



UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE INGENIERIA Y
ARQUITECTURA ESCUELA
PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

“NUEVO MERCADO MINORISTA SANTA ISABEL DE VILLA”

ORIENTADO AL CULTIVO ORGÁNICO

EN EL SECTOR 9 DE SURCO

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL
DE ARQUITECTO

PRESENTADO POR:

Bach.: Hurtado Choque, Flor Candy (<https://ORCID 0000-0002-9861-2106>)

Bach.: Santos Quispe, Annie Magdiel (<https://ORCID 0000-0002-4584-7577>)

ASESORES:

Asesora metodológica: Dra. Arq. Crayla Alfaro (<https://ORCID 0000-0001-6741-4169>)

Asesora técnica: Dra. Arq. Darci Gutiérrez (<https://ORCID 0000-0002-9135-1134>)

LIMA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedicamos nuestro trabajo al apoyo incondicional de nuestras familias en especial a nuestros padres e hijos a: Héctor Santos Huamán, Trinidad Quispe Damián, Gladys Choque Huamán por la confianza depositada en cada una de nosotras.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento a nuestros profesores de los diferentes cursos de la universidad Alas Peruanas ya que sin ellos no podríamos haber logrado el objetivo de ser profesionales de igual manera a nuestros asesores

RESUMEN

Esta tesis propone desarrollar un proyecto de mercado con un enfoque en ventas de productos y cultivos orgánicos e inorgánicos, donde tienda a convertirse en un lugar de encuentro de actividades económicas y turísticas. El objetivo de desarrollar el nuevo proyecto arquitectónico es ser un gran punto de inflexión para la zona del sector 9 de surco. Se utilizó metodología no experimental, estudiando el lugar, su forma urbana, su relación con la infraestructura que se integra al entorno y cómo se desarrolla el comercio. Para ello se hacen encuestas y se incluyen tomas fotográficas.

El proyecto se convierte en un espacio permeable, crea espacios que se puedan utilizar de manera diferente en diferentes momentos para actividades culturales y comerciales, dando confort y sentido de pertenencia, ya que incentiva al usuario a consumir productos orgánicos. Al incorporar elementos translúcidos que permiten que el contexto entre en el proyecto, así se convierte en un espacio permeable al Producir espacios intermedios que se puedan utilizar de diversas maneras para actividades.

ABSTRACT

This thesis proposes to develop a market project with a focus on sales of organic and inorganic products and crops, where it tends to become a meeting place for economic and tourist activities. The objective of developing the new architectural project is to be a great turning point for the area of sector 9 of surco. Non-experimental methodology was used, studying the place, its urban form, its relationship with the infrastructure that is integrated into the environment and how commerce is developed. For this purpose, surveys were conducted and photographs were taken.

The project becomes a permeable space, creating spaces that can be used differently at different times for cultural and commercial activities, providing comfort and a sense of belonging, as it encourages the user to consume organic products. By incorporating translucent elements that allow the context to enter the project, it becomes a permeable space by producing intermediate spaces that can be used in different ways for activities.

INDICE

1	CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	8
1.1.	Caracterización General del Área de Estudio	8
1.2.	Descripción de la Realidad (Antecedentes)	16
1.2.1.	Análisis de causa-efecto (Árbol del Problemas)	16
1.3.	Formulación del Problema.....	7
1.3.1.	Problema general.....	7
1.3.2.	Problemas específicos.....	7
1.4.	Objetivos de la Investigación.....	8
1.4.1.	Objetivo general	8
1.4.2.	Objetivos específicos	8
1.5.	Hipótesis Conceptuales.....	9
1.5.1.	Hipótesis general.....	9
1.5.2.	Hipótesis específicas.....	9
1.6.	Identificación y Clasificación de Variables Relevantes para el Proyecto Arquitectónico (presentar en cuadro).....	10
1.6.1.	Variables Dependientes	10
1.6.2.	Variables Independientes.....	17
1.6.3.	Variables Intervinientes	24
1.7.	Matriz de Consistencia Tripartita (presentar en cuadro)	24
1.7.1.	Consistencia Transversal: Problema / Objetivo / Hipótesis / Variables / Indicadores .	24
1.8.	Diseño de la Investigación.....	7
1.8.1.	Tipo de Investigación.....	7
1.8.2.	Método de Investigación.....	7
1.8.3.	Técnicas.....	7
1.8.4.	Instrumentos.....	8
1.8.5.	Fuentes.....	13
1.9.	Esquema Metodológico General de Investigación y Construcción de la Propuesta (Urbano- Arquitectónica).....	14
1.9.1.	Descripción por fases.....	14

1.9.2. Cuadro Metodológico (Esquema Síntesis /Cuadro/Gráfico)	15
1.10. Justificación de la Investigación e Intervención Urbano-Arquitectónica	15
1.10.1.Pertinencia	15
1.10.2.Necesidad	16
1.10.3.Importancia.....	16
1.11. Alcances y Limitaciones de la Investigación	16
1.11.1.Alcances Teóricos y Conceptuales	16
1.11.2.Limitaciones.....	17
2 CAPITULO II: MARCO TEÓRICO – REFERENCIAL.....	19
2.1. Antecedentes Teóricos Relacionados con el Programa Arquitectónico (tema, objeto de la propuesta) 19	
2.1.1. Internacionales	19
2.1.2. Nacionales	22
2.1.3. Locales.....	24
2.2. Bases Teóricas (Teorías Generales y Sustantivas que se van a aplicar)	24
2.2.1. Sobre el espacio comercial	25
2.2.2. Comercio	25
2.2.3. Evolución de los espacios comerciales	27
2.2.4. Mercado.....	27
2.2.5. El comercio y la ciudad.....	29
2.2.6. Mercado y desarrollo sostenible	30
2.2.7. Productos orgánicos	30
2.3. Marco Conceptual (Definición de Términos Básicos).....	32
2.3.1. Conceptos referidos al Tipo de Intervención Urbano-Arquitectónica	32
2.3.2. Conceptos referidos al Tipo de Equipamiento Urbano a Proyectar	32
2.3.3. Conceptos Técnicos Referidos al Proceso de Diseño Arquitectónico	32
2.4. Marco Referencial (Proyectos que se usaran como ejemplos).....	32
2.4.1. Proyectos (Identificar proyectos afines).....	32
2.4.2. Elementos (Abstraer los componentes que se pueden utilizar en el proyecto: programación, funcionalidad, etc.).....	33
2.4.3. Cuadro síntesis	34

3	CAPITULO III: MARCO REAL	8
3.1.	Antecedentes	8
3.1.1.	La Ciudad	8
3.1.2.	Los Actores Sociales Vinculados al Proyecto.....	13
3.1.3.	Criterios para el Análisis Locacional de la Propuesta (SECTOR-TERRENO).....	17
3.2.	Condiciones Físicas del Sector	28
3.2.1.	Territorio	28
3.2.2.	Clima	34
3.2.3.	Paisaje urbano- imagen.....	35
3.3.	Actividades Urbanas	39
3.3.1.	Servicios públicos	39
3.3.2.	Equipamiento urbano	39
3.3.3.	Dinámica actual de uso del espacio urbano	40
3.3.4.	Vialidad y transporte.....	40
3.3.5.	Comercialización y abastecimiento.....	41
3.4.	Normatividad Vigente.....	43
3.4.1.	Reglamento Nacional de Edificaciones.....	43
3.4.2.	Municipalidad Provincial.....	43
3.4.3.	Municipalidad Distrital	43
3.5.	Análisis FODA, el cual debe fundamentar qué institución y otro organismo estaría a cargo de la factibilidad de la propuesta. (Si es pertinente).	44
4	CAPITULO IV: LA PROGRAMACION URBANA ARQUITECTÓNICA.....	47
4.1.	Conceptualización de la propuesta (programa/tema).....	47
4.1.1.	Conceptualización del Tema (definición, ¿qué es el proyecto?).....	47
4.1.2.	Conceptualización del Proyecto Arquitectónico (¿cómo funciona el proyecto?).....	49
4.1.3.	Definición del usuario tipo (¿cómo es la población objetivo?).....	50
4.2.	Criterios de programación	54
4.2.1.	Programación cuantitativa	54
4.2.2.	Programación Cualitativa	91
4.3.	Premisas de diseño de Proyecto urbano (conjunto)	7
4.3.1.	Premisas lugar-contexto-propuesta urbana	7

4.3.2. Premisas funcionales (actividades).....	11
4.3.3. Premisas espaciales (estructura espacial).....	13
4.3.4. Premisas formales (geometría, volumetría).....	14
4.3.5. Premisas morfológicas (características, cualidades de la forma: Color, textura).....	16
4.3.6. Premisas Constructivas y Estructurales (materiales, técnicas, tecnologías).....	17
4.3.7. Premisas Ambientales Generales (condiciones asoleamiento, acústica, etc....).....	20
4.3.8. Premisas para la Distribución del Área Libre-expansión (espaciales).....	22
4.4. Premisas de diseño de Proyecto Arquitectónico (Unidad).....	23
4.4.1. Premisas terreno-propuesta arquitectónica.....	23
4.5. Premisas terreno-propuesta arquitectónica.....	24
4.5.1. Premisas funcionales (actividades).....	24
4.5.2. Premisas espaciales (estructura espacial).....	25
4.5.3. Premisas formales (geometría, volumetría).....	29
4.5.4. Premisas morfológicas (características, cualidades de la forma: Color, textura).....	30
4.5.5. Premisas Constructivas y Estructurales (materiales, técnicas, tecnologías).....	30
4.5.6. Premisas Ambientales Generales (condiciones asoleamiento, ventilación, acústica) ..	31
4.5.7. Premisas para la Distribución del Área Libre-expansión (espaciales).....	33
5 CAPITULO V: LA PROPUESTA URBANO-ARQUITECTÓNICA.....	35
5.1. La propuesta Urbana (Master-Plan).....	35
5.1.1. La idea (Imagen).....	35
5.1.2. Concepto (Orden y Composición).....	7
5.2. Análisis de los sistemas (Proyecto Urbano).....	8
5.2.1. Sistema de las actividades (funcionales).....	8
5.2.2. Sistema de circulaciones (funcionales).....	9
5.2.3. Sistema formal – orden geométrico.....	9
5.2.4. Sistema espacial (espaciales).....	10
5.2.5. Sistema de áreas verdes (espaciales- ambientales).....	11
5.2.6. Sistema morfológico (expresión formal).....	12
5.3. La propuesta arquitectónica (Conjunto y Unidad).....	12
5.3.1. La idea.....	12
5.3.2. El concepto.....	13

5.3.3. El Partido.....	13
5.4. Análisis de los sistemas- Proyecto Arquitectónico.....	14
5.4.1. Sistema de las actividades (funcionales).....	14
5.4.2. Sistema formal – orden geométrico.....	15
5.4.3. Sistema espacial (espaciales).....	16
5.4.4. Sistema de áreas verdes (espaciales- ambientales).....	16
5.4.5. Sistema morfológico (expresión formal).....	17
5.5. Conclusiones	17
6 CAPITULO VI: CRITERIOS GENERALES PARA LA EVALUACIÓN ECONÓMICO - FINANCIERA DEL PROYECTO	19
6.1. Análisis Económico del País y del Entorno de la Propuesta Arquitectónica.....	19
6.1.1. Análisis de Mercado	19
6.1.2. Planeamiento y Gestión del Proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
6.2. Análisis Financiero	22
6.2.1. Evaluación Financiera y Rentabilidad Social y Económica del Proyecto	24
6.2.2. Forma de Financiación y/o Apalancamiento del Proyecto	25
7 CAPITULO VII: DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS AL PROYECTO ARQUITECTÓNICO	27
7.1. Memoria Descriptiva	27
7.1.1. Antecedentes	27
7.1.2. El terreno	27
7.1.3. Descripción del proyecto	29
7.2. Especificaciones Técnicas por Partidas.....	32
7.2.1. Generalidades.....	32
7.2.2. Obras Provisionales.....	32
7.2.3. Trabajos Preliminares	32
7.2.4. Obras de Albañilería	32
7.2.5. Revoques, Enlucidos y Molduras	32
7.2.6. Pisos y Pavimentos.....	32
7.2.7. Zócalos y Contrazócalos.....	32
7.2.8. Carpintería de Madera.....	32

7.2.9. Carpintería Metálica y Herrería.....	32
7.2.10.Cerrajería.....	32
7.2.11.Pintura.....	32
7.2.12.Vidrios.....	32
7.2.13.Aparatos sanitarios y grifería.....	32
7.2.14.Varios.....	32
7.3. Metrados y Presupuesto de Arquitectura e Ingeniería por Partidas y Subpartidas.....	32
7.4. Estimado de Costos Globales de la Edificación.....	32
8 FUENTES DE INFORMACIÓN (SEGÚN EL APA 6).....	34
8.1. Bibliografía.....	34
9 REFERENCIAS.....	34
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	37
9.1. Web grafía.....	37
10 ANEXOS:.....	39
10.1. Matriz de Consistencia Tripartita.....	39
10.2. Modelo de Encuestas o Entrevistas.....	39
11 EL PROYECTO ARQUITECTÓNICO (PLANOS).....	41
11.1. Planos Detallados a Nivel de Proyecto.....	41
11.1.1.Plano de Ubicación, Localización, Normatividad y Cuadro General de Áreas.....	41
11.1.2.Planos acotados de Distribución.....	41
11.1.3.Planos acotados de Techos y Coberturas.....	41
11.1.4.Planos acotados de Cortes y Elevaciones.....	41
11.1.5.Planos acotados de Detalles Constructivos.....	41
11.1.6.Cuadro General de Vanos.....	41
11.1.7.Cuadro General de Acabados.....	41
11.2. Planos Base para el Proyecto de Ingeniería.....	41
11.2.1.Plano Base de Cimentación y Estructuras acotados.....	41
11.2.2.Plano Base de Instalaciones Hidráulicas y Sanitarias acotados.....	41
11.2.3.Plano Base de Instalaciones Eléctricas y Electromecánicas acotados.....	41
11.2.4.Planos de Instalaciones Especiales acotados.....	41
11.3. Planos de detalles arquitectónicos.....	41

11.3.1. Detalles particulares del proyecto (Coberturas, pantallas vidriadas, cielos rasos, sistemas espaciales, etc.).....	41
11.4. Detalles de servicios (baños, escaleras, etc.).....	41

TITULO DE TABLAS

Tabla 1 Variable Independiente social – arquitectónico	11
Tabla 2 Variable Dependiente social – arquitectónico.....	12
Tabla 3 Variable Dependiente social – arquitectónico.....	13
Tabla 4 Variable Dependiente social – arquitectónico.....	14
Tabla 5 Variable Dependiente social – arquitectónico.....	15
Tabla 6 Variable Dependiente social – arquitectónico.....	16
Tabla 7 Variable Independiente social – arquitectónico	17
Tabla 8 Variable Independiente social – arquitectónico	18
Tabla 9 Variable Independiente social – arquitectónico– arquitectónico.....	19
Tabla 4 Variable Independiente social – arquitectónico	20
Tabla 5 Variable Independiente social – arquitectónico	22
Tabla 6 Variable Independiente social – arquitectónico	23
Tabla 14 Variable Z Interviniente.....	24
Tabla 2 Población por superficie y densidad poblacional por sectores al año 2020	11
Tabla 3 Porcentaje de población por edades del Sector 9.....	12
Tabla 4 Matriz de actores.....	15
Tabla 5 Criterios para Análisis Locacional	17
Tabla 6 Matriz de usuarios.....	26
Tabla 7 Por la población a la que sirve, el mercado minorista puede ser.....	44
Tabla 8 usuarios del área de comercialización.....	50
Tabla 9 usuarios del área de administración.....	51
Tabla 10 sala de reuniones	60

Tabla 11 Oficina del administrador	61
Tabla 12 Contabilidad	62
Tabla 13 Recursos Humanos.....	63
Tabla 14 Kitchenette	64
Tabla 15 control de seguridad.....	71
Tabla 16 Mini banco.....	72
Tabla 17 guardería.....	73
Tabla 18 tópico	74
Tabla 19 Zona de Servicios Higiénicos	80
Tabla 20 Servicios Higiénicos mujeres	81

TITULO DE FIGURAS

Figura 1 Mercado Santa Isabel de Villa (ACOMSIV).....	9
Figura 2 Deterioro estructural de techos y muros	10
Figura 3 insuficientes condiciones arquitectónicas para el área administrativa.....	11
Figura 4 Inadecuada área de sala de uso múltiples (SUM).....	11
Figura 5 Inadecuados e insuficientes puestos de ventas	12
Figura 6 Inadecuados espacios para la venta de comidas	13
Figura 7 Inadecuada área de abastecimiento y despacho.....	13
Figura 8 Inadecuados usos del espacio de carga y descarga.....	14
Figura 9 Insuficiente espacio funcional de los baños.....	14
Figura 10 No cuenta con espacios de residuos orgánicos	15
Figura 11 Inadecuado acceso y dimensionamiento de rampas	16
Figura 12 Inadecuado acceso en pasadizos e insuficientes estacionamientos.....	16
Figura 13 Ingresos y Gastos según NSE 218 – Lima Metropolitana.....	11
Figura 14 Diseño del espacio administrativo	12

Figura 15 Proyección de ingresos y gastos per capital mensual al 2025	13
Figura 16 El Sistema Haccp garantiza una gestión de inocuidad de los alimentos.....	15
Figura 17 Toneladas por año de generación de residuos municipales 2010-2013	16
Figura 18 Medida de pasadizos según Reglamento Nacional de Edificaciones	17
Figura 19 Radio de influencia y ubicación de mercados	18
Figura 20 Inadecuado espacio función administrativa	19
Figura 15 Estado actual de los 140 puestos y distribución existente.....	20
Figura 16 No cuenta con m2 en almacenamiento	21
Figura 17 No cuenta con espacio para el acopio de residuos.....	22
Figura 18 Numero de desplazamiento con dimensiones insuficientes	23
Figura 13 Cuadro metodológico	15
Figura 14 Vistas de jardín vertical	20
Figura 15 Vistas exterior y cortes del mercado Encants	21
Figura 16 Vistas aéreas del Mercado de Santa Caterina	22
Figura 17 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	23
Figura 21 Ciudad medieval: Lübeck, Munich, Monflanquin y Lychen	29
Figura 15 Sector 9 Localización	8
Figura 16 Ubicación del terreno en el Sector	9
Figura 17 Población del distrito de Surco por Sectores	11
Figura 18 Población del Sector 9 por edades.	12
Figura 19 Población por Genero del Sector 9.....	13
Figura 20 Análisis de usuarios	16
Figura 21 Localización de los terrenos propuestos en el Sector 9 del distrito	19
Figura 22 Zonificación de los terrenos propuestos en el sector 9 del distrito de Surco.....	20
Figura 23 Evaluación Terreno 1.	21
Figura 24 Evaluación Terreno 2.	22
Figura 25 Evaluación Terreno 3	23
Figura 26 Evaluación Terreno 4	24
Figura 27 Usuario	26
Figura 28 Ubicación y topografía del sector 9	28
Figura 29 Perfil del terreno	29

Figura 30 Mapa Geológico.....	29
Figura 31 Estudio de microzonificación sísmica y vulnerabilidad en el sector 9	30
Figura 32 Localización de Manantiales en el Sector 9.....	31
Figura 33 Localización de áreas verde en el Sector 9	32
Figura 34 Inventario de árboles de Surco, año 2015	33
Figura 35 Riego de áreas verdes por tipo de servicio	33
Figura 36 Factores Climático	34
Figura 37 Numero de piso de edificaciones del distrito de Surco	36
Figura 38 Altura máxima del sector 9	37
Figura 39 Dinámica actual del sector 9 Ubicación de Hitos y Nodos	40
Figura 40 Sistema Vial del distrito de Surco.....	41
Figura 41 Ubicación de mercados de abastos en el sector 9 de Surco	42
Figura 42 Análisis para el n° de puestos según habitantes en el sector 9.....	53
Figura 43 Pirámide de Usuarios.....	54
Figura 44 Avenidas principales del Mercado Santa Isabel	55
Figura 45 Estrategia de intervención Nivel Urbano.....	56
Figura 46 Estrategia de intervención – Nivel de Conjunto	57
Figura 47 Equipamiento	¡Error! Marcador no definido.
Figura 48 Recepción.....	60
Figura 49 Sala de reuniones	61
Figura 50 Oficina del administrador.....	62
Figura 51 Contabilidad.....	63
Figura 52 Recursos Humanos	64
Figura 53 Kitchenette.....	65
Figura 54 Zona húmeda: Pescado, Carnes de res, pollo, etc.....	67
Figura 55 Zona húmeda: Pescado, Carnes de res, pollo, etc.....	67
Figura 56 Zona Semi húmeda: verduras, frutas, mercería, especerías	68
Figura 57 Zona Semi húmeda: verduras, frutas, mercería, especerías	68
Figura 58 Zona Semi húmeda: puesto de productos orgánicos	69
Figura 59 Zona Semi húmeda: puesto de productos orgánicos	69
Figura 60 Zona Seca: Abarrotes, granos y semillas	69

Figura 61 Zona Bazar: ropa, juguetería, librería, botica	70
Figura 62 Zona Bazar: ropa, juguetería, librería, botica	70
Figura 63 Zona Bazar: ropa, juguetería, librería, botica	71
Figura 64 Zona de Comidas: área de preparación	76
Figura 65 Zona de Comidas: área de preparación	76
Figura 66 Área de atención	77
Figura 67 Zona de carga y descarga	78
Figura 68 Zona de refrigerantes	79
Figura 69 Zona de no refrigerante	79
Figura 70 Zona de estacionamiento público análisis funcional	80
Figura 71 análisis funcional	81
Figura 72 Servicios Higiénicos mujeres	82
Figura 73 Servicio Higiénico discapacitado	82
Figura 74 matriz de relaciones de zona húmeda	92
Figura 75 matriz de relaciones de zona semihúmeda.....	92
Figura 76 matriz de relaciones de zona seca	93
Figura 77 matriz de relaciones de zona administrativa	93
Figura 78 matriz de relaciones de zona de servicios	94
Figura 79 matriz de relaciones de zona de carga y descarga	94
Figura 80 diagrama de relaciones	95
Figura 81 organigrama funcional.....	96
Figura 82 cuadro tridimensional cuantitativa	96
Figura 83 cuadro tridimensional cuantitativa	¡Error! Marcador no definido.
Figura 84 propuesta urbana.....	7
Figura 85 propuesta vial de entorno	8
Figura 86 compatibilidad de usos	9
Figura 87 Imagen actual del entorno inmediato	10
Figura 88 Premisa de Compatibilidad de usos	10
Figura 89 premisas funcionales	11
Figura 90 trama urbana	12
Figura 91 Accesibilidad peatonal integrando alameda.	13

Figura 92 Manejo de Plataformas	14
Figura 93 retícula basada en el entorno inmediato	15
Figura 94 organización central, lineal, modular y modular	16
Figura 95 organización central y lineal	17
Figura 96 Modulación de elementos estructurales	18
Figura 97 Asolamiento durante el día 6am, 2pm y 6pm	20
Figura 98 integración de alameda al edificio.....	23
Figura 99 localización y forma del volumen	24
Figura 100 Conectividad visual	24
Figura 101 implementación de rampas.....	25
Figura 102 circulación interior.....	25
Figura 103 Vistas desde el ingreso hacía el patio interior	27
Figura 104 puestos interiores modelo 1	27
Figura 105 puestos interiores modelo 2.....	28
Figura 106 puestos interiores modelo 2.....	28
Figura 107 recorrido interior	28
Figura 108 planta de tratamiento de residuos orgánicos	32

INTRODUCCION

La situación de muchos mercados tradicionales en el Distrito de Santiago de Surco en especial el Sector 9, presenta serios problemas en las condiciones de habitabilidad, salubridad, iluminación uso inadecuado del agua, ocupación de pasillos, deficiente infraestructura, así como mal dimensionamiento, tanto físico como espacial de los puestos de venta.

Teniendo en cuenta que, en nuestro país, este tipo de comercio tradicional tiene un porcentaje del 70% de mercados en operatividad, sigue siendo el principal formato de abastecimiento de los alimentos para la población además de encontrar productos frescos y variados por la población ante los formatos de comercio moderno.

Según el Censo Nacional de mercados de Abastos 2016 – Inei, el 50% de los alimentos comprados por los hogares se realizó en el mercado minorista lo que confirma la preferencia mayoritaria por el formato tradicional del comercio de alimentos, un 6% en mercados mayorista, y el porcentaje restante se reparte entre bodegas, supermercados, comercio ambulatorio, otros.

Según el Instituto Nacional de estadísticas e informática INEI 2022 los mercados se encuentran registrados en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Los Mercados de abastos favorecen con la generación de empleo directo e indirecto. Son parte de la cadena de valor gastronómica del Perú, permitiendo a Lima ser considerada la “Capital gastronómica de América Latina”. A pesar de ello en la publicación del Censo Nacional de Planeamiento Estratégico, CEPLAN “llama la atención que no se tenga mercados bien puesto”.

Los mercados en el sector 9 presentan barreras para su competitividad, como la inadecuada infraestructura y equipamiento, administradores y conductores con limitada capacidad de gestión, deficientes prácticas de manipulación y salubridad, inadecuada gestión de residuos, ausencia de políticas de promoción para la modernización. Por tal motivo según el Ministerio de Producción, propone “lineamientos de política nacional para la competitividad de los mercados de abastos” con el objetivo de un Plan de Diversificación Productiva, para la incorporación de nuevos motores de crecimiento, siendo el mercado de abastos un componente fundamental para el desarrollo del País. Teniendo en cuenta la pandemia del covid se recomienda una alimentación que refuerce nuestro sistema inmunológico con adecuada alimentación (Salvatierra, 2020).

Por tal motivo el presente proyecto de investigación propone realizar un nuevo mercado de abastos de productos orgánicos que tenga óptima infraestructura, para el crecimiento económico y de competitividad, planteando como escenario el sector 9 del Distrito de Surco.



Capítulo I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

Caracterización General del Área de Estudio

El área de estudio es el distrito de Santiago de Surco sector 9, cuenta con una extensión geográfica de 11.47 km², con una población aproximada de 153,636 habitantes, limita con los distritos de Chorrillos y San Juan de Miraflores y la mayor parte de sus habitantes son de condición económica D según el diagnóstico de brechas, elaborado por la oficina de Programación Manual de Inversiones 2020 -2022- OPMI.

Si bien el sector 9 cuenta con un mal llamado centro comercial, los mercados vecinales tienen inadecuadas condiciones de habitabilidad y arquitectónicas para la comercialización de abastos de primera necesidad, tal como lo demuestra la imagen del estudio de campo.

Inadecuada infraestructura y equipamiento

No cumplen con los requisitos técnicos mínimos instaurados por las autoridades especialistas en materia de especificaciones sanitarias, arquitectónicas, espaciales, urbanísticas, técnicas y seguridad.

Un área reducida o inexistente para actividades adicional al área de ventas. Por ejemplo, áreas de carga y descarga, recolección y almacenamiento de productos, almacenamiento de sólidos y desechos, redes de manejo de equipaje, áreas con espacio y laboratorios de control de calidad.

Problema de Saneamiento físico, ausencia tecnológicas y equipamiento para el almacenamiento de productos y mantenimiento y conservación de los productos perecibles (cámaras de refrigeración y frigoríficas).

En nuestro caso específico de nuestra investigación del sector 9 del distrito de Surco: Existe una inadecuada e insuficiente infraestructura destinada para las actividades comerciales en el

Distrito de Surco Sector 9, que limita con el distrito de Chorrillos, esto ha provocado el crecimiento desordenado de Mercados de Abastos debido a una mala gestión urbana, como consecuencia el desarrollo económico en algunos sectores del distrito se ha visto afectado.

El mercado de la Asociación de comerciantes del mercado Santa Isabel de Villa “ACOMSIV”, Tiene más de 40 años de formación, pero su licencia de operatividad data del año 1999. Su infraestructura arquitectónica es inadecuada e insuficiente debido al poco conocimiento del tema por parte de las gestiones administrativas, la falta de recursos económicos y la poca voluntad política por parte de las autoridades municipales por mejorar la realidad de la problemática.

- El mercado muestra una serie de carencias físicas y espaciales, entre ellas falta de condiciones de habitabilidad, saneamiento, iluminación, uso inadecuado de agua, ocupación de pasillos, infraestructura inadecuada, tamaño inadecuado en puestos de ventas.

Figura 1

Mercado Santa Isabel de Villa (ACOMSIV)



Nota. Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- El mercado “ACOMSIV” tiene serios problemas de deterioro estructural tanto en los techos y muros cuyo material de construcción es madera (no reglamentaria), como también presenta problema en los acabados, en la estructura del inmueble y acabados de pisos. Inadecuadas condiciones de instalaciones eléctricas, y los puestos de ventas dentro de mercado son inadecuados para la actividad diaria.

Figura 2

Deterioro estructural de techos y muros



Nota. Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Inadecuadas e Insuficientes condiciones arquitectónicas para el área administrativa y servicios generales.

No cuentan con un espacio adecuado para la actividad administrativa donde puedan llevar una mejor gestión de sus recursos, no cuentan con servicios enfocados al usuario, y con dimensiones según norma para el debido uso de la actividad de administración.

Figura 3

Inadecuado e insuficientes condiciones arquitectónicas para el área administrativa



Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar y elaboración de distribución existente vista en planta

- Inadecuadas e insuficientes condiciones arquitectónicas para el área de sala de usos múltiples (sum)

Presenta paredes de madera y plástico que son materiales inflamables

Figura 4

Inadecuada área de sala de uso múltiples (SUM)



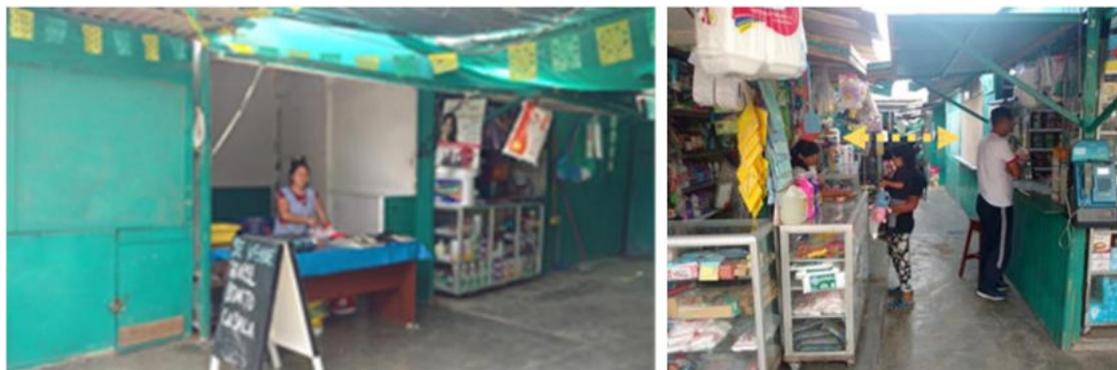
Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Inadecuadas e Insuficientes condiciones arquitectónicas para el área de comercialización de productos de primera necesidad.

Los puestos de venta presentan un inadecuado tratamiento del material de los muros, un insuficiente espacio funcional de los puestos por giro, una inadecuada condición de las instalaciones eléctricas y sanitarias y una inadecuada organización funcional.

Figura 5

Inadecuados e insuficientes puestos de ventas



Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Inadecuado condiciones arquitectónicas de los puestos de comida.

No cuentan con espacios adecuados para la preparación y manipulación de los alimentos

Figura 6

Inadecuados espacios para la venta de comidas



Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Insuficientes áreas para el Abastecimiento y despacho de los productos a comercializar.

No se observa una adecuada distribución del espacio de almacenamiento donde los proveedores que abastecen el mercado deben de llegar para el debido procedimiento de almacenaje.

Figura 7

Inadecuada área de abastecimiento y despacho



Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Inadecuado espacio para carga y descarga

No cuenta con el área reglamentaria de carga y descarga

Figura 8

Inadecuados usos del espacio de carga y descarga



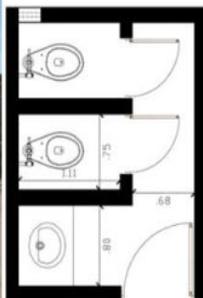
Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Insuficiente espacio para la energía y servicios complementarios

No cuenta con espacios suficientes para las estaciones eléctricas y seguridad del mercado y un insuficiente espacio funcional de los baños.

Figura 9

Insuficiente espacio funcional de los baños



Inadecuado espacio para el ingreso de discapacitados

Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Espacio insuficiente para la recogida y tratamiento final de residuos Orgánicos e inorgánicos y limpieza.

No cuenta con un área de residuos orgánicos e inorgánicos para su disposición y evacuación controlada.

Figura 10

No cuenta con espacios de residuos orgánicos en general los vendedores disponen de un espacio es sus puestos para colocar la basura que diariamente es depositada en el camión de basura.



Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

- Inadecuadas e insuficientes condiciones de accesibilidad peatonal y vehicular interna.

Las áreas de circulación no cuentan con pasaje reglamentario, una inadecuada accesibilidad para las personas con Discapacidad por el tratamiento de los pisos y rampas no reglamentadas, e insuficiente espacio para estacionamiento.

Figura 11

Inadecuado acceso y dimensionamiento de rampas.



Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

Figura 12

Inadecuado acceso en pasadizos e insuficientes estacionamientos para los clientes

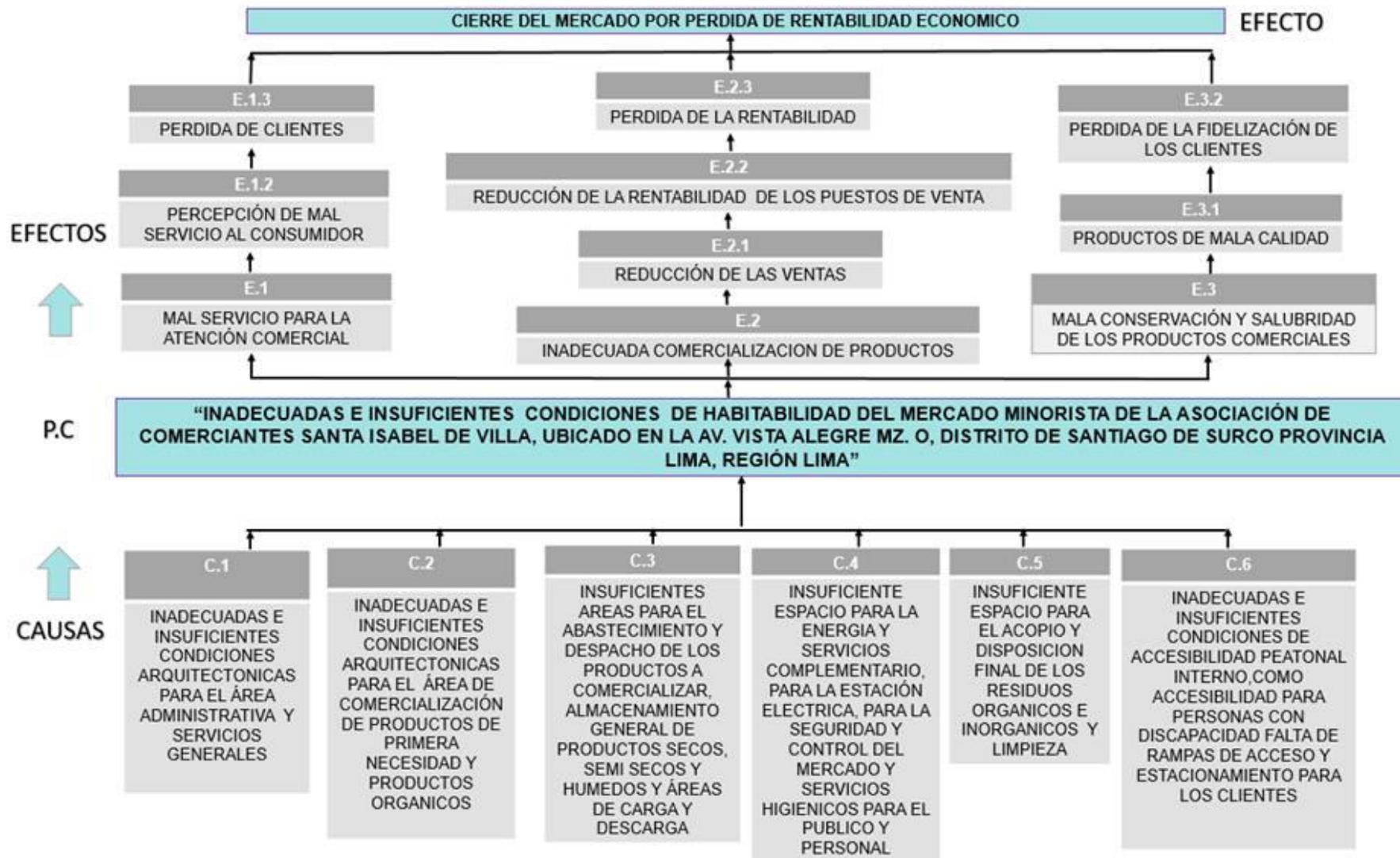


Nota: Elaboración propia en base a fotos tomadas en el lugar

Descripción de la Realidad (Antecedentes)

1.1.1. Análisis de causa-efecto (Árbol del Problemas)

ARBOL DE PROBLEMAS



Formulación del Problema

1.1.2. Problema general

“Inadecuadas e insuficientes condiciones de equipamiento y condiciones de habitabilidad de mercado minorista de la asociación de comerciantes Santa Isabel de Villa, Ubicado en la av. Vista alegre Mz. O, distrito de Santiago de Surco provincia de Lima, región Lima”. Genera cierre del mercado por pérdida de rentabilidad económica.

1.1.3. Problemas específicos

- **PE.1** inadecuadas e insuficientes condiciones arquitectónicas para la actividad administrativa y servicios generales.
- **PE.2** inadecuadas e insuficientes condiciones arquitectónicas del área de comercialización de productos (Puesto Tradicionales del Mercado) de primera necesidad y productos orgánicos.
- **PE.3** Insuficientes áreas para el abastecimiento y despacho de los productos a comercializar
- **PE.4** Insuficiente espacio para la energía y servicios complementarios (seguridad, sum, guardería y tópico)
- **PE.5** Insuficiente espacio para el acopio y disposición final de residuos orgánicos e inorgánicos y limpieza
- **PE.6** Inadecuada e insuficiente accesibilidad interna para usuarios y discapacitados.

Objetivos de la Investigación

1.1.4. Objetivo general

Desarrollar el nuevo proyecto arquitectónico del mercado minorista orientado al cultivo orgánico de la asociación de comerciantes santa Isabel de villa, ubicado en la Av. vista Alegre Mz. O, distrito de Santiago de surco, provincia Lima, región Lima, con la finalidad de generar prosperidad del mercado y alto rendimiento económico

1.1.5. Objetivos específicos

- **OE 1.** Diseñar espacios especializados para la actividad administrativa y de gestión comercial.
- **OE 2.** Diseñar espacios especializados para el área de comercialización de alimentos: productos semi húmedos, húmedos y secos, y productos orgánicos, como también espacios para el área de comida, tiendas de ropa y calzado, etc.
- **OE 3.** Diseñar espacios especializados para los almacenes de productos semi húmedos, húmedos y secos, espacios para carga y descarga / despacho de mercadería, diseñar espacios especializados para cámaras frigoríficas.
- **OE 4.** Diseñar espacios especializados para el abastecimiento de energía y servicios complementarios tales como la sub estación eléctrica, grupo electrógeno, control y seguridad del mercado, guardería y tópico.

- **OE 5.** Diseñar espacios especializados para el sistema de acopio de residuos orgánicos e inorgánicos
- **OE 6.** Diseñar circulación interna vertical y horizontal con accesibilidad para discapacitados (rampas), como también estacionamientos.

Hipótesis Conceptuales

1.1.6. Hipótesis general

El Nuevo Mercado Minorista de Abastos Orientado al cultivo orgánico sostenible de la Asociación de comerciantes Santa Isabel de Villa, generara un desarrollo económico a sus comerciantes, generando el bienestar social de sus clientes y asociados.

1.1.7. Hipótesis específicas

- **H.S.1.** Con el diseño de espacios especializados para la actividad administrativa y gestión comercial, genera un crecimiento de la gestión administrativa y satisfacción del cliente.
- **H.S.2.** Con el diseño de espacios especializados de los puestos de ventas para la comercialización de productos de primera necesidad y productos orgánicos, generara un aumento en la rentabilidad económica.

- **H.S.3.** A través de espacios especializados para el abastecimiento y despacho de productos se generará un crecimiento logístico, seguridad y satisfacción al cliente.
- **H.S.4.** Diseño de espacios especializados para los servicios complementarios tales con seguridad, guarderías y tópicos, generara un mayor control de seguridad del mercado.
- **H.S.5.** Diseño de espacios especializados para el acopio de residuos orgánicos e inorgánicos controlara la cantidad de basura emitida por el mercado.
- **H.S.6.** Mediante la circulación interna vertical y horizontal con accesibilidad para discapacitados (rampas) generara una reducción de accidentes dentro del mercado.

