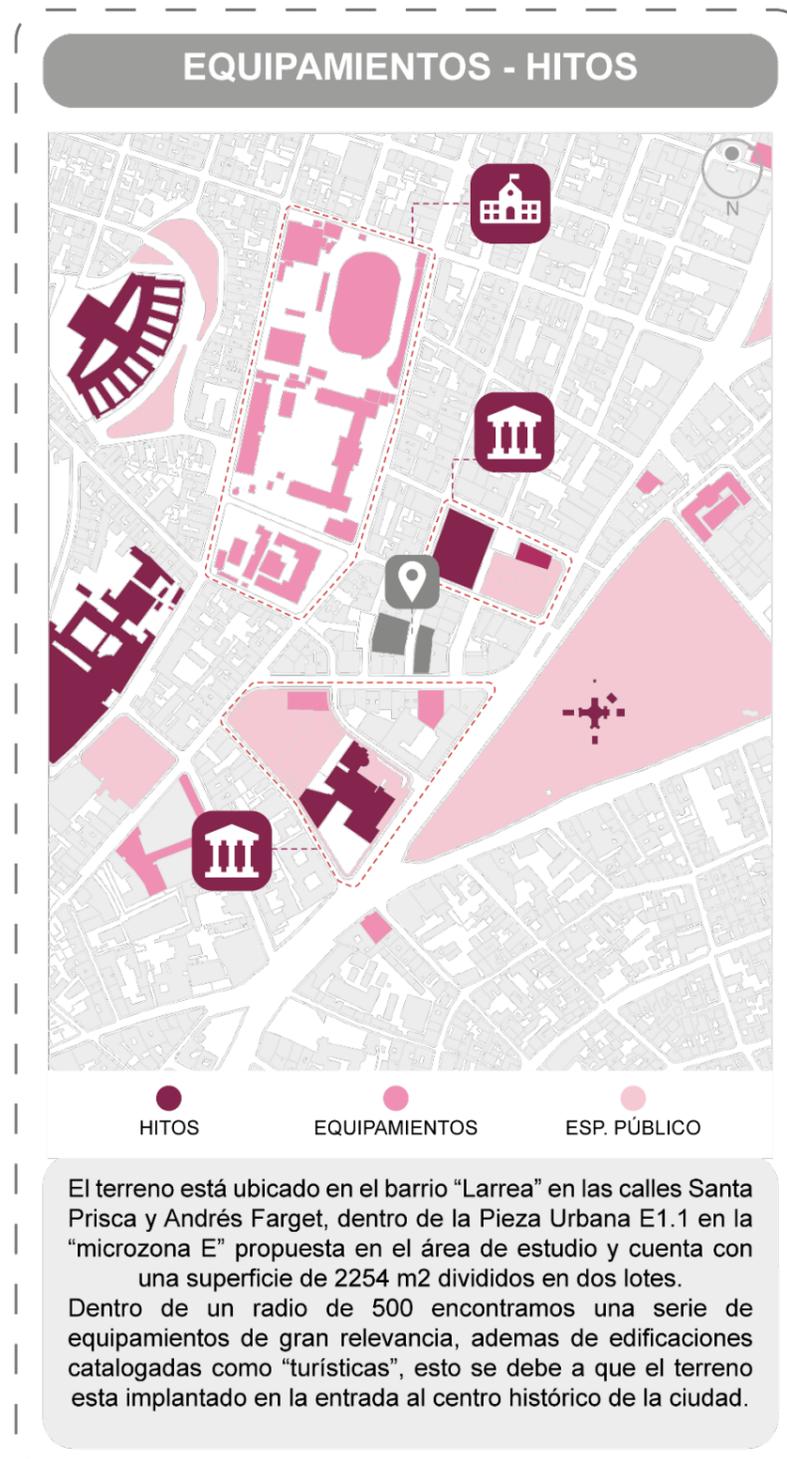


Figura 33. Equipamientos - hitos

Adaptado de (POU, 2018, p. 9)

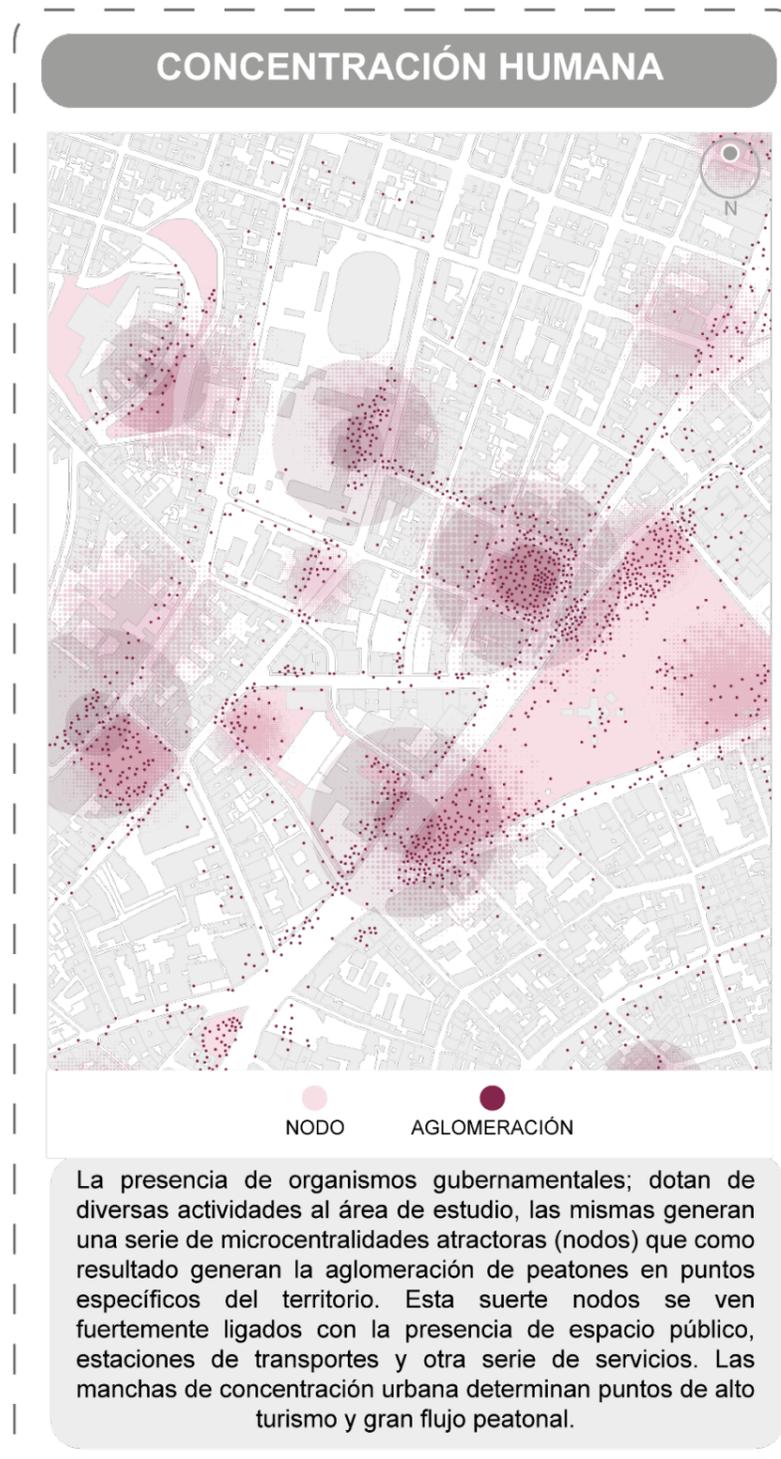


Figura 34. Concentración humana

Adaptado de (POU, 2018, p. 9)

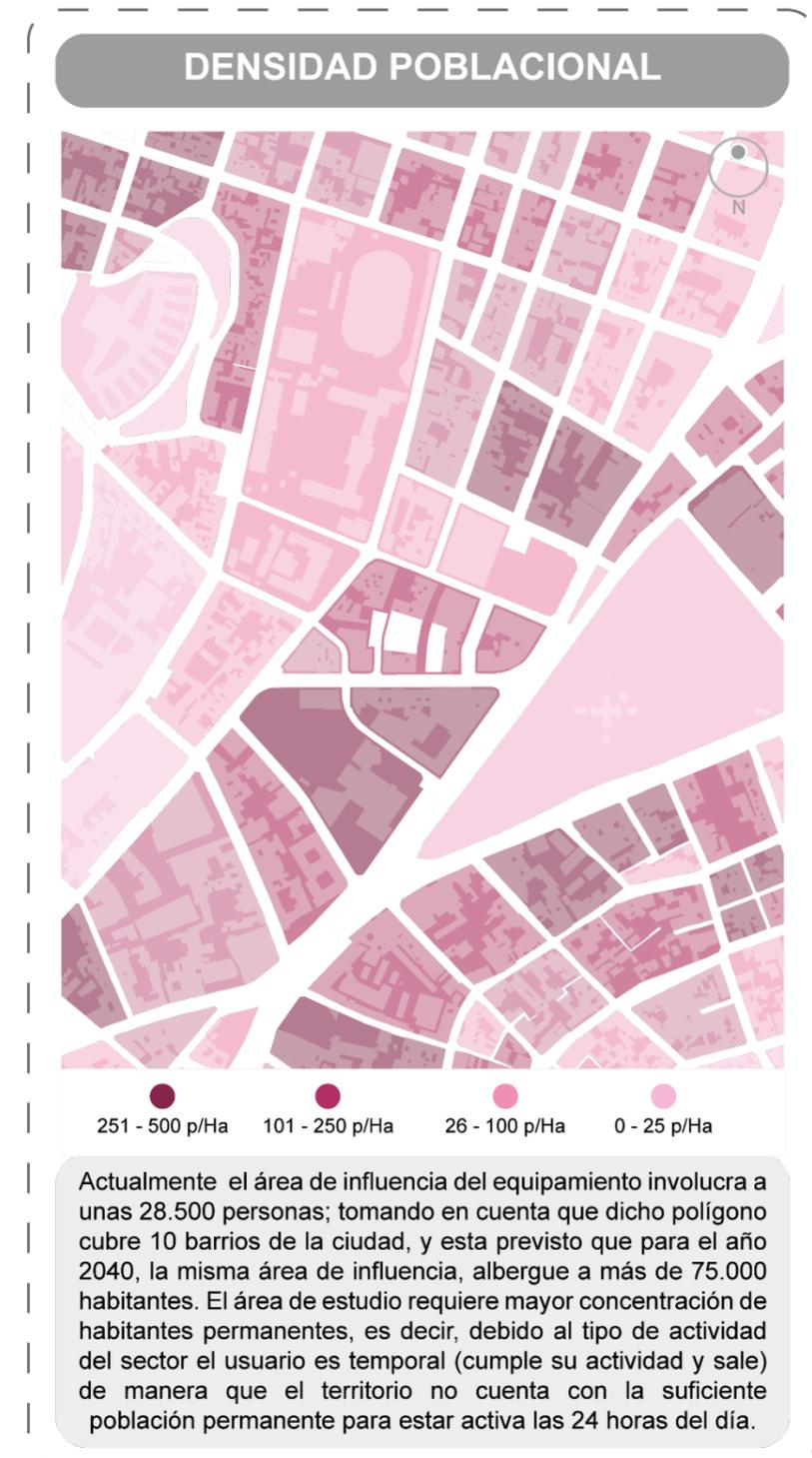


Figura 35. Densidad poblacional

Adaptado de (POU, 2018, p. 9)

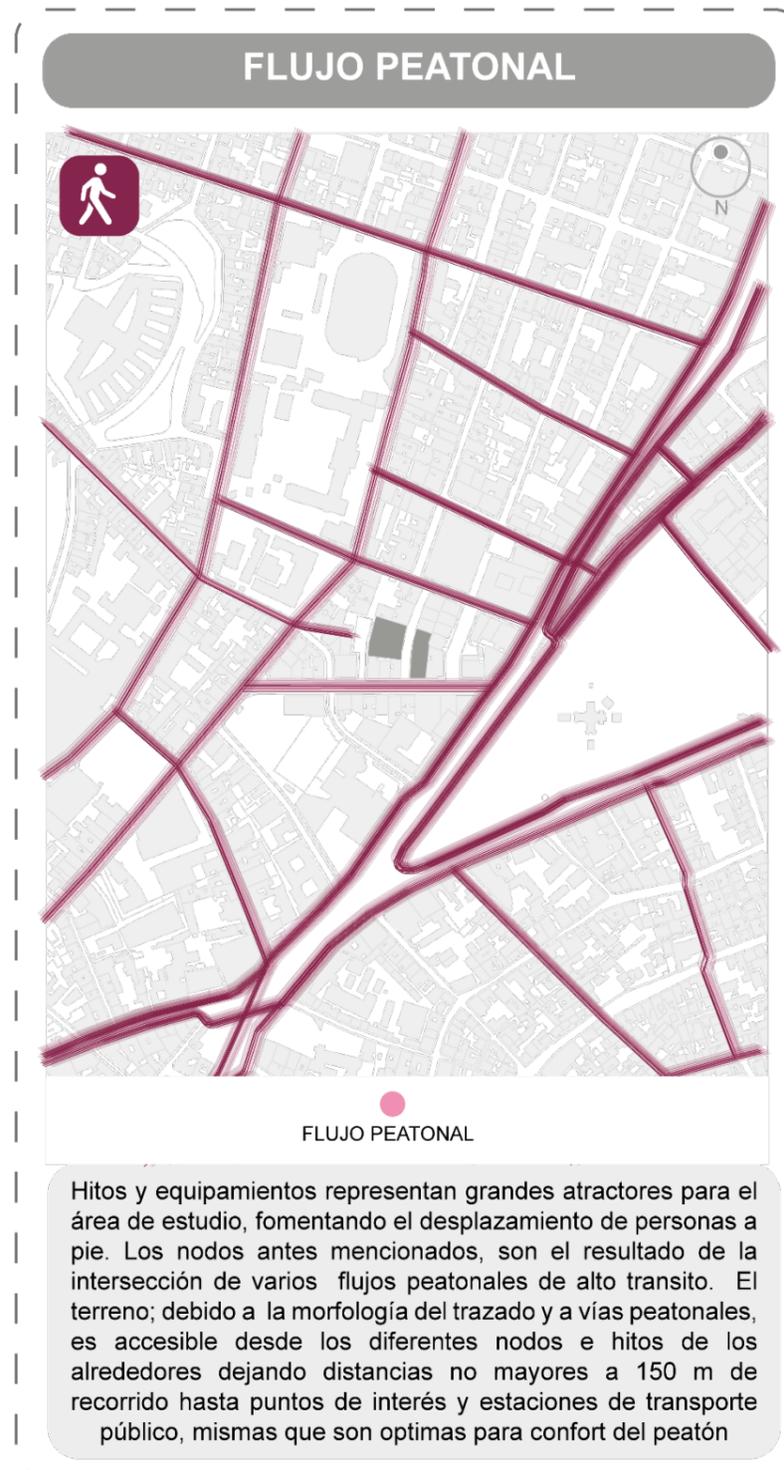


Figura 36. Flujo Peatonal

Adaptado de (POU, 2018, p. 9)

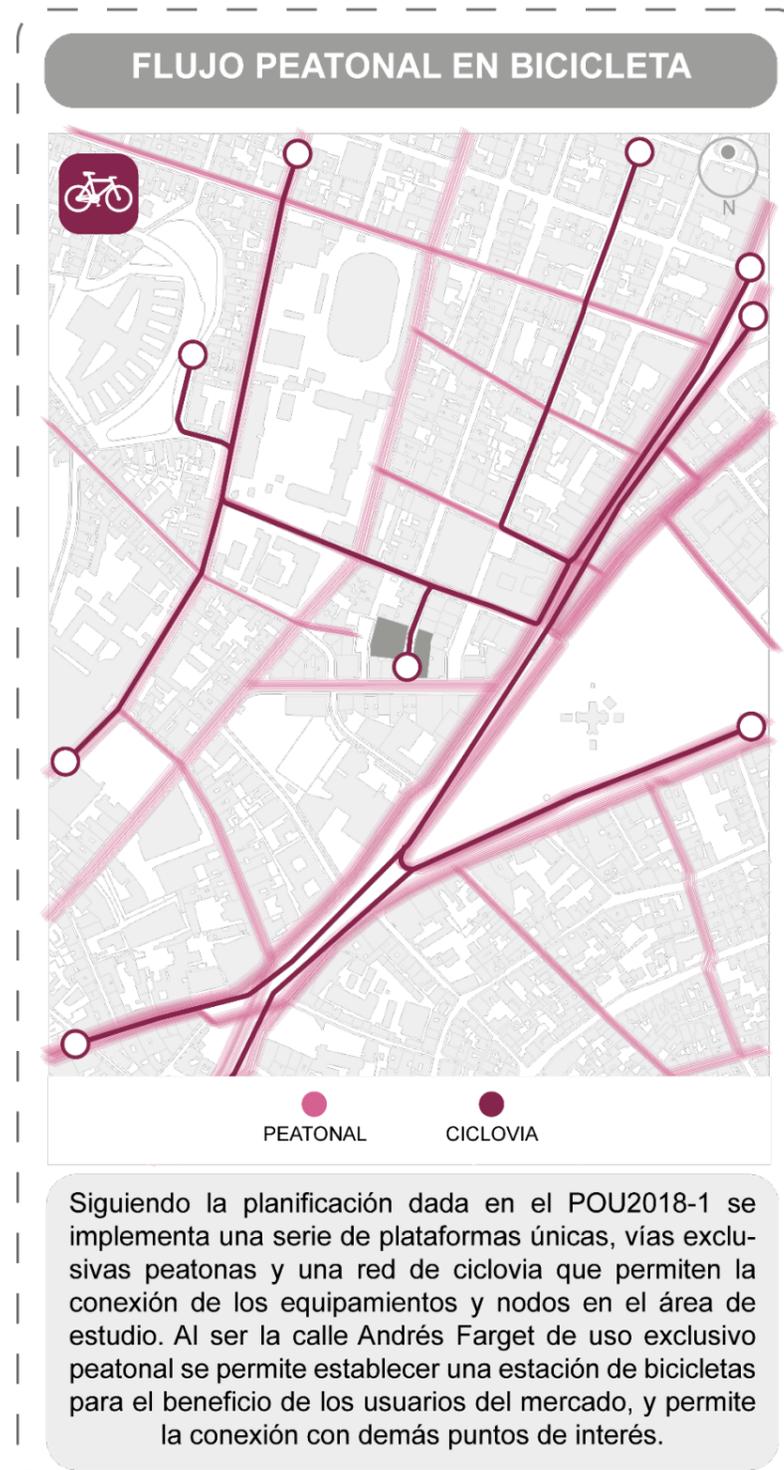


Figura 37. Flujo peatonal en bicicleta

Adaptado de (POU, 2018, p. 9)

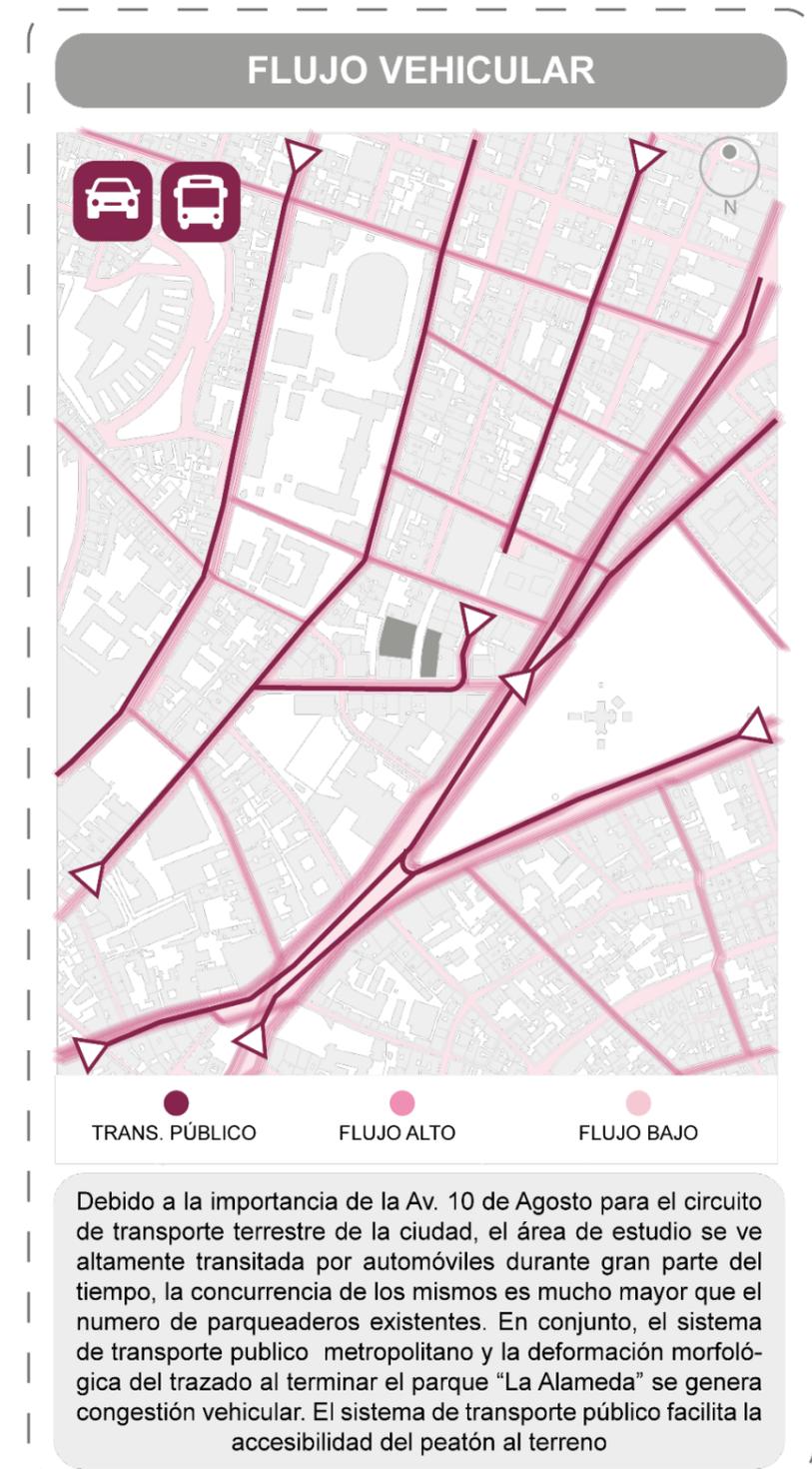


Figura 38. Flujo Vehicular

Adaptado de (POU, 2018, p. 9)

2.1.9. Análisis del Sitio

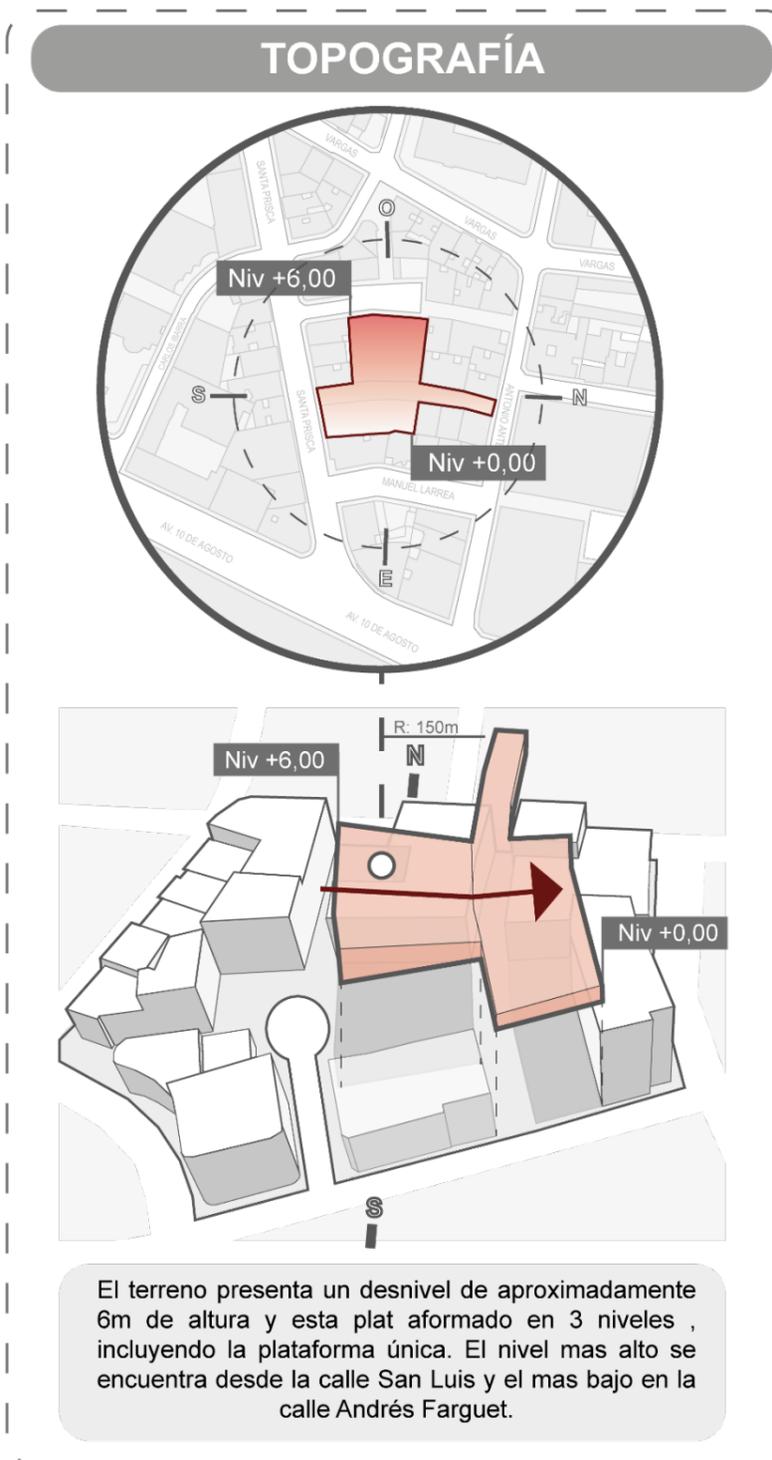


Figura 39. Topografía

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

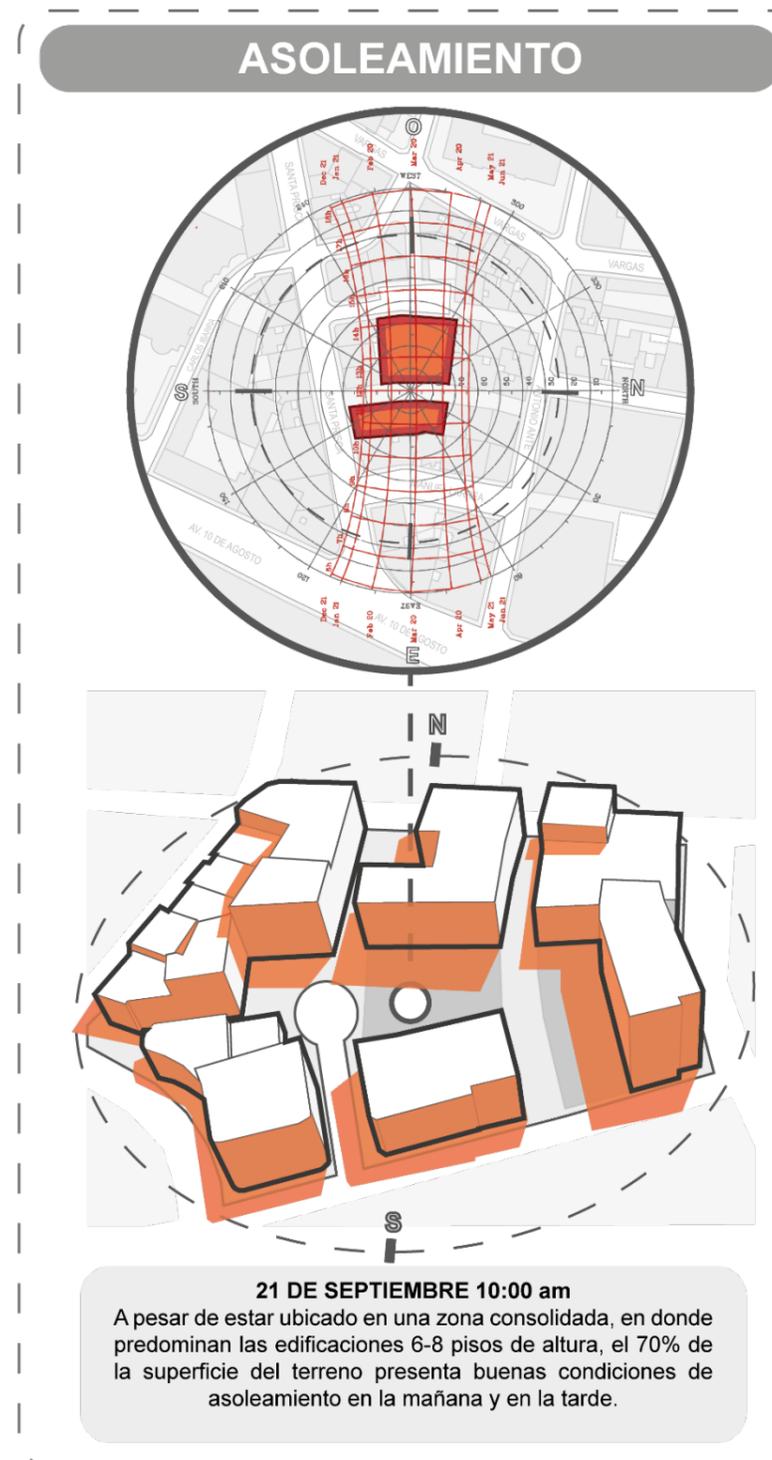


Figura 40. Asoleamiento - Septiembre

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

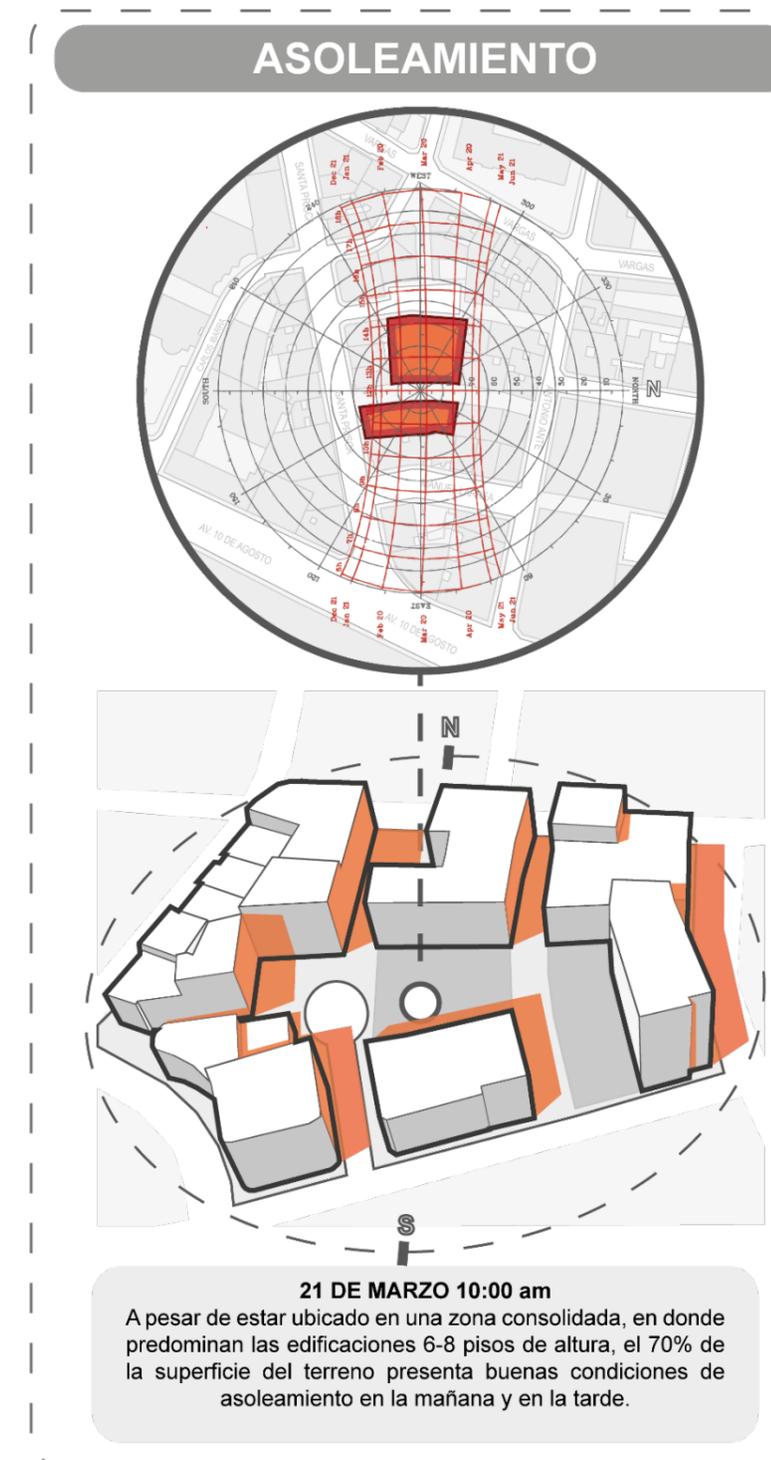


Figura 41. Asoleamiento - Marzo

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

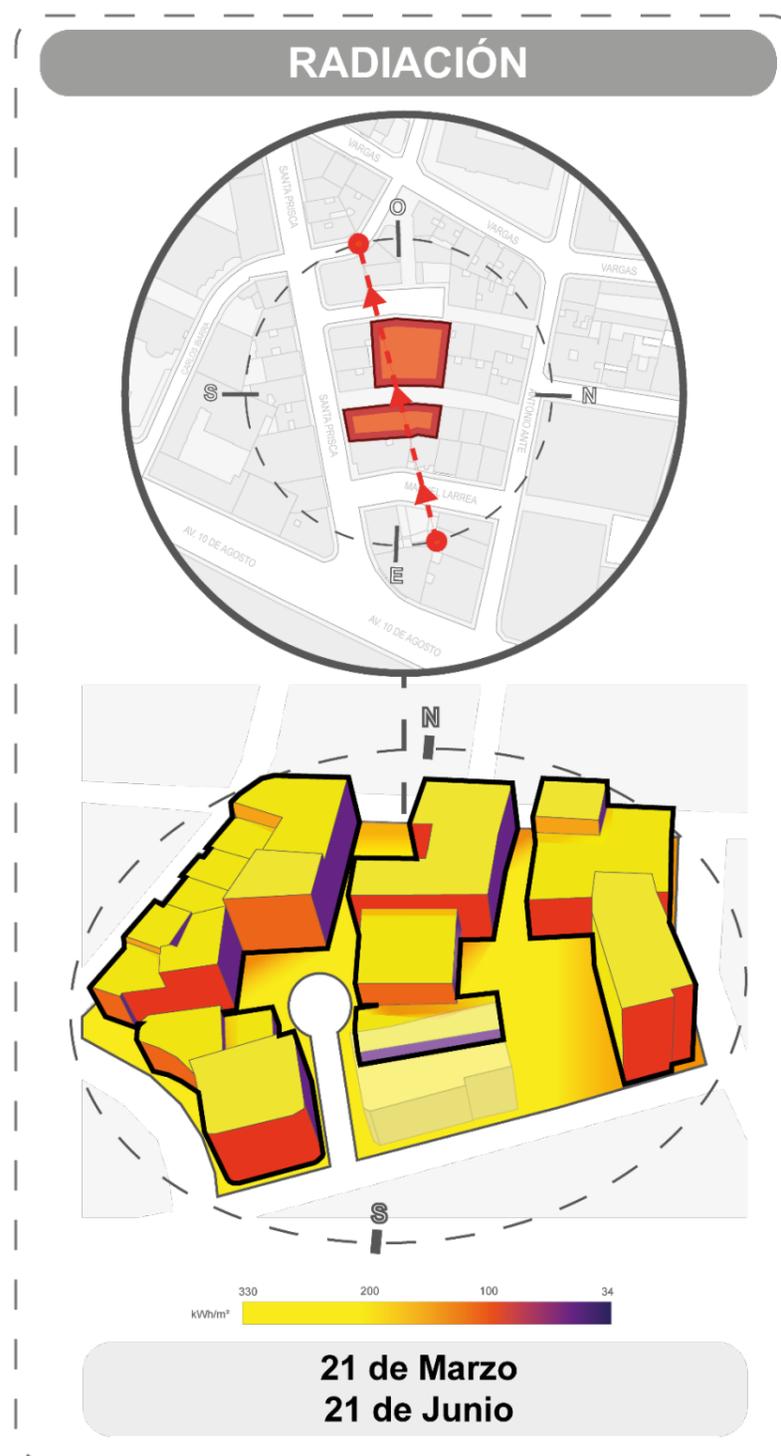


Figura 42. Radiación – Marzo, junio
Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

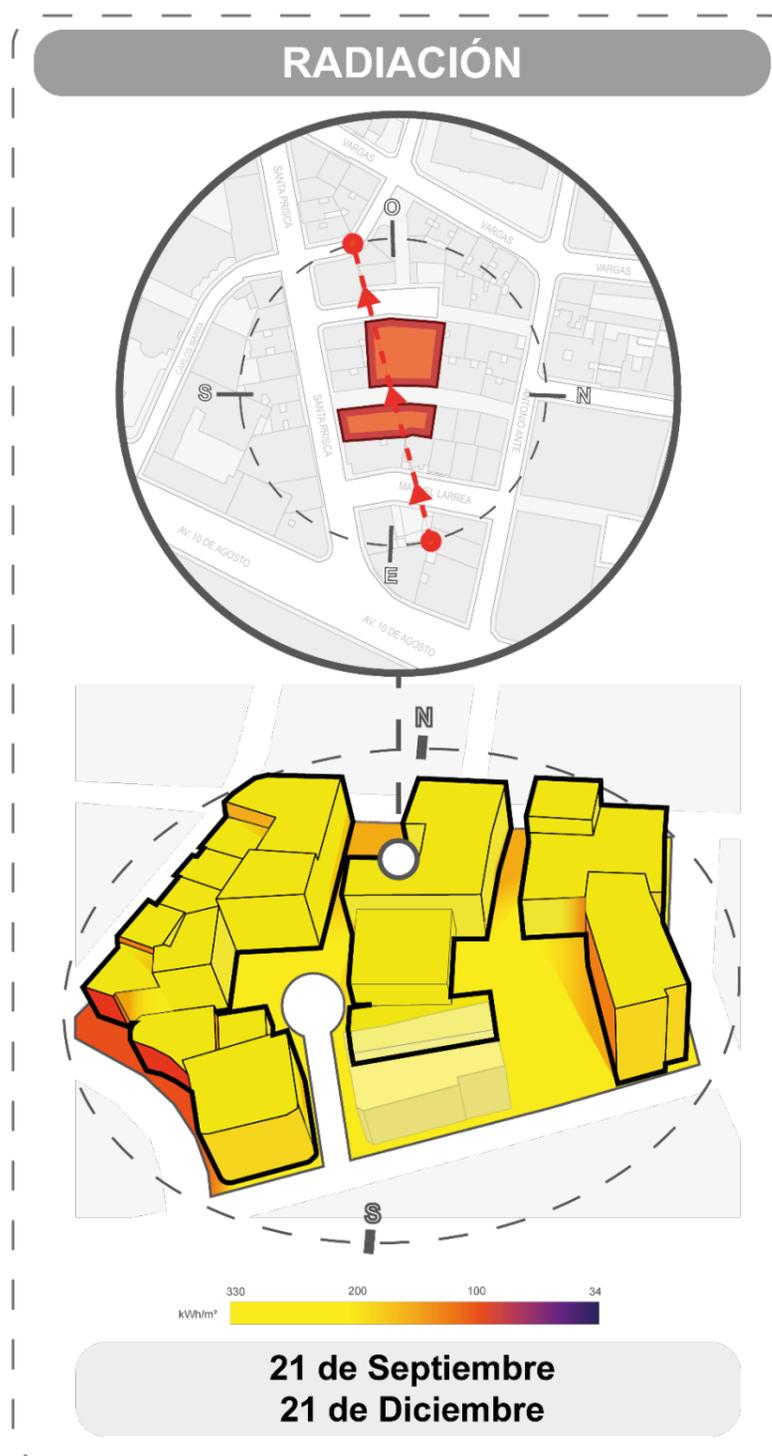


Figura 43. Radiación – Septiembre,
diciembre Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

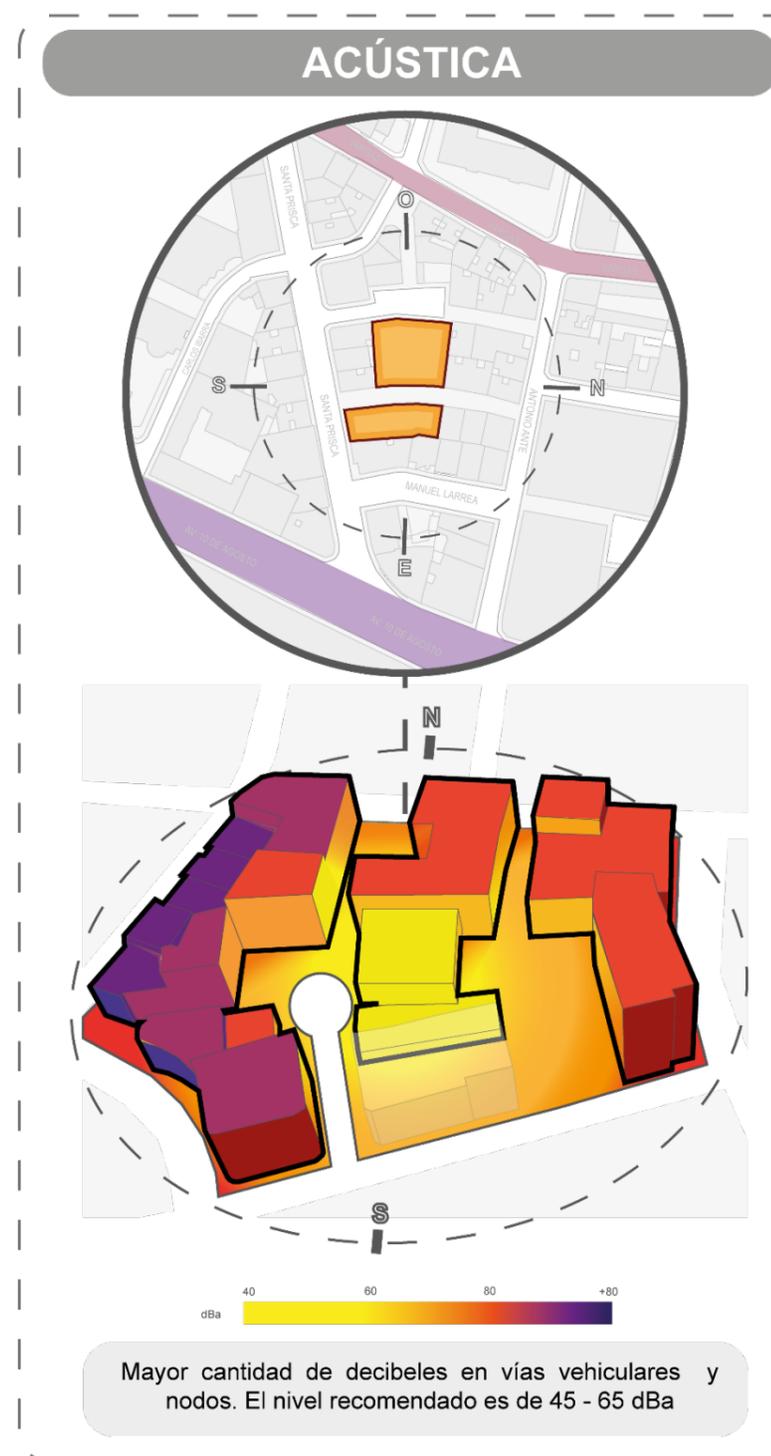


Figura 44. Acústica
Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

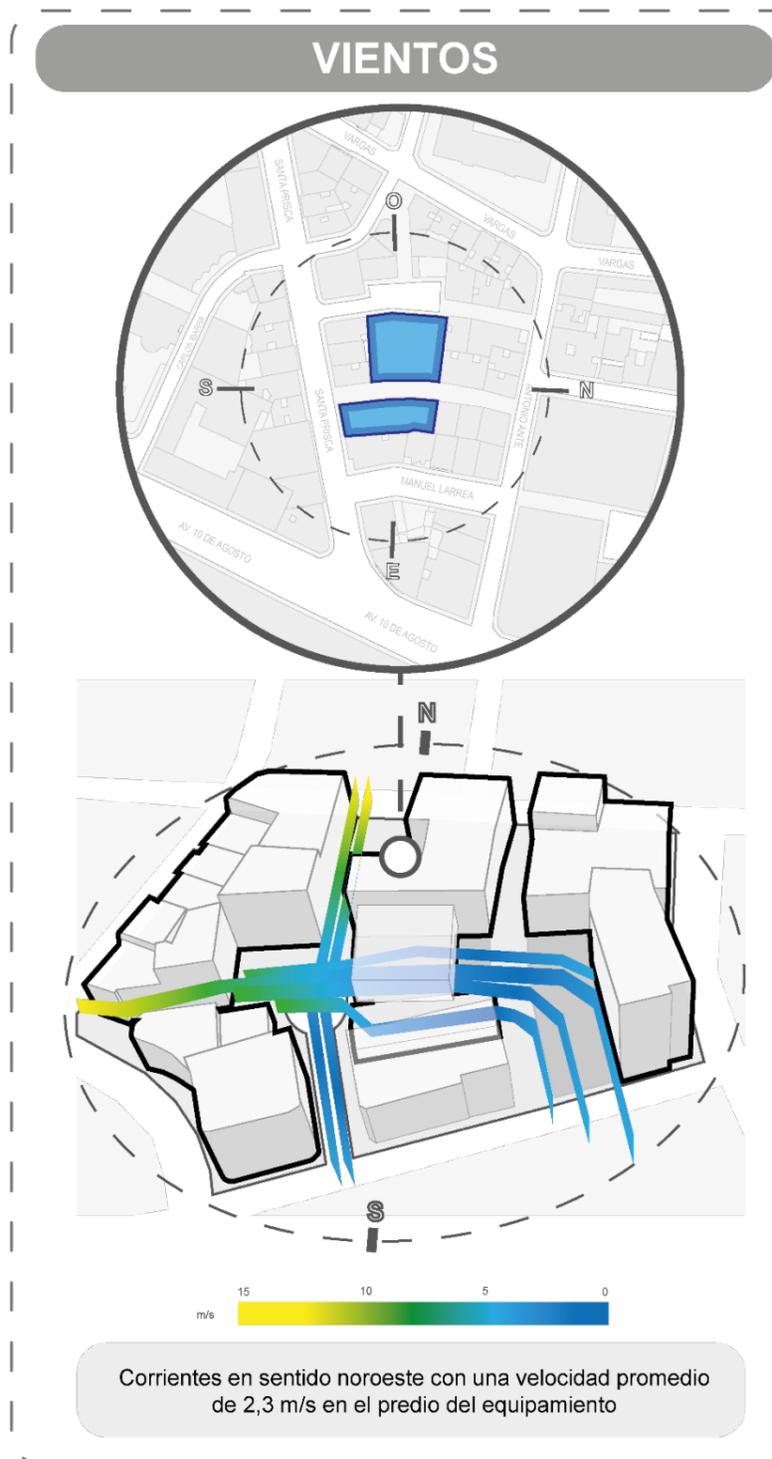


Figura 45. Vientos
Adaptado de (POU, 2018, p. 10)



