



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES DISEÑO
CARRERA DE ARQUITECTURA**

TEMA:

**ESTUDIOS DE LOS ESPACIOS DE INTERCAMBIO
COMERCIAL QUE PROPICIE EL DISEÑO DE UN
MERCADO PÚBLICO EN LA CIUDAD DE PUYO.**

Trabajo de titulación previo la obtención del Título de
Arquitecto Urbanista

Autor:

John Bryan Silva Jaramillo

Tutor:

Mpaa. Arq. Diego Huaraca Huaraca

AMBATO – ECUADOR

2018

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, John Bryan Silva Jaramillo, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Estudio de los espacios de intercambio comercial que propicie el diseño de un mercado público en la ciudad de Puyo”, como requisito para optar al grado de Arquitecto Urbanista y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 20 días del mes de Agosto 2018, firmo conforme:

Autor: John Bryan Silva Jaramillo

Firma

Número de Cédula: 160068919-2

Correo Electrónico: jhonbry94@gmail.com

Dirección: Av. Las Américas, Ambato – Ecuador

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Asesor del trabajo de titulación: **“ESTUDIOS DE LOS ESPACIOS DE INTERCAMBIO COMERCIAL QUE PROPICIE EL DISEÑO DE UN MERCADO PÚBLICO EN LA CIUDAD DE PUYO”** presentado por el ciudadano **Silva Jaramillo John Bryan** para optar por el título de Arquitecto Urbanista, CERTIFICO, que dicho Trabajo de Titulación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 23 de Julio del 2018

Mpaa. Arq. Diego Huaraca Huaraca

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Titulación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Arquitecto Urbanista, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 23 de Julio 2018.

Silva Jaramillo John Bryan
C.I. 160068919-2

EL TRIBUNAL DE GRADO CERTIFICA QUE:

Luego de analizar el Trabajo de Titulación “**ESTUDIOS DE LOS ESPACIOS DE INTERCAMBIO COMERCIAL QUE PROPICIE EL DISEÑO DE UN MERCADO PÚBLICO EN LA CIUDAD DE PUYO**”, de la Carrera de Arquitectura, se ha determinado que el presente Trabajo de Titulación reúne todos los requisitos de fondo y de forma para que el señor estudiante pueda presentarse a la defensa respectiva el momento que el consejo directivo lo disponga.

Ambato, 20 de Agosto del 2018

.....
Arq. Msc. César Sánchez Miño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Arq. PHD. Marina Pérez Pérez

VOCAL

.....
Lic. Mg. Freddy Castro Acosta

VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres, Manuel y Esperanza, por inculcarme valores: como la perseverancia y la disciplina, que ayudaron en mi formación, culminando una etapa más de mi vida profesional.

A mis hermanos, Erika y Benny por su confianza y constante apoyo.

John Bryan
Silva Jaramillo

AGRADECIMIENTO

Gracias a todas las personas que fueron testigos a lo largo del proceso de mi formación profesional.

A la Universidad Indoamérica por brindarme la oportunidad de superación académica, y a mi director de Trabajo de Fin de Carrera Arq. Diego Huaraca por su asesoría.

John Bryan
Silva Jaramillo

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE ARQUITECTURA

TEMA: Estudio de los espacios de intercambio comercial que propicie el diseño de un mercado público en la ciudad de Puyo.

Autor: Silva Jaramillo John Bryan

Tutor: Mpa. Arq. Diego Huaraca Huaraca

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación se realiza previo a la obtención del Título de Arquitecto Urbanista de la República del Ecuador, con la investigación bibliográfica - documental sobre los espacios de intercambio comercial que propicie el diseño de un mercado público en la ciudad de Puyo. El fin del proyecto es analizar la dinámica y abastecimiento de los mercados de la ciudad. Es así que se hace necesario detallar la problemática indagando, puntualizando y contextualizando a través de la metodología de investigación. Se delimita la población y muestra para la recolección de información y posteriormente se trabaja a través de encuestas y entrevistas a un número de 380 compradores. Si bien es cierto hay afluencia en los mercados de las zonas céntricas, pero existe desabastecimiento en una parte significativa de la ciudad, como es el caso del mercado El Dorado que presenta una problemática de desuso y la no apropiación del edificio. Para dar respuesta a esta problemática este proyecto pretende regular la afluencia de compradores, viendo necesaria la reestructuración del objeto arquitectónico existente en el barrio el Dorado con un programa que permita abastecer adecuadamente a los usuarios de la zona para de esta manera regular el flujo de oferta y demanda de productos de primera necesidad.

DESCRIPTORES: Arquitectura, Diseño Arquitectónico, Arquitectura Comercial, Intervención Arquitectónica.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE ARQUITECTURA

THEME: Study of commercial exchange spaces that promotes the design of a public market in the city of Puyo.

Author: Silva Jaramillo John Bryan

Tutor: Mpa. Arq. Diego Huaraca Huaraca

ABSTRACT

The present graduation work is carried out prior to obtaining the degree of urban Architect of the Republic of Ecuador, with the bibliographical-documentary investigation on commercial exchange spaces that promotes the design of a public market in the city of Puyo. The purpose of the project is to analyze the dynamics and supply of the city markets. Thus, it is necessary to detail the problem by researching, specifying and contextualizing through the research methodology. The population and the sample are defined and for data collection and later it is done through surveys and interviews to a number of 380 customers. Although there is an inflow in markets of central areas, there is a shortage in a significant part of the city, such as El Dorado market, which presents a problem of disuse and the non-appropriation of the building. To respond to this problem this project aims at regulating customers inflow, seeing necessary the restructuring of the existing architectural object in El Dorado neighborhood with a program that will adequately supply the users of the area, in order to regulate the supply and demand flow for essential goods.

KEYWORDS: Architecture, Architectural Design, Commercial Architecture, Architectural Intervention.

INDICE PREELIMINAR

TEMA:	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
CERTIFICACIÓN	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
EL TRIBUNAL DE GRADO CERTIFICA QUE:	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT	ix
INDICE PREELIMINAR	x
INDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE RENDERS	xviii
INTRODUCCIÓN	xix

INDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I.....	1
1.1. Tema:.....	1
1.2. Línea de investigación	1
1.4. Datos generales de los espacios de intercambio comercial	3
1.5. Planteamiento del problema	8
1.5.1. Contextualización.....	8
1.5.2. Árbol de problemas	12
1.5.3. Análisis crítico	13
1.5.4. Prognosis	14
1.5.5. Formulación del problema	14
1.5.6. Delimitación de la investigación.....	15
1.6. Justificación	16
1.7. Objetivos	17
1.7.1. Objetivo General	17
1.7.2. Objetivos Específicos.....	17
CAPÍTULO II	18
2.1. Antecedentes investigativos	18
2.2. Fundamentación Teórica	22
2.2.1. Red de Inclusiones Conceptuales.....	22
2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	49
2.3.1. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	49
2.4. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	50
2.4.1. Variable independiente	50
2.4.2. Variable dependiente.....	50
2.5. Hipótesis	50

2.5.1. Hipótesis H1	50
2.5.2. Hipótesis H0.....	50
CAPÍTULO III.....	51
3.1. Enfoque de la investigación	51
3.2. Modalidad básica de la investigación	51
3.2.1. De campo	51
3.4. Técnicas de Recolección de Información	51
3.5. Población	52
3.5.1. Población y muestra	52
CAPÍTULO IV.....	59
4.1. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	59
Encuestas.....	59
Entrevistas	68
5.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
5.1.1. CONCLUSIONES	72
5.1.2. RECOMENDACIONES	73
CAPÍTULO VI.....	74
6.1. TEMA	74
6.3. ANTECEDENTES	75
6.4. JUSTIFICACIÓN	78
6.5. OBJETIVOS	79
6.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	79
6.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	79
6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	80
6.6.1 ANÁLISIS DE REFERENTES	81
6.6.4. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.....	106

6.6.5. ASPECTOS FUNCIONALES	108
6.6.6. ASPECTOS FORMALES	117
6.6.7. ASPECTOS ESTRUCTURALES	127
6.6.8. PRESUPUESTO ARQUITECTÓNICO	129
6.7. BENEFICIO DE LA PROPUESTA	132
6.8. ANTEPROYECTO	132
7. MATERIAL DE REFERENCIA	133
7.1. BIBLIOGRAFÍA.....	133
7.2. ANEXOS	135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°01: Cronología.....	2
Gráfico N°02: Radio de Influencia de Mercados	4
Gráfico N°03: Equipamientos	5
Gráfico N°04: Vialidad.....	6
Gráfico N°05: Cartografía Puyo.....	10
Gráfico N°06: Relación Causa Efecto... ..	12
Gráfico N°07: Categorías Fundamentales	22
Gráfico N°08: Constelación de Ideas de la V.I	23
Gráfico N°09: Constelación de Ideas de la V.D	24
Gráfico N°10: Diagrama de Espacios del Mercado Municipal.....	35
Gráfico N°11: Mercados de la Ciudad que frecuenta.....	59
Gráfico N°12: Espacios de intercambio comercial se debe repotenciar	60
Gráfico N°13: Reactivación del mercado "El Dorado".....	61
Gráfico N°14: Armonía con el contexto.....	62
Gráfico N°15: Función de las instalaciones del Mercado.....	63
Gráfico N°16: Factores importante para el funcionamiento del centro de intercambio comercial.....	64
Gráfico N°17: Importancia.....	65
Gráfico N°18: Persona de su familia que acude a realizar compras	66
Gráfico N°19: Acuden personas con discapacidad.....	67
Gráfico N°20: Estadísticas de Mercados	71
Gráfico N°21: Ubicación Ecuador.....	75
Gráfico N°22: Ubicación Pastaza.....	76
Gráfico N°23: Ubicación Puyo.....	77
Gráfico N°24: Delimitación del área de estudio.....	87
Gráfico N°25: Terreno.....	88
Gráfico N°26: Usos de suelo.....	91
Gráfico N°27: Altura de Edificaciones.....	93
Gráfico N°28: Llenos y Vacíos.....	94
Gráfico N°29: Movilidad.....	95
Gráfico N°30: Servicios.....	96

Gráfico N°31: Imagen del Sitio.....	97
Gráfico N°32: Carta Solar.....	99
Gráfico N°33: Solsticio.....	99
Gráfico N°34: Vientos.....	100
Gráfico N°35: Plano estado actual.....	101
Gráfico N°36: Partido arquitectónico.....	105
Gráfico N°37: Unidad Esencial.....	109
Gráfico N°38: Unidad Operativa.....	110
Gráfico N°39: Servicios Complementarios.....	111
Gráfico N°40: Servicios Generales.....	112
Gráfico N°41: Esquema de Circulación.....	113
Gráfico N°42: Tipologías Comerciales.....	114
Gráfico N°43: Ingreso Vehicular y Peatonal.....	115
Gráfico N°44: Ventilación.....	116
Gráfico N°45: Materialidad Fachada.....	116
Gráfico N°46: Ilustración Fachada.....	117
Gráfico N°47: Aspectos Formales.....	118
Gráfico N°48: Análisis Estructural.....	127
Gráfico N°49: Corrido Estructural en SAP-2000.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01: Datos Generales de Mercados.....	3
Tabla N°02: Población de estudio.....	53
Tabla N°03: Variable independiente: Espacios de Intercambio Comercial.....	55
Tabla N°04: Variable dependiente: Diseño de un mercado público.....	56
Tabla N°05: Plan de recolección de información.....	57
Tabla N°06: Mercados que frecuenta.....	59
Tabla N°07: Espacios de intercambio comercial se debe repotenciar.....	60
Tabla N°08: Reactivación de los Mercados.....	61
Tabla N°09: El mercado el Dorado debe mantener armonía con el contexto.....	62
Tabla N°10: Función de las instalaciones del mercado.....	63
Tabla N°11: Factores para el funcionamiento.....	64
Tabla N°12: Orden de importancia de los espacios.....	65
Tabla N°13: Persona de su familia que acude a realizar compras.....	66
Tabla N°14: Persona que acude a comprar en el mercado tiene algún tipo de discapacidad.....	67
Tabla N°15: Matriz del Contexto.....	90
Tabla N°16: Usos de Suelo.....	91
Tabla N°17: Altura de Edificaciones.....	93
Tabla N°18: Llenos y vacíos.....	94
Tabla N°19: Diagnóstico del Mercado el Dorado.....	102
Tabla N°20: Programa Arquitectónico.....	106
Tabla N°21: Presupuesto.....	129
Tabla N°22: Ficha de Observación del mercado “El Dorado”.....	140
Tabla N°23: Ficha de Observación del mercado “los Plátanos”.....	143
Tabla N°24: Ficha de Observación del mercado “La Merced”.....	146
Tabla N°25: Ficha de Observación del mercado “Mariscal”.....	148
Tabla N°26: Ficha de Observación del Entorno inmediato del Mercado los Plátanos.....	151

Tabla N°27: Ficha de Observación del Entorno inmediato del Mercado los Plátanos.....	152
Tabla N°28: Ficha de Observación del Entorno inmediato del Mercado Mariscal	153
Tabla N°29: Ficha de Observación del Entorno inmediato del Mercado Mariscal	154
Tabla N°30: Ficha de Observación del Entorno inmediato del Mercado Merced	155
Tabla N°31: Ficha de Observación del Entorno inmediato del Mercado el Dorado	156

ÍNDICE DE RENDERS

Render Exterior N°: 01	119
Render Exterior N°: 02	119
Render Exterior N°: 03	120
Render Exterior N°: 04	120
Render Exterior N°: 05	121
Render Exterior N°: 06	121
Render Exterior N°: 07	122
Render Exterior N°: 08	122
Render Interior N°: 01	123
Render Interior N°: 02	123
Render Interior N°: 03	124
Render Interior N°: 04	124
Render Interior N°: 05	125
Render Interior N°: 06	125
Render Interior N°: 07	126
Render Interior N°: 08	126

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo comprende el estudio de los espacios de intercambio comercial de la ciudad de Puyo, proponiendo un equipamiento de intercambio comercial que equilibre la balanza comercial de oferta de productos abasteciendo a una zona desfavorecida de la ciudad.

Para analizar la problemática es necesario mencionar que el intercambio comercial de la ciudad se desarrolla con mayor afluencia en un solo polo ubicado en el centro-este de la ciudad donde se desarrollan las principales actividades administrativas de la región provocando una serie de conflictos como el exceso de afluencia de compradores los días de feria (sábado y domingo) provocando caos e insalubridad en las calles adyacentes a estos mercados.

En el área de estudio el proyecto aborda la problemática del desuso y la no apropiación del edificio anterior desde el examen y la verificación de la frecuencia del mismo, la tecnología constructiva usada en el edificio anterior y la materialidad poseen flexibilidad, pero no poseen un diálogo con la transparencia y ventilación continua que pretende el proyecto actual

El mercado establece una relación cliente vendedor que caracteriza al intercambio comercial tradicional de la región como se observa en la actualidad en el mercado de los plátanos, donde el comprador tiene visibilidad a todos los puestos sin interrupción de muros y en una sola planta, estableciendo empatía con sus vendedores, es así que el mercado reinterpreta una intensión de permeabilidad y visibilidad destruyendo elementos que limiten la visibilidad a los puestos tanto interior como exteriormente. Bajo esta premisa se presenta un proyecto que invita recorrerlo, visitarlo y de manera identitaria del lugar.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema:

Estudios de los espacios de intercambio comercial que propicie el diseño de un mercado público en la ciudad de Puyo.

1.2. Línea de investigación

La problemática investigada está bajo Políticas y Líneas de Investigación de la Universidad Tecnológica Indoamérica en Ordenamiento Territorial.

“Ordenamiento territorial. - Considerando que el estado adopta una determinada organización política y administrativa, esta línea de investigación se orienta a profundizar el análisis de la ocupación física del territorio. Este análisis se enfoca en las tendencias económicas, sociales, políticas, culturales, locales, así como los impactos de las políticas públicas en las actividades humanas y en la naturaleza. Siendo el ordenamiento territorial un instrumento fundamental para el desarrollo, las investigaciones dentro de esta línea podrían analizar la idoneidad de propuestas existentes, proponer nuevos planes o modificar planes existentes, cabe considerar que el ordenamiento territorial es también un proceso político que involucra toma de decisiones, actores sociales, económicos, técnicos para ocupación ordenada y uso sostenible del territorio”. Guía para la elaboración (Indoamérica, 2011)

1.3. Antecedentes históricos

La ciudad empieza a consolidarse desde el centro-Este con su centro administrativo para luego expandirse en las zonas planas del lugar y paralelamente el desarrollo de centros de intercambio comercial, en 1975 se establece el mercado la Merced, el primer centro de abastos como centro de comercio para la ciudad, años más tarde aparece el mercado de los Plátanos como asociación independiente de productores agrícolas de la zona.

En el año 1982 se crea el mercado Mariscal, ya para los siguientes años se congestiona el lugar ya que toda la población tiene que dirigirse a un mismo sector para hacer sus compras semanales de productos básicos y el problema va avanzando con los años presentando el sector problemas de insalubridad en las calles aledañas.

El último de los espacios de intercambio comercial es el mercado el Dorado que nace como plaza para poder abastecer a la zona de crecimiento de la ciudad, sin embargo nunca se hizo la planificación necesaria para que abastezca correctamente a una gran parte de la zona y de esta manera descongestionar la afluencia del polo comercial del centro-Este de la ciudad.

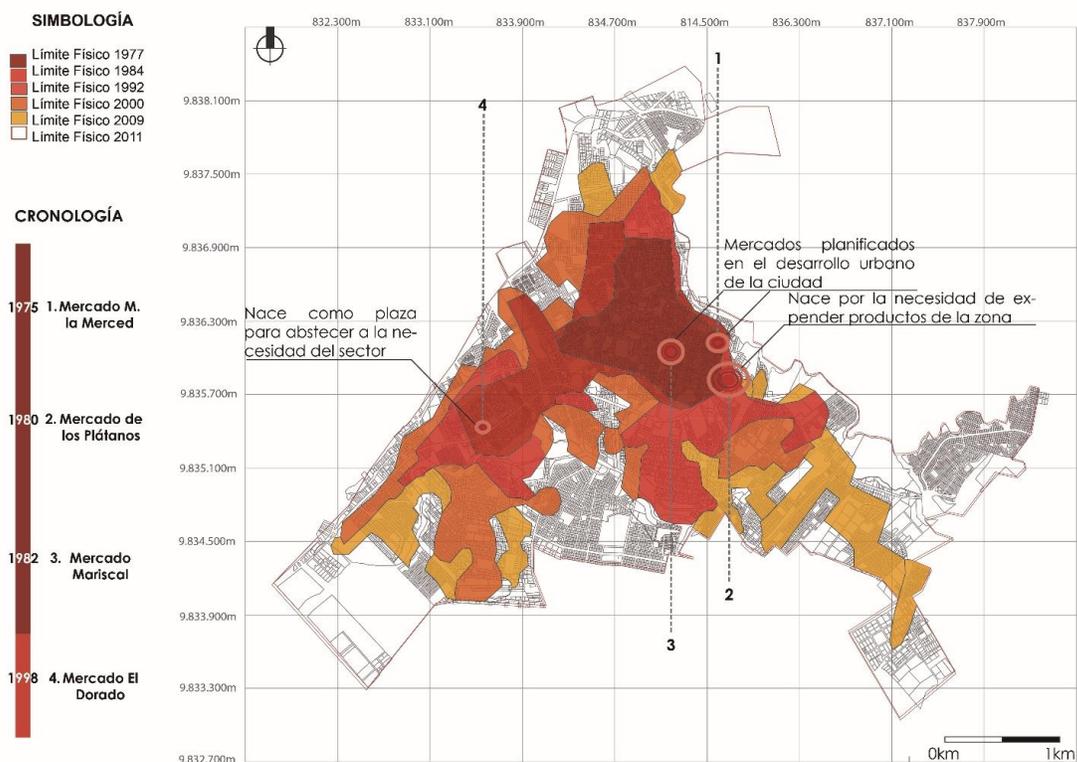


Gráfico N°01: Cronología
Elaborado por: John Silva
Fuente: GAD Municipal de Puyo

1.4. Datos generales de los espacios de intercambio comercial

MERCADOS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE PUYO				
	Mercado el Dorado	Mercado de los Plátanos	Mercado la Merced	Mercado Mariscal
Descripción	En el barrio el Dorado de la ciudad de Puyo existe una adecuación de mercado, por la cual se ha implementado puestos para el expendio de productos. Su infraestructura es de un espacio cubierto en el que se implementó este equipamiento para dar el servicio a este sector.	Este mercado es el mas concurrido de toda la ciudad. Su infraestructura funciona como una serie de espacios cubiertos que se han adecuado para implementar este tipo de ferias libres, que se expenden a la ciudadanía los días de feria, sábados y domingos, y los otros días restantes se utiliza como centro de acopio de productos de la zona para la venta a comerciantes que lo transportan a las diferentes provincias de la sierra y la costa.	El mercado la Merced esta ubicado en el barrio central de la ciudad también llamado barrio México, el edificio del mercado funciona en la misma cuadra de la municipalidad del Cantón Pastaza.	Este mercado se encuentra en el centro oriental de la ciudad, en el barrio que lleva su mismo nombre. Cuenta con una infraestructura que se adaptó a un antiguo espacio cubierto en el cual se desarrollaba las ferias libres de la ciudad.
Fotografías				
Problemas	La adecuación en este mercado hace que sus instalaciones hidro-sanitarias y eléctricas colapsen cuando existe una alta precipitación de lluvias las mismas que ingresan a su interior por cuanto su espacio es abierto, ocasionando molestias a los expendedores que laboran en este espacio de comercio. El mercado presenta un abandono progresivo de sus puestos de venta debido a los accesos interrumpidos por locales cerrados y por el parqueadero en su fachada.	Los espacios asignados para los comerciantes en este lugar de distribución de productos, la mayoría percibibles se delimitan por módulos graficados por cuadrículas pintadas en piso y cada comerciante implementa su puesto individualmente. La mala organización de los espacios y locales de comercialización hacen que este lugar de consumo se vuelva caótico en los días de ferias, sumando a esta el déficit de estacionamientos por la que se produce un gran tráfico en esta zona.	Este mercado fue el primero en la historia del desarrollo del cantón, el mismo que causa conflictos en la circulación vehicular en este sector ya que se encuentra en la zona central de la ciudad. Los servicios que brinda este mercado en planta baja, no se puede relacionar con las actividades que se generan junto a esta. Las actividades administrativas relacionadas con las actividades de comercio generan conflictos.	Según se ha venido dando la necesidad de la población y con el requerimiento de la misma se realizaron adecuaciones para poder denominarle como un equipamiento de mercado. Por lo que ha crecido de manera desordenada. No cuenta con mucho espacio, lo que genera que varias personas dedicadas a la venta de los productos tengan que ubicarse en cualquier área vacía, incomodando así a las personas que transitan.
Fotografías				

Tabla N°01: Variable independiente: Espacios de Intercambio Comercial

Autor: John Silva

Los equipamientos de Mercados en la ciudad de Puyo presentan particularidades en cuanto a su distribución y organización, ya que tres mercados se encuentran en un solo sector lo que perjudica en muchos factores al abastecimiento adecuado de productos en la ciudad.

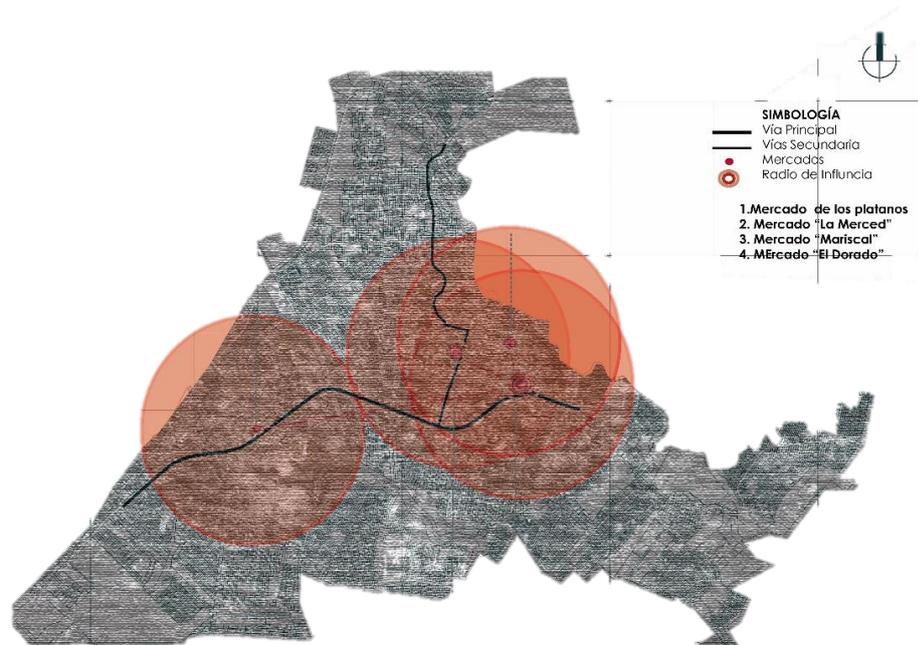


Gráfico N°02: Radios de Influencia

Elaborado por: John Silva

Fuente: GAD Municipal de Puyo

La principal restricción que encuentra el comprador es en su desplazamiento, se considera que el radio de influencia de un mercado minorista es de 900m siendo una distancia prudente para caminar con compras en las manos.

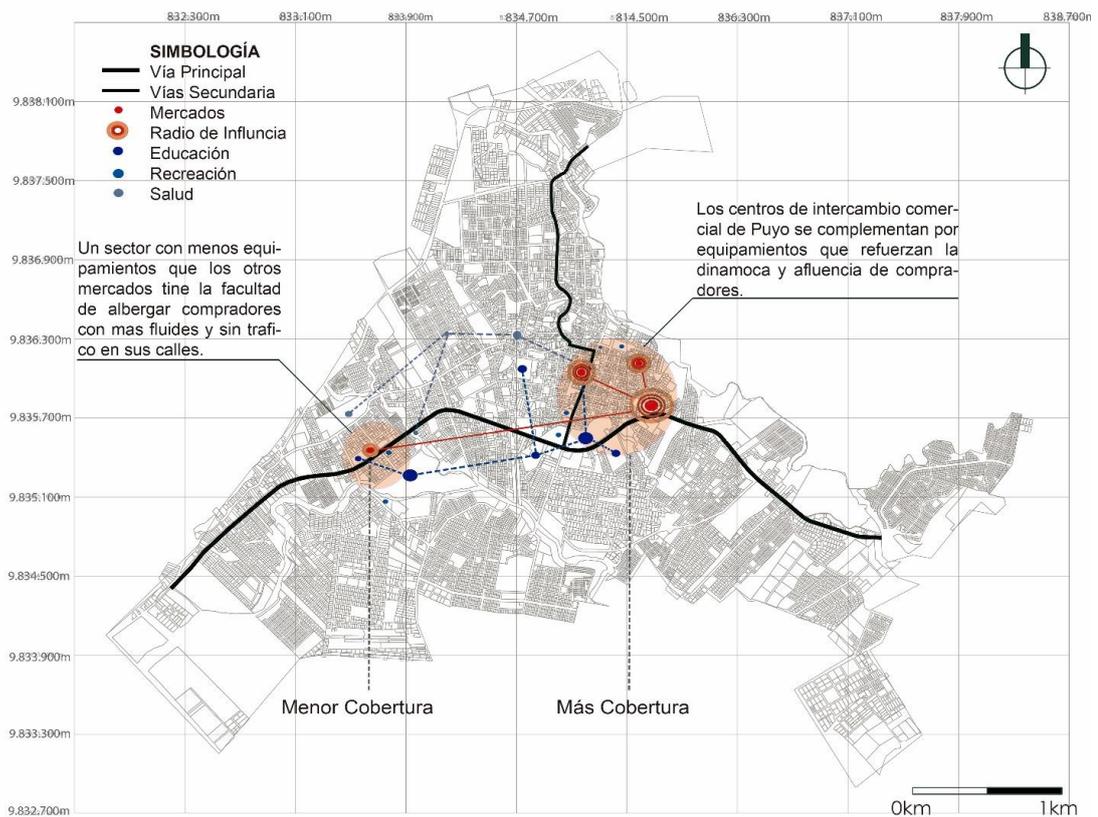


Gráfico N°03: Equipamientos
Elaborado por: John Silva
Fuente: GAD Municipal de Puyo

Como se observa en el gráfico la consolidación de la cabecera cantonal se debe a gran parte por sus equipamientos existentes de educación, salud, que ofrecen fuentes de trabajo que permiten al desarrollo de la ciudad.

Sin embargo, la mayoría de equipamientos se encuentran al parte Este de la ciudad al igual que tres mercados municipales con más afluencia de personas en una sola zona de la ciudad. A diferencia de la zona Oeste que presenta menor cobertura de equipamiento, así como un equipamiento de mercado, que presenta ventajas a la hora de movilizarse con facilidad.

En cuanto a equipamientos de educación de la ciudad de Puyo comprenden: inicial, educación básica, bachillerato, universidades y centros ocupacionales, que en un 87% son fiscales, 5% fisco-misionales y el 8% particulares (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

Los equipamientos de salud están conformados por el Hospital General “Puyo”, Hospitales Básicos (Hospital Militar, Hospital IESS), y 3 Centros de Salud ubicados en los barrios Mariscal, Dorado y Puyo.

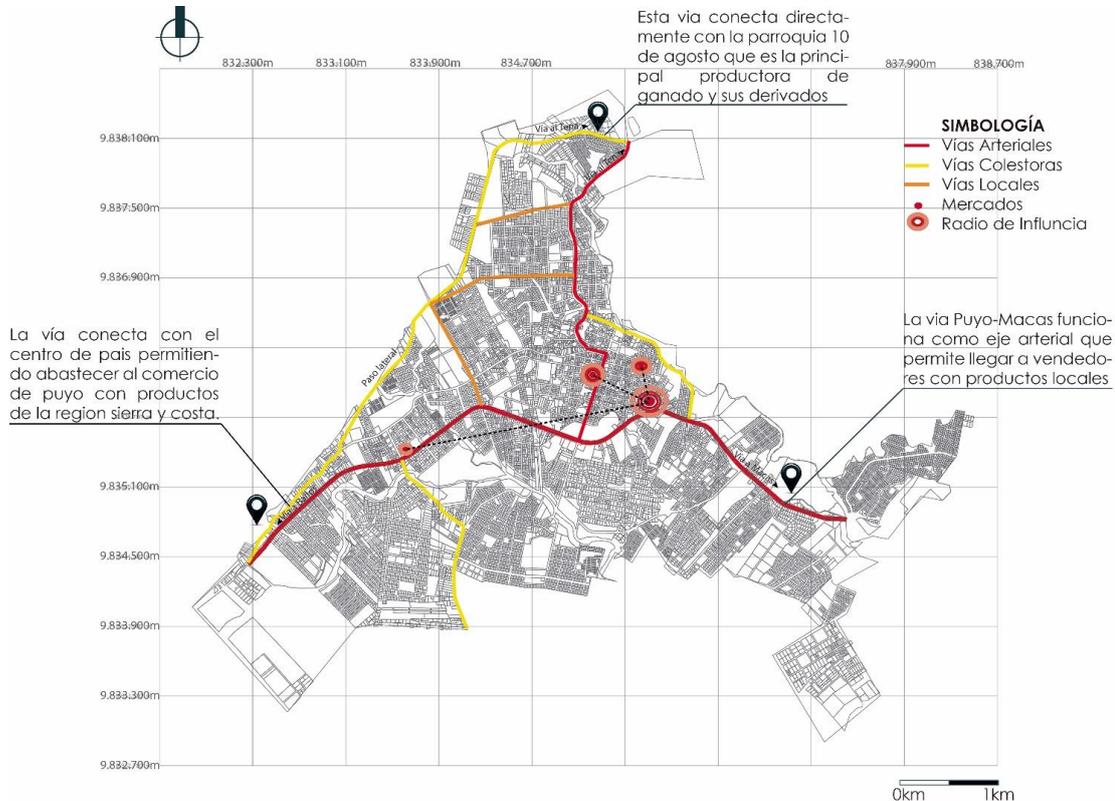


Gráfico N°04: Vías
Elaborado por: John Silva
Fuente: GAD Municipal de Puyo

Vía Puyo – Baños (E-30). Llamada también como la vía hacia el Yasuní, consta desde el redondel de Puyo Hasta el límite con la provincia de Tungurahua, tiene una capa de rodadura asfáltica en buenas condiciones de 7,20 m de ancho en promedio

La Vía Puyo – Macas (E-45). Conecta con la parte sur oriente del país, inicia en la parte del cementerio de Puyo y continua hasta el puente del río Pastaza, límite con la provincia Morona Santiago y si vía es de 8,40 m en promedio.

La Vía Puyo – Tena (E-45). Comunica con la región oriental norte, empieza desde el redondel de Puyo bordeando con el paso lateral y concluyendo en el sector del Capricho, cuenta con buena señalización, pero una capa de rodadura de hormigón asfáltico de 9,20m de ancho promedio.

Las vías arteriales son el eje de desarrollo de la ciudad y por lo tanto sirven como vías principales de abastecimiento para los mercados, la ciudad se abastece de productos tanto de la zona como de productos traídos de la sierra y de la costa, entre los productos que se producen en zonas y parroquias aledañas están: la caña de azúcar, el cacao la naranjilla, la papa china y el plátano, además de ganado bovino, porcino y avícola entre otros.

Los productos que se traen de la sierra y la costa que tienen una alta demanda en los mercados son: de la costa, yuca, frutas tropicales como el banano y principalmente el arroz y de la sierra, maíz, trigo, cebada, frejol, papa, melloco, haba, hortalizas entre otros.

Las vías que abastecen con productos locales son principalmente la avenida Albero Zambrano de la vía a Macas y para el abastecimiento de la sierra y de la costa es por la misma avenida con dirección este, que viene a ser la vía a Baños, Es así que cerca de esta vía se ubica el principal mercado de la ciudad que es el mercado de los Plátanos, que se formó por una asociación de productores de la amazonia, buscando una ubicación estratégica que permita abastecer al mercado con la vía que conecta a los principales zonas productoras de la amazonia y además que sea la vía que conecta con el abastecimiento de la costa y de la sierra.

El mercado el Dorado está ubicado en la misma vía de abastecimiento principal de la ciudad pero en dirección este, cercano a la vía a Baños, este mercado se lo hizo en respuesta a la demanda que tenía esta parte de la ciudad que estaba desentendida con este tipo de equipamientos, pero a pesar de ser el mercado más nuevo tiene potencial de mejoramiento debido a que se encuentra en un punto estratégico de la ciudad ya que no existe ningún equipamiento de estas características cercano al mismo y también por estar en la principal vía de abastecimiento.