Identificación y Clasificación de Variables Relevantes para el Proyecto Arquitectónico

(presentar en cuadro)

1.1.8. Variables Dependientes

- a) El Nuevo Mercado Minorista de Abastos de la Asociación de Comerciantes Santa Isabel de Villa, orientado al cultivo orgánico sostenible generara una rentabilidad económica a sus comerciantes, generando el bienestar social de sus clientes y asociados y un ahorro energético en la edificación.

Tabla 1*Variable Independiente social – arquitectónico*

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Rentabilidad económica para los asociados del mercado minorista de abastos santa Isabel de villa	Socioeconómico	Puestos especializados de ventas para productos tradicionales y productos orgánicos	S/. Ingreso y Gastos

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Figura 13*Ingresos y Gastos según NSE 218 – Lima Metropolitana*

PROMEDIOS	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – gasto promedio	S/. 1,239	S/. 1,529	S/. 1,448	S/. 1,268	S/. 1,300	S/. 1,200	S/. 1,046	S/. 807
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 182	S/. 377	S/. 258	S/. 163	S/. 171	S/. 147	S/. 123	S/. 102
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – gasto promedio	S/. 472	S/. 1,177	S/. 688	S/. 416	S/. 439	S/. 367	S/. 297	S/. 203
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – gasto promedio	S/. 185	S/. 885	S/. 265	S/. 132	S/. 142	S/. 112	S/. 93	S/. 75
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 249	S/. 671	S/. 357	S/. 220	S/. 230	S/. 198	S/. 150	S/. 103
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – gasto promedio	S/. 388	S/. 1,358	S/. 689	S/. 299	S/. 340	S/. 214	S/. 143	S/. 81
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – gasto promedio	S/. 483	S/. 1,427	S/. 814	S/. 403	S/. 444	S/. 319	S/. 212	S/. 137
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – gasto promedio	S/. 215	S/. 484	S/. 287	S/. 200	S/. 213	S/. 174	S/. 143	S/. 121
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 3,412	S/. 7,908	S/. 4,807	S/. 3,100	S/. 3,278	S/. 2,732	S/. 2,208	S/. 1,627
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*	S/. 4,744	S/. 13,105	S/. 7,104	S/. 4,059	S/. 4,310	S/. 3,540	S/. 2,760	S/. 1,987

Nota: Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado

En este cuadro se observa la diferencia de ingresos y gastos donde predomina el NSE A con un ingreso de S/13,105 y un gasto familiar de S/7,908 mensuales a comparación del NSE E que tiene un ingreso de S/1,987 con un gasto promedio familiar mensual de S/1,627

- b) Diseño de espacios especializados para la actividad administrativa y gestión comercial, generara una mejora de la gestión administrativa.

Tabla 2

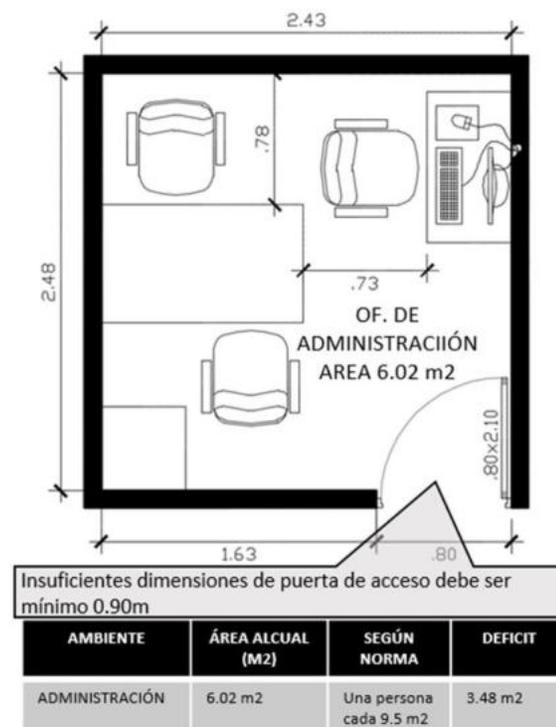
Variable Dependiente social – arquitectónico

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Mejora la gestión administrativa	Arquitectónico	Diseñando áreas adecuadas para el aforo correspondiente	M2

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel.

Figura 14

Diseño del espacio administrativo



Artículo 6 - El número de ocupantes de una edificación de oficinas se calculará a razón de una persona cada 9.5 m².

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel.

- c) Diseño de espacios especializados de ventas para la comercialicen de productos de primera necesidad, generara un aumento en la rentabilidad económica de los asociados.

Tabla 3

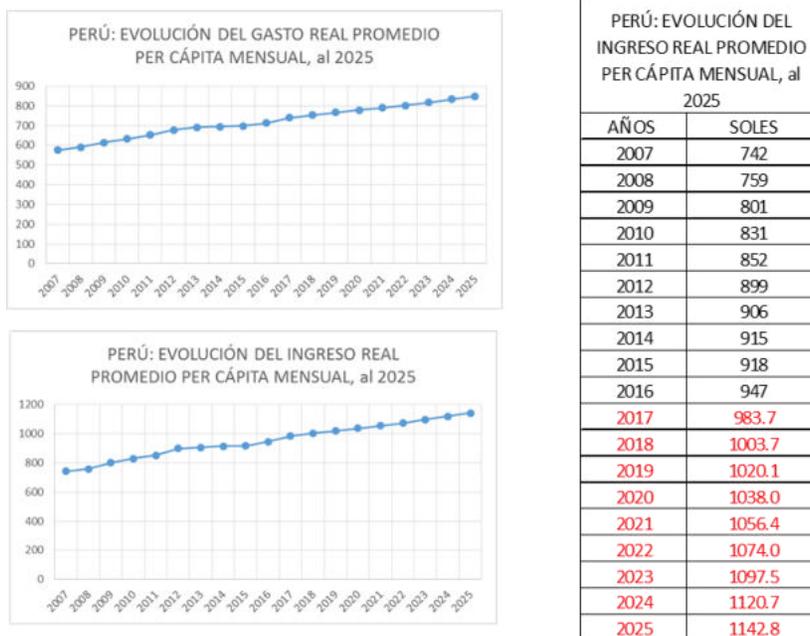
Variable Dependiente social – arquitectónico

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Rentabilidad económica de los asociados del mercado	Arquitectónico	Diseñando espacios para la promoción y venta de productos orgánicos	S/. Nuevos Soles

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel.

Figura 15

Proyección de ingresos y gastos per capital mensual al 2025



Nota: Elaboración propia en base a INEI - Encuesta Nacional de Hogares, 2007-2016.

Para el año 2016, el gasto real promedio per cápita mensual fue de 712 soles registrándose un incremento de 2,0% (equivalente a 14 soles) respecto al nivel alcanzado el año 2015.

Según los resultados obtenidos para el año 2016, el ingreso real promedio per cápita mensual ascendió a 947 soles, lo que representó un incremento de 3,2% respecto al nivel alcanzado el año 2015. según la proyección hasta el año 2025 es constante el crecimiento.

- d) Diseño de espacios especializados para los almacenes de productos de primera necesidad generara seguridad de las buenas prácticas de manufactura

Tabla 4

Variable Dependiente social – arquitectónico

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Seguridad de las buenas prácticas de manufactura.	Arquitectónico	Diseñando espacios para el almacenamiento de los productos alimenticios	Sistema de HACCP

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel.

Figura 16

El Sistema Haccp garantiza una gestión de inocuidad de los alimentos basados en el control de puntos críticos.



Nota: <https://www.agroconsultoraplus.com/haccp>

- e) Diseño de espacios especializados para el acopio de residuos orgánicos e inorgánicos controlara la cantidad de basura emitida por el mercado

Tabla 5

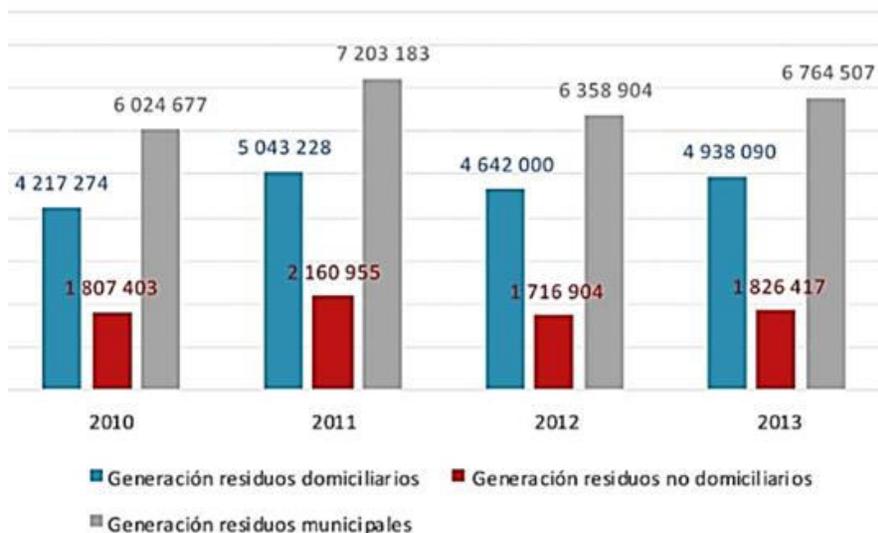
Variable Dependiente social – arquitectónico

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Controlar la cantidad de basura emitida por el mercado	Arquitectónico	Diseñando espacios de reciclaje	(Tn/Dia)

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel.

Figura 17

Toneladas por año de generación de residuos sólidos municipales, 2010-2013



Nota: Ministerio del Ambiente (2014). Sexto informe anual de residuos sólidos. Gestión 2013. Lima: MINAM

- f) Diseño de circulación interna vertical y horizontal con accesibilidad para discapacitados (rampa) generara una reducción de accidentes dentro del mercado.

Tabla 6

Variable Dependiente social – arquitectónico

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Control de flujo de personas	Arquitectónico	Diseñando según medidas reglamentarias	M2

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel.

Figura 18

Medida de pasadizos según Reglamento Nacional de Edificaciones

Artículo 13.- El ancho de los pasajes de circulación de público depende de la longitud del pasaje desde la salida más cercana, el número de personas en la edificación, y la profundidad de las tiendas o puestos a los que se accede desde el pasaje.

El ancho mínimo de los pasajes es de 2.40 m. los mismos que deben permanecer libres de objetos, mobiliario, mercadería o cualquier obstáculo. Los pasajes principales deben tener un ancho mínimo de 3.00 m.

Nota: Reglamento Nacional de Edificaciones

1.1.9. Variables Independientes

El Nuevo Mercado Minorista de Abastos de la Asociación de Comerciantes Santa Isabel de Villa, orientado al cultivo orgánico sostenible generara una rentabilidad económica a sus comerciantes, generando el bienestar social de sus clientes y asociados.

Tabla 7

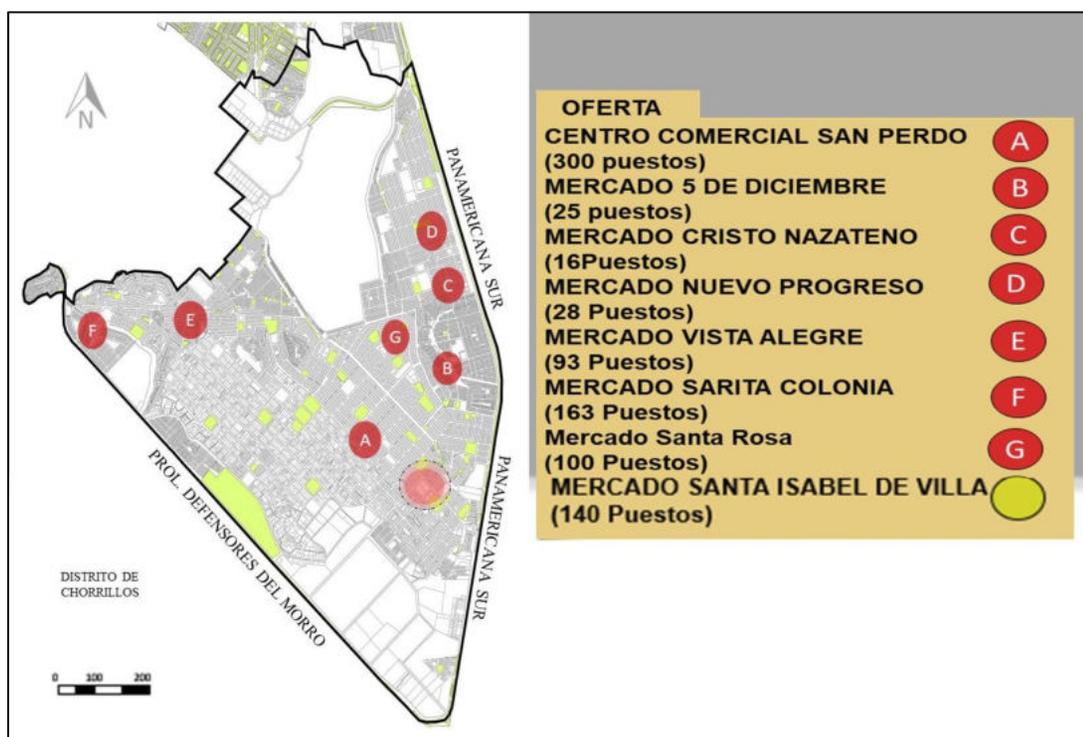
Variable Independiente social – arquitectónico

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Equipamiento			Cantidad de
Nuevo mercado minorista de abastos	Arquitectónica	Radio de influencia	mercados operativos en el sector 9

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Figura 19

Radio de influencia y ubicación de mercados en el sector 9 de Surco



Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Diseño de espacios especializados para la actividad administrativa y gestión comercial, generara una mejora de la gestión administrativa.

Tabla 8

Variable Independiente social – arquitectónico

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Diseño de área Administrativa	Arquitectónico	Diseñar áreas adecuadas para el aforo correspondiente	M2 de espacio para la función administrativa

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Figura 20

Inadecuado espacio función administrativa

Es INADECUADO por los techos que son de Calamina y no de un material impermeable como una losa de concreto, ingresar agua de aguas de lluvia y las paredes son de material de triplay que es un material inflamable



Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Diseño de espacios especializados de ventas para la comercialicen de productos de primera necesidad, generara un aumento en la rentabilidad económica de los asociados.

Tabla 9

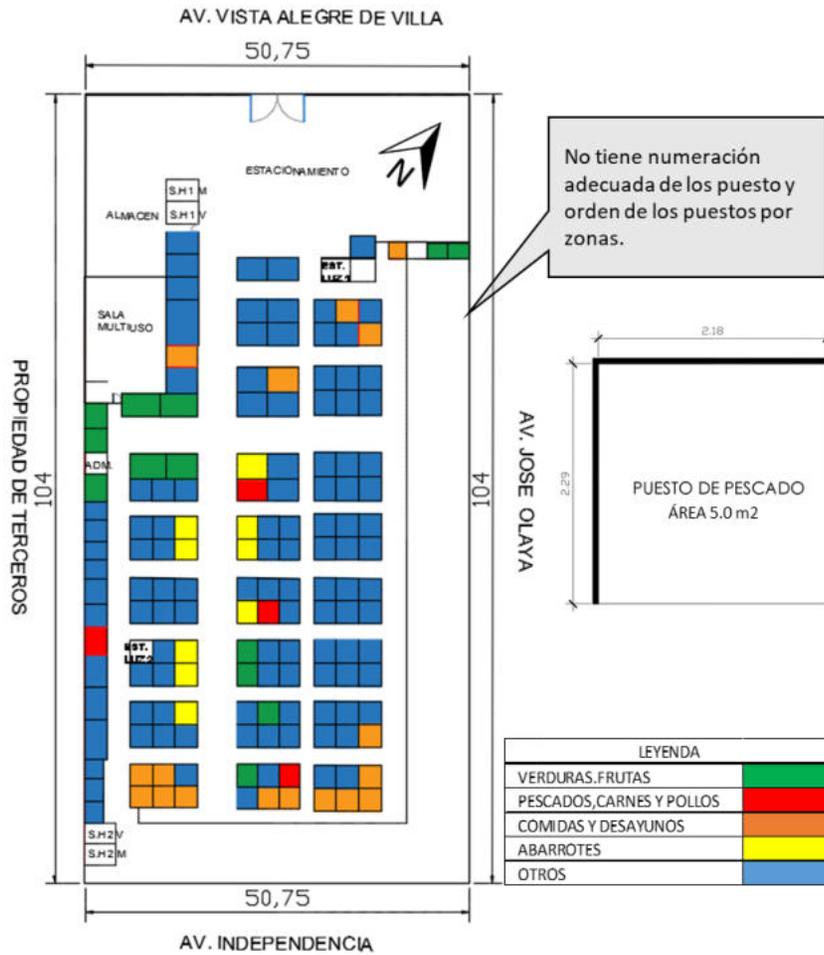
Variable Independiente social – arquitectónico

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Diseño de espacios especializados para el área de comercialización	Arquitectónico	Diseño de espacios para la promoción de productos	140 puesto de ventas

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Figura 21

Estado actual de los 140 puestos y distribución existente



Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Diseño de espacios especializados para los almacenes de productos de primera necesidad generara seguridad de las buenas prácticas de manufactura

Tabla 10

Variable Independiente social – arquitectónico

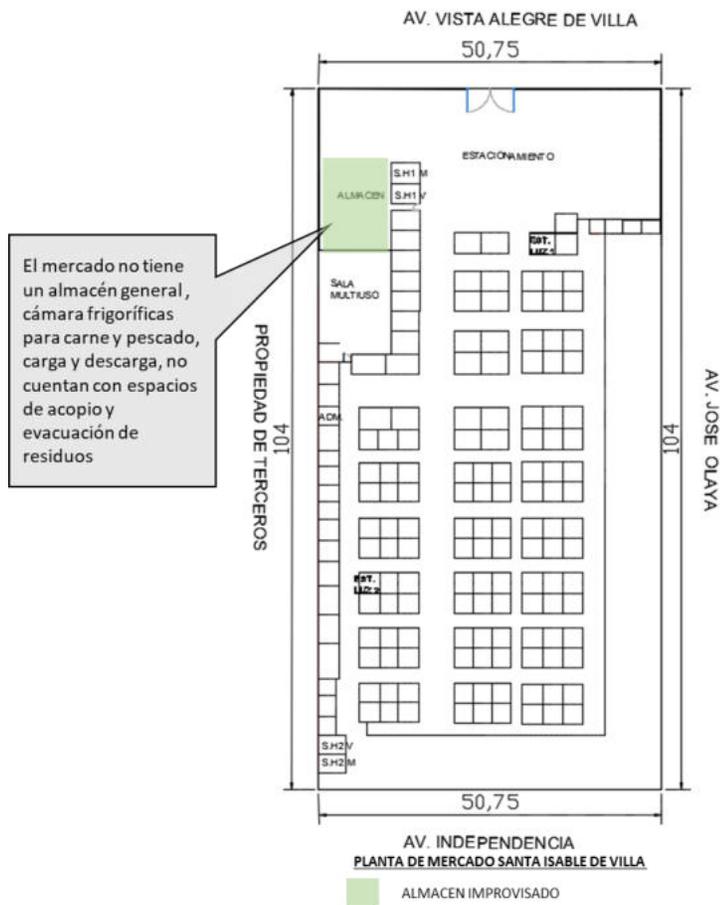
VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
------------------------	-------------	-------------	----------

Diseño del espacio para el almacenaje de productos.	Arquitectónico	Diseñando espacios diferenciados para los productos alimenticios	0 M2 de espacio para la los almacenes
---	----------------	--	---------------------------------------

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Figura 22

No cuenta con m2 en almacenamiento ya que es improvisado



Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Diseño de espacios especializados para el acopio de residuos orgánicos e inorgánicos controlara la cantidad de basura emitida por el mercado.

Tabla 11

Variable Independiente social – arquitectónico

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Diseño del acopio de los residuos orgánicos e inorgánicos	Arquitectónico	Diseñar áreas adecuadas para la zona de acopio	0 M2 de espacio para la función de los residuos orgánicos e inorgánicos

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Figura 23

No cuenta con espacio para el acopio de residuos orgánicos e inorgánicos



El mercado no cuenta con espacio de acopio y evacuación de residuos, ya que llega el camión de basura y todo salen de sus puesto a evacuar los residuos por los diferentes pasadizos

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Diseño de circulación interna vertical y horizontal con accesibilidad para discapacitados (rampa) generara una reducción de accidentes dentro del mercado.

Tabla 12

Variable Independiente social – arquitectónico

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Diseño de los pasadizos para los usuarios y personas con movilidad reducida	Arquitectónico	Diseñar áreas adecuadas para la circulación de personas	No de desplazamientos

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Figura 24

Numero de desplazamiento con dimensiones insuficientes e inadecuadas



Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

1.1.10. Variables Intervinientes

Tabla 13

Variable Z Interviniente.

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLE INTERVINIENTE
Equipamiento	El desarrollo económico de los asociados y el bienestar social de los clientes	Creación de un nuevo mercado minorista de abastos de productos orgánicos.
Diseño de área administrativa	Mejora la gestión administrativa	Diseñando áreas adecuadas para el aforo correspondiente
Diseño de espacios especializados para el área de comercialización y productos orgánicos	Rentabilidad de la experiencia del consumidor	Diseñando espacios para la promoción de productos tradicionales y orgánicos
Diseño del espacio para el almacenaje de productos.	Seguridad de las buenas prácticas de manufactura.	Diseñando espacios de almacenamiento para los productos alimenticios
Diseño del acopio de los residuos orgánicos e inorgánicos	Controlar la cantidad de basura emitida por el mercado	Diseñando espacios de reciclaje
Pasadizos para los usuarios y personas con movilidad reducida	Control de flujo de personas	Diseñando elementos atractores

Nota: Elaboración propia en base a estudio en campo del Mercado Santa Isabel

Matriz de Consistencia Tripartita (presentar en cuadro)

1.1.11. Consistencia Transversal: Problema / Objetivo / Hipótesis / Variables /

Indicadores

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADOR	MEDICIÓN
“Inadecuadas e insuficientes condiciones de habitabilidad de mercado minorista de la asociación de comerciantes Santa Isabel de Villa, Ubicado en la av. Vista alegre Mz. O, distrito de Santiago de Surco provincia de Lima, región Lima, Genera cierre del mercado por pérdida de rentabilidad económica	Desarrollar el nuevo proyecto arquitectónico del mercado minorista orientado al cultivo orgánico de la asociación de comerciantes santa Isabel de villa, ubicado en la Av. vista Alegre Mz. O, distrito de Santiago de surco, provincia Lima, región Lima, con la finalidad de generar prosperidad del mercado y alto rendimiento económico	El Nuevo Mercado Minorista de Abastos Orientado a cultivo orgánico sostenible de la Asociación de comerciantes Santa Isabel de Villa, generara un desarrollo económico a sus comerciantes, generando el bienestar social de sus clientes y asociados	Rentabilidad económica para los asociados del mercado Santa Isabel	SOCIO ECONOMICO	Puestos especializados de ventas tradicionales y productos orgánicos	S/. Ingresos y Gastos
Inadecuadas e insuficientes condiciones arquitectónicas para la actividad administrativa y servicios generales (Incumplimiento de la norma técnica A.70 comercio, capítulo IV Art 21,24 Incumplimiento de la norma de la norma de condiciones de diseño de oficinas, cap. 7)	Diseñar espacios especializados para la actividad administrativa y gestión comercial	Diseño de espacios especializados para la actividad administrativa y gestión comercial, generara un crecimiento de la gestión administrativa y satisfacción del cliente.	Diseño del área administrativa	ARQUITECTONICO	Diseñar áreas adecuadas para el aforo correspondiente	S/. Nuevos soles, mejora la gestión administrativa
Inadecuadas e insuficientes condiciones arquitectónicas del área de comercialización de productos de primera necesidad y orgánicos (Incumplimiento de la norma técnica a.70 capítulo III, art.15,16 y 17 características de los componentes)	Diseñar puestos especializados de ventas para la comercialización de productos orgánicos y de primera necesidad	Diseño de espacios especializados de ventas para la comercialización de productos de primera necesidad, generara un aumento en la rentabilidad económica.	Diseños de espacios especializados para el área de comercialización	ARQUITECTONICO	Diseñar espacios para la promoción de productos	S/. Nuevos soles, rentabilidad económica de los asociados del mercado
Insuficientes espacios para el área complementaria y de energía (Incumplimiento de la norma técnica NTP 900.065 cap. 7 y la norma EM.01° Instalaciones Eléctricas interiores)	Diseñar áreas complementarias, como almacenes, guardería, tópicos y espacios multifuncionales para la capacitación empresarial y eventos comunales, espacios para la sub estación como grupo electrógeno.	Diseño de espacios especializados para las áreas complementarias generara un crecimiento logístico y de satisfacción del cliente	Diseño de espacios especializados para el almacenamiento de productos	ARQUITECTONICO	Diseño de espacios de almacenamiento para los productos alimenticios	(Sistema de Haccp), seguridad de las buenas prácticas de manufactura
Insuficiente espacio para el acopio y disposición final de residuos orgánicos e inorgánicos y limpieza (incumplimiento de la norma 900.065, cap. 7 y ley n°27314 ley general de residuos sólidos)	Diseñar áreas para los servicios generales, en donde se encontrarán espacios de carga y descarga, espacios especializados para los almacenes, módulos de baños con acceso a discapacitados, espacio de acopio de residuos orgánicos e inorgánicos, espacio para el control y seguridad del mercado	Diseño de espacios especializados para los servicios generales, generara un mayor control de seguridad del mercado y mejor disposición de los residuos	Diseño del acopio de los residuos orgánicos e inorgánicos	ARQUITECTONICO	Diseño de espacio de reciclaje	(Tn/ Día) Control de basura emitida por el mercado
Inadecuada e insuficiente accesibilidad interna para discapacitados (Incumplimiento de la norma técnica a.70comercio cap. IV, art 30)	Diseñar circulación interna vertical y horizontal con accesibilidad para discapacitados (rampas)	Diseño de circulación interna vertical y horizontal con accesibilidad para discapacitados (rampa)generara una reducción de accidentes dentro del mercado	Diseño de los pasadizos para los usuarios y personas con movilidad reducida	ARQUITECTONICO	Diseño de elementos atractores	(#de desplazamiento) Control de flujo de personas

Diseño de la Investigación

El diseño que se pretende alcanzar en esta investigación es de tipo descriptivo correlacional debido a que se investigara como ‘‘UN NUEVO MERCADO MINORISTA’’ es la mejor estrategia a través de la aplicación y orientación de cultivos orgánicos en este sector de Santiago de Surco que en la actualidad se encuentra muy vulnerable casi cerrado.

1.1.12. Tipo de Investigación

1.1.12.1. No Experimental

Debido a la compleja situación y por factores múltiples se dificulta la materialización de la propuesta, quedando la investigación a un nivel no experimental.

1.1.13. Método de Investigación

De acuerdo a las contribuciones de este estudio, la investigación fue de tipo no experimental pues no se manipularon de ninguna manera las variables, sino que se estudiaron los fenómenos del sector en su estado actual para posteriormente analizarlos y explicarlos mediante Técnicas, Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos Relevantes para el Proyecto

1.1.14. Técnicas

Las técnicas de recolección de datos están basadas en la observación directa. Se realiza las visitas a campo correspondientes las cuales nos permiten ver en qué condiciones se encuentra el terreno a intervenir, así como el entorno en el que se encuentra.

Tipos de técnicas

Observación

Estructurada, Se levantaron datos, medidas in-situ necesarios del terreno para la proyección de la obra.

No estructurada, Se realizaron paneles fotográficos visuales.

Entrevistas

Estructurada, Se plantearon encuestas en el sitio de estudio

No estructurada, se utilizaron libretas de notas y cámaras.

Encuesta

Escrita, cuestionario

1.1.15. Instrumentos

(Instituto Nacional de Estadística e Informática, s.f.)

Se obtuvo los datos del instituto nacional de estadísticos e informática para recopilar toda la información posible con respecto a datos estadísticos y porcentuales de la población del distrito de Santiago de surco.



(Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, s.f.)

se estudiaron los fenómenos del sector en su estado actual para posteriormente analizados y explicados



1.1.15.1. Encuestas

Se realizaron encuestas en el lugar de estudio.

ENTREVISTAS
PARA LA ADMINISTRACION DEL MERCADO

1. **¿Cuántos puestos de mercado tiene la asociación de comerciantes Santa Isabel de Villa?**

2. **¿Cuáles son los giros de los puestos dentro del mercado?**

3. **¿Cuáles son las dimensiones de los puestos actuales ?**

4. **¿Cuál es el sistema que utiliza el mercado para la eliminación de los residuos ?**

5. **¿Cuántas solicitudes por un puesto de venta llega aproximada mente al mes?**

ENTREVISTAS

COMERCIANTES FORMALES E INFORMALES QUE DESEAN UN PUESTO DENTRO DEL NUEVO MERCADO

1. ¿Cuál es el volumen que vende diariamente?

2. ¿Qué tipo de puesto desearía para el producto que comercializa?

3. ¿Qué ambiente de servicios y áreas complementarias considera necesario para su producto?

4. ¿Cuál es el medio que utiliza para abastecer a su puesto de venta?

5. ¿Cuál es el sistema que utiliza para la eliminación de sus residuos?

ENTREVISTAS
REDES DE PRODUCTORES

1. ¿Cuál es el producto que cultiva?

2. ¿Cuál es el volumen que produce por cultivo? ¿Y cada cuanto tiempo lo obtiene?

3. ¿Qué subproductos genera en base al producto que cultiva?

4. ¿Cuál es el volumen del producto que comercializa diariamente?

5. ¿Cuál es el medio que utiliza para movilizar el producto que comercializa?

6. ¿Qué ambiente de servicios y áreas complementarias considera necesario para su producto?

7. ¿Cuál es el medio de conservación que utiliza en su producto?

1.1.15.2. Análisis de documentos

Fichas de análisis documentos sistema de recolección de datos notas secundarias, tesis, ensayos, libros, artículos y páginas web.

1.1.16. Fuentes

Según (Biblioteca de la universidad de Alcalá, 2020) el nivel de información proporcionada Las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias. fuente Primaria, que contiene información nueva y original, resultados del trabajo intelectuales Estos son los principales documentos: libros, revistas científicas y Entretenimiento, Periódicos, Periódicos, Documentos Oficiales instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o Normas técnicas propias, patentadas. La información secundaria incluye organización de la información, elaboración, extracción de productos analíticos o Reestructurado con referencia al archivo principal original. son Fuentes secundarias: enciclopedias, antologías, catálogos, libros o Artículos explicativos de otros trabajos o investigaciones. (pág. 73)

Se aplica las siguientes fuentes:

Fuentes Primarias: Asociación de Comerciantes del Mercado Santa Isabel de Villa Fotografías tomadas al área de estudio, Entrevistas escritas a los actores sociales, normas técnicas.

Esquema Metodológico General de Investigación y Construcción de la Propuesta (Urbano- Arquitectónica)

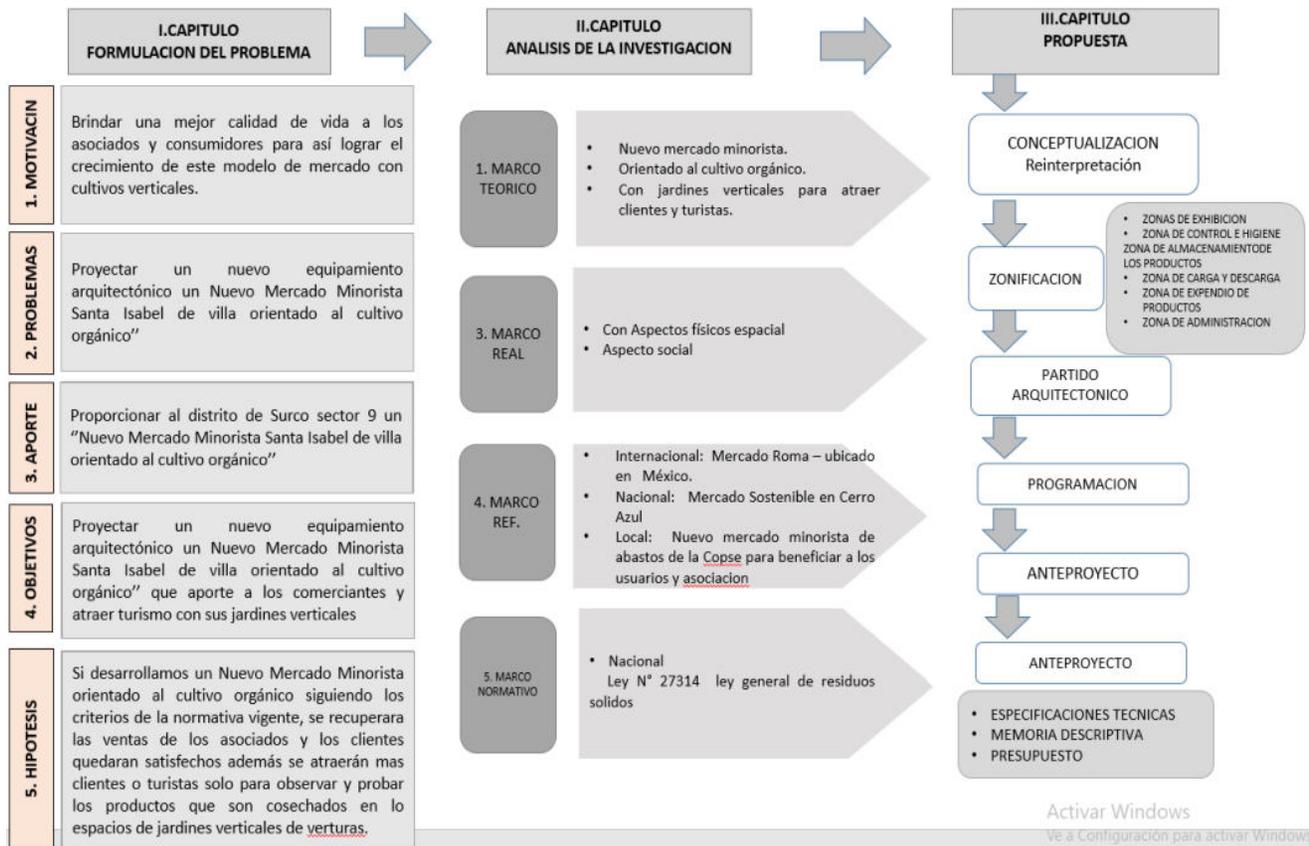
1.1.17. Descripción por fases

- Fase 1 - Elaboración del tema: En esta fase se selecciona el tema a desarrollar y se define el problema en el campo de estudio, fijando las metas a alcanzar a través de la base metodológica.
- Fase 2 - Recolección de datos: Recolectar información del campo de investigación y observaciones de campo de las instituciones involucradas a través de libros, entrevistas, Internet.
- Fase 3 - Tratamiento de la Información: Estudiar y analizar las diferentes variables relevantes para nuestro problema y las características esenciales que definirán nuestra propuesta arquitectónica.
- Fase 4 - Propuesta Arquitectónica: La fase final de la investigación constituye nuestra propuesta de producto arquitectónico urbano para abordar el área de estudio.

1.1.18. Cuadro Metodológico (Esquema Síntesis /Cuadro/Gráfico)

Figura 25

Cuadro metodológico



NOTA: Elaboración propia

Justificación de la Investigación e Intervención Urbano-Arquitectónica

1.1.19. Pertinencia

Es pertinente realizar la investigación de la actividad comercial que se realiza en el Mercado Santa Isabel y entender las necesidades de los usuarios para poder identificar los puntos críticos que impiden su desarrollo comercial.

1.1.20. Necesidad

Es necesario realizar la investigación que gira en torno al Mercado Santa Isabel pues aún no se han resueltos problemas que involucran directamente a la población como el óptimo servicio comercial y porque es un motor económico y de crecimiento para la zona 9 del distrito de Surco.

1.1.21. Importancia

Es importante realizar la investigación de la actividad comercial que se realiza en el Mercado Santa Isabel y entender las necesidades de los usuarios para poder identificar los puntos críticos que impiden su desarrollo comercial.

Es necesario realizar la investigación que gira en torno al Mercado Santa Isabel pues aún no se han resueltos problemas que involucran directamente a la población como el óptimo servicio comercial y porque es un motor económico y de crecimiento para la zona 9 del distrito de Surco.

Alcances y Limitaciones de la Investigación

1.1.22. Alcances Teóricos y Conceptuales

El análisis de la investigación se enfoca en los nuevos modelos de funcionamiento de centros comerciales, dedicado a la comercialización de bienes y servicios promoviendo un desarrollo de mejora constante, el Aporte de este proyecto es darle un uso adecuado al área establecida como comercio zonal y que no está siendo bien aprovechada para el desarrollo del distrito y su población.

- Los trabajos se realizarán a nivel de anteproyecto con especialidades adicionales como estructural, sanitaria, eléctrica, detalles e INDECI.
- La investigación de referencias de mercado se lleva a cabo a través de investigaciones de tesis, biblioteca, Internet y visitas a campo.
- Se alcanzará la propuesta a la municipalidad para su consideración.

Alcances

- El proyecto expondrá tecnologías modernas en el campo de construcción y acabados que ambicionen presentar una tesis capaz de convertirse en un hito para el lugar

1.1.23. Limitaciones

Es la falta de interés de sus autoridades para mejorar la calidad de vida de los Pobladores de la zona, los negociantes y los usuarios se conforman a dicha realidad.

La ACOMSIV no contaba con información histórica de datos, se trabaja con datos levantados por las investigadoras.

En determinados temas del estudio de referentes internacionales la información se encuentra escasa.

Limitaciones del proyecto

- El proyecto se lineará de acuerdo a los criterios de diseño sugeridos por la normatividad técnica
- La escala del proyecto será solo zonal.



Capítulo II

MARCO TEÓRICO

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO – REFERENCIAL

El siguiente capítulo permitirá un análisis más amplio de las cuestiones conceptuales que sustentan el desarrollo del proyecto. Todas las teorías utilizadas y basadas en el proyecto se explican y desarrollan a través de temas, subtemas y objetivos de investigación. El tema está en relación con el tipo de arquitectura utilizada en los anteproyectos para que haya una referencia exacta a las formas y volúmenes utilizados. El subtema fundamenta al tipo de edificio que se estará realizando, en este caso; el “Nuevo mercado minorista Santa Isabel de Villa orientado al cultivo orgánico sostenible en el sector 9 de surco.” es del ámbito comercial, por lo que se detalla la teoría que va profundizando y relacionando al anteproyecto.

Antecedentes Teóricos Relacionados con el Programa Arquitectónico (tema, objeto de la propuesta)

1.1.24. Internacionales

(Arquitectos R. , 2014)

Realizada la investigación del artículo, “Mercado Roma” Resaltamos que el proyecto está diseñado para agrupar a colaboradores y vendedores seleccionados que ofrecen sus mejores productos orgánicos, que son cosechados en un jardín vertical al aire libre muy funcional, porque cumple como atracción al público y jardín de verduras donde se recolectan los productos para la venta y se completa el ciclo producción-distribución-venta.

Figura 26

Vistas de jardín vertical



Nota: Fotografías tomadas por Rojkind Arquitectos, Jaime Navarro

(HERRERA, 2018)

De la tesis analizada el nuevo mercado “Tirso de molina” conocido por su cubierta de árboles artificiales creando una atmosfera interesante por los techos translucidos que genera la iluminación interior reinterpretando el follaje de los árboles, un juego de luces y sombras se produce en su interior reflejando en sus suelos múltiples formas que se multiplican en todo el mercado. Su modulación es simple ordenada y simétrica.

(Arquitectos F. V., 2013)

El proyecto de investigación "Mercado Encants" está ubicado en Barcelona, España y cubre un área de 8000m². Su objetivo principal es mantener el espacio abierto del mercado y tratar de evitar la construcción de diferentes pisos evitando el modelo del centro comercial.

El proyecto genera un espacio intermedio entre arquitectura de tiendas comerciales modernas y el mercado al aire libre, por medio de su estructura metálica de techo la cual le da una sensación de estar en un espacio contenido y al mismo tiempo estar fuera del mercado los reflejos genera una conexión del entorno inmediato.

Figura 27

Vistas exterior y cortes del mercado Encants



Nota: recuperado de www.b720.com. Febrero 2017

(Barba, 2014)

Del mencionado artículo “Mercado de Santa Caterina” se encuentra en Barcelona, España y fue construido en 1848 bajo el nombre de Mercado Isabel II, con una superficie de 5950 m². Su cubierta de hierro y el perímetro cercado lo convierten en el primer

mercado cubierto de la ciudad. El proyecto al ser una remodelación de un edificio con otro uso, se decide transformarlo en un mercado municipal. dando una apariencia de mercado a través de la diversidad de colores y formas que se encuentran en el mercado, siendo este su toma de partida para la cubierta. (Barba, 2014)

Figura 28

Vistas aéreas del Mercado de Santa Caterina



Nota: imágenes extraídas de Metalocus (2014)

1.1.25. Nacionales

(Sánchez Huarcaya, Orbegoso Cabeza, Campos Guerra, & Flores Castro, 2016)

De la maestría en referencia ‘’ Plan de Negocio de un Biomarket Orgánico Ubicado en Lima’’ según estudios realizados en ferias, la ciudad no cuenta con un mercado ni biomarket de productos orgánicos convirtiéndose en una oferta muy limitada para la venta, el lugar de posicionamiento que se encuentran los productos orgánicos ‘’muestra una puntuación ponderada total de 2,60 lo que indica que el futuro biomarket responde de manera superior al promedio a las oportunidades’’. Dando a resaltar un entorno favorable para futuros negocios orgánicos.