Figura 46. Velocidad del viento
Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

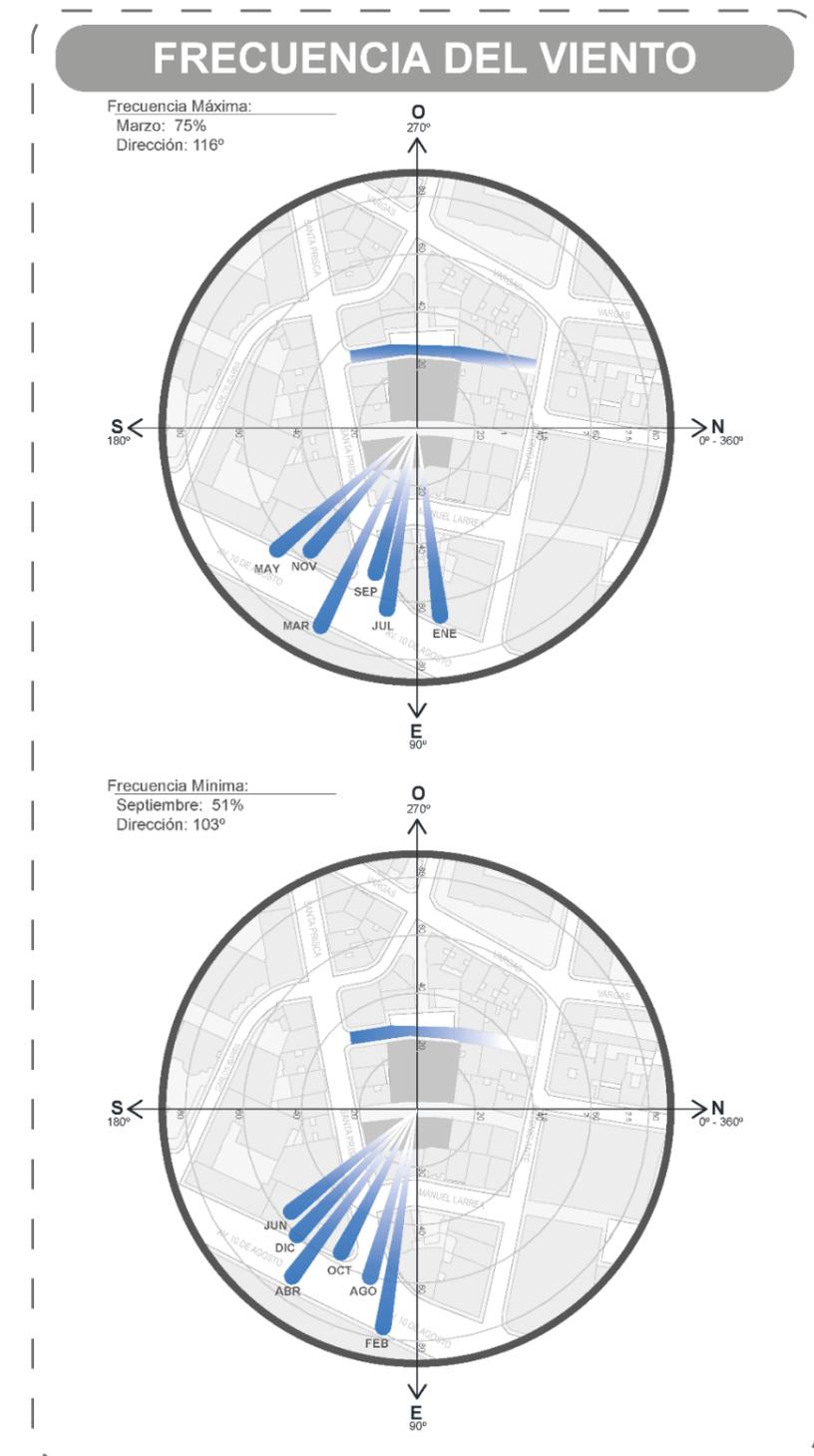


Figura 47. Frecuencia del viento
Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

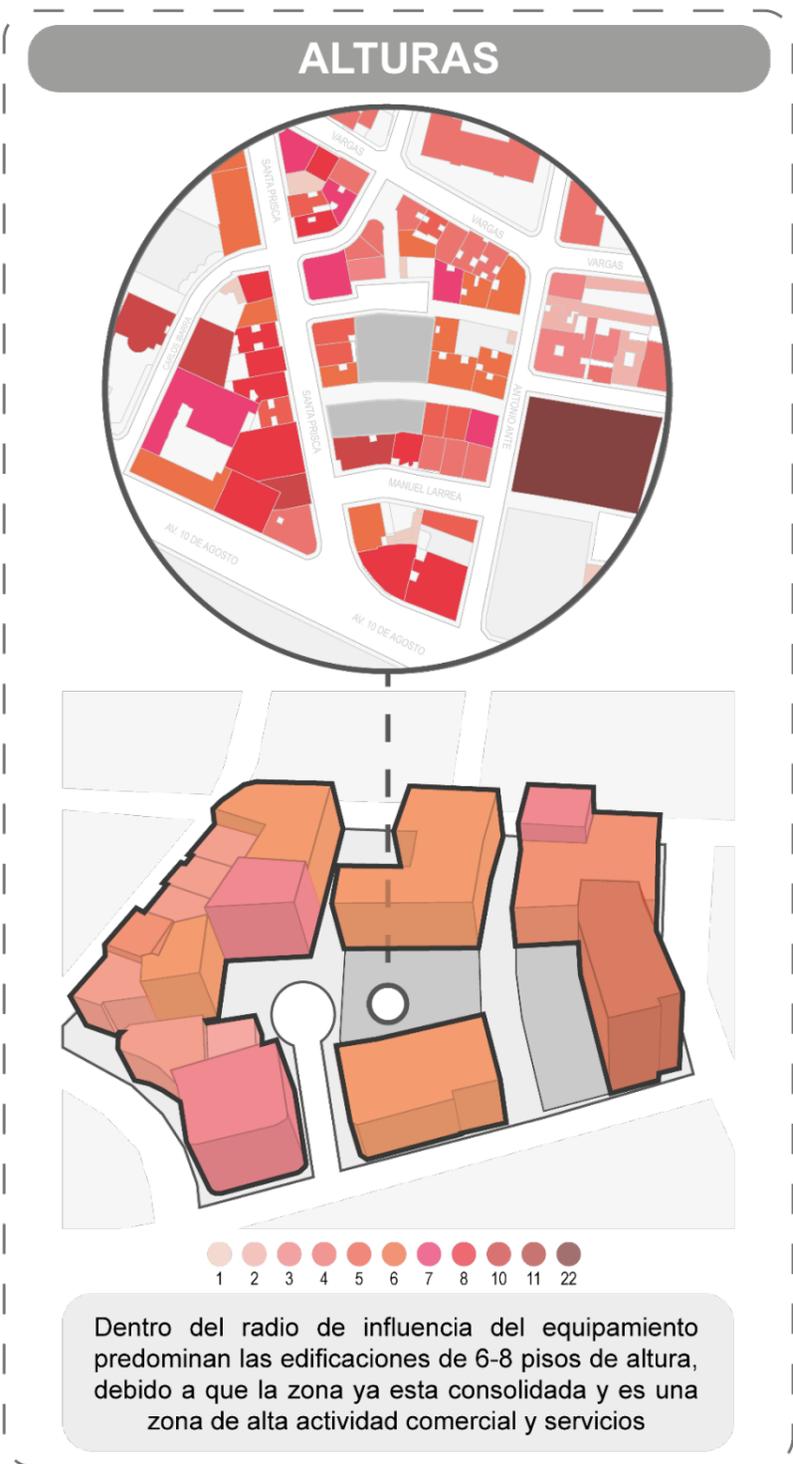


Figura 48. Alturas

AAadaptado de (POU, 2018, p. 10)

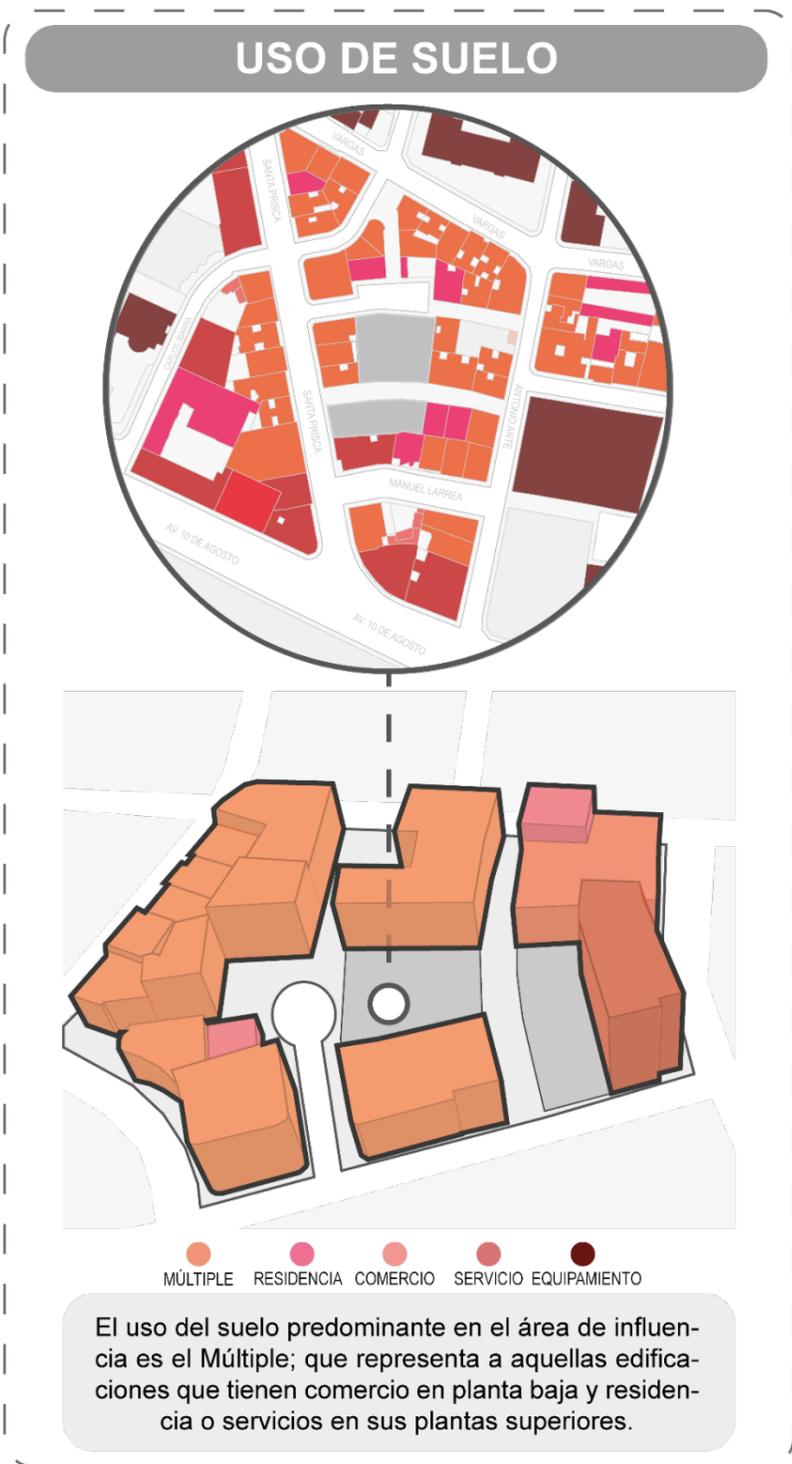


Figura 49. Uso de suelo

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

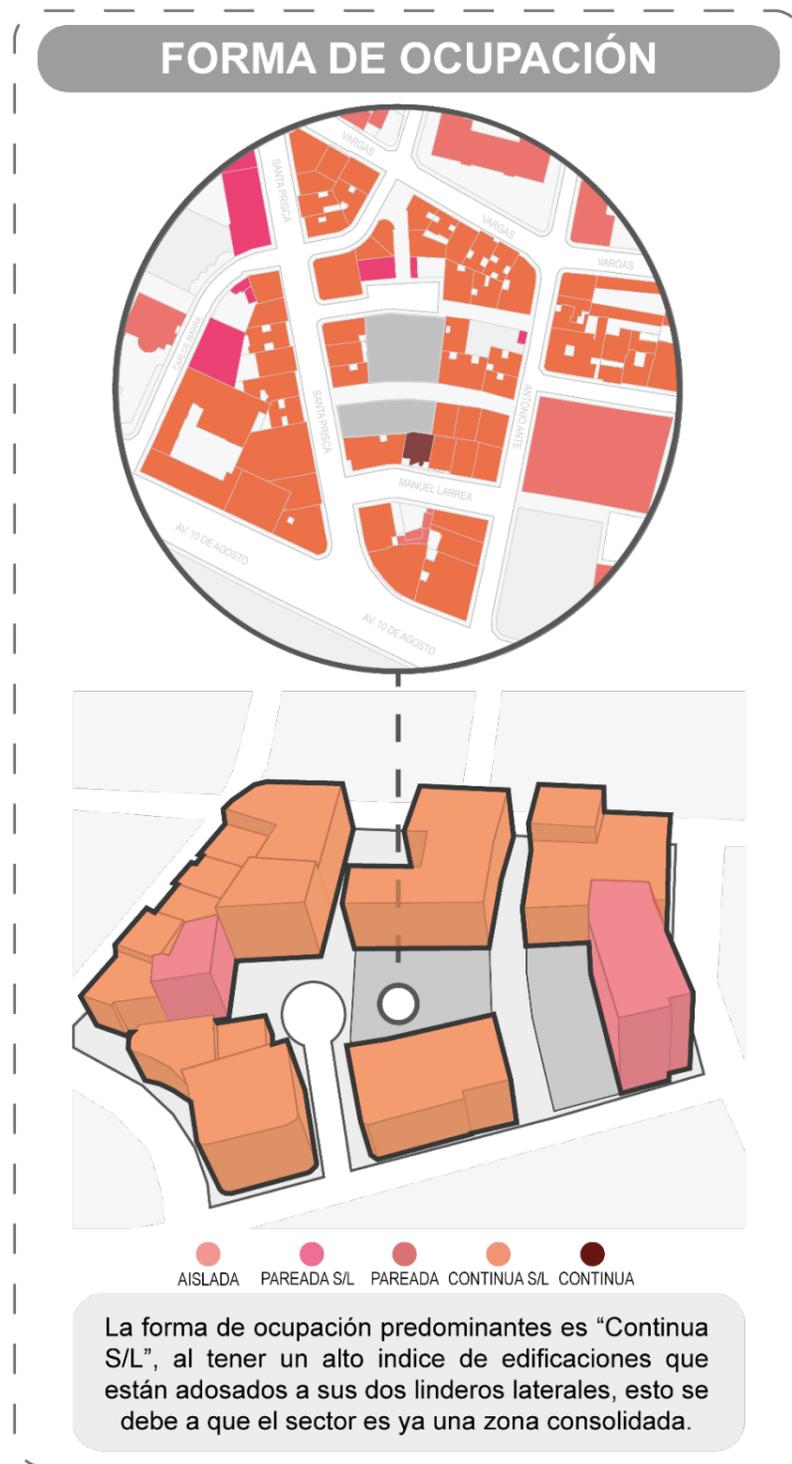


Figura 50. Forma de Ocupación

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

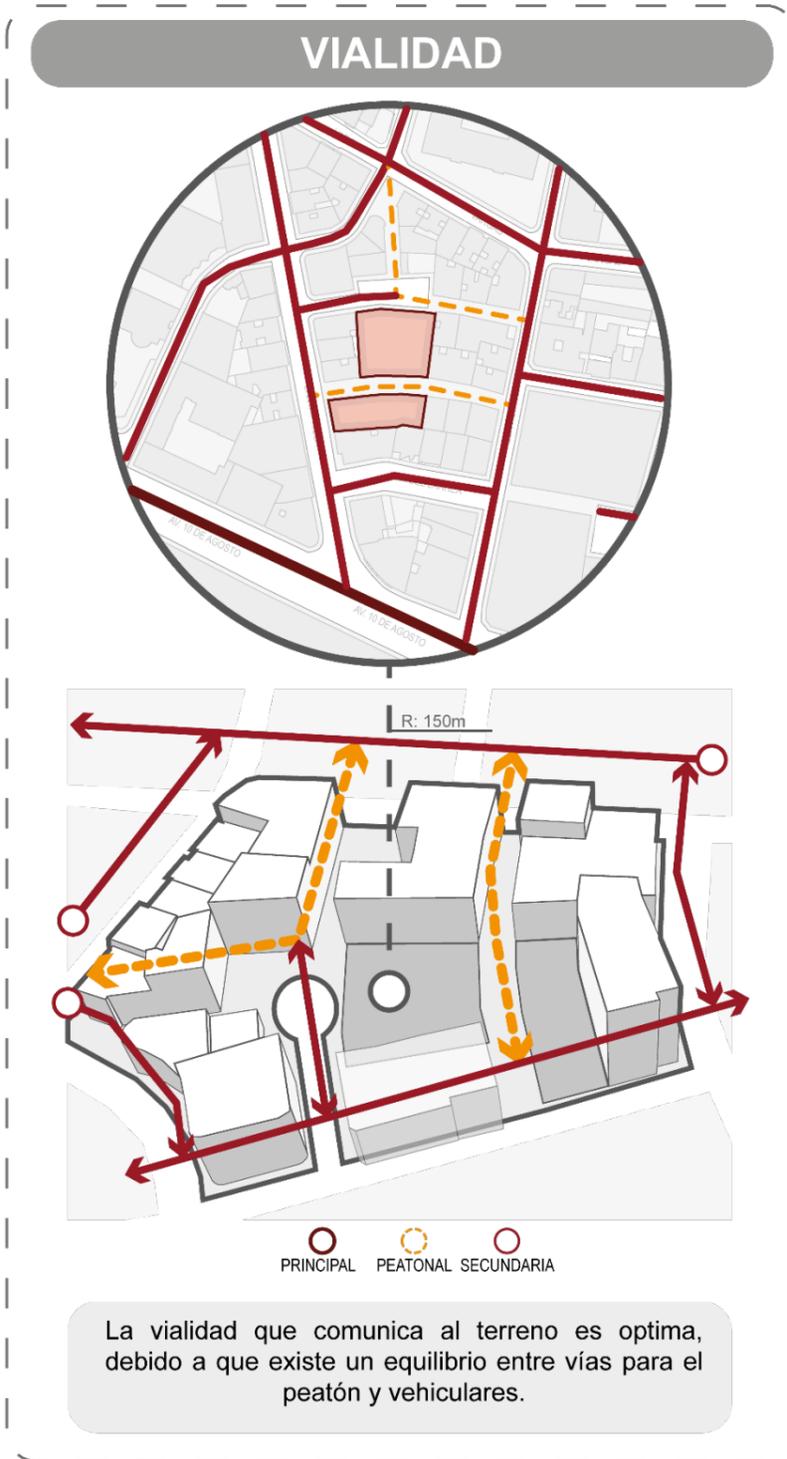


Figura 51. Vialidad

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

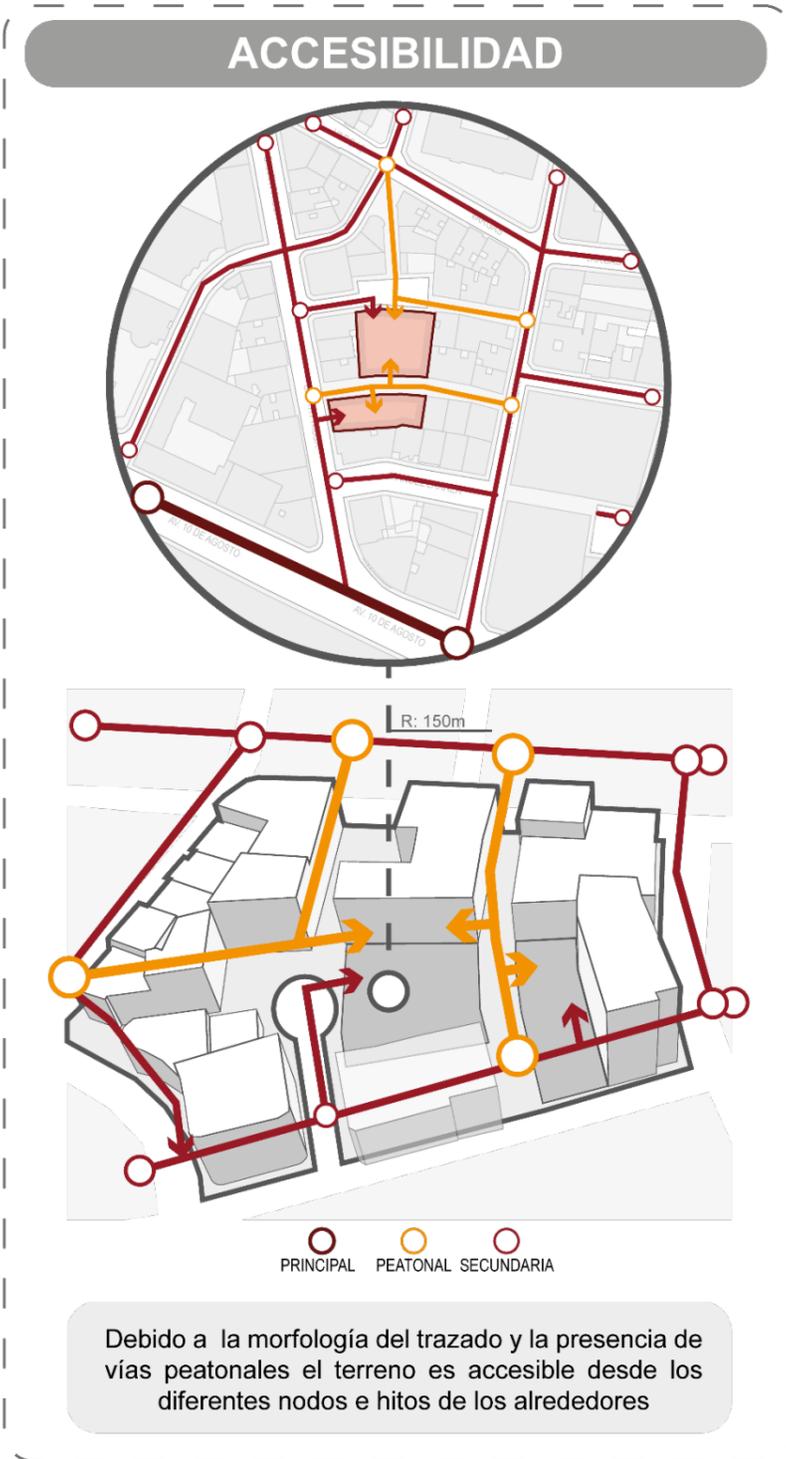


Figura 52. Accesibilidad

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

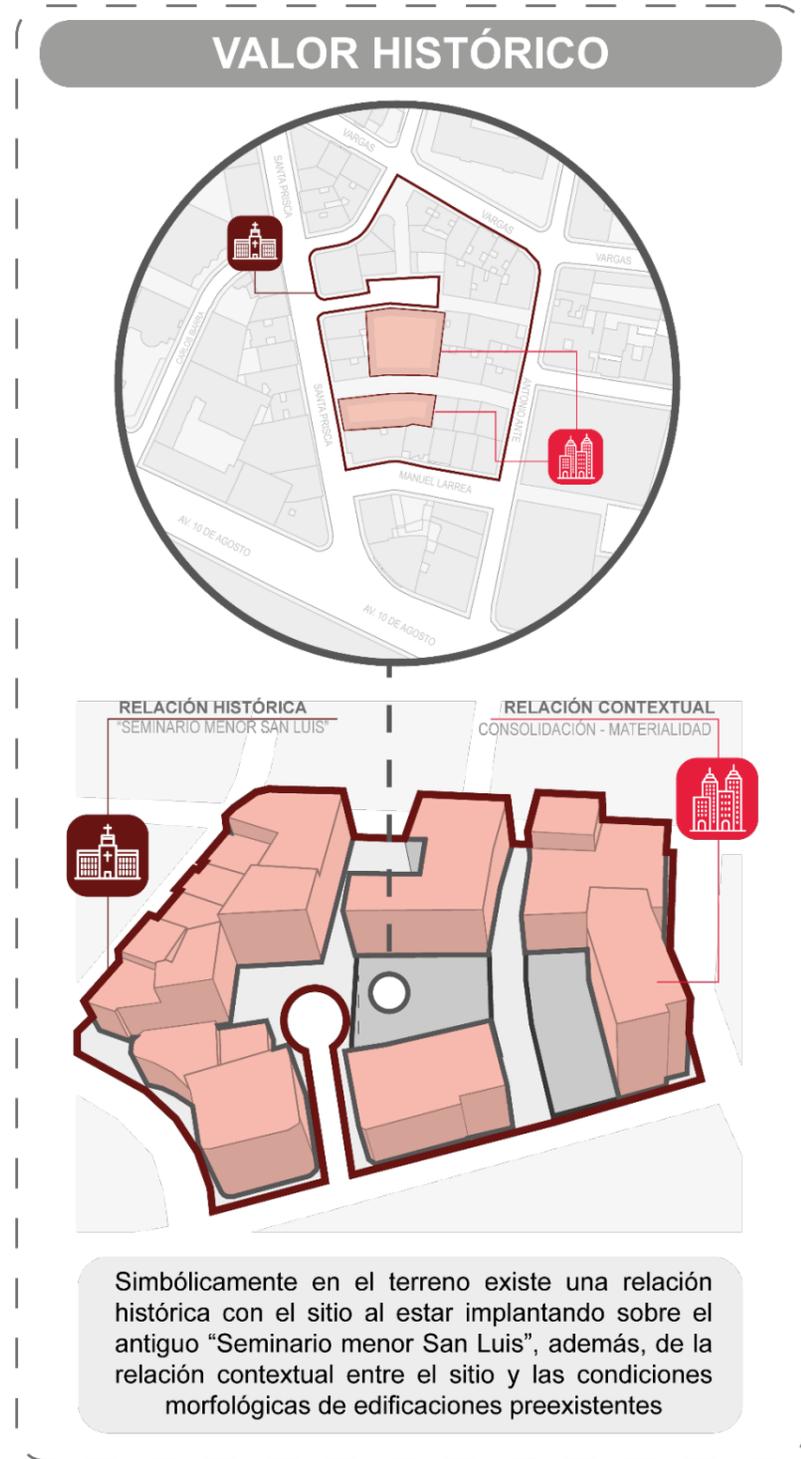


Figura 53. Valor histórico

Adaptado de (POU, 2018, p. 10)

2.1.10. El usuario del espacio

El mercado busca albergar una amplia diversidad de dinámicas y principalmente recuperar el valor histórico de las actividades que tradicionalmente se desarrollaban dentro de él. En esta intención se ven involucrados varios actores, los cuales se denominan usuarios, cada uno con necesidades y actividades específicas, que en conjunto genera sinergia dentro del espacio.

“PRODUCTOS A COMERCIALIZAR”

Se denomina producto a comercializar a cualquier insumo orgánico o inorgánico que satisface la necesidad específica de un comprador bajo cierto valor monetario y está regulado bajo las más estrictas normas de control de calidad. En un mercado de abastos el producto principal a comercializar son los alimentos, y estos son considerados como “todo producto natural o artificial que ingerido aporta al organismo de los seres humanos los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. Comprenden también sustancias y mezclas de las mismas que se ingieren por hábito o costumbre, tengan o no valor nutritivo” (Normas INEN, 2013, pp. 2)

Actividades y necesidades:

- Llegan en camión los días de abastecimiento.
- Almacenados en la bodega perteneciente a su propietario
- Son movilizados hasta puntos de ventas.
- Se preparan y acomodan para su exhibición.
- Son preparados para su venta
- Son movilizados hacia los exteriores del mercado.

CONSUMIDOR

Se denomina consumidor a la “persona natural o jurídica, que adquiere, utiliza o disfruta de productos o servicios como destinatario final de los mismos.” (Normas INEN, 2013, pp. 2). Al reatarse de un mercado turístico este tipo de usuario se especifica en dos tipos: turista y consumidor tradicional.

Actividades y necesidades:

- Llegan caminando, en autobús, en bicicleta o en automóvil.
- Elige la circulación que lleve a los puntos de venta
- Camina lo necesario para adquirir los productos
- En ocasiones utiliza los servicios higiénicos
- Necesita movilizar sus compras hasta la salida
- Se retira del mercado por la salida conveniente.

COMERCIANTE

También llamado vendedor es la persona natural o jurídica encargada de comercializar o vender los productos, bajo unas estrictas normas de control de calidad e higiene, además de contar con los permisos necesarios otorgado por las instituciones reguladores. Este tipo de usuario requiere de espacios especializados para el manejo, elaboración y almacenaje de su producto a comercializar.

Actividades y necesidades:

- Llega caminando, en autobús, en bicicleta o en automóvil
- Ingresa al mercado por cualquier entrada
- Se dirige a su bodega para surtirse de lo necesario
- Se dirige a su punto de venta
- Acomoda su producto en su lugar de venta, el cual debe estar acondicionado y ser accesible al comprador
- En ocasiones utiliza los servicios higiénicos
- Efectúa su venta en el durante el día
- Asea su espacio al acabar sus labores
- Asegura la mercancía
- Acomoda la basura en el sitio adecuado
- Sale del mercado para ir a su hogar

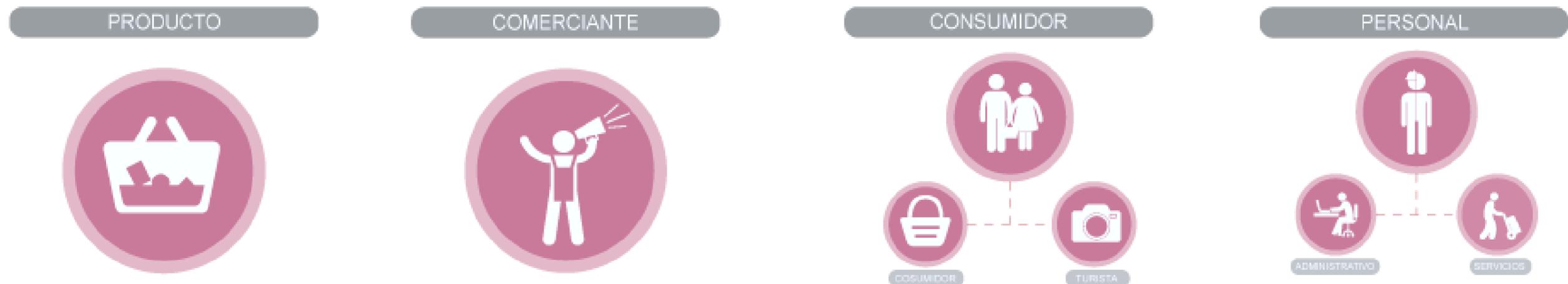


Figura 54. Tipos de usuario

PERSONAL

Son los encargados de mantener, administrar, supervisar, y de mantener las instalaciones y funciones en buen estado. Este tipo de usuario se divide en: el personal de mantenimiento que se encargan de atender los sanitarios públicos, recolección de basura y mantenimiento de los desperfectos en las instalaciones, y de personal administrativo que mantener las relaciones entre los comerciantes con el gobierno.

Actividades y necesidades:

- Llega caminando, en autobús o en automóvil
- Accede por el ingreso de servicio
- Registra su hora de ingreso
- Se dirige los vestuarios u oficina (según el cargo)
- Realiza sus actividades y diligencias
- Asea su espacio al acabar sus labores
- Se dirige los vestuarios u oficina (según el cargo)
- Registra su hora de salida

INSTITUCIONES REGULADORAS

Como anteriormente se mencionó, el Municipio del Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito busca; controlar el abastecimiento y la comercialización de productos o mercancías que se puedan expender desde cualquier mercado de la ciudad, y para ello ha estructurado organismos como la Dirección Metropolitana de Comercialización, Agencia de Coordinación Distrital de Comercialización” o a la Dirección Mercados, Ferias y Plataformas para poder tener un margen de control sobre la calidad de servicio y productos en los más de 54 mercados, ferias y plataformas existentes en la ciudad de Quito .

2.2. Diagnóstico

2.2.1. Diagnóstico y Conclusiones

2.2.1.1. Interpretación teórica

Recapitulando los hechos suscitados en el marco teórico se puede apreciar que la esencia de un mercado está en los seres que lo habitan, si bien es cierto el mercado es un espacio destinado al intercambio y a las transacciones, la historia nos demuestra que es mucho más que eso; y ha sido su cualidad de espacio social la que por siglos lo ha posicionado como espacio de interacción por excelencia. Actualmente existe una desatención importante en su uso e imagen, pero la buena práctica arquitectónica ha permitido los últimos años en rehabilitarlo teóricamente se hace la interpretación de los nuevos recursos, de sus condicionantes históricas y de la vocación que ha abarcado con el pasar del tiempo, los cuales serán considerados en la etapa de diseño.

2.2.1.2. Interpretación sobre el sitio y el entorno

Después de determinar un análisis sobre el sitio y el entorno de emplazamiento, podemos inferir que el terreno es pertinente para implementar un mercado dentro del área de estudio pudiendo desempeñar cada una de sus actividades específicas que por programa y uso demandan. Es importante reconocer, que no solo las condiciones físicas del terreno contribuyen a la concepción de un espacio arquitectónico agradable al usuario y a su contexto, sino que también la misma vocación del sector; sus actividades y sus actores, exigen implícitamente la creación de un equipamiento o punto de atracción en ese espacio, haciendo

idóneo el terreno escogido para llevarse a cabo las actividades propias de un mercado y poder convertirse en un espacio turístico.

2.2.1.3. Interpretación de necesidades del usuario y del espacio

Al verse obsoleta la idea del mercado tradicional, como punto principal de abastos para la ciudad, se han tomado diversas alternativas para dinamizar los espacios. La intención de recuperar las raíces culinarias y tradiciones a los interiores del espacio ha visto la necesidad de tomar una identidad nueva conforme a la problemática y acontecimientos actuales; una de estas alternativas es la posibilidad de convertir al Mercado como un punto turístico dentro de la ciudad. Al darse este cambio de identidad, es obvio que los actores del espacio cambian. Es así como se ven involucrados comerciantes, turistas, consumidores tradicionales, organismos reguladores y principalmente el producto a comercializar, que es el protagonista del espacio.

2.2.1.4. Conclusiones

Al traslapar los tres componentes de esta fase se concluye que, los condicionantes de diseño establecidos para el proyecto son el usuario por su diversidad de actividades y el reconocimiento del sitio por sus condicionantes contextuales. Si bien es cierto que existe un marco teórico, es pertinente únicamente para corroborar el valor simbólico e histórico del mercado y sus actividades, definiéndose esta fase de análisis y diagnóstico en una sola premisa:

“La plaza debe regresar al mercado”

3. CAPÍTULO III: FASE CONCEPTUAL

3.1. Introducción al capítulo

Definida la teoría descrita anteriormente, en este capítulo se determinan las estrategias urbanas, arquitectónicas y técnicas (asesorías) aplicables para la concepción y el desarrollo del objeto arquitectónico, permitiendo el reconocimiento de mecanismos que dirijan los parámetros de diseño como una serie de ideas fuerza que se posicionen como la parte conceptual del proyecto, de manera que sabiendo la vocación dada al espacio se establezca un programa arquitectónico acorde a sus necesidades.

Dicho programa será sustentado en base a cálculos de frecuencia de consumo y concurrencia a otros mercados de la ciudad, para posteriormente, definido los espacios necesarios establecer relaciones espaciales entre los mismos y definir una zonificación acorde con los parámetros establecidos, que proporcionarán una primera imagen del posible volumen de la pieza arquitectónica.

Es importante recalcar el valor simbólico del sitio y el entorno sobre el objeto arquitectónico, siendo así que tanto parámetros y estrategias estarán enfocadas en el estricto seguimiento de las reglas establecidas por el contexto, es decir; formas, símbolos y percepciones, de manera, que en cada fase de diseño el objeto de estudio es más pertinente con las necesidades del usuario, las actividades y sobre todo con el contexto preexistente que tanto limita las alternativas de diseño.

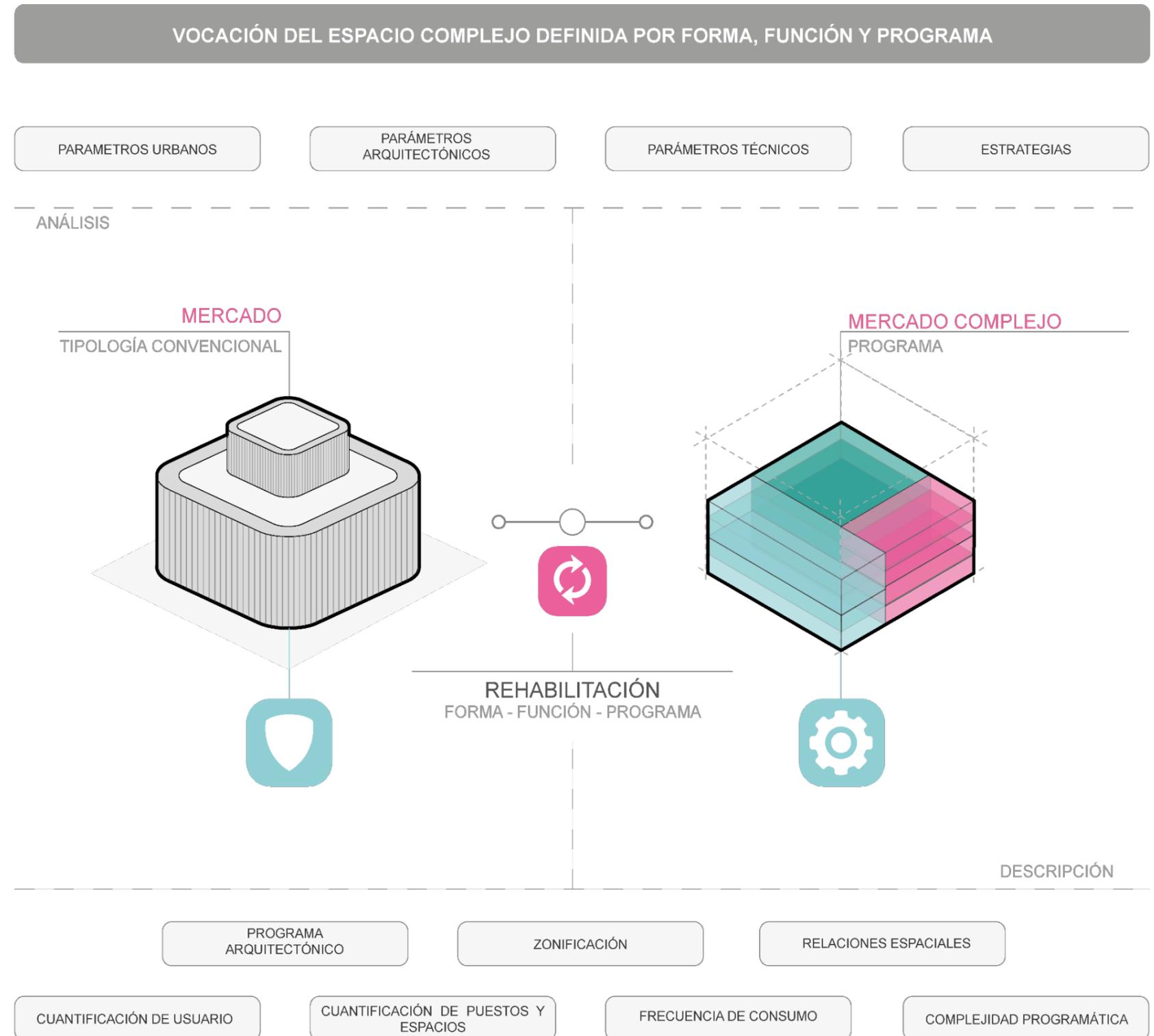


Figura 55. Síntesis del Capítulo III

3.2. Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio – Parámetros Urbanos

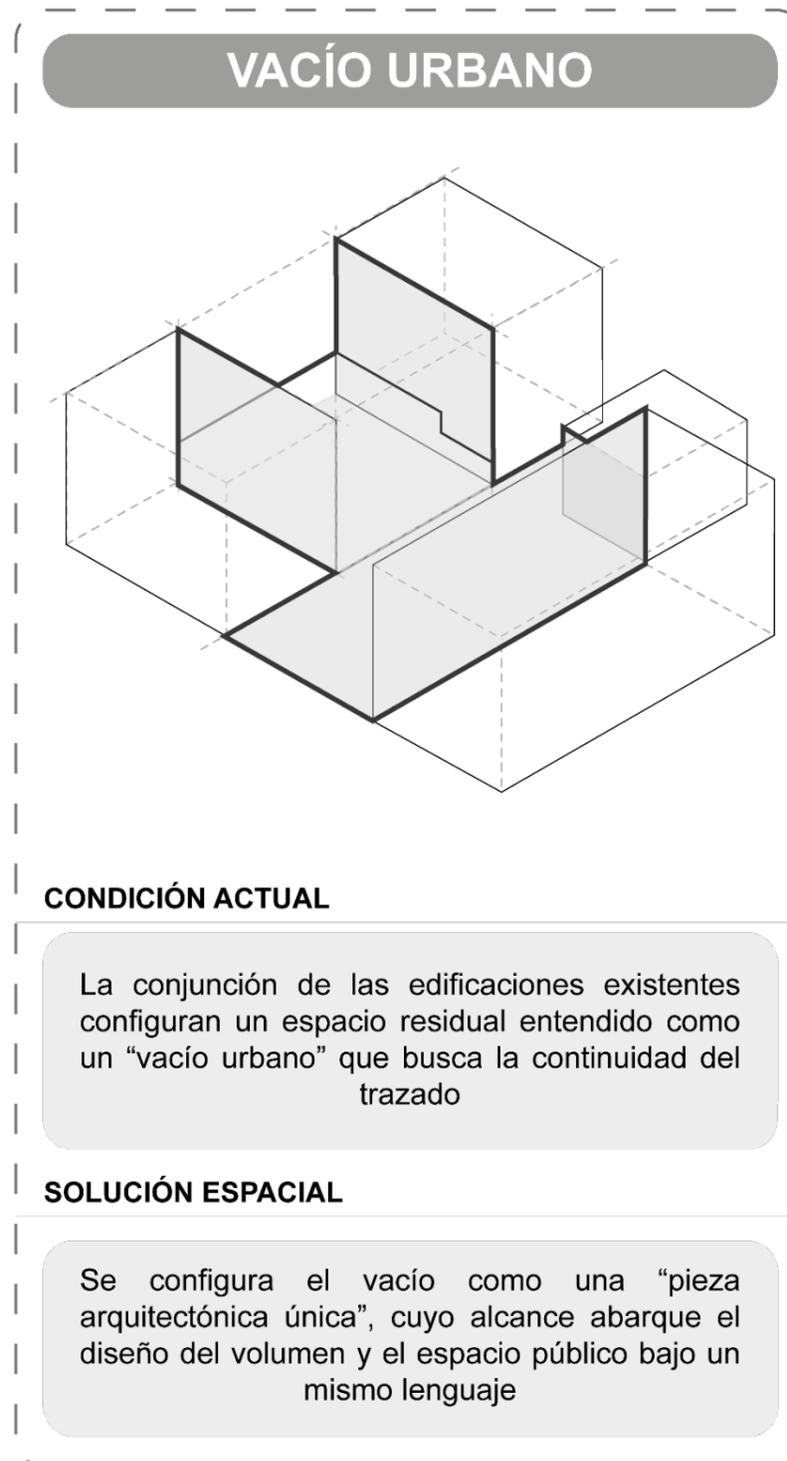


Figura 56. Vacío Urbano – Parámetro Conceptual.