1.5. Planteamiento del problema

1.5.1. Contextualización

La palabra mercado proviene etimológicamente del latín *Mercatus*, “Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios. Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público. Plaza o país de especial importancia o significación en un orden comercial cualquiera. Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio. Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado...” (Real Academia Española 1992, p 1358)

El centro de intercambio comercial es un factor esencial en la economía de cualquier lugar, en el que se desarrolla actividades relacionadas con la interrelación de la oferta y la demanda de productos, ya sea de forma mayorista o minorista, de permanencia o provisionales. Su función está dada por el desarrollo de transacciones comerciales o intercambios de bienes o servicios entre comprador y vendedor.

El intercambio comercial ha sido desde un principio una actividad necesaria en el ser humano para poder subsistir en la naturaleza y satisfacer la necesidad de alimentación. El trueque y las negociaciones aparecen como solución para el intercambio y esto da inicio al mercado, aunque comienza sin ningún valor arquitectónico ya que consistía en un conjunto de vendedores exponiendo sus productos al aire libre.

En la actualidad se establece una estructura para entender las complejidades del intercambio de productos y como éstos se exponen, a su vez necesitan espacios donde los productores negocian con los intermediarios y éstos con los consumidores. El producto interno bruto del Ecuador refleja grandes atributos monetarios en comunión con la actividad comercial. Pues los minoristas

y mayoristas generan una recirculación de la moneda, por lo cual se hace necesario e importante realizar un estudio para que se propongan estrategias arquitectónicas para satisfacer las necesidades de los individuos relacionados al equipamiento de intercambio comercial.

Se plantean espacios de encuentro directo entre productores y consumidores para la venta diaria de productos agropecuarios fomentando la dinámica comercial local y dando libertad para la iniciativa de grupos productores o en algunos casos familias campesinas que distribuyen de forma directa al consumidor alimentos frescos y a su vez con productos procesados artesanalmente, la participación de intermediarios es mínima para generar principios de comercio justo entre el productor y el consumidor. La coordinación de redes comerciales (Su misión es Articular la oferta de políticas públicas del gobierno central y GAD's a través del impulso de redes comerciales locales asociativas de la agricultura familiar campesina para la provisión sostenible de alimentos sanos y suficientes para la alimentación nacional y el desarrollo digno de las familias rurales.) fomenta e impulsa a familias campesinas con sistemas participativos de garantía y comercialización local de redes de agricultura familiar en el Ecuador, con esta perspectiva es importante propiciar centros de comercialización permanentes para la negociación e intercambio de productos y la activación comercial en todas las ciudades y poblados que alberguen a un número considerable de pobladores.

La economía de la Amazonía ecuatoriana está determinada por el petróleo, la madera, minerales y el turismo de nuestra selva. Además, se sustenta por la agricultura y la ganadería. Como es en el caso de la comercialización de la carne y leche que se producen en la región e incluso sirve para comercializar a sectores de la Sierra y la Costa.

En la región amazónica el suelo no es muy apto para la producción masiva de cultivos debido a su granulometría que es de tipo arcilloso. En el caso de la ganadería solo se necesita pastizales para su mantenimiento, siendo esta actividad una de las mayores deforestadores de la región. Uno de los productos agrícolas más cultivados es la palma africana que incluso por su gran demanda hace posible

elaborar productos derivados como es el biodiesel que se está exportando a países vecinos como son Colombia y Perú.

Entre las frutas más importantes de la región están la pitahaya que ha sido comercializada para México donde ahora están produciendo y exportando, entre otros productos agrícolas que también tienen demanda en la amazonia esta la caña de azúcar, la naranjilla, el café y el cacao.

La ciudad de Puyo cuenta con cuatro sitios de intercambio comercial entre los que están; el Mercado Municipal La Merced, Mercado Mariscal, Mercado de Plátanos y el Mercado “El Dorado”.

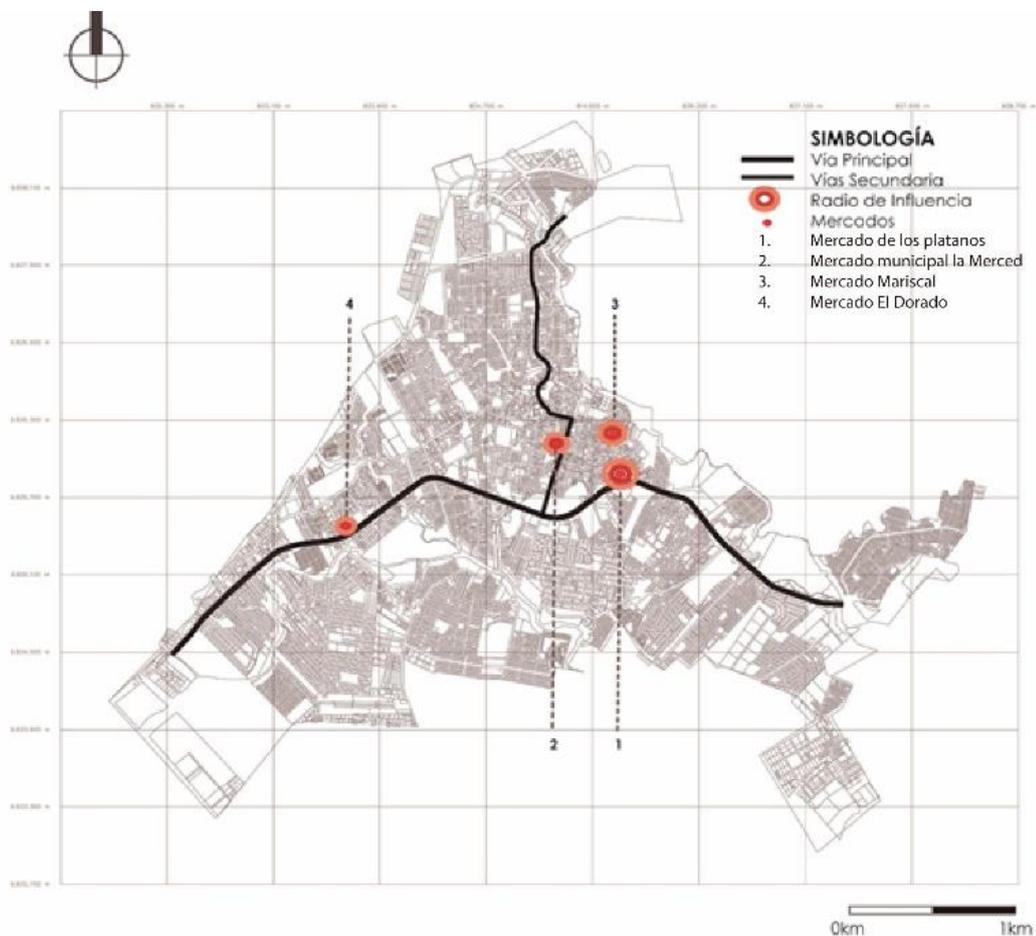


Gráfico. 05: Cartografía Puyo

Elaborado por: John Silva.

Fuente: Departamento de Planificación del GAD Municipal Puyo

Dichos mercados cuentan con una planificación en cuanto a normas urbanas, construcción, salubridad y proporcionan condiciones de seguridad, la problemática se evidencia en que tres de estos centros de intercambio comercial

(mercado “La Merced”, “Mariscal”, y de los Plátanos) están ubicados en el centro de la urbe provocando un exceso de afluencia de compradores y vendedores informales lo cual trae consigo una serie de problemas como son la insalubridad en las calles adyacentes a estos mercados ya que quedan totalmente sucias después de los días de feria realizados los sábados y domingos.

Otro problema importante en esta centralidad de mercados es la congestión vehicular en días de feria, cabe recalcar que es un problema para los compradores tener que movilizarse a un solo polo de la ciudad para tener que utilizar este tipo de servicios del que todos deberían tener una adecuada proximidad.

El mercado “El Dorado” está ubicado en un punto estratégico de la ciudad ya que se encuentra en una zona consolidada en su mayoría por vivienda y genera mucha facilidad a los compradores al no tener que hacer largas esperas para realizar las compras, además tiene proximidad hacia la vía Tarqui que es el eje que actualmente es considerado como la zona de expansión de la ciudad, dicho mercado genera un polo importante para el abastecimiento de gran parte de la población que actualmente realiza las compras principalmente en el mercado de los plátanos por beneficios como la variedad y precios más asequibles.

1.5.2. Árbol de problemas

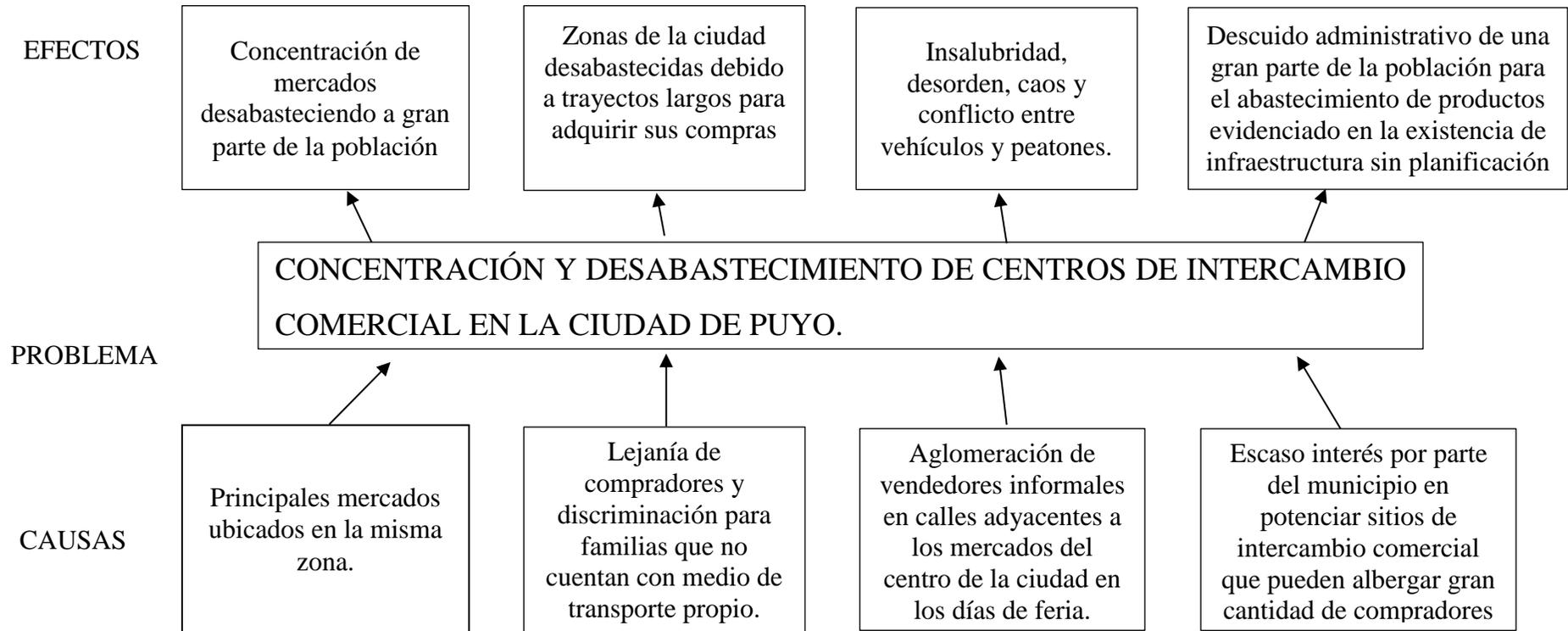


Gráfico N.06: Relación Causa Efecto
Elaborado por: John Silva

1.5.3. Análisis crítico

El intercambio comercial en mercados de la ciudad de Puyo se desarrolla con mayor afluencia en su centro-este principalmente por el mercado de los Plátanos y por la proximidad con el mercado Mariscal y el mercado la Merced atraen a compradores de toda la ciudad provocando el desabastecimiento para los barrios más alejados de dicha centralidad.

En los días de feria (sábados y domingos) dichos mercados aumentan la afluencia de compradores y por consiguiente las calles adyacentes a los mercados se invaden por el comercio informal provocando así congestión vehicular y peligro para los compradores que requieren realizar sus compras además esto atrae una serie de problemas como son la contaminación auditiva, la insalubridad y un caos en cuanto a movilidad ya que se hace difícil el ingreso a los mercados de esta zona.

El interés por parte del municipio se ha enfocado en la adecuación y mantenimiento de equipamientos urbanos mayormente en el centro de la ciudad, ya que el mercado el Dorado al ubicarse en la parte oeste de la ciudad y al estar alejado del centro de la misma no fue creado en concordancia con la planificación arquitectónica que contenga el diseño técnico. Dicho mercado se encuentra alejado de los equipamientos mayores y la presencia de los tres mercados más concurridos de la ciudad, hacen que el mercado el Dorado se encuentre relegado de las dinámicas comerciales, sin embargo la expansión urbana y la ocupación residencial en la zona que recibe el mercado el Dorado se encuentra en proceso de consolidación.

1.5.4. Prognosis

La cercanía de los tres mercados más concurridos ubicados en el centro en el centro-este de la ciudad aumenta cada vez más la afluencia de compradores en función del crecimiento poblacional y de continuar así seguirán desabastecidas otras zonas como la parte sur-oeste que es para donde está creciendo la ciudad.

De persistir con la aglomeración de vendedores informales en las calles que conectan a dicha centralidad de mercados dada principalmente en los días de feria, los compradores seguirán con problemas de accesibilidad oportuna para realizar sus compras de productos, alargando el tiempo de espera y además teniendo que tolerar conflictos entre vehículos y peatones.

De seguir con la falta de interés por parte de la municipalidad en abastecer zonas lejanas de la centralidad de mercados y centrarse en potenciar otros mercados con mejor ubicación generara que gran parte de la población no pueda realizar compras de productos básicos en zonas más alejadas a su domicilio ya que solo los mercados ubicados en el centro reciben la atención necesaria para abastecer a los compradores

1.5.5. Formulación del problema

¿Se podrá diagnosticar el estado actual de los espacios de intercambio comercial de la ciudad de Puyo que faculte una propuesta de equipamiento arquitectónico que satisfaga a la zona más desabastecida de la ciudad?

Interrogantes de la investigación

¿Qué información en los usuarios que utilizan las instalaciones de los mercados permiten aclarar las directrices de la propuesta?

¿Qué diagnóstico funcional de las zonas y ambientes de los espacios de mercados de la ciudad?

¿Qué problemáticas se dan en el entorno inmediato de los mercados?

1.5.6. Delimitación de la investigación

CAMPO: Arquitectura

ÁREA: Arquitectura y urbanismo

ASPECTO: Estudio de los espacios del diseño de un mercado público de la ciudad de Puyo para el intercambio comercial.

Delimitación espacial:

Mercado público “El Dorado” de la ciudad de Puyo.

Delimitación temporal:

Período 2017-2018.

Unidades de observación:

Desabastecimiento de actividades de intercambio comercial en barrios de la ciudad.

1.6. Justificación

El presente trabajo de fin de carrera es un documento con un enfoque desde la vivencia cotidiana, pues al investigar las problemáticas que suscitan hace entender que la planificación arquitectónica es de vital importancia para el correcto funcionamiento de edificios comerciales, de ello enfatizar que los mercados son un punto importante en el abastecimiento de productos básicos para la población, los mercados de Puyo serán sometidos a un análisis arquitectónico-funcional para llegar a obtener conclusiones que nos permitan replantearnos la funcionalidad de esta red comercial, lo que ayudara a proponer el rediseño del mercado el Dorado que no cumple con los requerimiento para el correcto abastecimiento.

Es necesario analizar a los barrios más desfavorecidos con el desabastecimiento de equipamiento de mercado, lo que lleva consigo a que se tengan que hacer largos desplazamientos para tener que esperar a realizar las compras los días de feria, lo que hace necesario estudiar cómo se puede mejorar el funcionamiento de los mercados de la ciudad para que puedan abastecer a la población de una manera equitativa. La factibilidad del estudio para conocer el aporte a la ciudad con el diseño arquitectónico de un mercado público que sea un punto estratégico para abastecer a zonas desfavorecidas es porque se cuenta con el apoyo de las autoridades de la ciudad del Puyo, quienes ven con total agrado el rediseño de un mercado público.

La maximización del espacio y diseño del mercado “El Dorado” tiene un impacto socioeconómico porque ayudará a las familias del Puyo a la adquisición de productos para el abastecimiento de la canasta básica porque a través de la concurrencia de comerciantes la oferta de productos agropecuarios permitirá que los precios sean más accesibles y se cuide el bolsillo de la población. También se dinamizará el sector a nivel económico por el movimiento de personas que tendrá el mercado, la población de la ciudad de Puyo contará con un sitio que reúne las condiciones adecuada para la comercialización de productos producidos en la localidad y sus alrededores.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Diagnosticar el estado actual de los espacios de intercambio comercial de la ciudad de Puyo que faculte una propuesta de equipamiento arquitectónico que satisfaga a la zona más desabastecida de la ciudad.

1.7.2. Objetivos Específicos

Recabar información en los usuarios que utilizan las instalaciones de los mercados que permita aclarar las directrices de la propuesta.

Realizar un diagnóstico funcional de las zonas y ambientes de los mercados de la ciudad.

Identificar las problemáticas que se dan en el entorno inmediato de los mercados.

|

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

El estudio cuenta con el análisis de investigaciones relacionadas con los espacios de intercambio comercial con metodologías que ayudan al sustento de la investigación, entre los trabajos analizados están los siguientes:

Tema

Remodelación, rehabilitación y ampliación arquitectónica del mercado municipal de la parroquia Shell del cantón Mera, provincia de Pastaza.

Fuente: (GARCES, 2016)

Objetivos

- Estudiar el estado actual del mercado municipal de la Parroquia Shell cantón Mera provincia de Pastaza para determinar la posibilidad de remodelación, rehabilitación y ampliación para el desarrollo comercial.
- Evaluar zonas, espacios y ambientes para determinar la funcionalidad.
- Plantear una propuesta de diseño del mercado municipal de la parroquia Shell perteneciente al cantón Mera.

Metodología

Se utilizará un paradigma crítico propositivo para un enfoque global del problema que permite cuestionar la realidad y además proponer alternativas a la problemática existente, por consiguiente, a la investigación de campo, esta será procesada con datos numéricos con enfoque cuantitativo, ya que, a través de la estadística, los resultados obtenidos de las encuestas realizadas tanto como a comerciantes y usuarios de las instalaciones del mercado de la parroquia Shell siendo expresados en cifras.

Descripción

“El proyecto se basa en un estudio del estado actual del mercado municipal ubicado en la parroquia Shell, del mismo se pudo concluir que existe abandono y deterioro de los locales comerciales debido a la desorganización, lo que obliga a

los pobladores a migrar hacia diferentes centros de abastecimiento para adquirir productos de consumo diario, limitando el progreso económico de la zona. ”
(GARCES, 2016)

Estrategias

Este proyecto persigue construir espacios de encuentro común a partir del plan del buen vivir, generando un lugar de encuentro que se convertirá en un hito de la ciudad, promoviendo la comercialización y generando plazas de trabajo.

Comentario

El proyecto de investigación realizado en Pastaza, potenciará la producción agrícola y económica del sector a través de una propuesta que proporcione reordenamiento de manera eficaz de los locales comerciales existentes, recuperando la imagen del sector y brindando un entorno amigable.

Tema

Diseño del Nuevo Mercado Minorista Municipal Mariscal para la ciudad de Puyo

Objetivos

- Elaborar un diseño de arquitectónico del mercado minorista municipal, en la cual se da una solución de articulación de aspecto funcional con su entorno.
- Implementar un diseño funcional de todo tipo de circulación y de giros para su mejor abastecimiento y comercialización de productos en el lugar.
- Plantear un diseño arquitectónico que permita aprovechar los recursos naturales que ofrece la zona y el alto porcentaje de precipitación pluvial, luz y ventilación natural.

Metodología

El método de investigación, se sustenta en el método científico, lo que permite conocer la realidad social como un todo, su proceso de cambio y de transformación. Para conseguir esto, la investigación cuenta con una sucesión de

pasos, que gracias al objetivo planteado permitirán cumplir cada una de las acciones propuestas.

Descripción

“El incremento de la producción agrícola en la Amazonia y su comercialización demanda la implementación de equipamientos de comercio para cubrir dicha necesidad de los habitantes de la ciudad de Puyo.

Este centro de comercialización es de un estilo de arquitectura moderna y minimalista, su forma parte de una trama regular modulada, elementos de sustracción, adición y transparencia con el concepto de plaza abierta. Una zona central de iluminación con la jerarquización de circulaciones verticales. Su sistema constructivo está concebido por hormigón y acero. Por sus características podemos implementar grandes espacios con alturas considerables para su aprovechamiento de la ventilación e iluminación natural.

El proyecto tiene criterios de sustentabilidad, como el reciclaje de tuberías de los oleoductos. El edificio cuenta con un sistema de autoabastecimiento del líquido vital a través de la recolección y filtración de agua lluvia.”

Estrategias

Implementar este tipo de equipamiento de comercio para dar a la ciudadanía un espacio digno, confortable, autosustentable y moderno arquitectónico urbanístico en el cual se desarrolle la actividad de comercio productivo, dando respuesta así a los requerimientos que la sociedad necesita y resolviendo el derecho del trabajo digno, ordenado que por constitución vela por la sociedad referente a plan del buen vivir y a la ley orgánica.

Comentario

Entender el acrecentamiento agrícola que está ocurriendo en la ciudad de Puyo y brindar posibles soluciones que abarquen esta problemática, lográndose a través de un equipamiento comercial que brinde diafanidad y sustentabilidad, englobando las necesidades de los habitantes.

La Arquitectura como Lugar

En el presente ensayo sobre la epistemología y la arquitectura pretendo explicar, o empezar a explicar, el porqué de esta situación de una forma un tanto indirecta y a partir de la psicología epistemológica. “El hecho de atacar el malestar de un diseño y teoría arquitectónicos de forma indirecta se debe a la complejidad y sutileza de objeto de estudio, en el que se cruzan las dimensiones sociales y físicas, o, si se quiere, las superestructuras y las infraestructuras. Esta complejidad del lugar sociofísico fue ya enunciada por Herodoto y por Aristóteles y, sin temor a equivocarme, puedo afirmar que la noción de lugar es una de las nociones básicas de cualquier filosofía. Existe un punto especialmente delicado en todo análisis psicológico del lugar, y es el de la mezcla de perspectivas histórico-individuales e histórico-colectivas. Ya, desde ahora, quiero aclarar que mi postura se aleja tanto de la identificación entre ambas posturas diacrónicas, lo que destruiría o la historia o el individuo, como de la postura que situase la arquitectura en una u otra perspectiva por separado, resolviendo de entrada el problema más específico e importante de toda teoría de la arquitectura. Me adhiero, pues a las definiciones de A. Moles y E. Rohmer sobre este punto, aceptando una dualidad indisociable entre la perspectiva histórico-individual y la histórico-colectiva. En mi opinión, la forma con que cada teórico de la arquitectura resuelve esta dualidad entre lo diacrónico individual y lo diacrónico colectivo es ya la hipótesis esencial de su teoría arquitectónica.” (THONBER, 2004)

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Red de Inclusiones Conceptuales

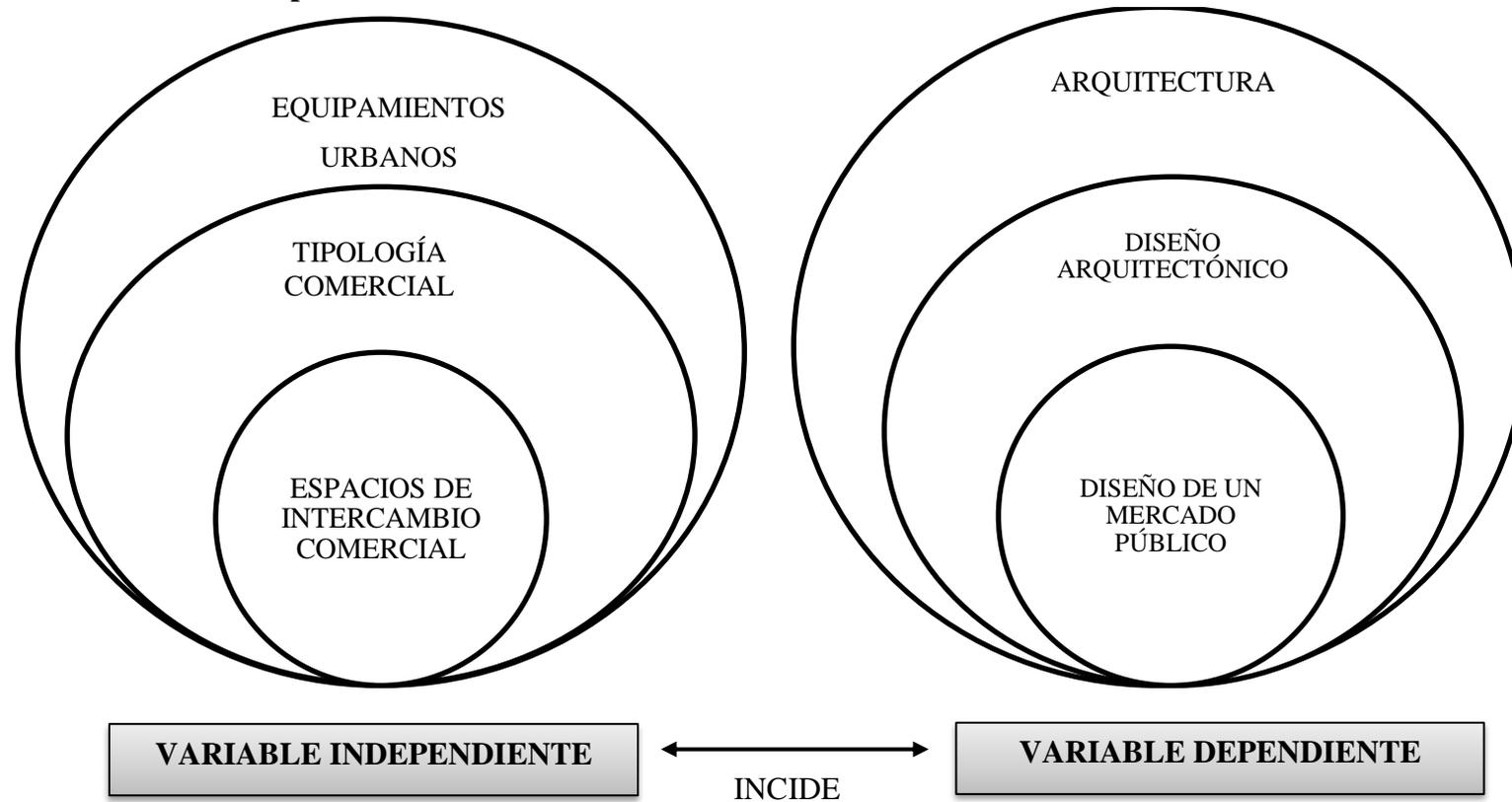


Gráfico N. 07: Categorías Fundamentales
Elaborado por: John Silva.

Constelación de ideas de la variable independiente

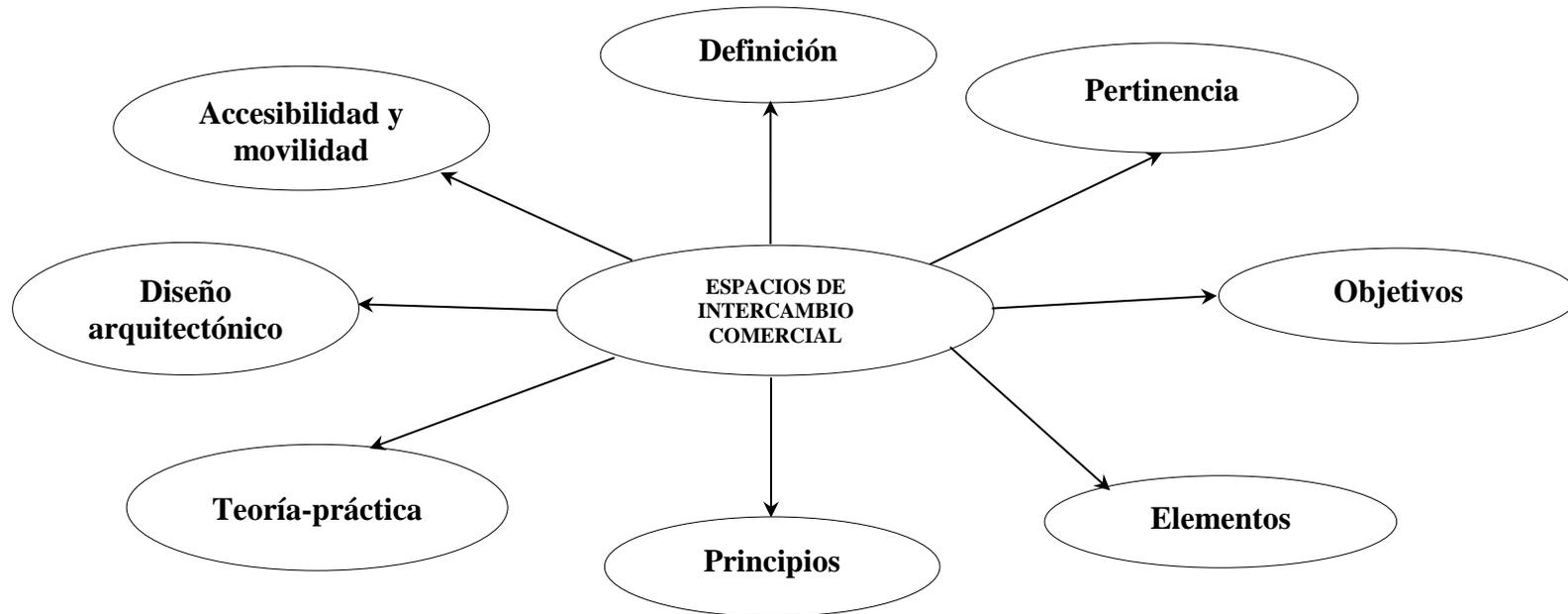


Gráfico N. 08: Constelación de Ideas de la V.I.

Elaborado por: John Silva.

Constelación de ideas de la variable dependiente

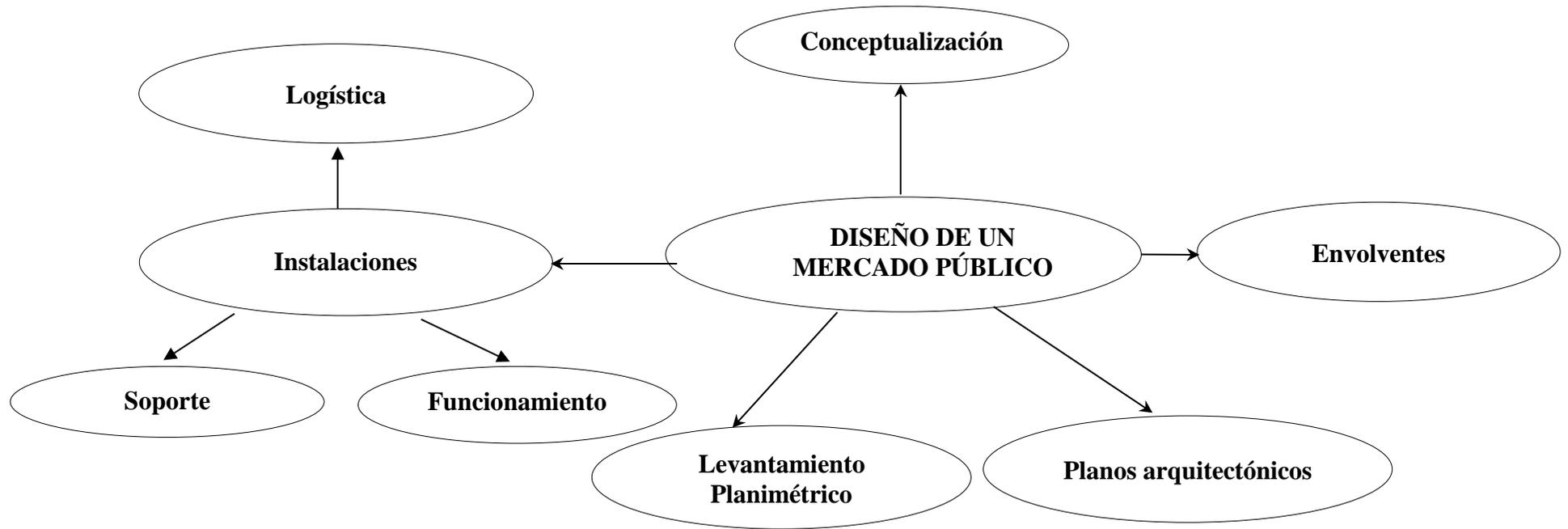


Gráfico N. 09: Constelación de Ideas de la V. D.
Elaborado por: John Silva.

DESARROLLO DE LAS CATEGORÍAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

EQUIPAMIENTOS URBANOS

Como lo expone el Consorcio de Planeamiento y Desarrollo (Planificación, 2016): *“Los equipamientos se definen como espacios construidos para responder a usos y necesidades colectivas, predominantemente de uso público, su presencia es fundamental para definir la estructura espacial de la ciudad o sector de la ciudad, los cuales favorecen intercambios colectivos intensos y ayudan a la definición de centralidades urbanas”*. (p.2)

Son componentes esenciales para el desarrollo de un grupo de individuos que conviven en un espacio determinado, aportan a sus necesidades, superación y bienestar colectivo, que atienden las necesidades básicas de los ciudadanos. Funcionan además como punto de encuentro, de socialización, en el cual las personas pueden interactuar con otras personas y a la vez estos pueden ser recreativos o de descanso; la apropiación como factor de bienestar del espacio se vuelve un eje fundamental para su conservación. Los equipamientos destinados a la educación, salud, recreación, servicios gubernamentales, comercio, cultura, entre otros, son esenciales para el progreso de una comunidad.

Como lo menciona Ángela Franco (Angela Franco, 2012): *“Los equipamientos urbanos han tenido históricamente un papel fundamental como espacios que permiten a los ciudadanos ejercer el derecho a la ciudad”*. (p.1)

Cuando la ciudad da más valor a los avances políticos, sociales, basándose en una economía mercantilista dejando un lado las leyes que ayuden a transformar a la ciudad; con la existencia de equipamientos urbanos, vías de calidad, espacios de consumo, equipamientos de uso público, deja de ser concebida como una ciudad que ejerce el pleno derecho a la ciudad. En América Latina ha existido una deficiencia de cambios urbanos y sociales que permita que crezca la ciudad de forma favorable para los ciudadanos, por el crecimiento urbano descontrolado y desorganizado que existe. Otra de las causas de esto, es la falta de apropiación del

espacio-lugar por las personas, la inclusión social en cada una de las actividades que se realizan como fortalecimiento al derecho de la ciudad.