Figura 29

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

Factores determinantes del éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
Oportunidades			
Crecimiento de los NSE A y B en el último año en Lima Metropolitana de 0,3% y 1,3%, respectivamente.	0,05	2	0,1
Incremento de enfermedades vinculadas al consumo de alimentos (deficiente dieta alimenticia).	0,09	4	0,36
Mercado potencial en crecimiento, consumo de productos orgánicos en el Perú crece 25% anualmente.	0,09	4	0,36
Creciente disposición al consumo de alimentos orgánicos.	0,08	3	0,24
Apoyo en tecnología agrícola para la mejora de la productividad.	0,04	1	0,04
Mejora de la tecnología de las telecomunicaciones en Perú.	0,05	3	0,15
Biodiversidad del país, es considerado uno de los 12 países megadiversos del mundo.	0,08	2	0,16
Incremento en la toma de conciencia de la importancia de mantener una vida saludable y cuidar el medio ambiente.	0,07	4	0,28
Amplia oferta de proveedores y productores (46.000 a nivel nacional).	0,09	2	0,18
Pronunciamientos a favor del consumo y producción de alimentos orgánicos como la UNCTAD	0,08	2	0,16
Amenazas			
Caída de la inversión privada que se amplifica debido al contexto político actual.	0,04	1	0,04
Crisis institucional de los partidos políticos en el Perú.	0,02	1	0,02
Desaceleración de la economía peruana, se proyecta un PBI de 3% para el 2016.	0,05	2	0,1
El 86% de los agricultores peruanos no son atendidos por el sistema financiero privado.	0,03	1	0,03
Deficiente legislación relacionada a los alimentos transgénicos.	0,06	3	0,18
Cadena de suministro de los proveedores poco desarrollada.	0,04	2	0,08
Ingreso de nuevos competidores al mercado orgánico en el formato minorista.	0,04	3	0,12
	1,00		2,60
Calificación: Entiéndase como la capacidad de respuesta esperada de la empresa para aprovechar las oportunidades o minimizar las amenazas, como: 1= respuesta deficiente; 2=respuesta promedio, 3=respuesta mayor al promedio, 4=respuesta superior o excelente			

Nota: Elaborado por el plan de investigación de negocios de un biomarket orgánico

(Rey De la fuente & Gonzalez Moix, 2022)

De la tesis revisada titulada: ‘‘Mercado Sostenible en Cerro Azul’’ se toma en consideración el análisis sobre las tipologías de mercados, el estudio analiza y vincula un prototipo de mercado modelo no solo enfocándose a la producción sino también al turismo y ciudad, donde se relacionan las actividades del lugar.

1.1.26. Locales

(Rodríguez Carrion & Cervantes Veliz, 2017)

En su tesis de grado titulada ‘‘Nuevo Mercado minorista de abastos de la Copse para beneficiar a los usuarios y asociados.’’ Se hace un estudio más local de la problemática que existe en la mayoría de mercados ‘‘Pero no perdiendo la identidad del servicio que caracteriza a los Mercados que es la relación tan estrecha vendedor-comprador y la socialización que se da dentro de ella’’ (pág. 22)

Bases Teóricas (Teorías Generales y Sustantivas que se van a aplicar)

En el distrito de Santiago de Surco - sector 9 la mayoría de mercados carecen de espacios e infraestructuras arquitectónicas adecuadas para la actividad comercial, no brindan servicio de calidad a los comerciantes y clientes; causando inseguridad por deterioro de los elementos estructurales, inadecuadas tipologías de puestos de ventas, no ofrecen las condiciones de salubridad necesarias siendo focos contaminantes para la población por los desechos de residuos sólidos que estos mercados generan.

El poco mantenimiento que se da a la infraestructura genera más gastos en reparaciones y el bajo rendimiento económico que sufren los mercados en el sector 9 a causa de su mala gestión y su mala infraestructura generara el cierre de estos mercados

Se propone un nuevo mercado minorista orientado al consumo y venta de cultivos orgánicos, producidos en jardines verticales y a la vez sirvan de atracción turística, con tipologías de puestos de ventas y espacios adecuados para exhibir, comercializar y cosechar, debido a que la oferta de productos orgánicos es reducida en el sector y la demanda se encuentra en crecimiento, lo que nos indica que existe una demanda insatisfecha por aprovechar, por ello consideramos que no existe competidores, favoreciendo a la asociación de comerciantes, clientes y medio ambiente.

1.1.27. Sobre el espacio comercial

El espacio destinado a la comercialización ha venido evolucionando con el paso del tiempo, en esta evolución han sido varios los personajes que influyeron en el desarrollo de sus conceptos y teorías.

Según (Mesher, 2011) diseñar espacios comerciales, el objetivo es reflejar el estilo de vida, la cultura y las preferencias de los usuarios a través de un conjunto de elementos fundamentales para los que el análisis de usuario e identidad es fundamental. ‘Él objetivo es atraer, entusiasmar y seducir al consumidor mediante la creación de una experiencia que se pueda identificar’ (pág. 10). Uno de los términos utilizados para definir estos espacios es el *Brandscaping* representación de una marca por medio de espacios (pág. 18)

1.1.28. Comercio

El comercio es cualquier actividad socioeconómica que implique la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, venta o conversión. Es el intercambio o compraventa de algo a cambio de algo de igual valor. Se entiende por actividad comercial o industrial tanto el

intercambio de bienes o servicios como el que se realiza por intermediación de un vendedor o comerciantes.

Un comerciante es una persona física o jurídica que realiza regularmente actividades comerciales, como una empresa comercial.

1.1.28.1. Importancia del comercio

Siendo el comercio el proceso en el cual se puede intercambiar un conjunto de productos entre varias personas y/o comunidades (Real Academia Española, pág. 580), este proceso ayuda al desarrollo de una localidad o contexto específico.

1.1.28.2. la comercialización

Según la real academia de la lengua española (REA), la comercialización es el proceso donde se le “da a un producto condiciones y vías de distribución para su venta.” (vigésimo tercera edición (edición del tricentenario), 2014) (pág. 580)

La comercialización es una de las actividades más importantes del ser humano, pues mediante esta práctica se generan intercambios que ayudan a una mayor dinámica en la economía de los comerciantes.

1.1.28.3. Factores que influyen en la comercialización

Para la comercialización de un producto es importante generar relación entre el vendedor y el comprador, para iniciar el proceso de intercambio de mercancías y actividad económica.

El contacto directo de una persona hacia el producto que está siendo comercializado es uno de los factores importantes para los comerciantes, Para poder captar la atención de las personas, los comerciantes exponen los productos manteniendo así contacto directo con el comprador.

La accesibilidad hasta el punto de compra es otro de los factores influyentes para que una comercialización se genere de manera eficaz.

El factor económico, es de vital importancia y es una de las razones por la que se han generado muchos mercados, logrando estrechar estas relaciones económicas, el comprador logra conseguir sus productos a un menor precio.

1.1.29. Evolución de los espacios comerciales

1.1.30. Mercado

según (Mesher, 2011) el mercado es un “lugar de interacción, bullicioso por su riqueza de actividades, sonidos, colores, olores y experiencias. El mercado es un lugar de paso, que cambia constantemente, y forma parte del pasaje urbano.” (pág. 36) las estructuras ocupadas para la elaboración de los mercados, tienen facilidad de montaje porque son sencillas y muy flexibles prima la funcionalidad de exhibir y organizar los productos teniendo de esta manera facilidad de manejo y diseño.

1.1.30.1. Mercado cubierto

Consiste en Dar cobijo a los comerciantes y protegerse de los elementos, según criterios de circulación se alinean los puestos fijos.

1.1.30.2. Mercado de abastos

En nuestra ciudad los espacios de intercambio comercial fueron símbolos de tradición durante años, conocidos también como las plazas de los pueblos, barrios y ciudades. A estos sitios de reuniones acudían los pequeños productores para vender sus mercaderías y alimentos frescos así establecían conexiones directas con los clientes.

Los mercados de abasto aprovechan los espacios públicos, dónde hay espacio público aparecerá comercio donde comercio debe preverse espacio público, manteniendo una estrecha relación entre mercado y plaza es un aspecto de tradición de relación entre comerciante con el usuario final, el comprador y El vendedor interactúan en el intercambio sintiendo que son personas cercanas o familias de casas cercanas de ahí viene el famoso término casero con el que los comerciantes llama a sus clientes. Logrando una actividad comercial estrecha. (Plataforma por la defensa de los mercados tradicionales, 2013)

1.1.30.3. Supermercado

Ayudan a satisfacer el estilo de vida actual, estos productos son asequibles y fáciles de encontrar, independientemente de la temporada. La marca y la producción son diferentes y llamativas, los corredores son anchos y constantes, se ordena los productos en alturas y cantidad, dando una representación de almacén. Los productos naturales como frutas, verduras y carnes son la excepción. Se utilizan áreas coloridas para atraer al cliente.

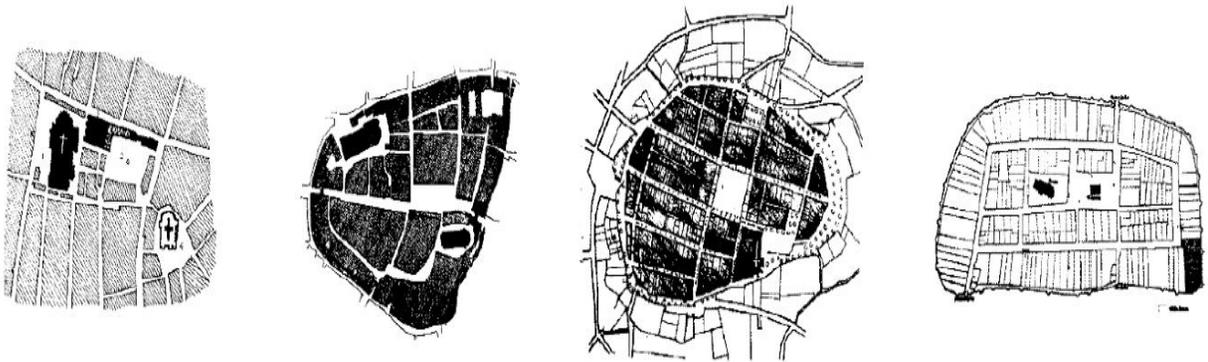
1.1.31. El comercio y la ciudad

Además de tener un impacto en el comercio, los mercados minoristas también tienen un efecto urbanístico ya que tienen un impacto en el transporte urbano y la revitalización del centro urbano. Los mercados pueden ayudar a mantener el equilibrio entre el centro y la periferia y tener un impacto en la sociedad y cultura de cada nación. Los autores (Gordon, Estrada, Rodriguez, & Sartorius, 2007, pág. 11) han destacado la importancia de los mercados en la formación de las ciudades, así como en la determinación de su identidad y valor arquitectónico.

Muchos de los autores opinan sobre la importancia que tuvieron los mercados para conformar las ciudades, demarcando su identidad y valor.

Figura 30

Ciudad medieval: Lübeck, Munich, Monflanquin y Lychen



Nota: Los espacios libres están asociados según: Iglesia y ensanchamiento; plaza de mercado y municipio

1.1.32. Mercado y desarrollo sostenible

Estrategias de desarrollo que se apoyan en el comercio “turismo sostenible es una actividad que protege el medio ambiente” “armonía entre lo económico, social y ambiental”. (Palacios & Garay, 2014, pág. 75) de acuerdo a la investigación, nos demuestra que un mercado con características turística - ecológica sostenible, como se plantea en el proyecto, con espacios de bio huertos no solo atraerá a compradores, sino también a turistas. Por lo que el proyecto planteado será una toma de conciencia y ejemplo para el distrito.

1.1.33. Productos orgánicos

Son productos naturales como vegetales, animales o sus derivados, sin la necesidad del uso de fertilizantes ni plaguicidas químicos.

Para la venta de estos productos solo los certificados y registrados por la SENASA pueden ser denominados como producto orgánico. (SENASA)

1.1.33.1. Tipos de cultivo

Cultivo convencional y cultivo orgánico

En el estudio realizado en laboratorios de la tesis (Composicion nutricional, Propiedades Funcionales, Componentes Bioactivos y Actividad Antioxidante de dos variedades de semillas de chia (salvia hispanica l.) de cultivo convencional y organico en el Peru., pág. 12) muestra la diferencia en la composición química y de nutrientes de los dos cultivos. Por ello, es importante mencionar que existen dos aspectos fundamentales que sistemáticamente distinguen entre cultivos orgánicos y convencionales. Para cultivos convencionales, se permite el uso de pesticidas. Los cultivos orgánicos tienen menor contenido de nitrógeno como fertilizantes que los cultivos convencionales.

También se ha demostrado que la agricultura orgánica es más respetuosa con el medio ambiente que los sistemas agrícolas convencionales debido a las diferencias en los métodos agrícolas que pueden afectar la composición nutricional, como la capacidad antioxidante y la composición química. No hay diferencia en apariencia entre productos orgánicos y convencionales. El certificado asegura a los mercados nacionales e internacionales que el proceso de producción es sostenible y que se minimiza el riesgo de contaminación de los alimentos con productos químicos o insumos prohibidos

Biohuertos hidropónicos

Se pueden definir como la técnica de cultivo de plantas sin el uso de suelo utilizando un medio inerte al que se le añade una solución nutritiva que contiene todos los elementos esenciales para el normal desarrollo de la planta.

Ventajas del jardín biológico hidropónico:

- a) Proporcione siempre a las raíces un nivel constante de humedad independientemente del clima.
- b) Evitar el desperdicio de agua y fertilizantes.
- c) Asegúrese de regar toda la raíz.
- d) Reducir los problemas de enfermedades causados por patógenos del suelo.
- e) Incrementar el rendimiento y mejorar la calidad de la producción

Figura 31

Sistemas hidropónicos



Fuente: www.generacionverde.mx

Marco Conceptual (Definición de Términos Básicos)

1.1.34. Conceptos referidos al Tipo de Intervención Urbano-Arquitectónica (criterios de diseño)

1.1.35. Conceptos referidos al Tipo de Equipamiento Urbano a Proyectar

1.1.36. Conceptos Técnicos Referidos al Proceso de Diseño Arquitectónico (criterios de diseño)

Marco Referencial (Proyectos que se usaran como ejemplos)

1.1.37. Proyectos (Identificar proyectos afines)

Santa Caterina (2005) nos muestra como un mercado antiguo con una remodelación se puede convertir en uno recocado por turistas esto por su enorme techo, colorido y su ubicación en el centro turístico.

1.1.39. *Cuadro síntesis*

MERCADO ROMA



Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/763327/mercado-roma-rojkind-arquitectos>

EMPLAZAMIENTO Y ENTORNO

El emplazamiento del mercado fue reducido al hacer el reconocimiento del lugar, lo cual fue una problemática al momento de diseñar y distribuir los espacios al igual que conservar las alturas del contexto, aunque al lograrlo enfatizaron que la prioridad era crear vínculos sanos entre el proyecto con los habitantes cercanos, sin necesidad de abarcar una superficie mayor para lograr hacerse visible ante la comunidad

Para la realización de este proyecto se tiene que tomar en cuenta el lugar, está ubicado en un espacio de carácter industrial ubicado en parte colonial de Roma, en la calle Querétaro 225, que anteriormente se estableciera el Bar León.



Mercado de Roma

Ubicación: Ca. Queretano 225, Ciudad de México

Distrito: federal México

Diseño: Rojkind Arquitectos

Construcción: 2013

Superficie: 1,750 m²



Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/763327/mercado-roma-rojkind-arquitectos>

Las alturas de las edificaciones colindantes varían entre 1 a 7 pisos, mientras que el mercado Roma posee tres plantas con altura de 14m. Por tal razón no existe homogeneidad en la altura de las edificaciones. Mediante el color verde se aprecian los edificios de mayor altura y en color azul aquellos con altura igual.

MERCADO ROMA

ANÁLISIS FORMAL

la importancia del material y las grandes luces, el acero uno de los materiales con mayor trabajabilidad y la inserción de este material al lugar hace que su arquitectura se acople y se distinga por la sencillez de su fachada principal. Su arquitectura sería contemporánea.

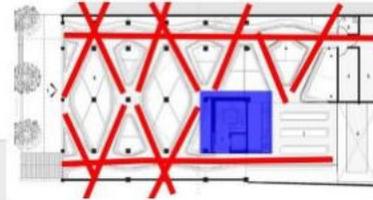
VOLUMETRÍA



ESCALA

— Edificio
— Peatón

FORMA



Relación con el entorno



La accesibilidad del mercado Roma tiene una lectura de carácter destinado al ciudadano. Es un acceso de fácil reconocimiento y muy permeable en toda su longitud el, cual permite establecer relaciones visuales y espaciales a través de su recorrido entre éste y el espacio público exterior. La forma como se accede a este, tiene una proporción a la escala de su entorno permitiendo así la apropiación del lugar.

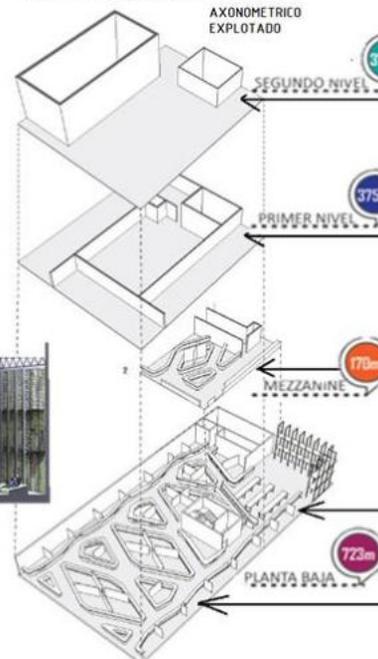
ESPACIO

ASPECTOS FUNCIONALES

El ingreso del mercado cuenta con una zona de venta de productos orgánicos, posteriormente un comedor abierto que usa un patio trasero para generar un ambiente donde el comensal tienen contacto con un muro verde (huerto vertical) que contiene productos orgánicos que se exponen y venden a la vez



FUNCIONALIDAD



Y por último, en el roof garden se encuentra Biergarten, un bar especialista en cerveza nacional y coctelería, un espacio afortunado por la acogedora terraza, con una decoración moderna que incluye una mesa de futbolito y mesas largas que fomentan la convivencia y entretenimiento.

En el primer piso se encuentran dos restaurantes, el primero es Carbón, una propuesta culinaria a cargo de Nicolas Martin del Campo y la reconocida chef Lula Martin del Campo, el único espacio 'formal' de MR, ya que cuenta con meseros, mesas con mantel y una atención de primer nivel, con un cupo para 80 comensales, y donde se sirven aves de caza, cortes de carne, pescados y mariscos; todo al rosticero, al grill o al horno.

Compartiendo nivel, estará un espacio único para 11 comensales, donde se esperan diferentes chefs internacionales y nacionales para intervenir la cocina por un tiempo exclusivo, siguiendo la tendencia del PopUp.

En el mezzanine podrás encontrar el Spicy Market, donde además existe venta de ropa especial para chefs, productos de cocina y ecológicos.

En la parte trasera de la planta baja, está el área de comedor, un sitio diseñado para la convivencia a través de largas mesas de madera, además de un espacio donde se comercializan distintas variedades de plantas, que con el verde del producto otorga un peculiar aire de frescura al diseño del espacio.

En la primer parte de este nuevo proyecto, se encuentra la zona de food court, donde destacan marcas culinarias como La Barraca Valenciana, Da Silva, Campo Vivo, Thueruel & Thomas, Café Buna, La Botica, Dulce Corazón, Butcher and Sons, Porrtia, La Jersey, Lactography, Que Bo!, La Ahumadora, entre otros.

MERCADO ROMA

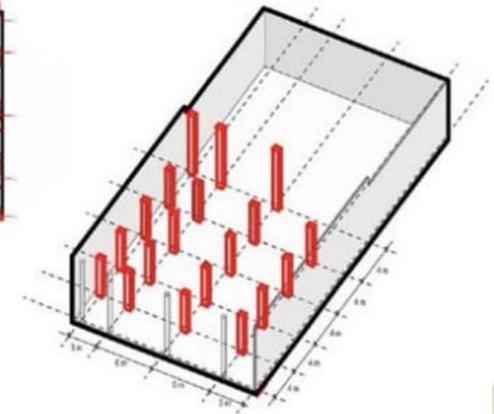
ANÁLISIS TECNOLÓGICO

ASP. ESTRUCTURALES

Es un sistema aporricado, en el cual los elementos estructurales principales consisten en vigas y columnas conectados a través de nudos formando pórticos resistentes en las dos direcciones principales (x & y). Las losas entre de piso son placas aligeradas



SISTEMA DE ESTRUCTURA APORTICADO



ASP. CONSTRUCTIVO

el mercado combina adecuadamente el color negro de la estructura con el naranja característico del mobiliario, el piso, las paredes y la madera. Los materiales sobresalientes de la obra



- HORMIGON ARMADO



- ACERO



- LADRILLO ARTESANAL



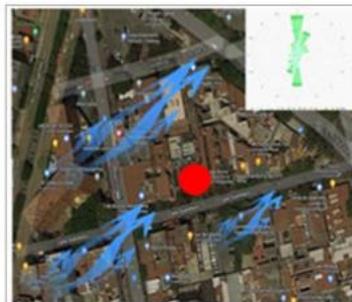
- MADERA

ASP. AMBIENTALES

- VENTILACION

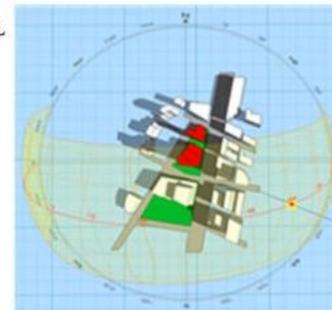
La fachada principal esta orientada al sur este

Donde el sol incide indirectamente, pero como es una zona arborizada la incidencia es mas fresca

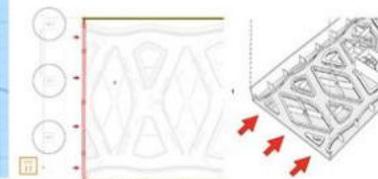


- ILUMINACION NATURAL

El volumen arquitectónico tienen incidencia indirecta del sol, que permiten tener espacios iluminados y en confort debido a su volumen arquitectónico



Vinculación con el espacio público, dobles alturas para mejor ventilación e iluminación, Hace que todo estos tipos de estudios estén relacionados, dándole al usuario seguridad al ingresar.



MERCADO DE ABASTOS DE TIRSO DE MOLINA



Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/02-104707/mercado-tirso-de-molina-iglesis-prat-arquitectos>

Mercado de abastos de tirso de molina

Ubicación: Santiago de Chile

Diseño: Iglesis Prat Arquitectos

Construcción: 2009

Superficie: 8,200 m²



Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/02-104707/mercado-tirso-de-molina-iglesis-prat-arquitectos>

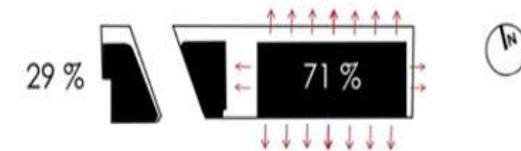
EMPLAZAMIENTO Y ENTORNO

El mercado se ubica dentro del casco histórico de Santiago de Chile, del lado norte del río Mapocho. El barrio es de carácter comercial y se extiende un par de manzanas a la redonda del mercado de la vega, el segundo mercado más antiguo de la zona.

El espacio correspondiente al Tirso de Molina fue originalmente una área verde que fue adaptada precariamente para reubicar comerciantes del centro y del barrio. Posteriormente, en vista de la construcción de la autopista urbana costanera, surgió la necesidad de modificar el espacio comercial sin alterar las 3 agrupaciones que forman parte de la "cultura popular" del lugar.



Fuente: <https://www.alamy.es/imagenes/mercado-tirso-de-molina-santiago.html?sortBy=relevant>



El proyecto consta de 3 edificaciones: el mercado de abastos Tirso de molina; y dos pérgolas de flores, Santa María y San Francisco, que dan un aproximado de 71% de área construida.

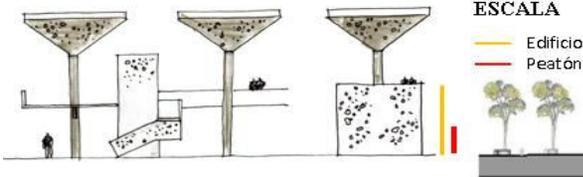
El conjunto de volúmenes se ubican respetando las 3 agrupaciones comerciales preexistentes. La volumetría principal se alinea con la altura del entorno pero no con los trazos urbanos horizontales y la plaza parece querer compensarlo abarcando al ancho de una calle.

MERCADO DE ABASTOS DE TIRSO DE MOLINA

ANÁLISIS FORMAL

La forma de la cubierta es clara, se lee el carácter de "mercado abierto", a pesar de los bloques perimétricos que ponen límites claros al proyecto sin ser una barrera. Las perforaciones en la cubierta (evidentemente orgánicas) se encargan de trasladar la misma sensación al interior, lo cual parece un verdadero logro arquitectónico: la lectura exterior del edificio sigue siendo la misma al interior y acompaña al usuario en todo el recorrido.

VOLUMETRÍA



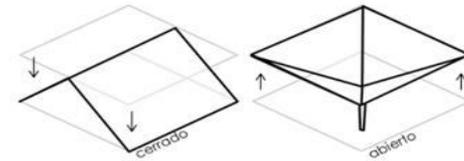
ESCALA

— Edificio
— Peatón

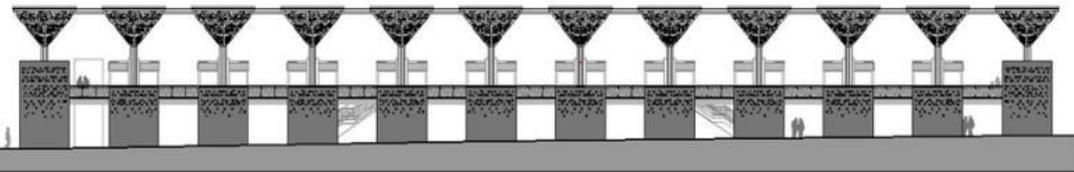
la forma del edificio esta compuesta por 2 elementos separados

FORMA

ALEATORIO: la estructura presenta la forma de un triangulo invertido la cual a su vez ilumina y ventila el mercado.



LINEAL: la tabiquería y el cerramiento del edificio presentan una forma horizontal.



ESPACIO

ASPECTOS FUNCIONALES

De forma general, los puestos se organizan en el primer y segundo nivel; y en el sótano los servicios. Esta simplicidad parece responder a la situación inicial del lugar: una agrupación de comerciantes a los cuales se les organizó bajo un techo. Los demás elementos de la arquitectura fueron organizados de tal forma que no ocuparan el "lugar" de la venta.



FORMA

HORIZONTAL: Al tener una altura de 4 metros, el espacio por sus dimensiones se concibe de una manera horizontal.

PIRAMIDE INVERTIDA: la cobertura del mercado es de la forma de una pirámide invertida, la cual concibe el espacio de una manera dinámica.



Los hilares de puestos están dispuestos de tal forma que son visibles desde todas las entradas, característica que refuerza la sensación de apertura.



ESCALA

— Edificio
— Peatón

PROPORCIONES

la proporción del espacio de mercado se encuentra en armonía en cuanto a
 _ su longitud
 _ su altura
 _ y su función

MERCADO DE ABASTOS DE TIRSO DE MOLINA

ANÁLISIS FUNCIONAL

Mercado de abastos de tirso de molina

Ubicación: Santiago de Chile

Diseño: Iglesias Prat Arquitectos

Construcción: 2009

Superficie: 8,200 m²

VOLUMETRÍA

TIPOLOGÍA

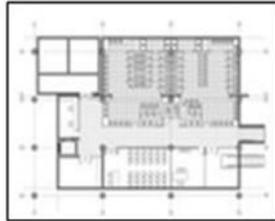
El proyecto esta conformado por una calle principal la cual logra distribuir a distintas pasajes o calles secundarias.

Esta tipología también es conocido como:

ESQUELETO DE PESCADO



- PLANTA BAJA

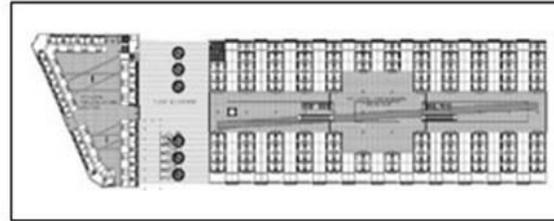


ZONA DE SERVICIOS
COMPLEMENTARIOS

-1°



- PLANTA GENERAL

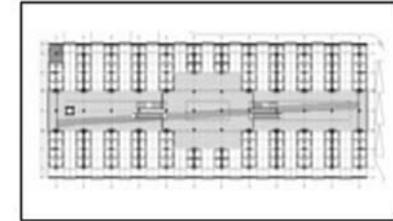


ZONA HUMEDA + COMPLEMENTOS

1°



- SEGUNDA PLANTA



ZONA SECA + COMPLEMENTOS

2°

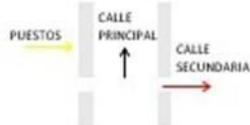


CIRCULACIONES

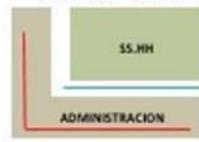
- ESQUEMA

COMPRADOR

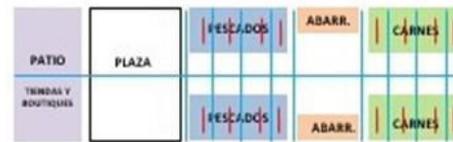
VENDEDOR



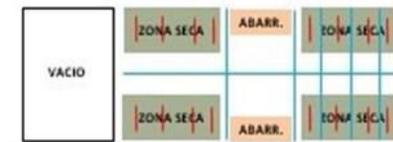
-1° ZONA DE SERVICIOS
COMPLEMENTARIOS



ZONA HUMEDA + COMPLEMENTOS



ZONA SECA + COMPLEMENTOS



ORGANIGRAMA

El proyecto consta de 2 niveles los cuales han sido modificados de acuerdo a la venta de los productos, húmedos y secos.

ZONA HUMEDA

productos ubicados en el 1° nivel



ZONA SECA

productos ubicados en el 2do nivel

*Los abarrotes se encuentran distribuidos en el 1° y 2° piso



MERCADO DE ABASTOS DE TIRSO DE MOLINA

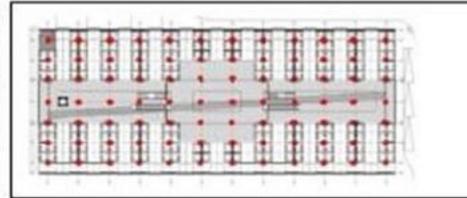
ANÁLISIS TECNOLÓGICO

ASP. ESTRUCTURALES

ESTRUCTURA
LIBERTAD
DE
TABIQUERIA

-IMPORTANTE

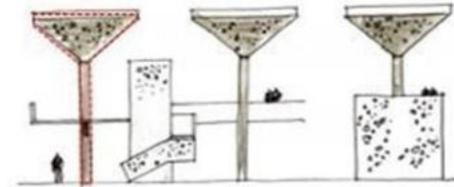
La estructura de árbol, solo que sirve de cobertura para el Mercado, el sistema soporta el proyecto es el apuntado



SISTEMA DE ESTRUCTURA ARBOL

El siguiente sistema cumple funciones como:

- Para el sistema de cerramiento
- Para la iluminación
- Para su ventilación
- Para la modulación funcional

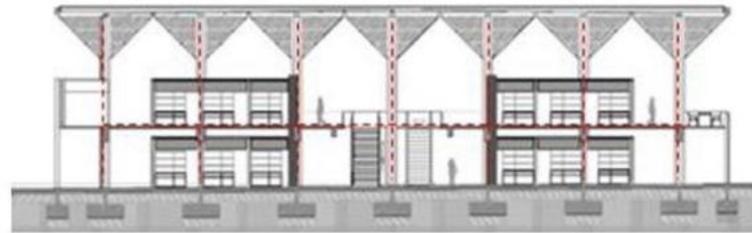


ASP. CONSTRUCTIVO



- ACRILICO BLANCO

El siguiente material fue elegido como cobertura debido a su fácil manipulación para la creación de fisuras



- APORTICO METÁLICO

Columnas en "I" las cuales en combinación con la losa de concreto crean a la vez de una estructura árbol, un sistema apuntado

- CONCRETO

El concreto fue utilizado para vaciar las losas del edificio, el cual se sostiene gracias al sistema apuntado metálico



ASP. AMBIENTALES

- VENTILACIÓN

La ventilación se filtra mediante las fisuras de la cobertura, sin embargo el emplazamiento del edificio de sur-este a nor-oeste permite un mejor flujo del viento.

- ILUMINACIÓN NATURAL

De igual manera a iluminación natural se filtra mediante la cobertura texturada la cual genera una iluminación que juega con las LUCES Y SOMBRAS

- COBERTURA AMBIENTAL

La cobertura de acrílico fisurado, permite de una manera indirecta, ventilar e iluminar el mercado a través de sus texturas y su color



MERCADO DE ABASTO DEL NINOT



Fuente: <https://arqa.com/arquitectura/proyectos/remodelacion-del-mercado-del-ninot-barcelona.html>

EMPLAZAMIENTO Y ENTORNO

Ubicado en el centro de Cataluña es uno de los primeros mercados de hierro que se construyó en el siglo XIX.

El edificio ocupa un solar alargado entre las calles Villarroel, Casanova y la calle Mallorca que es la fachada principal. La planta se organiza en forma de T y da lugar a dos patios laterales y un pasaje en la parte posterior que permite la entrada de luz y ventilación. Este pasaje hace las funciones de aparcamiento para clientes.



Fuente: <https://arqa.com/arquitectura/proyectos/remodelacion-del-mercado-del-ninot-barcelona.html>

Mercado de abastos del Ninot
Ubicación: Barcelona, España
Diseño: Mateo Arquitectos
Construcción: 2015
Superficie: 16,184 m²



En 1892 se lo construyó como un mercado al aire libre, en 1933. el mercado tuvo su primera remodelación donde se le construyó un techo, el mercado termino siendo un lugar totalmente encerrado, así permaneció por mucho tiempo durante años se realizaron pequeñas adecuaciones o intervenciones pero ninguna de gran significado hasta el 2009 que el mercado tuvo un cambio integral rehabilitación completa del interior del edificio implementación de estacionamientos, zonas de carga y descarga almacenes y tratadores de residuos finalmente el 2015 tuvo otra modificación esta vez sería en la modernización de las fachadas y la creación de nuevos espacios para el comercio.

MERCADO DE ABASTO DEL NINOT

ANÁLISIS FORMAL

VOLUMETRÍA

La remodelación del Mercado de Ninot, se concibe como la conservación del antiguo Mercado, una composición simétrica, la cual se empieza a lo largo de los cuadros, de manera horizontal

- FORMA

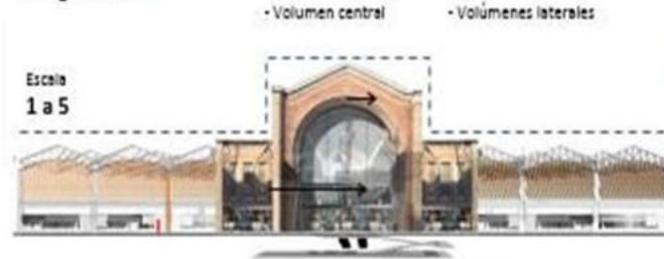
SIMÉTRICA Al tratarse de la remodelación de un mercado antiguo, este ha respetado su tipología simétrica de la época

LINEAL La forma y el cerramiento del edificio presentan una forma horizontal

- COMPOSICION El mercado este compuesto por volúmenes de manera simétrica

- ESCALA

altura_ EDIFICIO
escala_ PEATONAL



ESPACIO

- FORMA

MONUMENTAL Al poseer una estructura que cubre largas luces, de 10 m de altura, el espacio se concibe de manera monumental.

SIMÉTRICO Al tratarse de un Mercado-Plaza Cubierta, el espacio se distribuye de manera simétrica.



- ESCALA

altura_ EDIFICIO
escala_ PEATONAL

- El espacio central posee una escala de 1 a 10
- Los laterales 1 a 5

- PROPORCIONES

La proporción del espacio de mercado se encuentra en armonía, ya que es un espacio SIMETRICO, la cual genera beneficios en

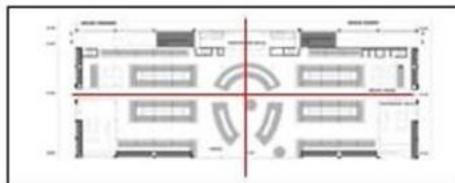
- Su funcionamiento
- Sus flujos
- Y su conservación del inmueble



PLANTA

LA FORMA DE LA PLANTA La forma de la planta es SIMETRICA

Esto se debe al funcionamiento de la tipología PLAZA-MERCADO



- FORMA

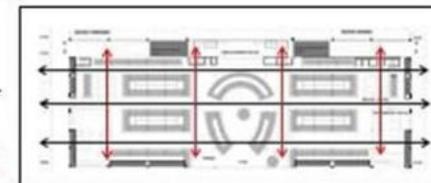
SIMETRICA

POR SU TIPOLOGIA PLAZA-MERCADO

- EJES

EJES PRINCIPALES Los cuales determinan la función de calles principales

EJES SECUNDARIOS Sirven de apoyo para los ejes principales



PLÁSTICA La celosía de lamas de listones de madera son parte del sistema de ventilación e iluminación natural del mercado

- SUPERFICIES Y COLOR

Superficie Celosía de lamas - compuestas por listones de madera

Cobertura

Plancha thermo - acústica de acero una ligera cubierta que cubre grandes luces



CELOSÍAS DE LAMAS

MERCADO DE ABASTO DEL NINOT

ANALISIS FUNCIONALES

ZONIFICACION

- TIPOLOGIA

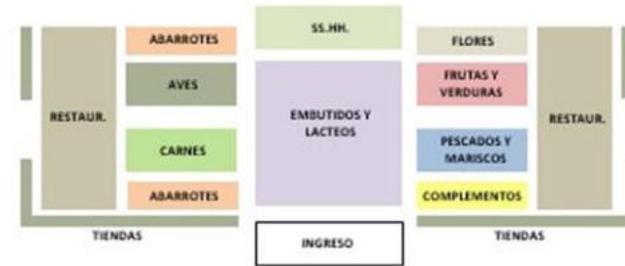
El proyecto este conformado por una calle principal la cual logra distribuir a distintos pasajes o calles secundarias.