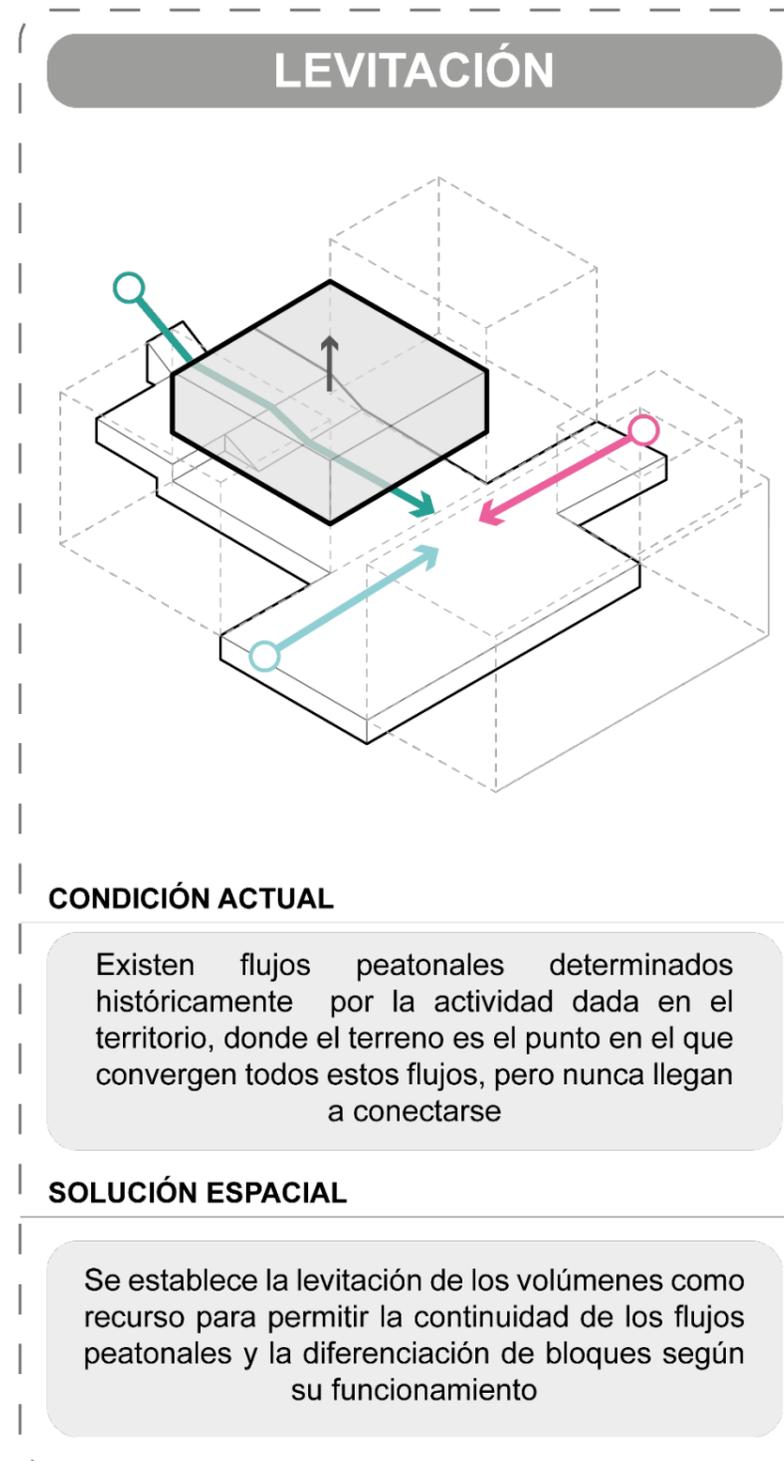


Figura 57. Vacío Levitación – Parámetro Conceptual.

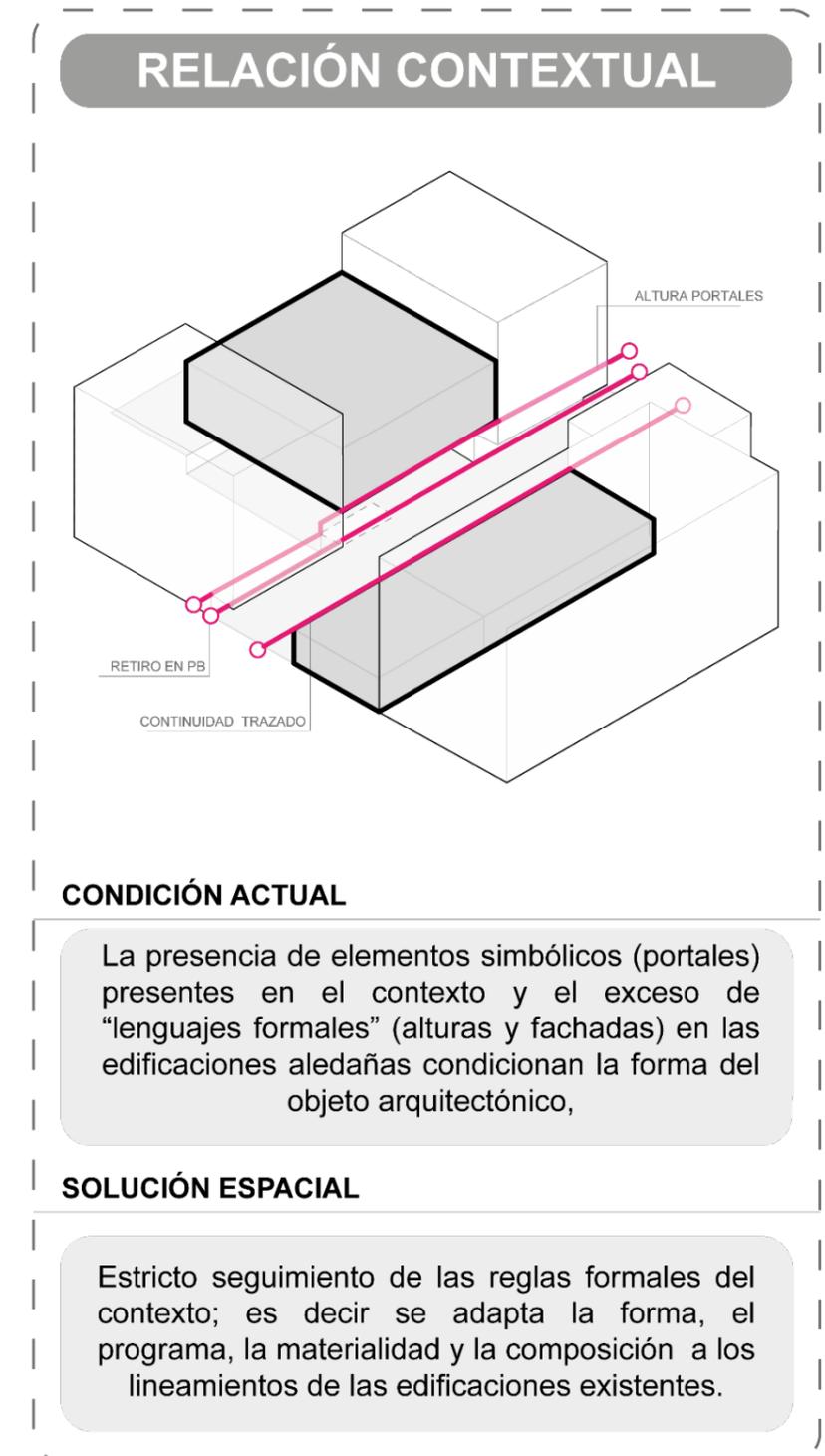


Figura 58. Relación Contextual – Parámetro Conceptual.

3.3. Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio – Parámetros Arquitectónicos

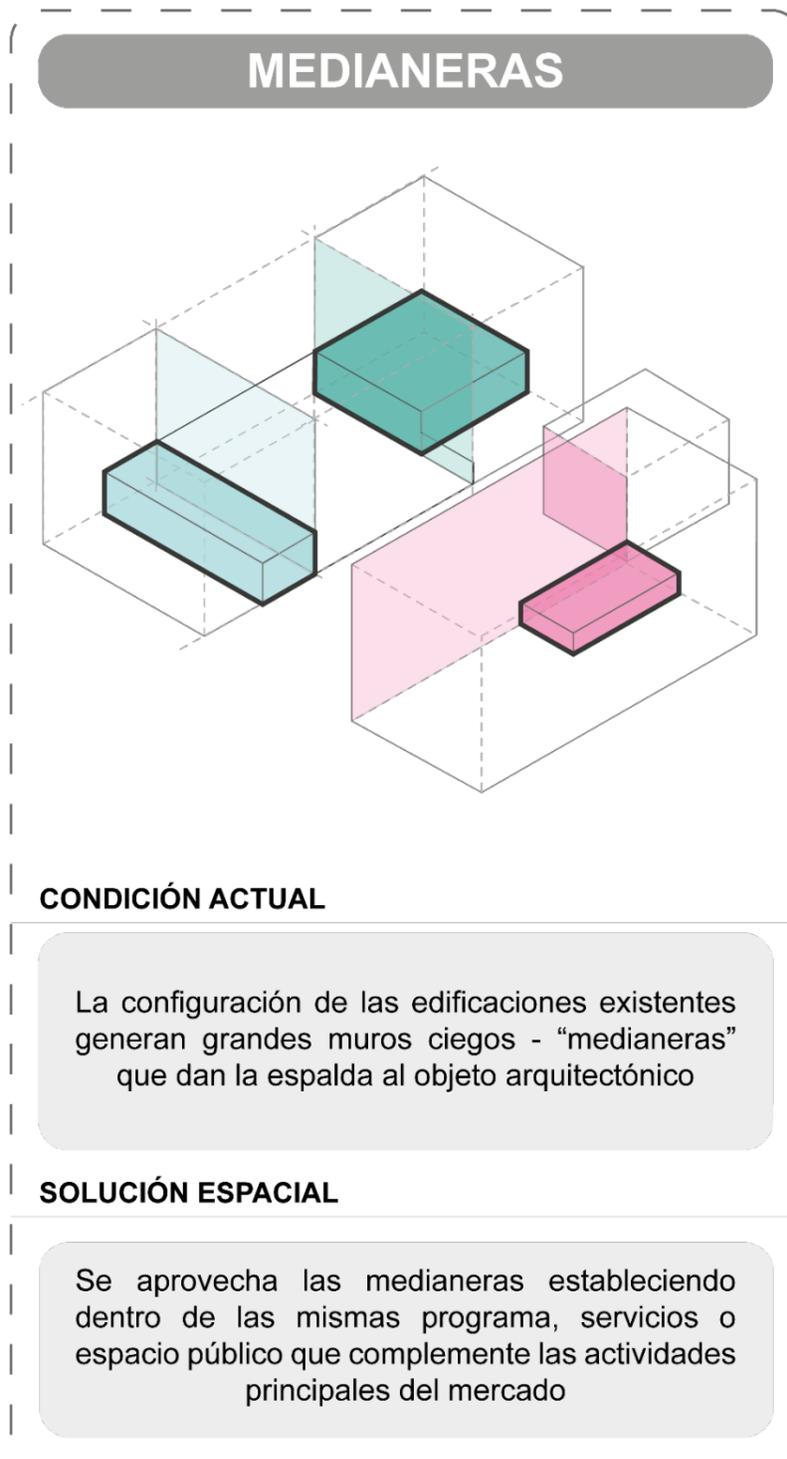


Figura 59. Medianeras – Parámetro Conceptual.

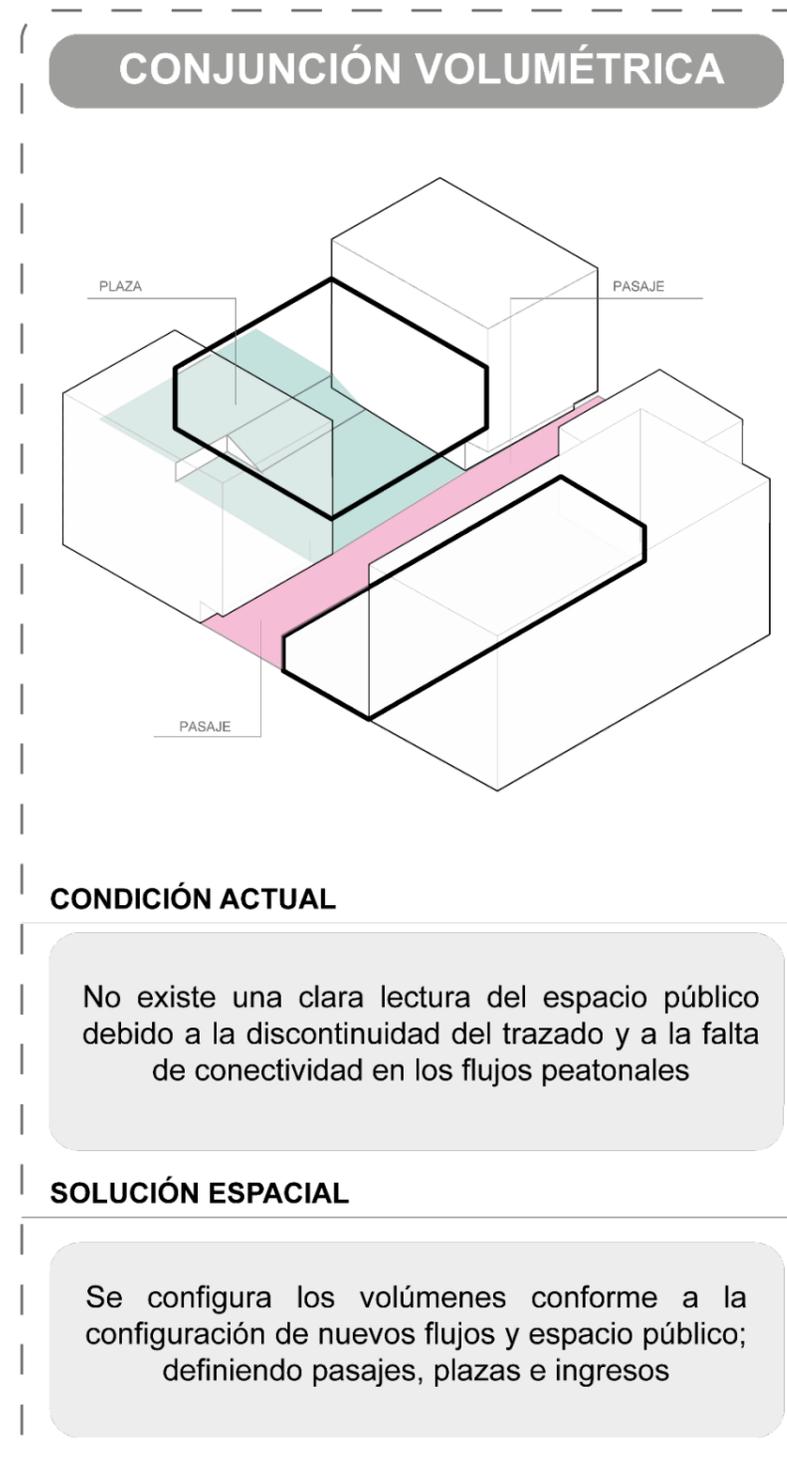


Figura 60. Conjunción Volumétrica– Parámetro Conceptual.

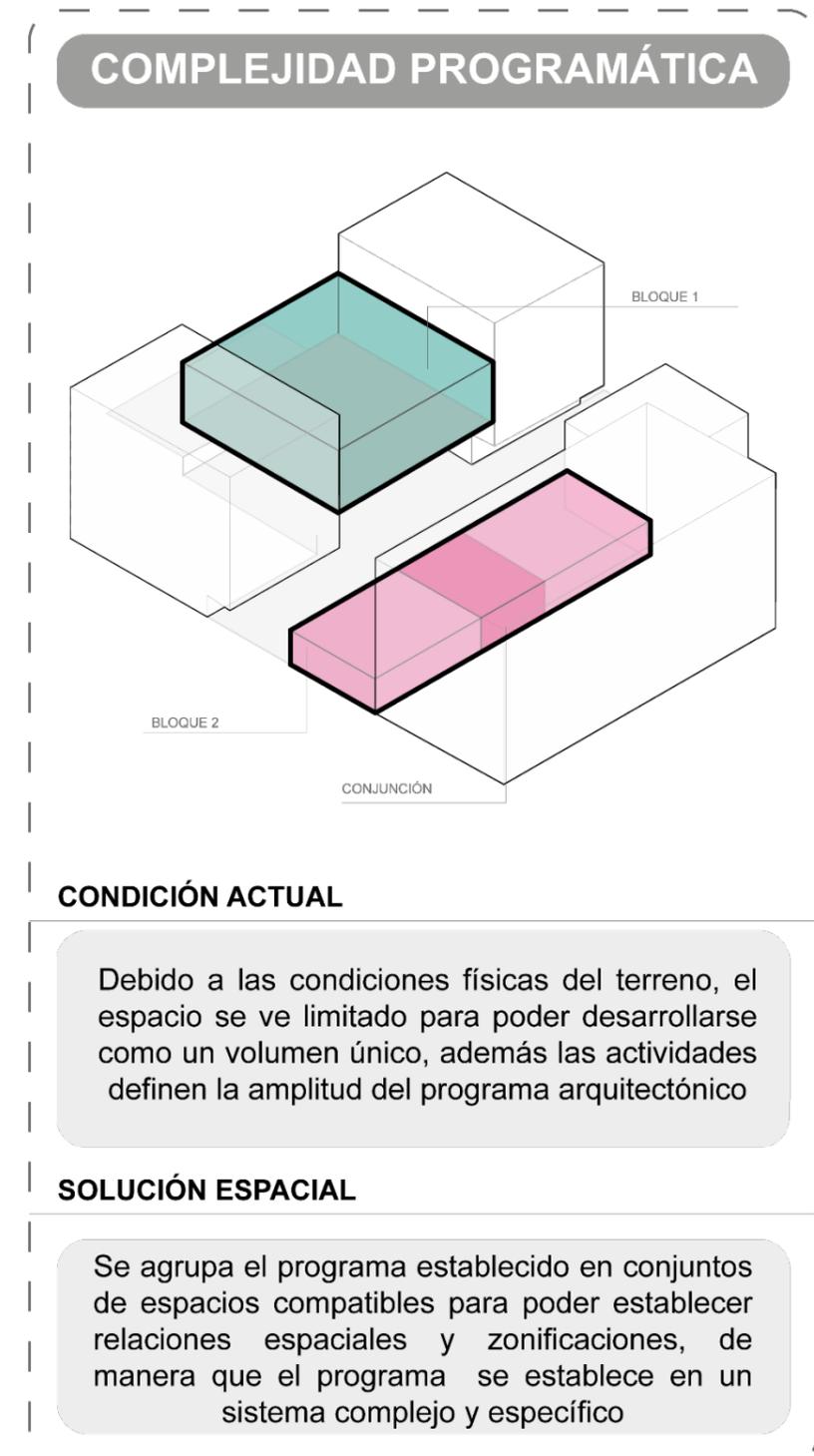
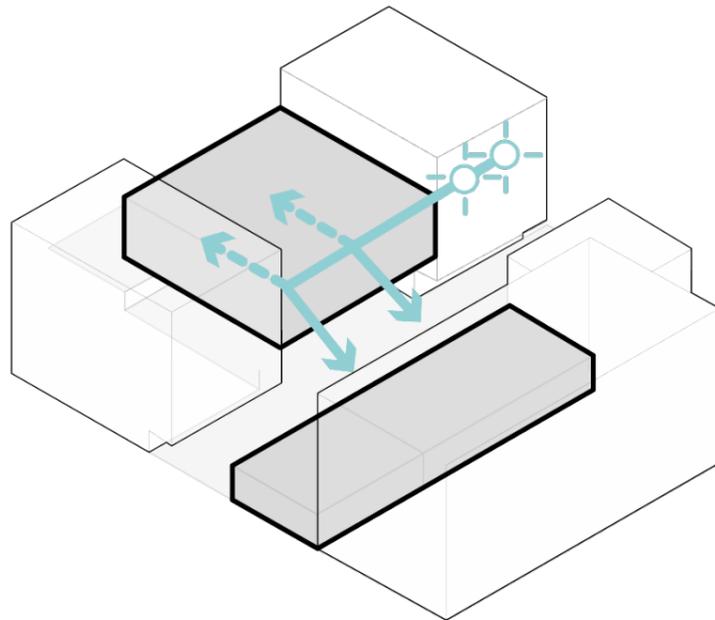


Figura 61. Complejidad Programática – Parámetro Conceptual.

3.4. Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio - Parámetros de Asesorías

REFLECTANCIA



CONDICIÓN ACTUAL

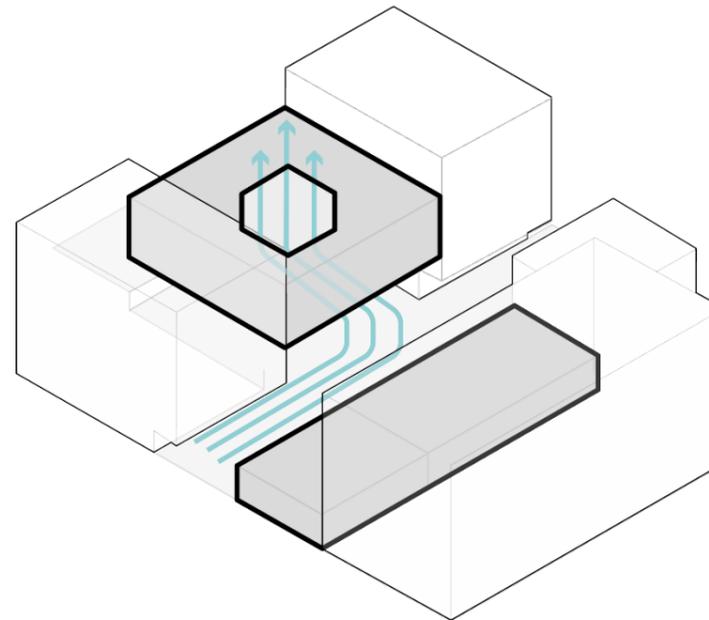
Durante gran parte del año las fachadas están irradiadas; óptimo para el ingreso de luz, sin embargo la temperatura promedio es de 15.3° C perjudicial para la conservación de los productos y alimentos

SOLUCIÓN ESPACIAL

Uso de materiales reflectantes como revestimiento; permitiendo el ingreso de luz y evitando el calentamiento del espacio en su interior, se tomará en cuenta la cromática del material conforme a su capacidad de repeler el calor

Figura 62. Reflectancia – Parámetro Conceptual.

ATRIO



CONDICIÓN ACTUAL

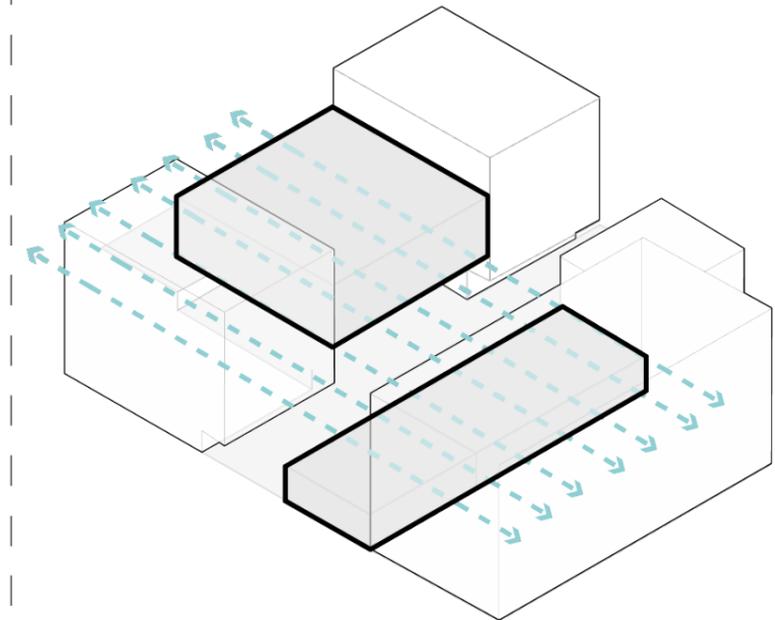
La morfología del trazado y edificaciones permiten la óptima circulación del aire, de manera que el viento cruza transversalmente y genera corrientes en vías paralelas al objeto arquitectónico

SOLUCIÓN ESPACIAL

Uso de ventilación cruzada como recurso para la renovación de aire en los espacios mediante la implementación de una apertura central o atrio en el volumen principal

Figura 63. Atrio – Parámetro Conceptual.

PREEXISTENCIA



CONDICIÓN ACTUAL

Los portales de las edificaciones aledañas disponen de una misma tipología estructural que representa una fuerte influencia en la arquitectura del sector

SOLUCIÓN ESPACIAL

La preexistencia de estos portales definen el carácter, la materialidad, las dimensiones y los ejes del proyecto

Figura 64. Preexistencia – Parámetro Conceptual.

3.5. Definición del programa arquitectónico y el concepto

Para definir un programa arquitectónico acorde con los parámetros establecidos en la etapa conceptual y potenciar la intención de dar una nueva vocación a los mercados en la ciudad, es imprescindible recuperar el valor histórico del mercado, es decir; el reconocimiento del mismo como un espacio social, como un elemento turístico, con el fin de que se incentive el regreso de la plaza o al mercado (apropiación). Una vez establecida esta nueva vocación es pertinente ampliar el catálogo de actividades que este establecimiento puede albergar, es decir; buscar la diversificación del comercio para poder prolongar la permanencia de los mercados en el territorio. Para esto se tomó en cuenta las actividades aledañas al sector; que buscan no únicamente una actividad económica, sino también cultural y gastronómica. De manera que se tomó en cuenta tanto las actividades que se realizan normalmente en un mercado estándar en la ciudad como los requerimientos establecidos en los reglamentos de; "Ordenanza N.º 253 DMQ" para mercados y "Requisitos para mercados saludables" elaborada por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), con la finalidad de definir un programa arquitectónico que sea innovador, pero cumpla firmemente con la requerimientos técnicos necesarios para llevar acabo las actividades propias de un mercado.

3.6. Descripción del programa arquitectónico

Para dimensionar y cuantificar el programa arquitectónico se buscaron indicadores reales del uso y la concurrencia, basados en cifras de frecuencia de consumo, número de puestos, número de visitantes y área de los dos referentes

que comparten características y escala de alcance con el objeto de estudio; los mercados "Iñaquito" y "Santa Clara".

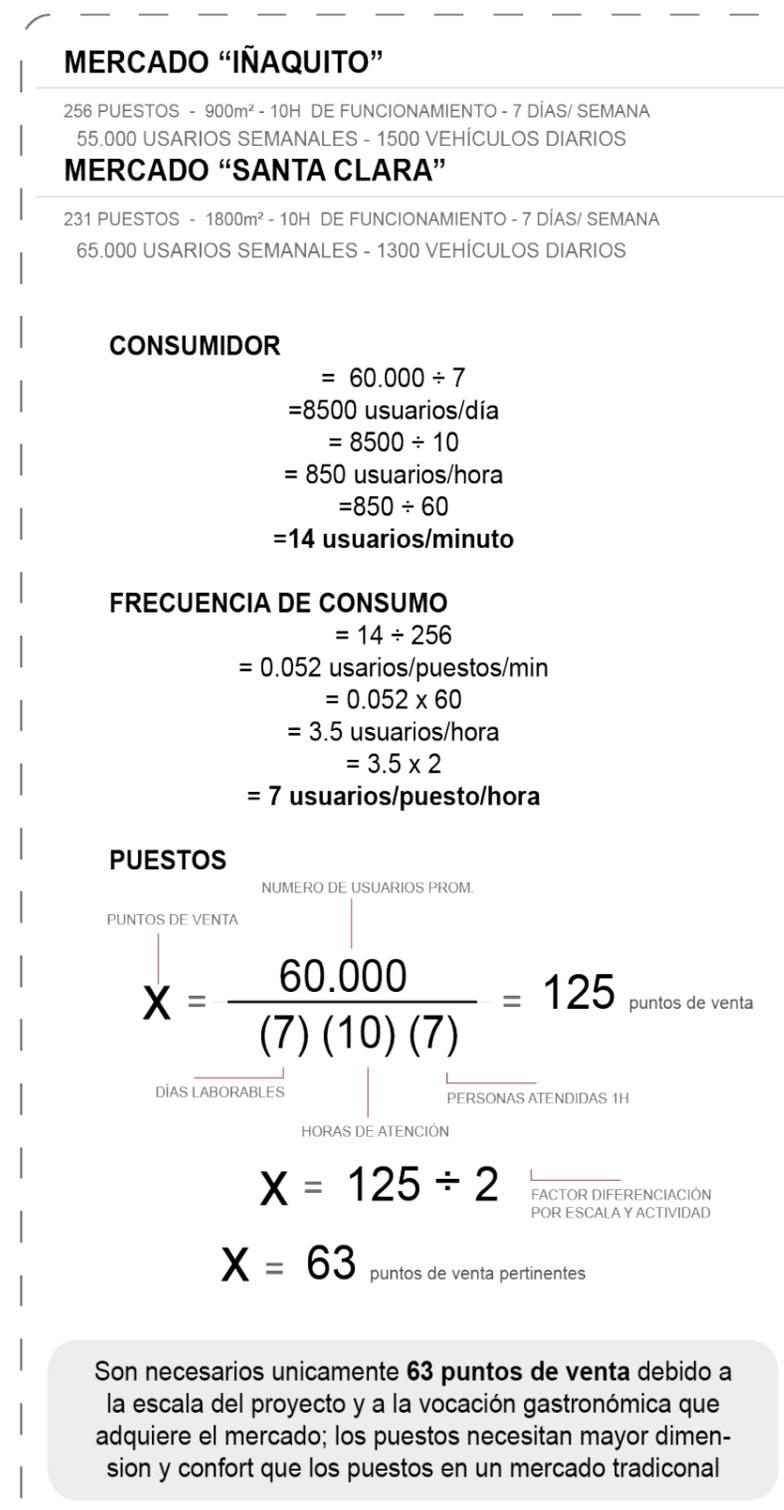


Figura 65. Justificación y cuantificación de puntos de venta

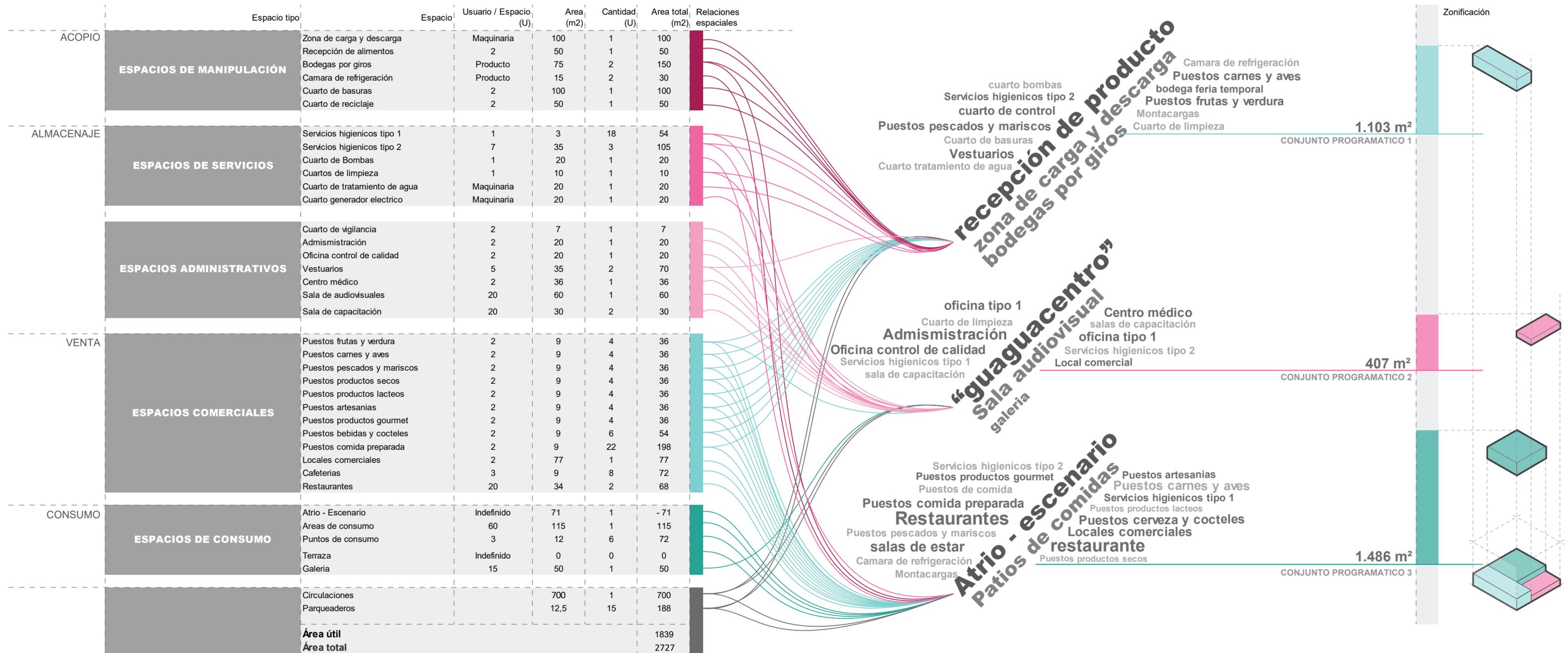
COMPLEJIDAD PROGRAMÁTICA

Una vez definida la cantidad exacta de puestos pertinentes para llevar a cabo las actividades culinarias necesarias en el espacio; actividad que por excelencia es la principal del mercado, acontinuación se determinan espacios de menor jerarquia que complementen el tema culinario, se establecen servicios. espacios de consumo y espacios de almacenaje, sin dejar de lado la estricta necesidad de plantear cuartos de maquinas y basuras bligatorios para la asepsia y la buena manipulación de puestos y productos, una vex determinado el programa principal es posible determinar un programa secundario que satisfaga necesidades colectivas del usuario, es decir, por normativa en un establecimiento comercial es necesario incluir un "Guaguacetro" o guarderia, centro médico, salas de capacitación, salas de reuniones y oficinas administrativas de uso y acceso universal para consumidores, comerciantes y personal de servicio. (Ordenanza N.º 253, s.f.)

Si bien es cierto. conceptualmente se busca generar una nueva vocación para convertir al objeto arquitectónico en un atractivo turístico de la ciudad, de manera programática se busca que los espacios complementarios no solo sean de uso privado para el mercado si no que personas de espacios aledaños puedan beneficiarse de los servicios que brinda la complejidad y especialización del programa arquitectónico, generando no solo un interes túristico en los usuarios, sino también una necesidad que trasciende lo culinario, esta dualidad del programa tendra que ser calibrada mediante una precisa agrupación de espacios compatibles, que conjuntamente fortalecen la idea de un mercado destinado a la cohesión social sin dejar de lado la necesidad de todos los actores del mismo.

3.7. Programa arquitectónico y relaciones espaciales

Tabla 7.
Programa arquitectónico y relaciones espaciales



3.8. Descripción de la zonificación

La zonificación nace como una réplica del proceso de abastecimiento del producto, para lo cual se determinan cuatro pasos; acopio, almacenaje, venta y consumos, de estos se desglosa el programa arquitectónico tomando en cuenta las intenciones conceptuales y funcionales del mismo y se agrupan según su compatibilidad; a los espacios principales se adjuntan espacios complementarios que conjuntamente formaran relaciones espaciales conformando tres conjuntos programáticos (CP) ligados a tres espacios principales que representan la vocación de cada conjunto. El CP1; definido por el área de recepción de productos está conformado por los espacios técnicos, acopio y distribución, el CP2 alberga los espacios administrativos y de servicio, está articulado por el 'Guaguacentro', finalmente el CP3, el más importante, contiene los espacios dedicados a la venta y consumo, articulado estrictamente al espacio público – atrio y complementado por los otros dos conjuntos.

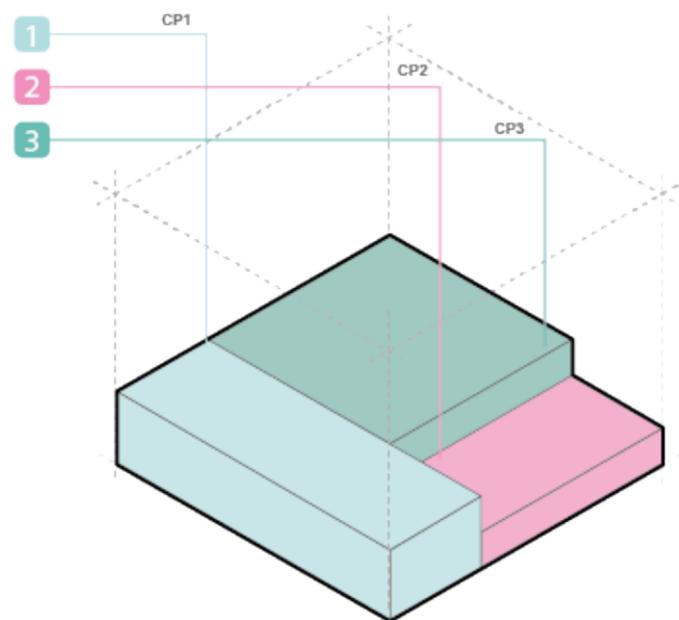


Figura 66. Conjuntos programáticos - Zonificación

3.9. Conclusiones fase conceptual

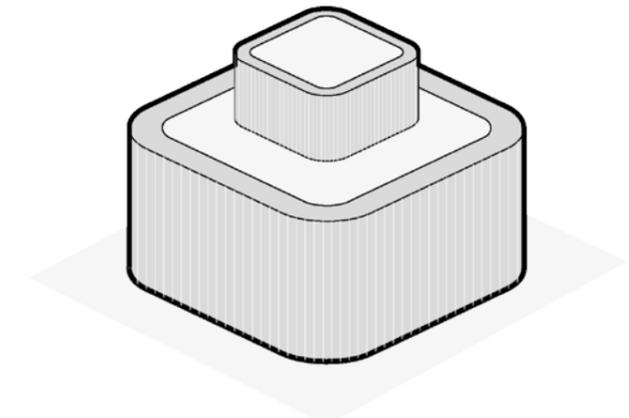
Este capítulo culmina, con el establecimiento de los parámetros urbanos arquitectónicos y técnicos necesarios para conducir el proceso de diseño hacia una idea fuerza para la concepción del objeto arquitectónico, se confirmó la necesidad de mantener una pieza arquitectónica que estrictamente respete los lineamientos dictados por el contexto; tanto formales como simbólicos y de igual manera recalcar la importancia de concebir al mercado bajo una nueva identidad, en este caso gastronómico para así recuperar su carácter de espacio social y cultural.

En conjunto con el programa y las relaciones espaciales se establece una zonificación que responde a las actividades y necesidades de los actores descritos durante la fase investigativa, al análisis del entorno e incluso responde a los parámetros descritos en la parte conceptual, de manera que se genera una dualidad entre teoría y función.

Para concluir esta fase, se dictamina una directa relación de participación entre concepto y programa, que corroboran la justificación y la pertinencia del mercado en el territorio, como complemento a actividades existentes y posicionándose como una pieza arquitectónica con valor simbólico, arquitectónico y de carácter funcional, cuyo objetivo de; recuperar la historia, la culinaria y las tradiciones ancestrales de un mercado se ve cumplido de una manera coherente para poder desarrollar las intenciones para propuestas espaciales, plan masa y la elaboración de un idóneo proyecto arquitectónico que será descrito más adelante.

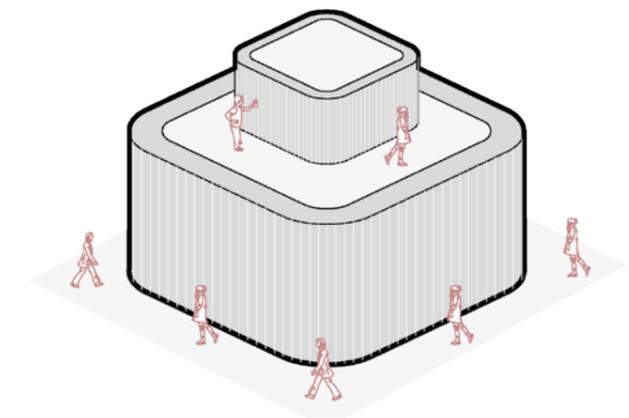
PERCEPCIÓN FUNCIONAL

COMPLEJIDAD PROGRAMÁTICA



PERCEPCIÓN SIMBÓLICA

MERCADO + PUNTO TURÍSTICO



" LA PLAZA DEL MERCADO "

CONCEPTUALIZACIÓN

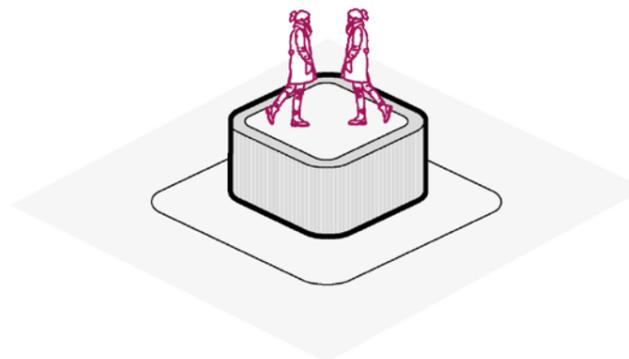


Figura 67. Conceptualización

4. CAPÍTULO IV: FASE PROPOSITIVA

4.1. Introducción al capítulo

El desarrollo de esta fase dentro del proceso de diseño requiere de la especialización de todas las objetivos, estrategias, parámetros, conceptos y análisis que conducen la idea fuerza del objeto arquitectónico, en donde todos estos parámetros antes descritos se ven obligados a hacer un trabajo en conjunto para precisar la realidad física del proyecto arquitectónico.

Debido a que la forma del proyecto está basada en el estricto seguimiento de las reglas establecidas por el contexto, es decir; formas, símbolos y percepciones, se ven limitadas y condicionadas las opciones para el desarrollo volumétrico del espacio, es por esto por lo que se desarrollarán dos alternativas de plan masa, las mismas que posterior serán calificadas para seleccionar la más acorde con los requerimientos formales, programáticos y conceptuales.