En muchas ciudades donde sí existen lugares sostenibles con la presencia de equipamientos urbanos su cambio es debido a una transformación larga y compleja, donde la planificación ha sido un eje fundamental para que esto suceda. Al pensar en las aspiraciones funcionales y estéticas que enmarcan al urbanismo moderno y la arquitectura, la ciudad debe ser pensada como un espacio de dimensiones plenas para cambios sociales, económicos y ambientales; donde se realicen prácticas que ayuden a mejorar la oferta y calidad de los espacios urbanos.

Los podemos clasificarlos en equipamientos:

De cultura

De educación

Salud

Asistencia social

Servicio urbano

Administración pública

Comercio y abasto

Es necesario que para la creación de equipamientos urbanos, se tenga en cuenta diferentes aspectos que no lo conviertan en un espacio que cause efectos negativos al lugar como: la escala, la el carácter público, privado o mixto, cantidad de usuarios, tipo de servicios, usuarios, la naturaleza del servicio prestado, que implica variaciones en el tipo de impactos relacionados con el medio ambiente y la movilidad y las características del entorno en el que se localiza, relacionadas con los usos del suelo, las condiciones de movilidad y el espacio público. (Angela Franco, 2012)

TIPOLOGÍA COMERCIAL

Las tipologías de comercio se determinan por la dimensión de ventas, cantidad de personal, calidad del establecimiento comercial o espacio, alcance y distribución de los productos. En el comercio se valora desde las ventas informales hasta las

grandes empresas multinacionales, cada una lucra a su manera, en su espacio; aunque muchas veces su competencia es desleal, forman parte del desarrollo de la sociedad, el factor de sobrevivencia de los individuos formula estrategias individuales o colectivas para el crecimiento de sus posesiones. Existen varias categorías de clasificar a los espacios comerciales por su tamaño, por su tipo de servicio, escala a la que está dirigida.

Al diseñar una tipología comercial de mayor escala es necesario localizar un emplazamiento propicio que logre alcanzar el objetivo en ventas. Para crear una matriz es necesario seleccionar estas localizaciones y estudiar el volumen y área de las viviendas aledañas al entorno con el fin de que el negocio sea rentable; con esto se podrá determinar qué lugar y a que escala se puede construir un centro comercial que sea rentable. (Ibañez, 2011)

ESPACIOS DE INTERCAMBIO COMERCIAL

Los espacios de intercambio comercial utilizan para analizar su base al medio ambiente físico y psicológico tomando en consideración la calidad de construcción y las condiciones del sitio. El ambiente físico abarca las necesidades físicas tales como iluminación, calefacción, ventilación, aire acondicionado y acústica. El ambiente psicológico hace observar valores que pueden afectar el comportamiento del usuario; el arquitecto debe introducir estos valores intuitivamente hasta que no se desarrolle una técnica de análisis apropiada para ellos.

Pertinencia

Esta actividad es tan antigua como la sociedad. Su origen se remonta a finales de la etapa Neolítica, en donde el hombre empieza a buscar alternativas para satisfacer sus necesidades. Al darse cuenta que la actividad de cazar no satisfacía sus necesidades a largo plazo, recurre a la agricultura. Al pasar el tiempo se hizo más difícil el trueque, lo que generó el recurrir a una medida más sencilla para comerciar los bienes. Esto dio paso a distintos sistemas monetarios que generó lo

que hoy conocemos como dinero. Según Hernández M. Fernanda (2012) expresa que:

Los mercados aún constituyen el lugar principal para el intercambio de comestibles, productos y servicios. Puestos en días determinados, los que en la mayoría de los pueblos rurales son los domingos y diariamente en las ciudades, proporcionan un lugar de reunión central para transacciones directas entre productor y consumidor. (p. 11)

Esto es especialmente preocupante si se tiene en cuenta el contexto de los actuales códigos de construcción. La arquitectura contemporánea, a gran escala, está acabando con los recursos de la tierra y está convirtiendo los activos en pasivos. Es bien sabido, por ejemplo, que los flujos de residuos generados por la construcción y el mantenimiento de los edificios nuevos son mayores que todos los recursos del sector manufacturero de la economía mundial.

Concepto de Plaza Comercial por lo general es un edificio de gran tamaño, que alberga locales y oficinas comerciales, cuyo fin es agruparlos en un espacio determinado, por lo tanto está pensado como un espacio público con distintas tiendas, además de incluir lugares de esparcimiento y diversión, como cines, ferias y exposiciones dentro del mismo recinto. Además de tener una entidad comercial o económica, también tiene una gran connotación sociológica o antropológica, pues es un espacio de intercambio social y humano.

Según (Ortiz, 2010) en su publicación define que: “Se identifica los espacios de circulación en las plazas. Se determina las rutas de mayor frecuencia y densidad de uso, su nivel de fricción con las estancias y conformación de agrupaciones. Se identifica los espacios dispuestos en el espacio público” (p. 23)

Una de las principales características es la existencia de una o más tiendas ancla; esto es los hipermercados o tiendas por departamentos. Aunque esté en manos

privadas, por lo general los locales comerciales se alquilan y se venden de forma independiente.

La proyección de los espacios de consumo responde a las necesidades de la mercadotecnia, pues se hace evidente en el resultado de una tipología arquitectónica estandarizada, esta arquitectura de consumo se ha ido adoptando como el nuevo espacio público contemporáneo, los llamados mal podría ser la respuesta a las necesidades del imaginario social de consumo o resultado de una estrategia de mercadotecnia

Principios

Nace como una necesidad social con el hombre, los espacios de intercambio comercial se han ido transformando poco a poco para la satisfacción de las personas y se han ido ignorando por las personas los espacios abiertos de la ciudad que casi ya no llama la atención a los ciudadanos, es por esto la necesidad arquitectónica de construir lugares a la comodidad y satisfacción de las personas.

Jesús Palomares define (Franco, 2012): *“La plaza se presenta como el espacio primordial de encuentro y esparcimiento entre los habitantes dentro de la ciudad, es un espacio para estar y reunirse en donde se vierte una gran carga de simbolismos y elementos de identificación entre los habitantes y la ciudad, lo que permite el desarrollo de una gama amplia de actividades y usos. Ésta puede definirse espacialmente como la resultante de los paramentos, calles y/o barreras físicas naturales en torno a un espacio al aire libre delimitado, cuyas dimensiones y forma pueden ser muy variadas entre una plaza y otra, lo que sin duda representa una gran complejidad para su análisis”*. (p.8)

La presencia de las plazas fueron las primeras apariciones de lugares públicos comerciales, fueron un ente fundamental para que la economía de un lugar mejor; ya que era pequeños puestos de venta dispuestos en zonas abiertas centralizadas de una ciudad, éstas producían un intercambio comercial que generó una intensa actividad social del encuentro ciudadano, donde personas de varias ciudades se concretaban en un lugar para poder ofrecer sus productos. Antes éstas no eran sólo

un lugar comercial; sino también espacios de interacción, encuentro y recreación, dónde se realizaban las fiestas populares, manifestaciones políticas,

El comercio durante la historia ha sido una constante que ha sufrido varios cambios en base a las diferentes situaciones sociales, económicas, políticas y culturales en el mundo. Producir algo propio e intercambiarlo por otro, es parte de lo cotidiano del ser humano desde la prehistoria, todo esto orientado con un fin personal independiente de los objetos que comercializan. Antiguamente los comerciantes realizaban el trueque por la inexistencia de algunos productos que ellos requerían para sobrevivir. (Smith, 1960)

Los dos grandes antecedentes que aparecieron en la historia que marcó transformaciones físico-espaciales y que dieron la forma de comercializar compra-venta de los productos son la aparición del comerciante y el cambio progresivo de la lógica comercial.

La aparición del comerciante: no es sólo el rol que poseía de vendedor sino también el transporte de enseres de pueblo en pueblo, surtiendo la oferta, sino que era el proveedor que establecía las condiciones de intercambio y decidía las rutas a seguirse, se transformaba en un mediador e informante de las situaciones que se vivían en otros pueblos. Así nace la necesidad de crear un espacio físico donde una multitud de comerciantes pudieran abastecer a ciudades de mayor tamaño y mayor demanda. Se ubican en las plazas principales, normalmente rodeadas por los edificios privados y públicos más importantes con lo que el comercio entraba en una dinámica propicia para las relaciones mercantiles, intercambios de noticias e informaciones, aportando positivamente a la conformación de centros urbanos integrales.

Cambio de lógica comercial: esto se refiere al cambio entre una lógica comercial de intercambio por un bien propio de sobrevivencia y el de consumo-mercantilista. Esto se refiere a una sociedad donde el obtener recursos no solo implica las cosas que se necesitan para subsistir, sino que promueve la adquisición competitiva de riqueza como signo de estatus y prestigio dentro de un grupo social, con el único objetivo de tener más que los demás y poder exhibir el poder adquisitivo que se posee. (Smith, 1960)

Actualmente uno de los principios que más resaltan en los locales comerciales es el observar los productos para poder adquirirlos, y esto sólo se puede volver una actividad placentera si condicionamos adecuadamente el espacio. Antiguamente en plazas existían diferentes puestos que tenían sus restricciones con otros y se podían regatear con el comerciante de una manera desordenada y escandalosa; pero actualmente esto solo se hace por el vitrineo o por marcación de los precios en los productos donde se tienen diferentes posibilidades de compra.

A partir de esto nace la idea de espacios que buscan la completa atención de sus consumidores en sus vitrinas impidiendo intencionalmente la relación que estos pudiesen tener con el exterior, pasando a crearse cajas herméticas y carentes de identidad y conexión con la ciudad, opuestas totalmente a su imagen y concepción original, dejando atrás esta idea de plaza comercial que era el centro mismo de la vida social. (Smith, 1960)

Objetivos

Solucionar con una adecuada distribución de espacios requeridos para un mercado de abasto de acuerdo a normas establecidas.

Proponer una arquitectura que se adapte en el contexto urbano y tenga un lenguaje que identifique al hecho arquitectónico.

Diseñar los espacios de venta para que estas sean muy confortables tanto para el vendedor y comprador.

Elevar el nivel y calidad de vida de los vendedores y compradores.

Elementos

El diseño de la información en la empresa, su distribución y los espacios de intercambio debe ser satisfacción de la comunidad, ya que ellos son los que van a acercarse al lugar a realizar sus compras y por ende tienen que sentirse a gusto en el lugar.

Para (Mauricio, 2011) define que:

“La organización debe pensar ahora donde están y como se utilizan las avenidas y los espacios de intercambio, y además que trate de poner su atención en cómo se utilizan, para que sirven, quien circula por esas vías de comunicación y que tipo de información se están transmitiendo entre sí.” (p. 223)

Los elementos de un mercado público se los ubica por zonas como:

Zona húmeda:

Zona semi – húmeda

Zona seca

Almacén de depósitos

Basura

Servicios sanitarios públicos

La arquitectura queda conformada por elementos estructurales facilitadores, para ver qué posibilidad, se ven puestos en práctica y efectivamente desarrollados por un conjunto de actuaciones y prácticas que materializan, hacen tangibles, observables.

La conformación estructural.- La morfología es el primer elemento organizacional que muestra como la empresa concibe que debe desarrollarse la comunicación entre accionistas, empleados, clientes y proveedores.

Elemento organizacional.- tiene que ver con las actitudes y las actuaciones que acompañan, que la organización considera positivas y que por tanto estimula de una manera decidida.

Clasificación de los mercados

Por su ubicación:

Mercados locales

Mercados regionales

Mercados nacionales

Mercados internacionales

Por el tipo de producto:

Mercado público

Mercado privado

Mercado de uso mixto

Por su nivel de comercialización:

Mercado mayorista

Mercado minorista

Ferias libres

Mercadillos

Zonas para espacios de intercambio comercial, nivel mercado público

Según Spiegeler manifiesta que (Spiegeler Mejía, 2006) : “El mercado es un lugar público o privado donde se reúnen vendedores y compradores a distribuir, comprar, y vender productos específicos, por medio de los cuales se satisfacen las necesidades individuales y familiares de una comunidad” (p.10)

Este tipo de espacios ayuda a que la economía del país incremente; ya que permite que se dé el intercambio comercial y se reactive la estabilidad monetaria. También es un espacio de convergencia social porque promueve los vínculos de la sociedad. Es un lugar que incluye: módulos de puestos permanentes, espacios públicos, servicios básicos complementarios, como: servicios sanitarios, bodegas, de conservación y almacenamiento, lavaderos, depósitos de basura, administración, entre otros. (Sánchez, 2008)

El mercado de uso público está administrado por alguna entidad municipal o asociaciones de comerciantes que promueven el proveer suministros del consumo local como: hortalizas, legumbres, frutas, abarrotes, carnes, embutidos, mariscos, etc.

La distribución de los espacios estará regida según el funcionamiento que contiene un diseño óptimo que facilite el transporte y la adquisición de las mercancías en el interior del mercado seguido por el número de locales los mismos que estarán previstos en caso de una expansión y la factibilidad constructiva, logrando eficacia en el desarrollo de la comercialización, brindado una jerarquía igualitaria a todos los vendedores.

Los pasillos dentro de los espacios de intercambio comercial no deben obstaculizar el tránsito de los compradores tomando en cuenta que los días de feria aumenta la afluencia de compradores; es así que las diferentes áreas del mercado permiten que el usuario tenga mejor visualización y obtención de los productos al momento de adquirirlos. En cuanto a las actividades de compra y venta que se den en el complejo, también deben estar organizadas de acuerdo al tránsito interior.

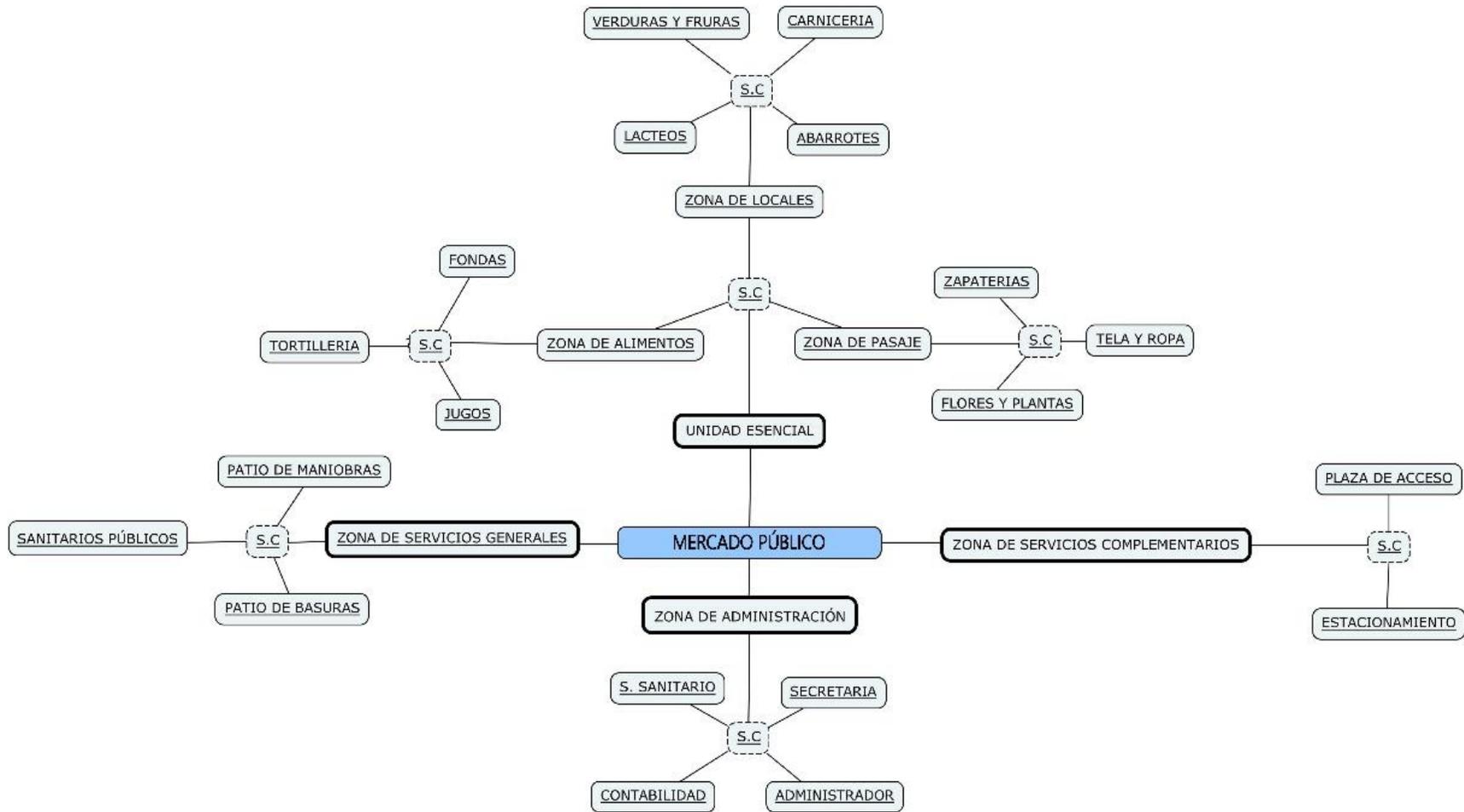


Gráfico N. 10: Diagrama de espacios de mercado municipal

Al diseñar un mercado público es necesario estudiar el tipo de puestos existentes del lugar, podemos clasificarlo por las características que presenten los productos, su función y la tipología de los puestos que vayan a ser diseñados.

Puestos según sus productos podemos clasificarlos en:

- Frutas
- Abarrotes
- Legumbres
- Carnes
- Embutidos
- Aves
- Mariscos
- Lácteos
- Hortalizas

Según las tipologías de los puestos estos pueden ser accidentales y generales. Los accidentales son los que se van formando en las aproximaciones del mercado, sin ningún orden, es algo que no está controlado en las normas de diseño del mismo. Los puestos generales son los abarcados por todo el mercado que ayuda a su funcionamiento.

Diseño arquitectónico en centros comerciales

Accesibilidad y movilidad

Es necesario e importante que exista en las zonas comerciales comodidad para la circulación del peatón y para las personas que estén con su vehículo, por tal motivo se ha visto obligado para los arquitectos lograr un diseño integral en los accesos para evitar este tipo de problemas. Mejorar las condiciones urbanas, los servicios, la accesibilidad, la movilidad y la calidad del entorno de la oferta comercial supondrá proponer una arquitectura de modelo comercial que sirva de referente para equipamientos que no toman en cuenta al enfoque integral de pertenecía al entorno.

Permite acceder, circular y hacer uso de los espacios de manera independiente y por todas las personas sin importar su condición de movilidad o capacidades

sensoriales. La ventaja es otorgar a todos iguales opciones de desplazamiento y uso en los servicios ofrecidos.

Es de gran importancia las circulaciones verticales porque proporcionan que el ser humano sea en los espacios centrales que obligan al consumidor a trasladarse por los paseos y proporcionar que éste mire los locales existentes en el mismo. Además todos estos espacios deben presentar cambios de altura del espacio y apertura de vistas que ayudarán a que, mientras se cambia de nivel, se pueda seguir mirando las tiendas de una forma más panorámica que muestre una totalidad del pasillo al que se llega. (Koolhaas, 1994)

Los centros comerciales son cajas programáticas que contienen el comercio, y alrededor del mismo existen grandes espacios de estacionamientos que hacen que el edificio comercial cree un límite que dificulta el acceso al peatón; haciendo que este tenga una relación directa con las circulaciones exteriores e interiores; ya que provoca que éste tenga que caminar para poder tener acceso al mismo. El ser humano se transforma en un ser autónomo, que es parte del centro comercial cual ingresa a éste.

Un ejemplo de las ciudades modernas son los malls, estos son edificaciones que su tipología arquitectónica no se adapta fácilmente con la lógica espacial de la ciudad, crea una disonancia entre la accesibilidad, escala y forma. Aunque existen aspectos negativos de la existencia de los mismos; ya que contribuyen al crecimiento urbano del sector, la presencia de estos centros comerciales promueve la creación de otros espacios que se conjugan con este tipo de centros comerciales, también la mejora de la vialidad del lugar para que exista mayor acogida los locales comerciales. (Cerdeira, 2013)

DESARROLLO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

ARQUITECTURA

La arquitectura modifica los espacios físicos, es creada y proyectada para satisfacer múltiples necesidades del ser humano, generadora de espacios de permanencia, convivencia, socialización, bienestar, desarrollo, una de sus mayores funciones es mejorar el estilo de vida de las personas y su entorno. En la actualidad la filosofía de la arquitectura va más allá del construir, valora el diario vivir de las personas y bienestar social, las multidisciplinarias dan soporte a los proyectos arquitectónicos a cubrir las necesidades del usuario.

Al hablar de Arquitectura en un espacio de tipo comercial se deben apreciar dos características principales como hermetismo y la introversión; por lo que se debe entender que debe ser una edificación que encierre al ser humano en el mismo concentrándole en los productos que se ofrecen. El hermetismo se hace evidente cuando se ve que sus fachadas son homogeneizadas y totalmente cerradas, delimitando bruscamente un lugar que no permite una relación exterior-interior fluida, es por esto que se transforma en algo adaptable y genérico que puede cualquier otra función comercial adaptarse.

Por otro lado, estará la introversión es el hecho de llevar a los compradores a un lugar de consumo donde puedan olvidarse de su exterior; es por esto que el interior del lugar debe ser adaptable y tener las mejores condiciones para generar esto.

DISEÑO ARQUITECTÓNICO

El diseño arquitectónico está enmarcado por la creatividad individual, no existen reglas que lo limitan, pero si cánones de diseño que se dan por las necesidades del usuario. La forma, la función y la técnica son el enfoque principal para cada diseño arquitectónico, la proyección en la realidad debe generar bienestar y calidad de vida, aunque éste no estrecha la libertad de las intenciones del diseño.

El diseño arquitectónico define la relación entre los elementos estructurales principales, los patrones de diseño que se pueden utilizar para lograr los requisitos que se han definido para el sistema, y las restricciones que afectan a la manera en que se pueden aplicar los patrones de diseño arquitectónicos.

Según Shana S. (2011) “Mediante el diseño arquitectónico se planifica lo que será finalmente el edificio construido con todos los detalles, imagen de estética, sus sistemas estructurales y todos los demás sistemas que componen la obra”. (p. 45)

El diseño arquitectónico debe ser apropiado, emplear la tecnología en los sistemas estructurales, buscar la eficiencia y la productividad, permitir la accesibilidad a todos los segmentos sociales.

Etapas del diseño arquitectónico

Una lista que identifica los componentes del sistema y sus requerimientos particulares.

Extensión.- La definición del tamaño del área donde se piensa desarrollar el concepto, su forma y sus colindancias.

Localización.- Ubicar el terreno dentro del contexto urbano, indicando en qué tipo de zona urbana se encuentra ubicado. Por ejemplo residencial, popular, comercial.

Vialidades y Accesos.- Determinar cuál es la vialidad que integra el terreno al área urbana actual y señalar cuál es el acceso actual al predio en cuestión. Es conveniente en este punto contemplar el tipo de tráfico que tiene la vialidad contigua al terreno ya que puede influir en el tipo de desarrollo propuesto.

Orientación. - Identificación de cuál es la orientación del terreno, señalando las áreas de asoleamiento.

Topografía. - Análisis de la topografía del terreno, identificando aquellas áreas que no podrán utilizarse por tener pendientes que no permiten el desarrollo pensado. Es conveniente realizar un mapa de pendientes, clasificando éstas por rangos de acuerdo con el proyecto de que se trate.

Clima. - Análisis de los aspectos climáticos del terreno, principalmente en lo que se refiere a temperaturas y dirección de los vientos.

Uso Actual del Suelo. - Análisis de cómo se está usando actualmente el terreno señalamiento de algún elemento que deberá permanecer en el área y que puede ser limitante a considerar en el diseño, por ejemplo, torres de alta tensión que cruzan el terreno o un lago que se desee permanezca.

Paisajes y Vegetación. - Análisis de los diferentes elementos de paisaje que cuenta el terreno, de los lugares de vistas, así como del tipo de vegetación que existe.

Mercado. - Análisis de los datos que arroja el estudio de mercado y que nos norme el diseño urbano. Como tamaño promedio de lote que más se venden, metros cuadrados de construcción promedio de desarrollos similares, etc.

Planeación Urbana. - Análisis de las normas que da la planeación urbana local para dicho terreno, en cuanto a usos permitidos, densidades, etc.

Diseño Lotificación. - Diseño de los tamaños de lotes, su orientación y su ubicación dentro del diseño urbano de toda el área.

Vialidad. - Diseño de la vialidad del desarrollo especificando el diseño previsto.

Acceso. - Diseño del acceso o accesos al terreno en consideración, determinando si es necesario realizar alguna obra para tal efecto.

Vialidad Peatonal. - Diseño de las banquetas o su equivalente, especificando las áreas de césped, empedrado, etc., así como el diseño de los andadores si se consideraron en el desarrollo.

Áreas Verdes. - Diseño de la arquitectura del paisaje para el desarrollo, especificando además de las áreas verdes el programa de forestación que se requiere en el desarrollo.

Pavimento. - Especificaciones del tipo de cubrimiento que se desea tengan las vialidades, las banquetas y los andadores.

Estacionamientos. - Diseño de los lugares de estacionamientos comunes y de visitas si éstos no se han considerado como parte del desarrollo en cada lote.

Alumbrado. - Diseño y especificaciones del alumbrado público si se desea que éste exista en el desarrollo.

Señalización. - Diseño y especificaciones de la señalización dentro del desarrollo.

Equipamiento. - Cuando el desarrollo así lo requiera se deberá determinar el área conveniente para la ubicación del equipamiento que se detecte necesario para el desarrollo; ya que es un espacio que permite que la ciudad y la ciudadanía se integre de manera óptima con el entorno.

Zonificación. - Con base en lo anterior definir la zonificación del desarrollo con los porcentajes de cada área (lotes, vialidad, áreas verdes, equipamiento). Áreas privativas, proindiviso, etc.

El proyecto arquitectónico es el fin del proceso de diseño arquitectónico, y es el conjunto de planos, dibujos, esquemas y textos explicativos, empleados para plasmar el diseño arquitectónico de una edificación.

Proceso del diseño arquitectónico

Previo al comienzo del diseño arquitectónico, existe consideraciones que deben ser contempladas. La situación del terreno, las dimensiones, características topográficas, orientación cardinal, los servicios (energía eléctrica, agua, drenajes, la vista). Luego de solucionar los aspectos anteriores, se valoran las necesidades edilicias: superficie construida, altura de pisos o plantas, relaciones entre los espacios, los usos, etc. (esto es el programa arquitectónico). Otro elemento a tener en cuenta es el presupuesto disponible para la construcción, es determinante para el diseño arquitectónico.

De acuerdo con Shana S. (2011) expresa que:

El diseño arquitectónico debe satisfacer las necesidades de espacios habitables para el ser humano, en lo estético y lo tecnológico. El diseño arquitectónico presenta soluciones técnicas y constructivas para los proyectos de arquitectura. Algunos de los aspectos que se tienen en cuenta para el diseño arquitectónico son la creatividad, la organización, el entorno físico, la funcionalidad, la construcción y viabilidad financiera. (p. 6)

Análisis del diseño arquitectónico

Los componentes del sistema o en otras palabras los espacios que llevara el edificio. Después una matriz de relación, en donde se hace la relación de cada uno de los espacios. Seguido de esto se hace un Diagrama Arquitectónico; en este se ponen todos los espacios del edificio y se relacionan mediante flechas o líneas. Para finalizar un Programa arquitectónico en donde analiza los requerimientos particulares de cada espacio.

Según Xahuen D. (2011) establecer que:

Diseño del esquema básico. Aquí se traducen las etapas anteriores gráficamente con dibujos en forma de bosquejo, manejaremos las siguientes etapas, Hipótesis de Diseño: es un acercamiento conceptual del objeto a diseñar, que tendrá modificaciones. Zonificación: se ordenan los componentes del diseño establecidos en el programa arquitectónico con base en relaciones lógicas y funcionales entre ellos. (p. 8)

DISEÑO DE UN MERCADO PÚBLICO

Los individuos como necesidad de sobrevivencia desde la antigüedad dependen del intercambio de bienes, bienes que eran propiamente producidos, por los que necesitaban; seguido por el desarrollo de la moneda con un valor, el comercio tomaba mayor impulso. Esta acción designaba puntos estratégicos de encuentro. Estos espacios compartidos por diferentes ofertas dieron origen a lo que hoy conocemos como mercados. Los mercados en la actualidad son equipamientos públicos regulados por las autoridades.

Un diseño de un mercado público debe satisfacer las necesidades de la oferta y la demanda, conociendo al usuario en su permanencia, una equidad de ventas entre locales, una buena relación con el entorno urbano y aprovechamiento del uso del espacio.

Según (Ramírez, 2016) en su investigación sobre la arquitectura comercial definen que:

Estos espacios no solo están caracterizados por la aglomeración de personas y servicios, sino que son parte de la vida diaria del consumidor. Están destinadas a ser recorridas, ambiente por ambiente, brindando comodidad al usuario, quien consume lo ofertado, satisfaciendo alguna necesidad con la mejor de las convicciones. (p. 8)

El futuro de los negocios pasa por crear una identidad propia que combina la belleza arquitectónica y funcionalidad para que el producto pueda ser vendido a

un cliente, en este sentido la arquitectura comercial tiene que ser capaz de crear un espacio integrado con el entorno en el cual los clientes se sientan cómodos a la hora de tomar las decisiones de compra.

Cuando se refiere a espacio comercial es el lugar público básicamente en donde los comerciantes exhiben sus productos a los consumidores, estos espacios en varias de las ocasiones no solamente acoge a una gran aglomeración de personas que acuden a comprar, sino que también son parte de la vida diaria de las personas por este motivo se debe diseñar ambientes agradables que satisfagan las necesidades, brinden la comodidad y seguridad necesaria a los usuarios que acuden a adquirir los servicios o productos.

Según (Mas, 2009) en su publicación menciona que:

Una arquitectura al servicio de la comunidad abiertos todos los días del año, los grandes centros comerciales –los llamados palacios del consumo- cambiaron durante la última década los hábitos de la sociedad. En ellos no sólo se compra, también se pasea, se conversa y se come; todo bajo un mismo espacio cerrado, sin insertarse en el medio que lo rodea. Una verdadera ciudad techada. Sin embargo, últimamente se ha visto el surgimiento de un nuevo tipo comercial, que en algo nos recuerda aquella época de nuestros abuelos, cuando se compraba en el almacén de la esquina, donde las más de las veces el cliente conocía el nombre del dueño que era el mismo que los atendía. (p.70)

Para que un mercado o centro comercial sea exitoso se debe crear una construcción que mantenga siempre a los usuarios satisfechos, de esta manera se crea consumidores fieles y se aumenta el hábito de compra, otro aspecto a tomar en cuenta es crear ambientes que potencialicen las experiencias del consumidor mediante la generación de espacios que sean agradables y mágicas difíciles de olvidar fomentando una identidad en el usuario.

Planos arquitectónicos

Los planos para la arquitectura son herramientas indispensables que se utilizan para llevar a cabo una construcción, puesto que son las indicaciones de manera gráfica a escala de la del objeto real. En el plano se encuentran las medidas estandarizadas que son utilices para el cálculo de los materiales según las superficies, además sirve para seleccionar las técnicas de construcción.

Según (Harper, 2003) define que: “los planos arquitectónicos son los planos completos de una construcción (excepto los detalles estructurales y mecánicos), muestran las dimensiones generales, indicación de áreas en una cosa, closets, detalles de garaje, jardín y dimensiones de muros.” (p.18)

Los planos arquitectónicos consisten en un documento en el cual se encuentra el estado actual del territorio o de las características que debe tener una edificación o estructura, un plano arquitectónico es una parte de un conjunto de planos que se utilizan en la construcción, en el plano se muestran de manera gráfica los detalles y elementos que debe tener el elemento a construir.

Tipos de planos

Para el desarrollo de una construcción es necesarios contar con diferentes planos, entre ellos se tiene:

Planos topográficos

Planos de cimentación

Planos de instalaciones

Eléctricas

Sanitarias

Instalaciones de gas

Plano de corte de sección

Plano de plantas

Plano de acabados y detalles

Levantamiento planimétrico

El levantamiento planimétrico consiste en todas las actividades necesarias para conocer las medidas y ubicación de manera gráfica de una superficie o de una edificación ya existente, un levantamiento es necesario para:

Conocer con exactitud las medidas de una estructura o construcción

Legalizar la existencia de una construcción su área y volumen

Dividir propiedades

Segregación de vienes

Según (Bonillo, s.f.) en su publicación define que:

Si la definición de planímetro es aquel instrumento que sirve para medir áreas de figuras planas. La planimetría se encarga de medir a estas áreas y representarlas en planos.

La planimetría estudia los puntos de la superficie terrestre para proyectarlos sobre un plano horizontal, llamado plano de referencia. Como todos sabéis para representar un punto en un plano, es decir, en un espacio bidimensional, es necesario establecer un sistema de referencias que nos sitúe los puntos medidos respecto a un origen común. (p. 3)

El levantamiento planimétrico se refiere a la medición de los elementos o construcciones con la finalidad de conocer la superficie de los terrenos o de la edificación y poder representarla de manera gráfica en un plano que muestra los contenidos reales a escala.

Entre los métodos planímetros se tiene:

Radiación

Itinerario

Intersección

Instalaciones del diseño de mercados

Para la construcción de un mercado es necesario conocer cuáles son las necesidades de los usuarios y el por qué se va a crear el establecimiento, además para construir se debe buscar el lugar más adecuado de la ciudad pero que sea capaz de mantener una buena accesibilidad, es decir que dependiendo de la cantidad de la población y el tamaño de la ciudad el mercado debe asentarse en un lugar en donde sea accesible para la mayor parte de usuarios y que no ocasiona caos en el tráfico.

Según (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013) Para la construcción de instalaciones y edificaciones consignadas para la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, distribución, comercialización y expendio de alimentos deberán cumplir las condiciones generales que se establecen en el capítulo I del Título II de la Resolución 2674 de 2013, que se refiere a las edificaciones e instalaciones y tiene apartados como:

- Localización y acceso
- Diseño y construcción
- Abastecimiento de agua
- Disposición de residuos líquidos
- Disposición de residuos sólidos
- Instalaciones sanitarias, entre otros.