Esta tipologia también es conocida como:

"PLAZA - MERCADO"



- PLANTA GENERAL



- PLANTA GENERAL-ZONIFICACIÓN

CIRCULACIONES

- PLAZA - MERCADO

Las circulaciones se realizan entorno a una plaza

De este gran espacio central se pronuncian calles secundarias las cuales tienen como limite PUESTOS DE VENTA

plaza 
mercado 

- ESQUEMA

PLAZA - MERCADO



- PLANTA GENERAL

Las circulaciones de los compradores a través de calles principales y secundarias

Los vendedores circulan dentro de sus módulos

COMPRADOR

VENDEDOR



ORGANIGRAMA

- ESQUEMA

MERCADO DEL NINOT

El proyecto consta de un esquema simétrico

ESPACIO CENTRAL

Embutidos y lácteos

ESPACIOS LATERALES

Carnes, aves, pescados, frutas y verduras, flores y abarroses

PERIMETRO

Tiendas y boutiques

- ZONA HUMEDA

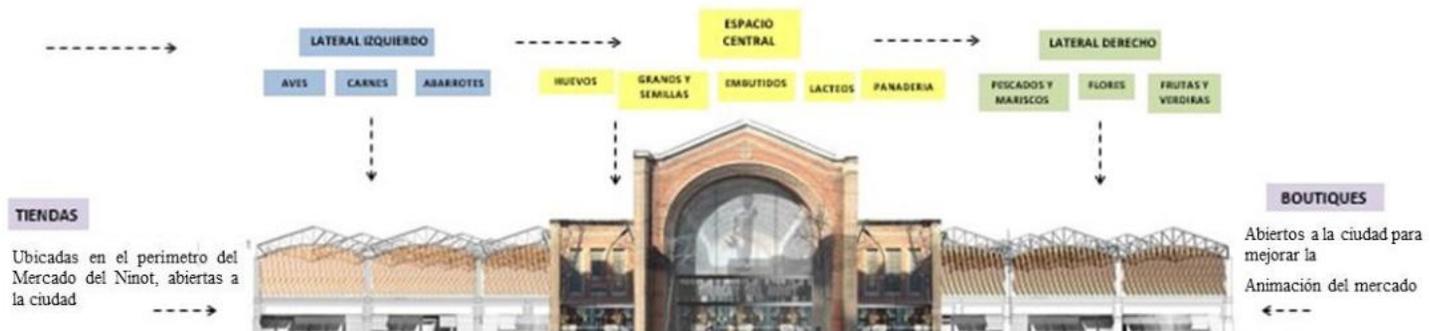
Productos húmedos, combinados con abarroses a lo largo de su paso

- ZONA SECA

Productos de carácter seco ubicados al ingreso del Mercado

- ZONA SEMI-SECA

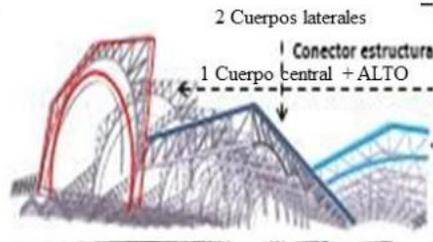
Productos semi - húmedos combinados con abarroses a lo largo de su paso



MERCADO DE ABASTO DEL NINOT

ANÁLISIS TECNOLÓGICO

ASP. ESTRUCTURALES



-IMPORTANTE

La intervención de MATEO Arquitectos se basa en la remodelación del sistema estructural, conservando el sistema de encaballadas metálicas

- SISTEMA ESTRUCTURAL

Este sistema brinda luces hasta de 40 m. en este proyecto y esta compuesto por 3 cuerpos:

Este sistema es el elemento más característico del equipamiento debido a su escala MONUMENTAL

PLAZA CUBIERTA

CONSERVANDO EL SIST. ESTRUCTURAL ORIGINAL

SISTEMA DE ENCABALLADAS METALICAS



ASP. CONSTRUCTIVOS



- ESTRUCTURA METALICA

La estructura de encaballadas metálicas es una ESTRUCTURA LIBERADA la cual esta compuesta por tijerales metálicos.

- MUROS CORTINA

Este muro cortina, es un vidrio modulado de casi 10 metros de altura, el cual permite la iluminación del Mercado.



- CELOSIAS

El siguiente material fue elegido como cerramiento principal del edificio,

CELOSIAS DE LAMAS - COMPUESTA POR LISTONES



ASP. AMBIENTALES



- ILUMINACIÓN ☀️

- Los muros cortina
- Celosias de lamas
Estos 2 factores son la solución lumínica para el Mercado de Ninot, los cuales permiten su flujo de una manera y

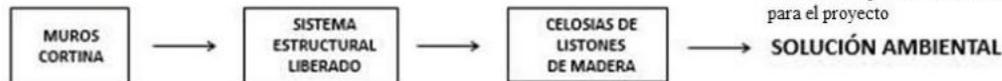
REGULAN LA RADIACIÓN SOLAR DIRECTA

- VENTILACIÓN ↓

- Celosias de lamas
Las celosias de lamas, permiten el flujo del aire hacia el mercado.

- Estructura liberada

De igual manera la estructura central del mercado, al estar elevada 3m. permite la ventilación para el proyecto





Capítulo III

MARCO REAL

CAPITULO III: MARCO REAL

Antecedentes

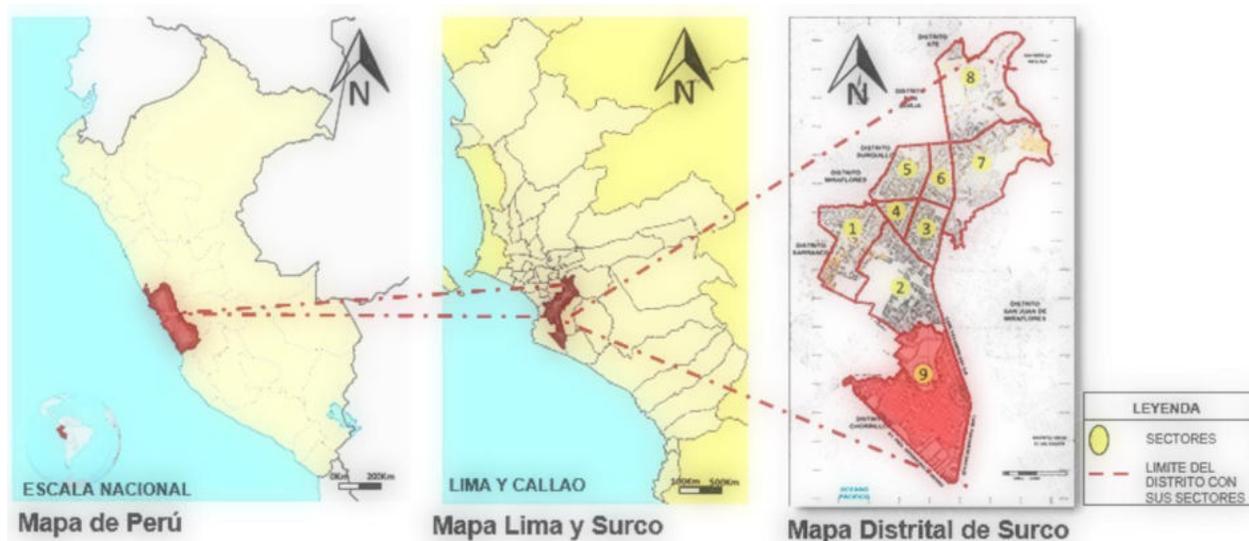
1.1.40. La Ciudad

1.1.40.1. Ubicación regional. Límites provinciales y distritales

El mercado de la asociación Santa Isabel de Villa se encuentra Ubicado en el sector 9 del distrito de Surco, Provincia de Lima, Región Lima.

Figura 33

Sector 9 Localización



Nota: Elaboración propia en base a Mapas de la Municipalidad de Surco

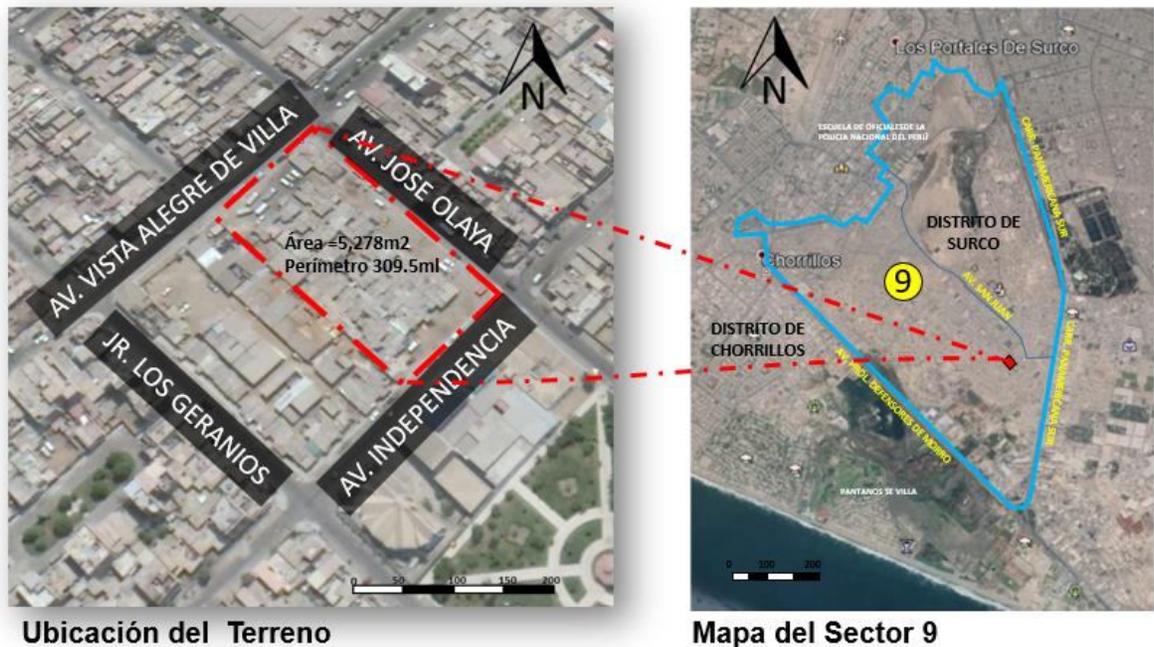
El distrito de Santiago de Surco de acuerdo a la ley de creación del distrito, ley N°6644 dada por el congreso de la república el 16 de diciembre de 1929. Sus límites actuales son:

Por el Norte con los distritos de Ate Vitarte y la Molina, por el Este con los distritos de la Molina, Villa María del Triunfo y San Juan de Miraflores, por el Sur Oeste con el distrito de

Chorrillos, por el Oeste con el distrito de Barranco y Miraflores, por el Nor Oeste Limita con los distritos de Surquillo y San Borja.

Figura 34

Ubicación del terreno en el Sector



Nota: Elaboración propia en base plano satelital.

1.1.40.2. Perfil histórico de la ciudad (Si es pertinente)

La historia del Distrito de Santiago de Surco se remonta a la época prehispánica, cuando estas tierras pertenecían al Señorío de Sulco, el cual estaba surcado por la acequia del mismo nombre.

La ley transitoria de las municipalidades se promulgó el 2 de enero de 1857. Durante esa época Surco era parte del distrito de Barranco, pero los vecinos de Surco consiguieron que el presidente Augusto B. Leguía promulgase la ley N°6644 en donde se crea el distrito de

Santiago de Surco un 16 de noviembre de 1929. El Distrito de Santiago de Surco fue uno de las primeras reducciones de indios creados en el Perú con la de Magdalena en el siglo XVI por el virrey Francisco de Toledo. Hasta inicios del siglo XX, fue un poblado campestre rodeado de las haciendas Surco y San Juan.

La historial del sector 9 antes llamado Fundo Villa fue un proceso de lotización y venta realizada de los herederos de la Testamentaría Goyeneche a Claudio Fernández Concha, que a la vez lotizo y vendió algunos fundos, otro terrenos de Villa son invadidos por asentamientos espontáneos, (barriadas, pueblos jóvenes, AAHHMM), Actualmente el llamado sector Villa es una zona de conflicto con el distrito de Chorrillos, pero en la década de 1960 y 1990 inscriben sus propiedades en la municipalidad de Surco.

El Fundo Villa y anexos según SUNARP está inscrita en la Municipalidad de Surco desde los años 10 de agosto de 2012, pero formaban parte del distrito antes y después de 1929. (Municipalidad de Distrital de Santiago de Surco, 2018, pág. 10)

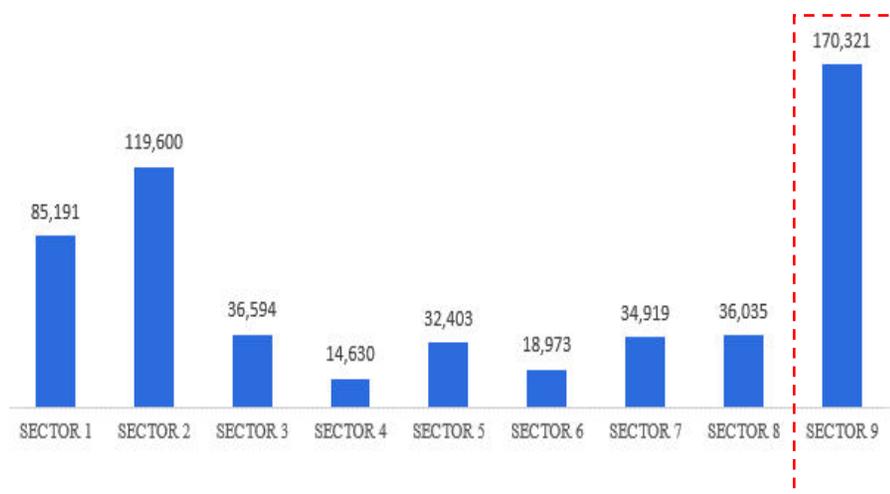
1.1.40.3. Población

El distrito de Santiago de Surco tiene una superficie de 52.00km² y una densidad de 8333,73 km², con una población estimada de 548.666 habitantes, el género de mayor porcentaje es de las mujeres con 51.8% (284,209 Hab) y Hombres 48% (264,457).

El sector 9 cuenta con el 31% (170,321 Hab.) es el de mayor concentración de habitantes en el distrito.

Figura 35

Población del distrito de Surco por Sectores



Nota: Elaboración propia en base a compendio estadístico Municipal 2020

Tabla 14

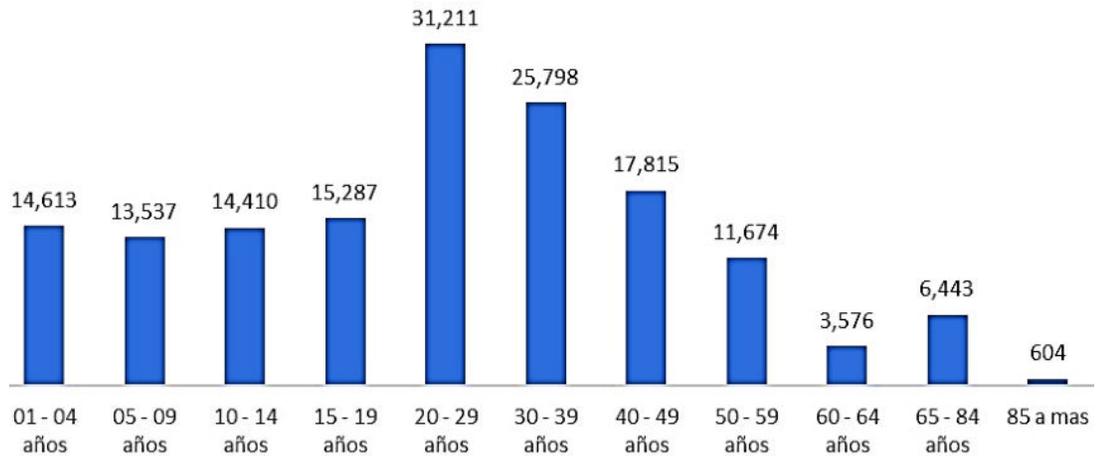
Población por superficie y densidad poblacional por sectores al año 2020

Sector	Población	Superficie (km ²)	Densidad Poblacional (Hab/km ²)
Sector 1	25.191	4.69	18.164
Sector 2	119.600	6.4	18.688
Sector 3	36.594	2.17	16.864
Sector 4	14.630	1.06	13.802
Sector 5	32.403	2.71	11.957
Sector 6	18.973	1.83	10.368
Sector 7	34.919	7.08	4.932
Sector 8	36.035	7.32	4.923
Sector 9	170.321	11.26	14.862
Total	548.666	44.72	12.269

Nota: Elaboración propia en base a compendio estadístico Municipal 2020

Figura 36

Población del Sector 9 por edades.



Nota: Elaboración propia en base a compendio estadístico Municipal 2019

Tabla 15

Porcentaje de población por edades del Sector 9

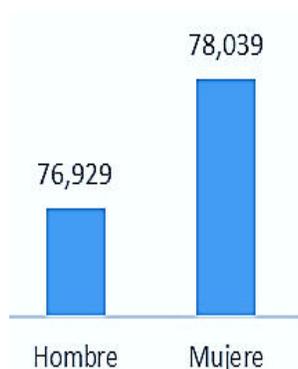
EDADES	SECTOR 9	%
01 - 04 años	14,613	9%
05 - 09 años	13,537	9%
10 - 14 años	14,410	9%
15 - 19 años	15,287	10%
20 - 29 años	31,211	20%
30 - 39 años	25,798	17%
40 - 49 años	17,815	12%
50 - 59 años	11,674	8%
60 - 64 años	3,576	2%

65 - 84 años	6,443	4%
85 a mas	604	0%
	154,968	100%

Nota: Elaboración propia en base a compendio estadístico Municipal 2019

Figura 37

Población por Genero del Sector 9



Nota: Elaboración propia en base a compendio estadístico Municipal 2019

1.1.41. Los Actores Sociales Vinculados al Proyecto1

1.1.41.1. La institución promotora o beneficiaria del proyecto y su rol en la ciudad.

Reseña histórica de la institución. (Si es pertinente).

Reseña **histórica de la institución.**

1.1.41.1.1. Municipalidad de Lima

La Municipalidad Metropolitana de Lima lidera el desarrollo competitivo de la ciudad de Lima Metropolitana, promueve las capacidades y amplia los derechos de sus ciudadanos, planificando el accionar de su desarrollo humano, enfoque de derechos,

desarrollo sostenible, gestión de riesgos, equidad de género, innovación tecnológica y competitividad, junto con los principios del buen gobierno.

1.1.41.1.2. Crecemype

Representante del Ministerio de la Producción que brinda servicios educativos de capacitación y asesoría al empresariado. Desde la Dirección General de la Micro y Pequeña Empresa y Cooperativas (DGMYPE- C), trabaja para promover el desarrollo sostenible de la micro y pequeña empresa (MYPE) en el Perú.

1.1.41.1.3. PromPerú

Organización del gobierno peruano que promueve el comercio internacional de empresas peruanas. Mediante la Subdirección de Promoción del Turismo Interno. Se encarga de diseñar y ejecutar la promoción a nivel nacional del Perú, contribuye con el desarrollo sostenible y descentralizado del país.

Desarrollo Turístico, otorga información de los diferentes canales de distribución y difusión turística que desarrollen las diferentes regiones, y supervisan las actividades orientadas a desarrollar potenciales mercados emisores de turistas nacionales e internacionales.

1.1.41.2. La institución promotora o beneficiaria del proyecto en el contexto local.

Matriz de Actores. (Si es pertinente).

Tabla 16

Matriz de actores

actores clave	caracterización institucional -base legal -naturaleza de la organización -áreas de actuación -actividad principal	involucramiento institucional -vinculación real con el problema	intereses institucionales -intereses concretos respecto al proyecto	posición de poder institucional capacidad financiera influencia interinstitucional redes / alianzas	otros -caracterización de usuarios potenciales - imagen corporativa
municipalidad distrital de Santiago de surco sub gerente desarrollo económico maría del rosario odar Arévalo gde@munisurco.gob.pe teléfono: 411-5560 anexo 1251 – 1252 regidor Javier paredes Iparraquirre	ejecutar las actividades conducentes al desarrollo económico sostenible del distrito.	ente afectado	por el momento no tienen interés en el proyecto, por sus problemas de límites con el distrito de chorrillos	tienen el poder para otorgarles las licencias y asesoramiento con la municipalidad de Santiago de surco	usuarios de la urb. santa Isabel
asociación de comerciantes del mercado santa Isabel de villa presidenta: Marianela Mendoza Raymundo celular 955416834	representar y defender los intereses de los asociados ante otras organizaciones	ente afectado	tienen intenciones de realizar el proyecto, para mejorar en su arquitectura, pero tienen miedo a no contar con profesionales adecuados	por el momento no cuentan con la capacidad financiera para el desarrollo del proyecto arquitectónico	en primera instancia es satisfacer las necesidades de los usuarios aledaños al mercado, ya que en este momento no cubren con la oferta adecuada para cubrir esa demanda
asociación de comerciantes del mercado santa Isabel de villa tesorera: Betty castillo mina celular 985639600	representar y defender los intereses de los asociados ante otras organizaciones	ente afectado	tienen intenciones de realizar el proyecto, para mejorar en su arquitectura, pero tienen miedo a no contar con profesionales adecuados	por el momento no cuentan con la capacidad financiera para el desarrollo del proyecto arquitectónico	en primera instancia es satisfacer las necesidades de los usuarios aledaños al mercado, ya que en este momento no cubren con la oferta adecuada para cubrir esa demanda
asociación de comerciantes del mercado santa Isabel de villa asociado: Rina Huamán Orosco celular 992760030	es socia del mercado santa Isabel de villa	ente afectado	tienen intenciones de realizar el proyecto, para mejorar en su arquitectura, pero tienen miedo a no contar con profesionales adecuados	por el momento no cuentan con la capacidad financiera para el desarrollo del proyecto arquitectónico	en primera instancia es satisfacer las necesidades de los usuarios aledaños al mercado, ya que en este momento no cubren con la oferta adecuada para cubrir esa demanda

Nota: Elaboración propia

1.1.41.3. Caracterización de los usuarios potenciales del proyecto. Matriz de usuarios. (Si es pertinente).

Los usuarios potenciales del proyecto son:

La Población del Sector 9 de Surco, la cual pertenece al nivel socioeconómico C (Bajo). La relación entre vecino – comerciante este arraigado dentro de las costumbres de los vecinos.

- Amas de casa
- Niños en edad escolar de 6 -16 años.
- Jóvenes y adultos entre 17 - 60 años
- Adultos mayores entre 60 -90 años
- Turistas aficionados a la visita de mercados en diferentes países.
- Poblaciones aledañas de los distritos de Chorrillos y San Juan de los cuales se encuentra dentro del nivel socioeconómico B y C (Medio y Bajo).

Figura 38

Análisis de usuarios



Nota: Elaboración propia en base al análisis del usuario

1.1.42. Criterios para el Análisis Locacional de la Propuesta (SECTOR-TERRENO)

1.1.42.1. Ubicación y descripción lugar de intervención

La ubicación de la intervención arquitectónica es el Distrito de Surco, sector 9 del presente análisis. El mercado representa el abastecimiento de alimentos de primera necesidad y foco de concentración comercial del distrito que debe y merece ser intervenido para la adecuada realización de sus actividades.

Tabla 17

Criterios para Análisis Locacional

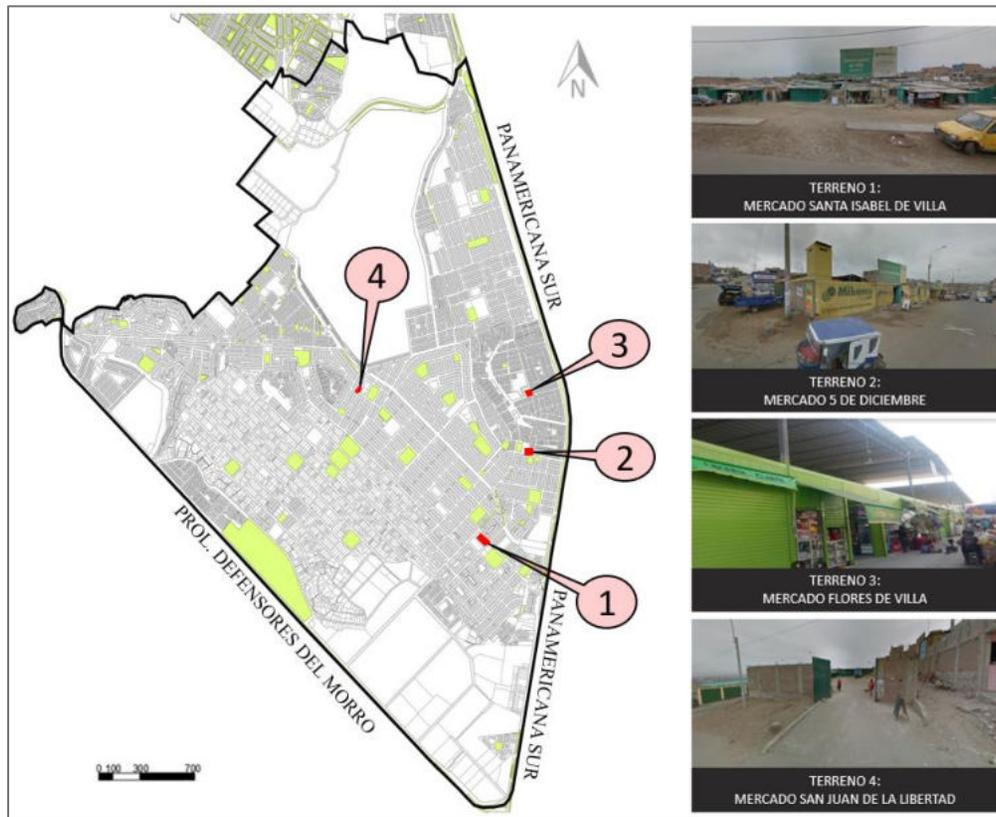
CRITERIOS	SUB CRITERIOS	PUNTOS	PESO	DESCRIPCIÓN
Accesibilidad a Vías (Km.)	Cercanía a vía expresa	3	6	El terreno debe estar ubicado en una vía principal de fácil accesibilidad
	Cercanía a vía Colectora	2		
	Cercanía a vía Local Principal	1		
	Cercanía a vía Local Secundaria	0		
Compatibilidad de uso de suelo (Zonificación)	La zonificación es comercio Zonal (CZ)	2	2	El terreno debe ser compatible con el terreno.
	La Zonificación es comercio Vecinal (CV)	1		
	Otros	0		
Área de Terreno (M2)	Mayor a 1500 m2	1	3	El terreno deberá cumplir con un área de 5.000m2 para la programación y correcto funcionamiento
	Mayor a 2500 m2	2		
	Mayor a 5000 m2	3		

Habilitación Urbana (SI =1/NO =0)	Cuenta con pistas y veredas	3	5	El terreno deberá contar con las habilitaciones urbanas saneadas
	Cercanía a Centros Educativos	1		
	Cercanía a Parques	1		
Relación con el medio Ambiente (SI =1/NO =0)	Contaminación sonora alta	0	2	La contaminación sonora y visual debe ser la más adecuada para el mejor funcionamiento del mercado.
	Contaminación sonora baja	1		
	Contaminación visual alta	0		
	Contaminación visual baja	1		
Servicios Básicos (SI =1/NO =0)	Agua, desagüe, Luz	3	7	El terreno debe tener los servicios básicos indispensables.
	alcantarillado	2		
	Internet	1		
	Gas	1		
Número de Puestos	Puestos Fijos	1	2	El mercado debe contar con puestos fijos y que funcionen para su mayor rentabilidad.
	Puestos que funcionan	1		
Material que predominante	Ladrillo	0	1	Nos ayuda a resolver el problema de su infraestructura
	madera	1		

Nota: Elaboración propia.

Figura 39

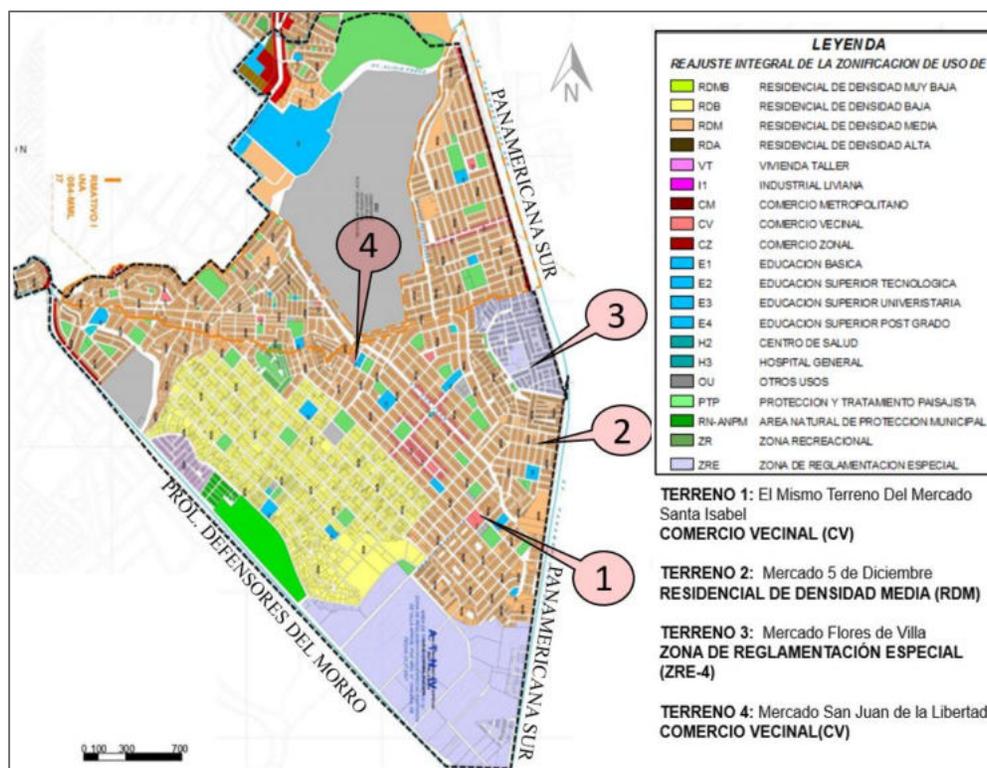
Localización de los terrenos propuestos en el Sector 9 del distrito de Surco.



Nota: Elaboración propia en base a plano catastral de la Municipalidad de Surco e imágenes tomadas en campo

Figura 40

Zonificación de los terrenos propuestos en el sector 9 del distrito de Surco



Nota: Elaboración propia en base a plano de Zonificación de la Municipalidad de Surco

1.1.42.2. Valor económico, histórico, artístico, y/o paisajístico del lugar

Dentro del distrito la principal actividad económica es el Comercio al por mayor y menor que ha incrementado en los 4 últimos años en aprox. 45%.

Valor histórico: El uso de un mercado tradicional forma parte de la historia y costumbres de los vecinos Surqueños quienes hace más de 70 años usan este tipo de instalaciones para realizar sus compras diarias.

1.1.42.3. Otros factores de localización de la propuesta

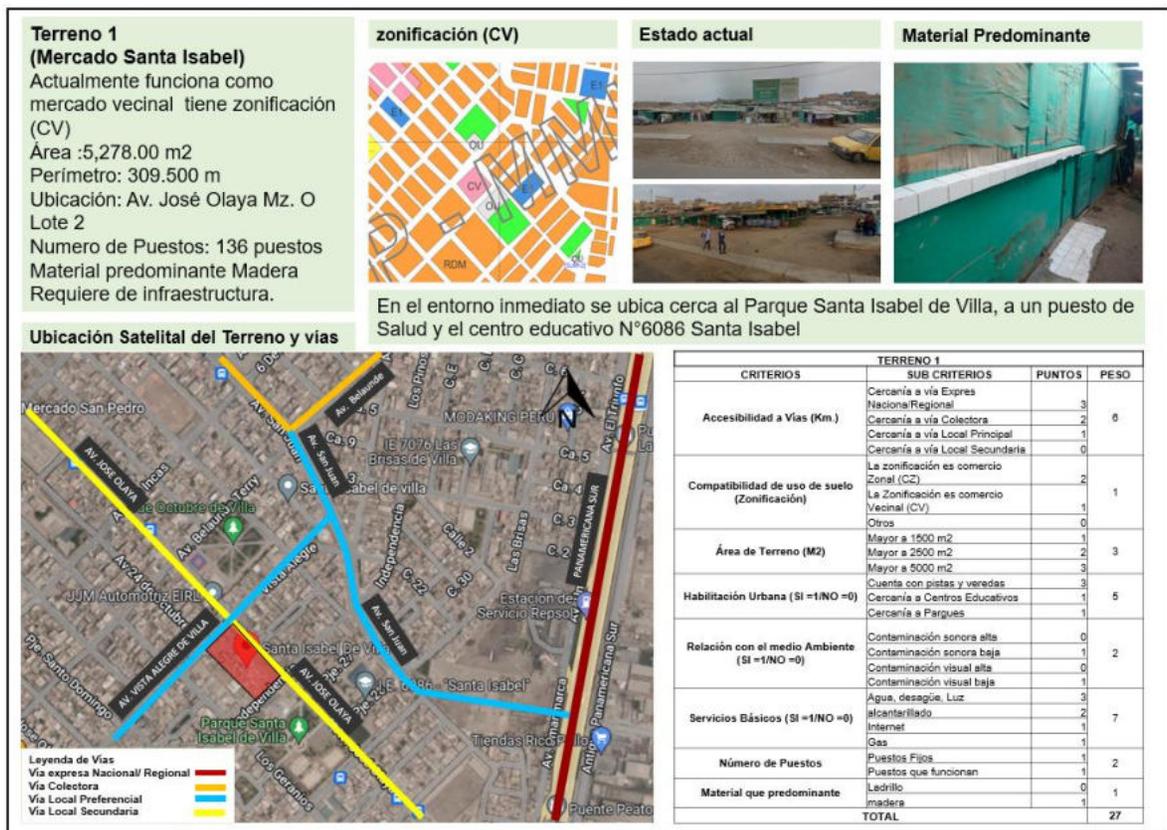
El sector 9 de Surco se encuentra en una ubicación estratégica dentro del distrito de Surco ya que se encuentra entre la panamericana sur y av. Morro solar, como cercanía a los pantanos de villa como lugar turístico.

1.1.42.4. Matriz Operativa Locacional

Se considera 4 propuestas de terrenos en el área de estudio. La ubicación de los terrenos propuestos se encuentran el sector 9 del Distrito de Surco, considerando su formato comercial y la cercanía a los pantanos de villa pueden generar espacios atractivos para mejorar su afluencia.

Figura 41

Evaluación Terreno 1.



Nota: Elaboración propia en base a plano de Zonificación de la Municipalidad de Surco y fotos tomadas en el lugar

El terreno 1 es considerado como el terreno elegido ya que tiene un peso de 27 puntos, se encuentra en una zona de tráfico rápido y zona comercial, cuenta con 3 frentes, las Av. Vista Alegre de Villa, la Av. José Olaya y la Av. Independencia, de fácil acceso para los usuarios, cuenta con el saneamiento de pistas y veredas. La única desventaja sería la gestión pública ya que tiene problemas de límite de distrito con el distrito de Chorrillos y el distrito de San Juan. Su problemática es una insuficiente e inadecuada infraestructura.

Figura 42

Evaluación Terreno 2.



Nota: Elaboración propia en base a plano de Zonificación de la Municipalidad de Surco y fotos tomadas en el lugar

El terreno 2 en su análisis tiene un peso de 16 puntos, se encuentra en una zona de densidad media, su tráfico es rápido y lento en horas, tiene 2 frentes las Calle 6 de Agosto y la calle 8, es de fácil acceso para los usuarios, no cuenta con el saneamiento de pistas y veredas. La única desventaja sería la gestión pública ya que tiene problemas de límite con el distrito de San Juan. Su problemática es una insuficiente e inadecuada infraestructura.

Evaluación Terreno 3

**Terreno 3
(Mercado Flores de Villa)**
Actualmente funciona como mercado vecinal tiene zonificación (ZRE-4)
Área :3,351.38 m2
Perímetro: 232.61 m
Ubicación: Calle los Rosales Mz. A Lote 3 km 16
Número de Puestos: 153 puestos
Material predominante Ladrillo.
No requiere de infraestructura.

zonificación (ZRE-4)



Estado actual



Material Predominante



En el entorno inmediato se ubica Cerca al IE 7230 Las Flores de Villa, a una loza deportiva Flores de Villa,

Ubicación Satelital del Terreno y vías



Leyenda de Vías
 Vía expresa Nacional/ Regional (Red line)
 Vía Colectora (Yellow line)
 Vía Local Secundaria (Green line)

TERRENO 3			
CRITERIOS	SUB CRITERIOS	PUNTOS	PESO
Accesibilidad a Vías (Km.)	Cercanía a vía Expres Nacional/Regional	3	6
	Cercanía a vía Colectora	2	
	Cercanía a vía Local Principal	1	
	Cercanía a vía Local Secundaria	0	
Compatibilidad de uso de suelo (Zonificación)	La zonificación es comercio Zonal (CZ)	2	0
	La Zonificación es comercio Vecinal (CV)	1	
	Otros	0	
Área de Terreno (M2)	Mayor a 1500 m2	1	2
	Mayor a 2500 m2	2	
	Mayor a 5000 m2	3	
Habitación Urbana (SI =1/NO =0)	Cuenta con pistas y veredas	3	3
	Cercanía a Centros Educativos	1	
	Cercanía a Pargues	1	
Relación con el medio Ambiente (SI =1/NO =0)	Contaminación sonora alta	0	1
	Contaminación sonora baja	1	
	Contaminación visual alta	0	
	Contaminación visual baja	1	
Servicios Básicos (SI =1/NO =0)	Agua, desagüe, Luz, alcantarillado	3	7
	Gas	1	
	Internet	1	
	Gas	1	
Número de Puestos	Puestos Fijos	1	2
	Puestos que funcionan	1	
Material que predominante	Ladrillo	0	0
	madera	1	
TOTAL			21

Nota: Elaboración propia en base a plano de Zonificación de la Municipalidad de Surco y fotos tomadas en el lugar

El terreno 3 actualmente fue modificado y construido con material noble, tiene un peso de 21 puntos, se encuentra en una zona de tránsito rápido y lento de zona comercial, tiene 2 frentes la calle Los Rosales y la calle A1, de fácil acceso para los usuarios, cuenta con el saneamiento de pistas y veredas. La única desventaja sería la gestión pública ya que tiene problemas de límite de distrito con el distrito de Chorrillos y el distrito de San Juan. Su problemática de infraestructura fue resuelta por sus asociados, ahora el mercado se encuentra en buenas condiciones para su operatividad.

Figura 44

Evaluación Terreno 4



Nota: Elaboración propia en base a plano de Zonificación de la Municipalidad de Surco y fotos tomadas en el lugar

El terreno 4 en su análisis locacional tiene un peso de 18 puntos, se encuentra en una zona de tránsito rápido y lento en algunas horas y zona no es muy comercial, tiene 3 frentes la Av. 12, las Av. 6 y la Av. 17, de fácil acceso para los usuarios, no cuenta con el saneamiento de pistas y veredas. La única desventaja sería la gestión pública ya que tiene problemas de límite de distrito con el distrito de Chorrillos y el distrito de San Juan. Su problemática es una insuficiente e inadecuada infraestructura, otra desventaja es que no tiene mucha afluencia de persona ya que muy cerca al lugar se encuentra el mercado Tupac.

1.1.42.5. Matriz de usuarios.

Al plantear la propuesta no solo analizamos e identificamos la problemática del lugar a intervenir o limitarnos a la normativa sino también pensar en la población como punto de partida para poder resolver sus necesidades y proporcionar una mejor calidad de vida, es por eso que identificamos los distintos tipos de usuario y su relación con el Sector 9 cada uno de ellos desarrollan diferentes actividades y necesita poder cubrir sus propias necesidades. Según Nuestro análisis el usuario a servir es de 21.290hab del cual estaría en la categoría de mercado zonal.

Figura 45

Usuario

	<p>Al ser una zona sumamente comercial la concentración de comerciantes se da cerca a las avenidas principales, incluyendo la panamericana sur; ya sea en locales, galerías o mercados muchos de ellos se dedican a la venta de mayorista y/o minorista por lo que se presenta mayor afluencia de transporte en los alrededores.</p>		<p>Hoy en día no existen, o son muy pocas las zonas dedicadas al adulto mayor; quién forma parte de la población vulnerable del sector al igual que los niños estos usuarios requieren de mayor servicio y espacios armoniosos / amigables.</p>
<p>COMERCIANTES</p>	<p>Necesitan de un lugar para poder vender sus productos.</p>	<p>ADULTOS MAYORES</p>	<p>El sector 9 cuenta con un carácter comercial e Industrial dejando de lado las experiencias y necesidades de los niños</p>
	<p>En el sector 9 no existen espacios diseñados para jóvenes espacios donde puedan armonizar con la naturaleza descansar y culturizarse esto resulta sumamente necesario para sembrar en la juventud un respeto por su entorno.</p>		<p>Necesitan de lugares seguros con sombras y armonía.</p>
<p>ESTUDIANTES</p>		<p>NIÑOS</p>	

Nota: Elaboración propia en base al análisis del usuario

Tabla 18

Matriz de usuarios

Usuario	Descripción	Permanente	Temporal
Asociados (comerciantes)	Dueños y locatario	136	
Personal Administrativo	Presidenta, tesorera, administrador, contador, abogado, personal de marketing, publicidad y llenador de contenido	8	

Personal de Seguridad	3 personal de día 3 personal de noche	6
Personal de limpieza	2 personas de día 2 personal de noche	4
Personal de Guardería	1 niñera 1 auxiliar	2
Proveedores y Estibadores	9 proveedores 3 estibadores	12
Personal de Talleres	Técnico electrónico, Costura, zapatería, cocina,	12
Amas de casa	Madres de familia que realizan la canasta familiar	10.645 (50%)
Estudiantes	De edades de 6 a 16 años que viven	5.3225 (25%)
Turistas	Usuario que visitan el mercado en busca de degustar productos orgánicos y de calidad	2.129 (10%)
Jóvenes y adultos	Usuario que compra productos esporádicamente	2.129 (10%)

Adulto mayor	Usuario que compra productos del día y requiere de recreación	1.064 (5%)
TOTAL		180 21.290

Nota: Elaboración propia en base al análisis locacional del sector

Condiciones Físicas del Sector

1.1.43. Territorio

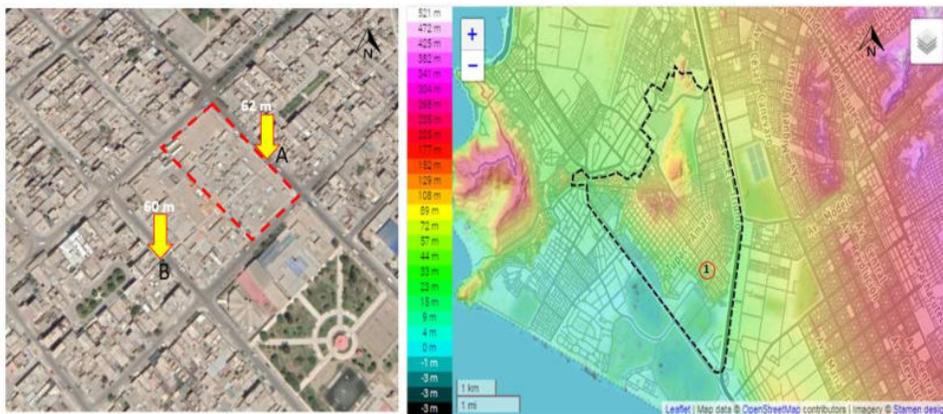
1.1.43.1. Orografía, topografía y relieves

El Sector 9 de Surco presenta topografía y relieves pronunciados, su suelo es principalmente plano con ligeros desniveles de menos de 1 metro de desnivel.