Una vez seleccionada la propuesta más idónea se deberá demostrar su coherencia mediante el desarrollo de diagramas y planos pertinentes para el entendimiento de su funcionalidad, su calidad espacial y su relación con el contexto, llegando al detalle para su posicionamiento como un proyecto ejecutivo. Posteriormente se llevará a cabo el desarrollo de técnico, constructivo, estructural y medio ambiental de la pieza arquitectónica, demostrando su concordancia en cada una de las fases de diseño

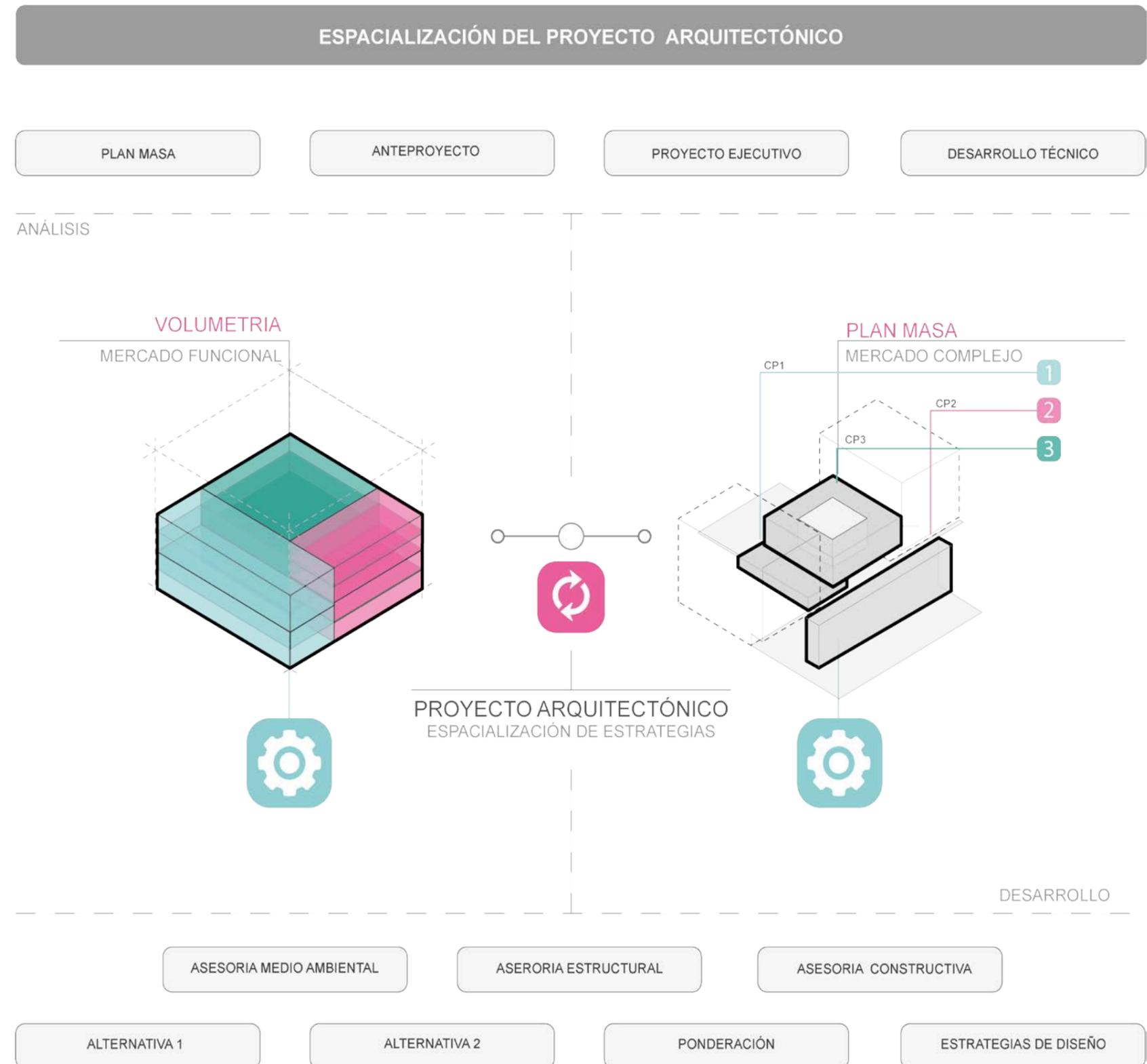


Figura 68. Síntesis del Capítulo IV

4.2. Alternativas de Plan masa

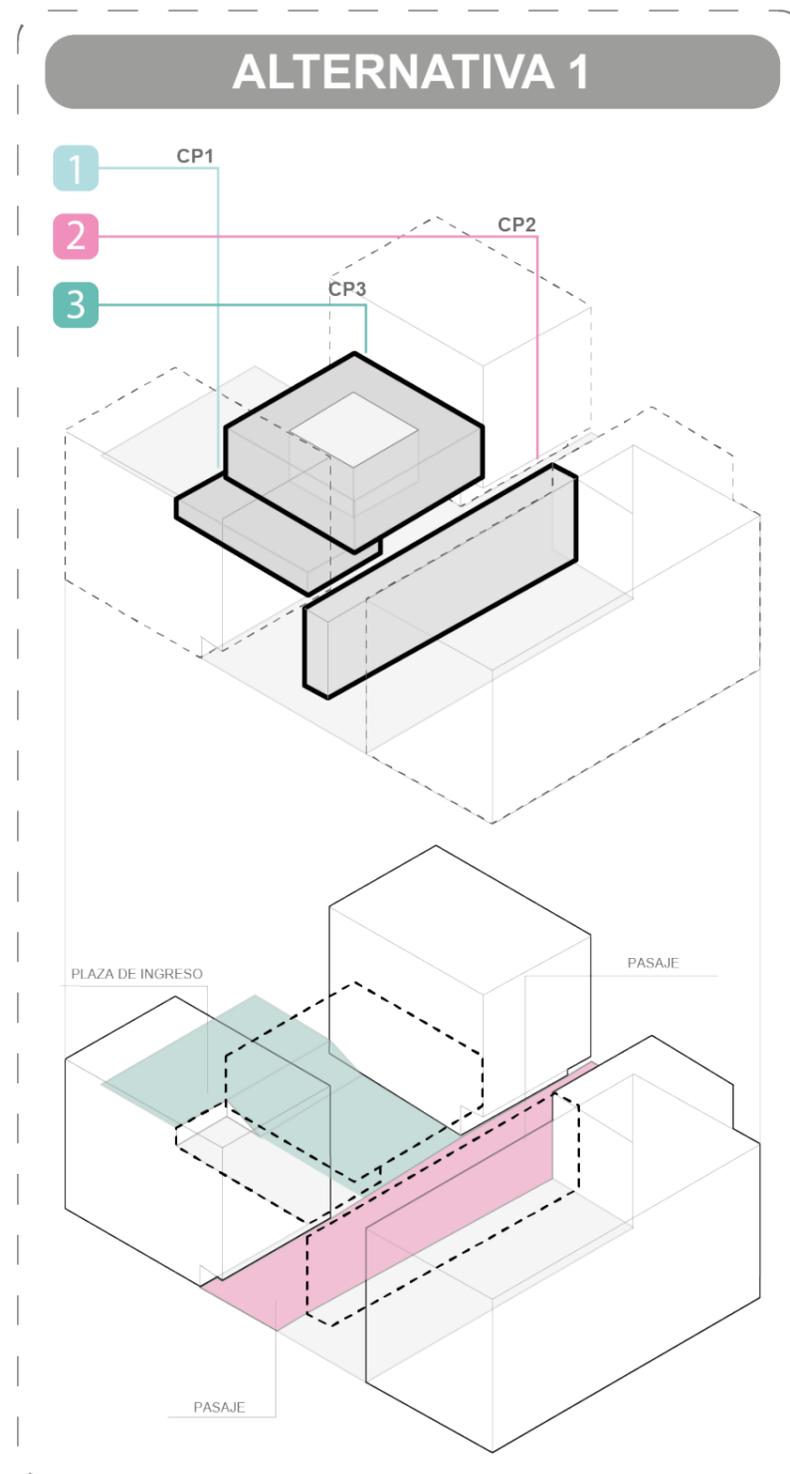


Figura 69. Diagrama Plan masa 1

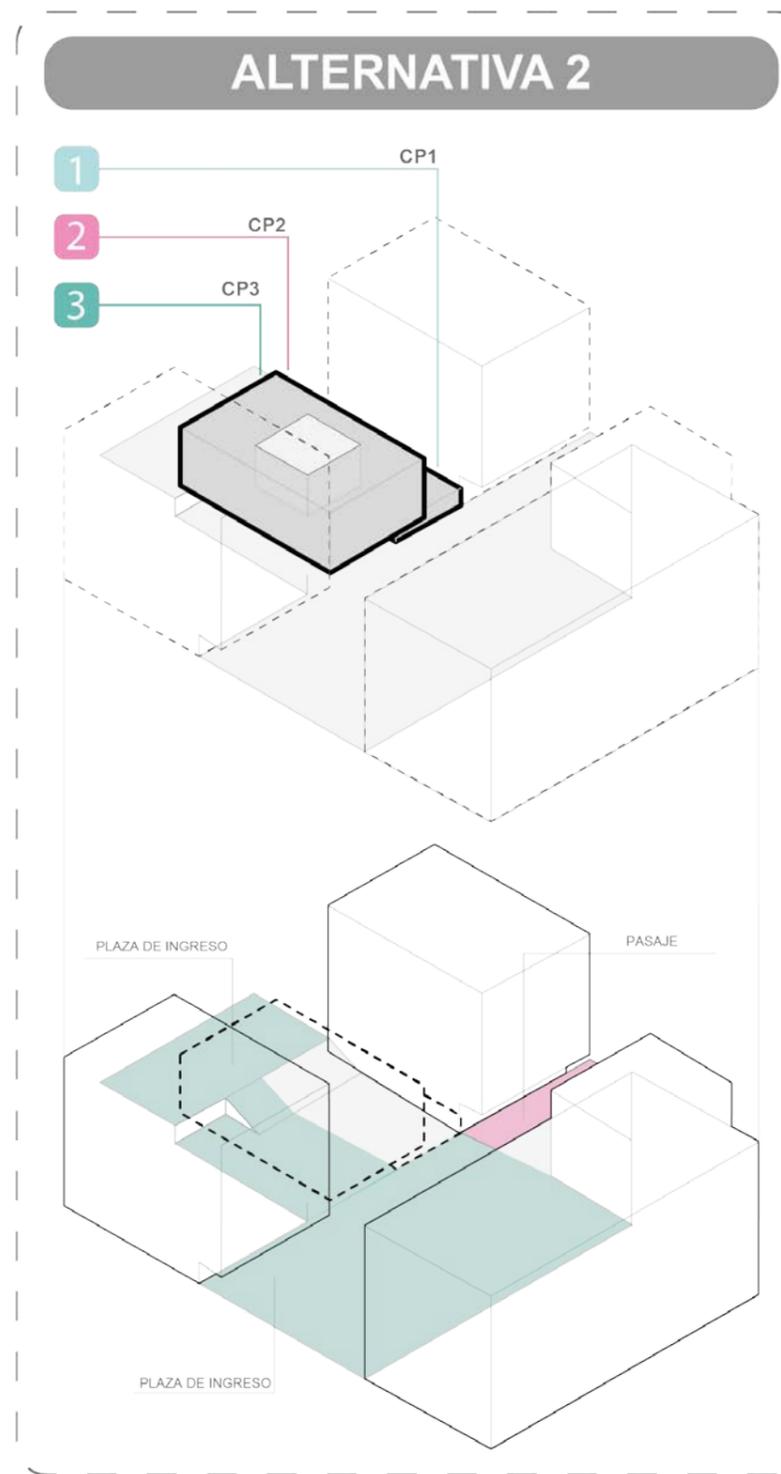


Figura 70. Diagrama Plan masa 2

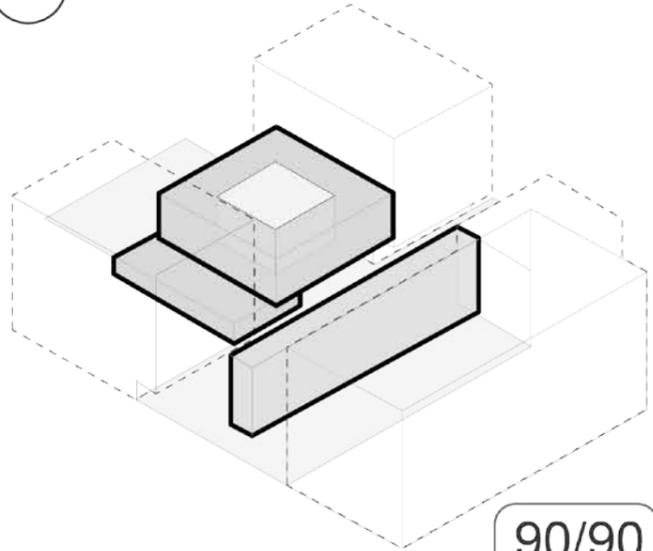
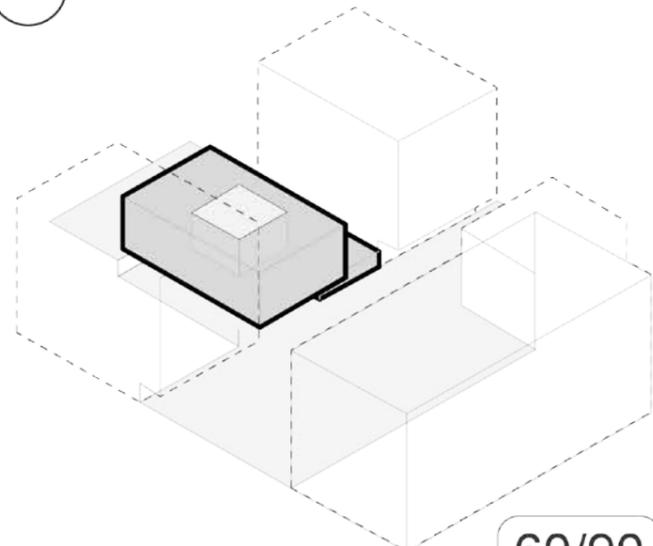
4.3. Parámetros y estrategias por considerar para la elección de plan masa

Descrito los lineamientos para el desarrollo de la propuesta arquitectónica se analizará dos alternativas de plan masa que verán serán definidas y calificadas en base a los parámetros y estrategias tanto formales como funcionales, considerando los siguientes parámetros y estrategias; la implantación en el vacío urbano, la levitación de los volúmenes, y sobre todo la relación contextual como parámetros urbanos, además, el uso y el aprovechamiento de las medianeras (muros ciegos) a favor del proyecto arquitectónico, la conjunción del volumen y el seguimiento de las estrategias programáticas antes mencionadas, como parámetros arquitectónicos. En la parte técnica se considera, los análisis del sitio establecidos para temas de soleamiento, vientos, etc. y se definen tres parámetros que obligatoriamente deben seguir, estos son; la capacidad reflectante del volumen para iluminar los angostos pasajes (forma, materialidad y color) y principalmente la preexistencia, es decir la concordancia entre la relación materialidad, forma, altura, estructura, entre otros.

De manera que se calificara bajo un sistema de puntuación considerando; 10 el valor más idóneo, 5 un aproximado y 0 el no tomar en cuenta el parámetro a calificar.

Hay que considerar que las propuestas nacen bajo la misma intención y los mismos parámetros establecidos, pero no todos cumplen a rajatabla todos y cada uno de ellos, dejando a considerar su pertinencia y su capacidad de adaptarse al entorno, que es la principal idea fuerza para el desarrollo del proyecto arquitectónico.

Tabla 8.
Ponderaciones alternativas de plan masa

ALTERNATIVAS DE DISEÑO PLAN MASA	PARAMETROS Y ESTRATEGIAS A PONDERAR																		
	URBANAS			ARQUITECTÓNICAS			ASESORIAS												
	VACÍO URBANO	LEVITACIÓN	RELACIÓN CONTEXTUAL	MEDIANERAS	COJUNCIÓN VOLUMÉTRICA	COMPLEJIDAD PROGRAMÁTICA	REFLECTANCIA	ATRIO	PREEXISTENCIA										
1  90/90	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
2  60/90	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗	5	10	5	0	10	0	10	10	10	10

4.4. Desarrollo del Plan masa

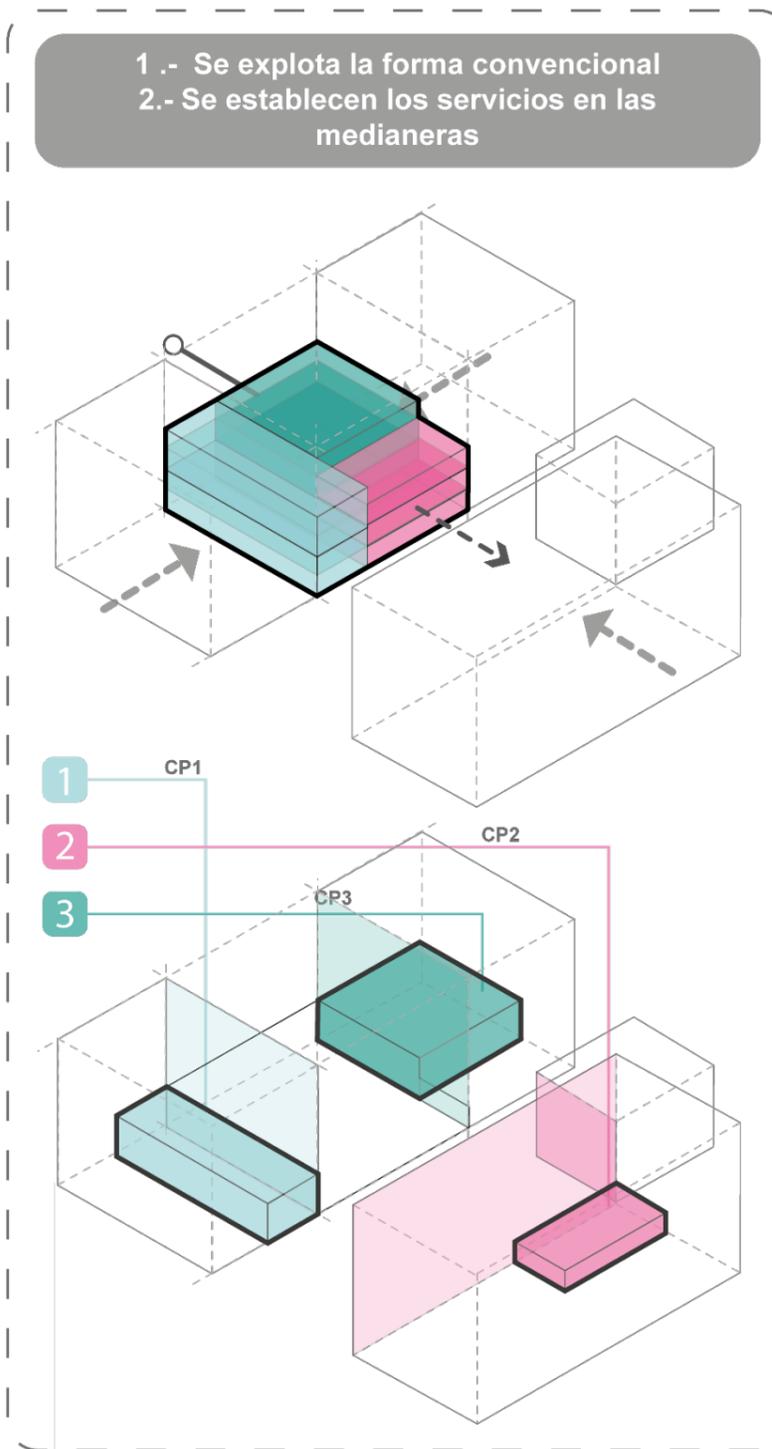


Figura 71. Desarrollo del Plan masa

4.5. Zonificación

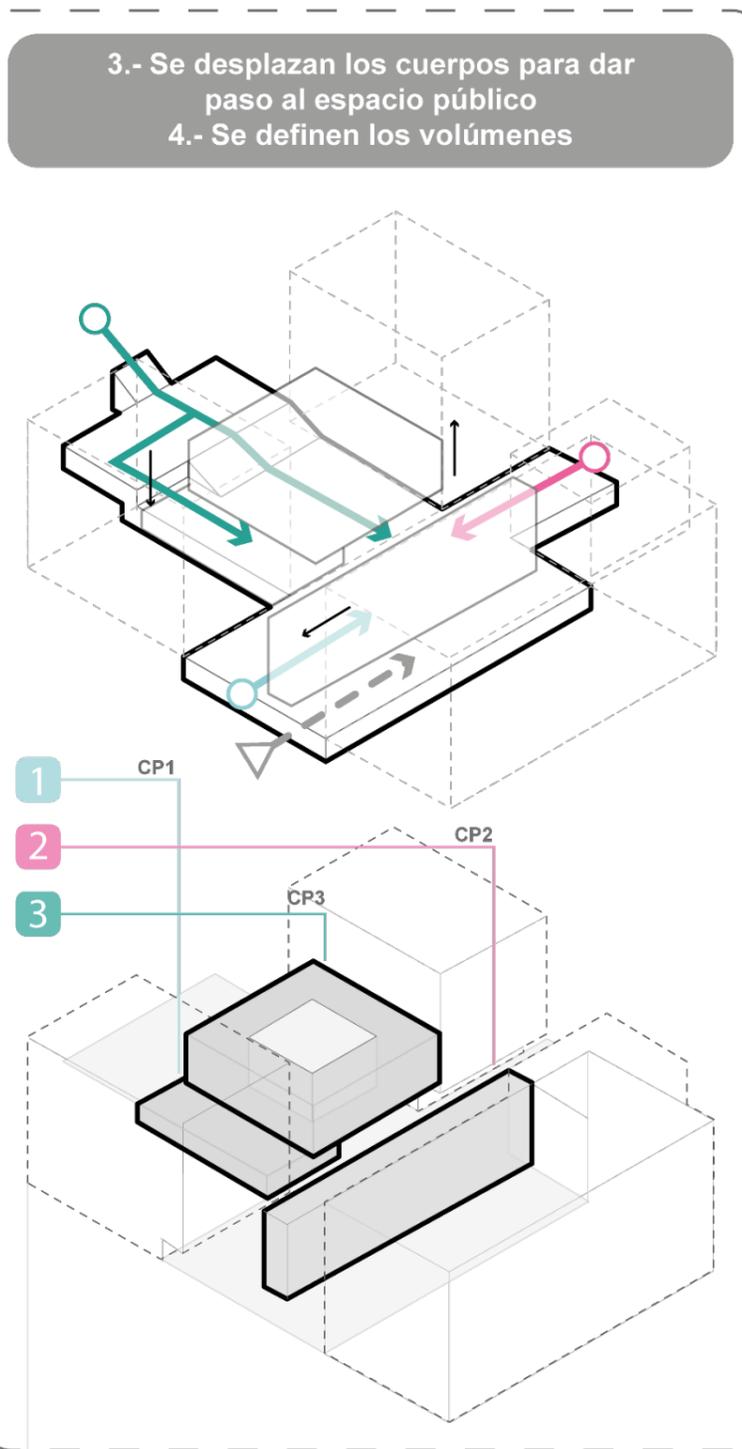
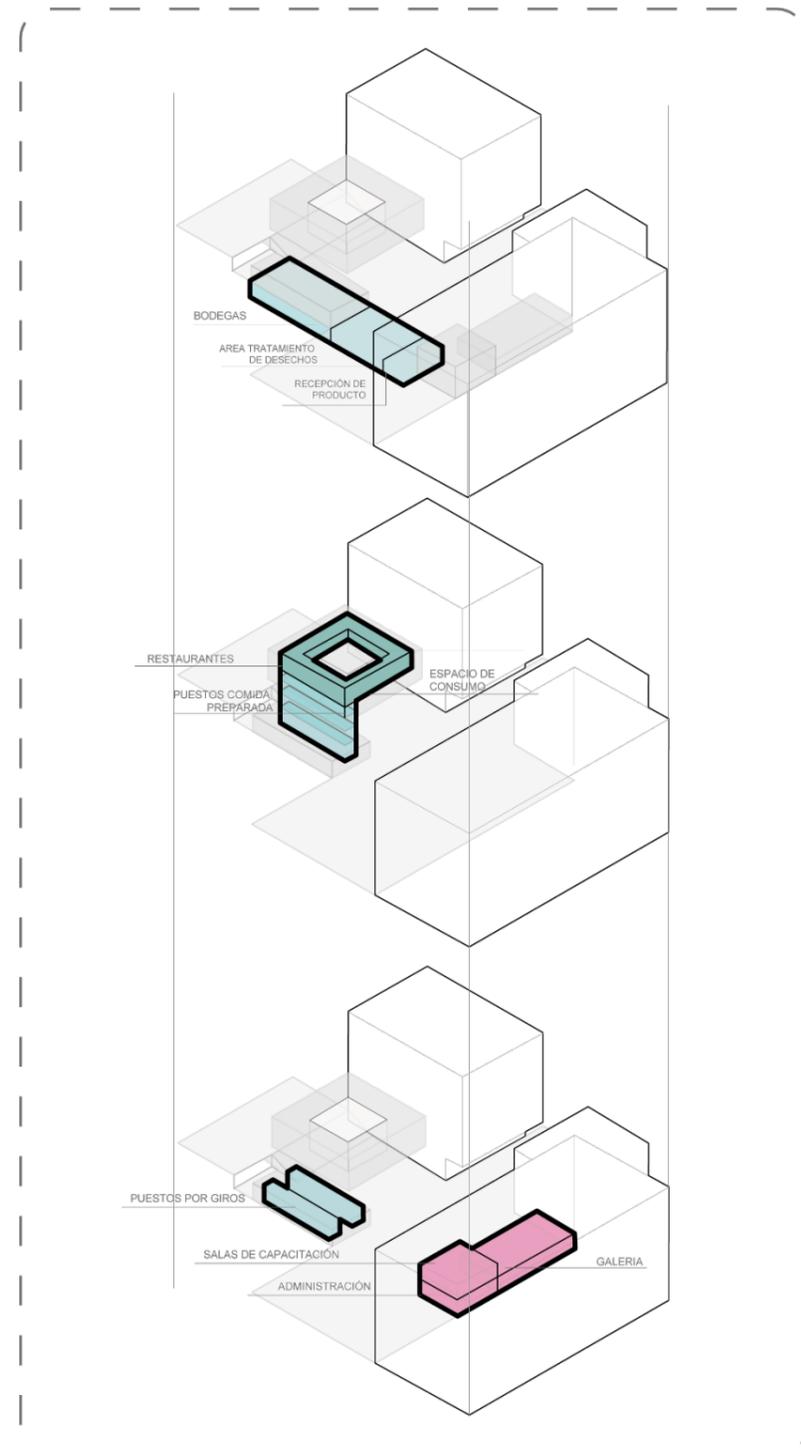
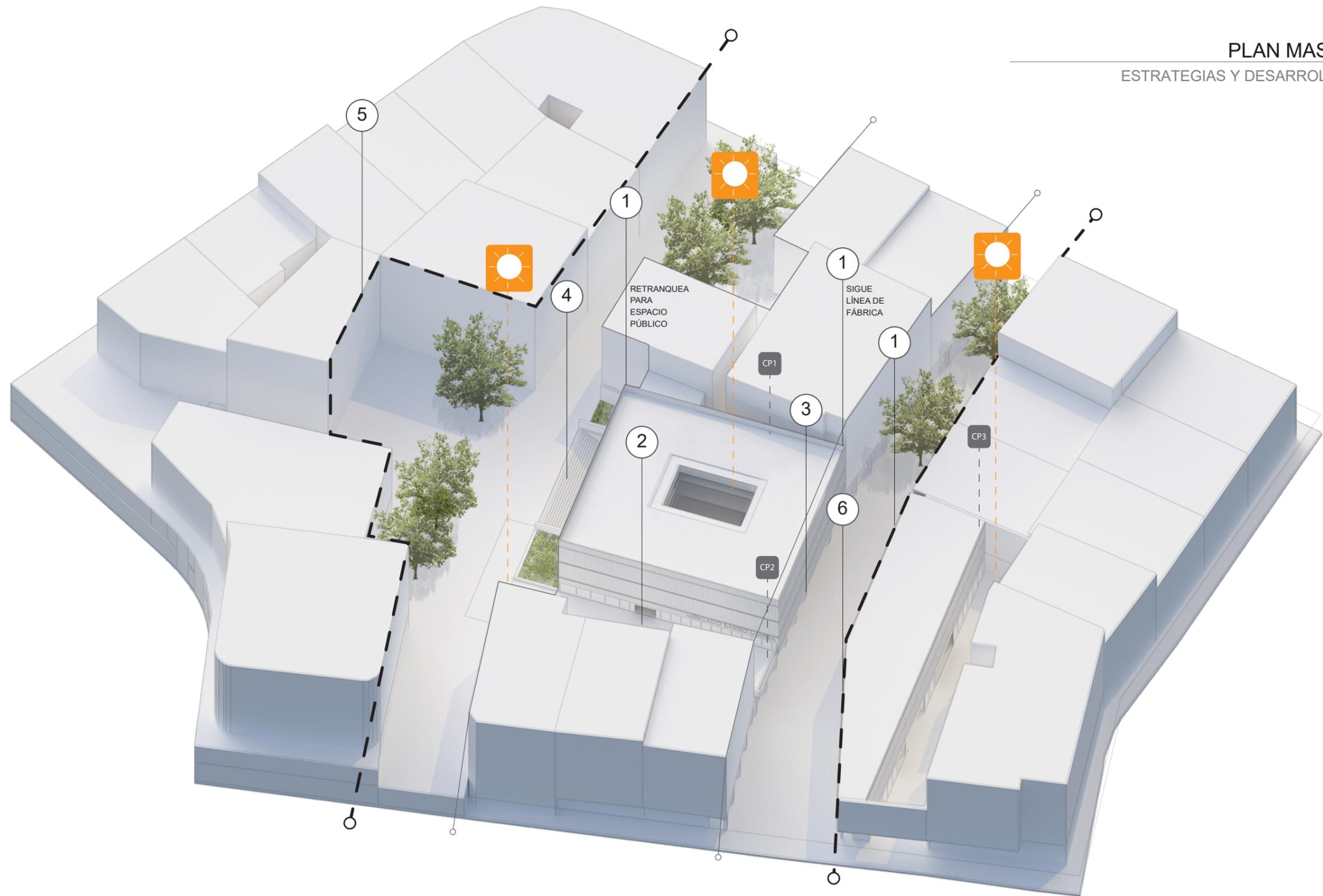
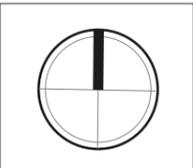


Figura 72. Zonificación

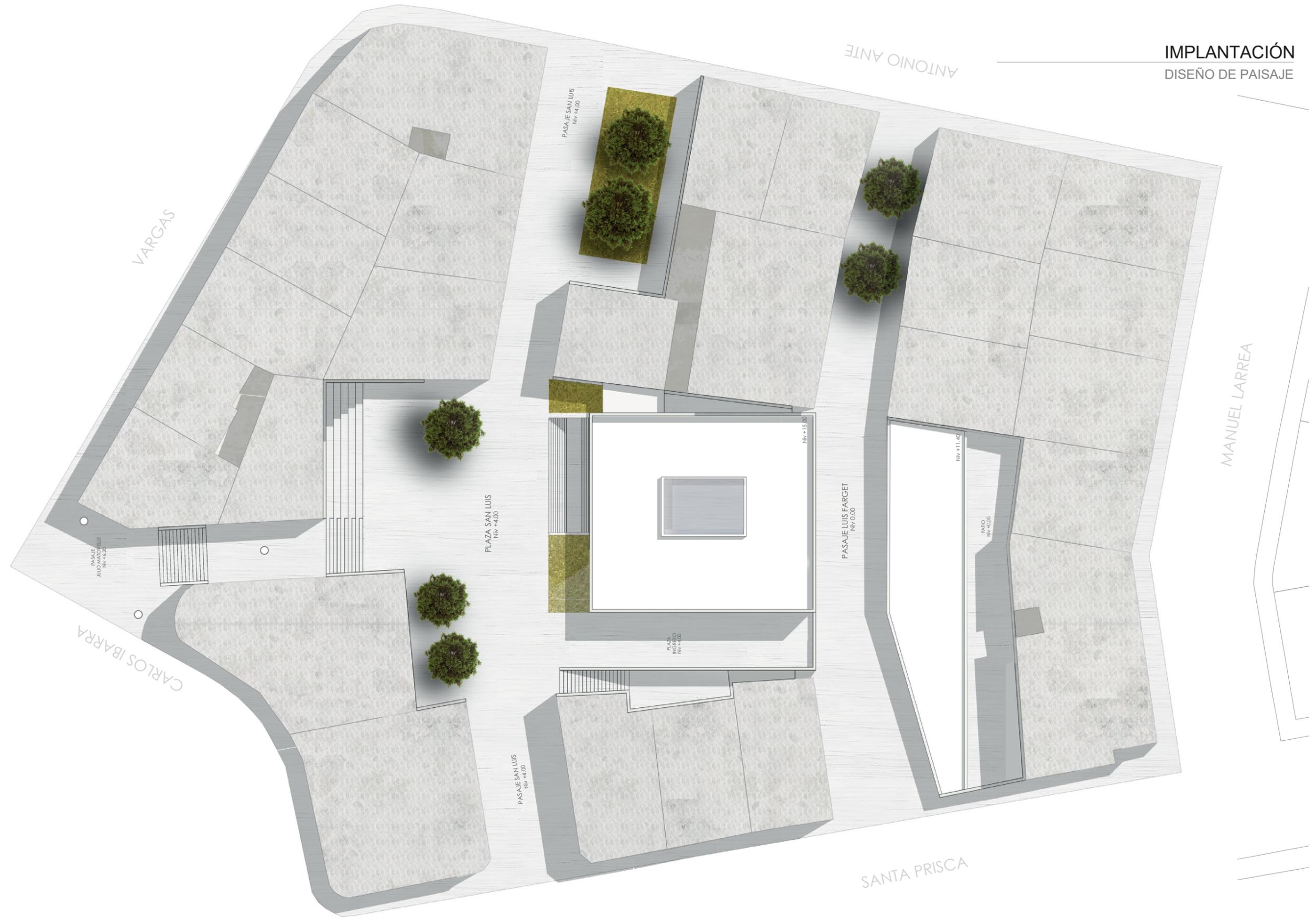




- ① Continuidad de la forma conforme a la fachada que confronta
- ② Plaza de ingreso al volúmen principal desde el pasaje San Luis (Niv + 4.00)
- ③ Continuidad de portales en pasaje Andres Farguet
- ④ Plaza enterrada para continuidad de pasaje Julio Matovelle (Ingreso Niv+ 0.00)
- ⑤ Deformación del trazado para generar espacio público.
- ⑥ El CP3 se delimita siguiendo la línea del trazado (completando el pasaje Andrés Farguet)



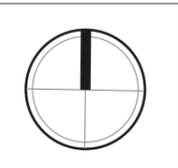
IMPLANTACIÓN
DISEÑO DE PAISAJE



ud/a | ARQUITECTURA

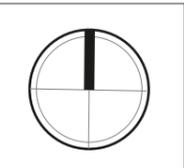
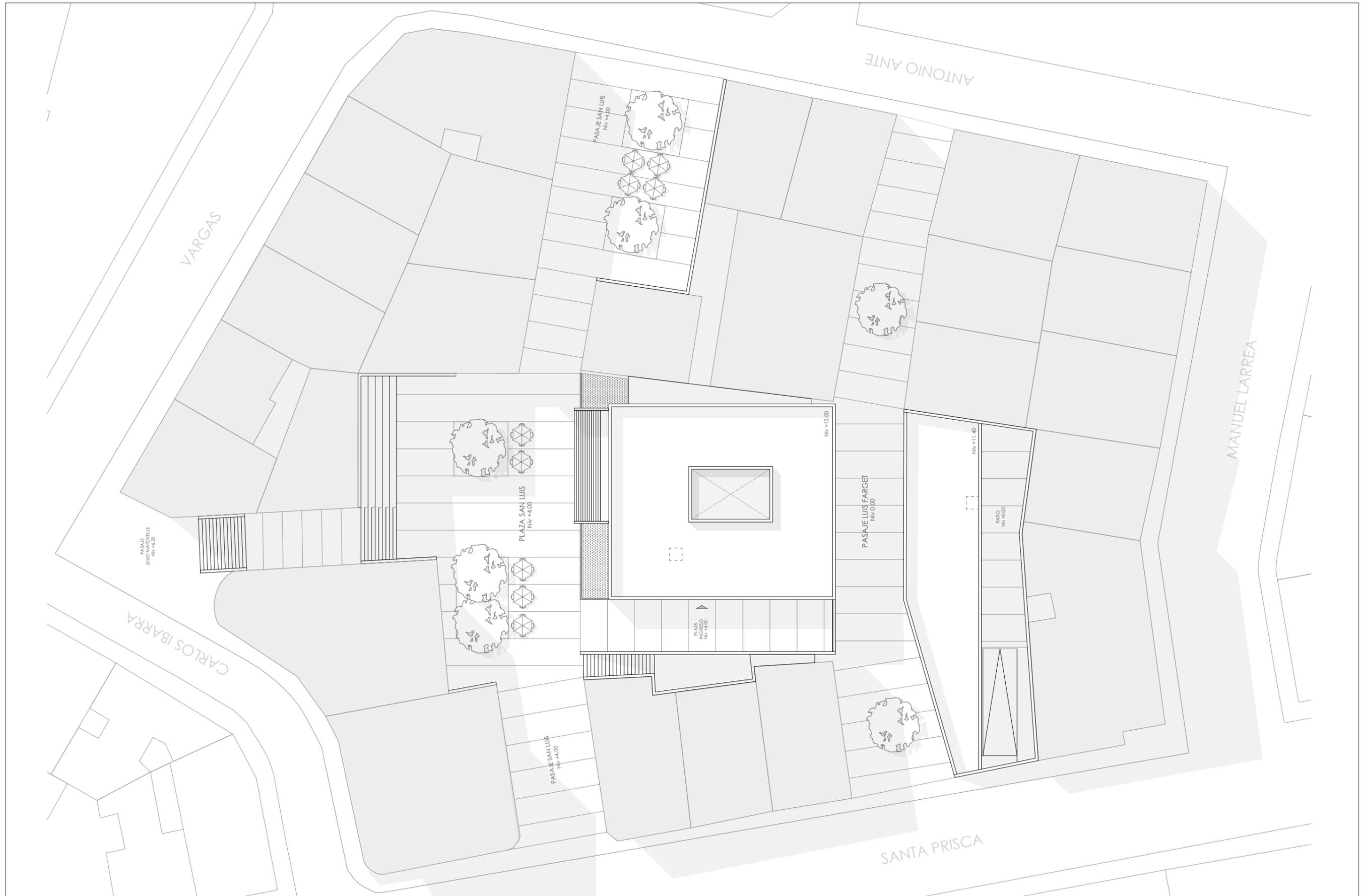
TRABAJO DE TITULACIÓN
NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

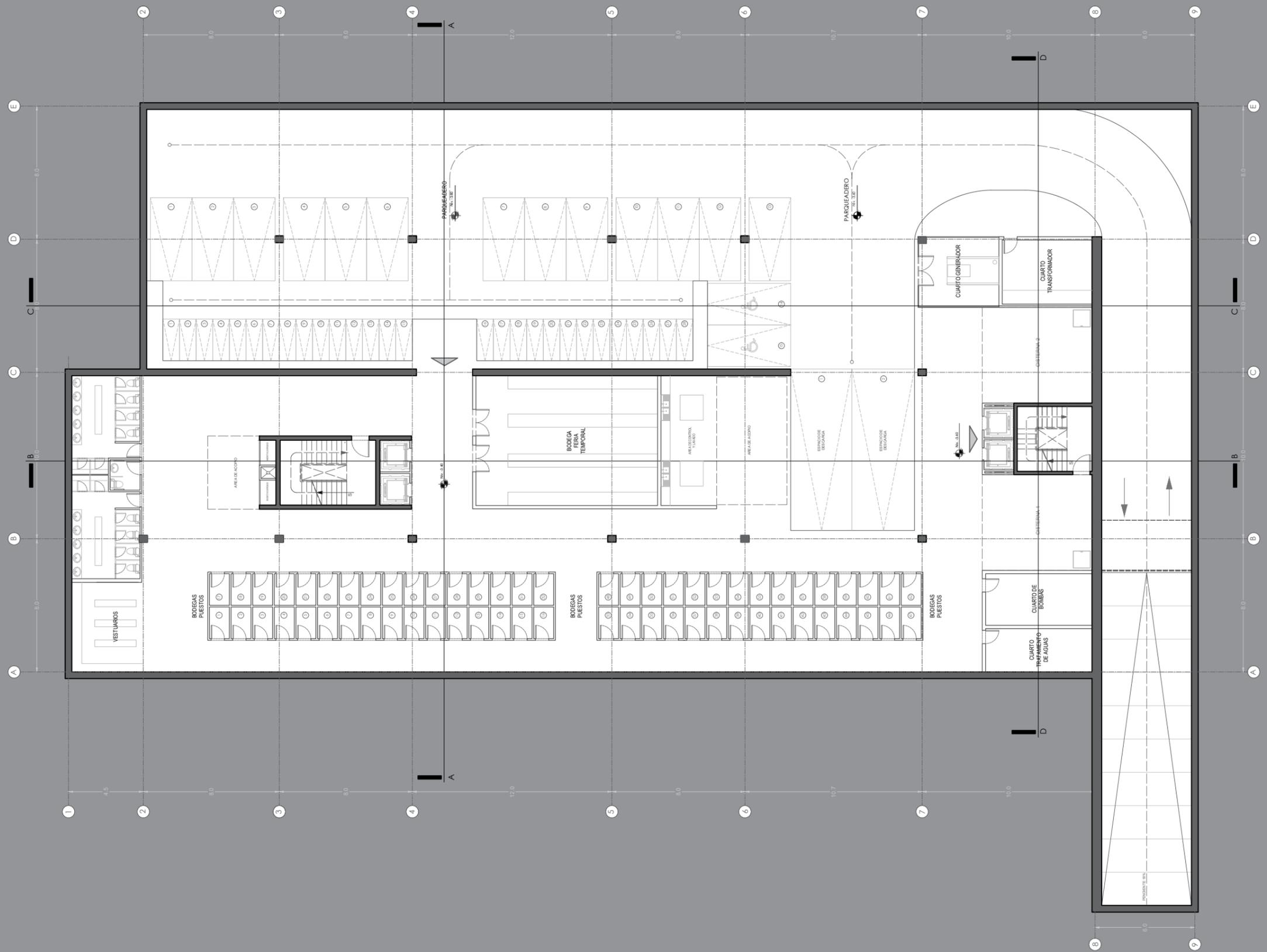
TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea
CONTIENE:
Implantación General Ambientada



NOTAS:
ESCALA:
1:250
LAMINA:
ARQ - 02







ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Planta Subsuelo Niv -3.60



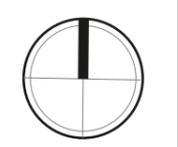
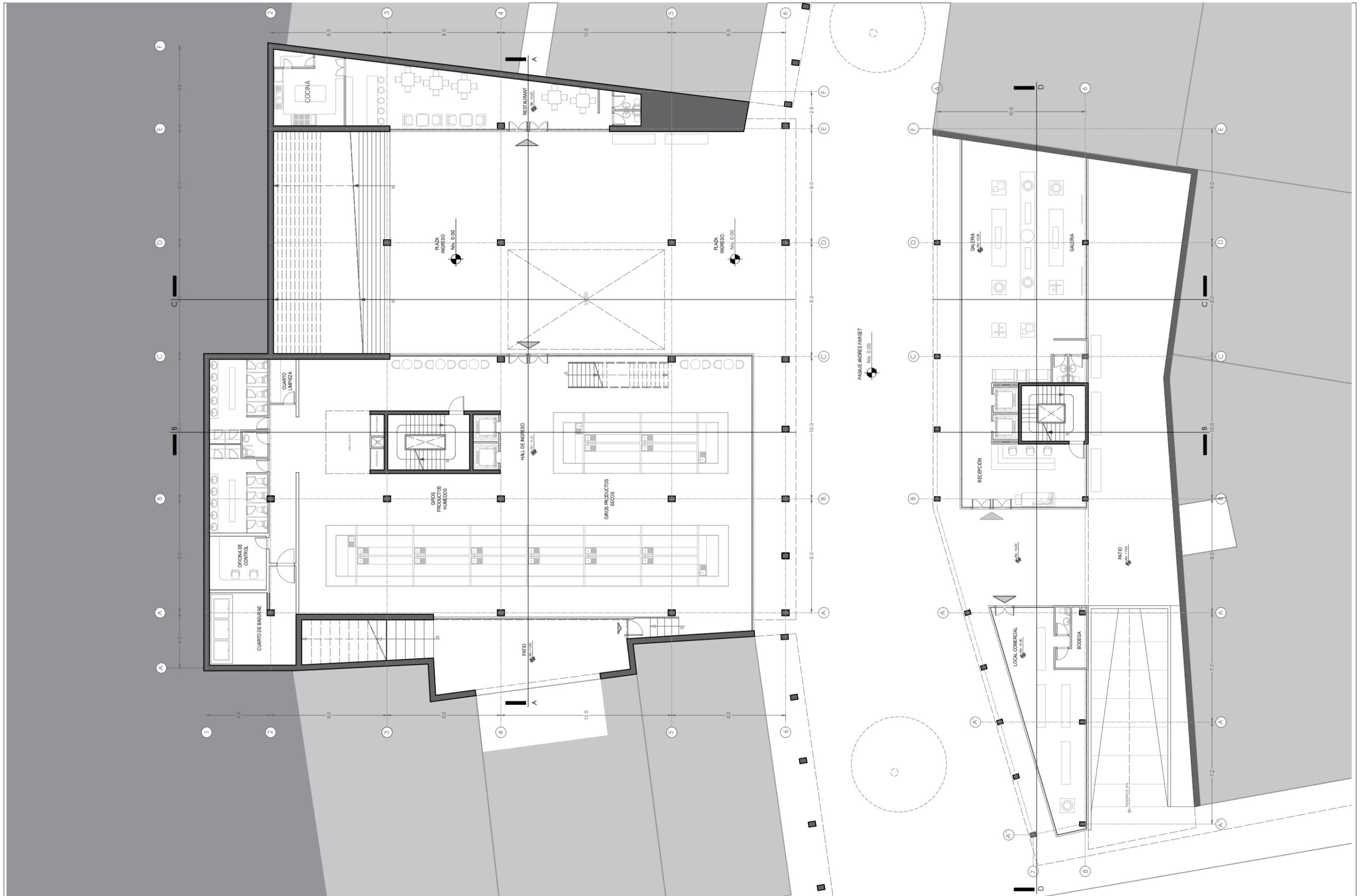
NOTAS:

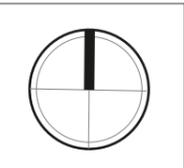
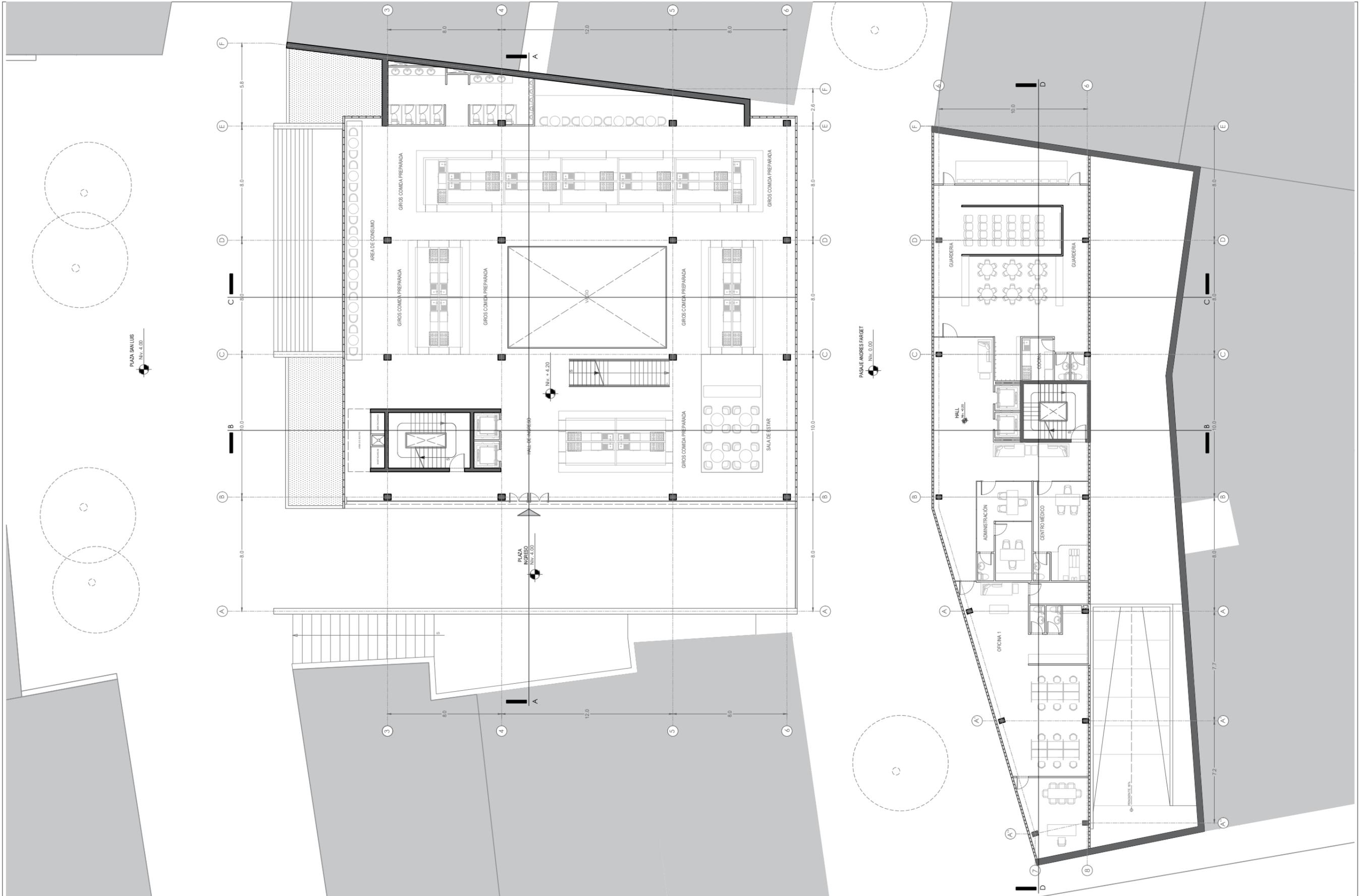
ESCALA:
1:250

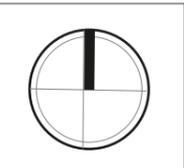
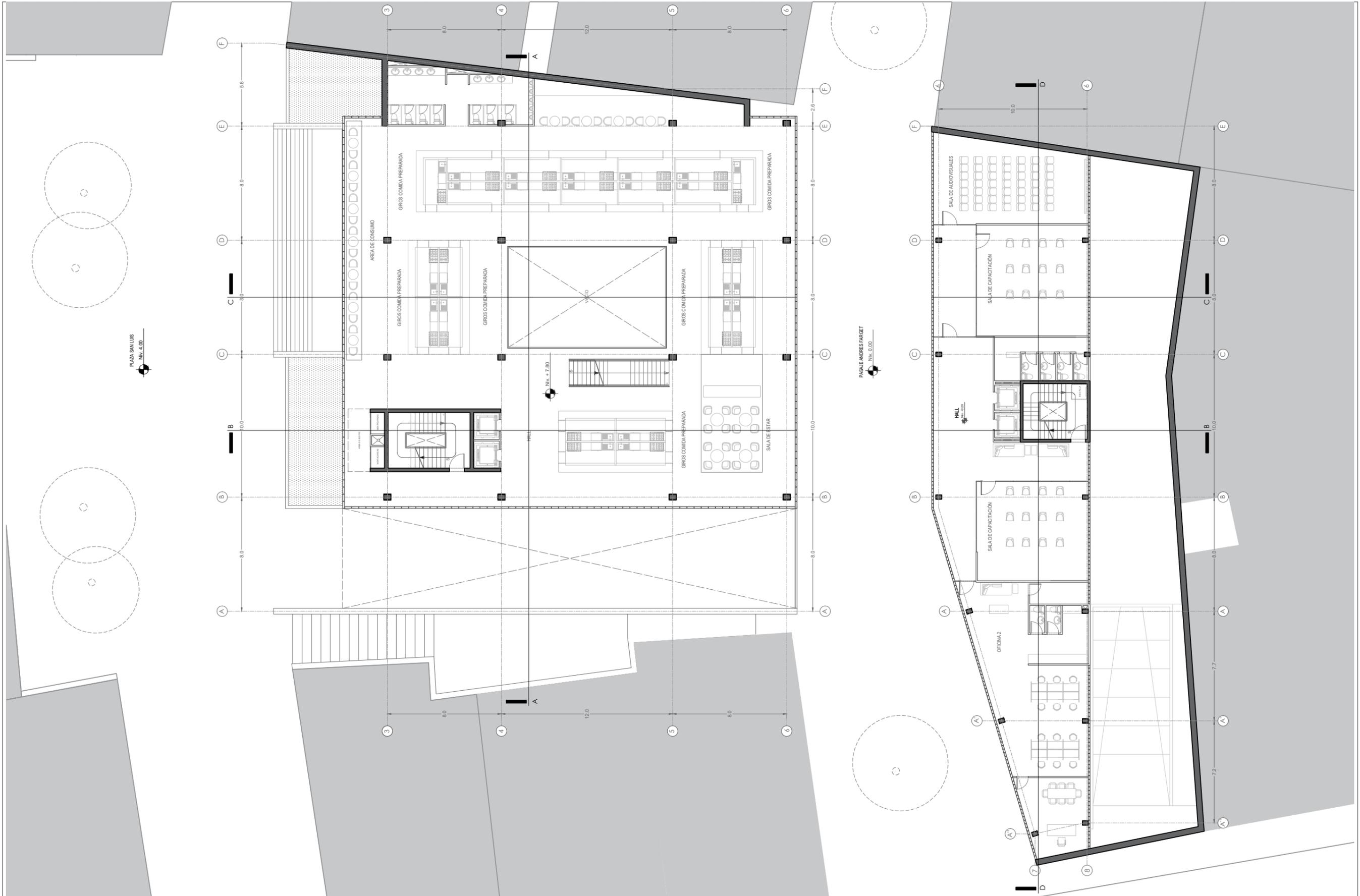
LAMINA:
ARQ - 04

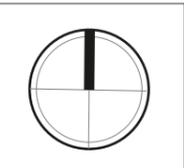
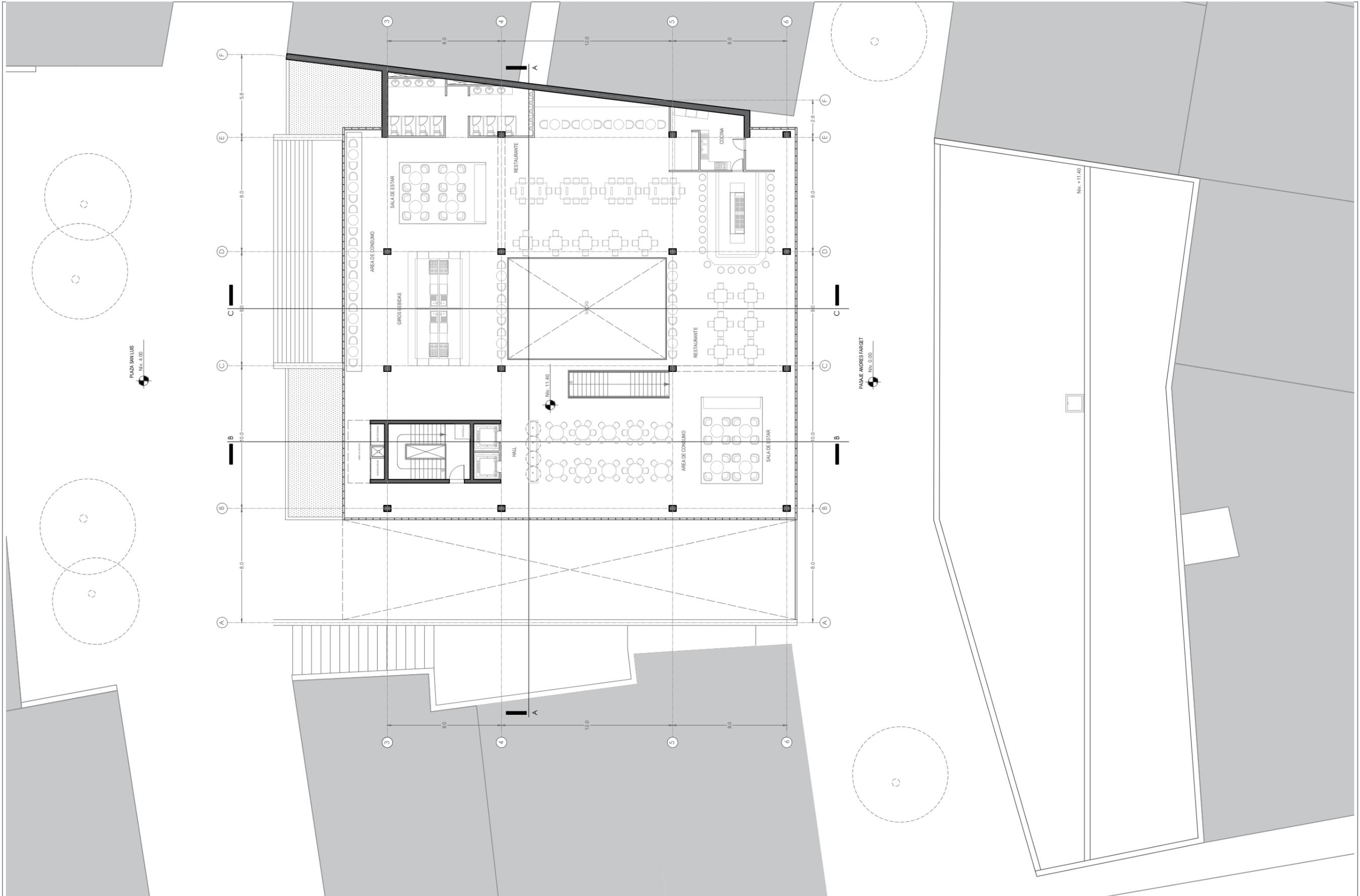
UBICACIÓN:













FACHADA FRONTAL B1
PASAJE ANDRES FARGET



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Fachada Frontal Bloque 1



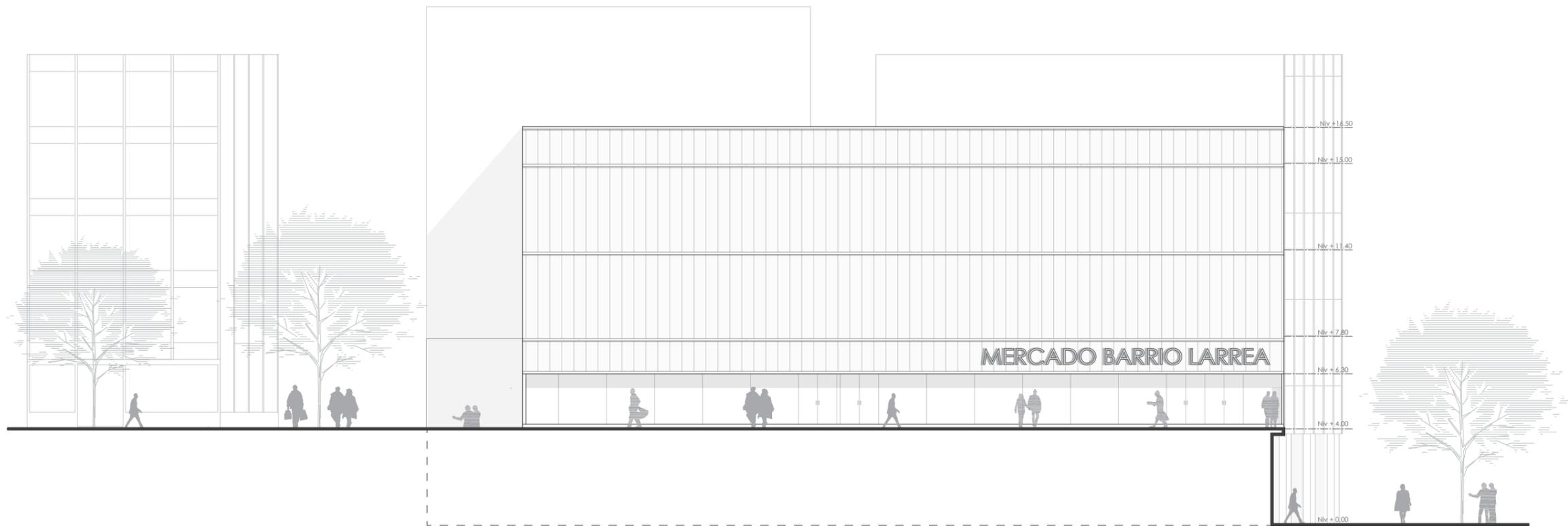
NOTAS:

ESCALA:
1:200

LAMINA:
ARQ - 09

UBICACIÓN:





FACHADA LATERAL IZQUIERDA B1
 PLAZA DE INGRESO - PASAJE SAN LUIS



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
 Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
 Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
 Fachada Lateral Izquierda Bloque 1



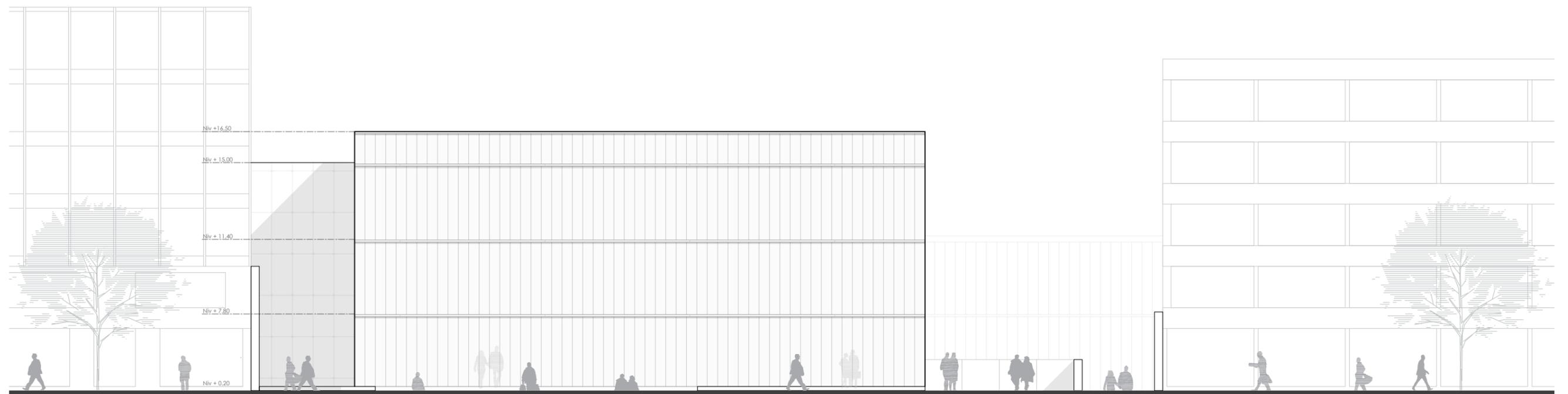
NOTAS:

ESCALA:
 1:200

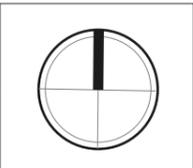
LAMINA:
 ARQ - 10

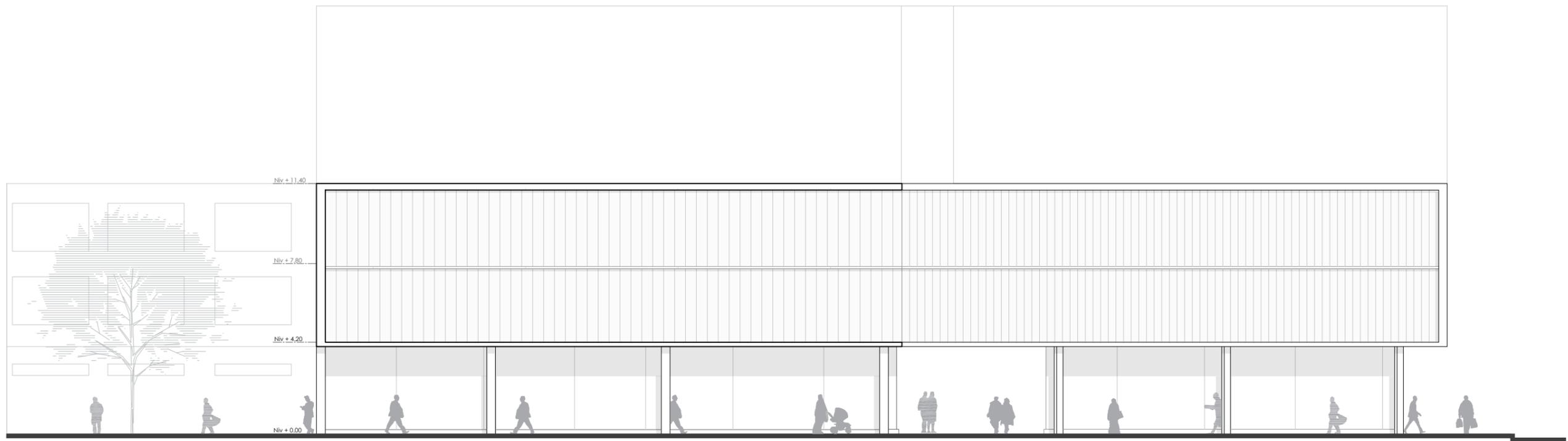
UBICACIÓN:



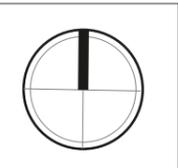


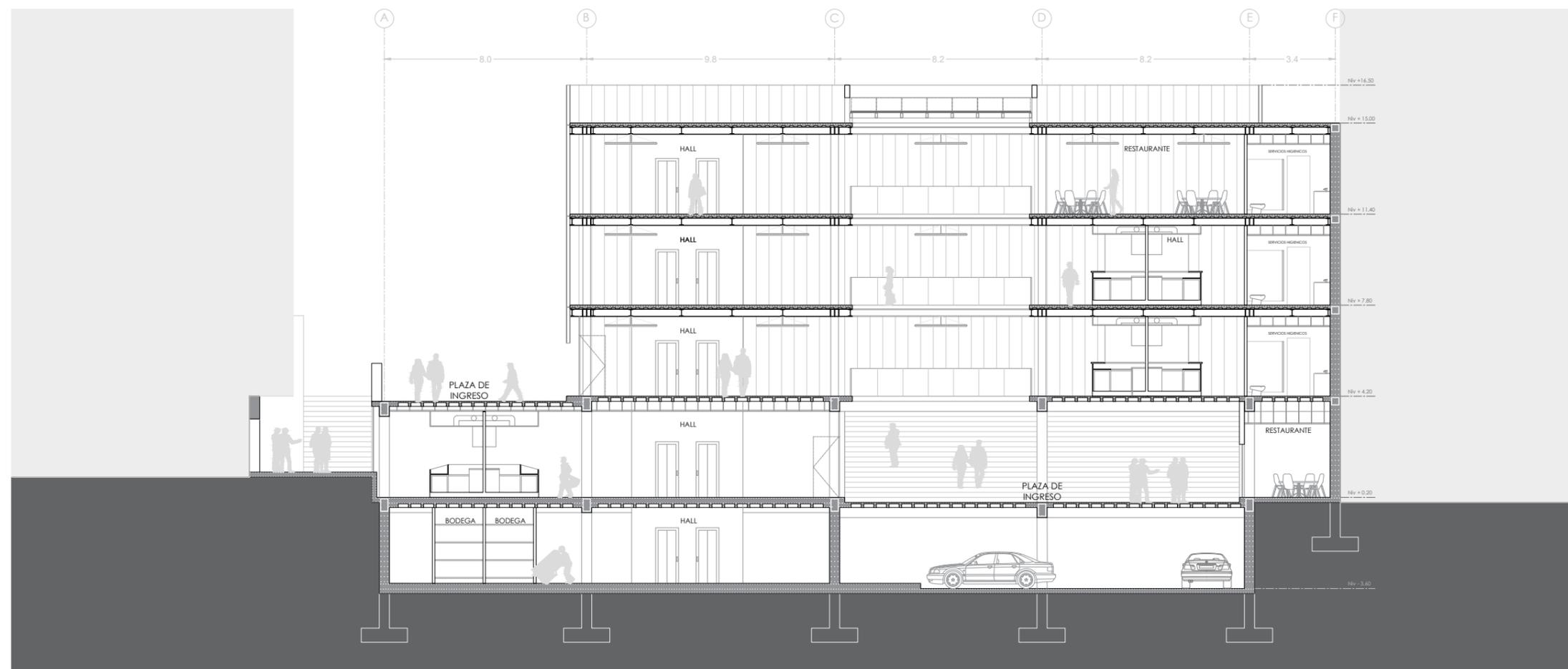
FACHADA POSTERIOR B1
PASAJE SAN LUIS





FACHADA FRONTAL B2
PASAJE ANDRES FARGET





CORTE A - A'
TRANSVERSAL B1



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Corte A - A'



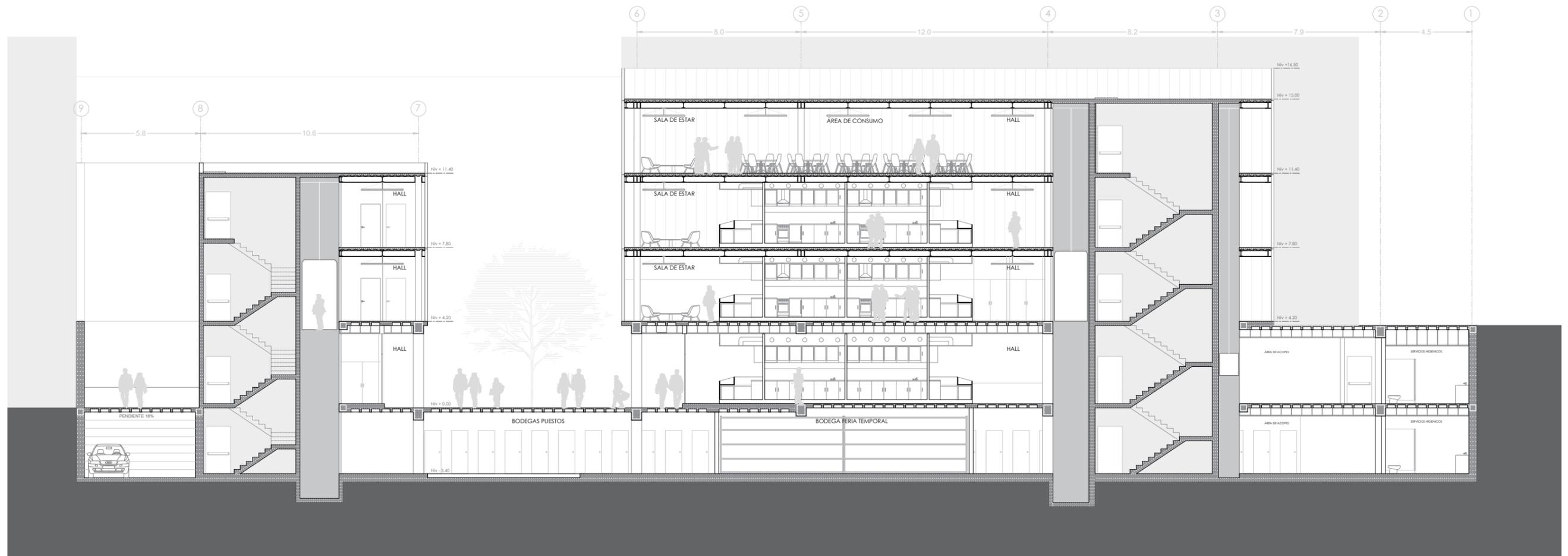
NOTAS:

ESCALA:
1:200

LAMINA:
ARQ - 13

UBICACIÓN:





CORTE B - B'
LONGITUDINAL B1



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Corte B - B'



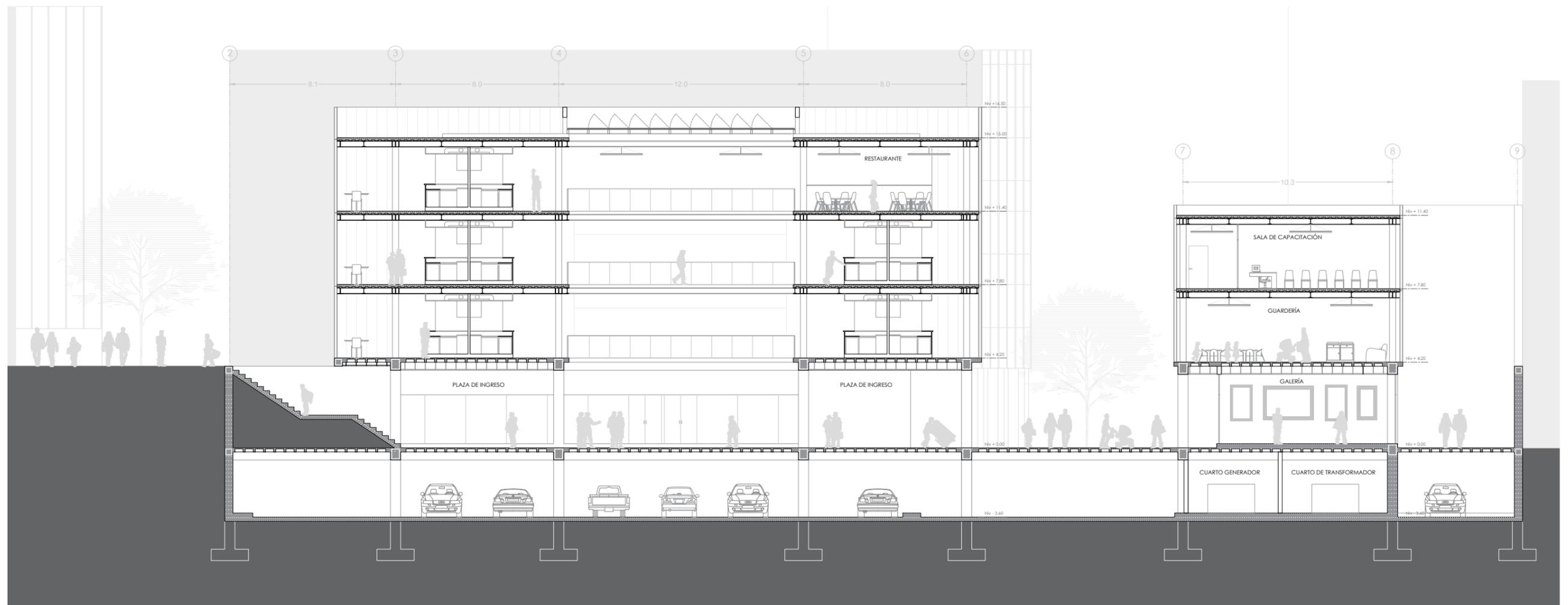
NOTAS:

ESCALA:
1:200

LAMINA:
ARQ - 14

UBICACIÓN:





CORTE C - C'
LONGITUDINAL B1



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

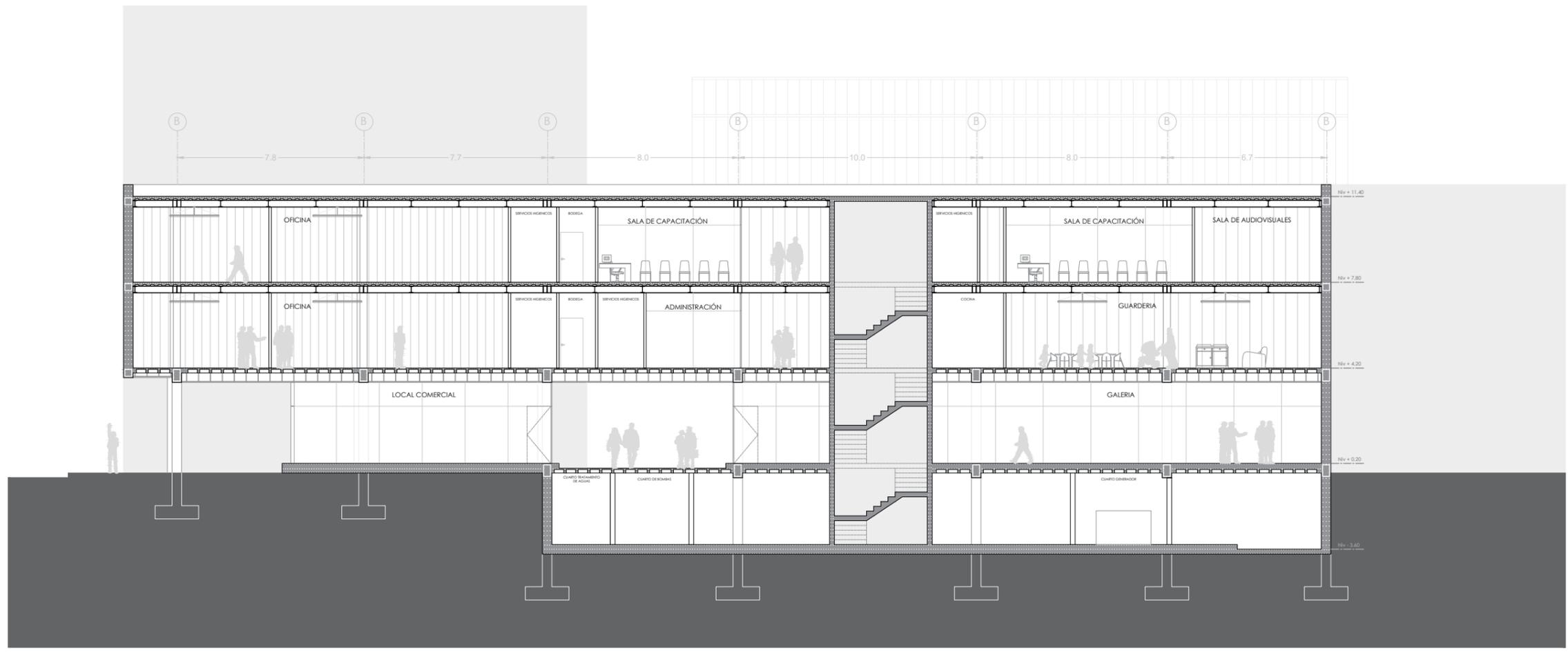
TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Corte C - C'

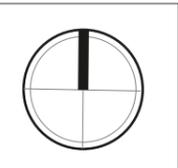


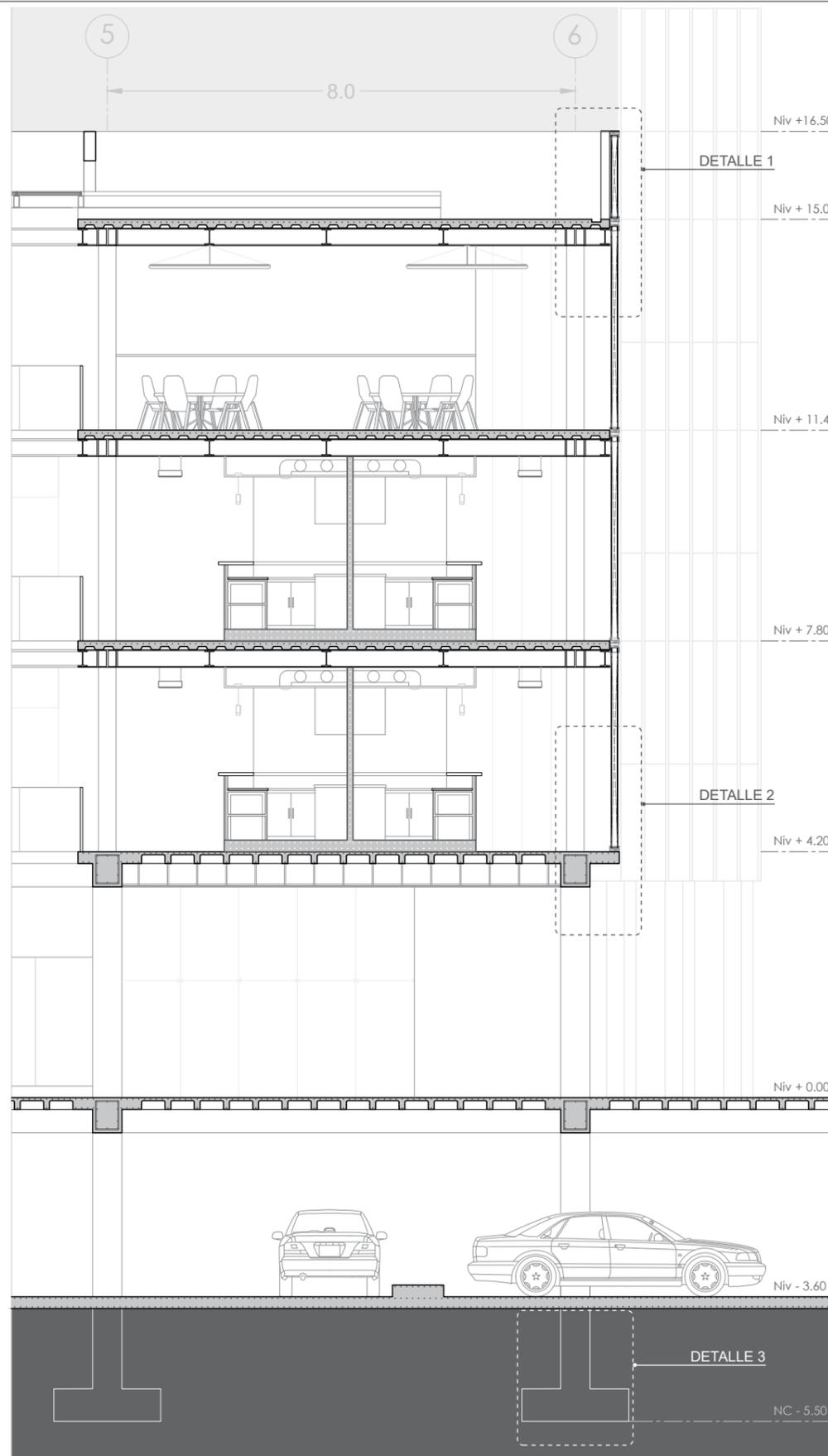
NOTAS:	
ESCALA: 1:200	LAMINA: ARQ - 15





CORTE D - D'
LONGITUDINAL B2





ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Corte - Fachada



NOTAS:

ESCALA:
1:200

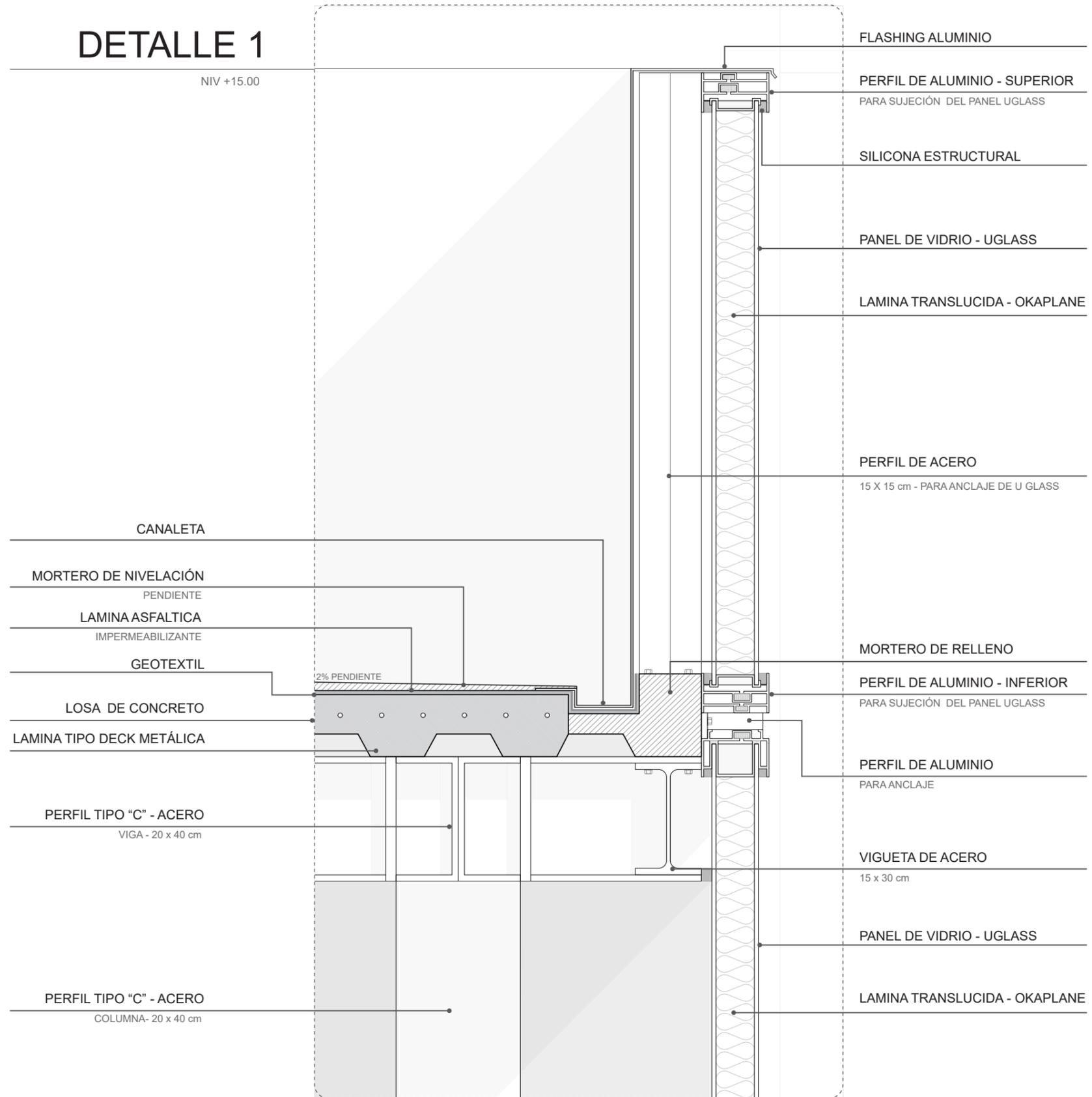
LAMINA:
ARQ - 17

UBICACIÓN:



DETALLE 1

NIV +15.00



FLASHING ALUMINIO

PERFIL DE ALUMINIO - SUPERIOR
PARA SUJECIÓN DEL PANEL UGLASS

SILICONA ESTRUCTURAL

PANEL DE VIDRIO - UGLASS

LAMINA TRANSLUCIDA - OKAPLANE

PERFIL DE ACERO
15 X 15 cm - PARA ANCLAJE DE U GLASS

MORTERO DE RELLENO

PERFIL DE ALUMINIO - INFERIOR
PARA SUJECIÓN DEL PANEL UGLASS

PERFIL DE ALUMINIO
PARA ANCLAJE

VIGUETA DE ACERO
15 x 30 cm

PANEL DE VIDRIO - UGLASS

LAMINA TRANSLUCIDA - OKAPLANE

CANALETA

MORTERO DE NIVELACIÓN
PENDIENTE

LAMINA ASFALTICA
IMPERMEABILIZANTE

GEOTEXTIL

2% PENDIENTE

LOSA DE CONCRETO

LAMINA TIPO DECK METÁLICA

PERFIL TIPO "C" - ACERO
VIGA - 20 x 40 cm

PERFIL TIPO "C" - ACERO
COLUMNA - 20 x 40 cm



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Detalle Constructivo 1



NOTAS:

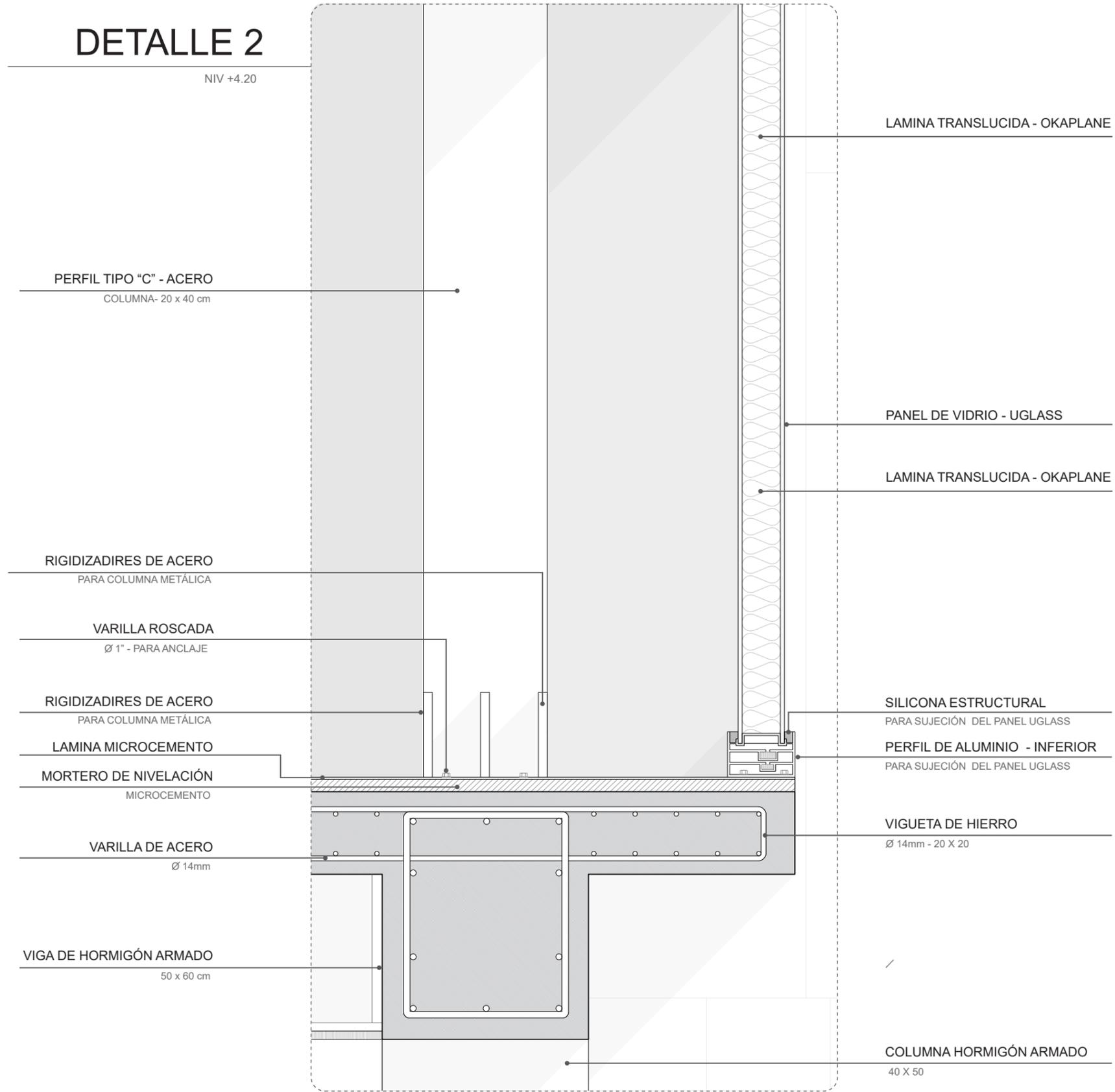
ESCALA:
1:200

LAMINA:
ARQ - 18



DETALLE 2

NIV +4.20



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Detalle Constructivo 2



NOTAS:

ESCALA:
1:200

LAMINA:
ARQ - 19

UBICACIÓN:



DETALLE 3

NC -5.50

ESTRIBO DE HIERRO - COLUMNA
Ø 14mm

COLUMNA - HIERRO
Ø 14mm

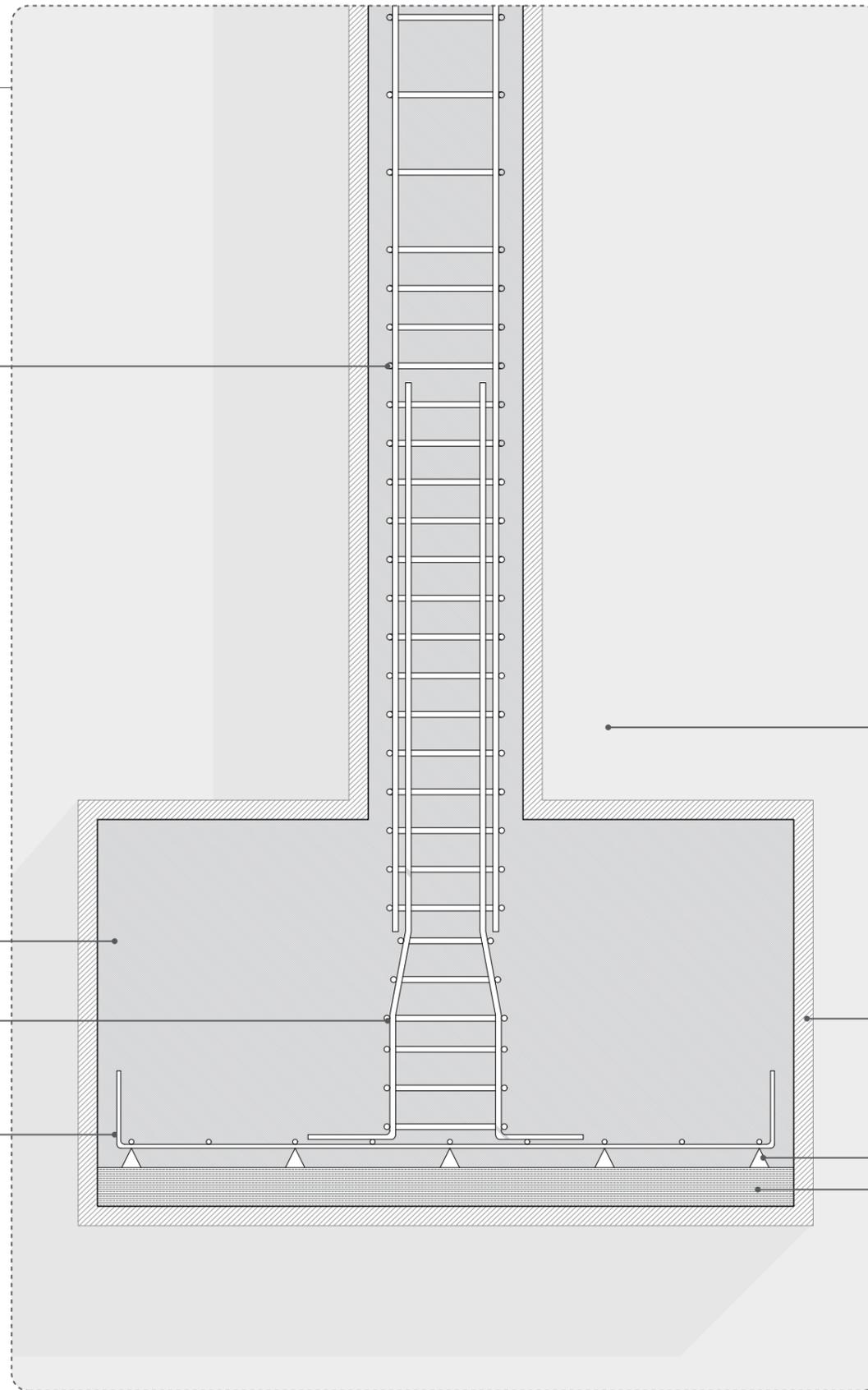
HORMIGÓN ARMADO

ARMADURA BASE - HIERRO
Ø 14mm

PARRILLA - HIERRO
Ø 14mm

HORMIGÓN DE LIMPIEZA

GALLETA - ALZA
REPLANTILLO



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Detalle Constructivo 3



NOTAS:

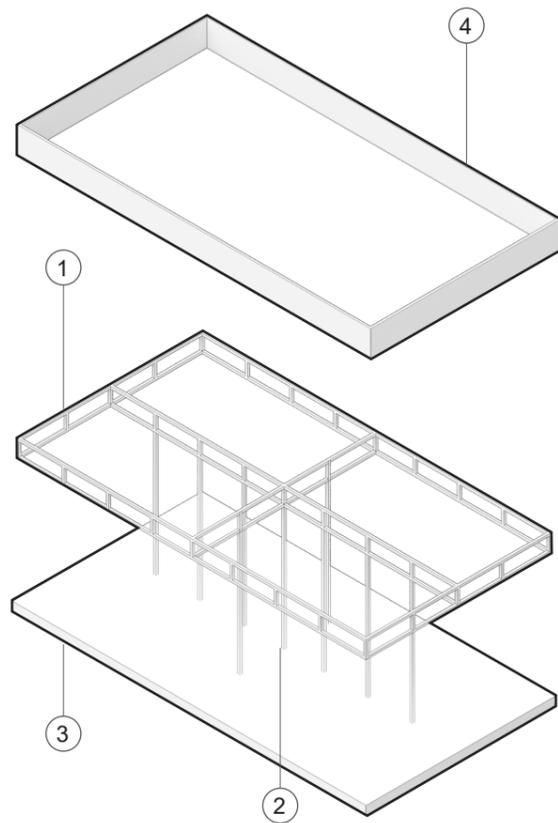
ESCALA:
1:200

LAMINA:
ARQ - 20

UBICACIÓN:

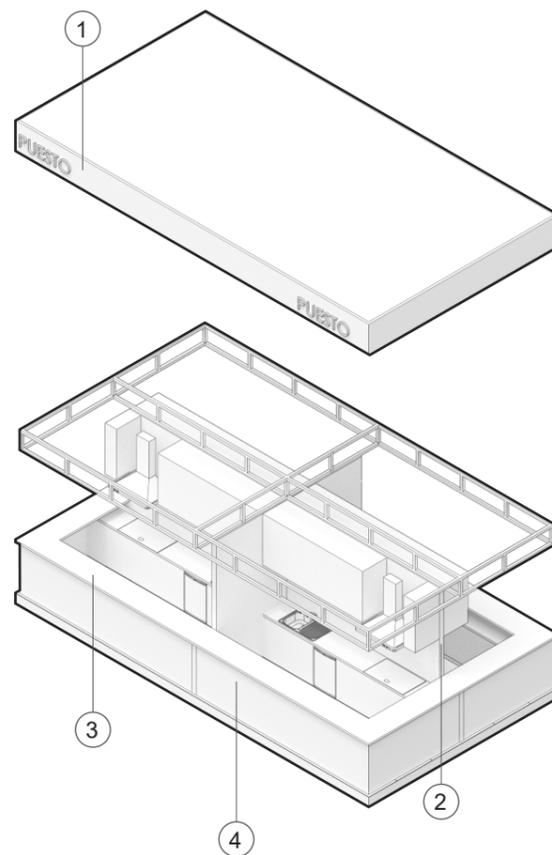


ESTRUCTURA
MÓDULO DE 4 X 8 m



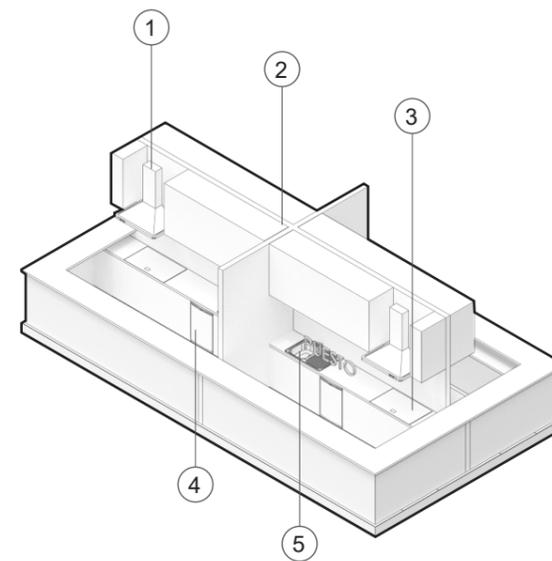
- ① Estructura metálica de cubierta (anclaje en la losa superior)
- ② Estructura metálica (perfil de 5 cm)
- ③ Loseta de hormigón (10 cm)
- ④ Tapa de recubrimiento de madera OSB

TABIQUERIA
PUESTOS DE 2 X 4 m



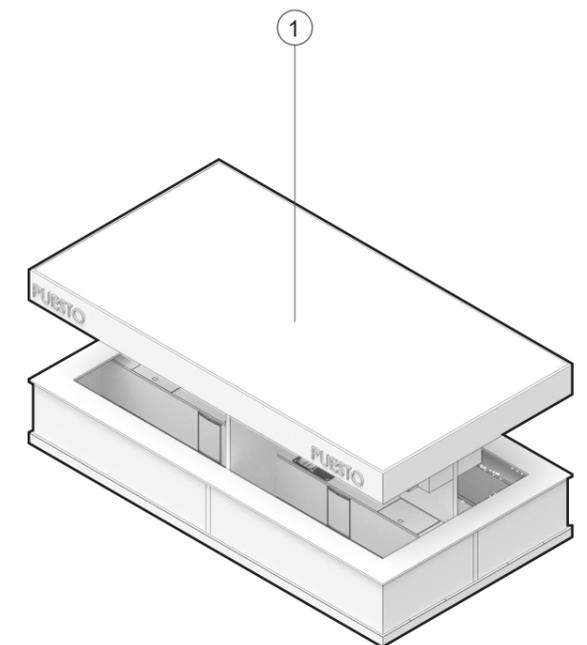
- ① Rotulación en cubierta
- ② Tabiquería de gypsum (10cm)
- ③ Barra de microcemento (4 cm)
- ④ Tapa de recubrimiento de madera OSB

MOBILIARIO
VARIABLE SEGUN FUNCIÓN



- ① Extractor de humo y olores
- ② Alacena de madera
- ③ Cocina de seis hornillas (GLP)
- ④ Frigorífico
- ⑤ Lavamanos

TOTAL
PUESTO ESTANDAR



- ① Módulo replicable de 4 puestos



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Detalle Puesto Estándar 1



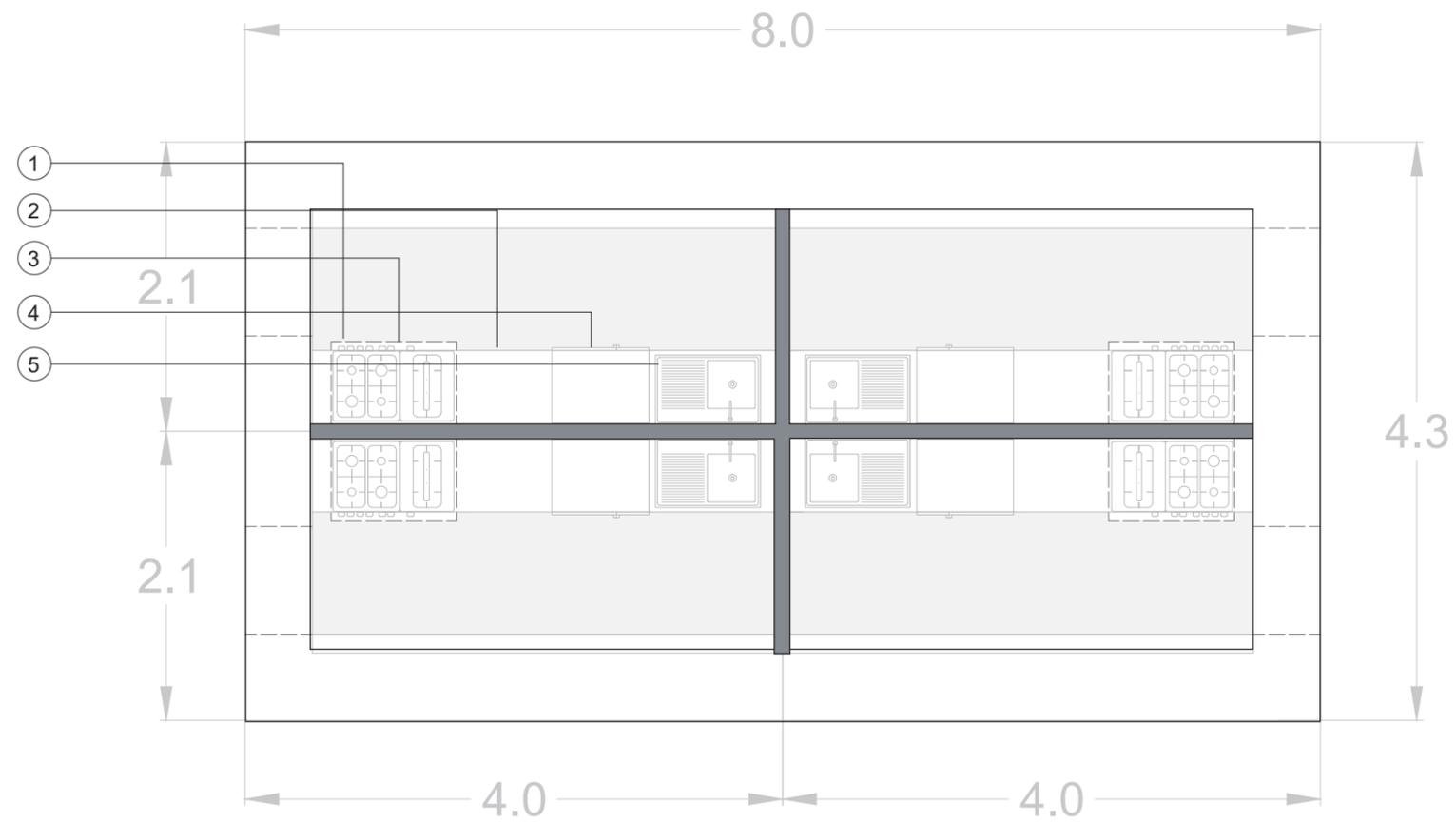
NOTAS:

ESCALA:
1:250

LAMINA:
ARQ - 21

UBICACIÓN:





- ① Extractor de humo y olores
- ② Alacena de madera
- ③ Cocina de seis hornillas (GLP)
- ④ Frigorífico
- ⑤ Lavamanos

PLANTA
PUESTO ESTANDAR



- ① Extractor de humo y olores
- ② Alacena de madera
- ③ Cocina de seis hornillas (GLP)
- ④ Frigorífico
- ⑤ Lavamanos

CORTE LONGITUDINAL
PUESTO ESTANDAR



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Detalle Puesto Estándar 2



NOTAS:

ESCALA:
1:50

LAMINA:
ARQ - 22

UBICACIÓN:





uola

ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Perspectiva Exterior 1



NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 23

UBICACIÓN:





ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Perspectiva Exterior 2



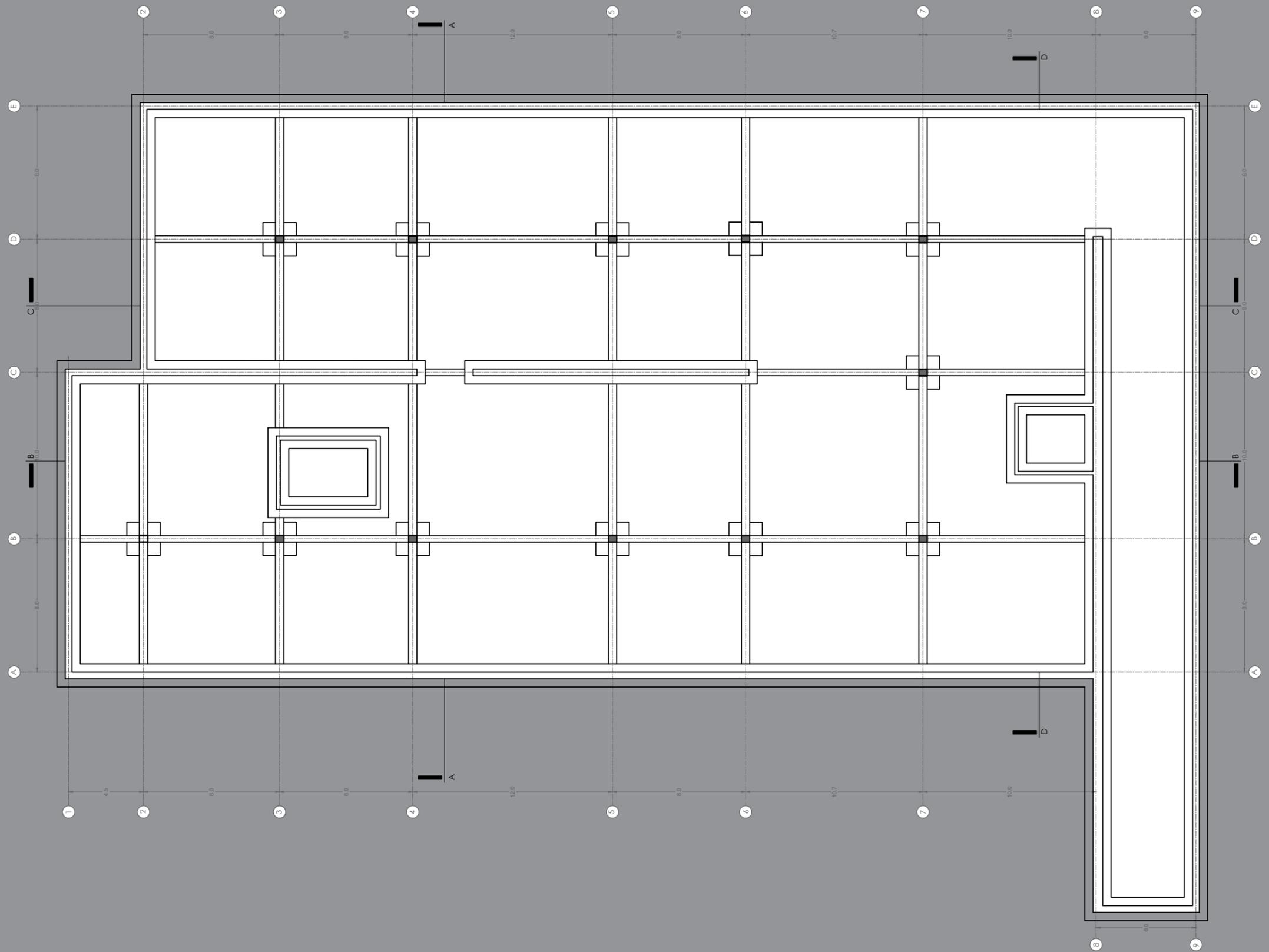
NOTAS:

ESCALA:
1Indefinida

LAMINA:
ARQ - 24

UBICACIÓN:





ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

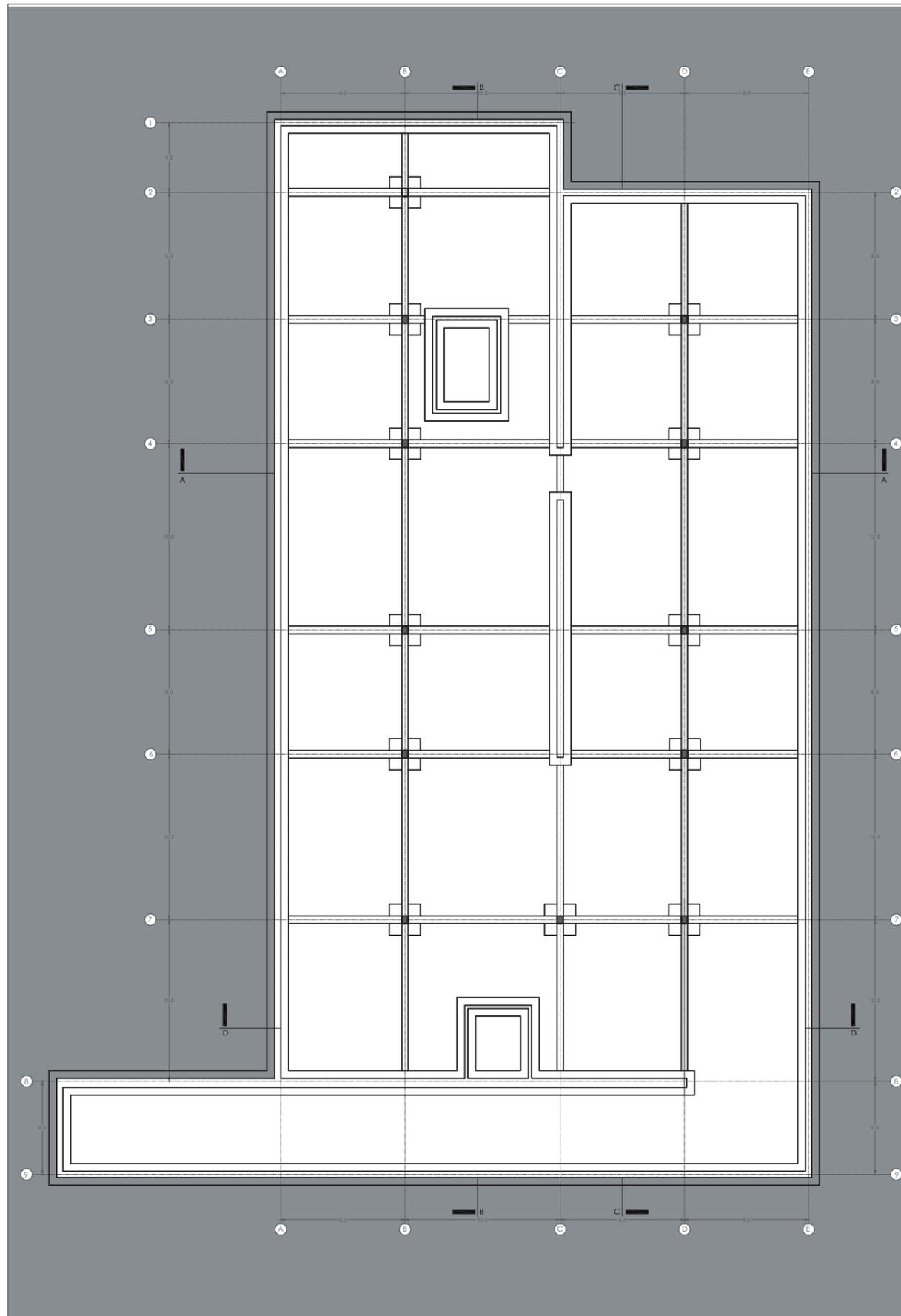
TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Estructuras - Planta cimentación



NOTAS:	
ESCALA: 1:250	LAMINA: ARQ - 27





SUELO

ANALISIS CONSTRUCTIVO

DESCRIPCIÓN

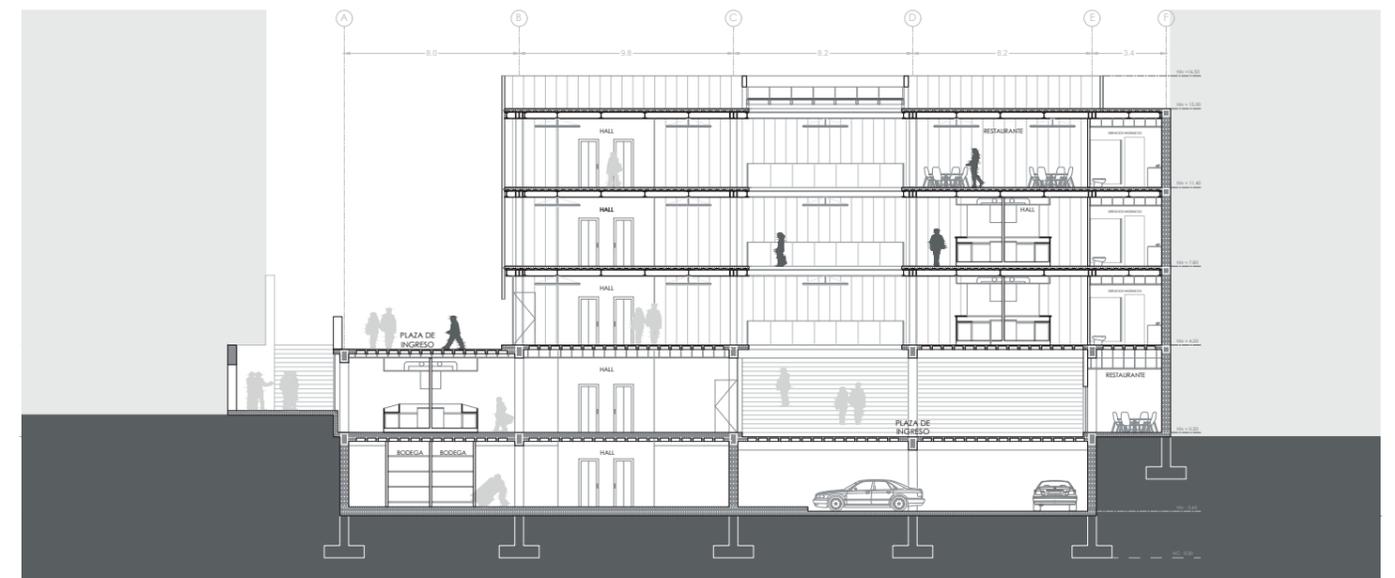
El tipo de suelo en el sector es cangagua de poco espesor con 1.5 kg/cm² y es considerado como suelo intermedio con un periodo de vibración 0.2- 0.6 segundo en caso de sismo

OBJETIVO

Implantar los volúmenes del proyecto en el nivel de cimentación óptimo para salvaguardar la estructura del edificio, tomando en cuenta sus actividades y el número de usuarios y consumidores, debido al

ESTRATEGIA

Uso de cimentación puntual y con plintos aislados debido a la buena condición del suelo. El nivel óptimo de cimentación es de NC.- 5.00 m y este desnivel permite la óptima del uso terreno para estableciendo planta técnica (parqueaderos y servicios)



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Construcciones - Suelo



NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 28

UBICACIÓN:



NORMATIVA
ANÁLISIS CONSTRUCTIVO

DESCRIPCIÓN

Al estar en un área ya consolidada el terreno puede estar implantado a línea de fábrica en sus dos frentes, con una altura de hasta 12 pisos

OBJETIVO

Respetar las normas de edificabilidad designadas para el lote a intervenir

OBJETIVO

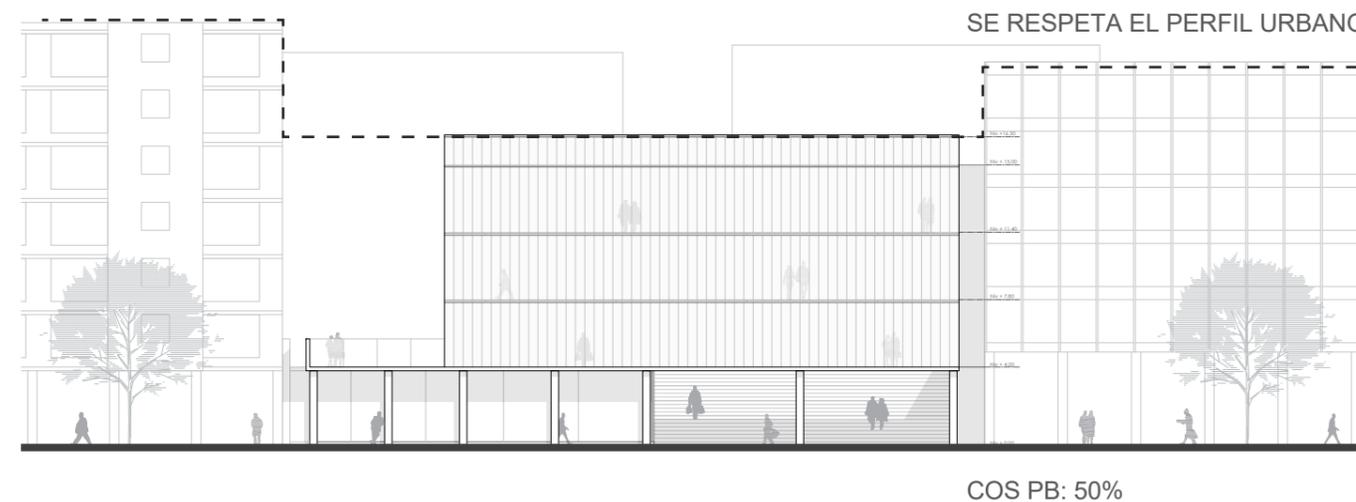
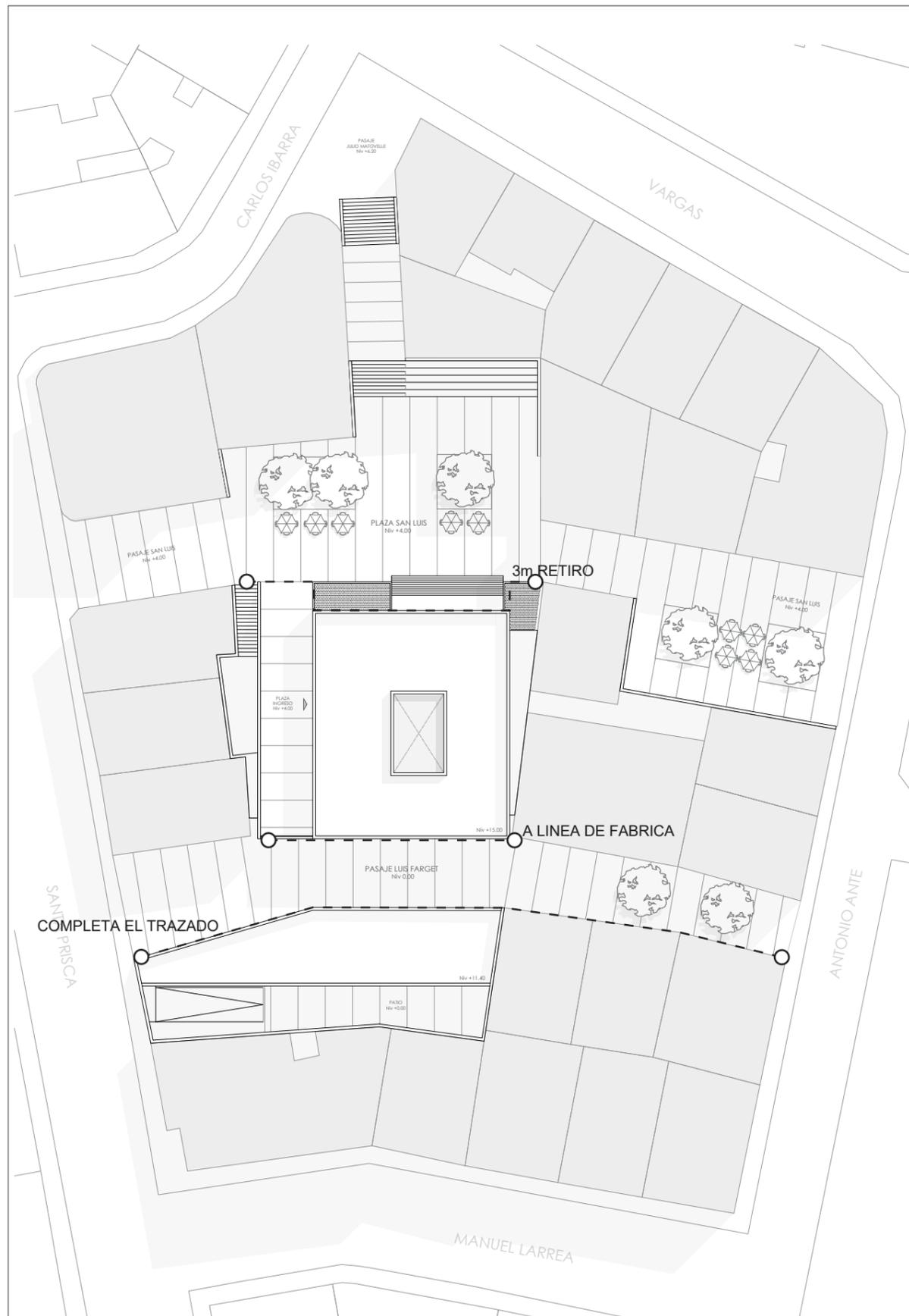
Generando volúmenes que tengan concordancia con la altura, la materialidad, la forma y las características físicas propias de las edificaciones aledañas, además se define la altura del espacio por la pertinencia del programa que alberga

NORMATIVA

AREA TOTAL DEL TERRENO: 2818 m
ALTURA: 8 pisos (POU AR0960)
RETIROS: Línea de fábrica (todos los linderos)
COS PB%: 100%
COS TOTAL% : 800%
OBSERVACIONES: Mantener la continuidad de los portales en el pasaje Andres Farget

PROYECTO

AREA TOTAL DEL TERRENO: 2818 m
ALTURA: 3 Pisos (por programa arquitectónico)
RETIROS: Línea de fábrica en PB (todos los linderos)
COS PB%: 50% (Plaza enterrada)
COS TOTAL% : 400%
OBSERVACIONES: Se mantiene retiro de 3m desde el pasaje San Luis por temas de relación con el contexto.



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría de Construcciones - Normativa



NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 29

UBICACIÓN:



AGUA

CONSUMO DE AGUA TOTAL

	Elemento	lt/dia	Cantidad	Total lt/dia
CONSUMO ALIMENTOS	Producción	6.000	64	384.000
	Lavado	240	64	15.360
SERVICIOS	Inodoro	600	53	31.800
	Lavamanos	480	46	22.080
	Limpieza	450	5	2.250
TOTAL				455.490
TOTAL MENSUAL				14.120.190

CISTERNA 1

DIMENSIONAMIENTO	<p>Total consumo diario = 453240 lts/dia $x=(453240)(0,001)/1=$ Volumen Cisterna =453m³ $=453/3=151m^3$ $=\text{sqrt}(151) =12,2m$ Ancho:12,3m Altura:12,3m Profundidad: 3m</p>
CONCLUSIÓN	El volumen de la cisterna esta sobredimensionado con respecto al consumo necesario en las actividades de la edificación

ESCORRENTIA

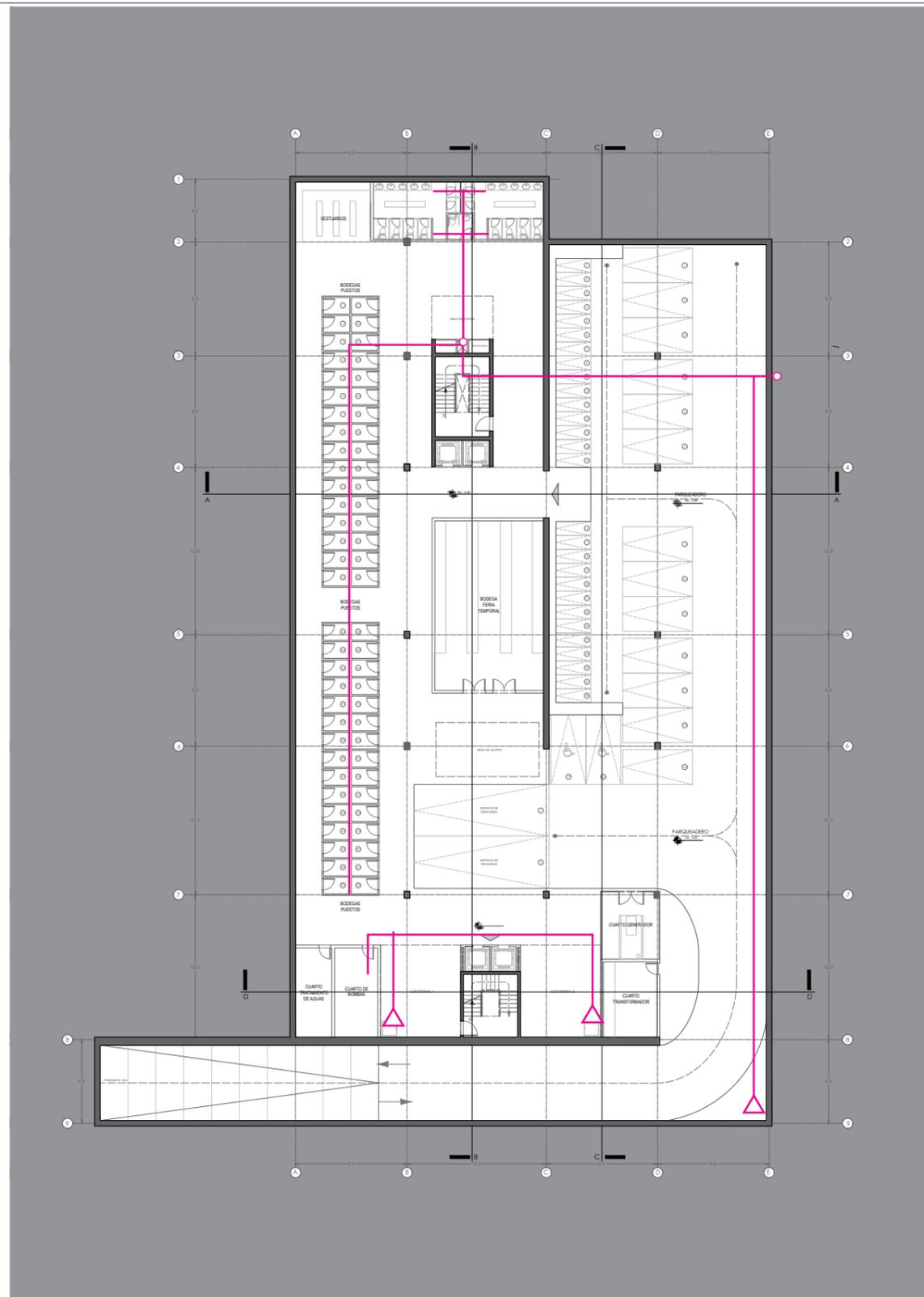
		% resp al total
ABRIL	375mm/30 dias del mes = 12,5 mm/ dia 1041 (cubierta) x 12,5 mm x 0,9 11718,33 lt cubierta diarios	2,6
JULIO	25mm/30 dias del mes = 0,83 mm/ dia 1041,63 m2 (cubierta) x 0,83 mm x 0,9 777,62 lt cubierta diarios	0,2
PROMEDIO DIARIO	90,125mm/30 dias del mes = 3,2 mm/ dia 1041,63 m2 (cubierta) x 3,2 mm x 0,9 4000 lt cubierta diarios	0,9
CONCLUSIÓN	El porcentaje de agua recolectado en cubierta es insuficiente para abastecer a la demanda total de agua necesarias en las actividades de la edificación	

SANITARIOS PLANTA SUBSUELO

CONSUMO DIARIO	lt/piso	Cantidad	Total	% resp al total
	600	7	4200	0,9
CONCLUSION	El porcentaje de agua requerido el uso de los inodoros en la planta de subsuelo puede ser abastecida mediante la recolección de agua lluvia por cubierta, y almacenada en una cisterna			

CISTERNA ESCORRENTIAS

DIMENSIONAMIENTO	<p>Total consumo diario = 4200 lts/dia Total necesario= 4200*4 (dias reserva) = 16800 lt $x=(16800)(0,001)/1=$ Volumen Cisterna =17m³ $=17/2m^3$ $=\text{sqrt}(8,5) = 3m$ Ancho:3m Altura: 3m Profundidad: 2m</p>
CONCLUSIÓN	El tamaño de la cisterna es el necesario para el almacenaje de escorrentias y tardaria 5 dias de lluvia en llenarse.



○ DUCTOS
△ PROVISIÓN

SUBSUELO

PROVISIÓN DE AGUA

ANÁLISIS CONSTRUCTIVO

DESCRIPCIÓN

Teniendo en cuenta la existencia de 60 puestos gastronómicos en el mercado con un tiempo de apertura al público de 10 horas, se necesitan 401.280lt de agua al día

OBJETIVO

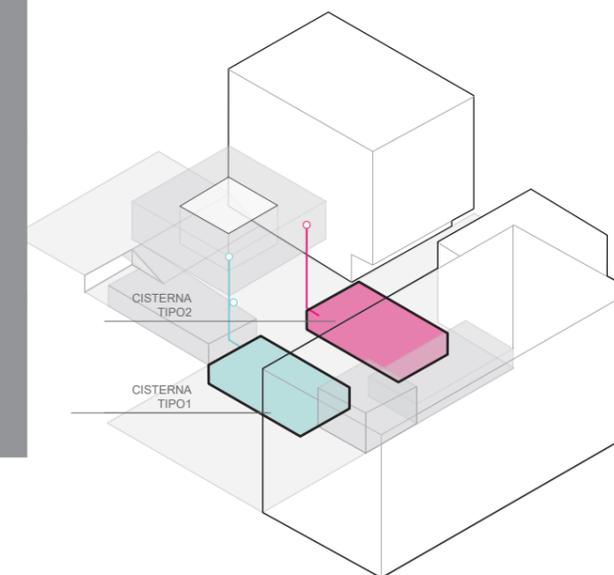
Implementar sistema alternativo de abastecimiento de agua en caso de falta de suministro

ESTRATEGIA

Implementación de dos cisternas

Tipo 1:
Aprovisionamiento para recolección (453m³)

Tipo 2:
Aprovisionamiento para reserva (225m³)



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Construcciones - Provisión 1



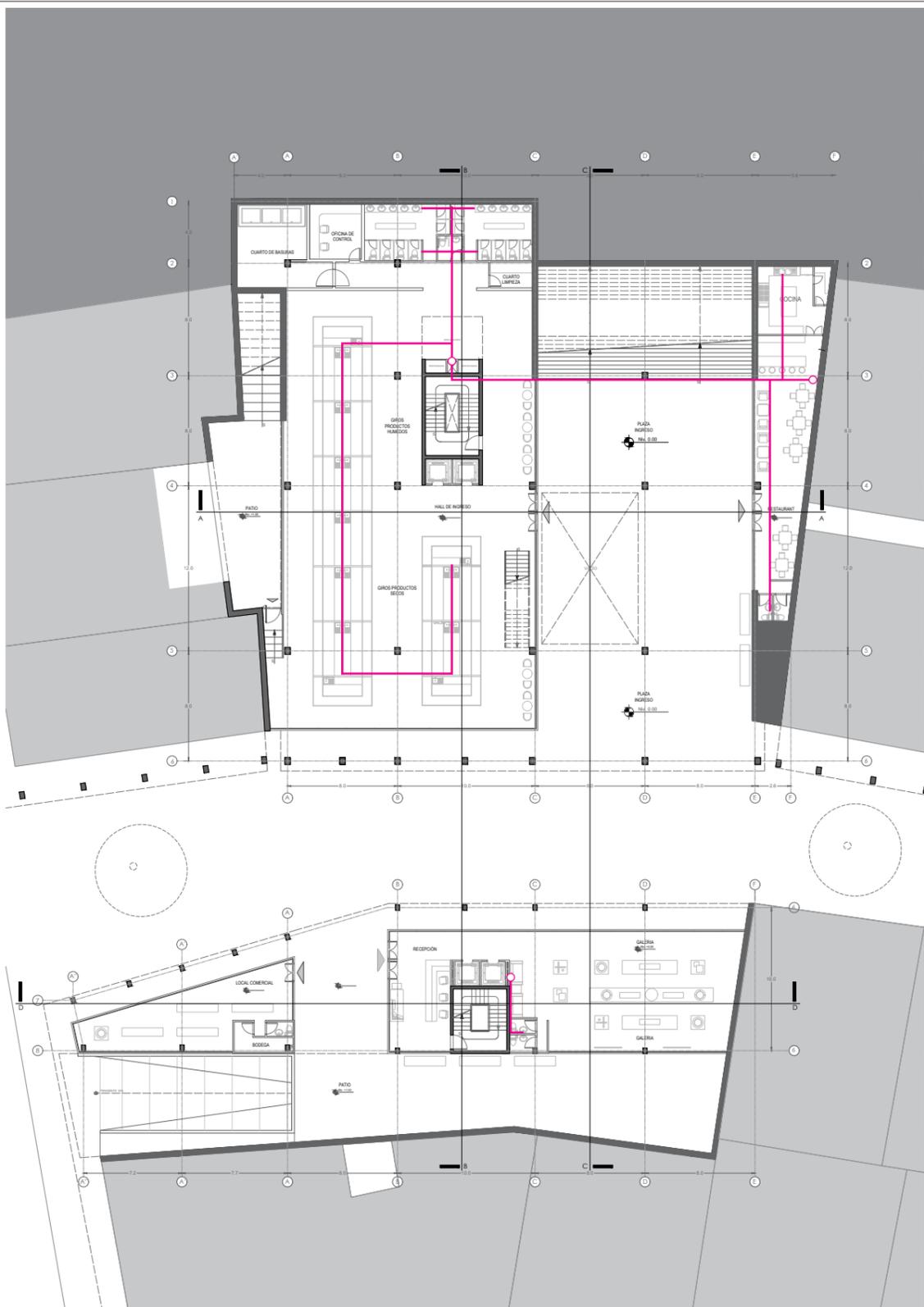
NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 30