Para la construcción de un mercado se debe considerar la cantidad de negocios que se van a realizar en el mismo, según esto se debe crear zonas adecuadas a las actividades e instalaciones que permitan desarrollar las actividades sin contratiempos.

Espacialidad en centros de intercambio comercial

Un mercado debe cumplir con todas las condiciones establecidas por los entes reguladores y atender las necesidades de los consumidores brindándoles

seguridad, las estructuras más aconsejables para la creación de un mercado son las estructuras metálicas puesto que permiten adquirir grandes alturas, ventilación adecuada, fácil disposición de instalaciones eléctricas y sanitarias, entre otras.

El Instituto Nacional del Fomento de Guatemala expresa que los espacios que debe tener un mercado para que su funcionalidad sea la adecuada para sus consumidores y vendedores es:

Zonas de carga y descarga

En esta se controla la procedencia y destino de los productos, un solo ingreso y el control de higiene complementa esta área

Servicios sanitarios.

Orientación sur-oeste dependiendo de las dimensiones del mercado se considera uno o más módulos, en el área de comedores los servicios sanitarios no estarán a una distancia mayor de 150 metros.

Zona de administración

Esta funciona como administración y servicio, se ubica en un punto intermedio en las zonas donde se garantice el control de la zona de higiene y calidad de los productos, así como el área de mantenimiento y servicios. Área mínima de 30 m²

Circulación

Estos espacios se clasifican en: Primer orden: ingreso y egreso de usuarios a plaza, parqueos con ancho de 2.50 m.

Circulación interna de los compradores y comerciantes se recomienda 1.50 m.

Capacidad

Está determinado por la cantidad de pobladores a servir además de las costumbres y tradiciones comerciales. Se puede determinar con el factor 0.94 m² por poblador.

Otro criterio es por medio de un programa de necesidades determinado por las condiciones imperantes en el lugar, así como de las proyecciones a futuro, resultando de la suma de las áreas principales resultante de los diferentes grupos de locales.

2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

2.3.1. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para la realización de esta investigación se basó en el Código de Regulación Urbana y Rural del Cantón Pastaza 2015-2025, TÍTULO QUINTO, Normas de usos del suelo y zonificación del territorio cantonal; TÍTULO SEXTO, Sistema vial e infraestructura.

En el Plan de Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Ambato 2020, SECCIÓN SEGUNDA, Edificios de Comercio y Oficinas, art. 168 al 171; SECCION CUARTA, Accesos y salidas, art. 101 al 108.

Y como respaldo para la accesibilidad al medio físico se basó en El Plan Nacional de Discapacidades CONADIS con la Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades 2013-2017, La Guía de Accesibilidad al Medio Físico; El Instituto Ecuatoriano de Normalización del 2010 (INEN); Manual de Accesibilidad Universal 2010, Principios básicos.

2.4. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.4.1. Variable independiente

Espacios de intercambio comercial

2.4.2. Variable dependiente

Diseño de un mercado público

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis H1

Diagnóstico del estado actual de los espacios de intercambio comercial de la ciudad de Puyo que faculte una propuesta de equipamiento arquitectónico que satisfaga a la zona más desabastecida de la ciudad.

2.5.2. Hipótesis H0

Diagnóstico del estado actual de los espacios de intercambio comercial de la ciudad de Puyo que no faculte una propuesta de equipamiento arquitectónico que satisfaga a la zona más desabastecida de la ciudad.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de la investigación

La investigación se basó en el enfoque cuali-cuantitativo, su accionar se dirige a recabar información de la fuente y someterla a un análisis estadístico, para determinar la esencia del fenómeno causa-efecto con respaldo en la fundamentación teórica, en el enfoque cuantitativo permite establecer resultados lógicos, a través de la aplicación de la encuesta a la población de estudio.

En la investigación cualitativa por medio de la entrevista se describe la perceptiva de la población del Puyo con respecto al rediseño del mercado el Dorado que no abastece adecuadamente a su sector.

3.2. Modalidad básica de la investigación

3.2.1. De campo

La observación insitu se realizó en el sitio donde se presenta el problema, en donde se tomó contacto directo con la realidad y recabó información a la población involucrada, además de los datos de las diferentes necesidades que presentan los comerciantes y usuarios que acuden a los espacios de intercambio comercial de la ciudad del Puyo.

3.4. Técnicas de Recolección de Información

Encuestas

Representan una técnica para recolectar información de una muestra de la población que permite discernir y aclarar directrices que determinan la verdadera problemática respecto al intercambio comercial en los mercados de la ciudad.

Entrevistas

Dirigidas a personas especialistas en lo que respecta a los mercados de Puyo, en este caso a la directora de planificación del GAD municipal de Puyo, la arquitecta Margarita Caicedo y a la directora de mercados, la señora Verónica Quevedo.

Fichas de observación

Permiten diagnosticar el estado en el que se encuentran los mercados a la vez que se estudia la función de cada uno de ellos.

Otro tipo de fichas necesarias para la presente investigación son las fichas de observación del entorno inmediato de los mercados.

Levantamiento de porcentajes de oferta y demanda de cada mercado

Es necesario conocer también cómo funciona la relación comprador-vendedor de cada mercado, así como el comercio informal que influye en las dinámicas de los mismos levantando información a través de la cartografía de la ciudad.

3.5. Población

3.5.1. Población y muestra

Lo constituye toda la población económicamente activa (PEA) de la ciudad del Puyo, como ejemplo de estudio.

Tabla N° 2: Población de estudio

Unidades de observación	No.
Población económicamente activa	36.659
TOTAL	36.659

Tabla N°02: Variable independiente: Espacios de Intercambio Comercial

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

Autor: John Silva

Muestra

Por la magnitud de la población objeto de estudio es necesaria el cálculo de la muestra aplicando la siguiente formula estadística.

Formula:

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

P=% de veces que se supone que ocurre un fenómeno en la población = 0.5

e= Error 5%

q= % de veces de la no ocurrencia del fenómeno $1 - q = 0.5$

Z= Nivel de confianza (1,96) D. Estándar

$$n = \frac{Z^2 * p(1 - q) * N}{e^2(N - 1) + Z^2(p)(1 - q)}$$

Cálculo

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5(1 - 0,5) * 36.659}{0,05^2(36.659 - 1) + 1,96^2(0,5)(1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 36.659}{0,0025(36.658) + 3,8416(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{35.207,3036}{92.6054}$$

$$n = 380.18$$

$$n = 380$$

Por lo tanto, la encuesta se aplica a 380 personas.

Operacionalización de variables

Tabla N°03: Variable independiente: Espacios de Intercambio Comercial

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICO	TÉCNICAS INSTRUMENTOS E
<p>Los espacios de intercambio comercial utilizan para analizar su base al medio ambiente físico y psicológico tomando en consideración la calidad de construcción y las condiciones del sitio. El ambiente físico abarca las necesidades físicas tales como iluminación, ventilación, aire acondicionado y acústica.</p>	<p>Tipologías</p> <p>Transacciones comerciales</p> <p>Accesibilidad y movilidad</p>	<p>Tianguis Mercado Plaza</p> <p>Oferta demanda</p> <p>Nivel de desplazamiento Distribución de espacio. Normas de accesibilidad al medio físico</p>	<p>¿Para usted el diseño arquitectónico de un mercado es importante?</p> <p>¿Con que frecuencia usted realiza sus compras en los mercados de la ciudad?</p> <p>¿Qué tipos de productos usted más compra?</p> <p>¿Cuál de los mercados de la ciudad usted acude con más frecuencia?</p> <p>¿Usted por qué motivo compra más en los mercados antes mencionados?</p>	<p>Observación Encuestas Entrevistas Ficha técnica</p>

Autor: John Silva

Tabla N°04: Variable dependiente: Diseño de un mercado público

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICO	TÉCNICAS INSTRUMENTOS E
<p>El comercio en los mercados sigue siendo una actividad económica entre pueblos donde su principal factor es el dinero, este medio es el cual facilita la compra y venta de bienes y servicios, una infraestructura comercial tiene que ser un espacio agradable y confortable en donde el cliente se sienta a gusto a la hora de comprar.</p>	<p>Zonificación adecuada</p> <p>Espacios confortables</p> <p>Mobiliario específico</p>	<p>Unidad esencial Unidad operativa Servicios complementarios Servicios generales</p> <p>Altura Ventilación Salubridad</p> <p>Estanterías Refrigeradoras Máquina de corte</p>	<p>¿A cuál de los mercados de la ciudad acude con más frecuencia?</p> <p>¿Cuál de estos espacios de intercambio comercial, a su criterio se debería repotenciar?</p> <p>¿Cree usted que es importante la reactivación del mercado “EL Dorado” como fuente económica del sector?</p> <p>A su criterio el mercado “EL Dorado” debería mantener armonía con el contexto en:</p> <p>¿Considera usted que las instalaciones del mercado “EL Dorado” funcionan adecuadamente y abastecen al sector?</p>	<p>Observación Encuestas Entrevistas Ficha técnica</p>

Autor: John Silva

Validez y confiabilidad

La validez y confiabilidad de la técnica e instrumento se lo hizo con la asistencia del tutor en investigación, quien emitió sus juicios de valor y observaciones para su respectiva corrección y aplicación.

Plan para la recolección de la información

Tabla N° 05: Plan para la recolección de la información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Diagnosticar el estado actual de los espacios de intercambio comercial de la ciudad de Puyo que faculte una propuesta de equipamiento arquitectónico que satisfaga a la zona más desabastecida de la ciudad.
2. ¿De qué personas u objetos?	Población económicamente activa. Espacios de intercambio comercial.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Espacios de intercambio comercial, Arquitectura comercial.
4. ¿Quiénes?	Investigador John Silva.
5. ¿Cuándo?	Período 2016-2017.
6. ¿Dónde?	Mercados de la ciudad de Puyo
7. ¿Cuántas veces?	Una vez.
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas, Entrevistas, Observación
9. ¿Con qué?	Cuestionario.
10. ¿En qué situación?	En horas donde hay más flujo de compradores.

Autor: John Silva

Plan para el procesamiento de la información

Revisión crítica de la información recogida, es decir, limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente.

Tabulación o cuadros según variables.

Análisis e interpretación de resultados

Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e interrogantes.

Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuestas

Encuesta dirigida a la Población Económicamente Activa de la ciudad del Puyo.

1.- ¿A cuál de los mercados de la ciudad acude con más frecuencia?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
M. El Dorado	37	10%
M. Mariscal	120	31%
M. Municipal La Merced	49	13%
M. de los Plátanos	174	46%
Total	380	100%

Tabla N°06: Mercados de la ciudad que más se frecuenta

Elaborado por: John Silva

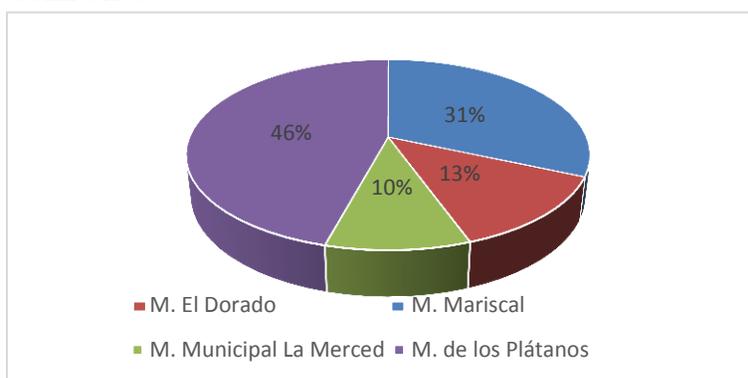


Gráfico N°11: Mercados de la ciudad que más se frecuenta

Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

El 46% de los encuestados indica que prefiere acudir al mercado los Plátanos. Las personas manifestaron que éste es el mercado más grande de la zona, con variedad de productos frescos, la mayoría de productores de la provincia, un intercambio directo productor-consumidor, lo que brinda precios bastante accesibles. Los días de feria los cuales son sábado y domingo tiene mayor afluencia.

2.- ¿Cuál de estos espacios de intercambio comercial, a su criterio se debería repotenciar?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
M. El Dorado	320	84%
M. Mariscal	16	4%
M. Municipal La Merced	11	3%
M. de los Plátanos	33	9%
Total	380	100%

Tabla N°07: Espacios de intercambio comercial se debe repotenciar
Elaborado por: John Silva

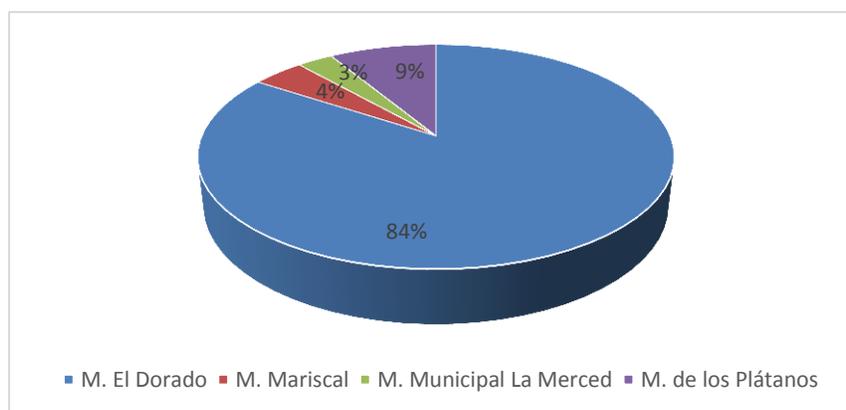


Gráfico N°12: Espacios de intercambio comercial se debe repotenciar
Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

El 84% de las personas encuestados indican que hace falta repotenciar el Mercado el Dorado para que genere mayor intercambio comercial y dinamizar la economía del sector. “Su estado es preocupante, ya que el espacio es amplio pero la mayoría se encuentra desocupado” manifestaron.

3.- ¿Cree usted que es importante la reactivación del mercado "El Dorado" como fuente económica del sector?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	357	93%
No	27	7%
Total	380	100%

Tabla N°08: Es importante la reactivación del mercado "El Dorado"
Elaborado por: John Silva

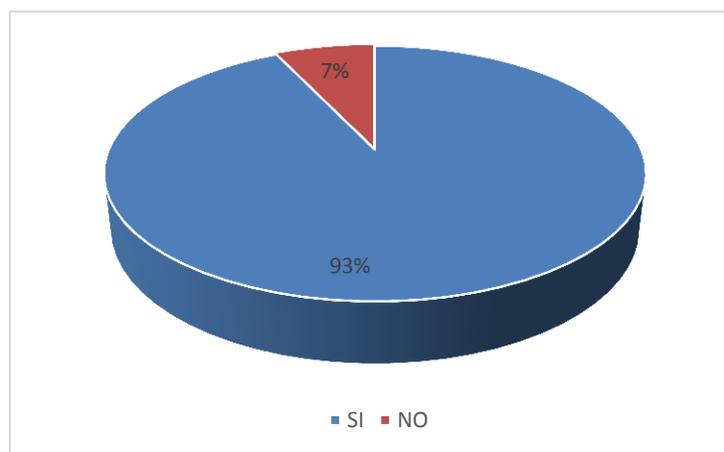


Gráfico N°13: Es importante la reactivación del mercado "El Dorado"
Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

El 93% de los encuestados considera que es importante un proceso de reactivación que permita mejorar la economía de sector, además es el lugar más cercano de abastos alimenticios y productos varios para la zona de mayor crecimiento urbano de la ciudad, su reactivación descentralizaría la caótica afluencia de los mercados de otros sectores.

4.- A su criterio el mercado "El Dorado" debería mantener armonía con el contexto en:

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Aporte de espacio público	239	63%
Relación con equipamientos cercanos	98	26%
Relación con la naturaleza, flora y fauna	32	8%
Otros	10	3%
Total	380	100%

Tabla N°09: El mercado "El Dorado" debería mantener armonía con el contexto.
Elaborado por: John Silva



Gráfico N°14: El mercado "El Dorado" debería mantener armonía con el contexto.
Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

El 63% de los encuestados cree que el mercado debería aportar con espacio público ya que es una necesidad en el sector debido a la falta del mismo. En segundo lugar, los encuestados consideran que sería importante relacionar al proyecto con los equipamientos cercanos como son las canchas deportivas ubicadas a lado del mercado.

5.- ¿Considera usted que las instalaciones del mercado "El Dorado" funciona adecuadamente y abastecen al sector?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	20%
No	304	80%
Total	380	100%

Tabla N°10: Las instalaciones del mercado "El Dorado" funciona adecuadamente.
Elaborado por: John Silva

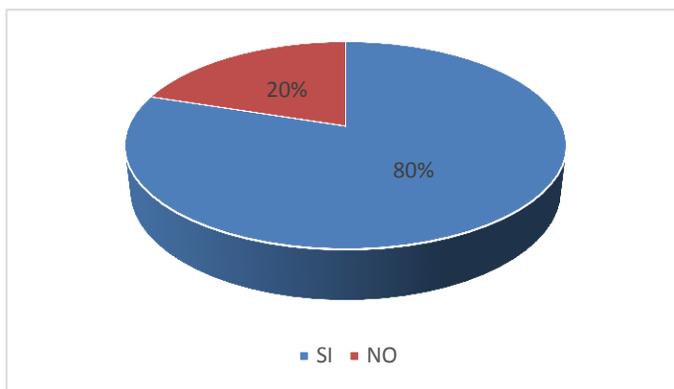


Gráfico N°15: Las instalaciones del mercado "El Dorado" funciona adecuadamente.
Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

Apenas el 20 % de los encuestados está de acuerdo con el funcionamiento actual del mercado mientras que el 80% que representa a la mayoría de encuestados cree que el mercado no está funcionando adecuadamente y por lo tanto no abastece al sector como se espera.

6.- ¿Qué factores considera importante para el funcionamiento del centro de intercambio comercial?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Accesibilidad	54	14%
Circulación Fluida	49	13%
Seguridad	22	6%
Visibilidad a todos los puestos	190	49%
Salubridad	65	17%
Otros	5	1%
Total	380	100%

Tabla N°11: Factores importante para el funcionamiento del centro de intercambio comercial

Elaborado por: John Silva

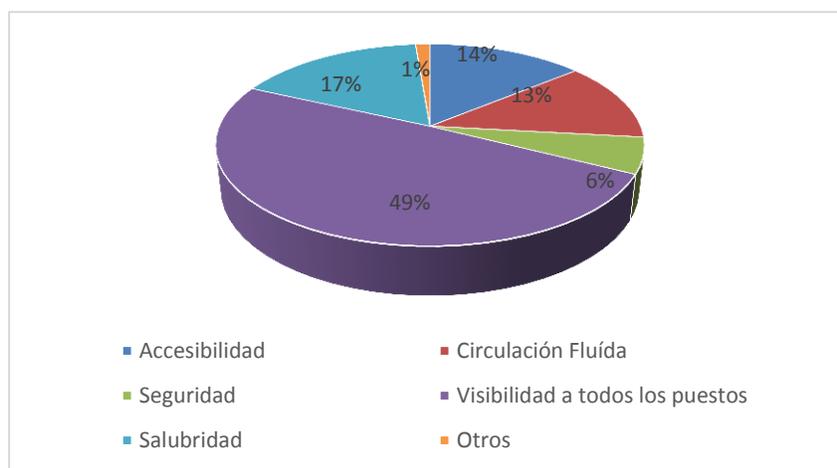


Gráfico N°16: Factores importante para el funcionamiento del centro de intercambio comercial

Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

Aproximadamente la mitad de encuestados que corresponde al 49% considera que la visibilidad a todos los puestos representa un factor importante al momento de realizar compras en el mercado ya que permite una mayor apreciación de los productos.

7.- Enumere del 1 al 8 el orden de importancia, los espacios del mercado para su mejoría.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Zona de locales	1	18%
Zona de alimentos	2	18%
Plaza de acceso	3	15%
Estacionamiento	4	12%
Zona de administración	7	7%
Patio de basuras	5	11%
Patio de maniobras	8	8%
Sanitarios públicos	6	11%
Total		100%

Tabla N°12: Orden de importancia los espacios del mercado
Elaborado por: John Silva

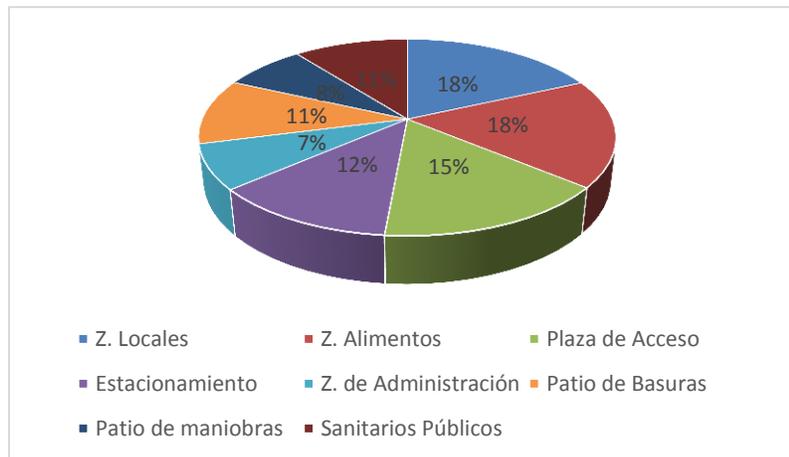


Gráfico N°17: Importancia
Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

La zona de locales, alimentos y la plaza de acceso han sido considerados por las personas encuestadas como espacios que requieren una mayor atención al momento de planificar el proyecto.

8.- ¿Generalmente cuál es la persona de su familia que acude a realizar compras en el mercado?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Padre	76	20%
Madre	255	67%
Abuelo(a)	22	6%
Empleada	27	7%
Total	380	100%

Tabla N°13: Persona de su familia que acude a realizar compras
Elaborado por: John Silva

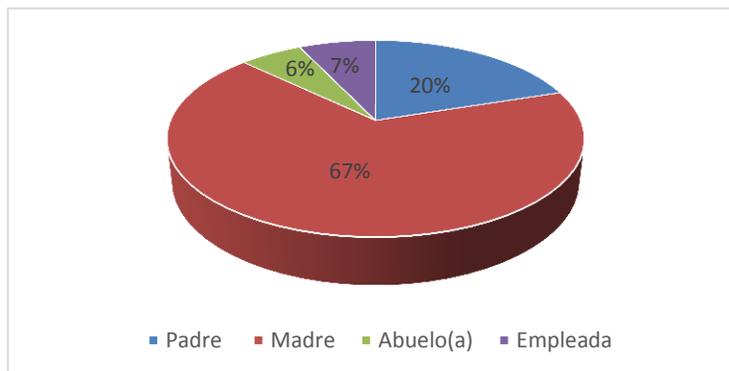


Gráfico N°18: Persona de su familia que acude a realizar compras
Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados se pudo constatar que un 67% son madres que acuden a comprar con frecuencia en este centro de intercambio comercial, seguido de un 20% que son padres de familia.

9.- ¿La persona que acude a comprar en el mercado tiene algún tipo de discapacidad, o es persona de la tercera edad?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	80%
No	356	20%
Total	380	100%

Tabla N°14: Persona que acude a comprar en el mercado tiene algún tipo de discapacidad
Elaborado por: John Silva

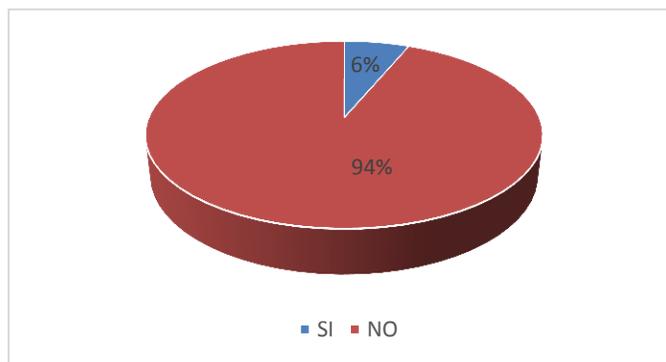


Gráfico N°19: Acuden personas con discapacidad
Elaborado por: John Silva

Análisis e Interpretación

De la mayoría de encuestados el 94% no tiene discapacidad alguna, mientras tanto el 6% sufre de alguna discapacidad o es de la tercera edad y este dato será tomado en cuenta en la planificación arquitectónica haciéndolo inclusivo al proyecto.

Entrevistas

Las entrevistas son aplicadas la administradora de mercados de la ciudad de Puyo que es conocedora del pedido que hacen los moradores del mercado “El Dorado” de mejorar los servicios del mismo, además a la arquitecta en cargada del departamento de planificación del Gad Municipal de Puyo.

El objetivo es conocer la realidad actual del intercambio comercial y del desabastecimiento de la parte sur-oeste de la ciudad.

A su criterio ¿los espacios de intercambio comercial en la ciudad de Puyo muestran algún tipo de problemática?

La infraestructura ya está de bastantes años, el Dorado y el central la merced.

El tiempo de vida, ya tienen como más de 35 años, fueron hechos para una ciudad mucho más pequeña, con el tiempo se da el deterioro de la infraestructura, en cuanto a servicios como desagües no se planifico para el número de población de ahora

Una de las mayores problemáticas es el transporte, porque cuando vienen los carros de embarque y desembarque genera un poco de congestión especialmente los que están en el centro, en el caso del Dorado, si hablamos específicamente del Dorado tienen un parqueadero lateral que es lo que permite hacer el embarque y desembarque, sin embargo al estar junto a una vía de alto tráfico como es la Alberto Zambrano se debe proveer buenos espacios de embarque para los camiones

El mercado de los plátanos es uno de los más conflictivos que tenemos porque está justo en la avenida Francisco de Orellana que es uno de los ingresos al centro de la ciudades desde la vía a Macas y eso ocasiona que todos los buses que vienen desde la parte interior del cantón con productos se estacionen en esos lugares y generen un congestionamiento especialmente en los días de feria como son los días sábados y domingos, esos es uno de los mayores conflictos que tenemos por no contar con áreas de aparcamiento adecuado.

En el mercado el Dorado hay falta de culturalización de la gente, los sectores aledaños al mercado a veces tratan de ir a otros mercados donde hay mayor concentración o donde encuentran más variedad de productos como el caso del mercado de los plátanos que tienen variedad en todo sentido tanto como productos de la zona como productos de la sierra,

entonces tratan de dejar desalojado, sin embargo si hubiera incentivo o mejores condiciones para los vendedores, eso nos permitiría que haya mayor variedad mayores vendréis y de pronto podríamos también llegar a un acuerdo los productores de la zona

De los mercados existentes en la ciudad de Puyo ¿cuáles y que conflictos tienen y como considera seria de solución más viable?

Hemos intentado llevar gente al mercado el Dorado y al mariscal, los informales pero es difícil q se queden, el precio de los locales oscila en 30, 40 dólares máximo mensuales, en relación a los locales particulares el precio es bastante bajo

De los mercados que tenemos, las soluciones que tenemos por ejemplo en el mercado de los plátanos a mi criterio es un mercado privado, no tenemos nada que intervenir como municipio, sin embargo yo creo que tiene que ser mejorado con mejores áreas de estacionamiento si es que se quiere seguir manteniendo ese mercado como mercado privado, pero debería mejorar para que la circulación sea más fluida en ese sector

En el mercado el Dorado se piensa mejorar la infraestructura para dar facilidades a los comerciantes para que puedan acercarse más, tener mayor variedad de productos y poder modernizar el mercado, tipo un centro comercial más o menos en el que contemos con gradas eléctricas, con ese tipo de cosas de tal manera que llame la atención a la gente y que promocióne también y dar más facilidades a los vendedores

¿El análisis de los espacios de intercambio comercial de Puyo será un indicador para la toma de decisiones en la intervención de alguno de ellos?

Es complicado cambiar locales, pero se ha intervenido en la salubridad, como en las baterías sanitarias, en los lavaderos; que nos parece primordial.

Se ha pensado en mejorar al mercado mariscal, en el Dorado, en el mercado mariscal por ejemplo ya tenemos un proyecto establecido para mejorar ese mercado, pero lamentablemente las situaciones económicas actuales del municipio no son como para poder hacer una inversión tan grande, porque estamos interviniendo en algo mucho más

importante como es los servicios básicos como es el agua y el alcantarillado que es la prioridad en esta administración, entonces esperamos que luego que cumplamos con una de las obras básicas más importantes se pueda a futuro las administraciones venideras puedan fortalecer lo que es el equipamiento urbano

A su criterio ¿cuáles considera serían las características arquitectónicas de un espacio de intercambio comercial que responde a las necesidades del contexto?

La principal característica en esta ciudad deben ser áreas muy cubiertas, el problema más grande que tenemos acá es la lluvia y creo que debemos tener espacios cubiertos, accesos cubiertos, accesos a veredas cubiertos, pasos cubiertos y con paradas cubiertas, porque la verdad es que aquí llueve de los 365 días del año los 360 llueve, nosotros conocemos nuestro Puyo y lamentablemente es así,

Yo pienso que especialmente en todos los mercados debe haber espacios para los productores para dinamizar, lamentable te los productores generalmente lo que hacen es entregar a intermediarios y encarecen al producto, entonces una de las principales cosas sería facilitar a los productores

Lo que más necesitamos de los mercados es que las condiciones de asepsia se las tome en cuenta, a nadie le gusta salir a comprar con el canasto y que pisando lodo o ver productos en el suelo que se están vendiendo

Mercado el Dorado más o menos 15 años de existencia, al igual que el mercado mariscal también fue un espacio cubierto, que servía de plaza y a poco lo cerraron y ahora lo hicieron un mercado. En el mercado el Dorado los vendedores prefieren salir a recorrer las calles céntricas de la ciudad como vendedores ambulantes a quedarse a esperar vender en el mercado

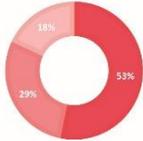
Los mercados del Puyo no solo expenden productos de la zona, sino que también expenden productos de la sierra y de la costa

Los del mercado el Dorado presentaron un documento para cerrar la parte lateral más que por seguridad es por cuestiones del sol de la lluvia.

FUNCIONAMIENTO DE MERCADOS

1. MERCADO LOS PLÁTANOS

■ Compradores ■ Vendedores Formales ■ Vendedores Informales

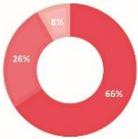


Porcentaje (%)	Cantidad
53%	500
29%	270
18%	170
100%	940

En conclusión en el Mercados los Plátanos abastece a todos los mercados de la ciudad lo que nos da a entender que el principal centro de acopio de la misma.

2. MERCADO LA MERCED

■ Compradores ■ Vendedores Formales ■ Vendedores Informales

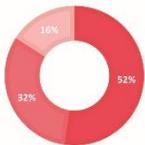


Porcentaje (%)	Cantidad
66%	200
26%	80
8%	25
100%	305

Se pudo constatar que este mercado cuenta con instalaciones que funcionan adecuadamente ya que cuenta con un bajo porcentaje de comercio informal.

3. MERCADO MARISCAL

■ Compradores ■ Vendedores Formales ■ Vendedores Informales

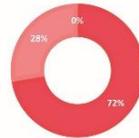


Porcentaje (%)	Cantidad
52%	115
32%	70
16%	35
100%	220

En consecuencia en el Mercado Mariscal tiene un porcentaje más elevado de vendedores informales que formales lo que demuestra que los compradores no ingresan al mercado.

4. MERCADO EL DORADO

■ Compradores ■ Vendedores Formales ■ Vendedores Informales



Porcentaje (%)	Cantidad
72%	60
28%	23
0%	0
100%	83

En conclusión el mercado El Dorado tiene potencial de acogimiento para vendedores.

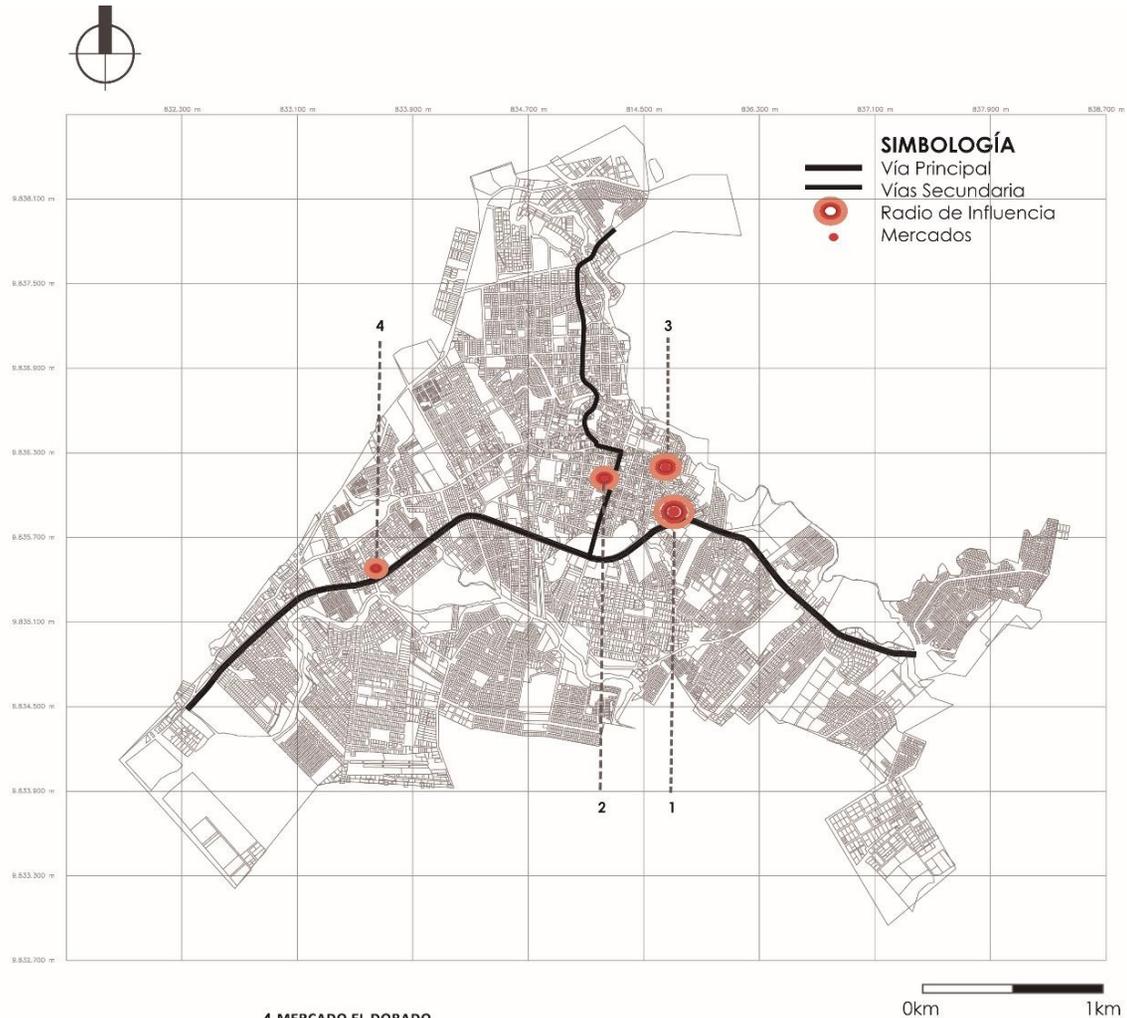


Gráfico N°20: Estadísticas Mercados
 Elaborado por: John Silva

CAPÍTULO V

5.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.1. CONCLUSIONES

Se recabo información en los usuarios que acuden a los espacios de intercambio comercial a través de encuestas y se determinó la frecuencia de uso de cada mercado siendo el mercado de los Plátanos el de mayor afluencia y el mercado el Dorado el de menos, también se determinó que el mercado el Dorado no bastece adecuadamente al sector y que en ese sentido se debería repotenciar.