El Perfil topográfico representa la sección vertical del relieve, la cota del punto A es de 62m sobre el nivel del mar y la cota del punto B es de 60m Se puede decir que hay una diferencia de nivel de 2m

Figura 46

Ubicación y topografía del sector 9



Nota: Elaboración propia en base al análisis locacional del sector

Figura 47

Perfil del terreno



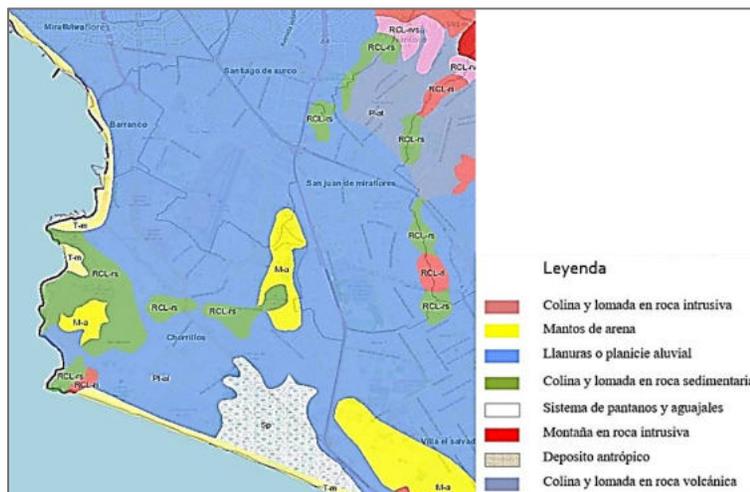
Nota: Elaboración propia en base a herramientas de Google Earth

1.1.43.2. Geología

El Sector 9 del Distrito de Surco se encuentra dentro de la costa de Lima, la cual según el mapa de Suelos del Perú forma parte del suelo de desierto costero que pertenece a la región yermosolica que cuenta con 3 tipos: suelo de desierto, suelos aluviales en valles y suelo con peligro de salinización.

Figura 48

Mapa Geológico



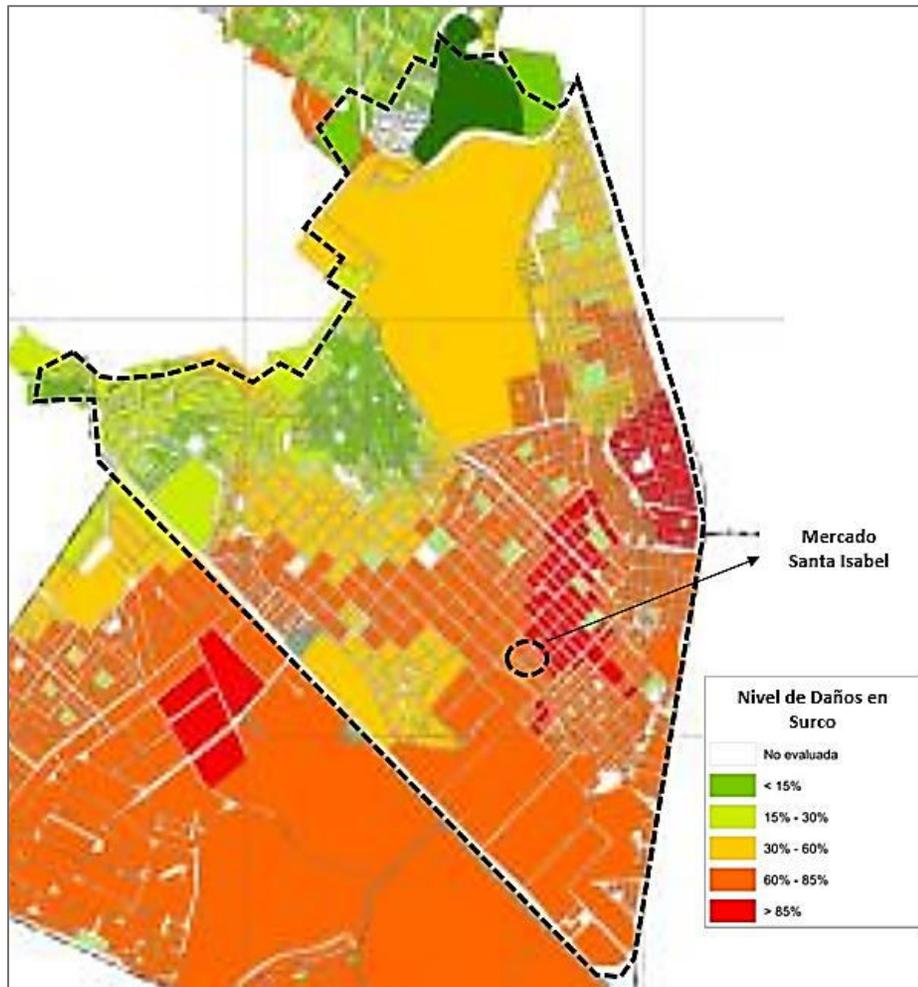
Nota: Elaboración propia en base a herramientas de Google

1.1.43.3. Sismología

El Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI). Dirección Nacional de Prevención; realizó un Estudio técnico del Plan de Prevención por Sismo 2010, el cual informa que el distrito de Santiago de Surco, se encuentran con un alto nivel de vulnerabilidad ante la posible ocurrencia de peligros sísmicos.

Figura 49

Estudio de microzonificación sísmica y vulnerabilidad en el sector 9 del distrito



Nota: Elaboración propia en base al tomo III Estimación de Riesgos de la universidad nacional de ingeniería y el centro peruano japonés de investigación sísmica.

1.1.43.4. Masas y/o cursos de agua

Se encontró 5 manantiales dentro del sector 9

Figura 50

Localización de Manantiales en el Sector 9



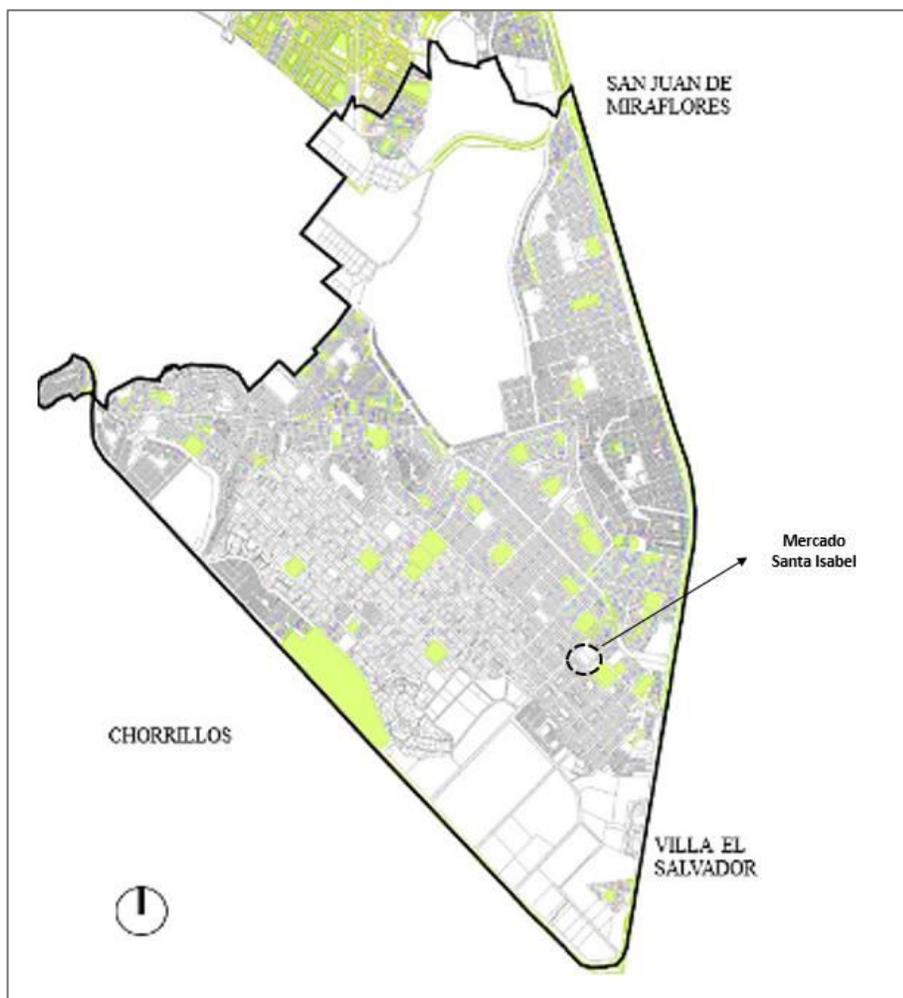
Nota: Elaboración propia en base a geocatmin

1.1.43.5. Aguas freáticas

Surco cuenta con 4.500 hectáreas de territorio, no se tiene un inventario georeferencial de los árboles emplazados en el distrito, se ha estimado 34,137 árboles en total.

Figura 51

Localización de áreas verde en el Sector 9

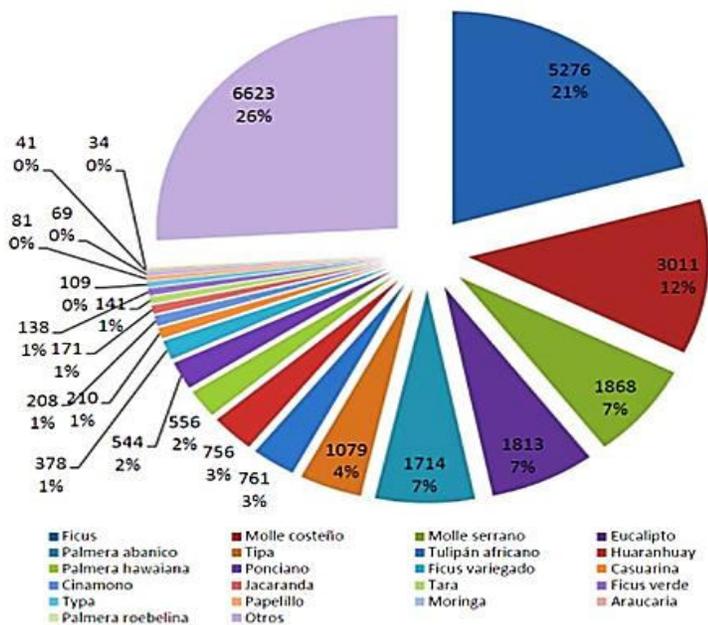


Nota: Elaboración propia

El plan de Desarrollo Local Concertado del distrito de Surco, aprobado mediante Ordenanza 543.MSS-2016, señala que la cantidad de árboles presentes al 2015 era de 25.581 habitantes, esto es 5.7 árboles por hectárea ó un árbol por cada 20 habitantes, las especies más representativas son el Ficus (20%), Molle Costeño y Serrano (19.1% cada uno) Eucalipto (7.1%); sin embargo, el mayor rubro pertenece a árboles no identificados, considerados en el rubro otros (26%).

Figura 52

Inventario de árboles de Surco, año 2015



Nota: Elaboración propia

Figura 53

Riego de áreas verdes por tipo de servicio



Nota: Elaboración propia

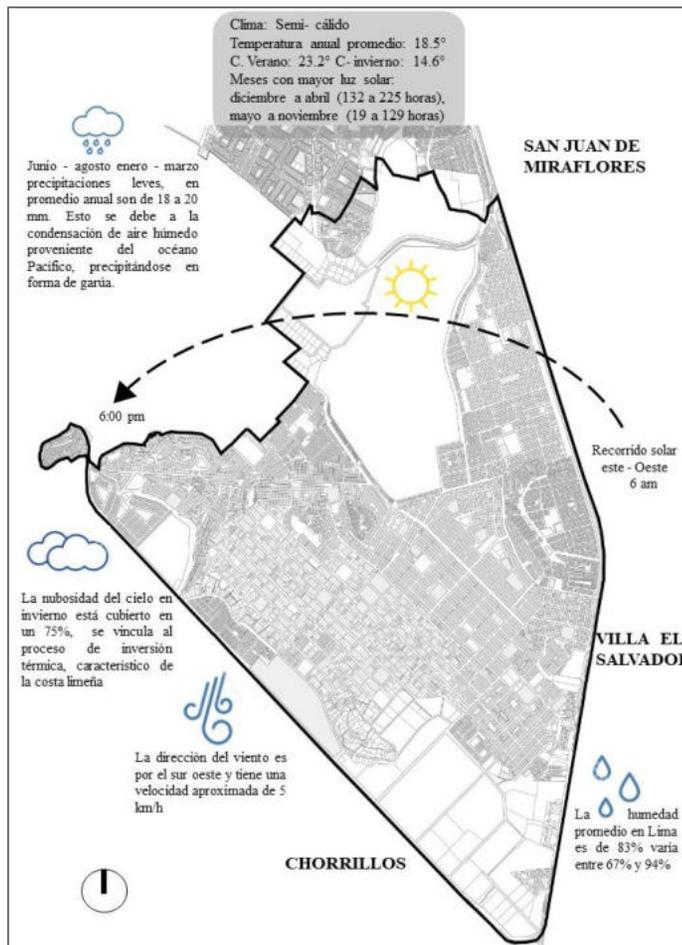
1.1.44. Clima

1.1.44.1. Componentes meteorológicos

En Surco, los veranos son frescos, áridos y nublados y los inviernos son fríos, secos y mayormente despejados. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 3 °C a 18 °C y rara vez baja a menos de 1 °C o sube a más de 21 °C

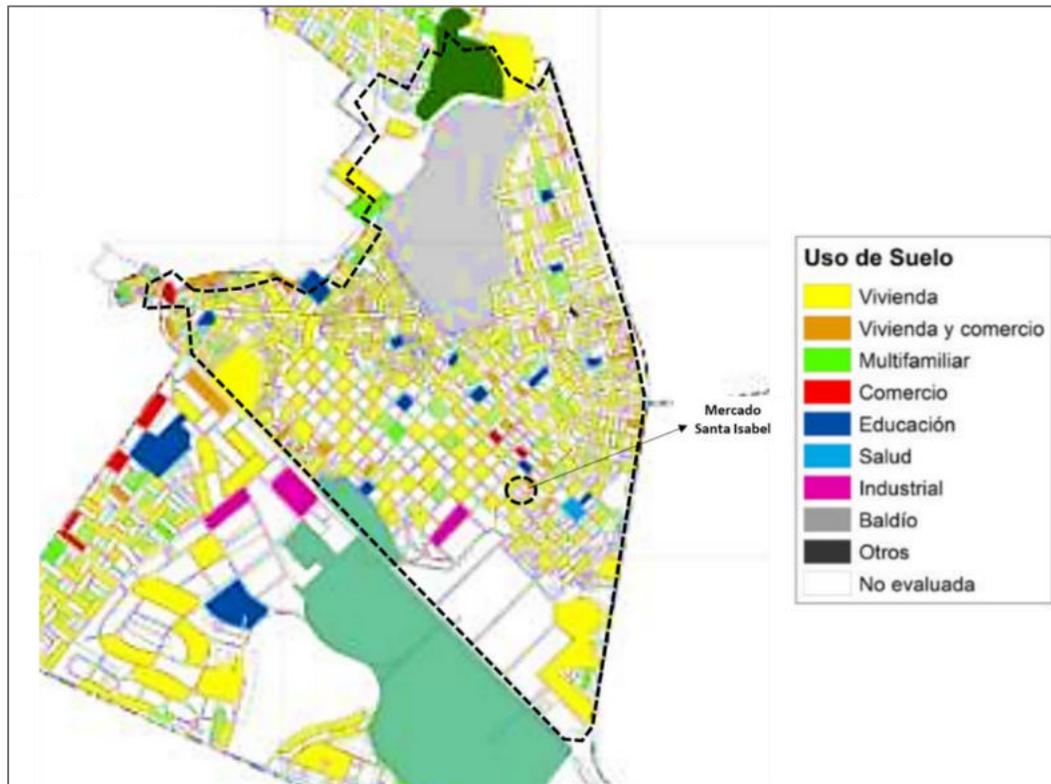
Figura 54

Factores Climático



Nota: Elaboración propia

1.1.45. Paisaje urbano- imagen



Nota: Elaboración propia

Referente al uso de suelo o uso de la edificación, predomina el uso de viviendas que ocupan un 75%, seguido de multifamiliares con 26%, vivienda comercio 2.8%, colegios 2.1% y comercio 4.1% de las edificaciones en el área de estudio.

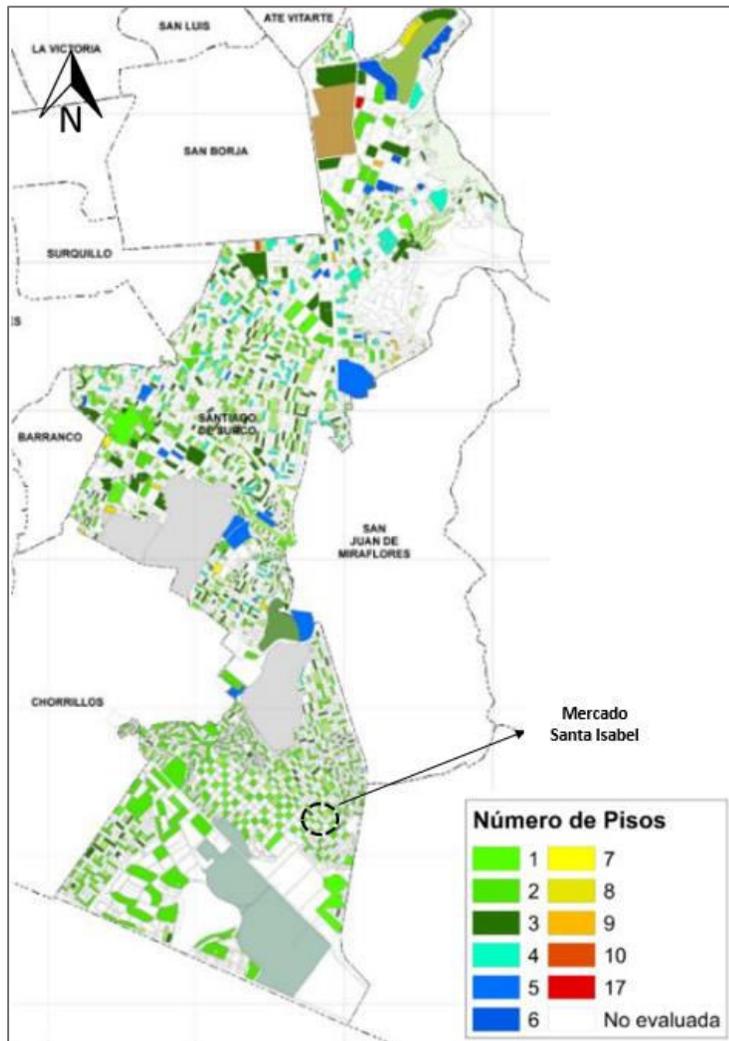
1.1.45.1. Aspectos Generales del entorno mediato

El entorno inmediato a la ubicación del proyecto es una zona urbana consolidada, donde el trazo consiste en la típica cuadrícula de las antiguas ciudades españolas, y que presenta un aspecto volumétrico caótico con escasas áreas verdes.

1.1.45.2. Aspectos Particulares del entorno inmediato

Figura 55

Numero de piso de edificaciones del distrito de Surco



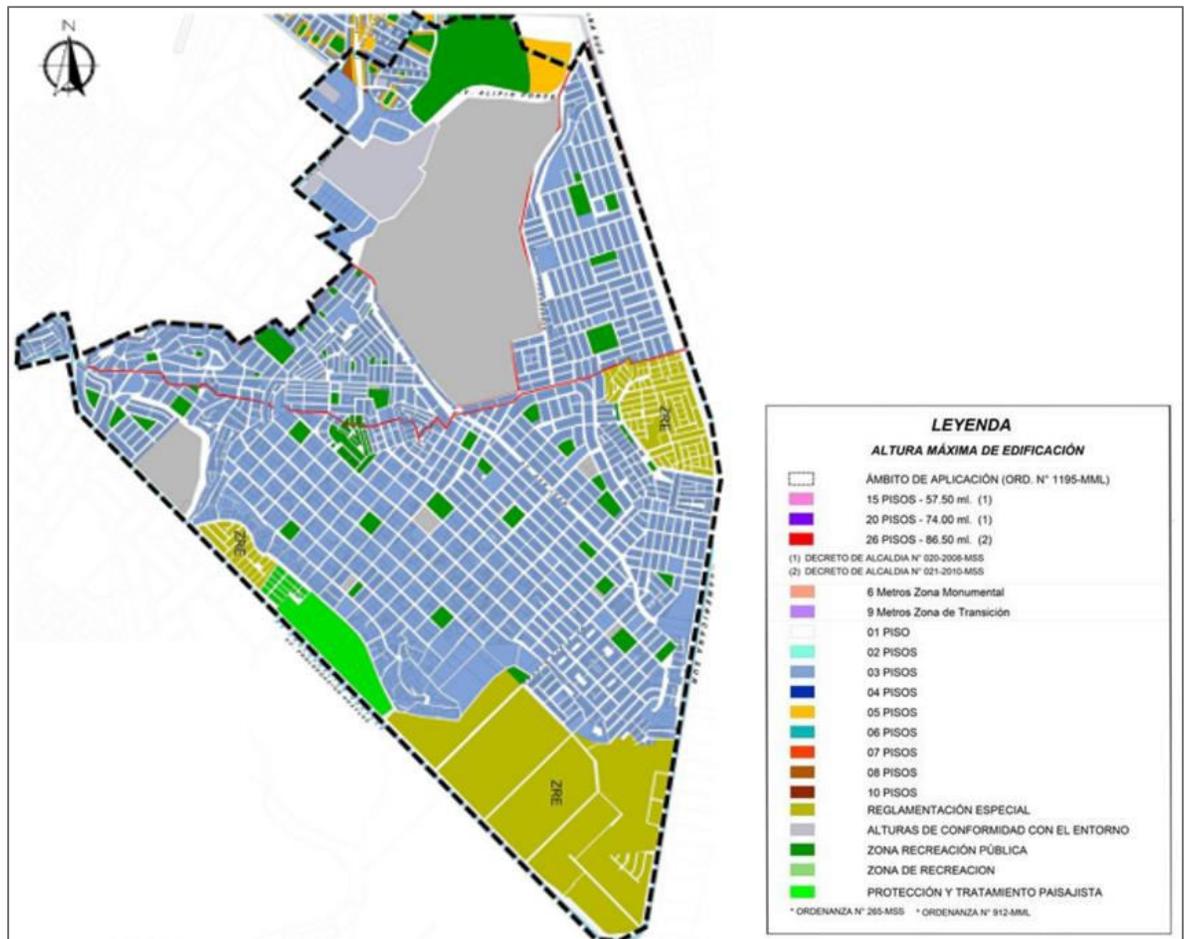
Nota: Elaboración propia

En la distribución de altura se puede apreciar que el sector 9 las edificaciones predominantes son de dos pisos que corresponden al 38.4%, en

segundo lugar, la altura de son de 3 pisos que corresponden a 30.2%, la altura de 4 piso con 18.2%, alturas de 5 pisos con 4.9%, finalmente las alturas de 1 piso que representan el 4.2%t total de edificaciones.

Figura 56 Altura máxima del sector 9

Altura máxima del sector 9



Nota: Elaboración propia

El sector 9 y su área de tratamiento Normativo I-IV

RETIROS

El sector 9 tiene una antigüedad de más de 30 años en muchos de sus sectores, los asentamientos humanos que se han establecido a través de los años lo han hecho sin seguir normas técnicas ni consideraciones urbanísticas, se trata de zonas consolidadas en muy buena parte de su extensión además del problema existente de jurisdicción, el cual es uno de los factores que ha facultado el desorden urbanístico y el surgimiento de poblaciones sin seguir las normas urbanísticas.

La propuesta es la de mantener y consolidar los retiros existentes, salvo el caso del Subsector D que se mantiene la vocación paisajística.

ALTURAS

Se requiere un permanente control urbano en este sector.

ÁREA DE TRATAMIENTO NORMATIVO I

SUBSECTORES A, D y E.

Mantiene la normativa vigente sobre el área libre de edificación establecida la Ordenanza N° 1015, aprueba las Normas Generales de Zonificación de los Usos del Suelo del Área de Tratamiento Normativo I de Lima Metropolitana.

En la zona en proceso de transformación de vivienda taller a residencial de densidad media del subsector E, entre la Av. Guardia Civil, Av. Guardia Republicana y Av. El Sol, se requiere un planeamiento integral con el fin de resguardar equipamiento urbano necesario para los futuros usuarios.

ÁREA DE TRATAMIENTO NORMATIVO IV

SUBSECTORES A, B, C y D.

Mantiene la normativa vigente sobre el área libre de edificación establecida la Ordenanza N.º 1044-MML, aprueba el Reajuste Integral de Zonificación de los Usos del Suelo del de la Zona de Reglamentación Especial de los Pantanos de Villa que forma parte del Área de Tratamiento Normativo IV de Lima Metropolitana y modifica parcialmente la Ordenanza N.º 184-MML En las zonas comerciales se requiere el incremento de un piso de altura, debido a la existencia de alturas mayores a la altura normativa. En el Subsector B, se debe analizar la posibilidad de un cambio de zonificación de RDB a RDM, debido a que los parámetros existentes no se adecuan con lo existente.

Actividades Urbanas

1.1.46. Servicios públicos

Los servicios básicos de abastecimiento de agua potable están administrados por el Servicio de Agua Potable y Alcantarillado de Lima “SEDAPAL”, entidad principal de servicios de agua y desagüe en Lima y Callao la cual a su vez está a cargo 49 distritos.

1.1.47. Equipamiento urbano

En el Sector 9 de Surco no registra institutos y CETPRO’ se pueden encontrar 20 centros educativos registrados entre escuelas de inicial, primaria, secundaria, institutos y CETPRO’s. Mientras que en el equipamiento de salud no se encuentra dentro de su jurisdicción ningún hospital principal, teniendo apenas 3 centros de salud dirigidos por el MINSA. Las áreas libres, espacios de recreación o áreas verdes consisten principalmente en parques, Los puntos principales de comercialización son los mercados de abastos donde la población del Sector desarrolla sus actividades de compra.

1.1.48. Dinámica actual de uso del espacio urbano

Figura 57

Dinámica actual del sector 9 Ubicación de Hitos y Nodos



Nota: Elaboración propia

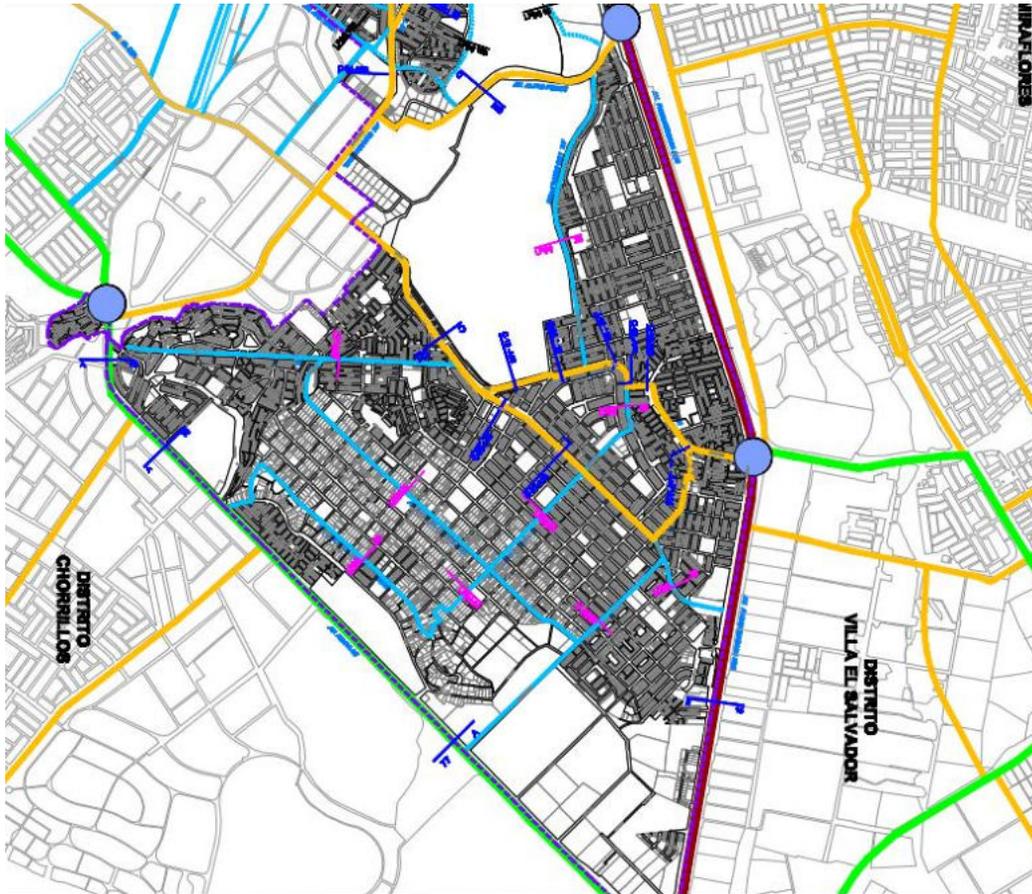
1.1.49. Vialidad y transporte

La red vial principal del Distrito de Sector 9 está constituida por la Av. Panamericana Sura, la Av. Tupac Amaru, y la Av. San Juan, las cuales son los principales ingresos desde la zona norte y centro de Lima. El transporte público y privado es el

principal medio de llegada y salida del distrito, además de tener la presencia de gran cantidad de número de mototaxis.

Figura 58

Sistema Vial del distrito de Surco



Nota: Elaboración propia

1.1.50. Comercialización y abastecimiento

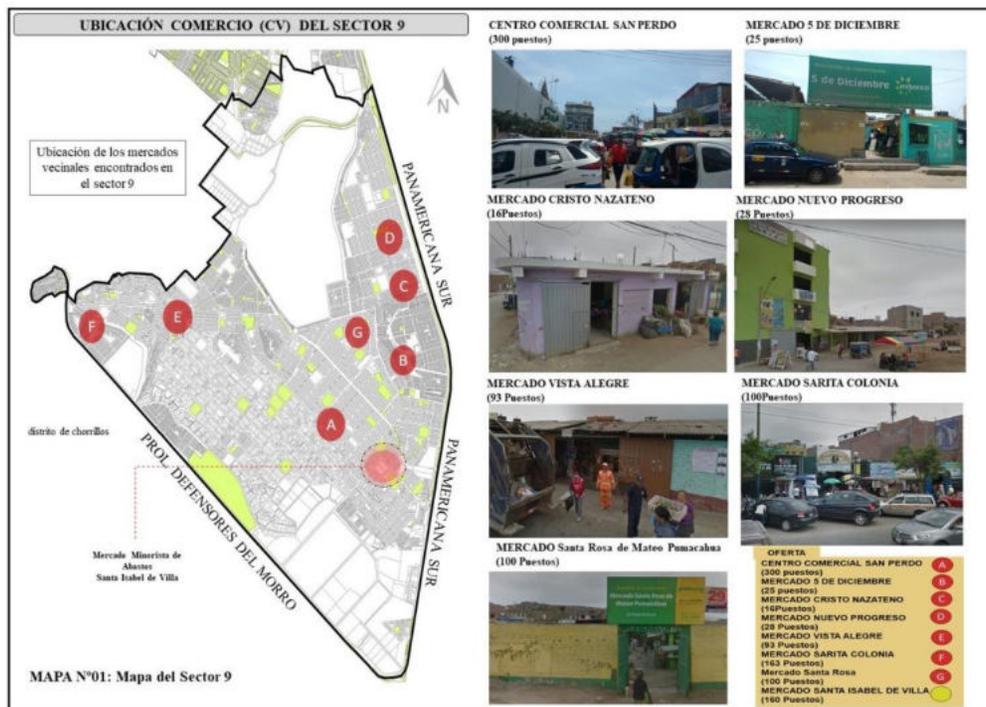
Según la real academia de la lengua española (REA), la comercialización es el proceso donde se le “da a un producto condiciones y vías de distribución para su venta.” (vigésimo tercera edición (edición del tricentenario), 2014) (pág. 580)

La comercialización es una de las actividades más importantes del ser humano, pues mediante esta práctica se generan intercambios que ayudan a una mayor dinámica en la economía de los comerciantes.

Los mercados de abasto aprovechan los espacios públicos, dónde hay espacio público aparecerá comercio donde comercio debe preverse espacio público, manteniendo una estrecha relación entre mercado y plaza es un aspecto de tradición de relación entre comerciante con el usuario final, el comprador y El vendedor interactúan en el intercambio sintiendo que son personas cercanas o familias de casas cercanas de ahí viene el famoso término casero con el que los comerciantes llama a sus clientes. Logrando una actividad comercial estrecha. (Plataforma por la defensa de los mercados tradicionales, 2013)

Figura 59

Ubicación de mercados de abastos en el sector 9 de Surco



Nota: Elaboración propia en base al estudio del lugar

Normatividad Vigente

1.1.51. Reglamento Nacional de Edificaciones

Norma A.070: Comercio Se denomina edificación comercial a aquella destinada a desarrollar actividades cuya finalidad es la comercialización de bienes o servicios. La presente norma se complementa con las normas de los Reglamentos específicos que para determinadas edificaciones comerciales han expedido los Sectores correspondientes.

Norma A.120: Accesibilidad para personas con discapacidad La presente Norma establece las condiciones y especificaciones técnicas de diseño para la elaboración de proyectos y ejecución de obras de edificación, y para la adecuación de las existentes donde sea posible, con el fin de hacerlas accesibles a las personas con discapacidad y/o adultas mayores. Sera de aplicación obligatoria, para todas las edificaciones donde se presten servicios de atención al público, de propiedad pública o privada

1.1.52. Municipalidad Provincial

Regula las normas respecto del acopio, distribución, almacenamiento y comercialización de alimentos y bebidas, brindan las facilidades de capacitación a los comerciantes cuando lo requieran.

1.1.53. Municipalidad Distrital

Controla, regula, promueve y otorga el cumplimiento de Normas para el mejor funcionamiento de los mercados de abastos.

Dentro de la zonificación del Sector 9 del Distrito de Surco y sus parámetros normativos, se puede encontrar 3 tipos de comercio: Comercio Metropolitano, Comercio Zonal y Comercio Vecinal. Para cada tipo de comercio según su zonificación se aplican los parámetros del siguiente cuadro:

Tabla 19

Por la población a la que sirve, el mercado minorista puede ser

Categoría	Denominación	Nivel de Comercio	Población a la que sirve	Número de Puestos
A	Mercado Central	Comercio Metropolitano	300,000 – 1000,000	+DE 500
B	Mercado Zonal	Comercio Zonal	30,000 – 500,000	150 - 499
C	Mercado Vecinal	Comercio Vecinal	2,000 -7,500	Hasta 149

Nota: Elaboración propia en base la normativa de Mercados de Abastos

Análisis FODA, el cual debe fundamentar qué institución y otro organismo estaría a cargo de la factibilidad de la propuesta. (Si es pertinente).

FO = Fortaleza - Oportunidades

DO = Debilidades - Oportunidad

FA = Fortaleza – Amenazas

DA = Debilidades – Amenazas

Análisis FODA del Mercado Santa Isabel

- F1: Conocimiento en gestión comercial para el mejor funcionamiento del mercado
- F2: Conocimiento en gestión ambiental para una adecuada utilización y segregación de los residuos solidos
- F3: Capacitación constante a los comerciantes para el mejor manejo de residuos solidos
- F4: Convenios con empresas recicladora de residuos solidos
- O1: Cuenta con pasillo adecuados para la circulación a los puestos de cada rubro de comercio
- O2: Voluntad de la Municipalidad de Surca por facilitarles los trámites para el desarrollo de una infraestructura nueva y formalizada.
- D1: Ubicación de comercio informal a sus alrededores del mercado
- D2: Mala gestión de residuos sólidos
- D3: La no continuidad de los proyectos o Gestiones por cambio de junta directiva del mercado
- A1: Inadecuada colaboración de comerciantes en la ejecución de puesta de valor
- A2: Inadecuada gestión de la junta Directiva
- A3: Modificaciones de disposiciones Municipales
- A4: Poca educación y conciencia ambiental del comerciante
- A5: Mala comunicación de la junta directiva con los comerciantes no ayuda a la mejora en su desarrollo comercial.



Capítulo IV

PROGRAMACIÓN URBANA

CAPITULO IV: LA PROGRAMACION URBANA ARQUITECTÓNICA

Conceptualización de la propuesta (programa/tema)

El Proyecto a desarrollar es un Nuevo Mercado de Abastos Minorista, orientado al cultivo y venta orgánica en el sector 9 del distrito de Surco. Este mercado repotenciara la zona siendo un hito importante para el sector, brindando un servicio nuevo y de calidad, con espacios adecuados para el cultivo de productos orgánicos que orientan al poblador a un consumo de productos saludables, un espacio de relación entre vendedor y comprador que mejora su entorno y da prestancia al espacio urbano a ser recorrido por sus espacios, siendo también un espacio de turismo para aquellos que gustan de encontrar espacios nuevos y agradables para el consumo de productos.

El concepto de mercado en la actualidad ha cambiado debido a la pandemia, antes su interrelación estaba siendo disminuida por la creación de centros comerciales, mas ahora tiene una importancia debido a que el poblado busca consumir productos más saludables y que tengan menos pesticidas, como también busca un espacio acogedor de esparcimiento debido al encierro producido por la pandemia.

1.1.54. Conceptualización del Tema (definición, ¿qué es el proyecto?)

El proyecto se sometió a muchos experimentos de modelado, lo que resultó en la creación de muchos prototipos de mercado. Aunque su objetivo siempre fue crear un gran volumen con una gran cubierta que unifique visualmente toda la zona del mercado, que a su vez dé sombra a toda la zona de venta y potencie la arquitectura de la zona.