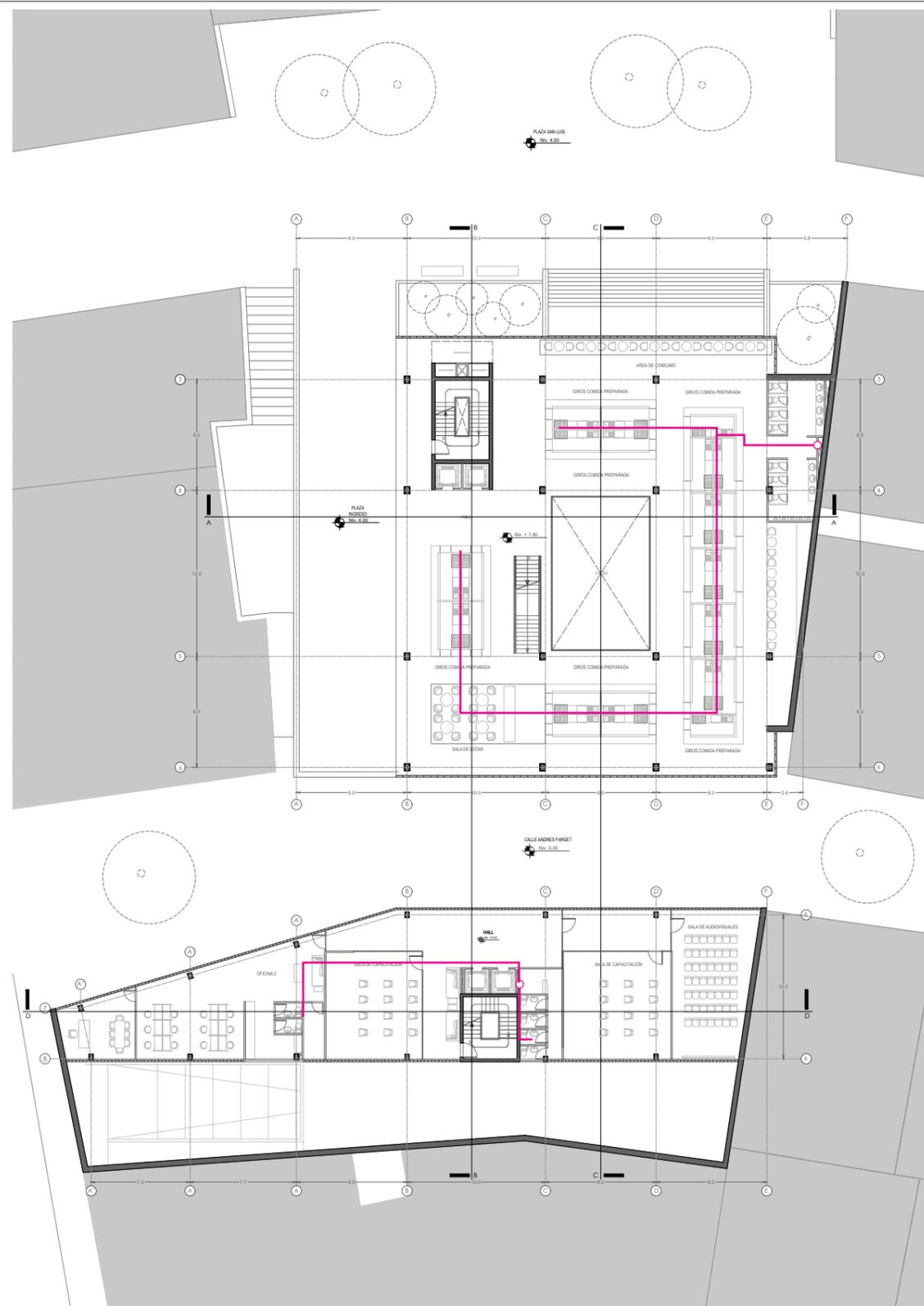
UBICACIÓN:





○ DUCTOS

PLANTA 1



○ DUCTOS

PLANA TIPO



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Construcciones - Provisión 2



NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 31

UBICACIÓN:



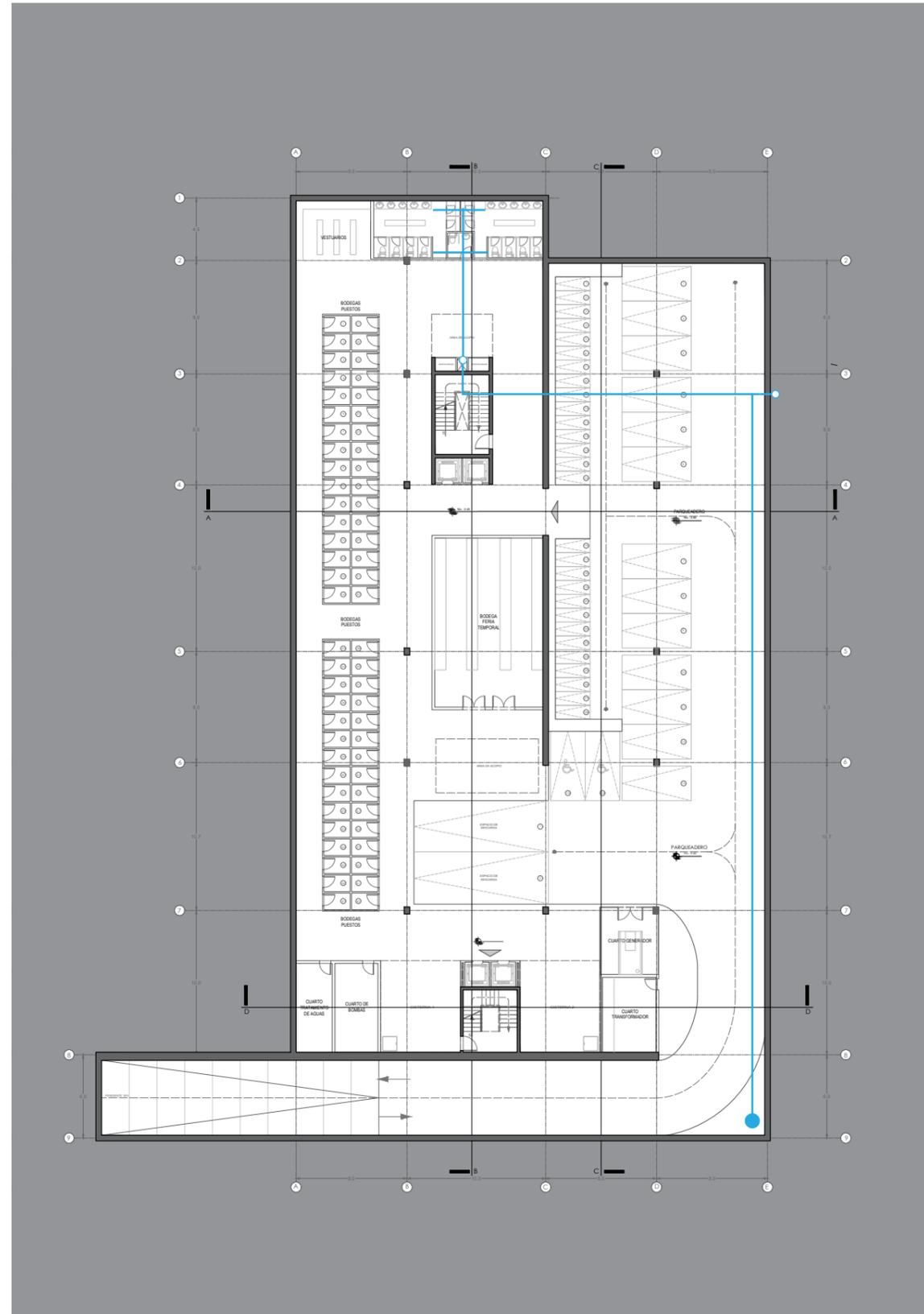
AGUA				
CONSUMO DE AGUA TOTAL				
	Elemento	lt/dia	Cantidad	Total lt/dia
CONSUMO ALIMENTOS	Producción	6.000	64	384.000
	Lavado	240	64	15.360
SERVICIOS	Inodoro	600	53	31.800
	Lavamanos	480	46	22.080
	Limpieza	450	5	2.250
TOTAL			455.490	
TOTAL MENSUAL			14.120.190	

CISTERNA 1	
DIMENSIONAMIENTO	<p>Total consumo diario = 453240 lts/dia $x=(453240)(0,001)/1=$ Volumen Cisterna =453m3 $=453/3=151m3$ $=\text{sqrt}(151) =12,2m$ Ancho:12,3m Altura:12,3m Profundidad: 3m</p>
CONCLUSIÓN	El volumen de la cisterna esta sobredimensionado con respecto al consumo necesario en las actividades de la edificación

ESCORRENTIA		
		% resp al total
ABRIL	375mm/30 dias del mes = 12,5 mm/ dia 1041 (cubierta) x 12,5 mm x 0,9 11718,33 lt cubierta diarios	2,6
JULIO	25mm/30 dias del mes = 0,83 mm/ dia 1041,63 m2 (cubierta) x 0,83 mm x 0,9 777,62 lt cubierta diarios	0,2
PROMEDIO DIARIO	90,125mm/30 dias del mes = 3,2 mm/ dia 1041,63 m2 (cubierta) x 3,2 mm x 0,9 4000 lt cubierta diarios	0,9
CONCLUSIÓN	El porcentaje de agua recolectado en cubierta es insuficiente para abastecer a la demanda total de agua necesarias en las actividades de la edificación	

SANITARIOS PLANTA SUBSUELO				
CONSUMO DIARIO	lt/piso	Cantidad	Total	% resp al total
	600	7	4200	0,9
CONCLUSION	El porcentaje de agua requerido el uso de los inodoros en la planta de subsuelo puede ser abastecida mediante la recolección de agua lluvia por cubierta, y almacenada en una cisterna			

CISTERNA ESCORRENTIAS	
DIMENSIONAMIENTO	<p>Total consumo diario = 4200 lts/dia Total necesario= 4200*4 (dias reserva) = 16800 lt $x=(16800)(0,001)/1=$ Volumen Cisterna =17m3 $=17/2m3$ $=\text{sqrt}(8,5) = 3m$ Ancho:3m Altura: 3m Profundidad: 2m</p>
CONCLUSIÓN	El tamaño de la cisterna es el necesario para el almacenaje de escorrentias y tardaria 5 dias de lluvia en llenarse.



DESALOJO DE AGUA

ANALISIS CONSTRUCTIVO

DESCRIPCIÓN

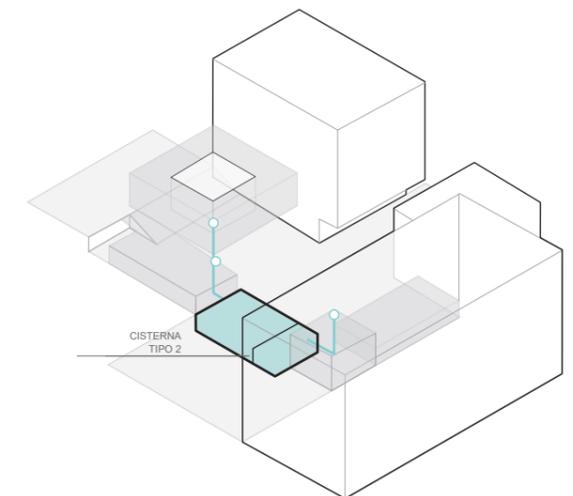
Teniendo en cuenta la existencia de 60 puestos gastronómicos en el mercado con un tiempo de apertura al público de 10 horas, se necesitan 401.280lt de agua al día

OBJETIVO

Diseñar apropiado del sistema sanitario de la edificación y reciclaje de aguas no contaminadas para la reutilización en el edificio

ESTRATEGIA

Aguas negras; Desalajo directo alcantarillado
 Agua de consumo; Trampa de Grasas - desalajo al alcantarillado
 Aguas Grises: Desalajo en cisterna tipo 3 y reutilización para riegos.



○ DUCTOS
● DESALOJO

SUBSUELO



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Construcciones - Desalajo 1



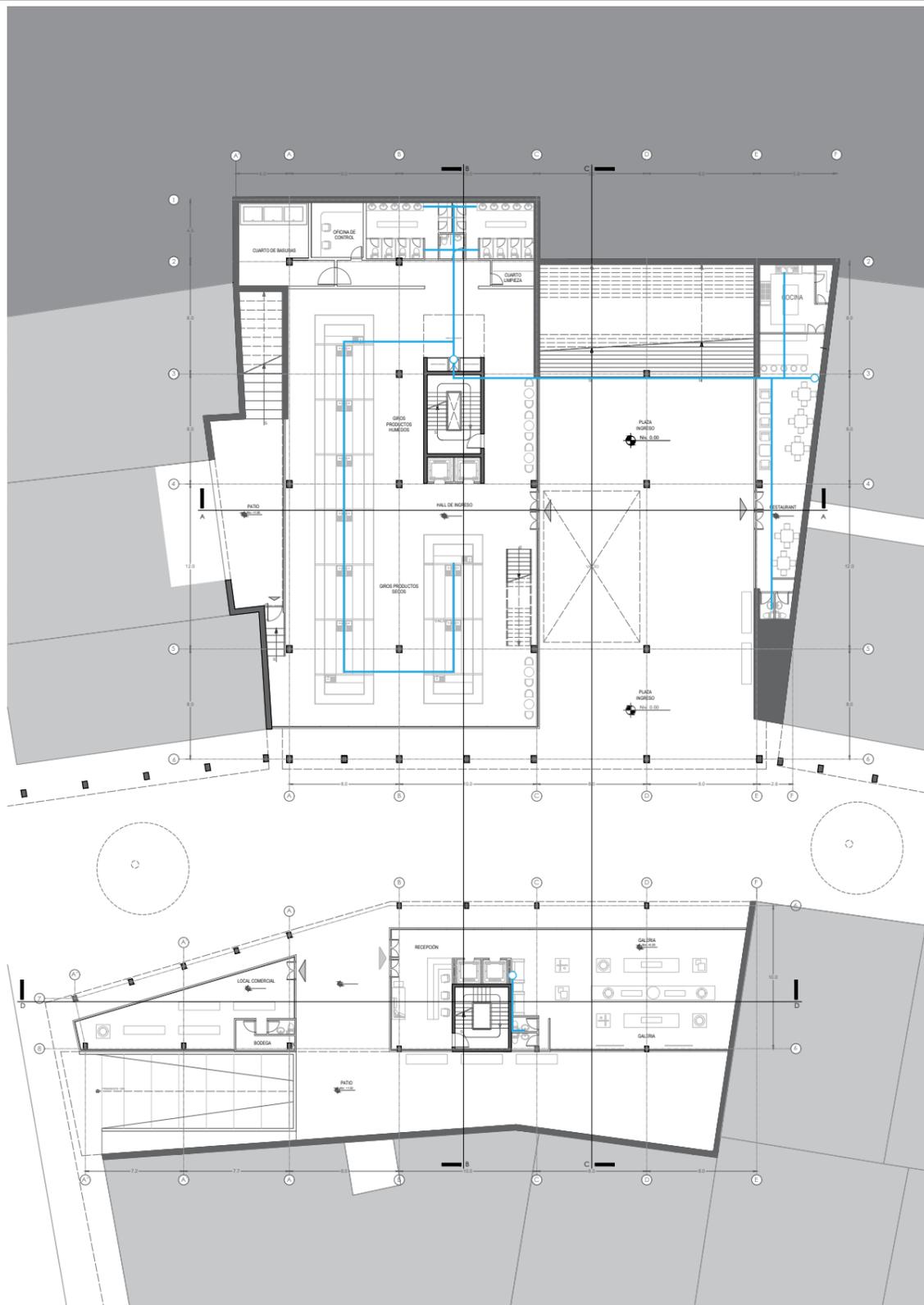
NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 32

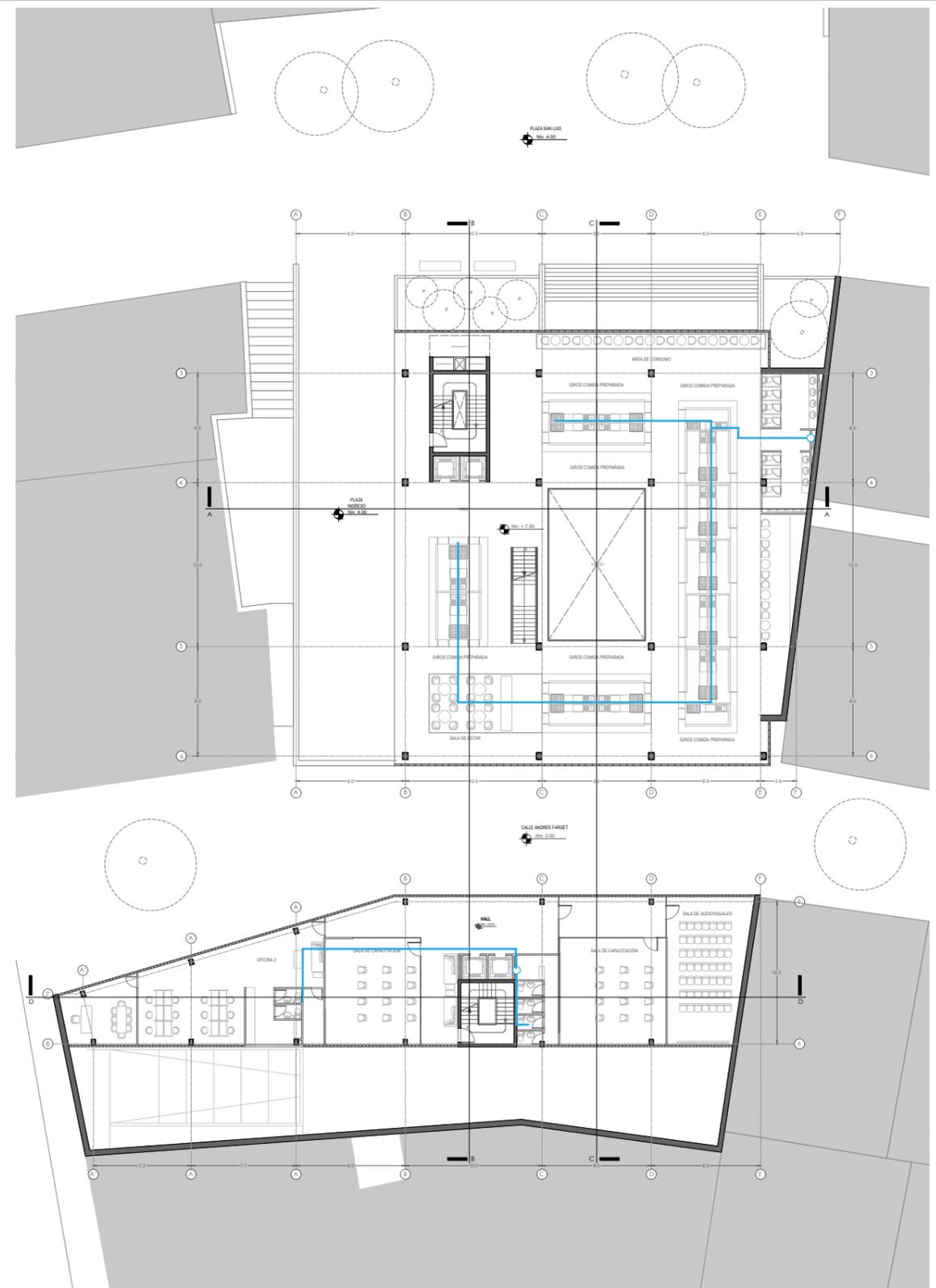
UBICACIÓN:





○ DUCTOS

PLANTA 1



○ DUCTOS

PLANA TIPO



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Construcciones - Desalojo 2



NOTAS:

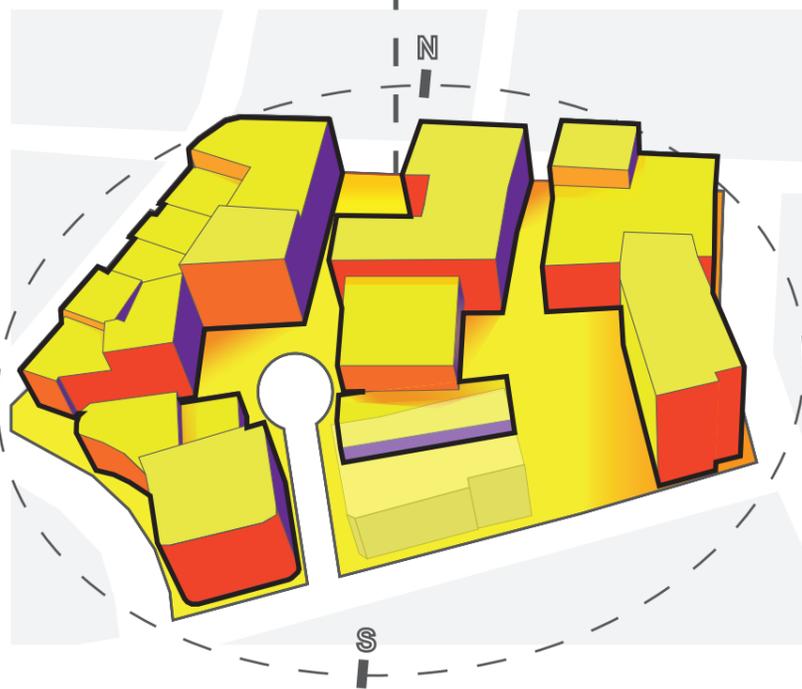
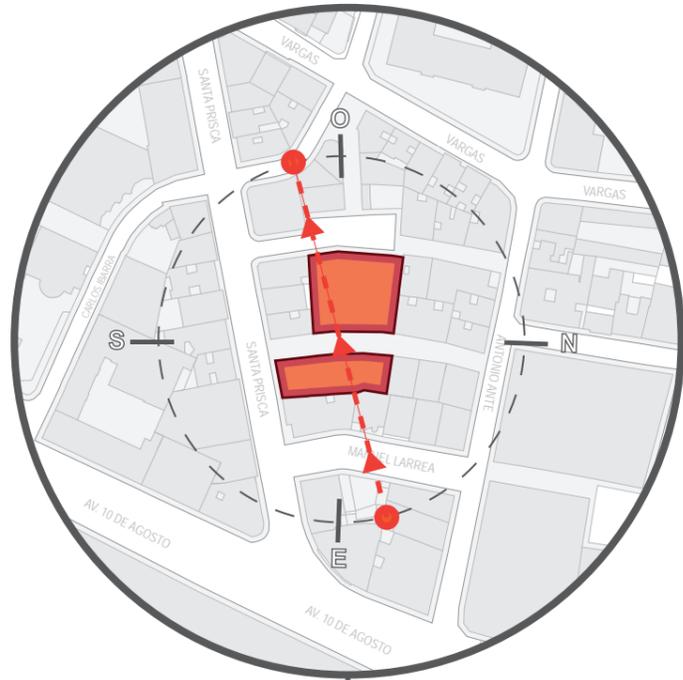
ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 33

UBICACIÓN:

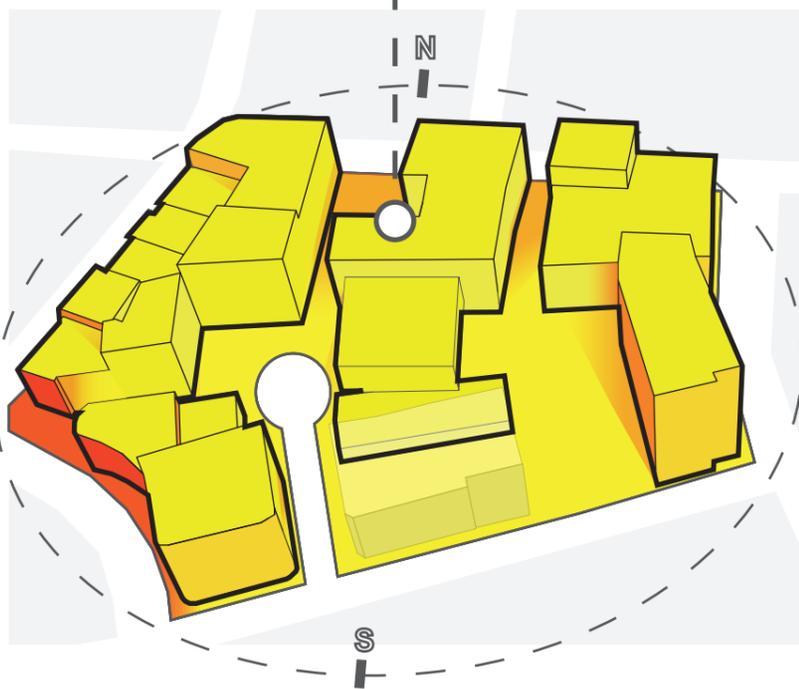
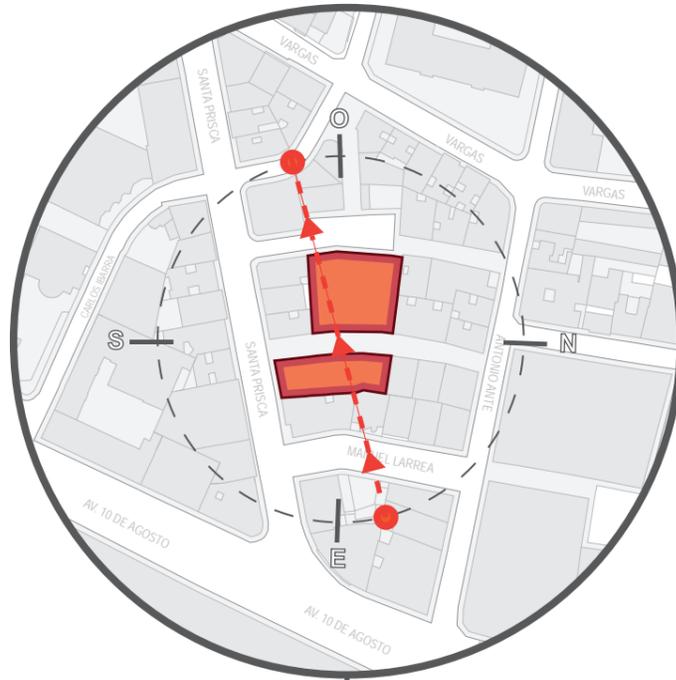


RADIACIÓN



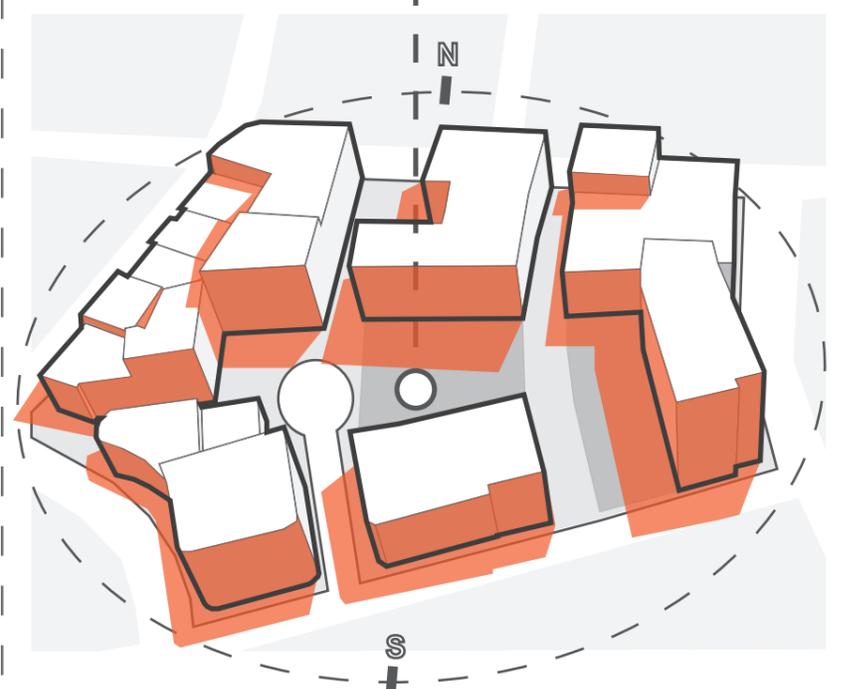
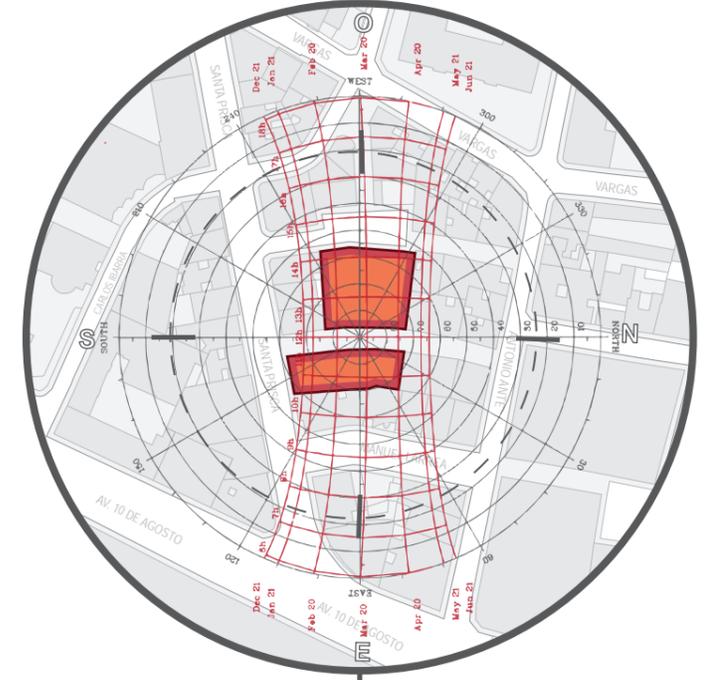
21 de Marzo
21 de Junio

RADIACIÓN



21 de Septiembre
21 de Diciembre

ASOLEAMIENTO



21 de Septiembre 10:00 am



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase I - 1



NOTAS:

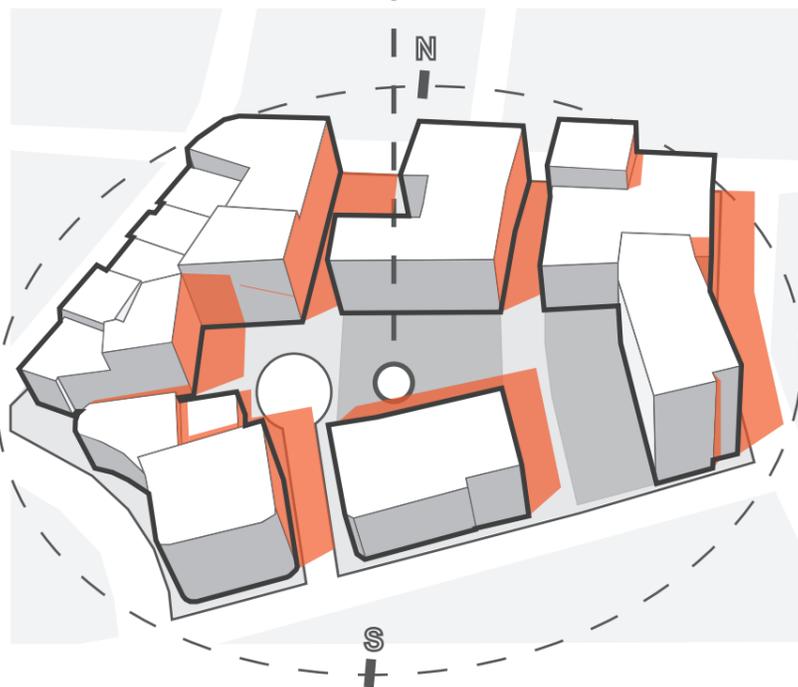
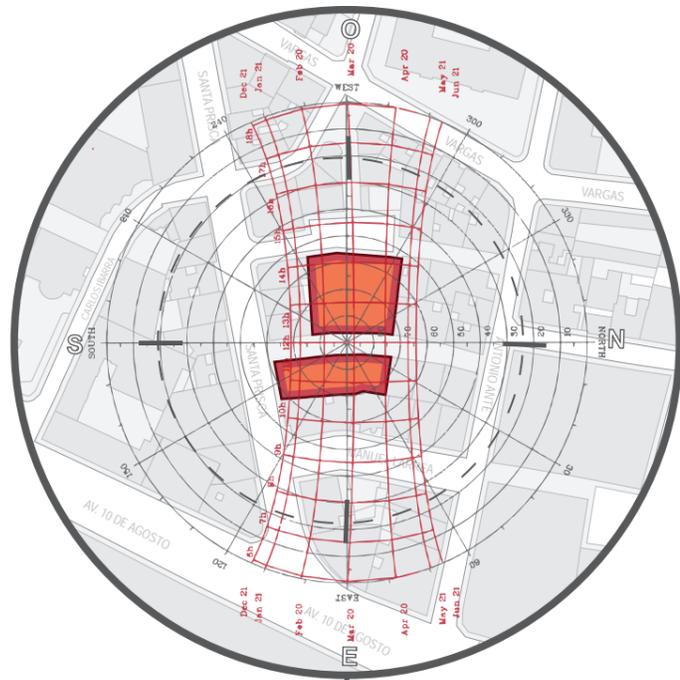
ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 34

UBICACIÓN:

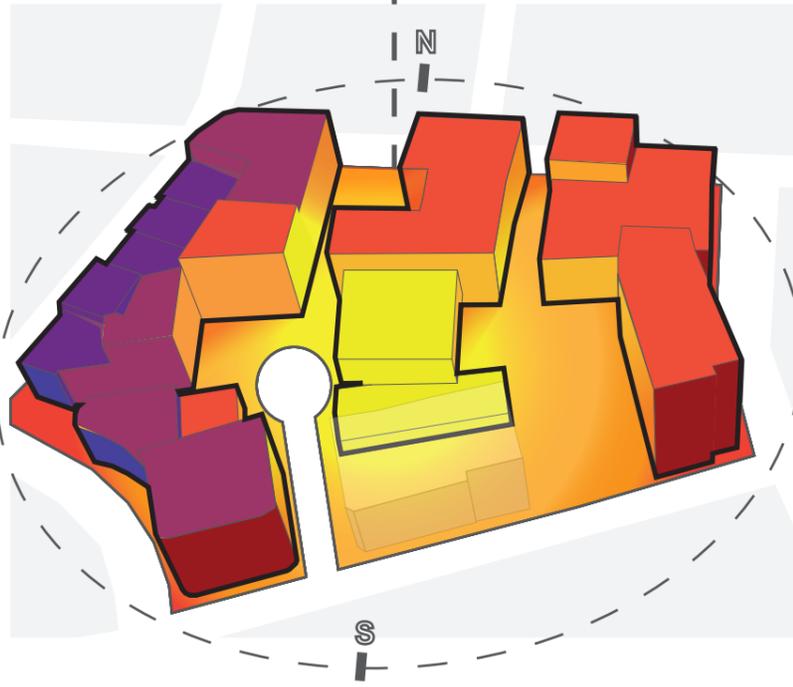
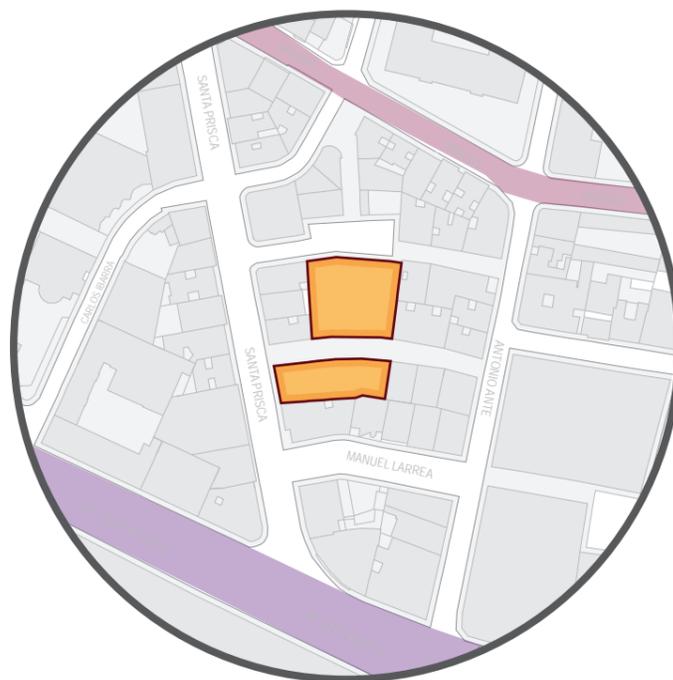


ASOLEAMIENTO



21 de Marzo 10:00 am

ACÚSTICA



40 60 80 +80
dBa

Mayor catidad de decibeles en vías vehiculares y nodos. El nivel recomendado es de 45 - 65 dBa

TEMPERATURA MEDIA MEN.



HUMEDAD RELATIVA MEN.



PRECIPITACIÓN MEDIA MEN.



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase I - 2



NOTAS:

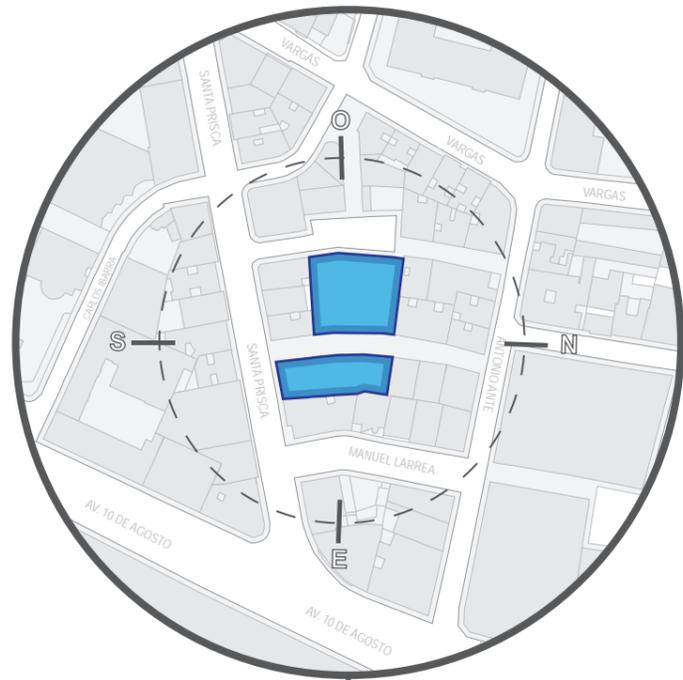
ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 35

UBICACIÓN:



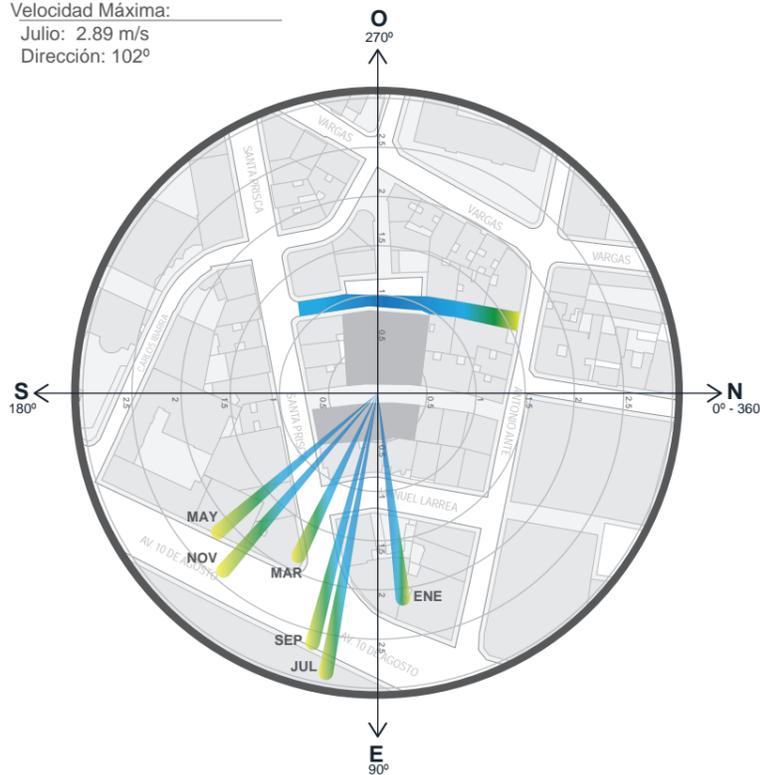
VIENTOS



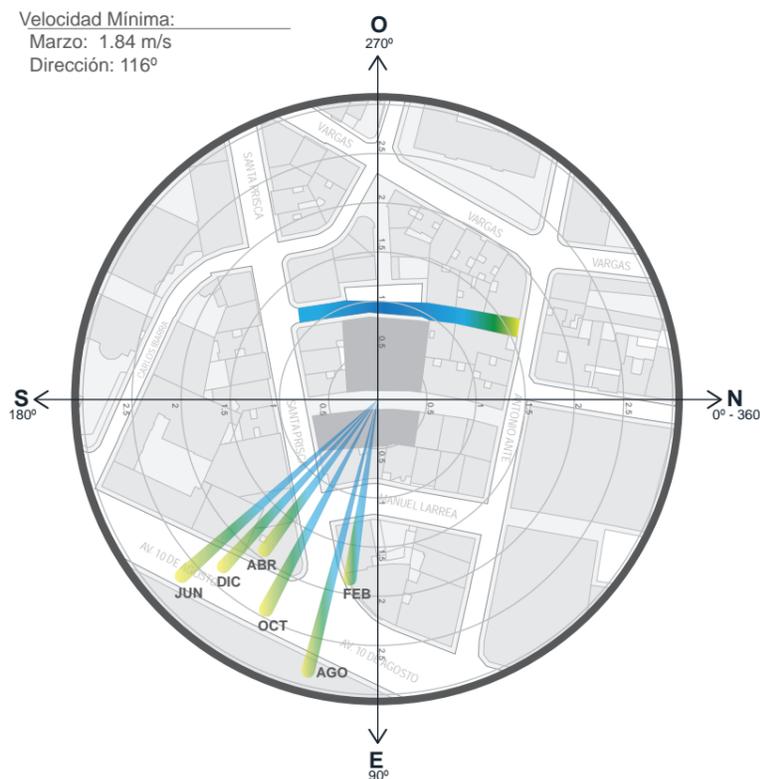
Corrientes en sentido noroeste con una velocidad promedio de 2,3 m/s en el predio del equipamiento

VELOCIDAD DEL VIENTO

Velocidad Máxima:
Julio: 2.89 m/s
Dirección: 102°

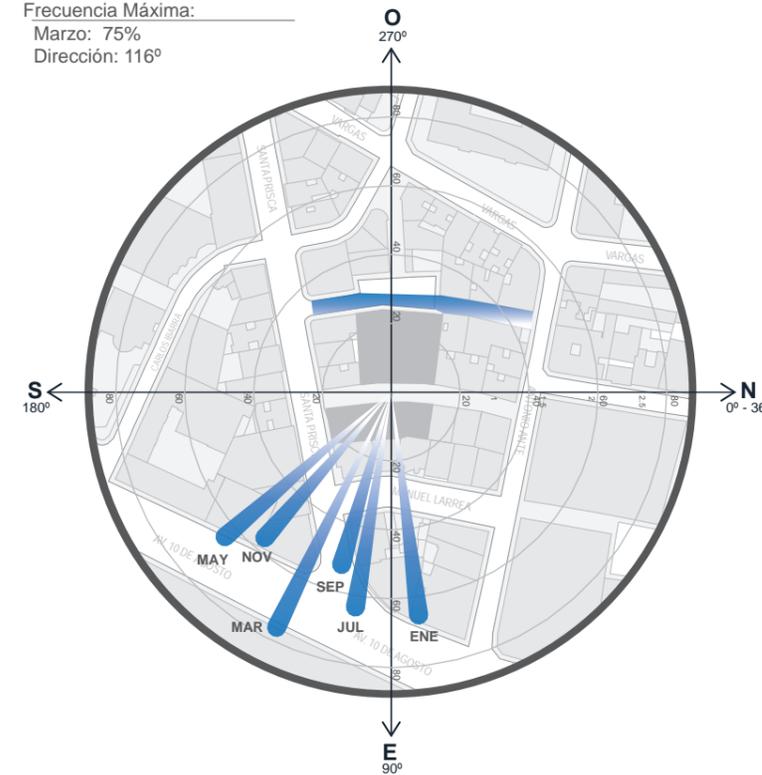


Velocidad Mínima:
Marzo: 1.84 m/s
Dirección: 116°

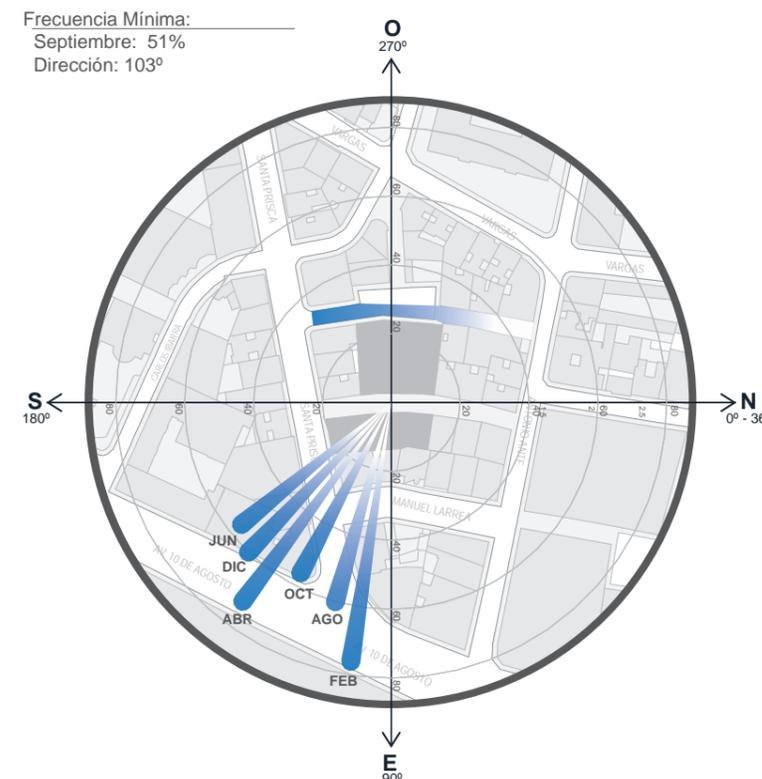


FRECUENCIA DEL VIENTO

Frecuencia Máxima:
Marzo: 75%
Dirección: 116°



Frecuencia Mínima:
Septiembre: 51%
Dirección: 103°



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase I - 3



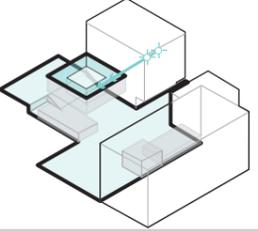
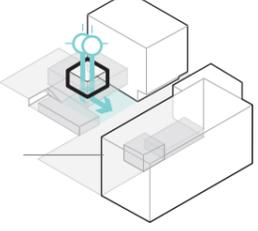
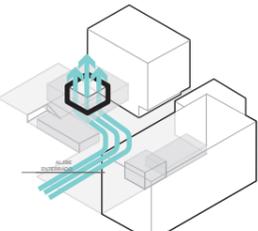
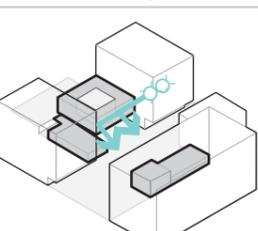
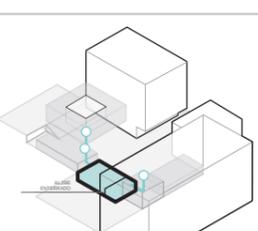
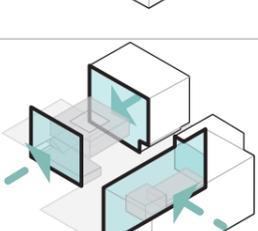
NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 36