Con el diagnostico funcional que se hace a cada mercado se observó la distribución actual de las zonas y ambientes, así como el diagnostico que se le da al mercado la Merced que tiene una relación espacial mejor dada que el resto ya que los demás son bastante improvisados como por ejemplo el mercado de los Plátanos se resolvió a través de espacios techados abiertos, y el mercado el Dorado empezó como espacio abierto que ha tenido adecuaciones que a la final presenta relaciones funcionales deficientes así como espacios improvisados como la bodega de basura y el ingreso peatonal.

Se puede concluir que existen varios problemas en el entorno inmediato de los mercados que se detallaron a través de fichas de observación entre los problemas más relevantes está el exceso de afluencia de compradores de toda la ciudad en los mercados la Merced, Mariscal y principalmente en el de los Plátanos los días de feria ya que se observó que por su cercanía las calles que conectan a estos mercados como son la Atahualpa y la Sangay se obstaculizan tanto de vendedores informales como de vehículos que no pueden circular con normalidad sumando a que este caos trae problemas de insalubridad.

5.1.2. RECOMENDACIONES

Conceptualizar los requerimientos de los usuarios para el nuevo mercado el Dorado como la visibilidad a todos los puestos, la relación del mercado con espacio público y tomar en cuenta también que la mayor parte de compradores son madres que muchas de las veces llevan a sus hijos con ellas.

Se recomienda que el caso de estudio sea en el actual mercado el dorado ya que está ubicado en el oeste de la ciudad cerca de las zonas más desabastecidas y en base al diagnóstico funcional y de observación se pudo constatar que el mercado el Dorado tiene muchas deficiencias tanto en su estructura, sus instalaciones y su funcionalidad espacial, por lo cual se recomienda en rediseño del mismo.

En base al diagnóstico de los principales problemas del entorno inmediato de los mercados se recomienda el rediseño del mercado el Dorado ya que solucionaría el principal problema que se ve en el entorno de los demás mercados que es el exceso de afluencia de compradores.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. TEMA

Rediseño arquitectónico del mercado municipal de Puyo “El Dorado”

DATOS INFORMATIVOS

Nombre: Mercado “El Dorado”

Ubicación: Barrio el Dorado, Av. Alberto Zambrano, entre los Pindos y Morona Santiago

Coordenadas: Norte: 9834700.00; Sur: 164770.00; Zona: 17; Datum: WGS84

Tipología: Espacio de intercambio comercial

Construcción: 1998

6.3. ANTECEDENTES



Elaborado por: John Silva

Gráfico N°21: Ubicación Ecuador

Ecuador se localiza en el litoral noroccidental de América del Sur; limita por el sur y por el este con Perú, y con Colombia por el norte. Las famosas Islas Galápagos pertenecen a Ecuador, y están ubicadas a alrededor de 1 000 kilómetros de la Playa. Ecuador cubre un campo de 256 370 Km² de territorio y es el tercero país más pequeño de Sudamérica a continuación de Uruguay y las Guayanas.

A pesar de sus pequeñas dimensiones, Ecuador es uno de los países con superior variedad geográfica del mundo. Ostenta cuatro regiones geográficas principales: el Oriente (la selva amazónica) al este, la Sierra (cordillera andina) en el centro, la Costa (costa pacífica) al oeste, y las majestuosas Islas Galápagos al oeste de la línea costera

Ubicación de la provincia de Pastaza

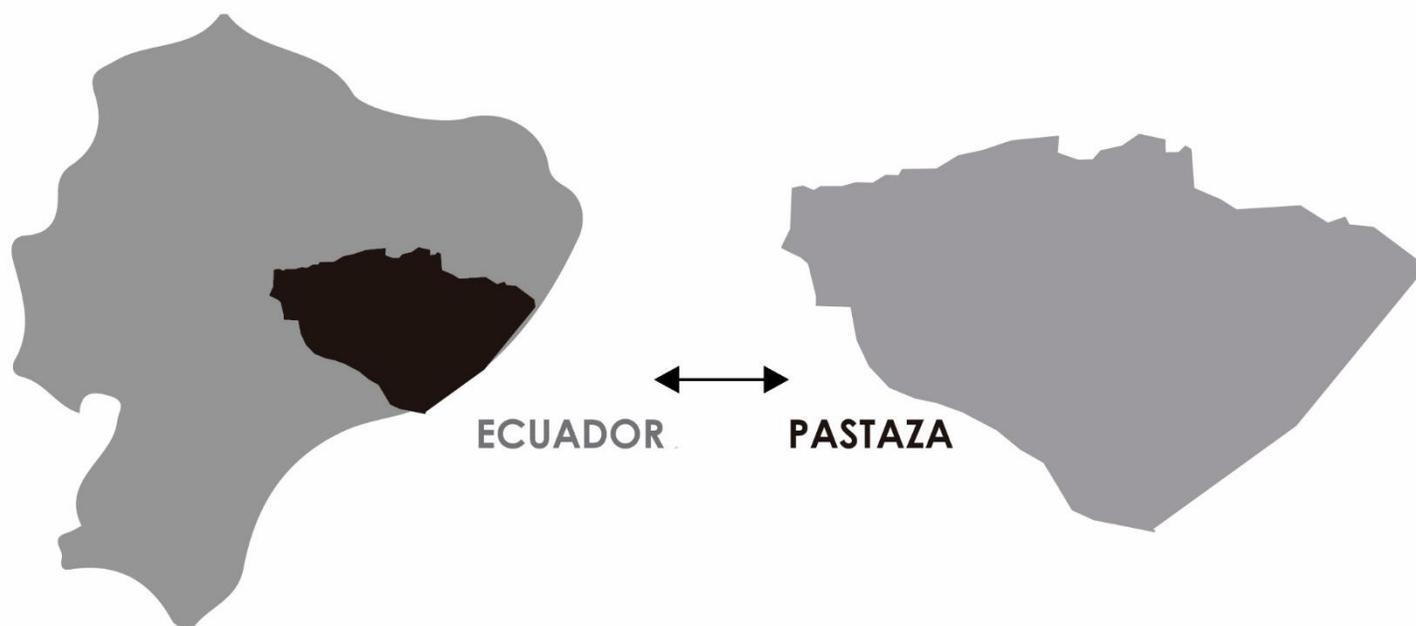


Gráfico N°22: Ubicación Pastaza

Elaborado por: John Silva

La Provincia de Pastaza es una de las 24 provincias que conforman el Estado del Ecuador, situada al nororiente del estado, en la superficie geográfica conocida como territorio amazónica. Su capital administrativa es la ciudad de Puyo, la cual también es su ciudad más grande y poblada. Ocupa una superficie de unos 29.520 km², siendo la más grande provincia del país por superficie. Limita al norte con Napo y Orellana, por el occidente con Tungurahua, por el sur con Morona Santiago y al este con el departamento de Loreto perteneciente al Perú. En la superficie pastazense habitan 83.933 personas, según el último censo oficial (2010), siendo la segunda provincia menos poblada del estado, detrás de Galápagos. La Provincia de Pastaza está constituida por 4 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales. Para fines administrativos, la provincia de Pastaza pertenecerá a una zona comprendida asimismo por las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi, que se denomina Zona 3.

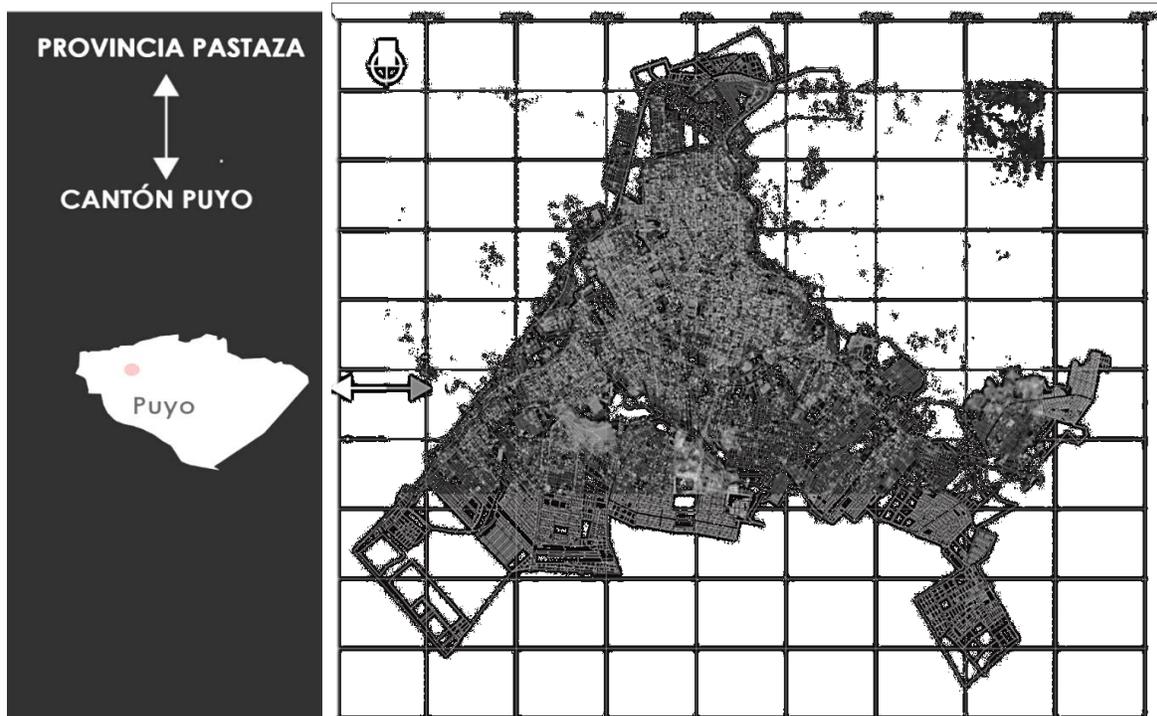


Gráfico N°23: Ubicación Puyo
Elaborado por: John Silva

La palabra Puyo proviene del vocablo “Puyu” de origen Kichwa que hace referencia a la acumulación de nubes y a la neblina, habitantes ancestrales del lugar denominaron así al sector debido a la presencia de densa neblina al amanecer. Puyo es considerada la puerta a la amazonia ya que es uno de los accesos más importantes hacia el Oriente ecuatoriano, forma parte de un eje vial que conecta la zona céntrica del país con la carretera Puyo-Baños- Ambato, y un eje transversal que lo enlaza con Macas y Tena.

La ciudad de Puyo fue fundada por el padre Álvaro Valladares y un grupo de indígenas de Canelos el 12 de Mayo de 1899, actualmente cumple 119 años, según el censo de población del INEC en el año 2010 se registró 36.659 habitantes, su superficie es de 96.65. Puyo cuenta con un clima confortable ya que oscila entre los 17° C y 24°, Puyo tiene una importante riqueza hídrica, el rio Puyo sirve como medio de recreación turística y sustento de comunidades kichwas.

La parroquia urbana Puyo tiene una extensión de 104 Km2. Barrios de Puyo: El Recreo Pambay, Vicentino, Central 12 de Mayo, Cumandá, Intipungo, Miraflores, El Dorado, Obrero, Las Palmas, Amazonas, Santo Domingo, Las Américas., La Unión, Mariscal, Nuevos Horizontes, Libertad, México y La Merced.

6.4. JUSTIFICACIÓN

El mercado el Dorado y su presencia aligeran la sobrecarga o sorbe utilización del resto de mercados, con esto, se generará una nueva zona de abastecimiento para las partes más alejadas de los mercados más demandados actualmente.

El fin del proyecto es generar una imagen de tipo comercial como referencia para el resto de mercados que están siendo absorbidos por el mercado de los plátanos, y al mismo tiempo ser un punto magnético que por su gran potencial del lugar albergue a gran número de comerciantes informales ubicados principalmente en las afueras del mercado de los plátanos.

En cuanto a la funcionalidad actual del mercado el Dorado existen zonas y ambientes que son improvisados que no abastecen adecuadamente provocando conflictos de todo tipo tanto espaciales como problemas de salubridad, cabe mencionar que muchos de los puestos de venta han sido abandonados progresivamente.

Actualmente el mercado presenta barreras físicas y visuales que no permiten el funcionamiento adecuado para quienes lo usan, además que está separado totalmente del complejo deportivo que muchas de las veces los mismos deportistas son los que demandan de una relación directa de usos con el mercado.

Después de analizar el funcionamiento del mercado el Dorado, los usos que los moradores le dan y su relación con el contexto inmediato, se puede deducir con la investigación y recolección de datos necesarios, que este equipamiento de tipo comercial tiene deficiencias y cuenta con potencial para una mejora integral de sector.

6.5. OBJETIVOS

6.5.1. OBJETIVO GENERAL

Rediseñar al mercado el Dorado para dar solución a la problemática de desabastecimiento de esta parte de la ciudad.

6.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar el entorno inmediato del caso de estudio mercado el Dorado

Establecer estrategias de diseño arquitectónico que estén en concordancia con la problemática

Realizar la propuesta arquitectónica del mercado el Dorado y la planificación del área verde y espacio público de la manzana.

6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

En esta fase del proyecto se utiliza se utiliza la “Metodología de diseño arquitectónico” que está basada principalmente en la creatividad en el desarrollo de una propuesta arquitectónica así como la utilización de herramientas de observación para el análisis del sitio, también la imagen urbana y aspectos como los asoleamientos y los vientos.

El proyecto se ha socializado con los moradores del barrio el Dorado, también con las autoridades municipales encargadas de la administración de mercados, las cuales influenciadas por el problema de desabastecimiento de esa zona de la ciudad y queriendo cumplir con este requerimiento latente de la ciudadanía de Puyo dieron cabida a esta investigación que busca a través de una propuesta arquitectónica rediseñar el equipamiento existente que no abastece adecuadamente al sector.

Esta zona ha sido un imán turístico por la ubicación de la casa de la balsa y la venta de los derivados de la caña de azúcar que expenden productos característicos de la ciudad de Puyo, entonces la propuesta para este punto es potenciar aún más esta actividad proponiendo cubículos para el comercio artesanal de tal forma que aumente el turismo para la ciudad.

6.6.1 ANÁLISIS DE REFERENTES

Mercado Palhano

Datos generales

Arquitectos: Studio Guilherme Torres

Ubicación: Londrina - Parana, Brazil

Área Proyecto: 11000.0 m²

Año Proyecto: 2011

Objetivos del proyecto

(Plataforma Arquitectura, Mercado Palhano, 2011) “Este equipamiento comercial fue creado para albergar diferentes tipologías de comercios relacionados con tiendas de diferentes productos, siguiendo el mismo ejemplo de los tradicionales mercados que tienen las grandes ciudades.

Este proyecto está definido por su gran pendiente de 25 m respetando la altura máxima de 7,5m. Se pudo aprovechar esto para camuflar toda la estructura de servicios generales, dejando libre solamente la planta de locales comerciales para la vista de todos.

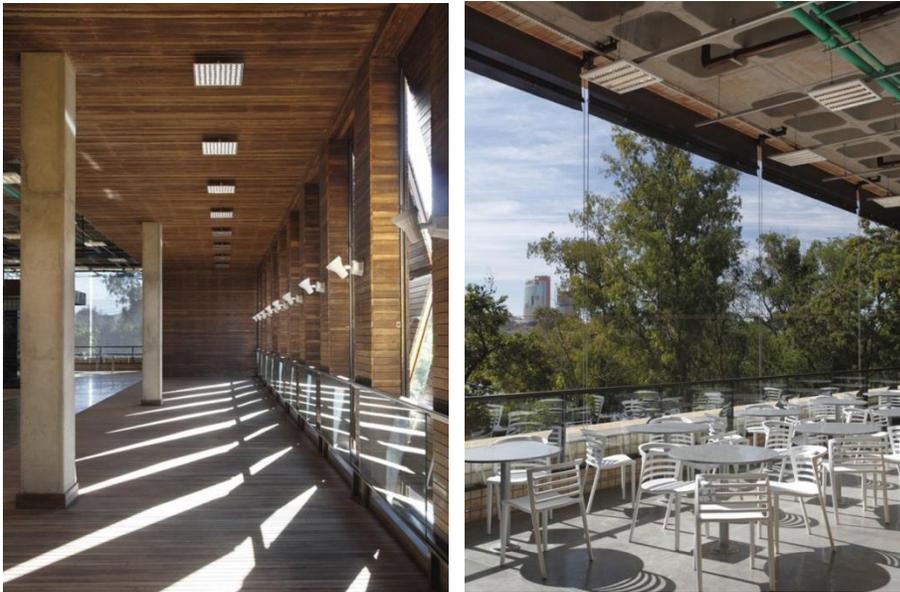
En la parte superior, una plataforma de percepción hacia grandes jardines colgantes de capacidad para 3 locales de comida con una visual privilegiada hacia sus alrededores.”



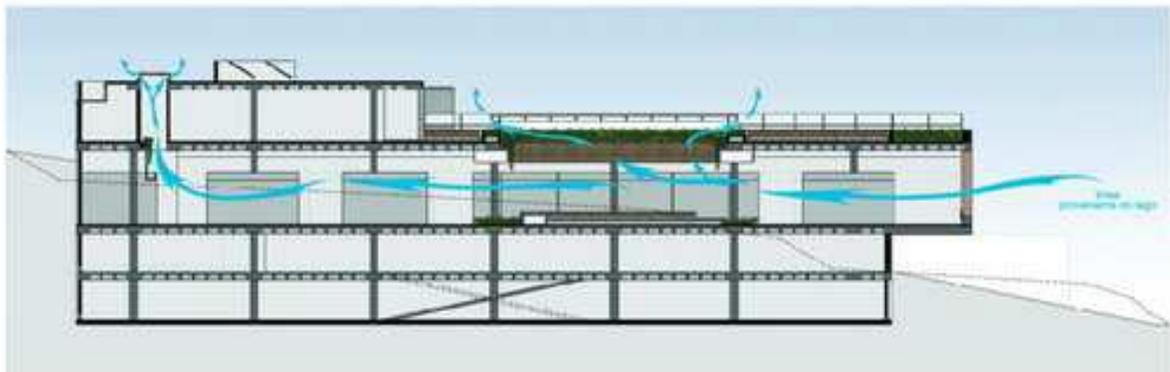
Fuente: (Plataforma Arquitectura, Mercado Palhano, 2011)

Análisis Funcional del proyecto

Este mercado está caracterizado por la configuración de sus zonas que están dispuestas de tal manera que se ventila de una forma natural. Este edificio está pensado para adaptarse a los diferentes asoleamientos de tal forma que su fachada es cambia dependiendo la hora y el día.



Fuente: (Plataforma Arquitectura, Mercado Palhano, 2011)



Fuente: (Plataforma Arquitectura, Mercado Palhano, 2011)

Mercado en Bergen

Datos generales

Arquitectos: Eder Biesel Arkitekter

Ubicación: Strandkaaien 3, 5013 Bergen, Noruega

Área Proyecto: 4260.0 m²

Año Proyecto: 2012

Objetivos del proyecto

(Plataforma Arquitectura, Mercado Bergen, 2016) “El edificio cumple a cabalidad con los requerimiento urbanos conceptuales a la vez que se mezclan con el contexto histórico y muestra una nueva imagen de plaza a través de la arquitectura moderna.

El concepto no pretende la creación de un interior diferenciado para el mercado de pescado, sino de proporcionar una protección climatizada para el mercado que logra que los límites entre el mercado cubierto y el mercado desaparezcan. El espacio no está dividido. El volumen está constituido por un techo flotante y genera la parte protegida del mercado. Y la fachada acristalada proporciona refugio a la intemperie

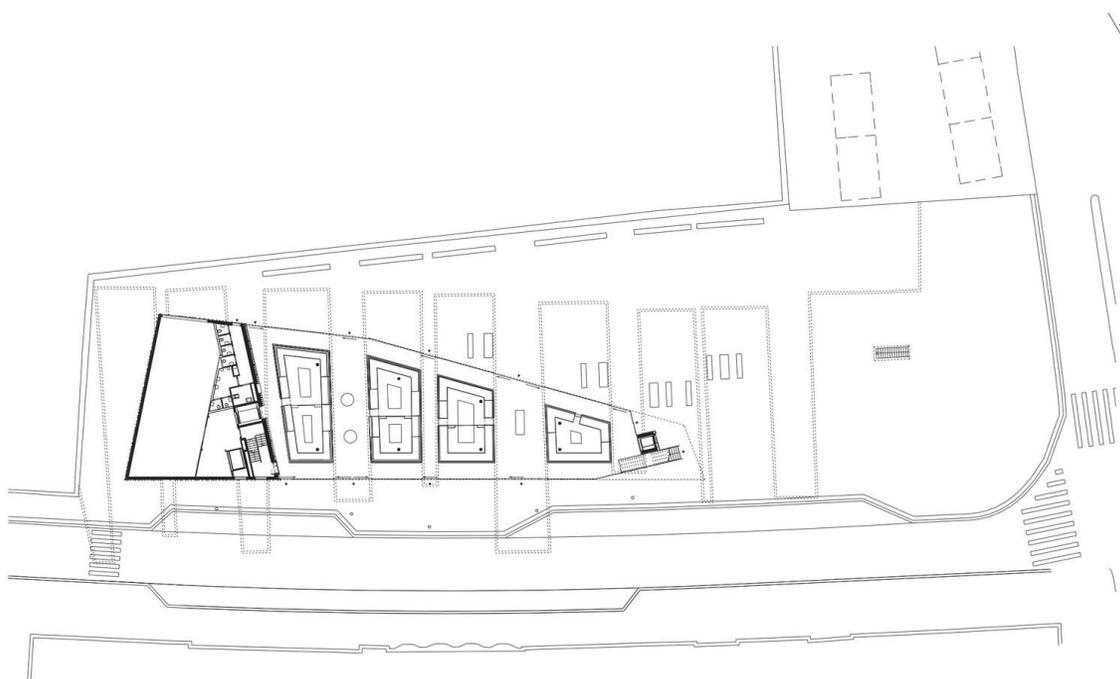
Desde la perspectiva de un peatón, los primeros 5 metros de la fachada determinan la conexión y la segregación en el espacio público. La fachada acristalada transparente en la primera planta entrega la vista hacia el patrimonio cultural mediante la sala de mercado.”



Fuente: (Plataforma Arquitectura, Mercado Bergen, 2016)

Análisis Funcional del proyecto

Un punto importante que se toma en cuenta en el proyecto es que entrelaza la parte pública con la parte privada vinculando al mercado con su contexto inmediato haciendo uso de una fachada acristalada a escala del peatón permitiendo una comunicación más abierta que abraza a los locales y turistas que transitan por el sector.



Fuente: (Plataforma Arquitectura, Mercado Bergen, 2016)

Mercado municipal de Pinhal Novo

Datos generales

Arquitectos: Silva Dias Arquitectos

Ubicación: 2955 Pinhal Novo, Portugal

Área: 2075.0 m²

Año Proyecto: 2009

Objetivos del proyecto

(Plataforma Arquitectura, Mercado municipal de Pinhal Novo, 2006) “El objetivo principal de este mercado municipal es contribuir a reforzar la centralidad de la Plaza de la

Independencia. Como proyecto innovador busca proporcionar visibilidad sin discriminación para todos los puestos, la nave central funciona como espacio polivalente donde la comunidad puede desarrollar diferentes actividades como exposiciones, ferias, desfiles entre otros. Este espacio no solo está destinado para su funcionalidad, sino que también es un espacio confortable, especialmente iluminado por luz natural cenital y parietal filtrada a través de rejillas horizontales de madera.

La conformación del espacio al igual que la elección y el uso de materiales, que reflejan la organización espacial, buscan despertar en el usuario una experiencia sensorial. Este espacio busca reflejar dinamismo pero al mismo tiempo y sin contradicción ofrece también un cierto grado de serenidad, en particular debido a la claridad espacial y el rigor de su diseño”

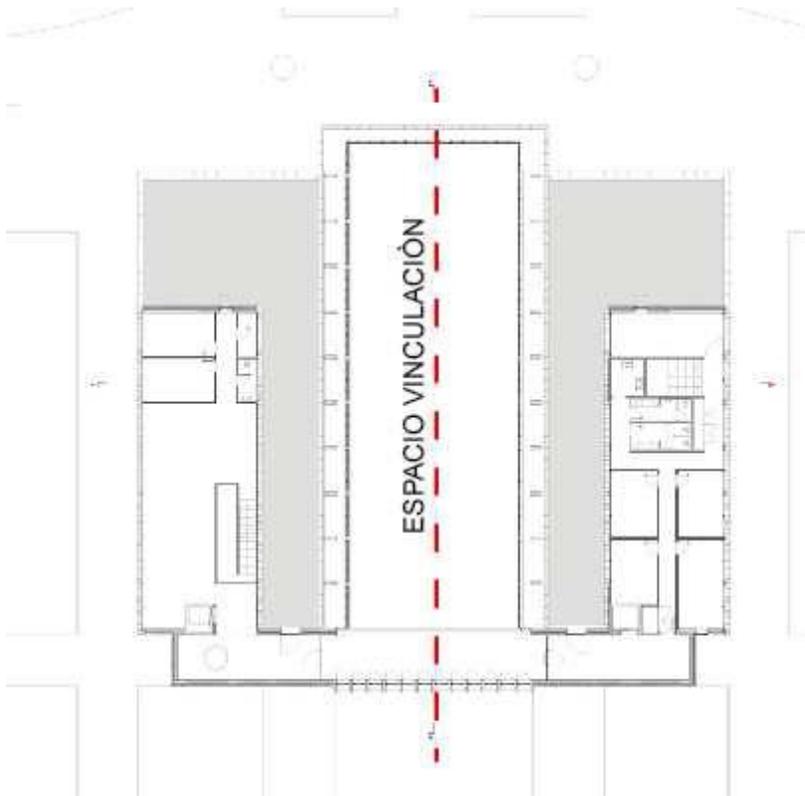


Fuente: (Plataforma Arquitectura, Mercado municipal de Pinhal Novo, 2006)

Análisis Funcional del proyecto

El proyecto está definido por la estrategia de integrar otro tipo de actividades que no son de tipo comercial pero que potencia la afluencia de posibles compradores para el mercado

logrando que este centro de intercambio comercial desarrolle actividades culturales como exposiciones variadas todo el tiempo. Además que el centro donde se desarrollan exposiciones permite al usuario observar con facilidad el movimiento comercial de todo el mercado. La disposición de sus fachadas hace juicio a la necesidad de filtrar la luz solar para una correcta iluminación al proyecto.



Fuente: (Plataforma Arquitectura, Mercado municipal de Pinhal Novo, 2006)

6.6.2. DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO



Gráfico N°24: Delimitación del área de estudio
Elaborado por: John Silva

6.6.2.1. TERRENO

El proyecto se encuentra emplazado en un terreno con pendiente mínima de 1 metro, así como su entorno inmediato ubicado en una zona plana lo cual condiciona la geomorfología de la zona.



Gráfico N°25: Terreno
Elaborado por: John Silva

MATRÍZ DEL CONTEXTO – DIAGNÓSTICO ESPACIAL						
		CARACTERÍSTICAS				
N A T U R A L		VIENTOS PREDOMINANTES	VIENTOS ALISOS DE SUR-ESTE A NOR-OESTE			
			SUBE POR LA AVENIDA ALBERTO Z. Y PASA POR LA CALLE ZAMORA			
		ASOLEAMIENTO	SOL SALE POR EL ESTE Y SE OCULTA POR EL OESTE			
			OCURRE POR LA FACHADA DE LA AV. LOS PINDOS HACIA LA FACHADA DE LA CALLE MORONA SANTIAGO			
		PAISAJE	NATURAL RIO PINDO GRANDE Y MONTAÑAS			
			ARTIFICIAL – CIUDAD DE PUYO			
TOTAL MEDIO FÍSICO NATURAL						
F Í S I C O A R T I F I C I A L	TERRENO	ÁREA	6561.08 M2			
		GEOMETRÍA	REGULAR			
	INFRAESTRUCTURA			ESTADO		
			EXISTE	EXCELENTE	BUENO	MALO
		AGUA POTABLE	X		X	
		ENERGÍA ELECTRICA	X			X
		ALCANTARILLO	X		X	
	VÍAS	ADOQUINADAS – ASFALTADAS				
FUNCIONALIDAD	JERARQUÍA VIAL	VÍAS PRINCIPALES	AV. ALBERTO ZAMBRANO			
		VÍAS SECUNDARIAS	AV. LOS PINDOS, CALLE ZAMORA, CALLE MORONTA SANTIAGO			
	TRANSPORTE PÚBLICO	LÍNEA: ORQUIDEA AMAZÓNICA, CORDERO GUERRA RUTA: CENTRO- SANTO DOMINGO,				

			TARQUI.	
		MORFOLOGÍA PREDOMINANTE	ALTURA DE EDIFICACIONES DE 1,2, 3, 4, 5 PISOS	
	RECREACIÓN	ÁREAS VERDES	CANCHAS DEPORTIVAS “ EL DORADO”	
	TOTAL MEDIO FÍSICO ARTIFICIAL			
S O C I A L	CONSUMO	VIVIENDAS	UNIFAMILIAR	
			MULTIFAMILIAR	
		EDUCACIÓN	COLEGIO	PÚBLICO
		RELIGIÓN	IGLESIA “JESÚS DEL GRAN PODER”	
		SERVICIO	SUB-CENTRO DE SALUD”EL DORADO”	
TOTAL MEDIO SOCIAL				

Tabla N°15: Matriz del Contexto

Fuente: Elaboración propia

6.6.2.2. ESTUDIO URBANO DEL SECTOR INMEDIATO

Estudio del contexto inmediato del caso de estudio: mercado “El “Dorado” busca analizar la relación existente con los diferentes aspectos que pueden influir en el caso de estudio y también como se puede complementar con las funciones ya establecidas en el sitio.

Usos de Suelo



USOS DE SUELO	
Detalle	N°
Vivienda	185
Comercio	50
Salud	2
Educación	9
Religión	3
Baldíos	17

Tabla N°16: Usos de Suelo

Gráfico N°26: Usos de suelo
Elaborado por: John Silva

Análisis

Se puede deducir que dentro del área de estudio predomina la vivienda con un 70%, comercio con un 19%, seguido de baldíos con un 6%, al contrario de los usos como educación con un 3%, mientras que salud y religión con el 1%.

Interpretación

En consecuencia el comercio ocupa el segundo lugar del muestreo realizado, el cual se desarrolla en días feriados como: sábados y domingos, mientras que en las afueras del sector se evidencia un gran porcentaje de residencia, lo que nos da a entender que funciona más como un barrio dormitorio. Los usos como salud y religión cumplen con las necesidades de la zona.

Altura de Edificaciones

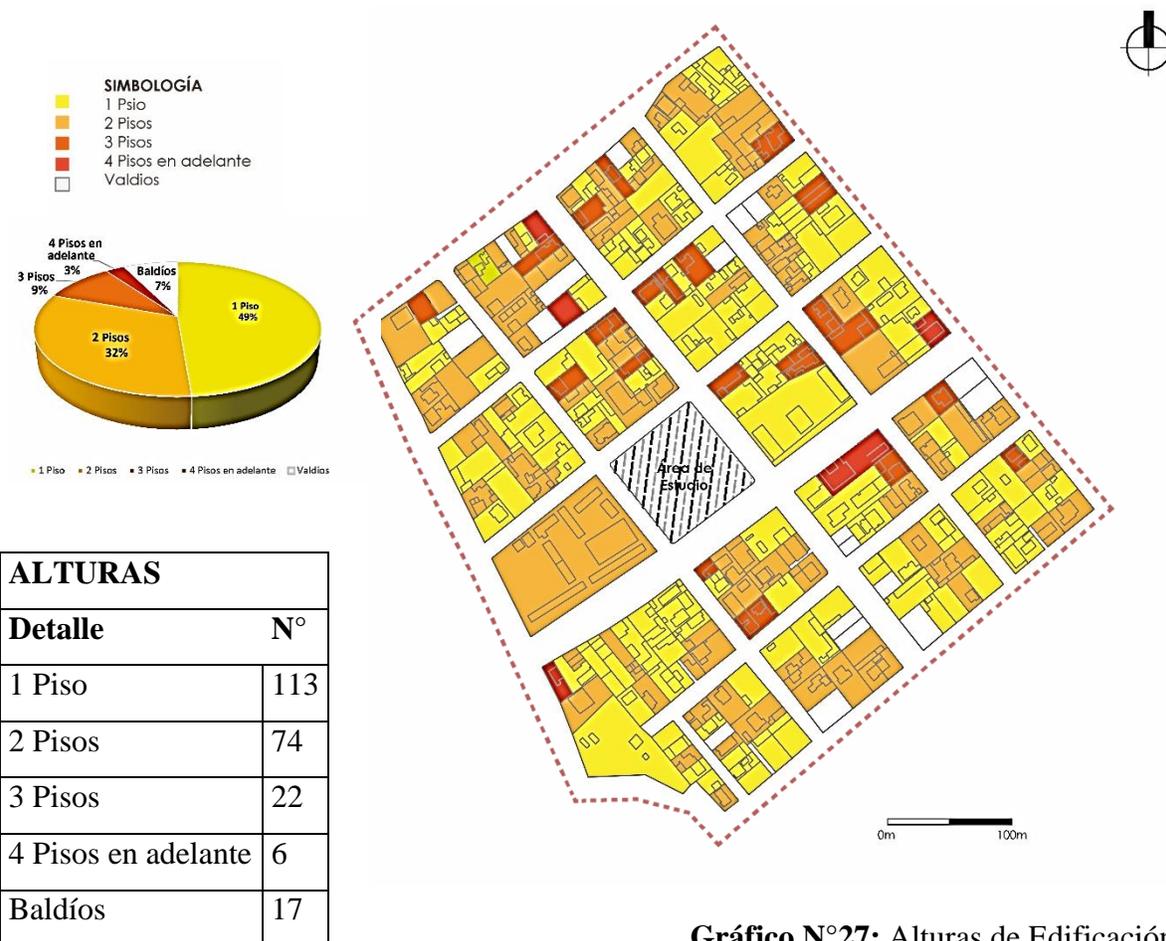


Tabla N°17: Altura de Edificaciones

Gráfico N°27: Alturas de Edificación
Elaborado por: John Silva

Análisis

Se ha podido deducir que dentro del área de estudio predominan las viviendas de 1 piso con el 49%, seguido por las de 2 pisos con el 32%, las viviendas de 3 pisos con el 9%, mientras que lotes baldíos con el 7%, al contrario de las viviendas de 4 pisos en adelante con el 3%.