Figura 60

prototipo inicial de cobertura para el proyecto

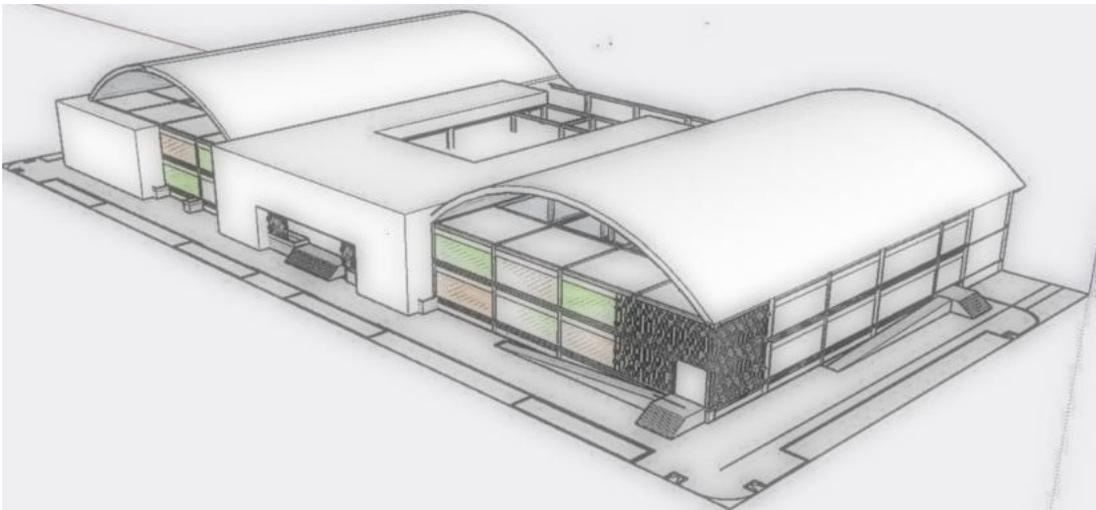
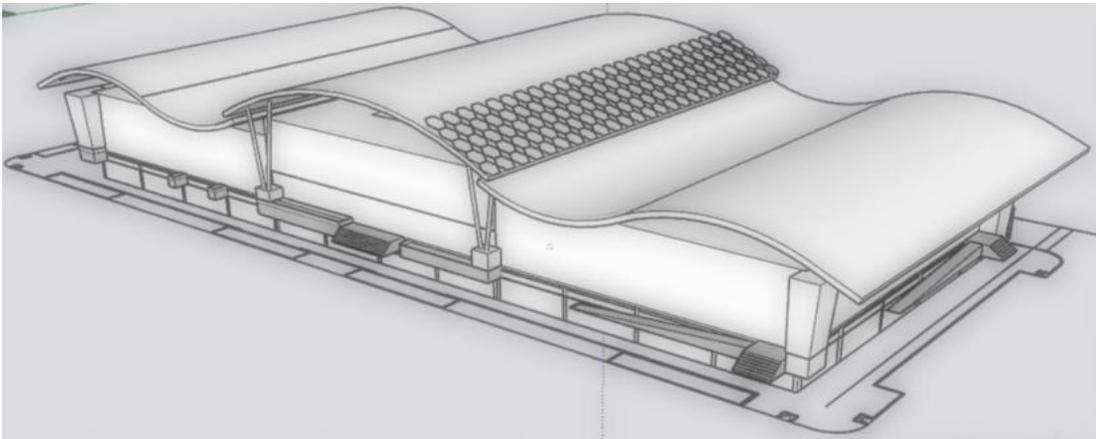
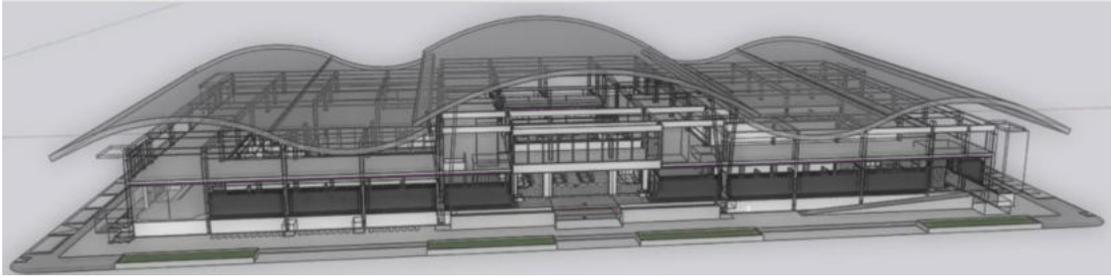
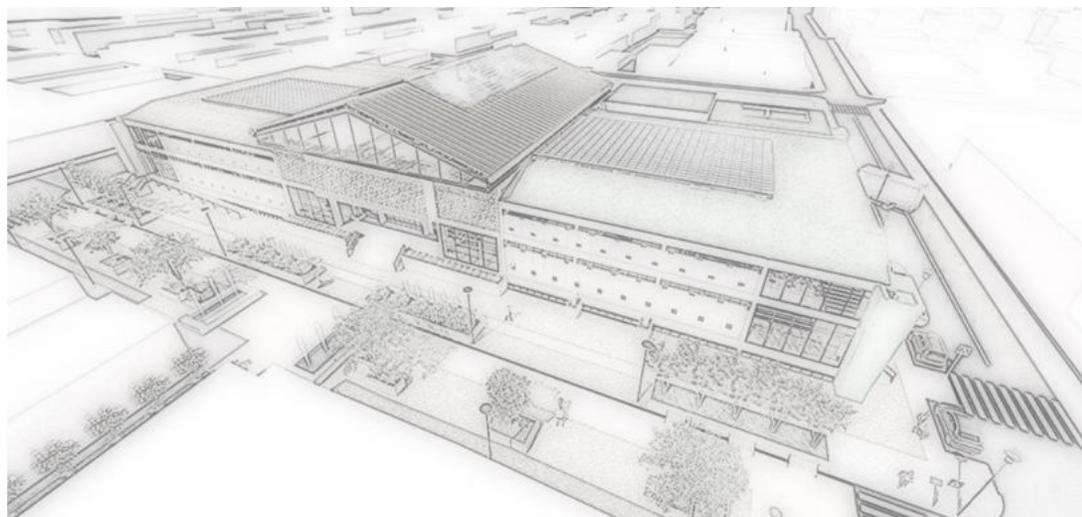


Figura 61

resultante de cobertura de acuerdo a la conceptualización



1.1.55. Conceptualización del Proyecto Arquitectónico (¿cómo funciona el proyecto?)

El proyecto cuenta con tres avenidas principales que son, la Av. Vista Alegre, la Av. José Olaya y la Av. Independencia, tomando como ingreso principal para la propuesta del mercado la Av. José Olaya, y como accesos secundarios la Av. Vista Alegre y la Av. Independencia, el concepto del nuevo mercado es un espacio de intersección con su entorno inmediato, dando facilidad de acceso peatonal a los usuarios aledaños.

La superficie del terreno en planta es de forma rectangular con un área de 5,278.00m², según el certificado de parámetros urbanísticos y edificatorios, el terreno se encuentra dentro de un área de uso de suelo definida como Área de Estructuración Urbana IV y Zona Comercial Vecinal (CV), En su entorno inmediato se relaciona indirectamente con los equipamiento como son el puesto de Salud Santa Isabel de Villa, la Institución

Educativa Inclusiva (IEI) Santa Isabel de Surco, el Centro de Salud Mental Comunitario San Sebastián, la parroquia Santa Isabel de Villa y el Parque Santa Isabel de Villa.

1.1.56. Definición del usuario tipo (¿cómo es la población objetivo?)

Tabla 20

usuarios del área de comercialización

Usuarios del área de comercialización		
Comerciantes	Es la persona encargada de, vender, almacenar, mostrar, cortar	
Consumidores	Es la persona que compra, observa, recorre los espacios, paga, regatea, selecciona.	

Nota: Elaboración propia

Tabla 21

usuarios del área de administración

Usuarios del área de administración		
Presidenta	<p>Es la persona responsable directo de la administración del mercado y el encargado de velar por la correcta prestación de los servicios.</p>	
Tesorerera	<p>Es la persona encargada de administrar los fondos, en sus etapas de previsión, programación, recaudación y distribución en coordinación con Contabilidad y presidenta.</p>	
Administrador	<p>Es el colaborador directo de la presidenta en las tareas de coordinación y gestión permanente del mercado</p>	

Contador

Es la persona que lleva los estados financieros del mercado. Crea y organiza las nóminas de empleados, revisa los libros contables, analiza ingresos y egresos, realiza balances de los libros financieros, desarrolla informes financieros,



Abogado

Es la persona encargada de consultar y atender todos los procesos jurídicos corporativos. Desarrolla la política en el mercado y posiciona en cuestiones jurídicas. Investiga, anticipa y protege al mercado de los riesgos jurídicos.



Personal de marketing

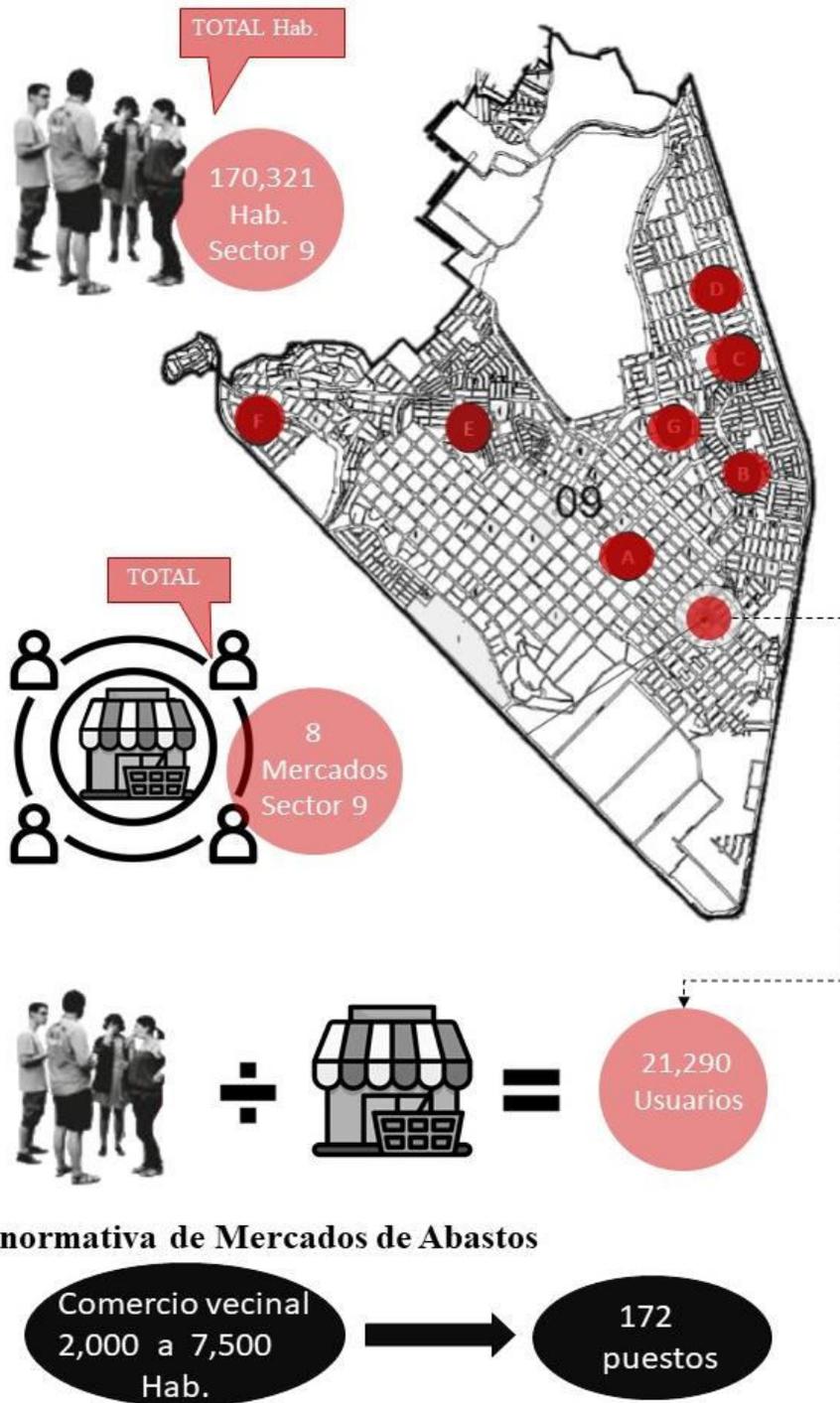
Recauda, analiza datos, factores y evidencias que influyen en el mercado y competencia para determinar estrategias. Elaborar soluciones creativas para asegurar la vigencia del producto o servicio.



Nota: Elaboración propia

Figura 62

Análisis para el n° de puestos según habitantes en el sector 9



Nota: elaboración propia

Criterios de programación

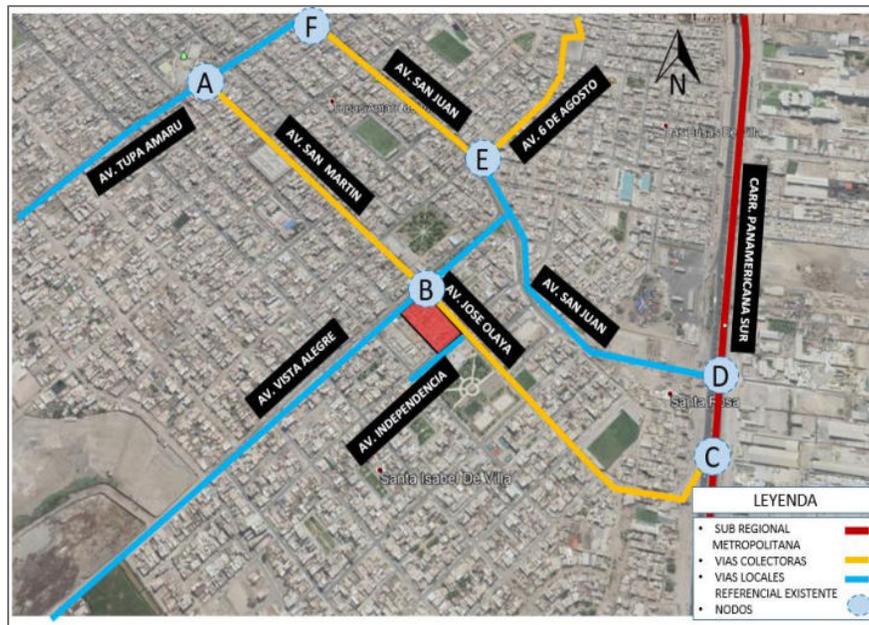
1.1.57. Programación cuantitativa

1.1.57.1. Determinación de los Principales Componentes – Nivel Urbano

El Proyecto del Nuevo Mercado de Abastos Minorista, orientado al cultivo y venta orgánica en el sector 9 del distrito de Surco, para poder llegar al mercado se tiene la Carretera Panamericana sur que accede a la Av. José Olaya, de igual manera la Av. San Juan que accede a la Av. Vista Alegre y Av. José Olaya, dando como resultado proponer el ingreso principal en la Av. José Olaya por la fácil accesibilidad vehicular y peatonal. El proyecto contara solo con dos niveles para no romper con el entorno inmediato que suele ser de un piso y dos en su mayoría.

Figura 63

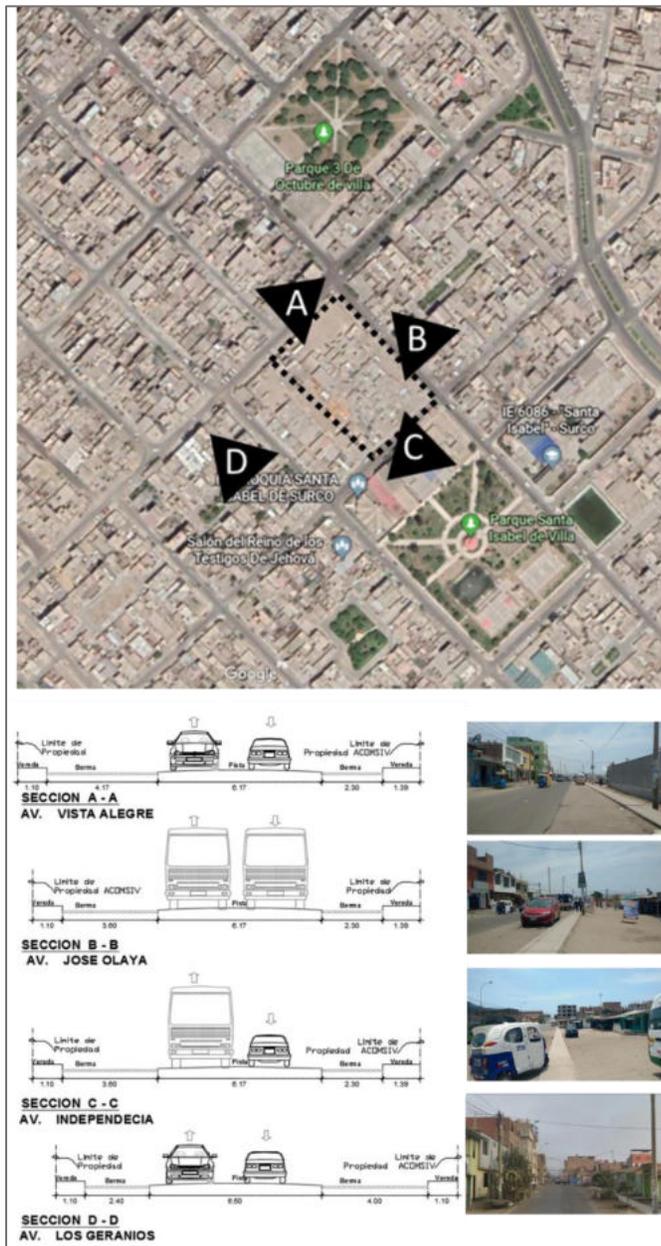
Pirámide de Usuarios



Nota: Elaboración propia en base al análisis del usuario

Figura 64

Avenidas principales del Mercado Santa Isabel



Nota: Elaboración propia en base al análisis del usuario

Figura 65

Estrategia de intervención Nivel Urbano



Nota: Elaboración propia en base al análisis del lugar.

Estrategia a Nivel de Conjunto:

Al analizar las estrategias a nivel urbano, de zonificación, accesos viales y parámetros proponemos la arquitectura a nivel de conjunto, proponiendo la zonificación de áreas de uso

comercial, la propuesta consta de 6 zonas principales que son: la zona administrativa, la zona comercial, la zona complementaria, la zona de comidas, la zona de servicios generales y la zona de aporte.

Figura 66

Estrategia de intervención – Nivel de Conjunto



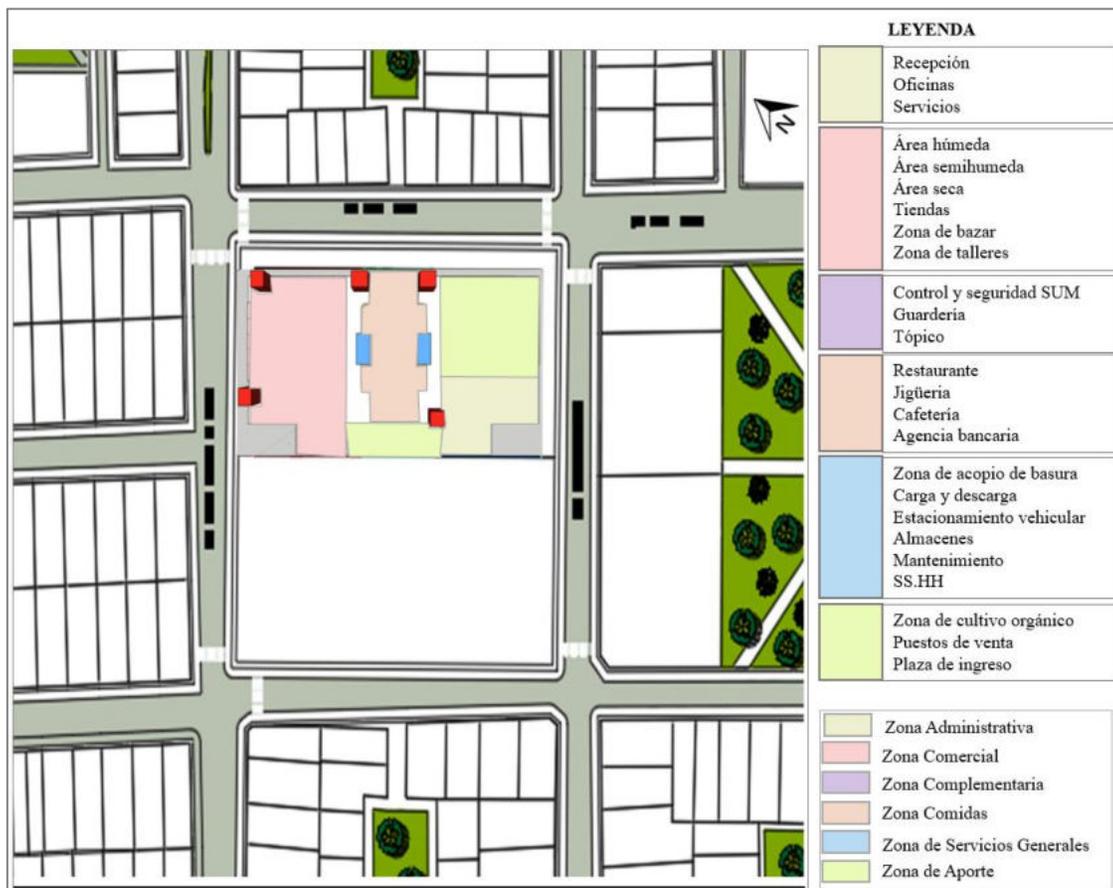
Nota: Elaboración propia en base al análisis del lugar.

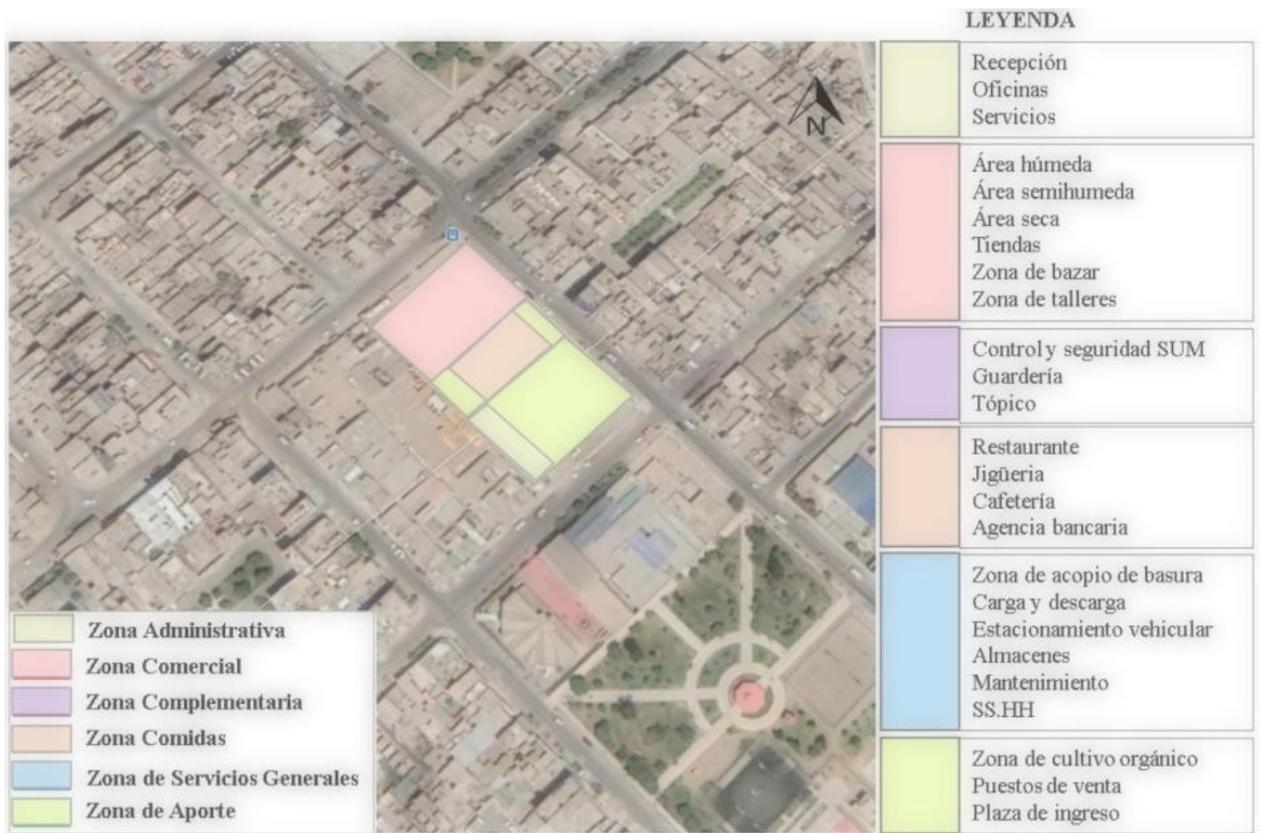
1.1.57.2. Determinación de las Unidades Funcionales – Nivel Arquitectónico

El terreno tiene un área de 5,278m², según el análisis del equipamiento contara con 6 zonas específicas distribuidas tanto en el primer nivel y segundo nivel.

Figura 67

Equipamiento





Nota: Elaboración propia en base al análisis del lugar.

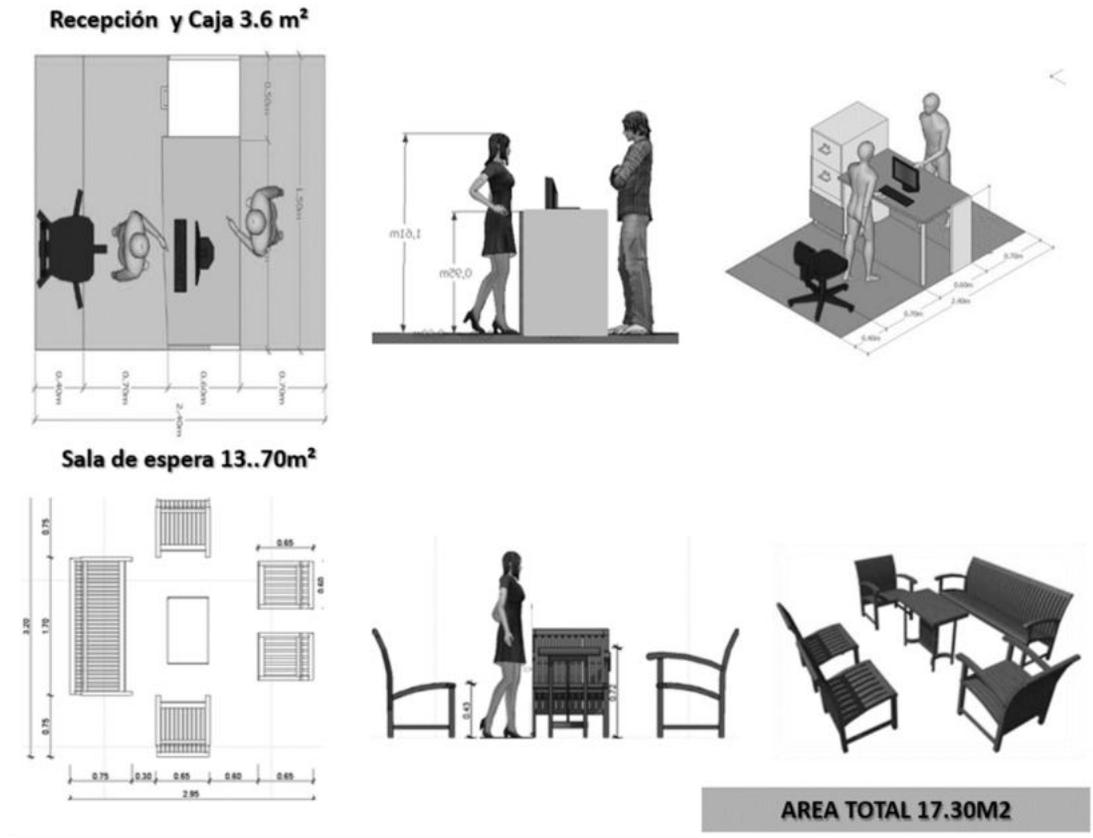
Zona Administrativa

Esta área está compuesta por las personas que se encarga de administrar el mercado, entendiéndose que comprende los puestos, los locales comerciales, los restaurantes, la guardería infantil y los talleres culturales. Su ubicación es en el segundo nivel del mercado.

Los ambientes que comprende son:

Figura 68

Recepción



Nota: Elaboración propia

Tabla 22

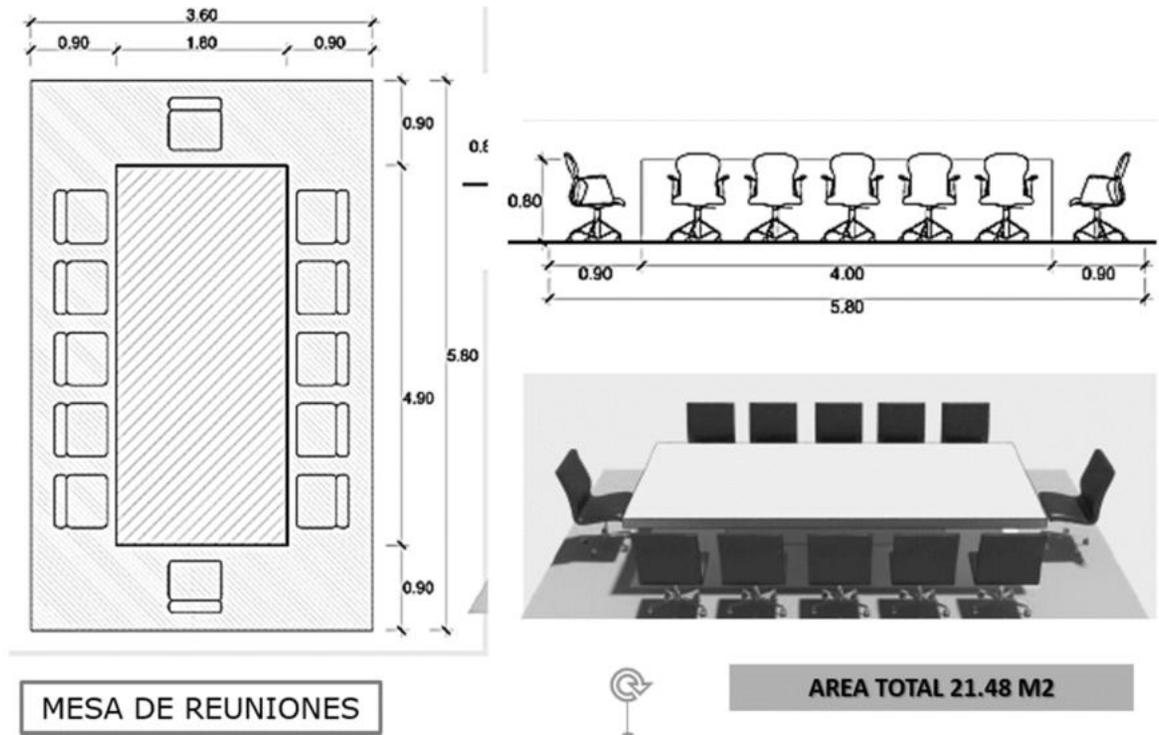
Sala de reuniones

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Proyector	0	1	0		
Ecran	0	1	0		
mesa y silla	20.88	1	20.88	21.48	3
tacho	0.60	1	0.60		

Nota: Elaboración propia

Figura 69

Sala de reuniones



Nota: Elaboración propia

Tabla 23

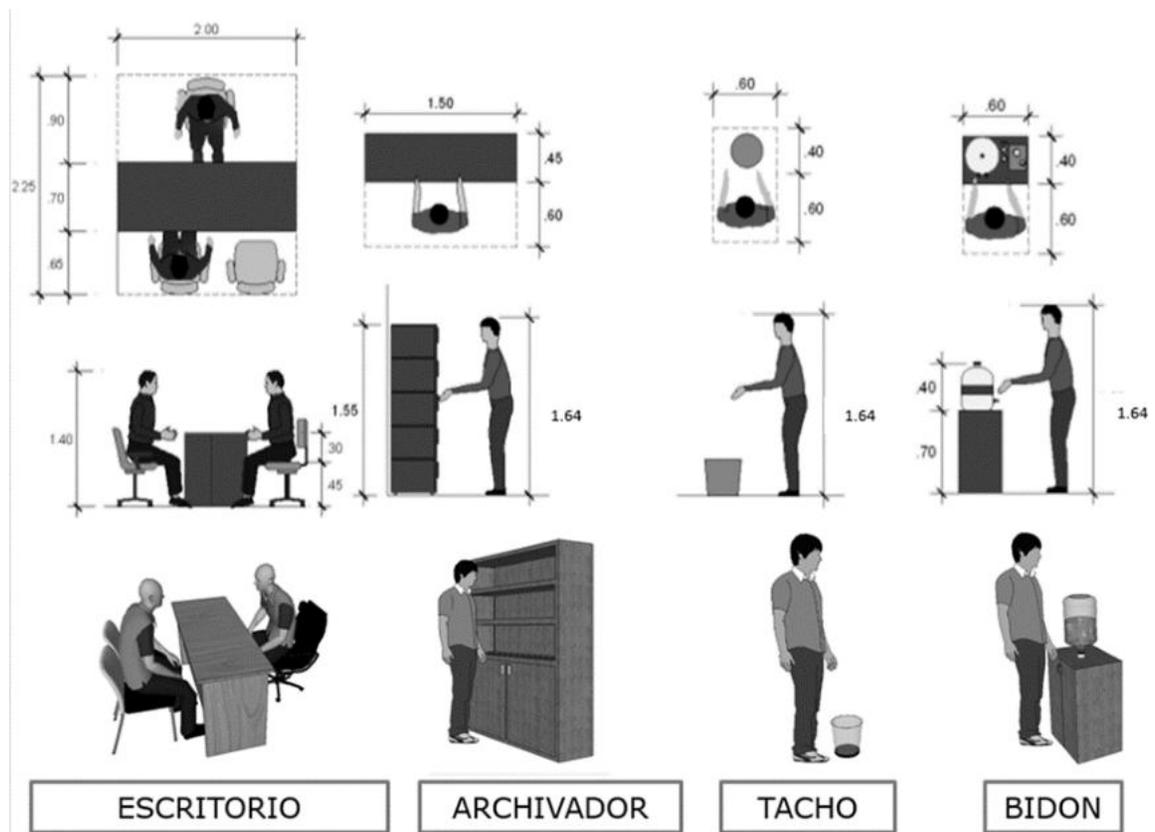
Oficina del administrador

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Modulo Gerencia	4.50	1	4.50		
Archivador	1.58	1	4.74	10.44	3
Tacho	0.60	1	0.60		
Bidón	0.60	1	0.60		

Nota: Elaboración propia

Figura 70

Oficina del administrador



Nota: Elaboración propia

Tabla 24

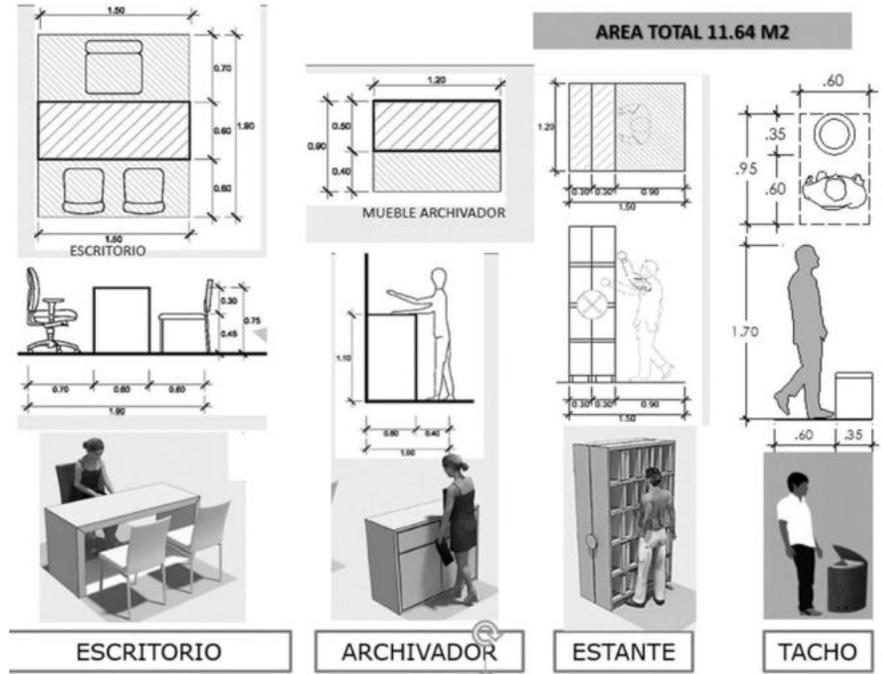
Contabilidad

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Modulo Gerencia	4.50	1	4.50		
Archivador	1.58	1	4.74	11.64	3
Estante	1.80	1	1.80		
Tacho	0.60	1	0.60		

Nota: Elaboración propia

Figura 71

Contabilidad



Nota: Elaboración propia

Tabla 25

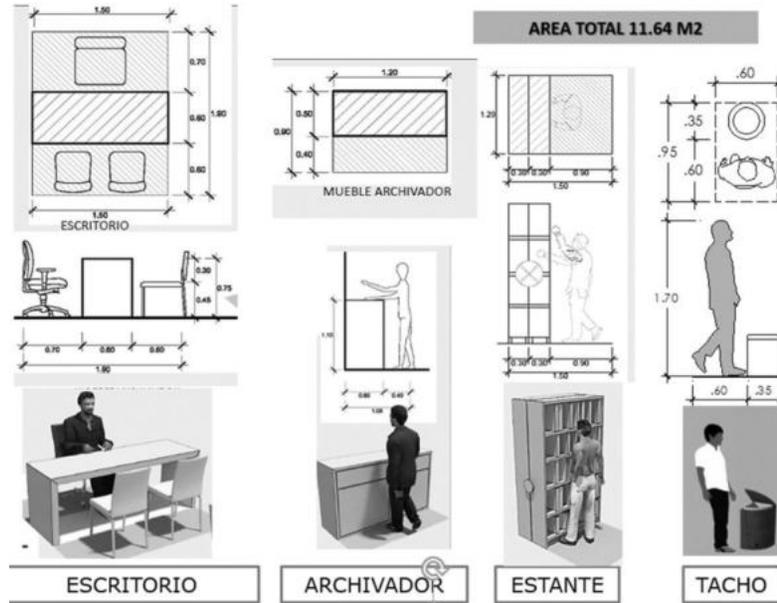
Recursos Humanos

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Modulo	4.50	1	4.50		
Gerencia					
Archivador	1.58	1	4.74	11.64	3
Estante	1.80	1	1.80		
Tacho	0.60	1	0.60		

Nota: Elaboración propia

Figura 72

Recursos Humanos



Nota: Elaboración propia

Tabla 26

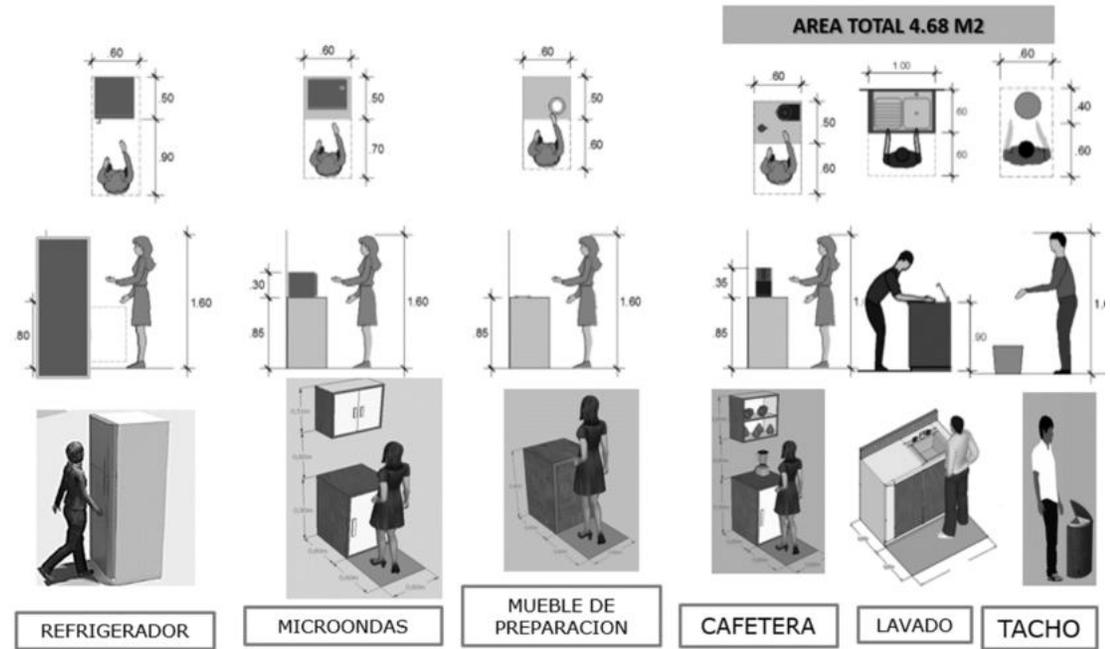
Kitchenette

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Refrigerador	0.84	1	0.84		
Microondas	0.72	1	0.72		
Mueble de Preparado	0.66	1	0.66	4.68	4
Cafetería	0.66	1	0.66		
Lavadero	1.20	1	1.20		
Tacho	0.60	1	0.60		

Nota: Elaboración propia

Figura 73

Kitchenette



Nota: Elaboración propia

zonta comercial

Comprendido por los puestos tradicionales del mercado distribuidos en tres zonas: zona húmeda, zona semi húmeda y la zona seca. La zona húmeda ubicada en el primer nivel está comprendida por los puestos de carnes rojas (carnes y embutidos), carnes blancas (pollo) y pescados y mariscos. La zona semi húmeda ubicada en el primer y está compuesta por los puestos de frutas, verduras, comidas y bebidas. Y la zona seca ubicada en primer piso y está comprendida por los puestos de abarrotes, mercería, confitería, entre otros y servicios como peluquerías, sastres, ferreterías, etc.

- Las áreas mínimas para los distintos tipos de puestos según el Reglamento

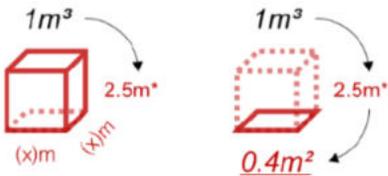
Nacional de Edificaciones:

Área de ventas (RNE)

DEPOSITOS Y CAMARAS

Artículo 32.- En los mercados minoristas y supermercados se considerará espacios para depósito de mercadería, cuya área será como mínimo el 25% del área de venta, entendida como la suma de las áreas de los puestos de venta, las áreas para la exposición de los productos y las áreas que ocupan las circulaciones abiertas al público.