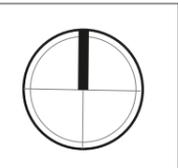
UBICACIÓN:



Análisis	Conclusión	Parámetro	Estrategia	Gráfico	Justificación
Radiación	Durante todo el año la fachada del volumen esta irradiada optimamente y las fachadas este y oeste reciben radiación solar en determinados periodos del año	Energía	Uso de generador unicamente en caso de emergencia y para la conservación de los Se implementan paneles de U glass como material de revestimiento, permitiendo regular la temperatura interior sin la necesidad de renunciar a un bajo ingreso de luz		El Uglass es un vidrio formado en forma de U, que permite generar un cerramiento de tipo translucido sin la necesidad de perfiles, se caracteriza por su capacidad para permitir el ingreso de luz sin conservar las temperaturas producidas por la radiación
Asoleamiento	El 70% del terreno presenta buenas condiciones de asoleamiento durante el día a pesar de la altura de las edificaciones aledañas existentes	Iluminación	Se implementa un atrio que permita el ingreso de luz a la plaza de ingreso atravesando el volumen principal		La presencia de un atrio en el volumen es necesaria debido a las condiciones morfológicas del terreno y a la presencia de edificios aledaños; con alturas de 6-8 pisos, que limitan el ingreso de luz al mismo
Vientos	La morfología del trazado y edificaciones permiten la óptima circulación del aire, de manera que el aire cruza transversalmente y genera túneles de viento en las vías paralelas al lindero del terreno	Ventilación	Se adaptan estrategias formales de diseño en el conjunto programático 2 (espacios de consumo); como el "Efecto Chimenea" que permitan la circulación del aire y la extracción de olores mediante un atrio central		La implementación de una abertura (atrio) en el volumen permiten el desfogado del aire caliente ubicado en niveles inferiores mediante el efecto chimenea permitiendo una óptima circulación del aire y una extracción de olores constante.
Temperatura	La temperatura promedio en el terreno es de 15.3° C, muy por encima de los 5° -7° C recomendados para la conservación de los productos y alimentos al ambiente	Materiales	Uso de sistema de construcción en seco; madera (material estructural) y hormigón prefabricado (revestimiento), permitiendo hermetizar el interior y regularizar la temperatura en los conjuntos programáticos 1 y 2		Los sistemas constructivos en seco no solo buscan el ahorro de agua en obra, si no el uso de materiales más ligeros, libres de fisuras y de rápido montaje para poder climatizar y hermetizar la temperatura interior de un edificio
Humedad	La humedad relativa anual promedio es del 67% inferior al 85% recomendable para la conservación de productos y alimentos al ambiente	Agua	Uso de espejos de agua y humidificadores de aire que aumenten el porcentaje de humedad en el volumen, para la conservación de productos y alimentos		El alto índice de pluviosidad del sector permite la implementación de un aljibe que recolecte el agua de las cubiertas y plazas del proyecto, el almacenamiento de la misma permitirá el abastecimiento a espacios de servicios, patios, parqueaderos y riego en espacio público, de igual manera la composición del aljibe evita la proliferación de contaminantes en el agua.
Precipitación	La precipitación anual promedio es de 85,25 mm por lo que es necesario un óptimo desahorro de aguas lluvias de cubiertas y plazas		Implementación de aljibe para la recolección de aguas lluvias y reutilización de las mismas		
Acústica	Al estar dentro de un área consolidada y alejada de vías principales el volumen no recibe grandes porcentajes de contaminación acústica y ruido.	Acústica	Se genera y aprovecha los muros perimetrales de las medianeras para hermetizar el vacío urbano, evitando contaminación acústica en el volumen		Al estar ubicado en un área totalmente consolidada, el terreno genera un vacío urbano dentro del trazado, produciendo un espacio aislado de contaminantes externos

REVISAR CALCULO DETALLES

REVISAR CORTE



	ESPACIO	USUARIOS U/espacio	CANTIDAD U	TOTAL U	LUX lx	DECIBLES dB	RENOVACIONES AIRE	TEMPERATURA °C	VENTILACION NATURAL	VENTILACIÓN ARTIFICIAL
Espacios de Comercio	Puestos fruta y verdura	7	4	28	500-900	60	4-8	7°		
	Puestos carnes y aves	7	4	28	500-900	60	5-18	7°		
	Puestos pescados y mariscos	7	4	28	500-900	60	1-18	5°		
	Puestos productos gourmet	7	4	28	500-900	60	4-8	7°		
	Puestos cerveza y cocteles	7	4	28	500-900	60	4-8	15°		
	Puestos comida preparada	7	40	280	500-900	60	15-18	15°		
	Locales comerciales	7	2	14	500-900	60	4-8	15°		
Espacios de Consumo	Patios de comida	60	1	60	600-1000	100	12-20	18°		
	Cafeterias	24	2	48	200	60	10-12	18°		
	Restaurantes	24	2	48	200	60	8-12	15°		
	Cocina	3	9	27	220	60	15-25	15°		
Espacios de Administracion	Oficinas	3	2	6	400	35	5-6	18°		
	Salas de conferencias	20	1	20	200-1000	20	6-8	18°		
	Sala de capacitacion	10	2	20	400	60	6-8	18°		
	Centro Infantil	25	1	25	400	40	6-8	18°		
Espacios de Servicio	Vestidores	5	2	10	50-300	60	6-8	18°		
	Bodegas	Producto	4	Indef	50-400	20	1-5	7°		
	Servicios higienicos	7	4	28	50-300	50	8-15	20°		
	Camara frigorifica	Producto	4	Indef	100-250	20	0	-5°		
	Circulación	Indef	Indef	Indef	150-500	29-feb	5-6	18°		

TABLA DE CONFORT

USUARIO - ESPACIO



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase II - 2



NOTAS:

ESCALA:
Indefinida

LAMINA:
ARQ - 38

UBICACIÓN:



ENERGIA				
CAMARA REFRIGERANTE				
	Elemento	kwh/año	Kwh/ dia	% Consumo
TIPO AHORRATIVA	Iluminación	4660	12,8	24,3
	Compresion	13298	36,4	69,4
	Evaporación	1191	3,3	6,2
	TOTAL	19149	52,5	100
BOMBA HIDRAULICA				
	Elemento	hp	Kwh	Kwh/dia
CONSUMO	CISTERNA	1	0,735	7,35
	INCENDIOS	20	14,7	147
	TOTAL	21	15	154
PUESTO				
	Elemento	Cantidad	Kwh	Kwh/dia
CONSUMO	Frigorifico	1	0,4	4
	Horno	1	0,79	7,9
	Microondas	1	0,64	6,4
	Cafetera	1	0,6	6
	Iluminacion	4	0,1	1
	TOTAL	8	2,53	25,3
CONSUMO TOTAL ENERGIA				
	Elemento	Kwh/dia	Cantidad	Total Kwh/dia
CONSUMO	Puesto	25,3	64	1619,2
	Camara Ref	52,5	6	315
	Bombas	154	1	154
	Iluminacion	1	450	450
	TOTAL			2538,2
CONCLUSION	Debido a la cantidad de consumo energetico en el proyecto; por su uso y actividad, se prevee que el generador solo abastezca en caso de emergencias y solo a objetos especificos			
CONSUMO EMERGENCIA				
	Elemento	Kwh/dia	Cantidad	Total Kwh/dia
CONSUMO	Camara Ref	52,5	6	315
	Bomba	154	1	154
	TOTAL		47 Kwh	469
10h atención				
GENERADOR				
		Arranque (w)	Uso(kwh)	Potencia (hp)
CALCULO	Tipo	0,9	0,735	1
	Necesario	ind	47	35
CONCLUSION	Para tener una ahorro energetico el generador de 35hp de potencia abastece unicamente a la bomba de incendio por seguridad, y las camaras refrigerantes para no perder la energia acumulada en ellas y evitar el deterioro de los alimentos almacenados			

AGUA				
CONSUMO DE AGUA TOTAL				
	Elemento	lt/dia	Cantidad	Total lt/dia
CONSUMO ALIMENTOS	Producción	6.000	64	384.000
	Lavado	240	64	15.360
SERVICIOS	Inodoro	600	53	31.800
	Lavamanos	480	46	22.080
	Limpieza	450	5	2.250
	TOTAL			455.490
	TOTAL MENSUAL			14.120.190
CISTERNA 1				
DIMENSIONAMIENTO	Total consumo diario = 453240 lts/dia $x=(453240)(0,001)/1=$ Volumen Cisterna =453m3 $=453/3=151m3$ $=\text{sqrt}(151) =12,2m$ Ancho:12,3m Altura:12,3m Profundidad: 3m			
	CONCLUSION	El volumen de la cisterna esta sobredimensionado con respecto al consumo necesario en las actividades de la edificación		

ESCORRENTIA				
				% resp al total
ABRIL	375mm/30 dias del mes = 12,5 mm/ dia 1041 (cubierta) x 12,5 mm x 0,9 11718,33 lt cubierta diarios			2,6
	JULIO	25mm/30 dias del mes = 0,83 mm/ dia 1041,63 m2 (cubierta) x 0,83 mm x 0,9 777,62 lt cubierta diarios		
PROMEDIO DIARIO		90,125mm/30 dias del mes = 3,2 mm/ dia 1041,63 m2 (cubierta) x 3,2 mm x 0,9 4000 lt cubierta diarios		
CONCLUSION	El porcentaje de agua recolectado en cubierta es insuficiente para abastecer a la demanda total de agua necesarias en las actividades de la edificación			
SANITARIOS PLANTA SUBSUELO				
CONSUMO DIARIO	lt/piso	Cantidad	Total	% resp al total
	600	7	4200	0,9
CONCLUSION	El porcentaje de agua requerido el uso de los inodoros en la planta de subsuelo puede ser abastecida mediante la recolección de agua lluvia por cubierta, y almacenada en una cisterna			
CISTERNA ESCORRENTIAS				
DIMENSIONAMIENTO	Total consumo diario = 4200 lts/dia Total necesario= 4200*4 (dias reserva) = 16800 lt $x=(16800)(0,001)/1=$ Volumen Cisterna =17m3 $=17/2m3$ $=\text{sqrt}(8,5) = 3m$ Ancho:3m Altura: 3m Profundidad: 2m			
	CONCLUSION	El tamaño de la cisterna es el necesario para el almacenaje de escorrentias y tardaria 5 dias de lluvia en llenarse.		

CALCULOS DE CONSUMO

USUARIO - ESPACIO - ACTIVIDAD



IMPLANTACIÓN
DISEÑO DE PAISAJE



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 1

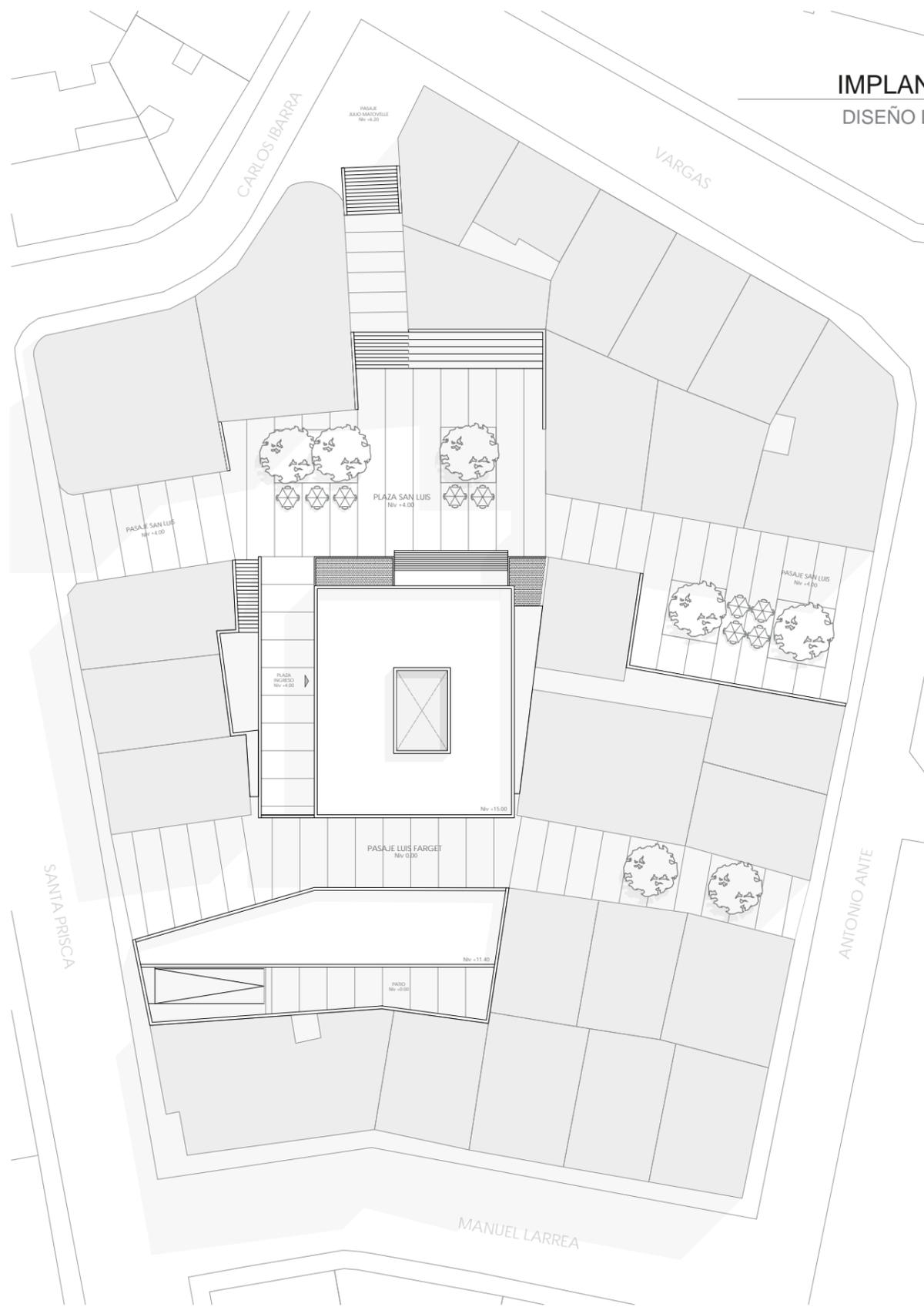


NOTAS:

ESCALA:
1:250

LAMINA:
ARQ - 40





IMPLANTACIÓN
DISEÑO DE PAISAJE

MATRIZ DE EXTERIORES
DISEÑO DE PAISAJE

SUELO			
ESPACIO	TIPO	VECTOR	IMAGEN
PLAZAS Y PASAJES	HORMIGÓN BLANCO TEXTURIZADO		
SUELO			
ESPACIO	TIPO	VECTOR	IMAGEN
PLAZAS Y PASAJES	PLATÁN (PLATANUS ACERIFOLIA) ALTURA: 12 m COPA: TIPO VASO 6m		
MOBLILIARIO			
ESPACIO	TIPO	VECTOR	IMAGEN
PLAZAS Y PASAJES	MESAS PARA TERRAZA		
PLAZAS Y PASAJES	FAROLA CILINDRICA		
PLAZAS Y PASAJES	BANCO DE HORMIGÓN BLANCO		



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 2



NOTAS:

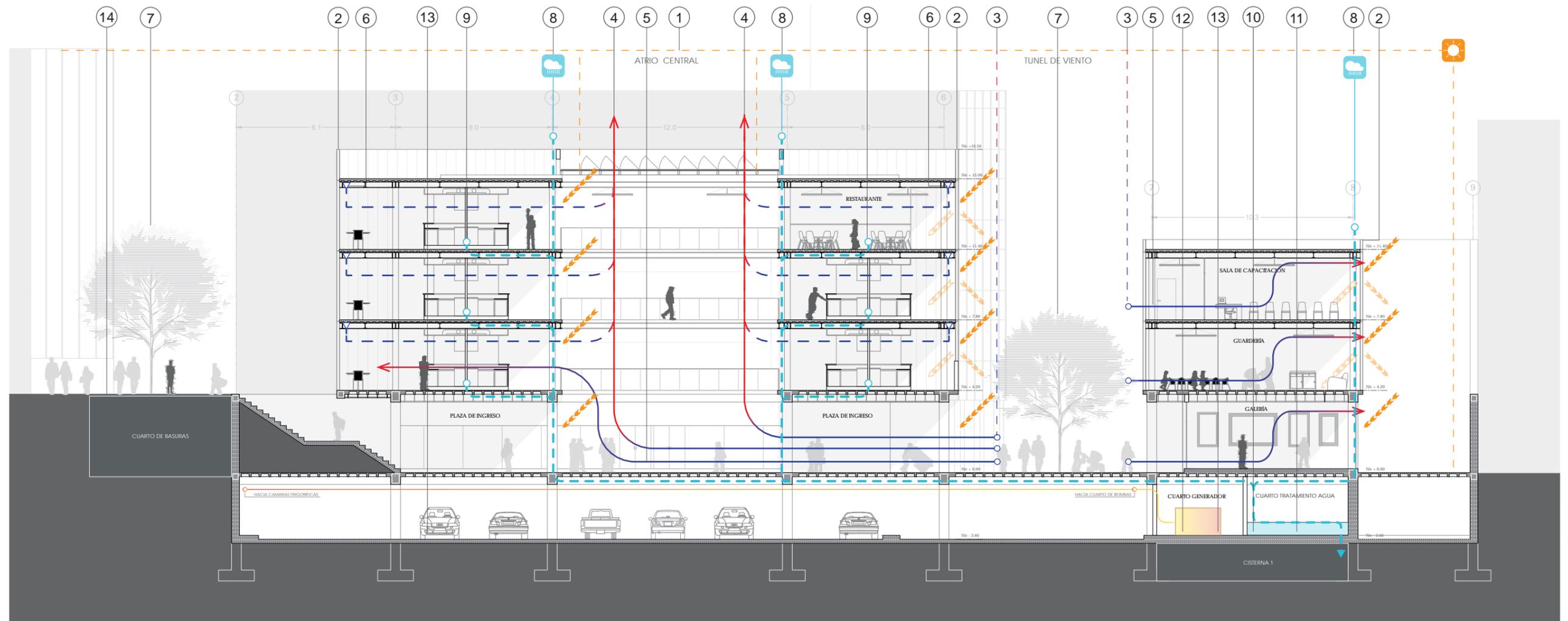
ESCALA:
1:500

LAMINA:
ARQ - 41

UBICACIÓN:



CORTE C - C'
DETALLE BIOCLIMÁTICO



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ① Implementación de un atrio central para iluminar los espacios ② Uso de Uglass como material de revestimiento, permitiendo el ingreso de luz y la reflectancia (revisar detalles) ③ Ventilación natural por túnel de viento generado en el pasaje peatonal ④ Implementación del atrio para ventilación natural ⑤ Uso de ventilación cruzada para renovación de aire en espacios ⑥ Uso de sistemas de ventilación mecánica para la renovación del aire en espacios de producción de alimentos ⑦ Recuperación de arboles patrimoniados en los pasajes peatonales | <ul style="list-style-type: none"> ⑧ Reutilización del agua lluvia para almacenaje en Cisterna 1 ⑨ Reutilización del agua jabonosa producida en puestos de comida para almacenaje en Cisterna 1 ⑩ Implementación de sistema separador de grasas - líquidos para tratamiento del agua recogida ⑪ Implementación de cisterna para reutilización del agua en caso de incendios y riego manual de vegetación ⑫ Uso de generador eléctrico para el funcionamiento de bombas de agua en caso de incendios (Normativa Bomberos) ⑬ Uso de generador para cámaras frigoríficas, evitando la pérdida de productos orgánicos y energía por descongelamiento ⑭ Implementación de sistema de basura soterrada (Normativa EMASEO para el centro histórico) |
|---|---|



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 3



NOTAS:

ESCALA:
1:250

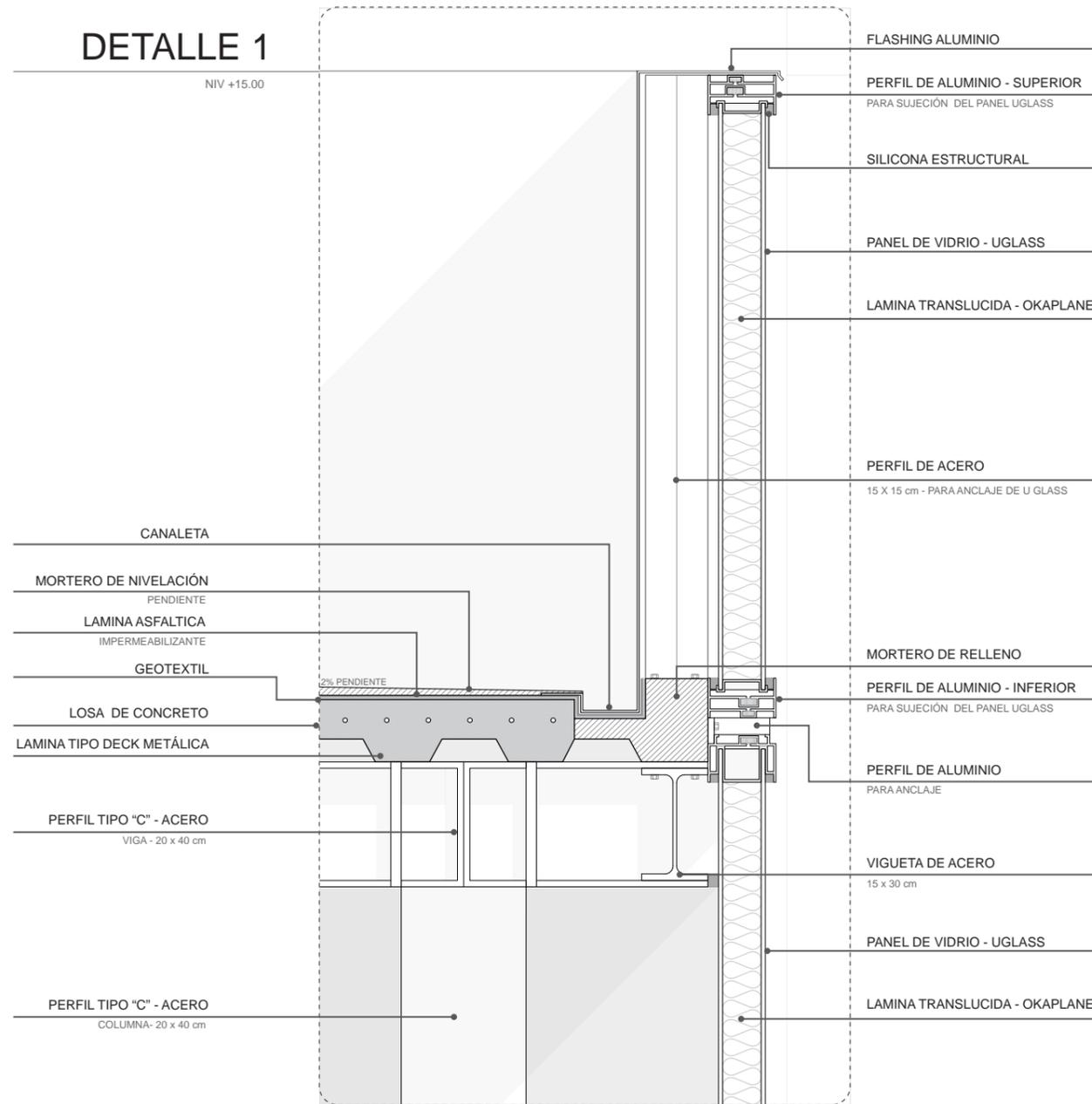
LAMINA:
ARQ - 42

UBICACIÓN:



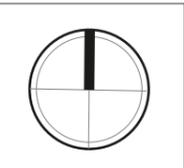
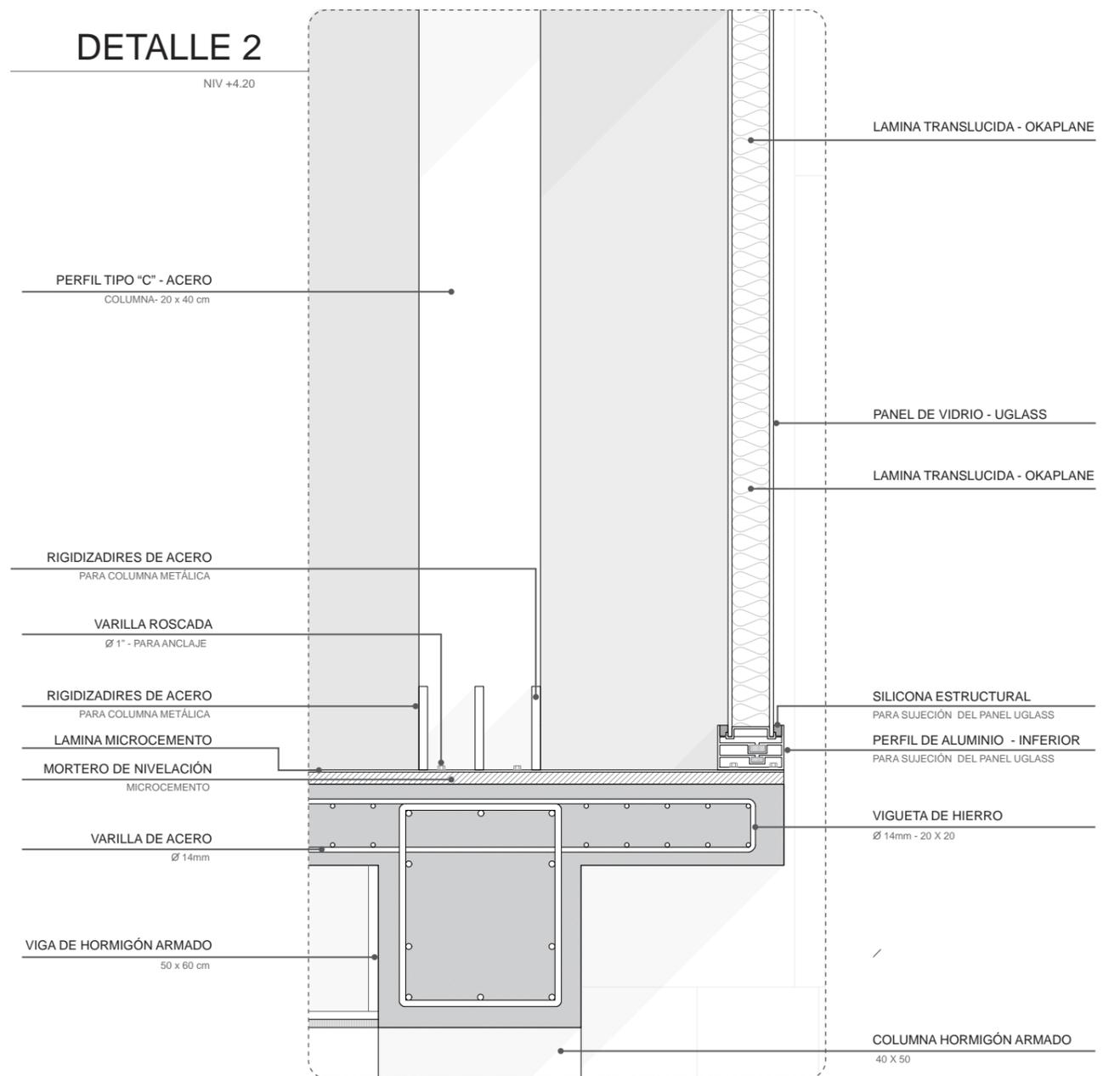
DETALLE 1

NIV +15.00

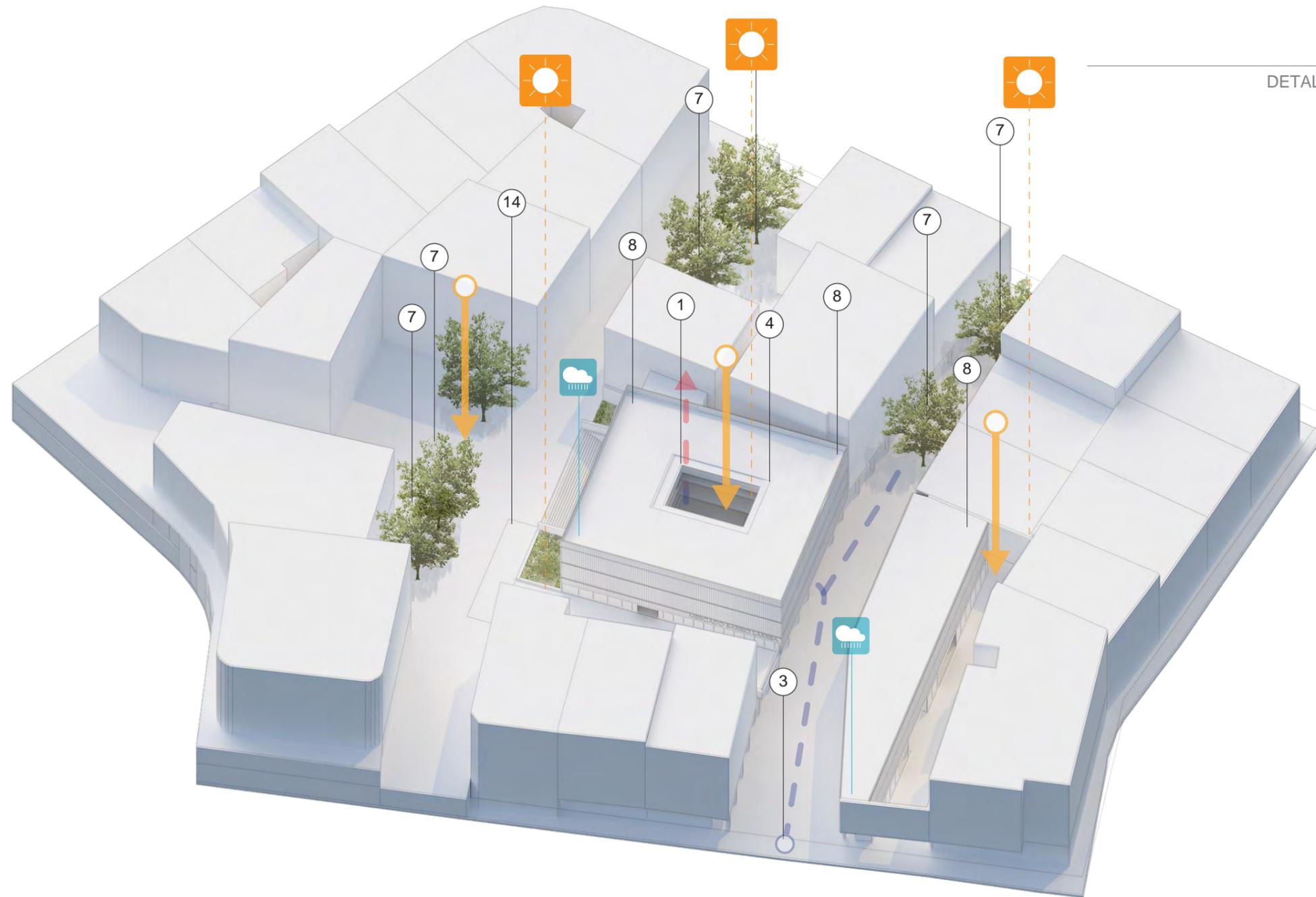


DETALLE 2

NIV +4.20



PLAN MASA
DETALLE BIOCLIMÁTICO



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ① Implementación de un atrio central para iluminar los espacios ② Uso de Uglass como material de revestimiento, permitiendo el ingreso de luz y la reflectancia (revisar detalles) ③ Ventilación natural por túnel de viento generado en el pasaje peatonal ④ Implementación del atrio para ventilación natural ⑤ Uso de ventilación cruzada para renovación de aire en espacios ⑥ Uso de sistemas de ventilación mecánica para la renovación del aire en espacios de producción de alimentos ⑦ Recuperación de árboles patrimoniados en los pasajes peatonales | <ul style="list-style-type: none"> ⑧ Reutilización del agua lluvia para almacenaje en Cisterna 1 ⑨ Reutilización del agua jabonosa producida en puestos de comida para almacenaje en Cisterna 1 ⑩ Implementación de sistema separador de grasas - líquidos para tratamiento del agua recogida ⑪ Implementación de cisterna para reutilización del agua en caso de incendios y riego manual de vegetación ⑫ Uso de generador eléctrico para el funcionamiento de bombas de agua en caso de incendios (Normativa Bomberos) ⑬ Uso de generador para cámaras frigoríficas, evitando la pérdida de productos orgánicos y energía por descongelamiento ⑭ Implementación de sistema de basura soterrada (Normativa EMASEO para el centro histórico) |
|---|---|



ARQUITECTURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

NOMBRE:
Daniel Alexander Paucar Espinoza

TEMA:
Mercado Turístico, Barrio Larrea

CONTIENE:
Asesoría Medio Ambiental - Fase III - 5



NOTAS:

ESCALA: Indefinida	LAMINA: ARQ - 44
-----------------------	---------------------



5. CONCLUSIONES

Recapitulando todas las etapas de diseño establecidas para la proyección del Mercado; entendido como espacio social y de actividad económica, se concluye que la forma, la función y la los valores perceptuales propios de esta obra arquitectónica han sido estrictamente un seguimiento de lo preexistente, es decir, de cada una de las reglas establecidas por el contexto, de manera que para mí, el llegar al resultado final ha sido el demostrar la factibilidad de rehabilitar un vacío urbano con cualidades para convertirse en un espacio de calidad e hito por excelencia de la ciudad de Quito, que inquietantemente pide una rehabilitación.

Definido el marco teórico de este proyecto, se reconoció que el calificativo 'turístico' es una cualidad que se adquiere como un conjunto de sensaciones percibidas por las personas sobre el espacio, de manera que perceptual todos los caracteres desarrollados para concretar la forma arquitectónica han sido conducidos con dicha intención, concluyendo que tanto las características físicas del sitio, la figura arquitectónica y la vocación del proyecto permiten la atracción de visitantes; naturales y extranjeros para su apropiación, es decir; el objeto arquitectónico es apto para ser un destino turístico y referente en la ciudad.

Uno de los primeros objetivos que se planteo para el desarrollo de este trabajo fue la posibilidad de demostrar una alternativa para la permanencia de los mercados en la ciudad; tomando en cuenta la vulnerabilidad de su actividad y concurrencia, de modo que se plantaron estrategias programáticas que en conjunto de un buen planteamiento arquitectónico generaron una vocación, que puede ser replicable en otros mercados de Quito, en conclusión la clave para dicha rehabilitación puede centrarse en enfocar las actividades de carácter social, cultural e incluso folclóricas que evoquen la esencia del entorno. En el caso del mercado propuesto se optó por la gastronomía como elemento de atractor para actividades y usuarios.

REFERENCIAS

Arquihistori (2014) Historia de la Arquitectura. Recuperado el 26 de abril del 2018 de: <http://arquihistori.blogspot.com/2014/08/>

Cazamajor, P. (s.f.). Red de mercados y ferias de Quito. Quito, Ecuador.

Crespi, M, Domínguez, M. (2018). Los mercados de abastos y las ciudades turísticas. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio cultural. 14 (2).

Distrito Metropolitano de Quito (2009). Ordenanza Metropolitana N° 253, Mercados. Quito, Ecuador

Enciclopedia de Historia Universal. (2014). El comercio europeo en la Edad Media 1100 – 1450. Recuperado el 23 de abril de 2018 de: <https://www.encyclopediahistoria.com/2014/06/el-comercio-europeo-en-la-edad-media-1100-1450.html>

Fukuyama, F. (1992). El fin de la historia y el último hombre. Buenos Aires, Argentina: Planeta.

Fierro, G, Toledo, J, Hoyos, G, Gindeya, R, Loaiza, D, Recalde, P, et al. (2018). Estudio de la forma urbana. Corredor Av. "10 de Agosto" de Quito. Quito, Ecuador

Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN (2013). Mercados Saludables, Requisitos. NTE INEN 2687:2013. Primera Edición. Quito, Ecuador

La Hora. (2005). Santa Prisca fusiona lo colonial y lo moderno. Recuperado el 28 de abril del 2018 de: <https://lahora.com.ec/noticia/393118/santa-prisca-fusiona-lo-colonial-y-lo-moderno>

Leveque, P. (2012) Las primeras civilizaciones (Vol. 1) Madrid, España

Menéame. (2017) Cómo eran (de verdad) los mercados en la Edad Media. Recuperado el 28 de abril del 2018 de: <https://www.meneame.net/m/Art%C3%ADculos/como-eran-verdad-mercados-edad-media>

Neufert P. (2001) Arte de proyectar en Arquitectura, Edición n° 14. Ediciones G Giii, S.A. de C.V.. Ciudad de México, México

Ortiz A. (2007) Damero. FONSAL. Quito, Ecuador

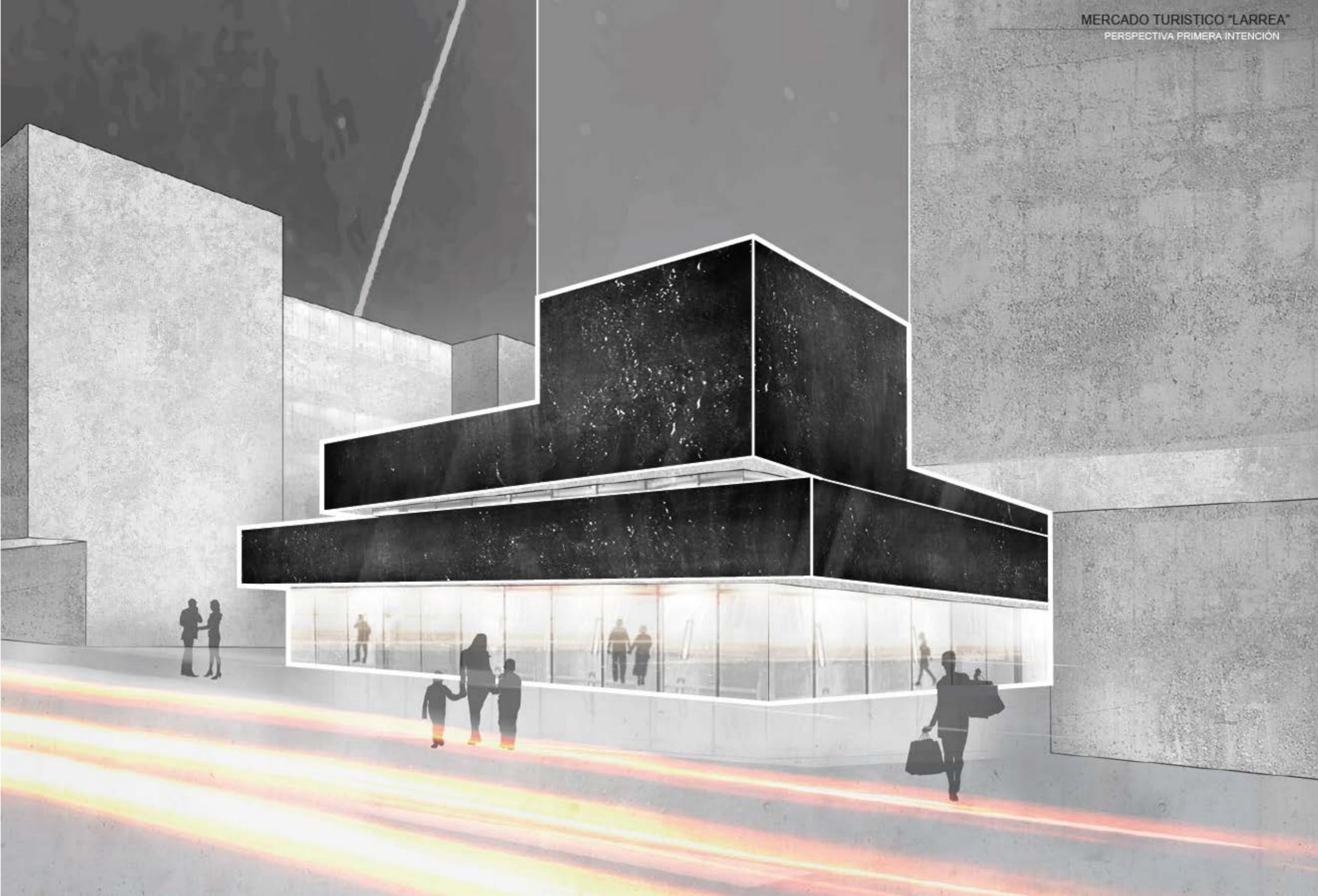
Panero J. (1996) Las dimensiones humanas en los espacios interiores. Edición n° 7. Ediciones G Giii, S.A. de C.V.. Ciudad de México, México

Plazola, A. (1954). Enciclopedia de Arquitectura Plazola (Vol. 7). Plazola editores y Noriega editores.

Real Academia Española. (2018) Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado el 17 de febrero de 2018 de <http://dle.rae.es/?id=apfpA3Q>

ANEXOS

MERCADO TURISTICO "LARREA"
PERSPECTIVA PRIMERA INTENCION



PARÁMETROS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO	REFERENTES									TEORÍAS Y CONCEPTOS	EL SITIO Y EL ENTORNO DEL PROYECTO			EL USUARIO	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS	
	1 Mercado de Santa Caterina - Enric Miralles			2 Marthall Rotterdam - MVRDV			3 Mercado Temporal Barceló - Nieto & Sobejano				RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO		ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS
FORMA	IMPLANTACIÓN		La forma del proyecto se define por la forma del terreno y se articula en un eje principal que define el mercado de Santa Caterina y dispone de una zona de acceso.		El mercado de Rotterdam establece su forma teniendo en cuenta el contexto preexistente y busca el equilibrio como una masa para poder generar programación sobre las áreas edificadas.		El mercado Barceló toma forma por el juego de volúmenes funcionales interrelacionados, que están unidos por un círculo de circulación cubierta, donde los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	PRODUCTO	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA		En la composición del volumen se percibe un elemento compacto que define el mercado, en donde se albergan las actividades y el programa constructivo de una cubierta de tipo orgánico como elemento conectante.		El volumen asume un nivel circular, ignorando deformado en la cubierta y buscando un sentido de ritmo interior y exterior, el volumen altera su forma.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	EQUILIBRIO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	ACCESIBILIDAD		El proyecto es analizado principalmente por su fuerte relación con el espacio público y las edificaciones preexistentes. Al estar ubicado en una zona consolidada de la ciudad de Barcelona, se toman elementos propios del paisaje para poder configurar el juego de fachadas que dan forma al volumen que alberga la programación, el proyecto conlleva varios lenguajes formales al contrastar la cubierta y la estructura orgánica con un volumen preexistente ortogonal.		Formalmente el edificio representa una masa para realizar sobre las edificaciones aleatorias, su morfología asume un sentido único de menor escala en su interior, para poder tener una diferenciación establecida en el volumen del proyecto. La forma de este mercado resalta la direccionalidad del hall principal y el acceso hacia el espacio público.		Este mercado se propuso como temporal hasta la finalización de la construcción del Mercado Barceló, el proyecto se implanta en el terreno como seis pentagons que albergan programa. Una de las fortalezas del proyecto es su composición volumétrica ya que esta diseñada para tener ingreso de luz durante la mayor cantidad de horas posible de una forma orgánica y refleja la luz hacia el interior y la fachada de las edificaciones aleatorias.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	CLIMA Y ASOLEAMIENTO		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
TECNOLOGÍAS	ESTRUCTURAS		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	ENVOLVENTES		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	SISTEMA CONSTRUCTIVO		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
FUNCIÓN	ESPACIOS USOS PROGRAMACIÓN		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	RELACIONES ESPACIALES ORGANIGRAMA		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	ACCESIBILIDAD CIRCULACIONES		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	ESTRUCTURAS		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
SIMBÓLICA	ENVOLVENTES		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	SISTEMA CONSTRUCTIVO		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	SIGNOS MARCAS MENSAJE		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
TEORÍAS Y CONCEPTOS	ESTRUCTURAS		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	ENVOLVENTES		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	SISTEMA CONSTRUCTIVO		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		
	SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		El programa se organiza, ubicado los espacios de servicio y locales comerciales se sitúan en los niveles para definir circulación y accesos.		Los volúmenes programáticos están distribuidos de manera jerárquica y modular, buscando un equilibrio en la composición.	PARA EL PROYECTO	RESPECTO AL SITIO	RESPECTO AL SITIO	CONCLUSIONES PARA EL PROYECTO	ACTORES NECESIDADES	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS		