Interpretación

En consecuencia el estudio realizado justifica el número de pisos que tendrá la infraestructura de intercambio comercial. El sector se encuentra en proceso de consolidación, los lotes baldíos adyacentes al área de estudio con una previa planificación pueden ser ocupados como plazas o áreas recreacionales a futuro.

Llenos y Vacíos

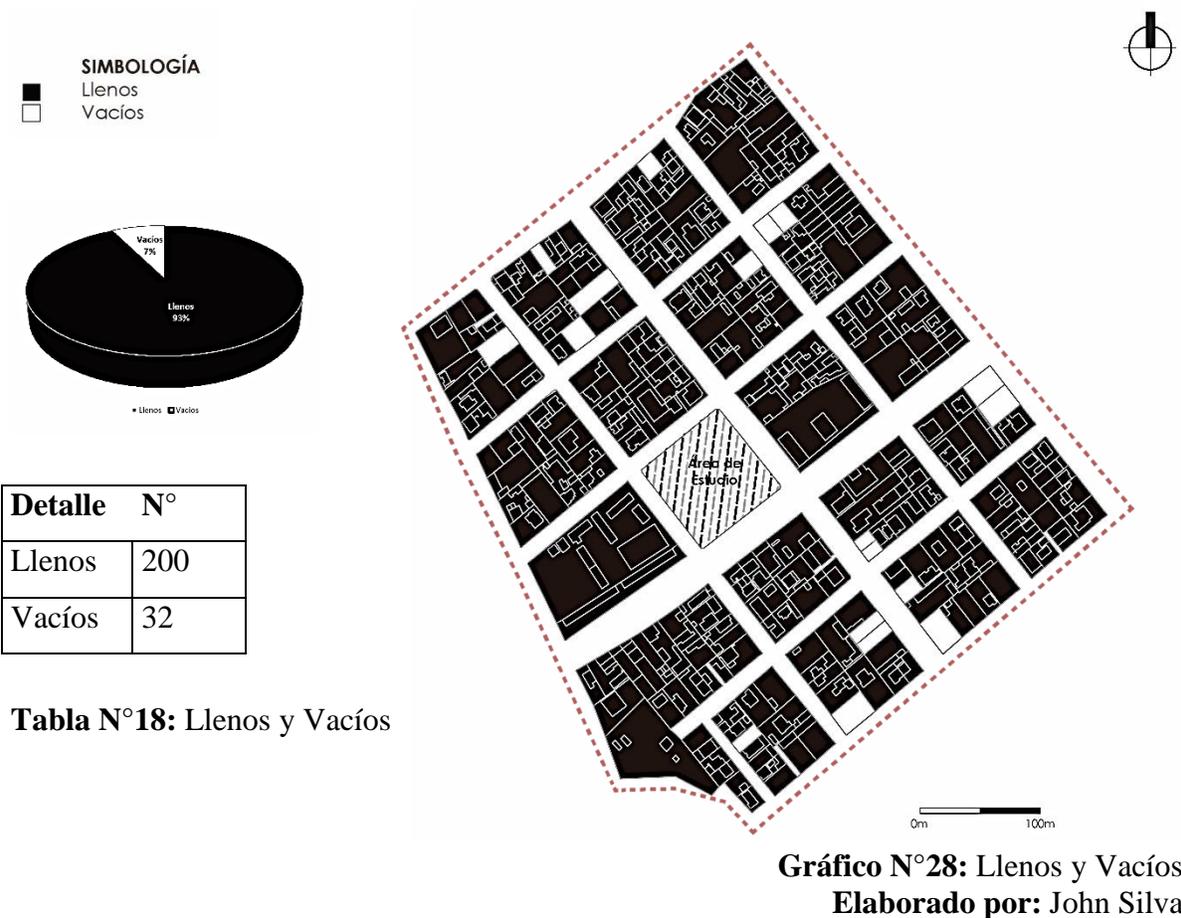


Tabla N°18: Llenos y Vacíos

Análisis

Se ha podido deducir que dentro del área de estudio predominan los espacios llenos con un 93%, mientras que los vacíos urbanos tienen un 7%.

Interpretación

Se concluye que el estudio de llenos y vacíos nos ayuda a determinar la densidad del sector, del cual se dedujo que es un área casi compacta debido a que la zona de estudio se encuentra ubicada en la parte céntrica de la ciudad.

Movilidad

SIMBOLOGÍA
Doble Vía
Una Vía
Recorrido Interparroquial

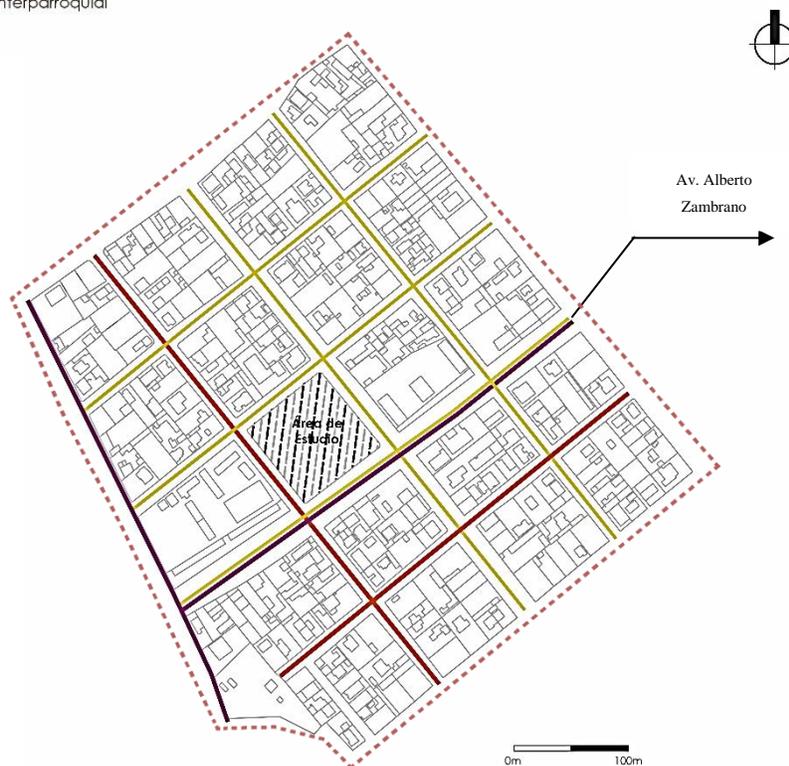


Gráfico N°29: Movilidad

Elaborado por: John Silva

Análisis

En consecuencia la movilidad en el sector es reducida para personas que sufren de alguna discapacidad, limitándolos en la accesibilidad. Prácticamente se da más preferencia al vehículo que al peatón y ciclistas.

En la Av. Alberto Zambrano existe un mayor flujo debido a que es un eje comercial que atrae tráfico y por ende ocasiona congestión, a diferencia de las demás vías que no existe demasiado movimiento debido a que el sector cuenta con un elevado número de viviendas siendo una zona residencial.

Servicios



Gráfico N°30: Ubicación Ecuador
Elaborado por: John Silva

El área de estudio al ubicarse en una zona residencial de la ciudad y al estar mayormente consolidada cuenta con todos los servicios como alcantarillado, energía eléctrica y agua potable como se puede apreciar en la imagen.

Imagen Urbana



Gráfico N°31: Imagen del Sitio
Elaborado por: John Silva

Dar a conocer las cualidades del área de estudio, a través de los principales equipamientos que existen: la Casa de la Balsa es una microempresa comercial dedicada a la venta de artesanías, siendo considerada como un hito representativo de la ciudad.



La venta de caña de azúcar y sus derivados han sido una tradición de años que se viene haciendo por varios comerciantes, además que resulta muy atractivo para los turistas que visitan la región, además esta actividad se refuerza con la afluencia de turistas que también visitan la casa de la balsa que se ubica frente a la venta de cañas.



El sector del barrio “El Dorado” se caracteriza por tener afluencia de turistas, principalmente por la venta de cañas de azúcar ya la casa de la balsa, además tiene afluencia de moradores de la zona por las canchas deportivas, juego de niños y por el mercado “El Dorado”, cabe mencionar que estos edificios representativos están emplazados con frente a la Av. Alberto Zambrano que tiene la particularidad de tener varias tipologías de comercio a lo largo de todo su recorrido.

6.6.2.3. ASOLAMIENTO

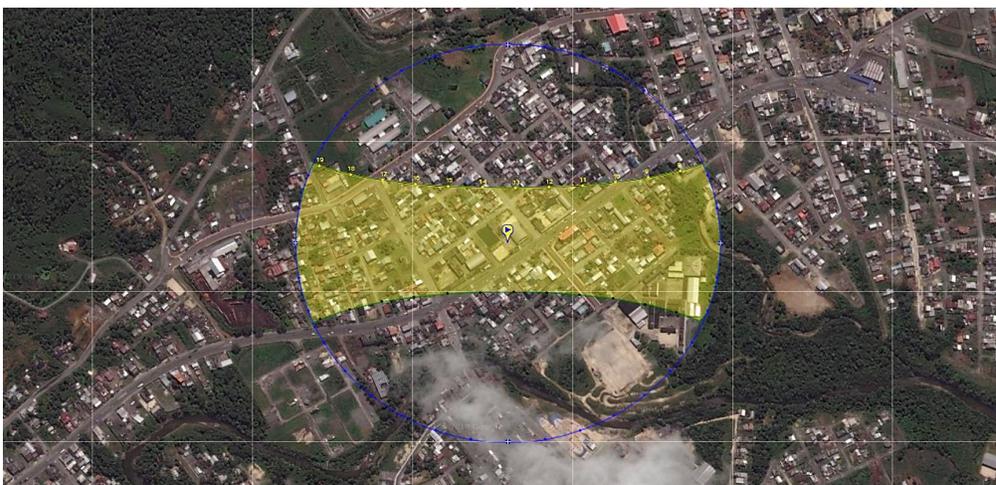


Gráfico N°32: Carta Solar
Elaborado por: John Silva

El presente estudio de asoleamiento y geometría solar pretende analizar la influencia solar en diferentes partes del edificio para la orientación de espacios y la caracterización constructiva.

Solsticio de verano (21 de Junio)

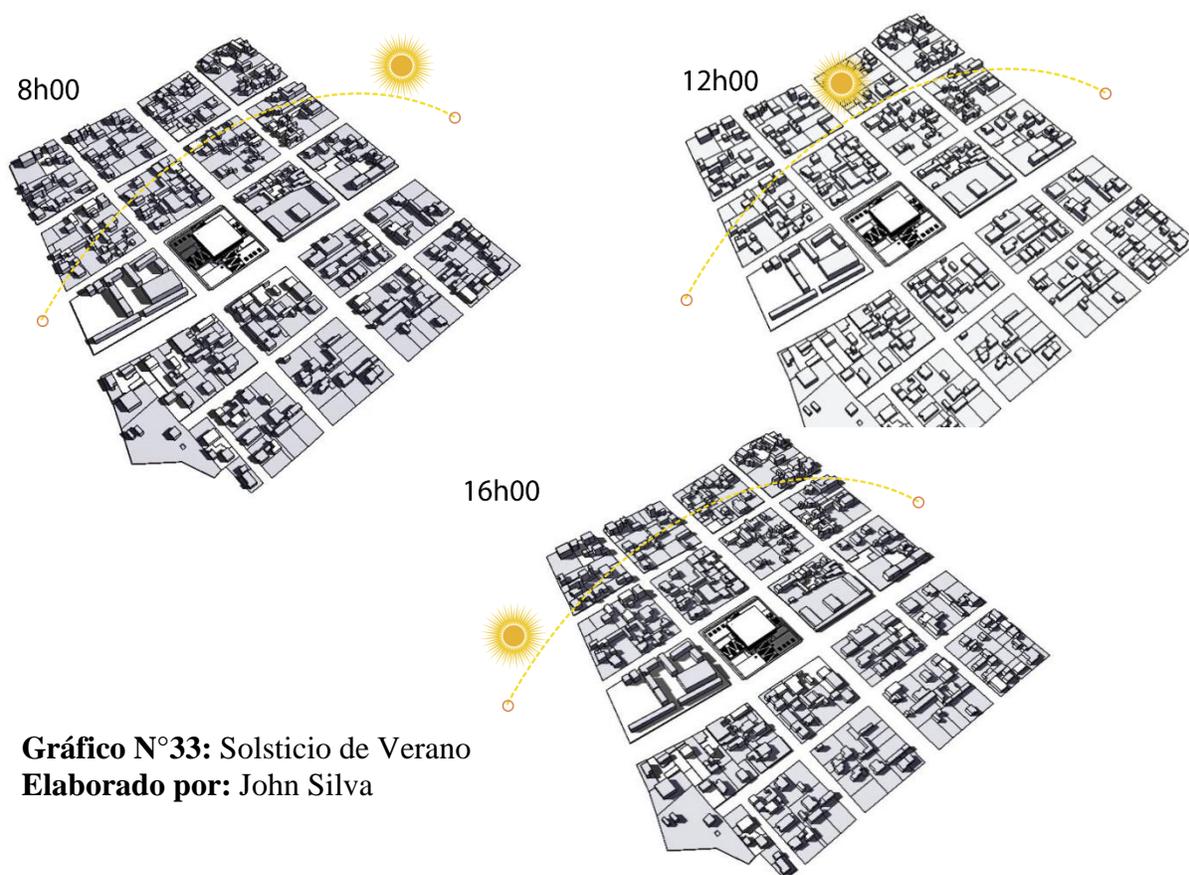


Gráfico N°33: Solsticio de Verano
Elaborado por: John Silva

Con el cálculo de las sombras del edificio y las edificaciones aledañas se determina el control lumínico y además las transparencias o la ocupación de traslucidos que puedan tener las fachadas del proyecto.

Teniendo en cuenta una de las estrategias del edificio que es la transparencia para que se puedan observar las actividades comerciales del mismo, se analiza cuáles son las posibilidades de abrir visualmente al edificio sin poner en riesgo de deslumbramiento y a la vez evitar el efecto invernadero que pudiera ocasionarse, para esto se resuelve estratégicamente con la utilización de quiebra-soles que no limiten a la visual necesaria para el Mercado.

6.6.2.4. VIENTOS

La Ciudad de Puyo es afectada principalmente por los vientos alisos que recorren la amazonia ecuatoriana de Sur-este a Nor-oeste, la dirección de estos vientos va descargando humedad mientras se dirigen a los andes.

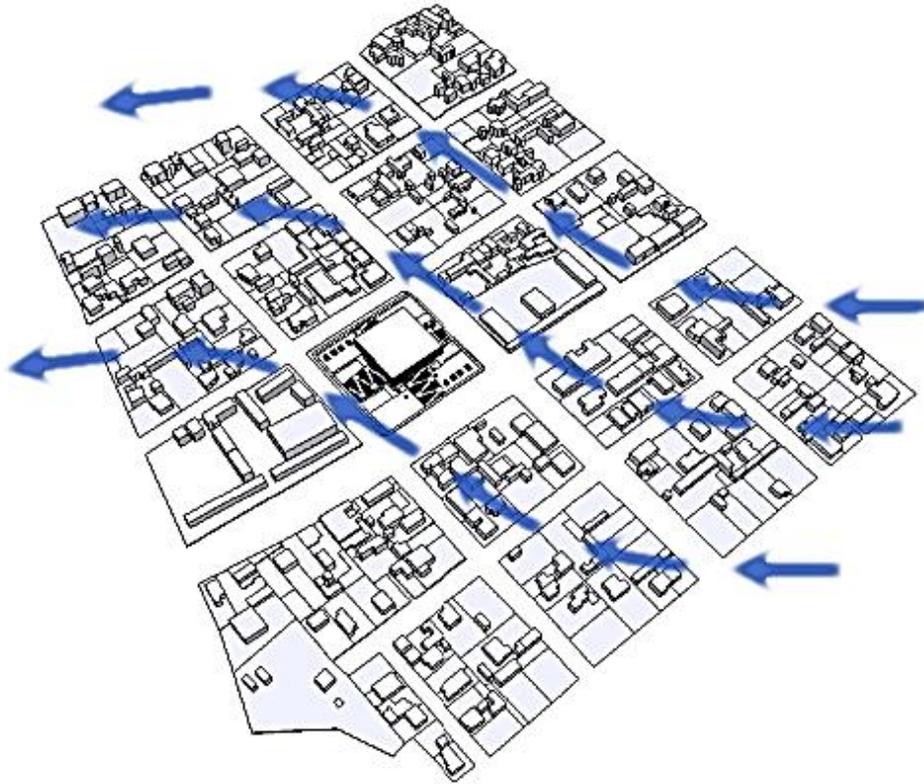


Gráfico N°34: Vientos
Elaborado por: John Silva

ESTADO ACTUAL DEL MERCADO EL DORADO

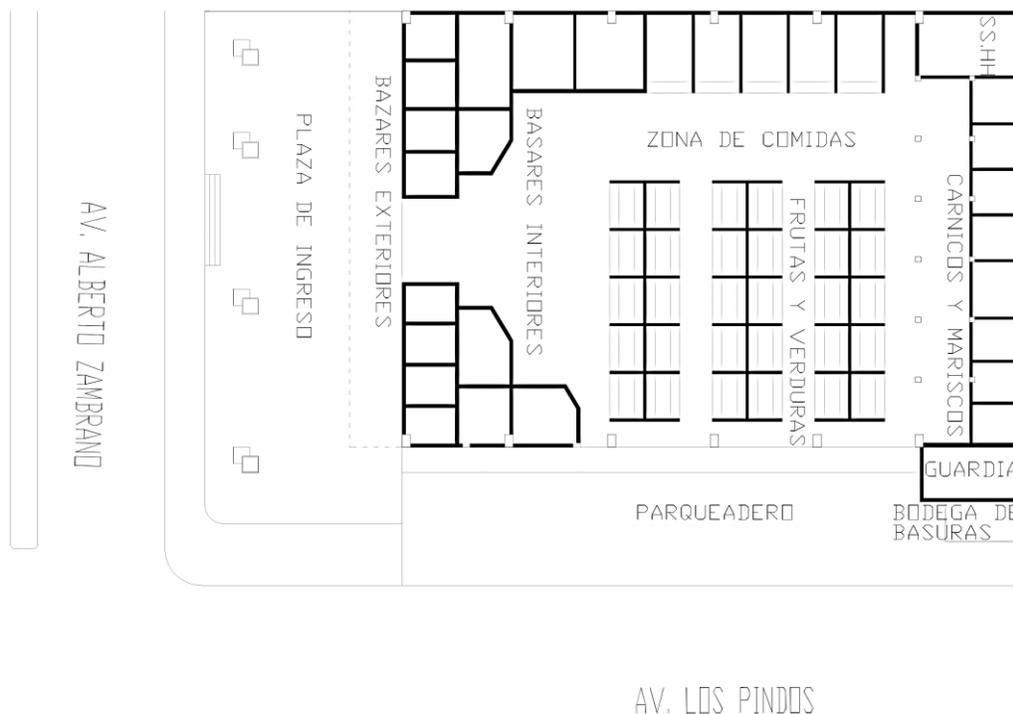


Gráfico N°35: Plano estado actual
Elaborado por: John Silva

Los parqueaderos para el mercado el Dorado obstaculizan el ingreso que más ocupan los compradores.

Se puede observar que los bazares internos que se encuentran en el ingreso del mercado la gran mayoría tienen una adecuada venta a diferencia de los locales internos que están abandonados.

Se puede observar que muchos de sus zonas son improvisadas, como la bodega de desechos, la garita del guardia, los parqueaderos no están definidos, no existe diferenciación entre parqueaderos de abastecimiento de para el mercado.

A continuación, se detallan las condiciones de cada zona y ambiente del mercado.

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO						
	FICHA DE OBSERVACIÓN-DIAGNÓSTICO DEL MERCADO EL DORADO						
Elaborado por: John Silva			LOCALIZACIÓN				
Fecha: Agosto de 2018			Provincia: Pastaza		Cantón: Pastaza		Ciudad: Puyo
Régimen de propiedad: Municipal			Parroquia: Puyo		Barrio: El Dorado		
Áreas		Existe		Condiciones			Observaciones
Zona	Ambientes	Si	No	Excelente	Bueno	Malo	
Unidad esencial	Frutas y verduras	X			X		Espacio sin medidas adecuadas según normativas requeridas.
	Carnicerías lácteos	X			X		
	Granos harinas	X	X			X	Espacio sin medidas adecuadas según normativas requeridas.
	Vestimenta	X				X	Inadecuadas
	Locales de comida						Inadecuadas
	Patio de comida						

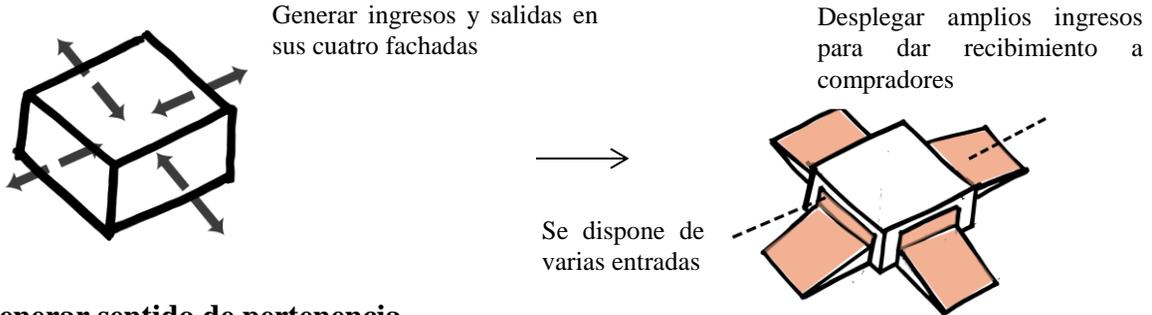
Unidad operativa	Secretaria	X				X	No existe
	Administrador	X			X	X	Inadecuadas
	Contabilidad	X					Espacio sin medidas adecuadas según normativas requeridas.
	Sala de reuniones	X			X		Inadecuadas
	Sanitarios	X				X	
Servicios complementarios	Guardianía	X	X			X	Inadecuadas
	Patio de basura		X				Espacio sin medidas adecuadas según normativas requeridas.
	Bodega de almacenamiento						No existe
	Bodega de limpieza						No existe

	Estacionamiento clientes						
	Lavadero						
Servicios generales	Plaza de acceso						
	Estacionamiento clientes						
	Patio de maniobras						No existe
	Cuarto de maquinas	X				X	
	Sanitarios públicos	X	X			X	No existe
	Guardería	X				X	No existe
	Cancha de césped sintético		X				
	Juego de niños		X				No tienen motor de suministro de energía, en caso de emergencia
	Cancha de uso múltiple						

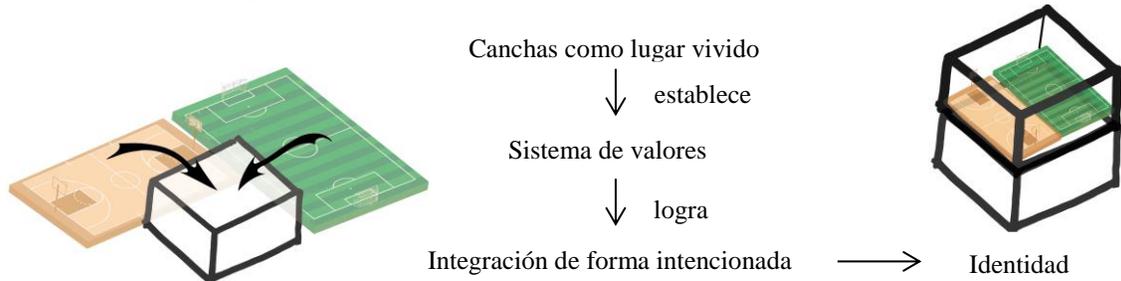
Tabla N°19: Diagnóstico del mercado el dorado
Elaborado por: John Silva

6.6.3. PARTIDO ARQUITECTÓNICO

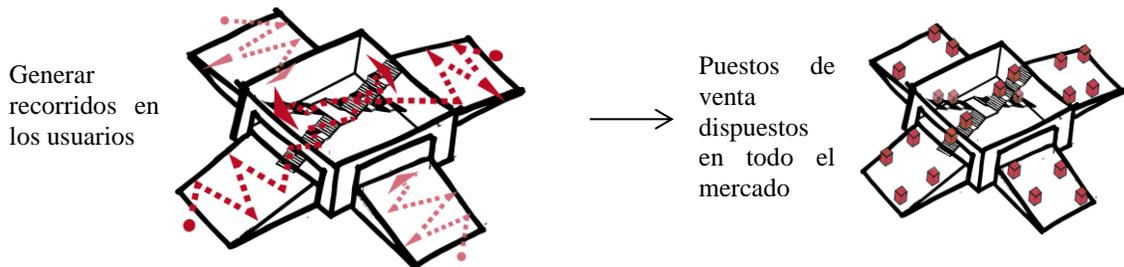
Invitar al usuario



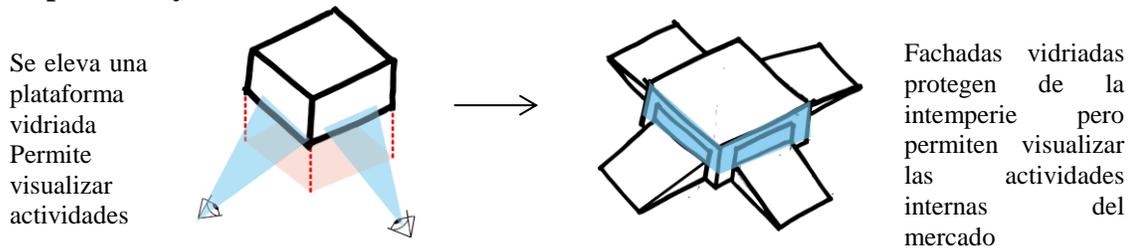
Generar sentido de pertenencia



Incentivar a comprar



Transparencia y actividades



Aporte espacio público al sector

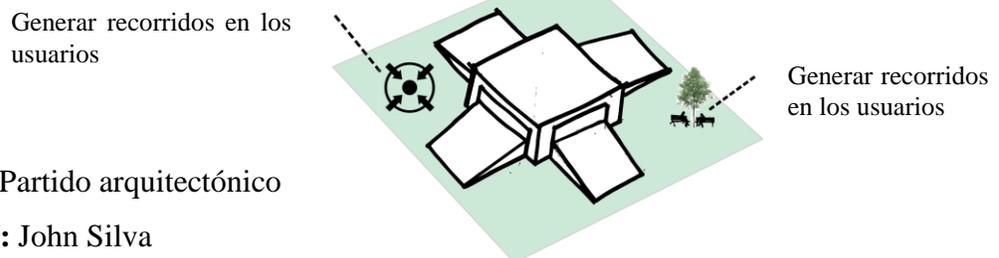


Gráfico N°36: Partido arquitectónico

Elaborado por: John Silva

6.6.4. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Como resultado de la investigación de las zonas necesarias para el mercado se realiza el siguiente programa arquitectónico

ZONA	SUB ZONA	ACTIVIDAD	MOVIILIARIO	UNIDAD	# DE PUESTOS	INSTALACIONES		VENTILAIÓN		ILUMINACIÓN		AREA (m2)
						ELECT.	HIDROS.	NAT.	ART.	NAT.	ART.	
UNIDAD ESENCIAL	frutas y verduras	comprar, vender	mostrador	1	18	X	X	X		X	X	280
	carnicerías y lácteos	comprar, vender	mostrador, congelador	1 1	14	X	X	X		X	X	280
	granos y harinas	comprar, vender	Mostrador, Estanterías	1 1	14	X		X		X	X	200
	vestimenta	comprar, vender	Mostrador, Estanterías	1 1	13	X		X		X	X	280
	locales de comida	vender comida	mesones, estanterías lavabo	1 1 1	10	X	X	X		X	X	100
	patio de comida	alimentación de clientes	comedores, sillas	20 40	30	X		X		X	X	200
UNIDAD OPERATIVA	secretaria	atención al cliente	escritorio, Archivo sillas	1 1 3	1	X		X		X	X	15
	administrador	administrar, atención al cliente	escritorio, Archivo sillas	1 1 3	1	X		X		X	X	15
	contabilidad	control de gastos y pagos	Escritorios, Archivos y sillas	1 1 3	1	X		X		X	X	15
	sala de reuniones	reunir, informar	mesa, sillas, pizarrón	1 6 1	1	X		X		X	X	15
	sanitarios	necesidades fisiológicas	lavamanos, inodoros	1 1	2	X	X	X		X	X	8
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	guardiania	seguridad al mercado	escritorio, estanterías lavamanos, inodoros	1 1 1 1	1	X		X		X	X	10
	patio de basura	Depositar basura			1	X	X		X	X	X	15
	bodega de almacenamiento	estanterías			1	X	X			X	X	15

	bodega de limpieza	guardar		2	X	X			X	X	8		
	lavadero	lavado de frutas y hortalizas	lavaderos	2	X	X	X		X	X	9		
SERVICIOS GENERALES	plaza de acceso	Caminar, estar, distribuir	Bancas, jardineras	4 3	4	X		X		X	X	500	
	estacionamiento clientes	Parquear vehículos de clientes		20	37	X		X		X	X	700	
	patio de maniobras	Cargar y descargar mercaderías			1	X			X	X	X	500	
	cuarto de maquinas	Control y mantenimiento de maquinaria	Bomba hidroneumática	1									
			Tableros eléctricos,	1	1	X	X			X	X		15
			planta eléctrica de emergencia	1									
	sanitarios públicos	Aseo personal, necesidades fisiológicas	lavamanos, inodoros urinarios	5 5 2	3	X	X	X		X	X	200	
	guardería	descansar, estar, jugar	estanterías,	2									
			colchonetas	2									
			, juegos	3	1	X	X	X		X	X		50
			lavamanos, inodoros	2 2									
cancha de césped sintético	recreación			1	X	X	X		X	X	500		
juego de niños	recreación			1	X		X		X	X	300		
cancha de uso múltiple	recreación, actividades varias			1	X		X		X	X	400		
SUMA DE ÁREAS											4630		
15% CIRCULACIÓN											914		
15% MAMPOSTERIA											913		
AREA TOTAL											6457		

Tabla N°20: Programa Arquitectónico
Elaborado por: John Silva

6.6.5. ASPECTOS FUNCIONALES

El actual mercado no fue creado en concordancia con la planificación arquitectónica que contenga el diseño técnico para el avance de la urbanización de la ciudad del Puyo, que aporte al crecimiento organizado de la urbe, pues en el desarrollo urbanístico de la ciudad el mercado el Dorado se encuentra alejado de los equipamientos mayores y la presencia de los tres mercados más concurridos de la ciudad, hacen que el mercado el Dorado se encuentre relegado de las dinámicas comerciales, sin embargo la expansión urbana y la ocupación residencial en la zona que recibe el mercado el Dorado se encuentra en proceso de consolidación. Esto evidencia la urgencia de plantear una reestructuración en la estrategia comercial y en consecuencia de la infraestructura del mercado.

El objetivo del nuevo edificio del Mercado Municipal “El Dorado” es contribuir a reforzar el nuevo polo comercial y de abastecimiento para la parte sur y oeste de la ciudad. Para ello además de la parte comercial se busca reforzar la afluencia de posibles compradores a través de la disposición de puestos de mercado a través de un recorrido obligatorio que remata en la zona de recreación y juegos que actualmente funcionan a lado del mercado sin establecer relación.

El mercado establece una relación cliente vendedor que caracteriza al intercambio comercial tradicional de la región como se observa en la actualidad en el mercado de los plátanos, donde el comprador tiene visibilidad a todos los puestos sin interrupción de muros y en una sola planta, estableciendo empatía con sus vendedores, es así que el mercado reinterpreta una intensión de permeabilidad y visibilidad destruyendo elementos que limiten la visibilidad a los puestos tanto interior como exteriormente. Bajo esta premisa se presenta un proyecto que invita recorrerlo, visitarlo y de manera identitaria del lugar.

6.6.5.1. ZONIFICACIÓN

La zonificación de mercado “El Dorado muestra la distribución de los espacios arquitectónicos en los sitios más adecuados según los requerimientos y necesidades, tomando en cuenta la disposición y circulaciones con las demás zonas de funciones complementarias.

Unidad esencial: En esta zona se dispone la parte comercial del mercado que vienen a ser las diferentes tipologías de puestos de venta del mercado, la mayor parte de esta zona se distribuye en la primera planta habitable ubicada en el nivel +5.00 enmarcada por ingresos de sus 4 fachadas, aquí se encuentran las sub-zonas de frutas y verduras, carnicerías y lácteos, granos y harinas, y los puestos de vestimentas.

Adicionalmente existen puestos comerciales con la temática de ventas artesanales en cada nivel del edificio empezando por los ingresos, en los descansos de las gradas internas y finalmente en la zona recreativa que funciona como polo de afluencia generando un recorrido comercial por todas las zonas del mercado.

En esta zona también se toma en cuenta a los locales de comida que muestran dos tipologías, la primera ubicada debajo de las rampas del ingreso que permiten estar en el exterior del edificio, y la zona de comidas ubicada en la segunda planta habitable con patio de comida confortable y con vista al exterior y al movimiento del mercado.