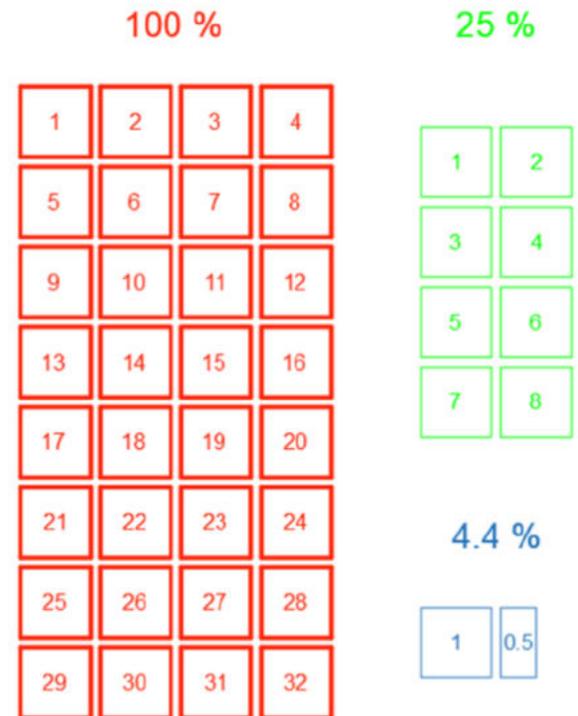
Se proveerá de cámaras frigoríficas para carnes y pescados. La dimensión de la cámara frigorífica de carnes permitirá un volumen de 0.02 m^3 por m^2 de área de venta. La dimensión de la cámara frigorífica de pescado permitirá un volumen mínimo de 0.06 m^3 por m^2 de área de venta. La dimensión de la cámara fría de para productos diversos con una capacidad de 0.03 m^3 por m^2 de área de venta.



Equivalencia en m^2 según altura comercial (2.5m) de cámaras frigoríficas

Producto	$1\text{m}^3/2.5\text{m} =$	factor a aplicar según RNE	equivalencia en m^2	% por m^2 de área de venta
carne	0.4m^2	0.02m^3	0.008m^2	0.8%
pescado	0.4m^2	0.06m^3	0.024m^2	2.4%
diversos	0.4m^2	0.03m^3	0.012m^2	1.2%
Total		0.11m^3	0.044m^2	4.4%

Equivalencia en módulos estructurales (8x8) y actual distribución del proyecto



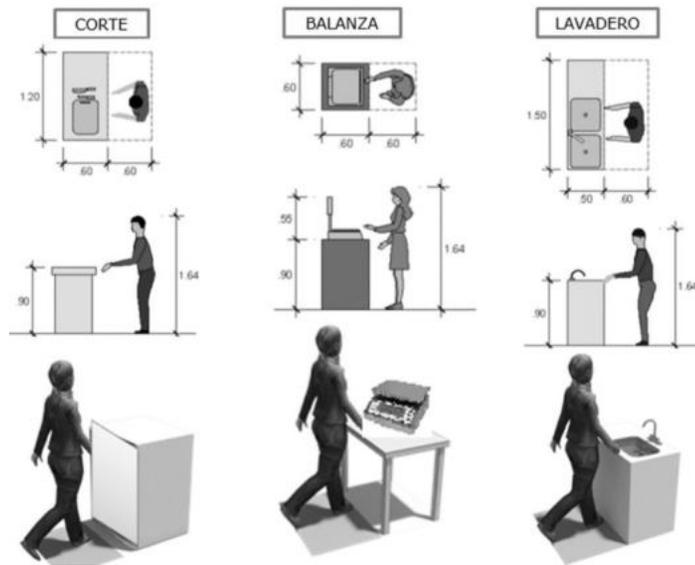
La distribución de las secciones es por tipo de producto. Las áreas mínimas de los puestos de acuerdo a las actividades comerciales a desarrollar en el mercado son:

Carnes, pescado y productos perecibles	6 m^2
Abarrotes, mercería y cocina	8 m^2
Otros productos	6 m^2

El desarrollo de las áreas de los puestos ha tenido como referencias dichas áreas.

Figura 74

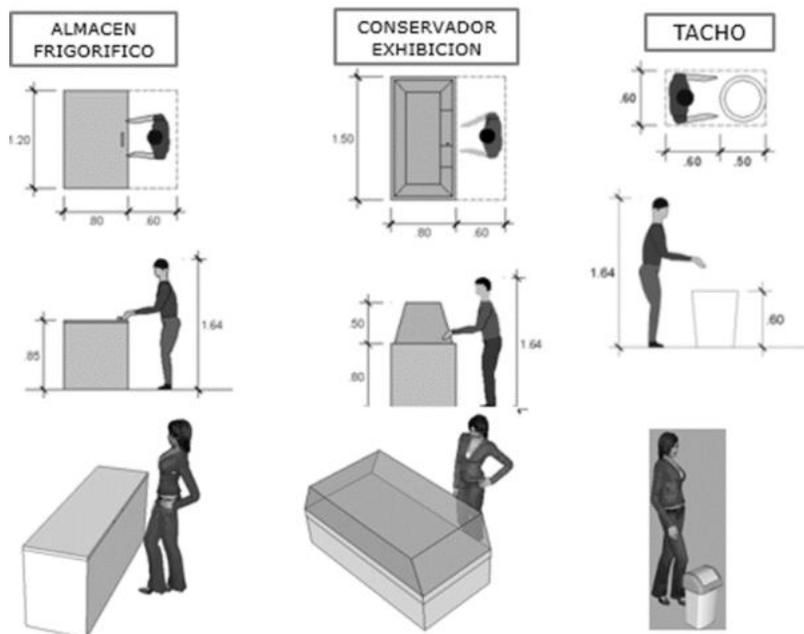
Zona húmeda: Pescado, Carnes de res, pollo, etc.



Nota: Elaboración propia

Figura 75

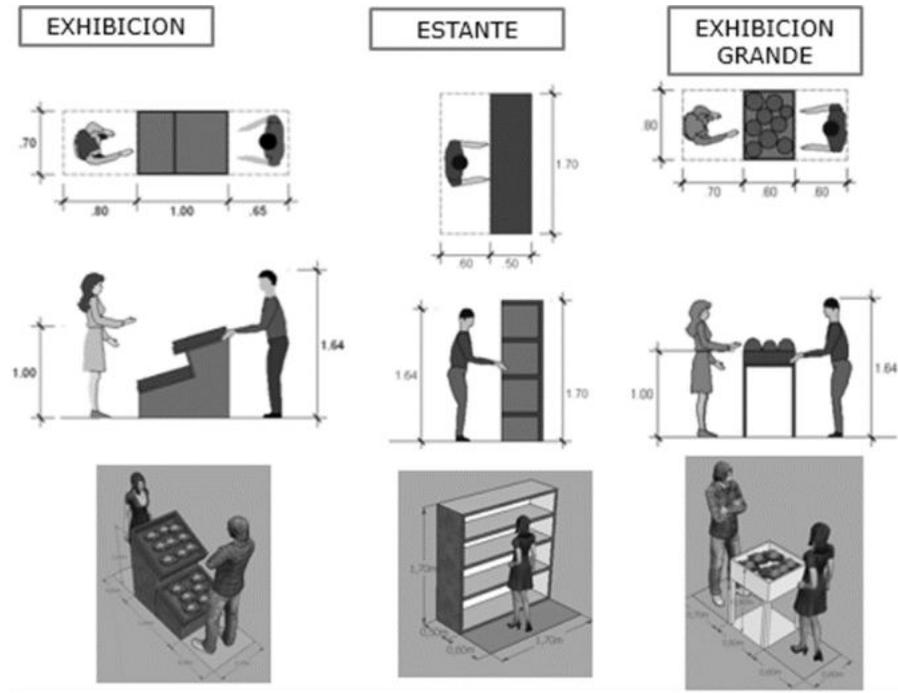
Zona húmeda: Pescado, Carnes de res, pollo, etc.



Nota: Elaboración propia

Figura 76

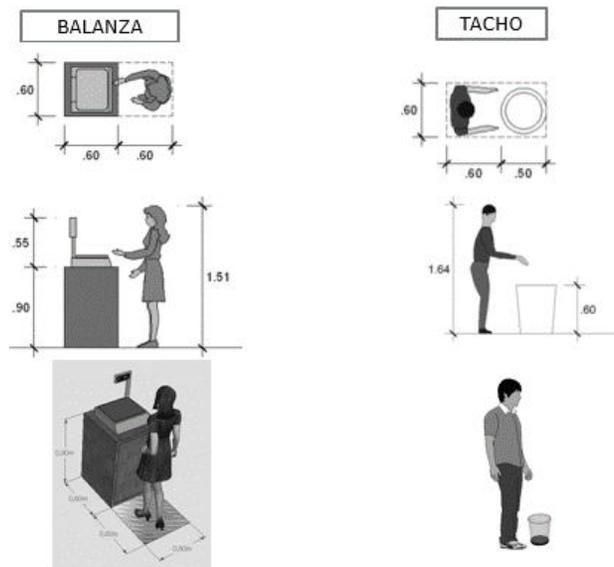
Zona Semi húmeda: verduras, frutas, mercadería, especerías



Nota: Elaboración propia

Figura 77

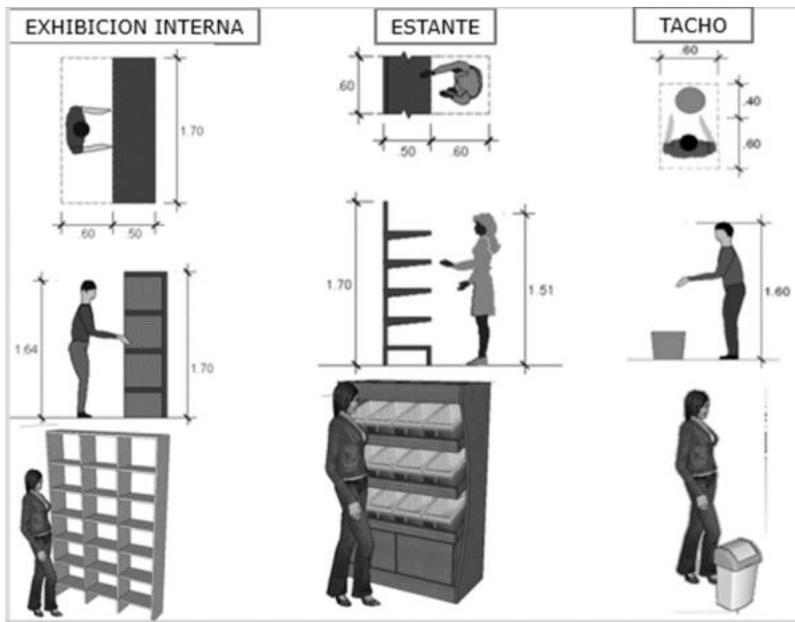
Zona Semi húmeda: verduras, frutas, mercadería, especerías



Nota: Elaboración propia

Figura 78

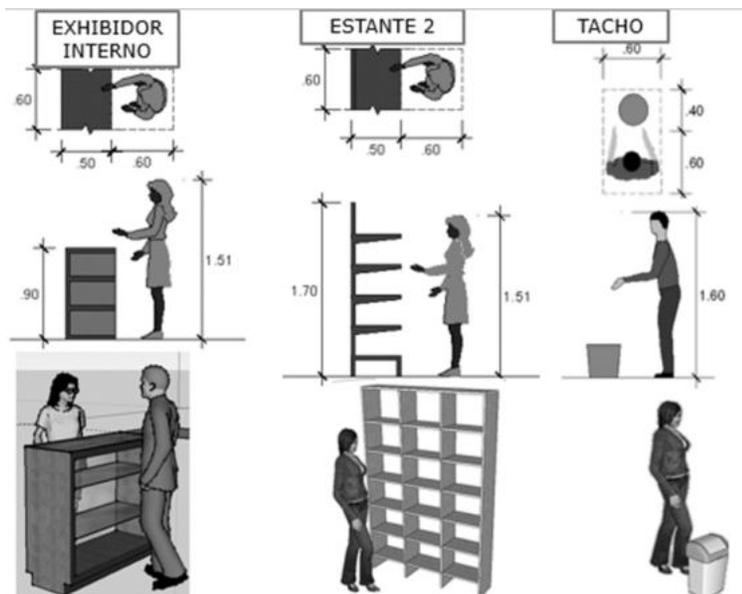
Figura 79 Zona Semi húmeda: puesto de productos orgánicos



Nota: Elaboración propia

Figura 80

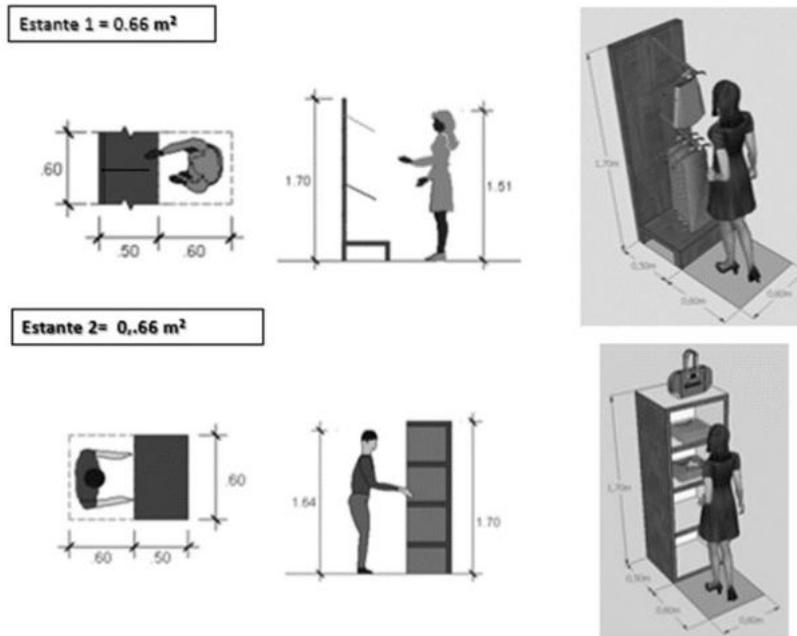
Zona Seca: Abarrotes, granos y semillas



Nota: Elaboración propia

Figura 81

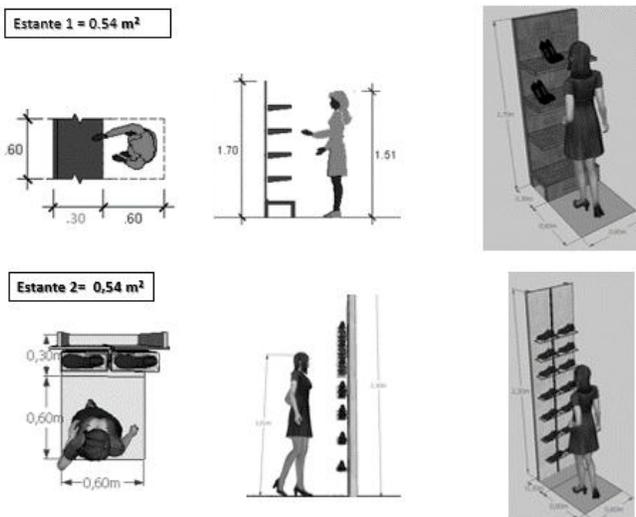
Zona Bazar: ropa, juguetería, librería, botica



Nota: Elaboración propia

Figura 82

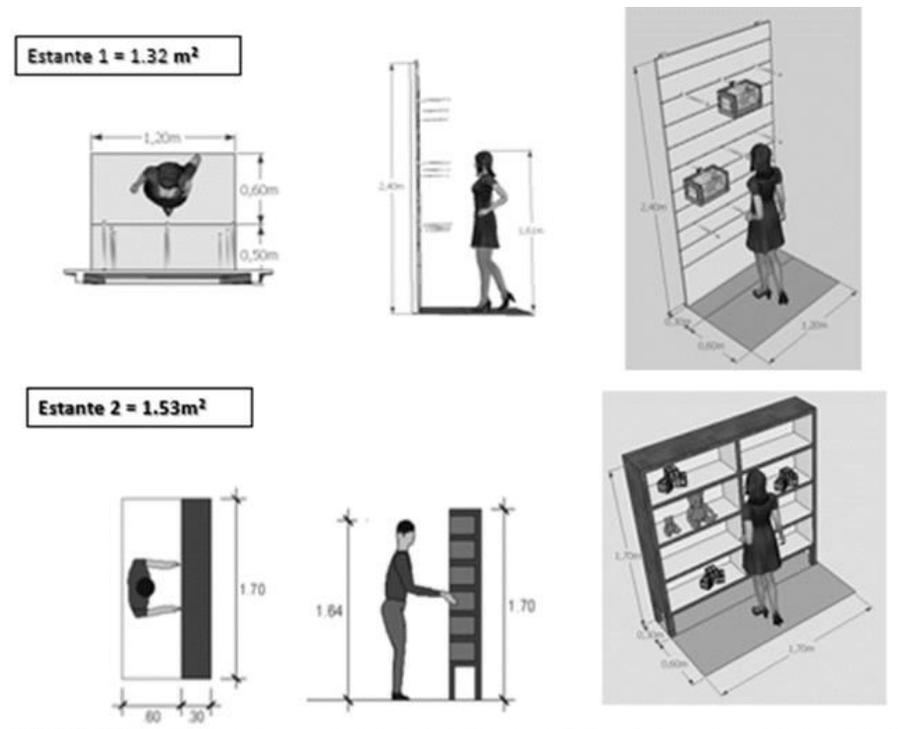
Zona Bazar: ropa, juguetería, librería, botica



Nota: Elaboración propia

Figura 83

Zona Bazar: ropa, juguetería, librería, botica



Nota: Elaboración propia

ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.

Tabla 27

control de seguridad

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Caseta	1.10	1	1.10		
Mesa	1.10	3	3.30	6.84	2
Monitoreo					
Estante	1.22	2	2.44		

Nota: elaboración propia

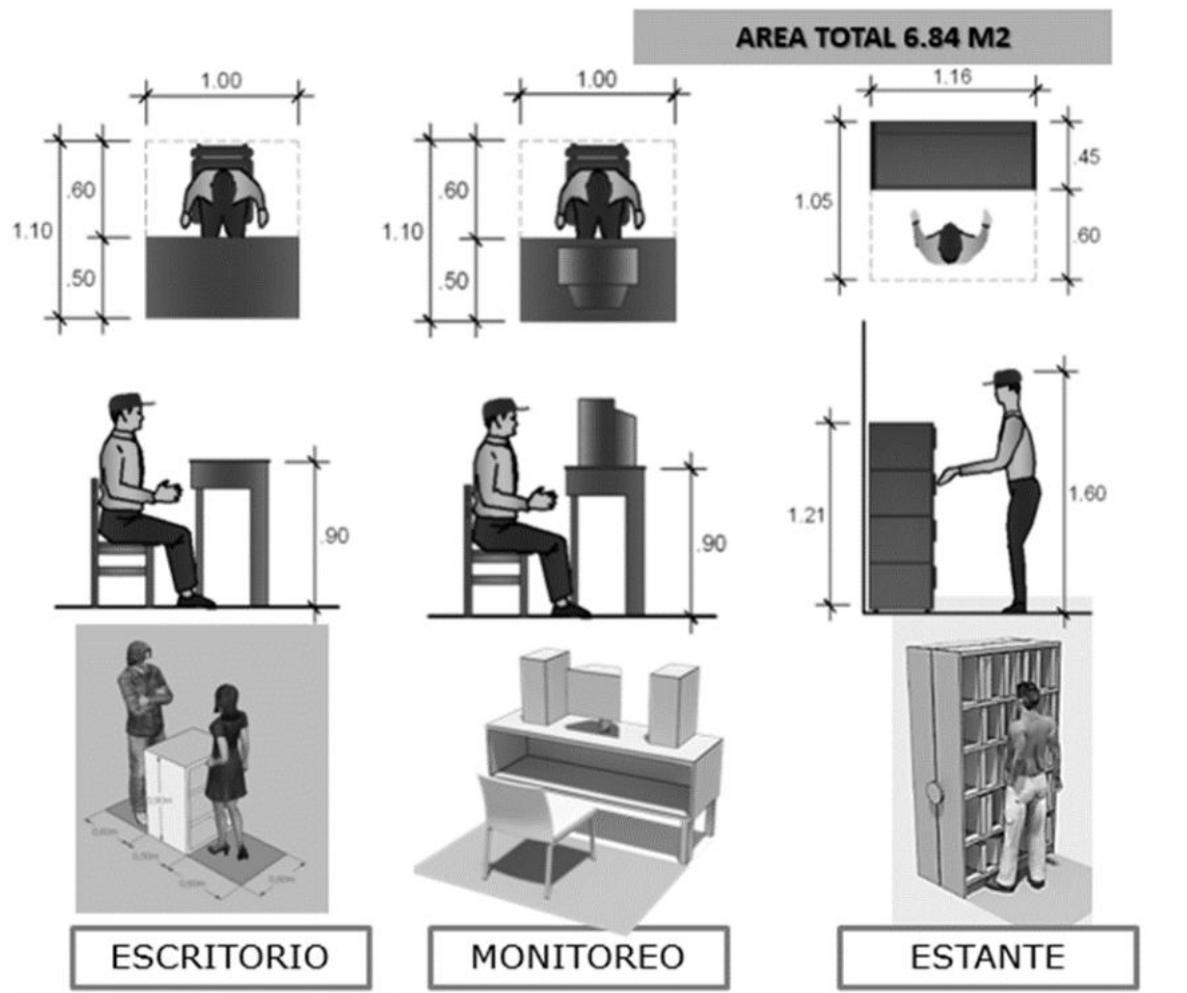


Tabla 28

Mini banco

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Ventanilla	5.00	4	20.00	24.00	5
Bóveda	4.00	1	4.00		

Nota: elaboración propia

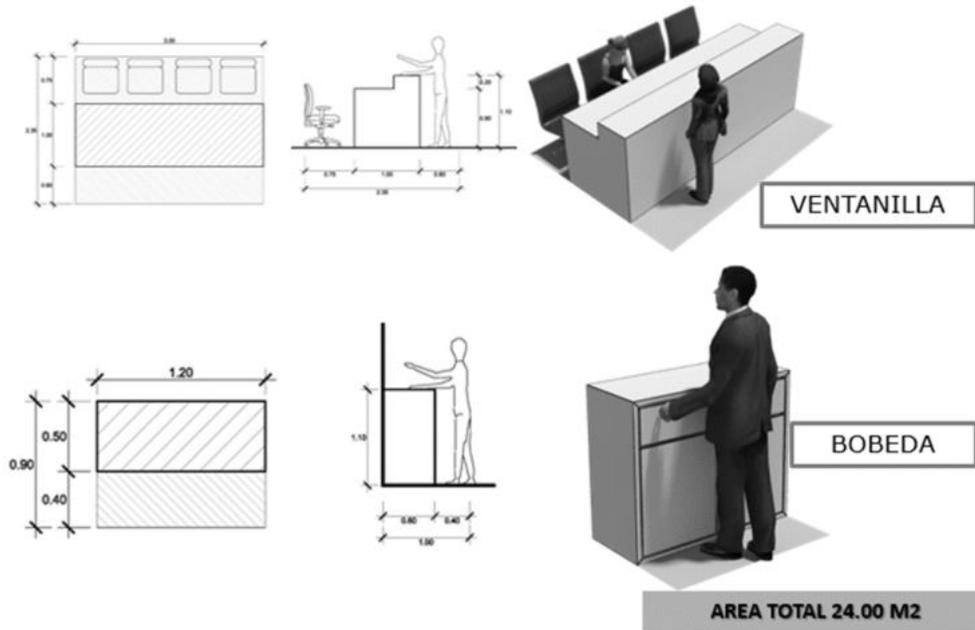


Tabla 29

guardería

Funciones internas	Cantidad	Área m2
Pelota de ejercicio	5	4.65
Pizarra	1	1.84
Estante de libros	1	1.50
Estante kit juegos	2	3.60
Piscina de pelotas	2	2.00
Tapete didáctico	5	5.00
Pupitre para niños	5	4.75
Tacho de basura	2	0.34
Total		23.68

Nota: elaboración propia

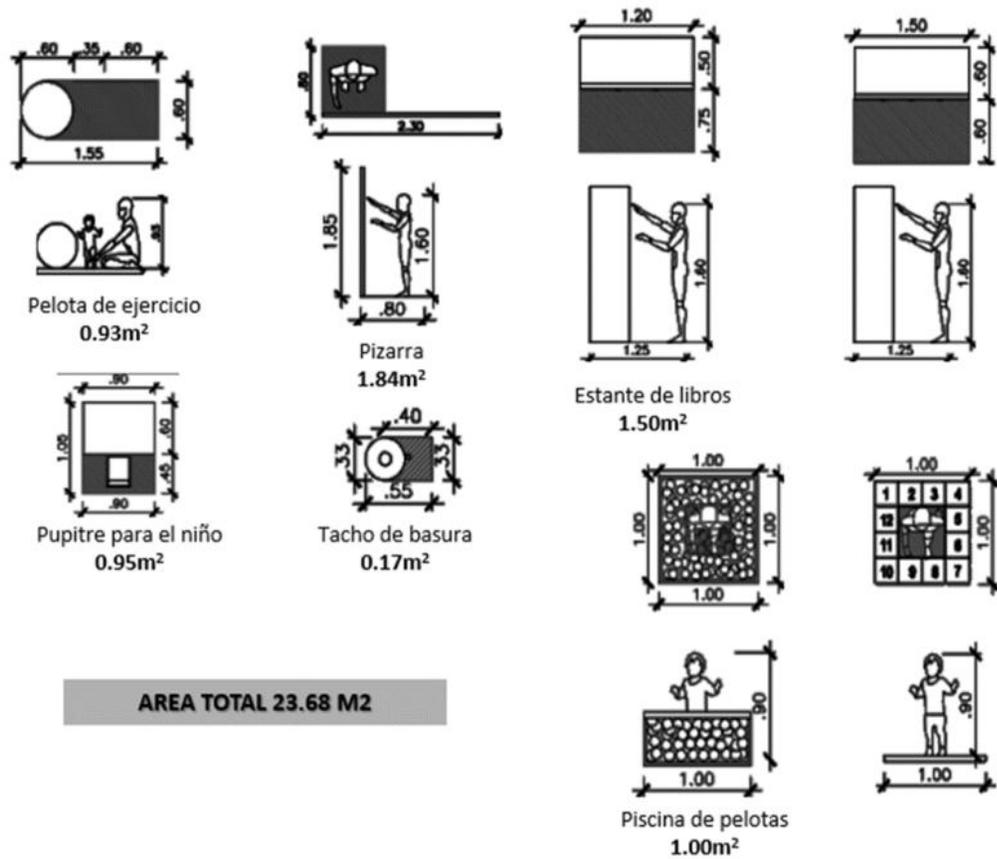


Tabla 30

Tópico

Funciones internas	Cantidad	Área m2
Camilla	3	9.69
Mesa de trabajo	1	0.96
Lavadero	1	0.99
Silla	3	1.53
Estante de medicinas	1	1.65
Tacho de basura	1	0.48
Total		15.30

Nota: elaboración propia

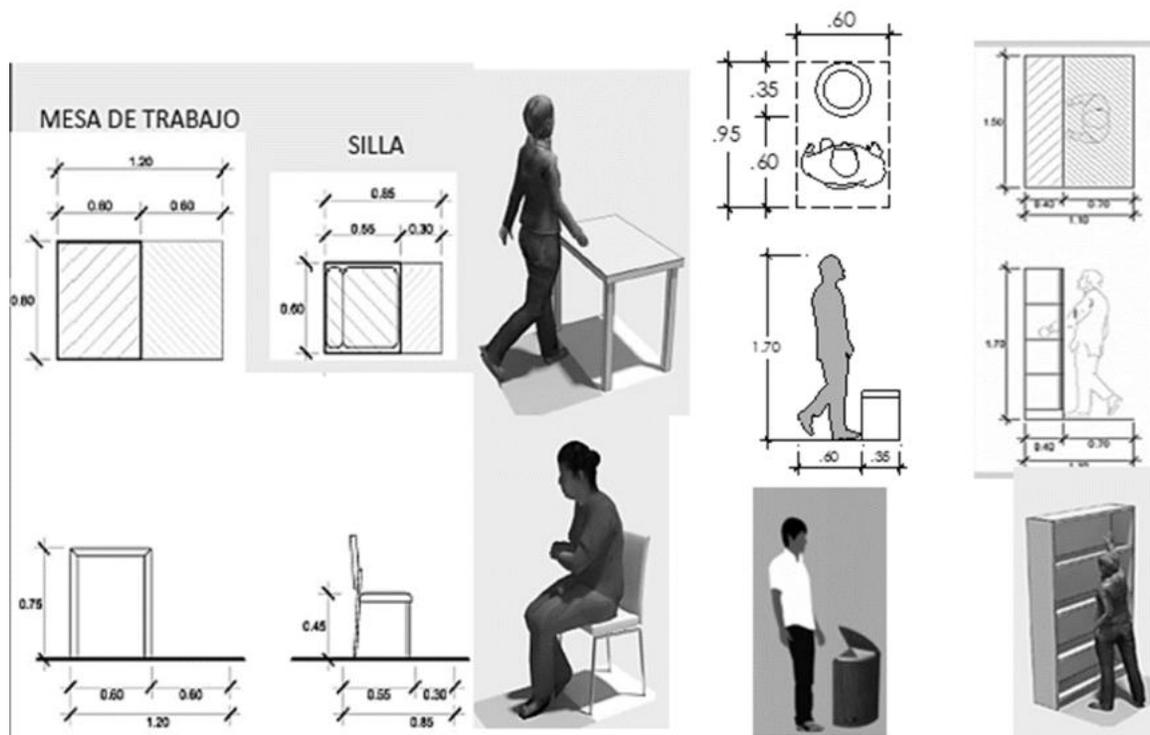
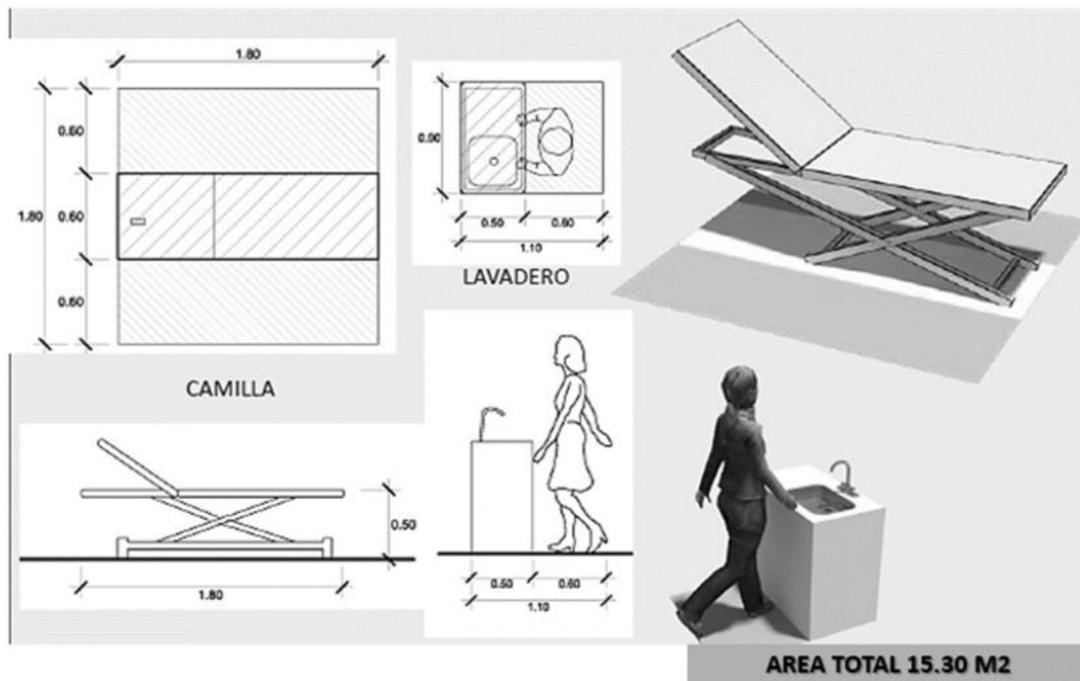
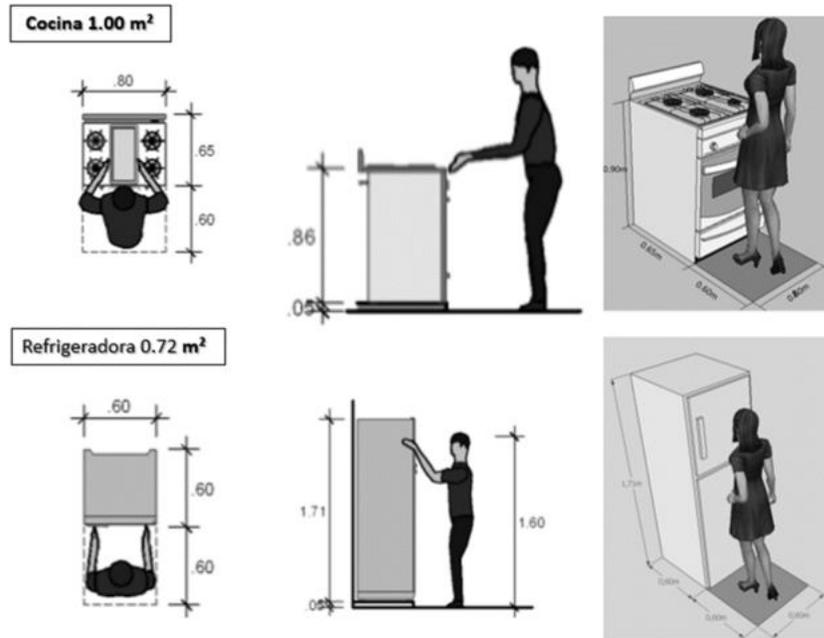


Figura 84

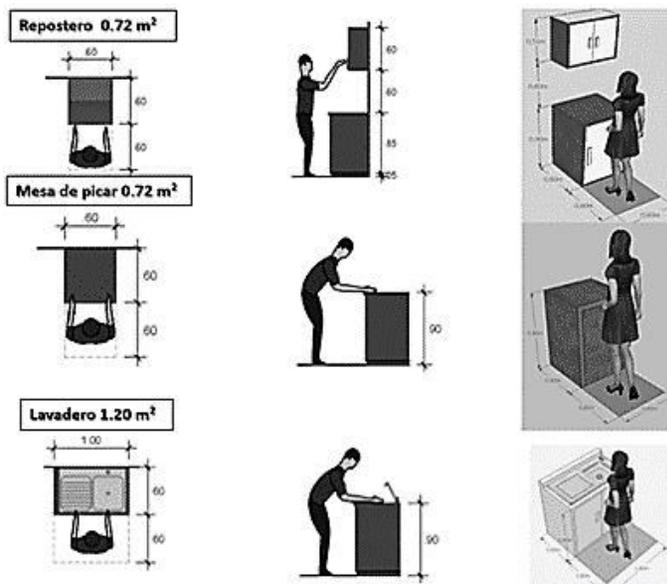
Zona de Comidas: área de preparación



Nota: elaboración propia

Figura 85

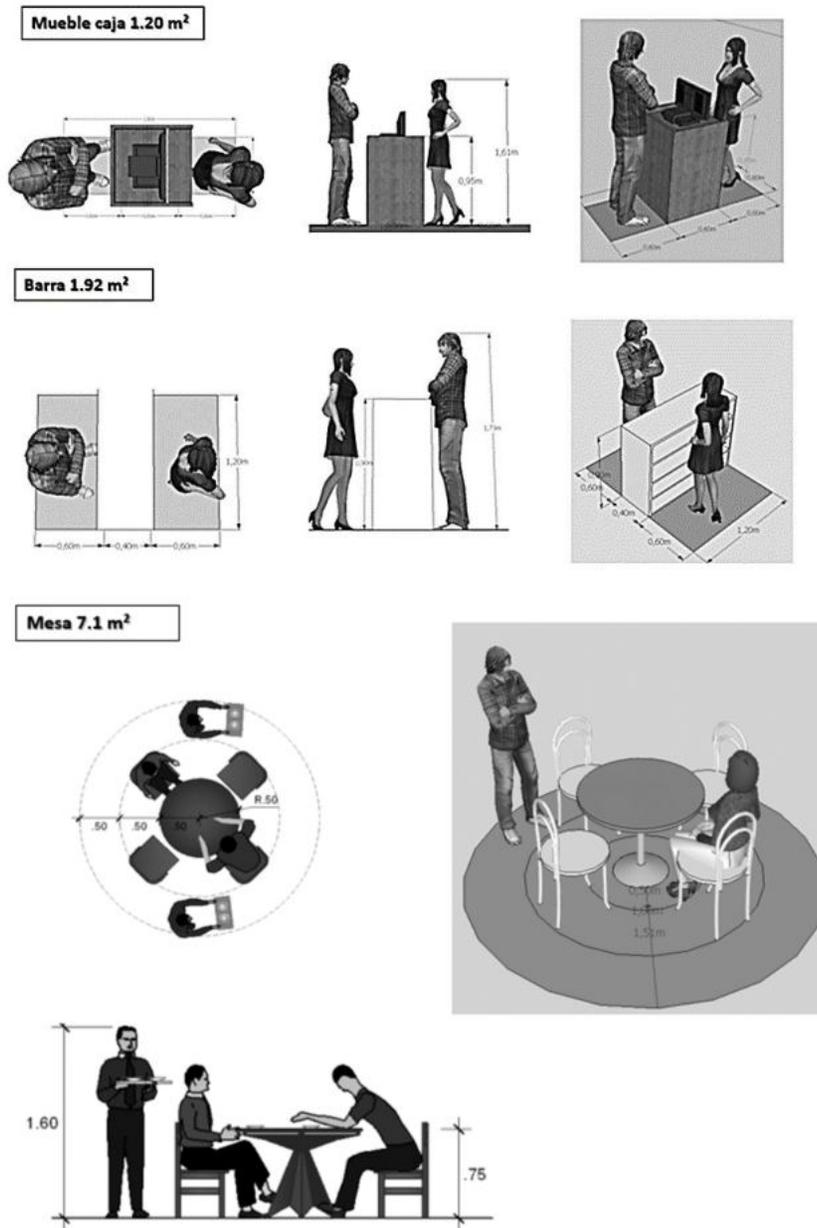
Zona de Comidas: área de preparación



Nota: elaboración propia

Figura 86

Área de atención



Nota: elaboración propia

Zona de Servicios Generales

Según el Reglamento Nacional de Edificaciones se debe considerar espacios para depósito de mercadería cuya área sea mínimo el 25% del área de venta.

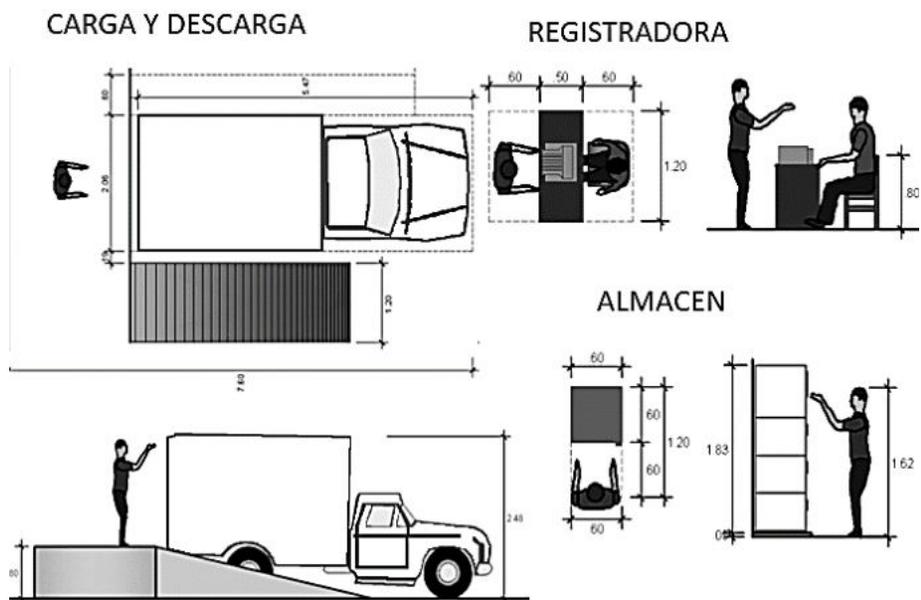
Para Cámaras:

Según el Reglamento Nacional de Edificaciones se debe proveer de cámaras frigorífica para carnes y pescados según lo siguiente: La dimensión de la cámara frigorífica de carnes permitirá un volumen de 0.02m³ por m² de área de venta. La dimensión de la cámara frigorífica de pescados permitirá un volumen de 0.06m³ por m² de área de venta. La dimensión de la cámara fría para productos diversos permitirá un volumen de 0.03m³ por m² de área de venta.

El nuevo mercado alquilará los almacenes y cámaras a los comerciantes que necesiten más espacio para guardar su mercadería. Según encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Santa Isabel, sobre donde guardan la mercadería, la mayoría lo hace en el mismo puesto.