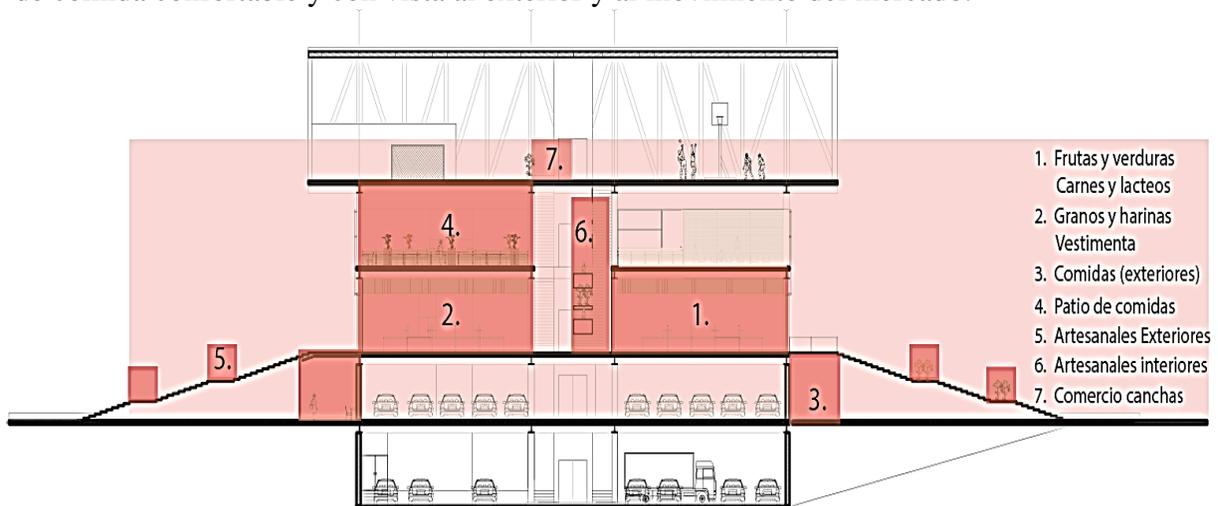


Gráfico N°37: Unidad Esencial
Elaborado por: John Silva

Unidad operativa: Esta zona permite administrar todas las funciones del mercado y cuenta con una sala de esperas para atención al cliente, adicionalmente están las oficinas de la secretaria, del administrador del mercado, contabilidad, una sala de reuniones y dos sanitarios necesarios para el personal.

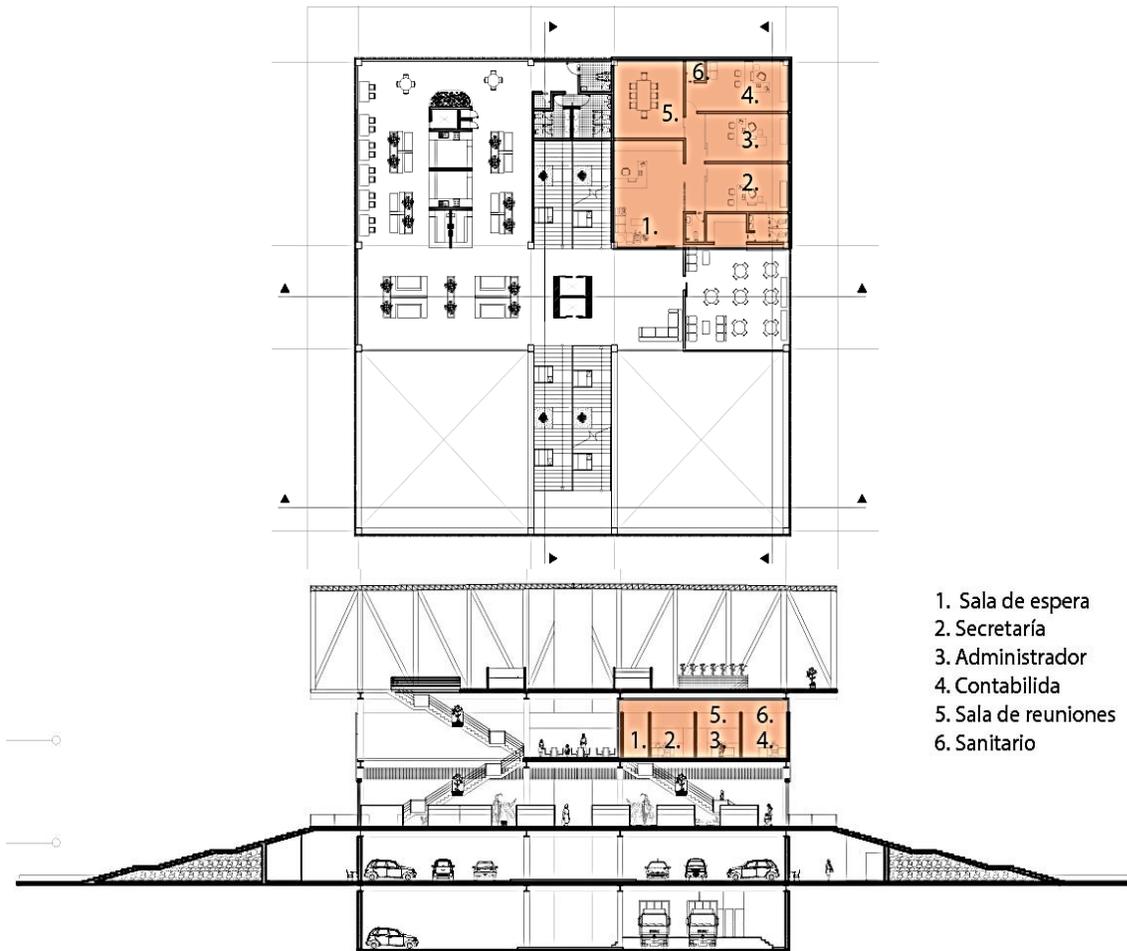


Gráfico N°38: Unidad Operativa
Elaborado por: John Silva

Servicios complementarios: Es la zona que constituye un servicio indispensable para el correcto funcionamiento del mercado ubicado en su mayoría en el subsuelo al nivel -5.00 en el piso de carga y descarga, como es el patio de basuras, los lavaderos y la bodega de mantenimiento, adicionalmente esta la guardianía en el ingreso del mercado.

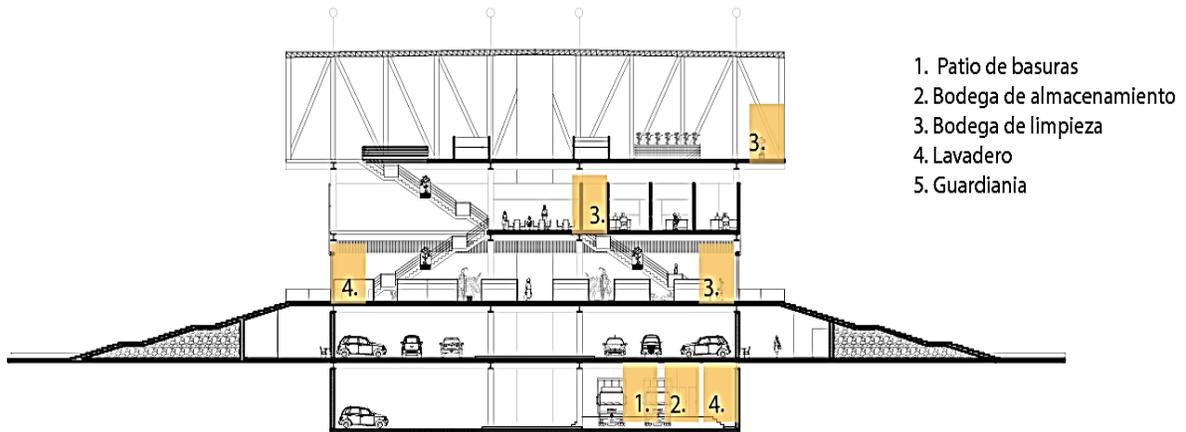
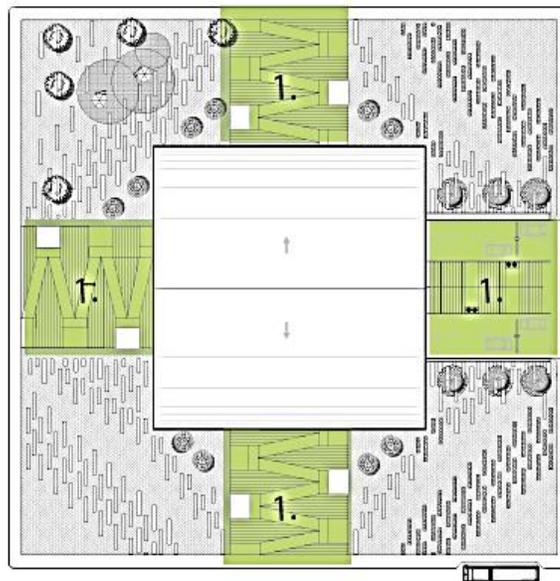


Gráfico N°39: Servicios Complementarios
Elaborado por: John Silva

Servicios generales: Contribuyen a la función integral del mercado integrado por las plazas de acceso, el estacionamiento de clientes, patio de maniobras, cuarto de máquinas, sanitarios públicos ubicados en cada piso habitable por la afluencia del mercado, también está la guardería que nace de la necesidad de las madres que compran en el mercado. En esta zona también se encuentra la parte recreativa que busca reforzar la afluencia de este centro de intercambio comercial.



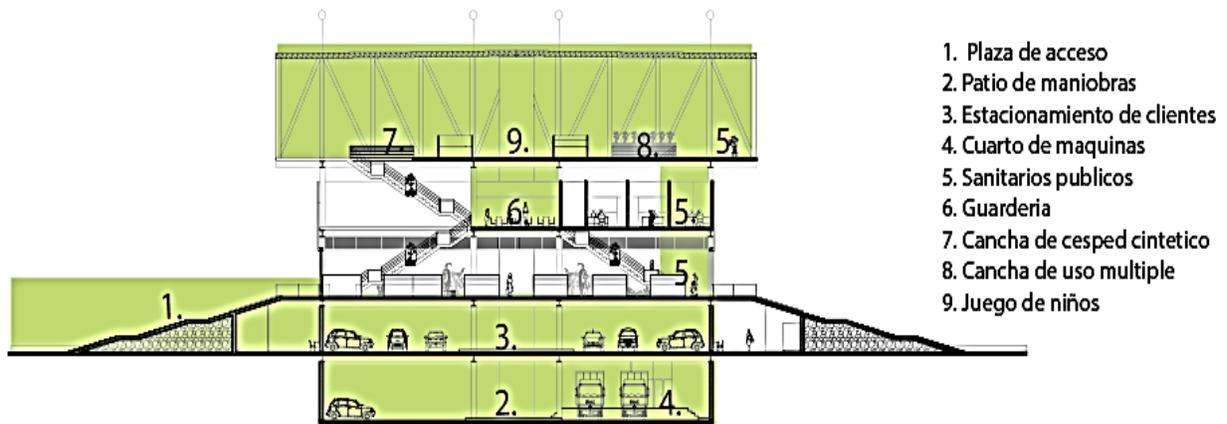


Gráfico N°40: Servicios Generales
Elaborado por: John Silva

Cada zona presenta relaciones y particularidades que se complementan y funcionan de mejor manera con otras zonas que a su vez contribuyen a la permeabilidad del conjunto ya que se puede atravesar el edificio entrando por cualquier ingreso con el que cuenta cada fachada y permite explorar por sus circulaciones ya sean las gradas o el ascensor.

6.6.5.2. RELACIONES FUNCIONALES

El mercado fue concebido para invitar al usuario con accesos en sus cuatro fachadas, agregando diferentes tipologías de comercio que disponen un recorrido fluido a través de su circulación amplia.

El proyecto logro camuflar toda la estructura de servicios y garajes elevando la parte de venta al nivel +-5.00 pero sin descuidar el ingreso inclusivo generando rampas y gradas que garanticen fluidez en todos sus ingresos, aprovechando también que se genera una plataforma de locales visibles para el exterior del proyecto.

El interior del mercado se configura a través de su circulación vertical que mantiene el mismo lenguaje y la misma intención que sus rampas de ingreso, de generar un recorrido comercial fluido para que el usuario se permita observar las distintas ofertas del comerciante mientras cumple su recorrido.

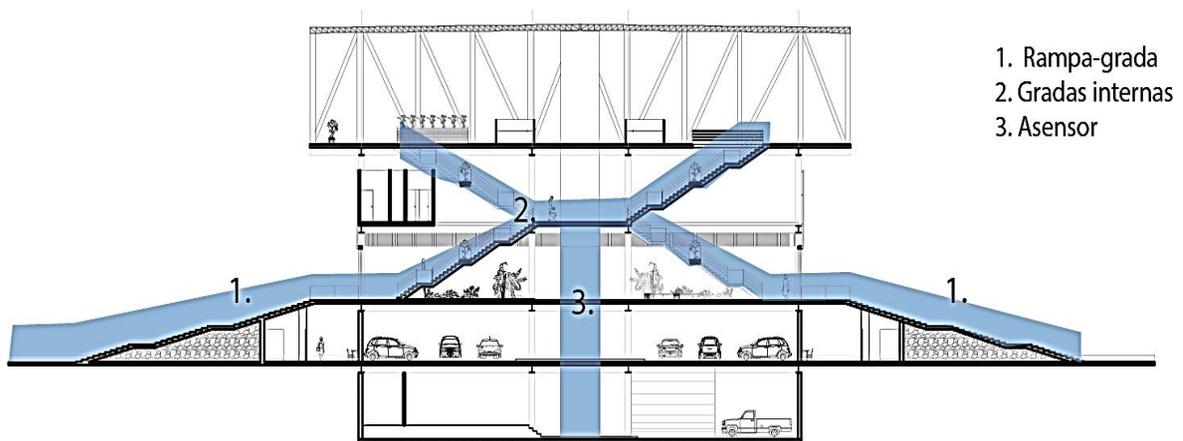


Gráfico N°41: Esquema de Circulación
Elaborado por: John Silva

Esta serie de diferentes tipologías de puestos de venta van distribuyéndose de tal manera que genera un circuito con el fin de invitar a los compradores a adquirir diferentes productos mientras hacen su recorrido potenciando las ventas del mercado.

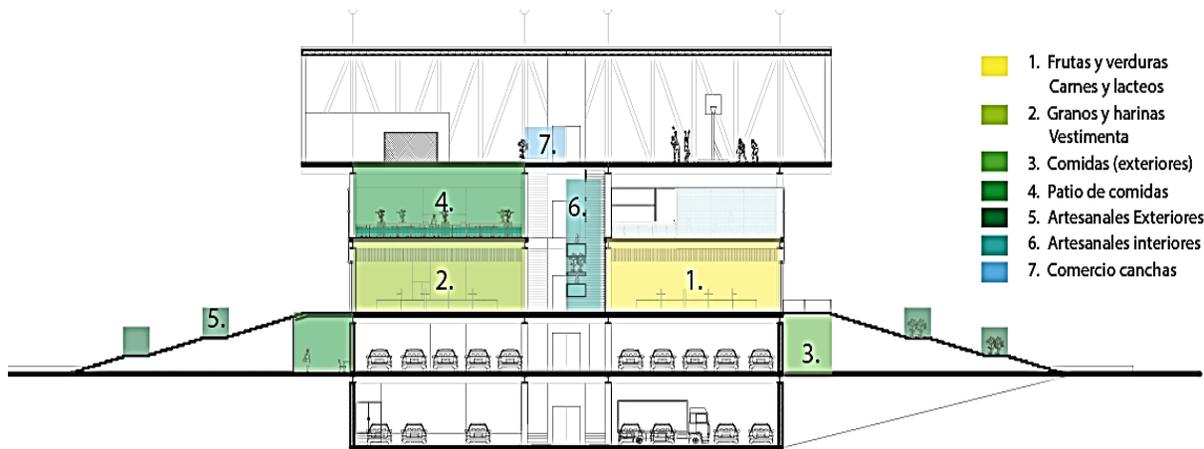


Gráfico N°42: Tipologías Comerciales

Elaborado por: John Silva

Adicionalmente, se plantea dos rampas de acceso y salida vehicular, la primera en el nivel $+0.00$ para uso exclusivo de compradores y el otro acceso a l nivel -5.00 para separar a los camiones y camionetas de carga y descarga permitiendo así una distribución ordenada de afluencia de vehículos del mercado que permite descargar con facilidad los productos sin interrupción y sin congestionar la vía ya que el ingreso es por la avenida los pindos al ser una calle de menor flujo vehicular y perpendicular a la avenida principal Alberto Zambrano facilitando el funcionamiento logístico del mercado.

El número de estacionamientos se ha calculado teniendo en cuenta el área de puestos de venta total del mercado para cumplir con la cantidad necesaria de estacionamientos.

Las decisiones relacionadas con la parte pública ya sean las plazas o el área de recreación que se eleva en el edificio son para obtener una integración y pertenencia por parte de los moradores, ya que responde a las actividades recreativas que funcionan actualmente junto al mercado.

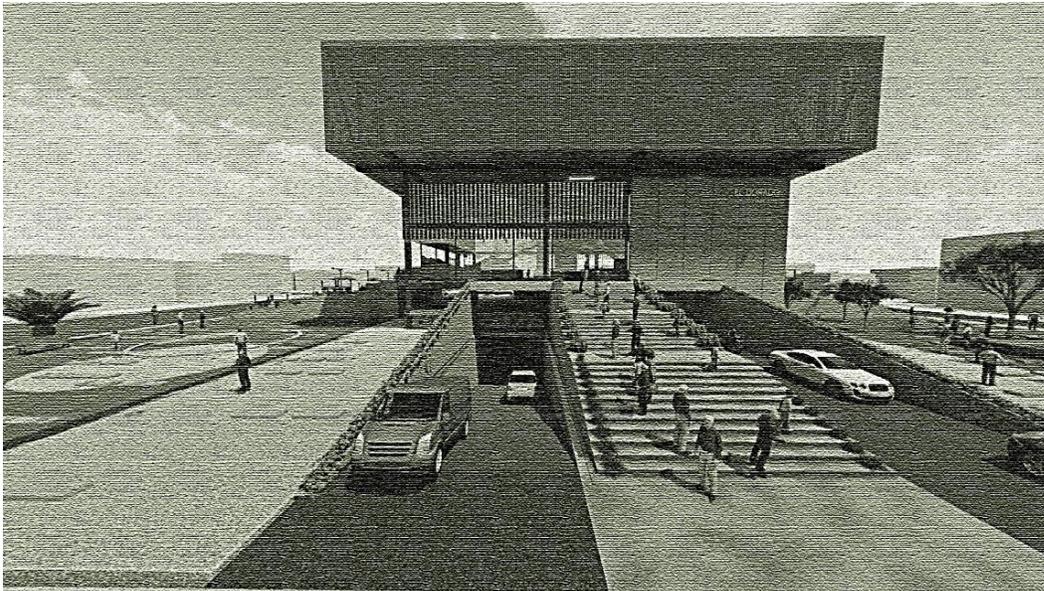


Gráfico N°43: Ingreso Vehicular y Peatonal
Elaborado por: John Silva

La organización de los puestos de venta está dispuesta según el rubro, para que sea fácil orientarse al comprador en relación a las diferentes zonas del mercado, generando un reconocimiento del recorrido que deseen hacer el usuario.

El nuevo concepto del mercado no pretende crear un interior desvinculado con su contexto, sino de proporcionar una protección de la intemperie, el espacio no está dividido.

El proyecto aplica conceptos de iluminación y ventilación natural, así como el uso de quiebra-soles, además el piso de las canchas deportivas despliega cantilivers de 4 metros a cada lado permitiendo la protección de aguas lluvias hacia las fachadas.

El mercado muestra necesidades de ventilación particulares al ser un centro de abastos con diferente tipo de productos, las fachadas rematan en la parte superior de los quiebra-soles y debajo de los cantilivers con un espacio abierto de un metro que permite ventilar a cada espacio del mercado.

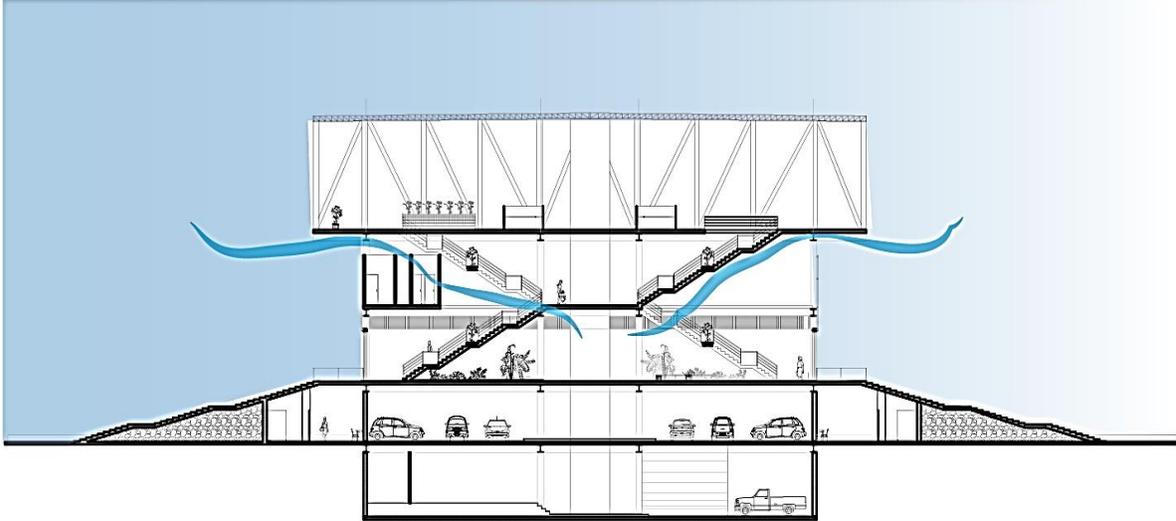


Gráfico N°44: Ventilación
Elaborado por: John Silva

En la esquina de la fachada norte y este se hace necesario poner muro de hormigón que proporciona refugio climático para reforzar la zona de espacios fríos y con la necesidad de congeladoras para la parte de carnes y pescados ya que los puestos con fachadas vidriadas son expuestos a rayos solares protegidos por quiebra- soles que no cuentan con tanta exigencia climática.

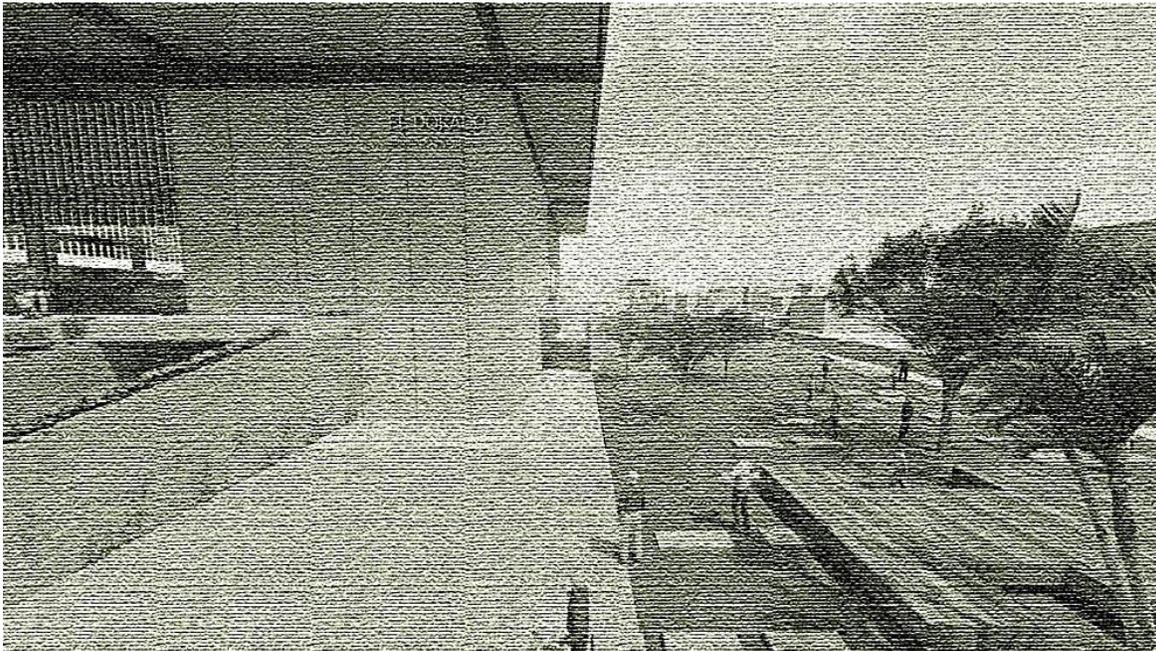


Gráfico N°45: Materialidad Fachada
Elaborado por: John Silva

6.6.6. ASPECTOS FORMALES

El proyecto aborda la problemática del desuso y la no apropiación del edificio anterior desde el examen y la verificación de la frecuencia del mismo, es así que al frecuentar el edificio se notan barreras físicas que impiden que la gente compre con normalidad pues desniveles forzosos y elementos q excluyen el libre caminar como es el caso de altos y ciegos muros que dividen la zona exterior con la interior, la tecnología constructiva usada en el edificio anterior y la materialidad poseen flexibilidad pero no poseen un dialogo con la transparencia luz y ventilación continua que pretende el proyecto actual.

Se eleva un cubo vidriado y con celosías exteriores brise soleil, para jerarquizar y marcar un nuevo hito en la ciudad, se propone la accesibilidad inclusiva y la libre utilización de plazas públicas, se invierte le rol del área de juego y recreación subiéndolo al último nivel para que esta actividad forme parte activa en el recorrido de proyecto y que se a un todo funcional.

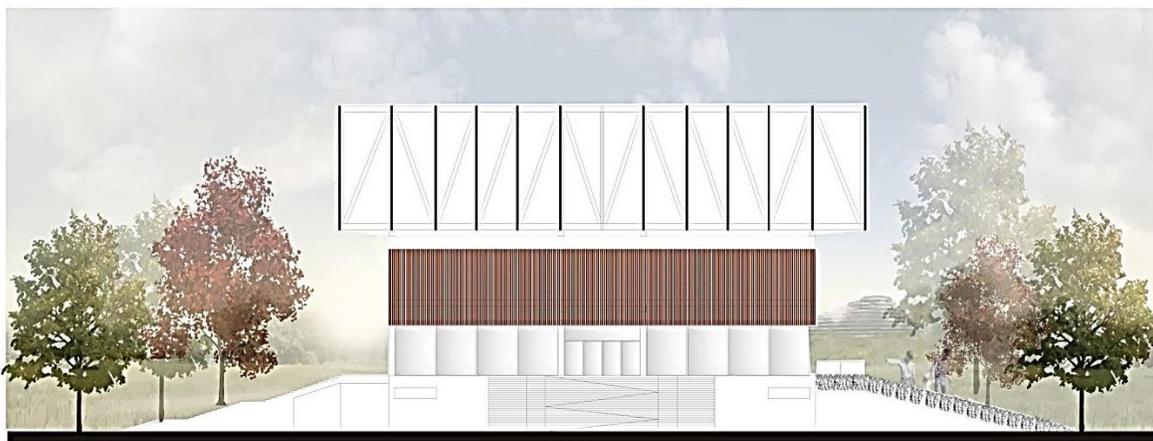


Gráfico N°46: Ilustración Fachada

Elaborado por: John Silva

En concordancia con las directrices generales del proyecto, se jugó con varias alternativas y variantes para la conformación y singularidad de cada fachada y como conjunto del objeto arquitectónico.

Para eso se ocupó la transparencia del vidrio para comunicación con el exterior y los quiebra-soles como generadores de opacidad que protegen del efecto invernadero que se

podiera generar en un edificio vidriado como este. Y también pensando en que cada fachada va a contribuir en la generación de la nueva identidad urbana.

La imagen del mercado se dispone como una escena y punto de convivencia de la población puyense, en horas de la tarde y especialmente por la noche, se despierta una luz radiante desde su interior que es dirigida por sus cuatro fachadas, lo que recuerda a los moradores de la zona que el nuevo hito es un centro de vida de la ciudad.

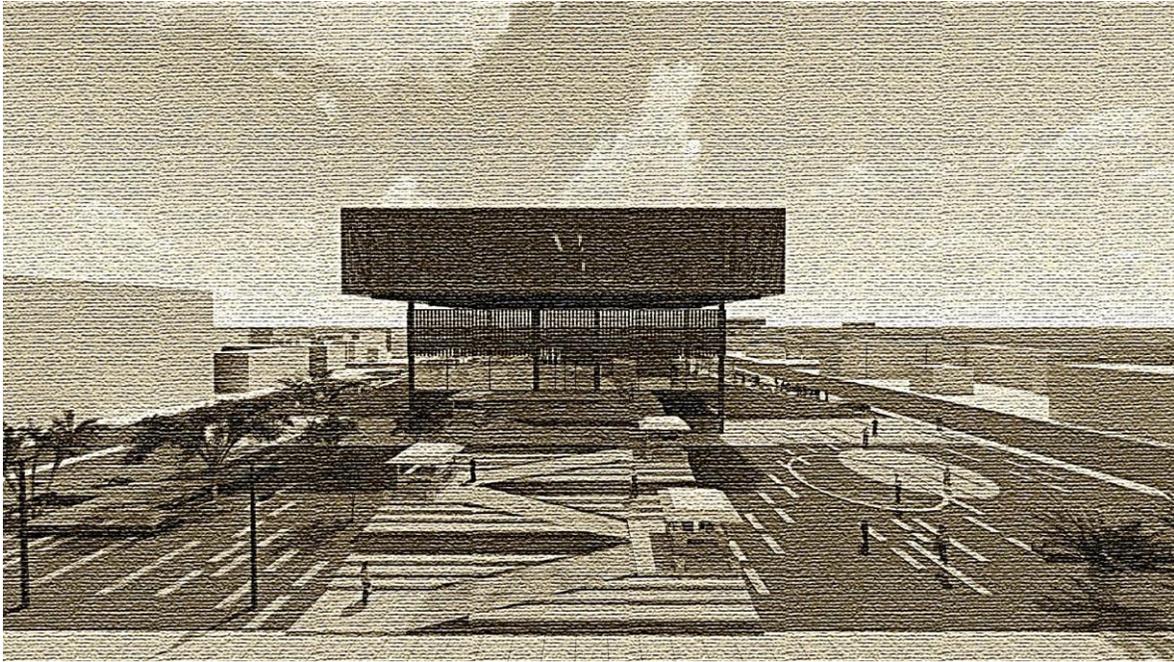


Gráfico N°47: Aspectos Formales
Elaborado por: John Silva

6.6.6.1. RENDERS DE LA PROPUESTA



Render Exterior N°: 01
Elaborado por: John Silva



Render Exterior N°: 02
Elaborado por: John Silva



Render Exterior N°: 03
Elaborado por: John Silva



Render Exterior N°: 04
Elaborado por: John Silva



Render Exterior N°: 05
Elaborado por: John Silva



Render Exterior N°: 06
Elaborado por: John Silva



Render Exterior N°: 07
Elaborado por: John Silva



Render Exterior N°: 08
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 01
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 02
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 03
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 04
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 05
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 06
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 07
Elaborado por: John Silva



Render Interior N°: 08
Elaborado por: John Silva

6.6.7. ASPECTOS ESTRUCTURALES

Debido a que se trata de una obra de construcción innovadora, de acuerdo a la demanda de esfuerzos y transmisión de cargas por sus áreas tributarias de la edificación, este sistema garantizara la seguridad de la superestructura contra asentamientos diferenciales y movimientos sísmicos del suelo de cimentación.

Los niveles de fundición para las cimentaciones, se han establecido sobre la base de las Normativa Ecuatoriana de estructuras vigentes.



Gráfico N°48: Análisis Estructural
Elaborado por: John Silva

Como resultado de este análisis los niveles de fundación para el sistema de platea con vigas de cimentación se ubican a partir estudio debajo de este sistema ya indicado se debe hacer la cimentación necesaria y muros de contención para el subsuelo. Las dimensiones, refuerzo, detalles de armado, calidad de materiales, etc.,

Todas las losas de entresijos de la edificación se constituyen en diafragmas rígidos que transmiten fuerzas de inercia a los elementos verticales resistentes del conjunto estructural, además de brindar rigidez lateral a la estructura ante eventuales efectos de cargas de sismo y/o viento. Para este proyecto se ha diseñado losas colaboraste de 20cm, los detalles de refuerzo y demás aspectos constructivos de las losas de los entresijos en los diferentes niveles de la edificación, pueden apreciarse en los detalles constructivos adjuntos al proyecto.

La estructura de 5 niveles está constituido por un sistema de pórticos distribuidos para resistir las fuerzas verticales y lateral es que solicita la edificación, asimismo este sistema se complementa con vigas I de acero dispuesto a lo largo de todo los ejes estructurales y en

todos los niveles. Para el acceso a los diferentes niveles de la edificación se cuenta con un sistema de escaleras de concreto armado y ascensor estos sistemas están integrados a todo el proyecto.

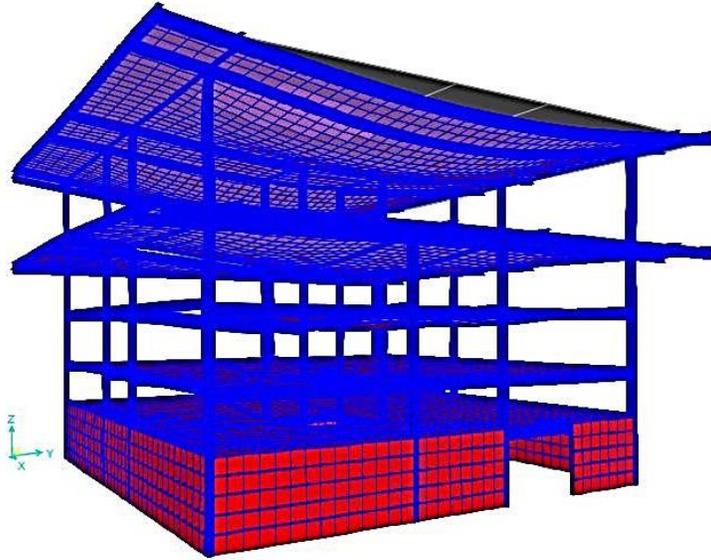


Gráfico N°49: Corrido Estructural en SAP-2000
Elaborado por: John Silva

La losa colaborante está apoyada en vigas vistas para permitir al usuario obtener una sinceridad constructiva del proyecto.

6.6.8. PRESUPUESTO ARQUITECTÓNICO

PROPIETARIO:

CANTÓN: Pastaza

UBICACIÓN DE INMUEBLE:AV. ALBERTO

ZAMBRANO

FECHA: jul-18

CONCEPTO	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSERVACIONES
MOVIMIENTO DE TIERRAS					
Desbanque y nivelación del Terreno	m3	11532,00	5,50	63426,00	
Derrocamiento a máquina y Desalojo de material	m3	21315,00	3,04	64797,60	
CIMENTOS					
Acero estructural	kg	780000,00	5,35	4173000,00	
CUBIERTAS					
Hormigón en Contrapiso	m2	1500,00	352,50	528750,00	
Hormigón en Losa	m3	2705,00	170,00	459850,00	e=10cm, Apoyado en losa colaborante
Metálica Auto portante	m2	1742,52	85,20	148462,70	
REVESTIMIENTO EN MUROS				0,00	
Recubrimiento en Madera y quiebrasoles	m2	548,75	45,00	24693,75	Madera duela natural, protegidas

					con resinas.
Baldosas de cerámica 20x30	m2	4530,00	20,50	92865,00	Color blanco fabricación nacional
PISOS					
Porcelanato de 60x60cm importado	m2	2852,45	45,50	129786,48	
Cerámica antideslizante	m2	1256,32	35,00	43971,20	Rampas
Adoquinado	m2	4132,00	86,00	355352,00	Explanadas
ESCALERAS					
Porcelanato de 60x60cm importado	m2	97,20	23,57	2291,00	Escaleras edificación
VENTANAS					
Aluminio incluye vidrio de 6mm	m2	456,29	75,00	34221,75	Muro cortina
PUERTAS					
Madera de laurel lacada	u	24,00	180,00	4320,00	
Metal de Tol Galvanizado	u	41,00	280,00	11480,00	Natural
Vidrio y Aluminio entrada principal	u	4,00	2500,00	10000,00	Vidrio de 6mm y aluminio negro
Vidrio y Aluminio administración	u	5,00	350,00	1750,00	Vidrio de 6mm y aluminio negro
INSTALACIONES SANITARIAS					
Instalación sanitaria	pto	32,00	76,47	2447,04	
Instalación de agua fría	pto	74,00	26,35	1949,90	
PIEZAS SANITARIAS					
Urinarios	u	12,00	65,00	780,00	

Inodoro de tanque bajo	u	25,00	120,00	3000,00	Doble descarga, marca Edesa
Lavatorios 1 llaves	u	30,00	80,00	2400,00	Marca Edesa
Fregaderos	u	24,00	65,00	1560,00	Marca tramontina
VALOR A=				6161154,42	

CONCEPTO	UNIDAD METRICA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSERVACIONES
INSTALACIONES ELECTRICAS					
Focos	pto	42,00	35,50	1491,00	
Lámparas	pto	178,00	50,50	8989,00	
Reflectores	pto	10,00	60,50	605,00	
Caja de Breakers	u	5,00	60,00	300,00	
ELEMENTOS ORNAMENTALES					
Letras y sellos en acero inoxidable	global	1,00	2000,00	2000,00	Letras de "Mercado el Dorado"
PINTURAS					
Caucho, Lavable Cóndor	m2	2395,10	4,09	9795,96	Interior
VALOR B=				23180,96	
COSTO TOTAL			(A+B)	6184335,38	

Tabla N°21: Presupuesto

Elaborado por: John Silva

SON:SEIS MILLONES CIENTO OCHENTA Y CUATRO MIL, TRECIENTOS TREINTA Y CINCO DOLARES CON 38/100

6.7. BENEFICIO DE LA PROPUESTA

Los beneficiarios directos del desarrollo del diseño arquitectónico del mercado “El Dorado”, es la población de la ciudad de Puyo, porque contarán con un sitio que reúne las condiciones adecuada para la comercialización de productos producidos en la localidad y sus alrededores.

La maximización del espacio y diseño del mercado “El Dorado” tiene un impacto socioeconómico porque ayudará a las familias del Puyo a la adquisición de productos para el abastecimiento de las canasta básica porque a través de la concurrencia de comerciantes la oferta de productos agropecuarios permitirá que los precios sean más accesibles y se cuide el bolsillo de la población. También se dinamizará el sector a nivel económico por el movimiento de personas que tendrá el mercado, con lo que negocios se beneficiarán indirectamente.

El objetivo es consolidar a este mercado como uno de los centros de abasto más influyentes en el cantón, contribuyendo al desarrollo de la economía local y generando un espacio urbano comercial que a la vez es un centro de convivencia de los moradores.

6.8. ANTEPROYECTO

Se adjunta láminas de planos arquitectónicos.

7. MATERIAL DE REFERENCIA

7.1. BIBLIOGRAFÍA

- Angela Franco, S. Z. (15 de Abril de 2012). *Revista Uniandes*. Obtenido de Los equipamientos urbanos como instrumentos para la construcción de ciudad y ciudadanía: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.18389/dearq11.2012.03>
- ARQHYS. (13 de 03 de 2012). *ARQHYS- Arquitectura*. Obtenido de <http://www.arqhys.com/articulos/estetico-funcional.html>
- Bonillo, L. (s.f.). *Fundamento. Método de Radiación (Taquimetría)*. Sevilla : Universidad de Sevilla.
- Cerda, C. (2013). De-Malling, una oportunidad para la integración del mall a la ciudad de Santiago. En *Seminario de Investigación Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo*.
- Cristina Villanueva-Meyer, M. A. (25 de Febrero de 2015). *Galenus*. Obtenido de Los cinco puntos de la arquitectura: Le Corbusier (1887-1965): <http://www.galenusrevista.com/Los-cinco-puntos-de-la.html>
- Franco, J. P. (2012). *Reflexiones sobre arquitectura y ciudad*. Obtenido de <https://arqjespalfra.wordpress.com/hacia-una-definicion-de-los-espacios-abiertosurbanos/>
- Harper, G. E. (2003). *Manual de instalaciones electromecánicas en casas y edificios*. Mexico D.F.: Editorial Limusa.
- Ibañez, A. (2011). Formación y reproducción del Espacio Pseudo Público Mall en Santiago. En A. Ibañez, *Santiago: Seminario de Investigación*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Ignasi, Navas, & Salgado. (15 de Julio de 2015). *Rehabilitación del mercado de Santa Caterine*. Obtenido de La Rehabilitación del Mercado de Santa Caterina, situado en el casco antiguo de Barcelona, arranca anteriormente al
- Indoamérica, U. T. (2011). *Políticas y Líneas de Investigación de la Universidad Tecnológica Indoamérica*. Ambato.

- Koolhaas, R. (1994). *La ciudad genérica*. Obtenido de <ftp://ftp.icesi.edu.co/jllorca/Ciudad%20cine%20y%20arquitectura/Unidad.3/La%20Ciudad%20gen%20rica.pdf>
- Mas, A. (03 de Agosto de 2009). *SCIELO*. Obtenido de Minicentro comercial: <http://www.scielo.cl/pdf/arq/n62/art14.pdf>
- MVRDV. (25 de Marzo de 2016). Obtenido de <https://www.mvrdv.nl/projects/markethall>
- Ordaz, E. (09 de Septiembre de 2013). *Aspectos funcionales de la vivienda*. Obtenido de <https://prezi.com/qgyfhoyqeotv/aspectos-funcionales-de-la-vivienda/>
- Ortiz, S. M. (2010). *Espacio publico y patrimonio*.
- Piano, R. (12 de Septiembre de 2014). *La flexibilidad de los espacios arquitectónicos*. Obtenido de tridimensionar: <http://tridimensionar.com/wp-content/uploads/2014/pdf/flexibilidad.pdf>
- Planificación, C. d. (2016). *Municipalidad Provincial de Huancavelica*. Obtenido de Actualización del Plan de Desarrollo urbano de la ciudad de Huancavelica 2016-2025: <http://www.munihuancavelica.gob.pe/es/CATASTRO/diag4.pdf>
- Quito, I. (2012). *Hábitat Doméstico Flexible*". Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Ramírez, B. E. (2016). *El espacio arquitectónico y su connotación lúdica en edificios comerciales* . Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Ramírez, B. E. (2016). *El espacio arquitectónico y su convocatoria lúdica en edificios coemrciales* . Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez, R. S. (2008). Tesis Facultad de Arquitectura USAC. En *Anteproyecto de Revitalización del Mercado Municipal y Terminal de buses de Jalapa* (pág. 13). Guatemala.
- Smith, G. (1960). *Shopping Towns USA The planning of Shopping Center*. Obtenido de New York: Reinhold Publising Corporation: <https://archive.org/stream/shoppingtownsusa00grue#page/n7/mode/2up>
- Spiegeler Mejía, R. B. (2006). *Tesis Facultad de Arquitectura UNIS. Rediseño del Mercado Municipal SUR-2 y su integración al Centro cívico metropolitano*. Guatemala.

7.2. ANEXOS

FORMATO ENCUESTA



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES APLICADAS CARRERA DE ARQUITECTURA



OBJETIVO: Recolectar información sobre la percepción del estado actual del mercado el Dorado y su contexto próximo, para el estudio y análisis de estrategias de diseño de espacios de intercambio comercial.

INSTRUCCIONES: Sírvase leer detenidamente cada pregunta y contestar de acuerdo a la realidad.

Encuesta dirigida a la Población Económicamente Activa de la ciudad del Puyo.

1.- ¿A cuál de los mercados de la ciudad acude con más frecuencia?

Mercado El Dorado	<input type="checkbox"/>
Mercado Mariscal	<input type="checkbox"/>
Mercado Municipal La Merced	<input type="checkbox"/>
Mercado de los Plátanos	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Cuál de estos espacios de intercambio comercial, a su criterio se debería repotenciar?

Mercado El Dorado	<input type="checkbox"/>
Mercado Mariscal	<input type="checkbox"/>
Mercado Municipal La Merced	<input type="checkbox"/>
Mercado de Los Plátanos	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Cree usted que es importante la reactivación del mercado “EL Dorado” como fuente económica del sector?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

4.- A su criterio el mercado “EL Dorado” debería mantener armonía con el contexto en:

El tipo de material constructivo
Relación con equipamientos cercanos
Relación con la naturaleza, flora y fauna.
Otros

5.- ¿Considera usted que las instalaciones del mercado “EL Dorado” funcionan adecuadamente y abastecen al sector?

Si
No

6.- ¿Qué factores considera importantes para el funcionamiento del centro de intercambio comercial?

Accesibilidad
Circulación fluida
Seguridad
Visibilidad a todos los puestos
Salubridad
Otros

7.- Enumere del 1 al 8 en orden de importancia, los espacios del mercado para su mejoría.

Zona de locales
Zona de alimentos
Plaza de acceso
Estacionamiento
Zona de administración
Patio de basuras
Patio de maniobras
Sanitarios públicos

8.- ¿Generalmente cuál es la persona de su familia que acude a realizar compras en el mercado?

Padre
Madre
Abuelo (a)
Empleada

9.- ¿La persona que acude a comprar en el mercado tiene algún tipo de discapacidad, o es persona de la tercera edad?

Si
No

Gracias por su colaboración

FORMATO ENTREVISTA



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES APLICADAS

CARRERA DE ARQUITECTURA

Entrevista

A su criterio ¿los espacios de intercambio comercial en la ciudad de Puyo muestran algún tipo de problemática?

De los mercados existentes en la ciudad de Puyo ¿cuáles y que conflictos tienen y como considera seria de solución más viable?

¿El análisis de los espacios de intercambio comercial de Puyo será un indicador para la toma de decisiones en la intervención de alguno de ellos?

A su criterio ¿cuáles considera serían las características arquitectónicas de un espacio de intercambio comercial que responde a las necesidades del contexto?

Calculo de puestos

Población (2010): 37 765 hab.

Superficie: 11.11 km^2

Población actual (2018): 49 877 hab. Según las proyecciones referenciales de población a nivel parroquial de la secretaria nacional de planificación y desarrollo

Densidad Poblacional: Se obtiene dividiendo la población actual para la superficie de Puyo

$$\frac{49\,877\text{ hab.}}{11,11\text{ km}^2} = \mathbf{4\,489\text{ hab./km}^2}$$

Área de cobertura del mercado minorista: Considerando un radio de 900m

$$\text{Area} = \pi(900m)^2 = \mathbf{2,54\text{ km}^2}$$

Densidad en el radio de influencia del mercado

$$4\,489\text{ hab./km}^2 * 2,54\text{ km}^2 = \mathbf{11\,403\text{ hab.}}$$

Para determinar el área de venta del mercado se calcula con un mínimo de $0,1m^2$ por habitante (Norma de Equipamiento Urbano, MINVAH, 1982)

$$0,1\text{ m}^2 * 11\,403\text{ hab.} = \mathbf{1\,140\text{ m}^2}$$

Área de puestos promedio para el mercado: $7,5\text{ m}^2$ de área de un puesto mas 4 m^2 de espacio de atención más circulación

$$7,5\text{ m}^2 + 4\text{ m}^2 = \mathbf{11,5\text{ m}^2}$$

Número de puestos de venta: Dividiendo el área de venta $1\,140\text{ m}^2$ para el área por puesto $11,5\text{ m}^2$

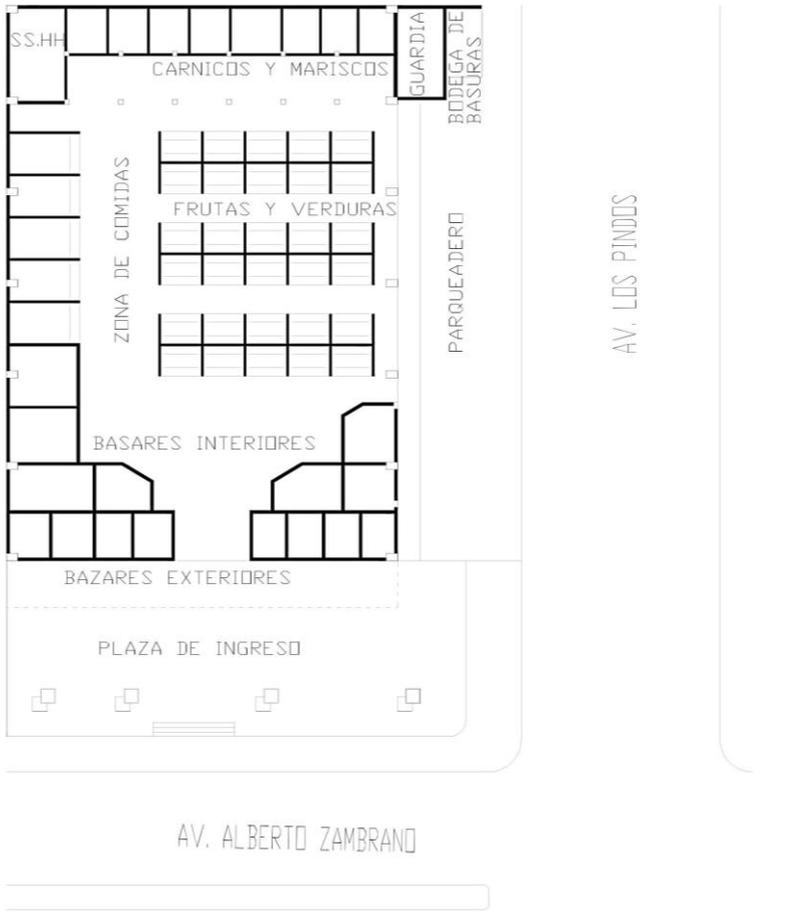
$$\frac{1\,140\text{ m}^2}{11,5\text{ m}^2} = \mathbf{99\text{ puestos}}$$

Usuarios: El número de usuarios en un edificio comercial, en este caso del mercado minorista, será de $2m^2$ por persona

$$\frac{1140m^2}{2m^2} = \mathbf{570 \text{ usuarios}}$$

Trabajadores: De acuerdo al número de puestos multiplicado por el número de vendedores considerando que el promedio sea 2.

$$99 \text{ puestos} * 2 = \mathbf{198 \text{ trabajadores}}$$

 <p>UNIVERSIDAD INDOAMERICA</p>	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO		
FICHA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO EL DORADO			
Elaborado por: John Silva		LOCALIZACIÓN	
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Barrio: El Dorado	
Indicador:		Puestos interiores abandonados	
Aspecto a observarse:		Estado actual del mercado el Dorado	
Planimetría:			
 <p>The planimetric drawing shows a rectangular market layout. At the top left is a building labeled 'S.S.HH.'. To its right is a row of stalls labeled 'CARNICOS Y MARISCOS'. Further right is a 'GUARDIA' and a 'BODEGA DE BASURAS'. Below these is a large area labeled 'FRUTAS Y VERDURAS' with a grid of stalls. To the left of this area is a vertical strip labeled 'ZONA DE COMIDAS'. Below the fruit and vegetable area is a 'PARQUEADERO' (parking area). At the bottom of the market are 'BAZARES INTERIORES' and 'BAZARES EXTERIORES'. In front of the market is a 'PLAZA DE INGRESO' with several small square symbols representing stalls or benches. The market is bounded by 'AV. LOS PINOS' on the right and 'AV. ALBERTO ZAMBRANO' at the bottom.</p>			

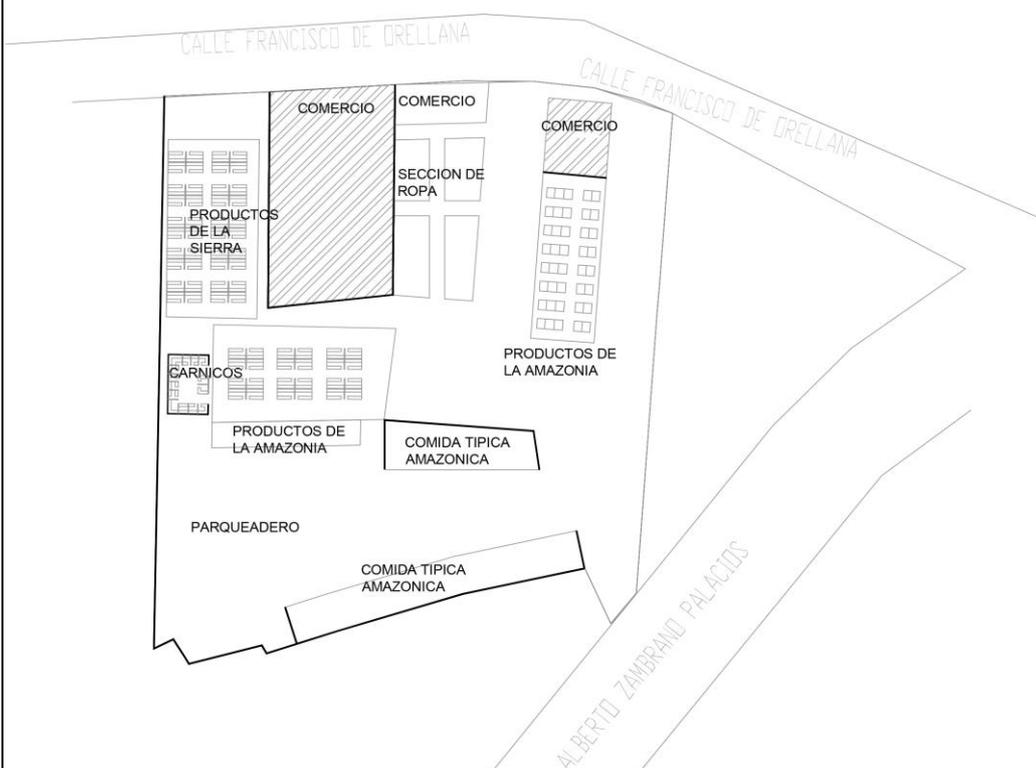
Ambientes:	Fotografías:	Observaciones:
Frutas y Verduras		Se puede observar que los bazares internos que se encuentran en el ingreso del mercado la gran mayoría tienen una adecuada venta a diferencia de los locales internos que están abandonados.
Carnicería y Lácteos		Los cárnicos y los lácteos son las únicas zonas que venden a pesar de estar en el interior ya que los otros locales de verduras y comidas han sido abandonados.
Abarrotes		Los bazares externos son los que más venden debido a que la gente prefiere comprar de paso.
Locales Exteriores		En este mercado se observa que solo los locales del exterior son los que venden, existen 2 locales de comida lo que ocasionó que la plaza de ingreso sea un comedor.
Locales de Comida		Los locales de comida han sido completamente abandonados y son utilizados como bodega del mobiliario para reuniones.
Guardianía		Se encuentra a lado de la bodega de basura lo cual provoca malos olores y cuenta con una ubicación improvisada al ocupar parte de la circulación.

Lavadero		El único lavadero que existe en el mercado no cuenta con una ubicación estratégica, debido a que resulta dificultoso para los vendedores lavar sus productos.
Patio de basura		El patio de basura no cuenta con una planificación, fue improvisado por las necesidades de los vendedores que lo ubicaron al final del estacionamiento causando malos olores al ingreso del mercado.
Plaza de Acceso		La falta de accesibilidad universal, ocasiona que los compradores ingresen por la parte lateral debido a la facilidad que existe para comprar verduras y estacionarse.
Estacionamiento		El estacionamiento es ocupado no solo por los clientes, sino que también es utilizado como espacio de carga y descarga de productos lo que causa un conflicto.
Sanitarios Públicos		Los sanitarios no cuentan con una adecuada ventilación, los malos olores afectan el interior del mercado.

Tabla N°22: Ficha de observación del mercado el Dorado
Elaborado por: John Silva

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO			
	FICHA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO DE LOS PLÁTANOS			
Elaborado por: John Silva	LOCALIZACIÓN			
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo	
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Barrio: Mariscal		
Indicador:	Planificación improvisada.			
Aspecto a observarse:	Estado actual del mercado de los Plátanos			

Planimetría:



Ambientes:	Fotografías:	Observaciones:
Frutas y Verduras		Se ubican al ingreso del mercado, es el área que más vende a pesar de existir desorganización.
Carnicería y Lácteos		De la sección de cárnicos y lácteos, no cuentan con ventilación generando malos olores.
Abarrotes		Los bazares al ubicarse al exterior cuentan con una adecuada iluminación y ventilación, sin embargo, existe demasiada insalubridad.
Locales Exteriores		Una de las áreas que tiene más venta, debido a que la gente prefiere comprar de paso.
Locales Comida de		No cuentan con un área de lavado y secado de utensilios, los locales del ingreso venden más a excepción de los que se encuentran en las esquinas.
Bodega		No existe bodega, los vendedores han improvisado áreas temporales de almacenamiento.
Plaza de Acceso		Vehículos, vendedores informales se apoderan de la plaza de acceso obstaculizando el paso a compradores.

Estacionamiento		El área de descarga es ocupada como estacionamiento lo que ocasiona un conflicto entre compradores y vendedores.
Sanitarios Públicos		Cuentan con adecuada ventilación e iluminación, también existe desaseo y planificación.

Tabla N°23: Ficha de observación del mercado de los Plátanos
Elaborado por: John Silva

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO			
	FICHA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO LA MERCED			
Elaborado por: John Silva		LOCALIZACIÓN		
Fecha: agosto de 2018		Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo
Régimen de propiedad: Municipal		Parroquia: Puyo	Barrio: México	
Indicador:		Funcionamiento adecuado		
Aspecto a observarse:		Estado actual del mercado la Merced		
Ambientes:	Fotografías:		Observaciones:	
Frutas y Verduras			En el interior del mercado la gran mayoría de vendedores tiene una adecuada venta, a pesar de que existe desorganización en la entrada y salida de productos.	
Carnicería y Lácteos			Los cárnicos y los lácteos no cuentan con una ubicación estratégica debido a que se encuentran al ingreso del mercado lo que produce malos olores.	
Abarrotes			Existe una desorganización en los días de feria, debido a que los vendedores ingresan con los productos y obstaculizan el paso al comprador.	
Locales Exteriores			Son los que más venden debido a que se encuentran en la entrada y que la gente prefiere comprar de paso.	

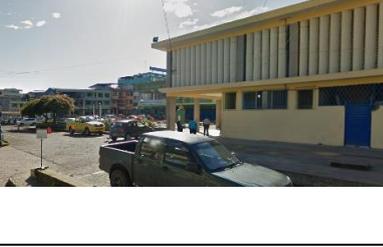
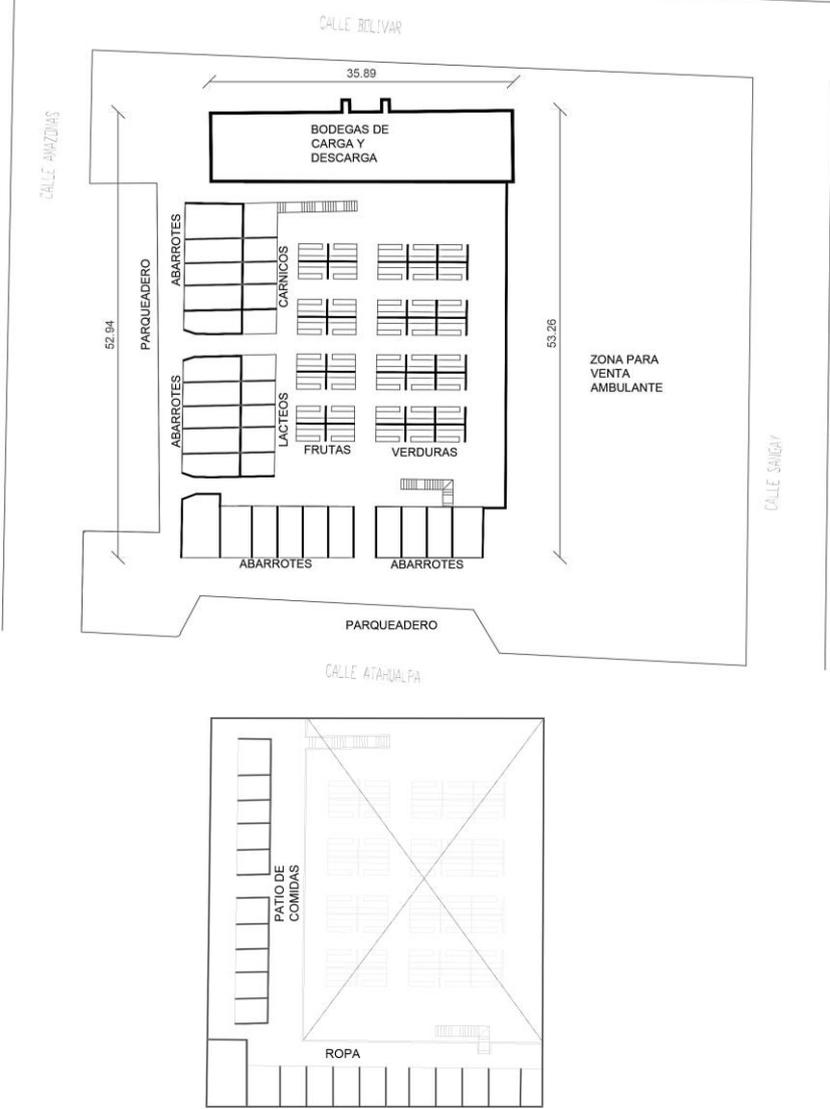
<p>Locales de Comida</p>		<p>La mayoría de locales venden a excepción de algunos puestos que se encuentran ubicados en las esquinas del mercado.</p>
<p>Guardianía</p>		<p>Un cuarto improvisado que no satisface las necesidades, sin iluminación.</p>
<p>Lavadero</p>		<p>Existe desaseo en la bodega, falta de diálogo en los vendedores para realizar una limpieza cuando lo requiera.</p>
<p>Patio de basura</p>		<p>No cuenta con una planificación, fue improvisado por las necesidades de los vendedores que lo ubicaron en un rincón del mercado provocando malos olores al ingreso.</p>
<p>Plaza de Acceso</p>		<p>La falta de accesibilidad universal. Barreras que limitan a personas que sufren de alguna discapacidad.</p>
<p>Estacionamiento</p>		<p>En el estacionamiento existe congestión debido a que junto a este se ubica una parada de taxis.</p>
<p>Sanitarios Públicos</p>		<p>Los sanitarios no cuentan con ventilación y la iluminación es escasa.</p>

Tabla N°24: Ficha de observación del mercado la Merced
Elaborado por: John Silva

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO		
FICHA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO MARISCAL			
Elaborado por: John Silva	LOCALIZACIÓN		
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Barrio: Mariscal	
Indicador:	Funcionamiento regular		
Aspecto a observarse:	Estado actual del mercado Mariscal		
 <p>The site plan shows a rectangular market area bounded by Calle Bolívar (top), Calle Atahualpa (bottom), Calle Amazónas (left), and Calle Sangay (right). The top section contains 'BODEGAS DE CARGA Y DESCARGA'. Below this are rows of stalls for 'ABARROTES', 'CARNICOS', 'LACTEOS', 'FRUTAS', and 'VERDURAS'. There are two 'PARQUEADERO' (parking) areas, one on the left and one at the bottom. A 'ZONA PARA VENTA AMBULANTE' (area for street vending) is located on the right side. At the bottom, there is a 'PATIO DE COMIDAS' (food court) and a 'ROPA' (clothing) section.</p>			
Ambientes:	Fotografías:	Observaciones:	

Frutas Verduras	y 	Tienen una adecuada venta, a pesar de que existe desaseo y una inadecuada planificación.
Carnicería Lácteos	y 	De la sección de cárnicos muy pocos puestos son ocupados, los lugares sobrantes son usados como bodegas.
Abarrotes		Los puestos que se encuentran al ingreso son los que más venden, los que se ubican en las esquinas permanecen abandonados.
Locales Exteriores		Son los que más venden debido a que se encuentran en la entrada y que la gente prefiere comprar de paso.
Locales Comida	de 	La mayoría de locales no cuentan con un área de lavado y secado para los utensilios que usan a diario ocasionado malos olores.
Bodega		La bodega se ubica al interior del mercado lo que dificulta llevar los productos hasta allí.
Patio de basura		El patio de basuras improvisado por la necesidad de los vendedores, ubicándolo debajo de las gradas provocando una mala imagen del lugar.

Plaza de Acceso		Los días de feria sábado y domingo se ven obstaculizada por vendedores informales.
Estacionamiento		En el estacionamiento se encuentra junto con el área de descarga ocasionando conflicto.
Sanitarios Públicos		Los sanitarios no cuentan con ventilación adecuada

Tabla N°25: Ficha de observación del Mercado Mariscal
Elaborado por: John Silva

 <p>UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA</p>	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO			
FICHA DE OBSERVACIÓN DEL ENTORNO INMEDIATO DE LOS MERCADOS				
Elaborado por: John Silva	LOCALIZACIÓN			
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo	
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Calle: Francisco de Orellana		
Indicador:	Venta informal en las afueras del mercado de los Plátanos			
Aspecto a observarse:	Alrededores del mercado de los Plátanos			
Fotografías:				
				
Se observa:	El comercio informal en los ingresos de los mercados obstaculiza el ingreso de compradores al interior de los mismos.			
Tabla N°26: Ficha de observación del entorno inmediato de los mercados. Elaborado por: John Silva				

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO			
FICHA DE OBSERVACIÓN DEL ENTORNO INMEDIATO DE LOS MERCADOS				
Elaborado por: John Silva	LOCALIZACIÓN			
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo	
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Calle: Francisco de Orellana		
Indicador:	Vendedores informales se toman las calles			
Aspecto observarse:	Alrededores del mercado de los Plátanos			
Fotografías:				
				
Se observa:	La calle que une al mercado de los Plátanos con el mercado la Merced se llena de comercio informal lo que provoca caos y exceso de afluencia de vehículos y compradores.			
Tabla N°27: Ficha de observación del entorno inmediato de los mercados. Elaborado por: John Silva				

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO			
FICHA DE OBSERVACIÓN DEL ENTORNO INMEDIATO DE LOS MERCADOS				
Elaborado por: John Silva	LOCALIZACIÓN			
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo	
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Calle: Sangay		
Indicador:	Venta informal en las afueras del mercado Mariscal			
Aspecto observarse:	Alrededores del mercado Mariscal			
Fotografías:				
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>				
Se observa:	Este mercado al tener cercanía con el mercado de los Plátanos presenta veredas obstaculizadas por vendedores informales.			
Tabla N°28: Ficha de observación del entorno inmediato de los mercados. Elaborado por: John Silva				

 <p>UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA</p>	<p>FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO</p>			
<p>FICHA DE OBSERVACIÓN DEL ENTORNO INMEDIATO DE LOS MERCADOS</p>				
<p>Elaborado por: John Silva</p>	<p>LOCALIZACIÓN</p>			
<p>Fecha: agosto de 2018</p>	<p>Provincia: Pastaza</p>	<p>Cantón: Pastaza</p>	<p>Ciudad: Puyo</p>	
<p>Régimen de propiedad: Municipal</p>	<p>Parroquia: Puyo</p>	<p>Calle: Atahualpa</p>		
<p>Indicador:</p>	<p>Congestión vehicular en calles adyacentes al mercado de la Merced y Mercado Mariscal</p>			
<p>Aspecto a observarse:</p>	<p>Calles aledañas a los mercados la Merced y Mariscal</p>			
<p>Fotografías:</p>				
				
<p>Se observa:</p>	<p>Los días sábados y especialmente domingos al ser días de feria la afluencia vehicular aumenta ya que compradores de toda la ciudad acuden a los mercados que por su proximidad provocan largas esperas a compradores.</p>			
<p>Tabla N°29: Ficha de observación del entorno inmediato de los mercados. Elaborado por: John Silva</p>				

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO			
FICHA DE OBSERVACIÓN DEL ENTORNO INMEDIATO DE LOS MERCADOS				
Elaborado por: John Silva	LOCALIZACIÓN			
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo	
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Calle: Av. Alberto Zambrano		
Indicador:	Conflicto entre vehículos y peatones			
Aspecto observarse:	a Calles ocupadas como parqueo de vehículos			
Fotografías: <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;">    </div>				
Se observa:	Al no existir parqueadero, los compradores estacionan sus vehículos en las calles aledañas a los mercados aumentando el riesgo de accidentes de los compradores mientras circulan.			
Tabla N°30: Ficha de observación del entorno inmediato de los mercados. Elaborado por: John Silva				

	FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO			
FICHA DE OBSERVACIÓN DEL ENTORNO INMEDIATO DE LOS MERCADOS				
Elaborado por: John Silva	LOCALIZACIÓN			
Fecha: agosto de 2018	Provincia: Pastaza	Cantón: Pastaza	Ciudad: Puyo	
Régimen de propiedad: Municipal	Parroquia: Puyo	Calle: Av. Los Pindos		
Indicador:	Parqueo de vehículos en la fachada del Mercado el Dorado			
Aspecto a observarse:	Alrededores del mercado el Dorado			
Fotografías:				
				
Se observa:	Los parqueaderos para el mercado el Dorado obstaculizan el ingreso que más ocupan los compradores.			
Tabla N°31: Ficha de observación del entorno inmediato de los mercados. Elaborado por: John Silva				