Figura 87

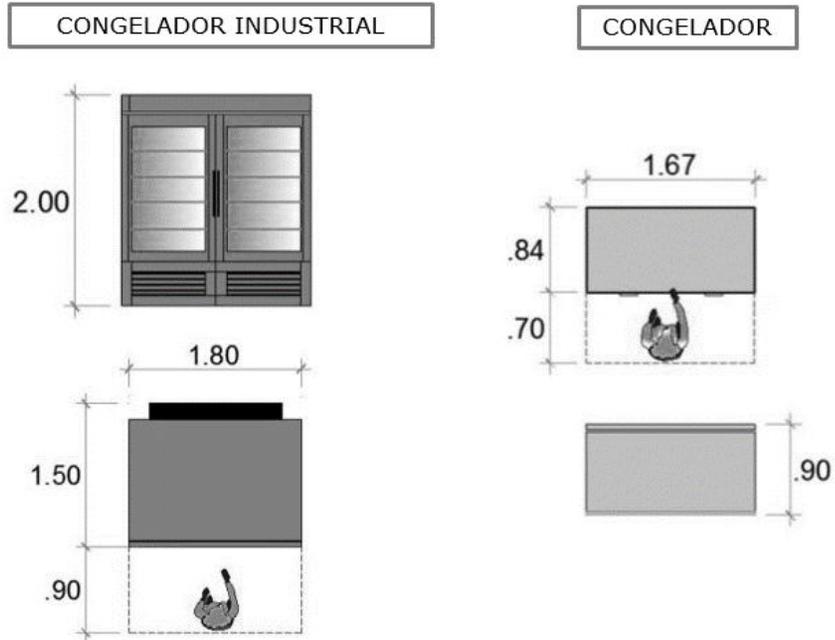
Zona de carga y descarga



Nota: elaboración propia

Figura 88

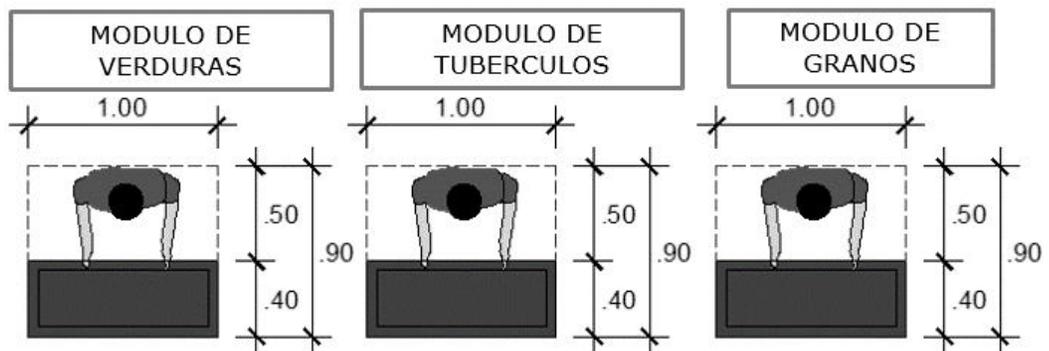
Zona de refrigerantes



Nota: elaboración propia

Figura 89

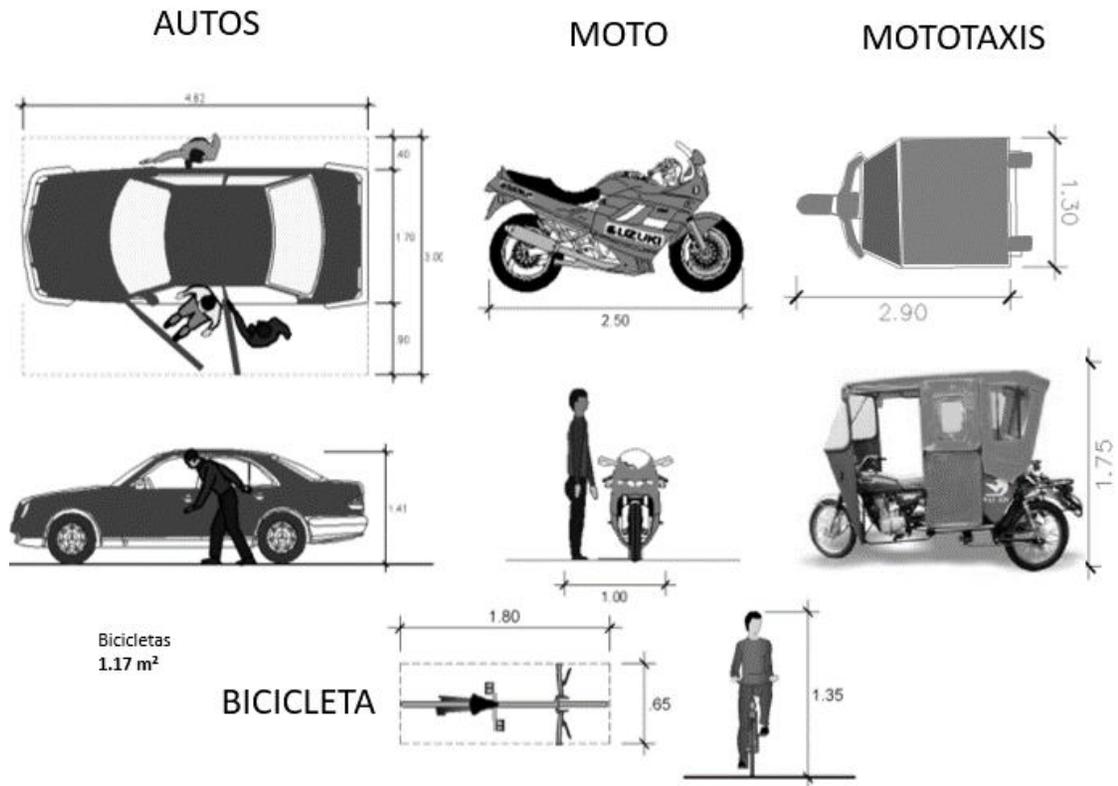
Zona de no refrigerante



Nota: elaboración propia

Figura 90

Zona de estacionamiento público análisis funcional



Nota: elaboración propia

Tabla 31

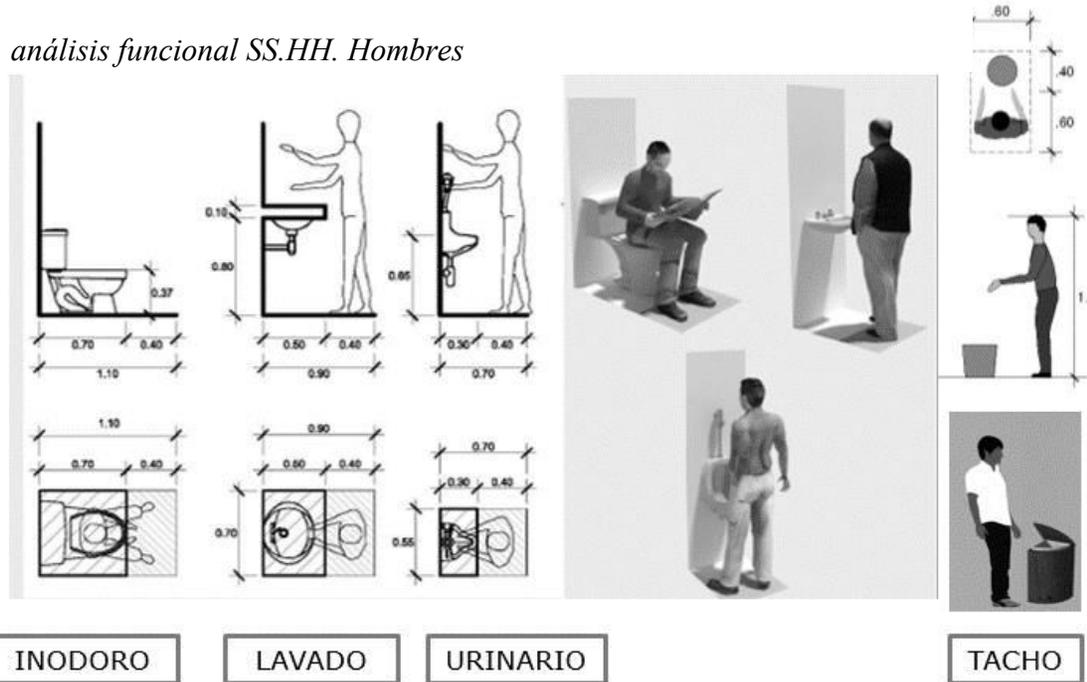
Zona de Servicios Higiénicos

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Inodoro	1.35	1	1.35		
Lavado	0.72	1	0.72		
Urinario	0.72	1	0.72	3.39	3
Tacho	0.60	1	0.60		

Nota: elaboración propia

Figura 91

análisis funcional SS.HH. Hombres



Nota: elaboración propia

Tabla 32

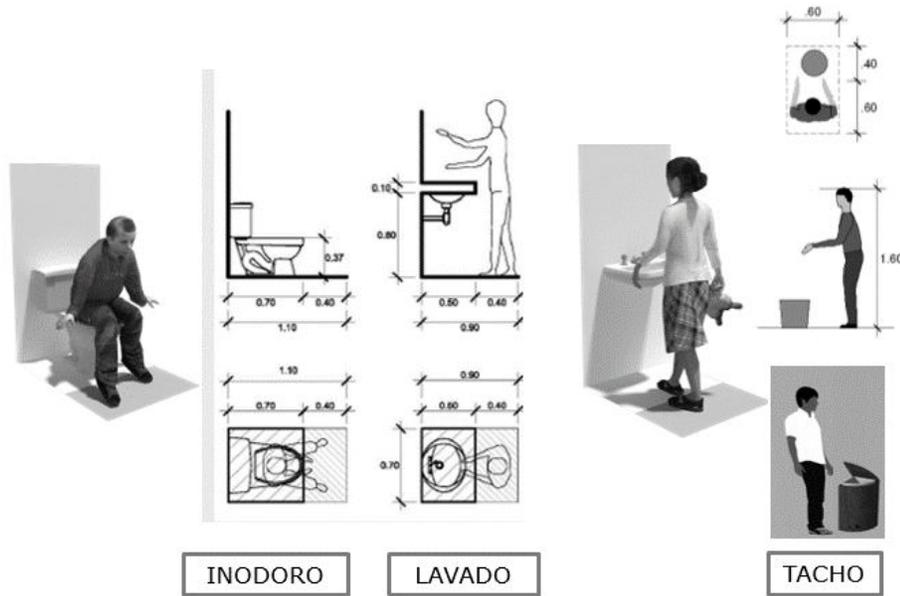
Servicios Higiénicos mujeres

Mobiliario	Área m2	Cantidad	Área Parcial	Área. Total	N. Usuarios
Inodoro	1.35	1	1.35		
Lavado	0.72	1	0.72	2.67	2
Tacho	0.60	1	0.60		

Nota: elaboración propia

Figura 92

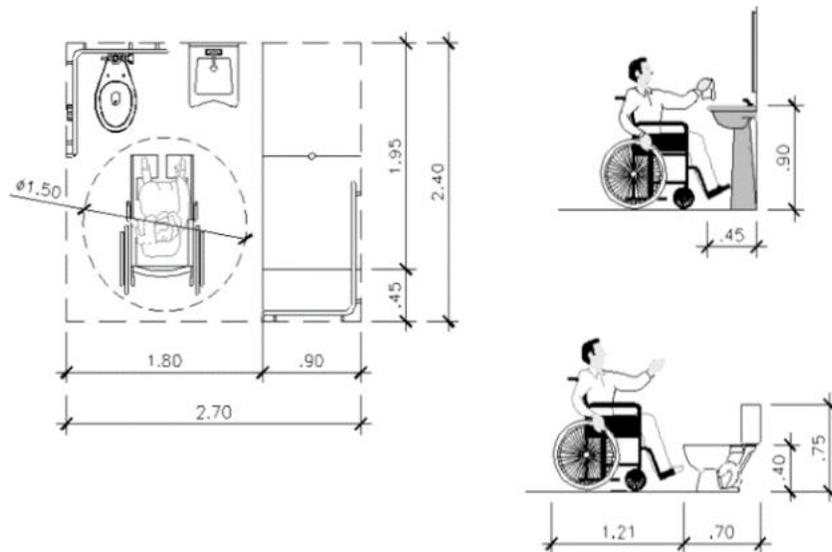
Servicios Higiénicos mujeres



Nota: elaboración propia

Figura 93

Servicio Higiénico discapacitado



Nota: elaboración propia

1.1.57.3. Determinación de las actividades – Nivel Arquitectónico

ZONA	ESPACIOS	UB - ESPACIOS	NECESIDAD	ACTIVIDAD
ADMINISTRATIVA	RECEPCIÓN	INFORMACIÓN Y ESPERA CAJA	INFORMACIÓN DEPÓSITO DE DINERO	ATENDER TRAMITAR, COBRAR Y ESPERAR
	ADMINISTRACIÓN	OFICINA	GESTIÓN Y DIRECCIÓN	DIRIGIR, COORDINAR, DECIDE
	CONTABILIDAD	OFICINA	CONTROL FINANCIERO	LLEVAR CUENTAS
	INSPECCIÓN SANITARIA	OFICINA	EJERCER CONTROL SANITARIO	ARCHIVA INSPECCIONA GUARDA
	SALA DE REUNIONES	SALA	REUNIRSE INFORMAR	INFORMAR COORDINAR
	RECURSOS HUMANOS	OFICINA	INFORMARSE	ASESORÍA
	KITCHENETTE	KITCHENETTE	ALIMENTARSE	PREPARARSE COMER
	SS. HH	SS. HH	FISIOLÓGICA	EVACUACIONES FISIOLÓGICAS

ZONA	ESPACIOS	SUB - ESPACIOS	NECESIDAD	ACTIVIDAD
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	MINI BANCO	VENTANILLA SS. HH EMPLEADOS BODEGA	RETIRO Y DEPÓSITO DE DINERO	DEPOSITAR DINERO NECESIDADES FISIOLÓGICAS SEGURIDAD
	GUARDERÍA	ÁREA DE LACTANTES ÁREA DE JUEGOS SALA DE DESCANSO SS. HH NIÑOS UTILERÍA Y ASEO ESTANTES RECEPCIÓN DE NIÑOS	BRINDAR UN ESPACIO PARA EL CUIDADO DE NIÑOS	CUIDAR NIÑOS JUGAR NECESIDADES FISIOLÓGICAS LIMPIAR EL ÁREA GUARDAR DECEPCIONAR

	TÓPICO	ENFERMERÍA CONSULTORIO ESPERA SS. HH	DAR CONSULTA	TOMAR DATOS DEL PACIENTE PASAR CONSULTA ESPERAR Y INFORMARSE NECESIDADES FISIOLÓGICAS
	ZONA DE USOS MÚLTIPLES	CULTURAL VENTAS TEMPORALES	CONCIERTOS PRESENTACION ES VENDER EN EXTERIOR	ACTIVIDADES CULTURARES
	RECREACIÓ N	ÁREA RECREATIVA	RECREARSE	ESPARCIMIENTO, PASEAR

ZONA	ESPACIOS	SUB - ESPACIOS	NECESIDAD	ACTIVIDAD
VENTAS	HÚMEDOS	CARNES Y DERIVADOS PESCADOS Y MARISCOS COMEDORES RESTAURANTE JUGUERIA LICORERÍA SS. HH	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS	VENDER, EXHIBIR, COMPRAR PREPARAR, LAVAR, COCINAR COMER PREPARAR, LAVAR, COCINAR VENDER, LAVAR, PREPARAR, ALMACENAR VENDER, EXHIBIR ALMACENAR NECESIDADES FISIOLÓGICAS
	SEMI HÚMEDOS	FRUTAS Y VERDURAS LÁCTEOS Y HUEVOS		LAVAR, VENDER, SELECCIONAR Y EXHIBIR PREPARAR, ALMACENAR
	BAZAR	FLORES BOTICA JUGUETES PIÑATERÍA LIBRERÍA PETSHOOP ARTESANÍA		LIMPIAR, CORTAR, EXHIBIR VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR

				VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR
	SECOS	PANADERÍA Y PASTELERÍA ROPA Y ZAPATOS COSMÉTICOS HOJALATA PRODUCTOS PLÁSTICOS MEDICINA POPULAR ESPECIES ABARROTES VARIOS		VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR VENDER, COMPRAR, EXHIBIR, ALMACENAR

ZONA	ESPACIOS	SUB - ESPACIOS	NECESIDAD	ACTIVIDAD
SERVICIOS GENERALES	CONTROL Y SEGURIDAD	PUESTO DE VIGILANCIA MONITOREO	BRINDAR SEGURIDAD	ORDEN CONTROL Y VIGILANCIA
	LAVADO Y PREPARADO	LAVADO Y PREPARACIÓN DE COMESTIBLES	LAVAR Y LIMPIAR	LAVADO Y SALIDA DE PRODUCTO
	ZONA ACOPIO (BASURA)	CONTENEDORES	RECOLECCIÓN CLASIFICACIÓN Y ALMACENAJE DE BASURA	DEPOSITAR BASURA
	SERVICIOS SANITARIOS	SS.HH. VARONES SS.HH. MUJERES	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	NECESIDADES FISIOLÓGICA, ASEO PERSONAL
	CARGA Y DESCARGA	CARGA Y DESCARGA	CARGA Y DESCARGA DE PRODUCTOS	CARGAR, DESCARGAR ENTREGAR EL PRODUCTO
	ESTACIONAMIENTO	ESTAC. PUBLICO ESTAC. PRIVADO	ESTACIONAMIENTO DE VEHÍCULOS	ACCESO, PARQUEAR Y MANIOBRAR
	TANQUE DE AGUA	TANQUE DE AGUA	ABASTECER ENERGÍA ELÉCTRICA	DISTRIBUCIÓN DE AGUA

	SUB - ESTACIÓN	SUB- ESTACIÓN	ALMACENAR PRODUCTOS	DISTRIBUIR ENERGÍA ELÉCTRICA
	ALMACENES	ALMACENES	SERV. DE LIMPIEZA	GUARDAR Y SELECCIONAR PRODUCTO
	MANTENIMIENTO	CUARTO DE MAQUINA ASEO Y LIMPIEZA	GUARDAR ASEO Y REPARACIÓN	ASEO Y MANTENIMIENTO FÍSICO

ZONA	ESPACIOS	SUB - ESPACIOS	NECESIDAD	ACTIVIDAD
TALLERES	RECICLADO	RECICLADO	RECOLECTAR Y CLASIFICAR PARA VENTA	ORDENAR, ALMACENAR Y VENDER
	REPARACIONES	COSTURA RENOVADORA DE CALZADO EQUIPOS ELECTRODOMÉSTICOS	ARREGLAR PRENDAS ARREGLAR ZAPATOS ARREGLAR EQUIPOS ELECTRÓNICOS	REPARAR EXHIBIR Y VENTA REPARAR EXHIBIR Y VENTA REPARAR EXHIBIR Y VENTA

ZONA	ESPACIOS	SUB - ESPACIOS	NECESIDAD	ACTIVIDAD
COMIDA	PATIO DE COMIDAS	RESTAURANTE	PREPARACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	PREPARAR, LAVAR, COCINAR, VENDER, GUARDAR EXHIBIR
		CAFETERÍA		PREPARAR, LAVAR, COCINAR, VENDER, GUARDAR EXHIBIR
		JUGERIA		PREPARAR, LAVAR, COCINAR, VENDER, GUARDAR EXHIBIR

ZONA	ESPACIOS	SUB - ESPACIOS	NECESIDAD	ACTIVIDAD
APORTE	PRODUCCIÓN Y VENTA ORGANICA	RECICLADO	RECICLAR, SEMBRAR Y VENDER	RECOLECCIÓN Y DESECHAR
		MESAS DE CULTIVO, HIDROPONICO Y COMPOST		CULTIVAR, PREPARAR, SEMBRAR, RECOLECTAR, ALMACENAR
		VENTA DE PRODUCTOS		EXHIVIR Y VENDER

ZONA	ESPACIOS	SUB - ESPACIOS	MOBILIARIO Y EQUIPOS	ÁREA EN M2	CANTIDAD	A X C	USUARIOS	ÁREA TOTAL
ZONA ADMINISTRATIVA	RECEPCIÓN	INFORMACIÓN Y ESPERA	COUNTER	17.3	1	17.3	6	93.68
		CAJA	SILLA					
			CAJA					
	ADMINISTRACIÓN	OFICINA	ESCRITORIO	10.44	1	10.44	3	
			SILLA					
			ARCHIVO					
	CONTABILIDAD	OFICINA	ESCRITORIO	11.64	1	11.64	3	
			SILLA					
			ARCHIVO					
	INSPECCIÓN SANITARIA	OFICINA	ESCRITORIO	10.44	1	10.44	2	
			SILLA					
			ARCHIVO					
	SALA DE REUNIONES	SALA	MERA DE REUNIONES	21.48	1	21.48	12	
			SILLAS					
			PROYECTOR					
RECURSOS HUMANOS	OFICINA	ESCRITORIO	11.64	1	11.64	3		
		SILLA						
		ARCHIVO						
KITCHENETTE	KITCHENETTE	ESTANTE	4.68	1	4.68	4		
		MUEBLE INFERIOR						
SS.HH	SS. HH.	INODORO	6.06	1	6.06	5		
		LAVADERO						
		URINARIO						

ZONA COMERCIAL	ZONA HÚMEDA	PUESTO	CORTE	1.44	1	8.97	4	4170
			BALANZAS	1.44	1		4	
			LAVADERO	1.65	1		4	
			FRIGORÍFICO	1.68	1		4	
			CONSERVADOR EXHIBICIÓN	2.1	1		4	
			TACHO	0.66	1		4	
			EXHIBICIÓN	1.54	1		1.54	
	ESTANTE	1.87	1	1.87				
	EXHIBICIÓN GRANDE	1.44	1	1.44				
	BALANZA	0.72	1	0.72				
	TACHO	0.66	1	0.66				
	ESTANTE	1.53	1	1.53	3			
	EXHIBICIÓN I	1.44	1	1.44				
	BALANZA	0.74	1	0.74				
	TACHO	0.66	1	0.66				

PATIO DE COMIDA	PATIO DE COMIDAS	PUESTO DE COMIDA	COCINA	1	1	1.00	5	10.84
			REFRIGERADOR	0.72	2	1.44		
			REPOSTERO	0.72	2	1.44		
			MESA DE PICAR	0.72	2	1.44		
			LAVADERO	1.2	2	2.40		
			MUEBLE DE CAJA	1.2	1	1.20		
			BARRA MOSTRADOR	1.92	1	1.92		
			COCINA	1	1	1.00		
		REFRIGERADOR	0.72	2	1.44			
		REPOSTERO	0.72	2	1.44			
		MESA DE PICAR	0.72	2	1.44			
		LAVADERO	1.2	2	2.40			

			MUEBLE DE CAJA	1.2	1	1.20	3	10.84
			BARRA MOSTRADOR	1.92	1	1.92		
		PUESTO DE JUGARÍA	COCINA	1	1	1.00		
			REFRIGERADOR	0.72	2	1.44		
			REPOSTERO	0.72	2	1.44		
			MESA DE PICAR	0.72	2	1.44		
			LAVADERO	1.2	2	2.40		
			MUEBLE DE CAJA	1.2	1	1.20		
			BARRA MOSTRADOR	1.92	1	1.92		
			ZONA DE MESAS	MESAS	7.1	1		
						15		

ZONA SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CONTROL Y SEGURIDAD	PUESTO DE VIGILANCIA	CASETA DE VIGILANCIA	15	1	15	6	93.97
		MONITOREO	MESA DE MONITOREO					
		SS.HH						
	MINI BANCO	VENTANILLA	COUNTER, SILLA	12.75	1	12.75	4	
		SS.HH EMPLEADOS	LAV. INOD.					
		BODEGA	ESTANTE					
	GUARDERÍA	AREA DE LACTANTES	CUNAS	40.92	1	40.92	10	
		AREA DE JUEGOS	JUEGOS					
		SALA DE DESCANSO	SILLÓN					
		SS.HH NIÑOS	LAV., INOD. DUCHA					
		UTILERÍA Y ASEO	PLANCHADOR					
		ESTANTES	ESTANTES					
	RECEPCIÓN DE NIÑOS	SILLAS ESTANTE						
	TÓPICO	ENFERMERÍA	CAMILLA	15.3	1	15.3	6	

		CONSULTORIO ESPERA SS.HH	MESA DE TRABAJO SILLA LAVADERO ESTANTES, TACHO DE BASURA					
	ZONA DE USOS MÚLTIPLES	CULTURAL VENTAS TEMPORALES	SILLAS , ESCENOGRAFÍA, MÓDULOS TEMPORALES	10	1	VARIABLE	VARIABLE	

ZONA SERVICIOS GENERALES	CONTROL Y SEGURIDAD	PUESTO DE VIGILANCIA		4	1	4	3	249.5
		MONITOREO		3	2	6	2	
	LAVADO Y PREPARADO	LAVADO		2	2	4		
		PREPARACIÓN DE COMESTIBLES		4	1	4	2	
	ZONA ACOPIO (BASURA)	CONTENEDORES		4	1	4	2	
	SERVICIOS SANITARIOS	SS.HH. VARONES		35	2	70	2	
		SS.HH. MUJERES		35	2	70	4	
	CARGA Y DESCARGA	CARGA Y DESCARGA		30.47	1	30.47	3	
	ESTACIONAMIENTO	ESTAC. PUBLICO		5	30	150	30	
		ESTAC. PRIVADO		5	20	100	20	
	TANQUE DE AGUA	TANQUE DE AGUA		4	2	8	2	
	SUB - ESTACIÓN	SUB- ESTACIÓN		6	1	6	2	
	ALMACENES	ALMACENES		104	3	312	6	
	MANTENIMIENTO	CUARTO DE MAQUINA		4	1	4	2	
ASEO Y LIMPIEZA			4	2	8	4		

APORTE	PRODUCCIÓN Y VENTA ORGÁNICA	RECICLADO		6	1	6	4	896
		MESAS DE CULTIVO, HIDROPÓNICO Y COMPOST		140	20	2800	4	
		VENTA DE PRODUCTOS		750	30	22500	10	

Cuadro de área techada y área libre	
Área de terreno	5278.00
Área Libre 8%	422.24

1.1.57.4. Cuadro Resumen de Ambientes Requeridos

1.1.58. Programación Cualitativa

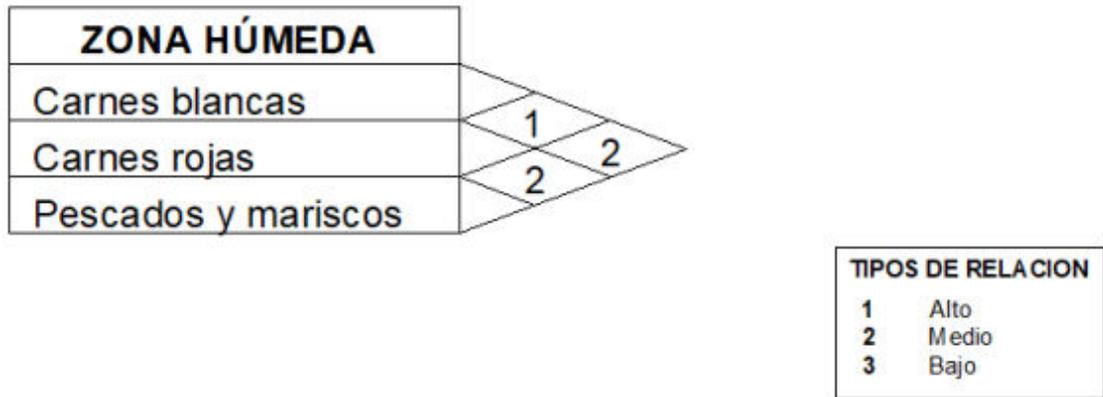
1.1.58.1. Diagrama de correlaciones (esquemas)

Criterios funcionales

Matriz Espacio Funcional (MEF) por zonas

Figura 94

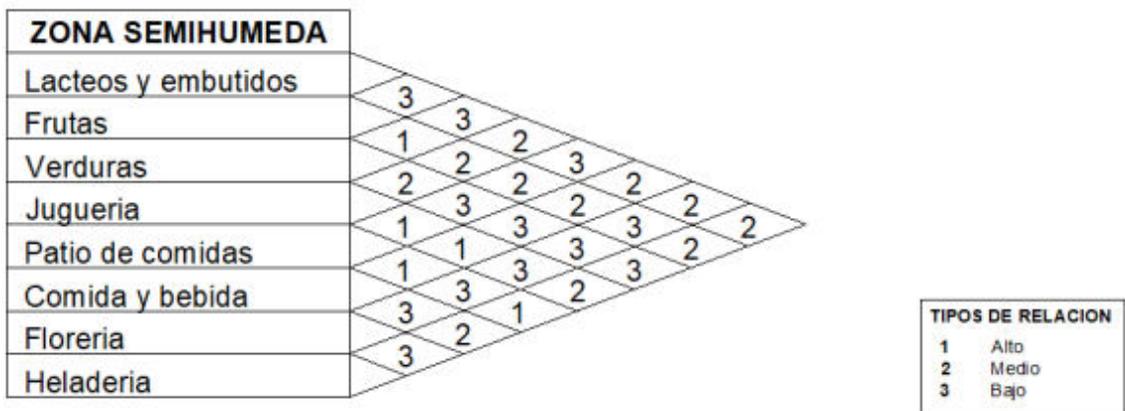
matriz de relaciones de zona húmeda



Nota: elaboración propia

Figura 95

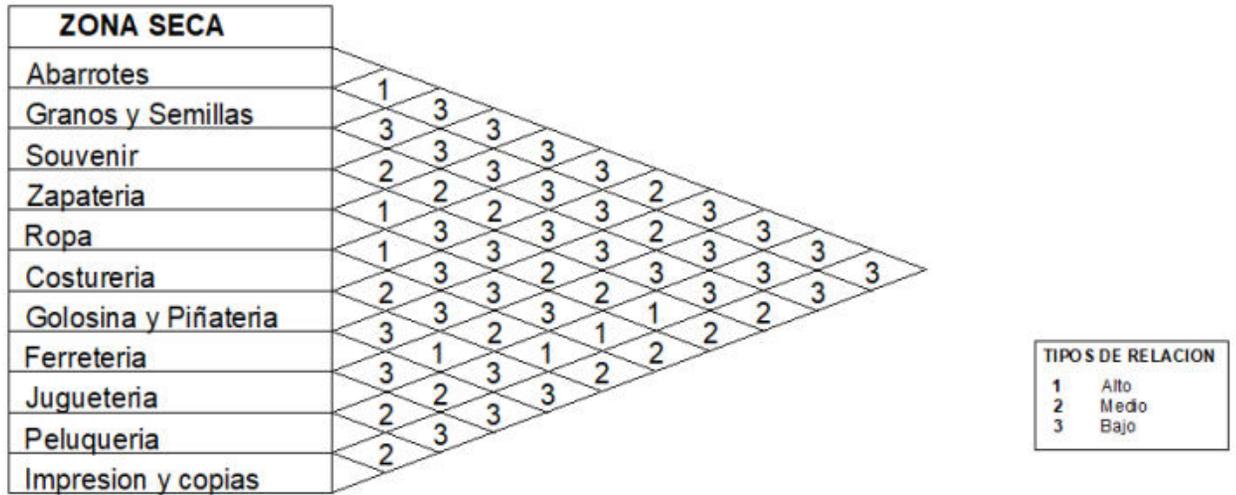
matriz de relaciones de zona semihúmeda



Nota: elaboración propia

Figura 96

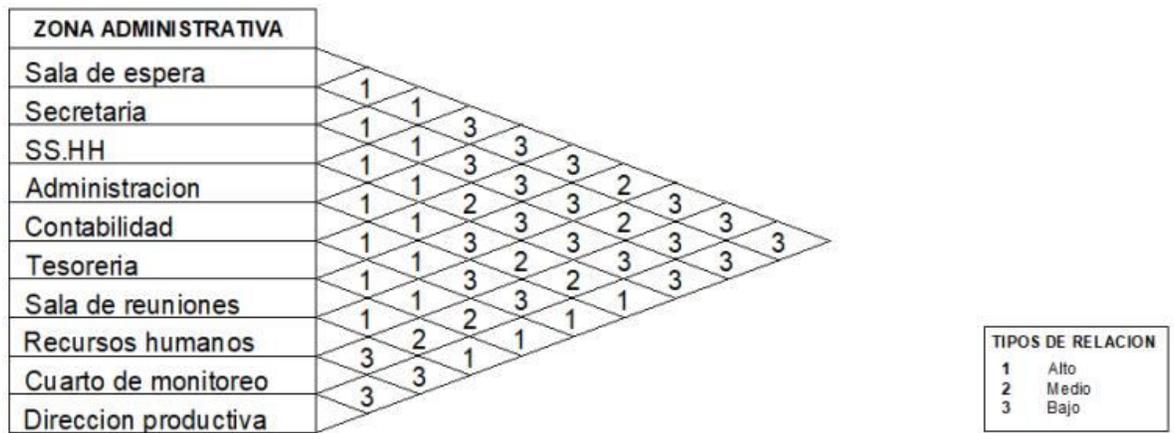
matriz de relaciones de zona seca



Nota: elaboración propia

Figura 97

matriz de relaciones de zona administrativa



Nota: elaboración propia

Figura 98

matriz de relaciones de zona de servicios

ZONA SERVICIOS	
Cuarto de limpieza	2
Cuarto de basura	1 2 3
Patio de servicios	2 2 2 3 2
Depósitos de jabas	1 2 3 3 2 2
Depósitos	2 2 3 2 2 3
Estar de servicios	1 2 2 3 2
Laboratorio bromatológico	2 2 2 3 2
Vestidores	2 2 2 3 2

TIPOS DE RELACION	
1	Alto
2	Medio
3	Bajo

Nota: elaboración propia

Figura 99

matriz de relaciones de zona de carga y descarga

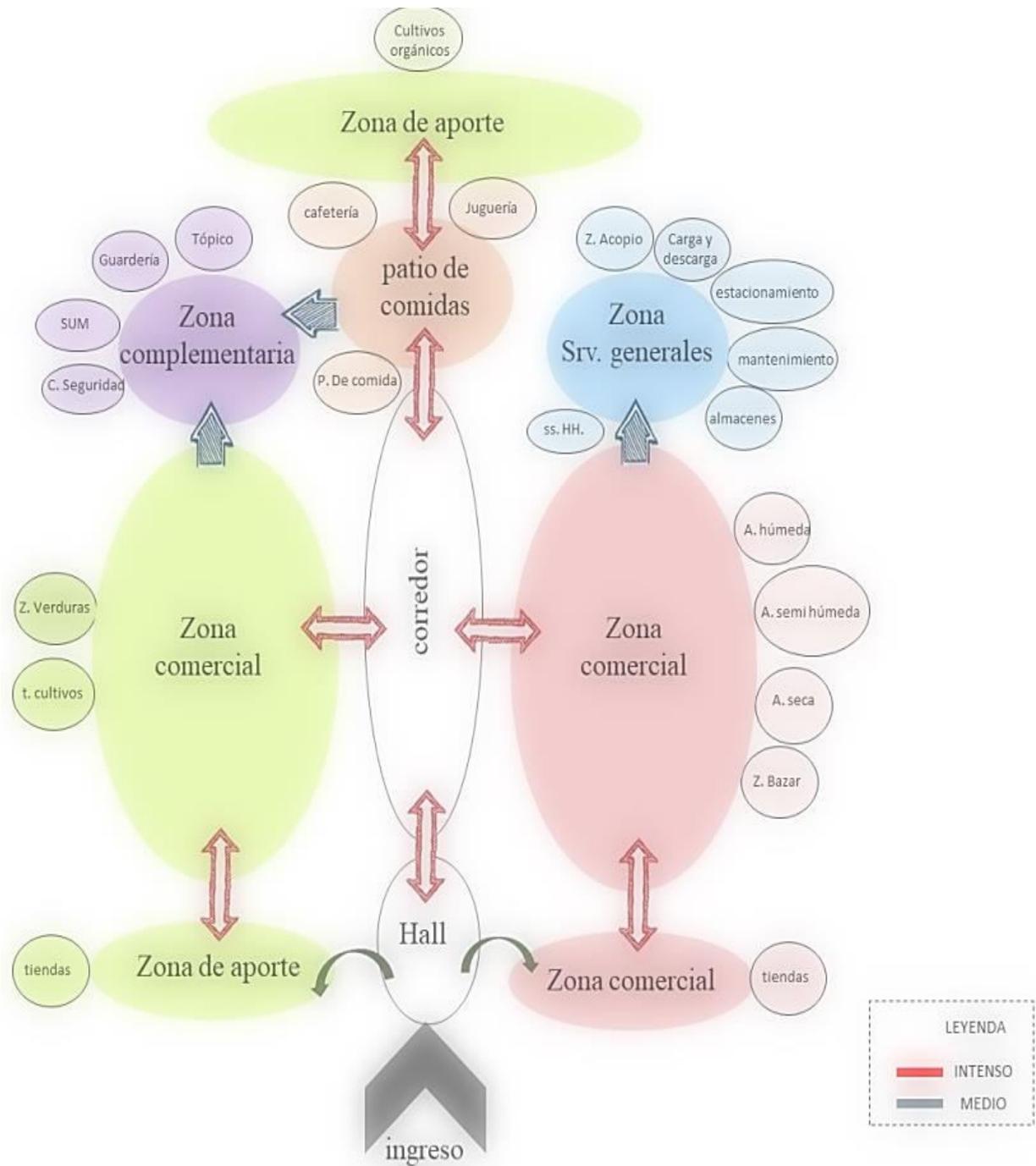
ZONA DE CARGA Y DESCARGA	
Patio de maniobras	1
Anden de carga y descarga	1 2 3
Control de productos	1 2 2 3 3
Antecamara	1 3 3 3
Cámaras frigoríficas	1 2 3 3
Almacenes	1 2 3 3

TIPOS DE RELACION	
1	Alto
2	Medio
3	Bajo

Nota: elaboración propia

Figura 100

diagrama de relaciones

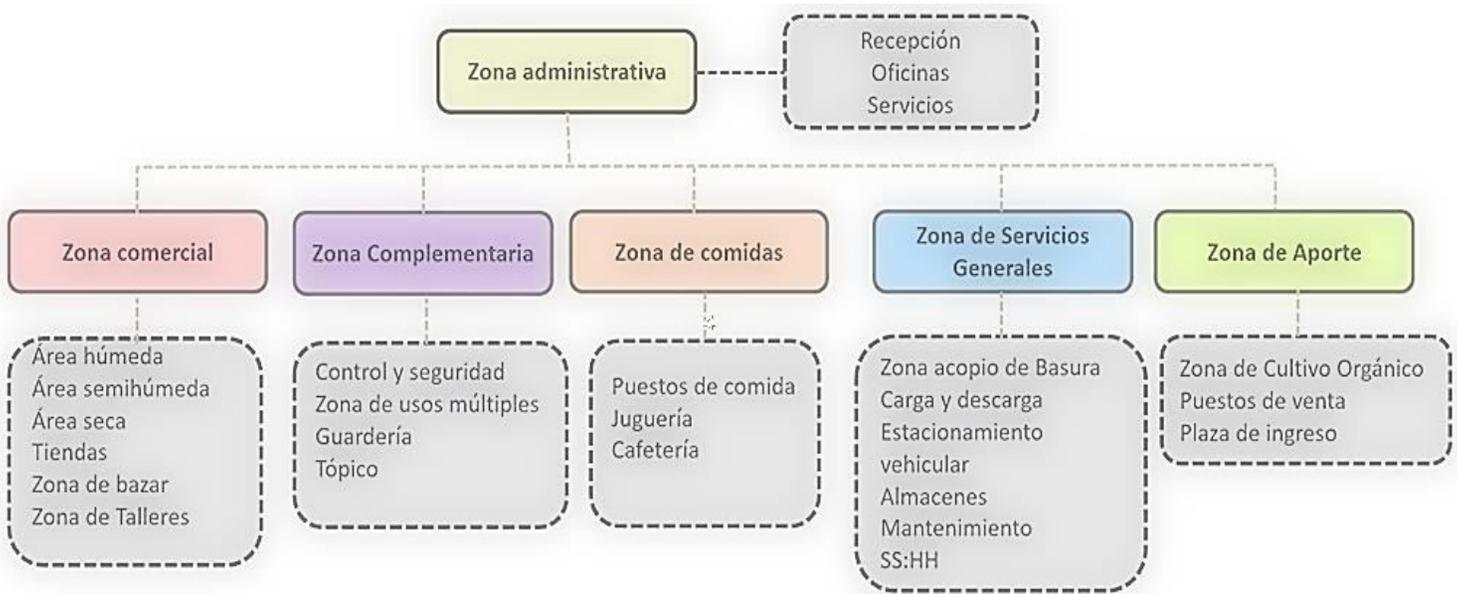


Nota: elaboración propia

1.1.58.2. Organigrama funcional (esquemas)

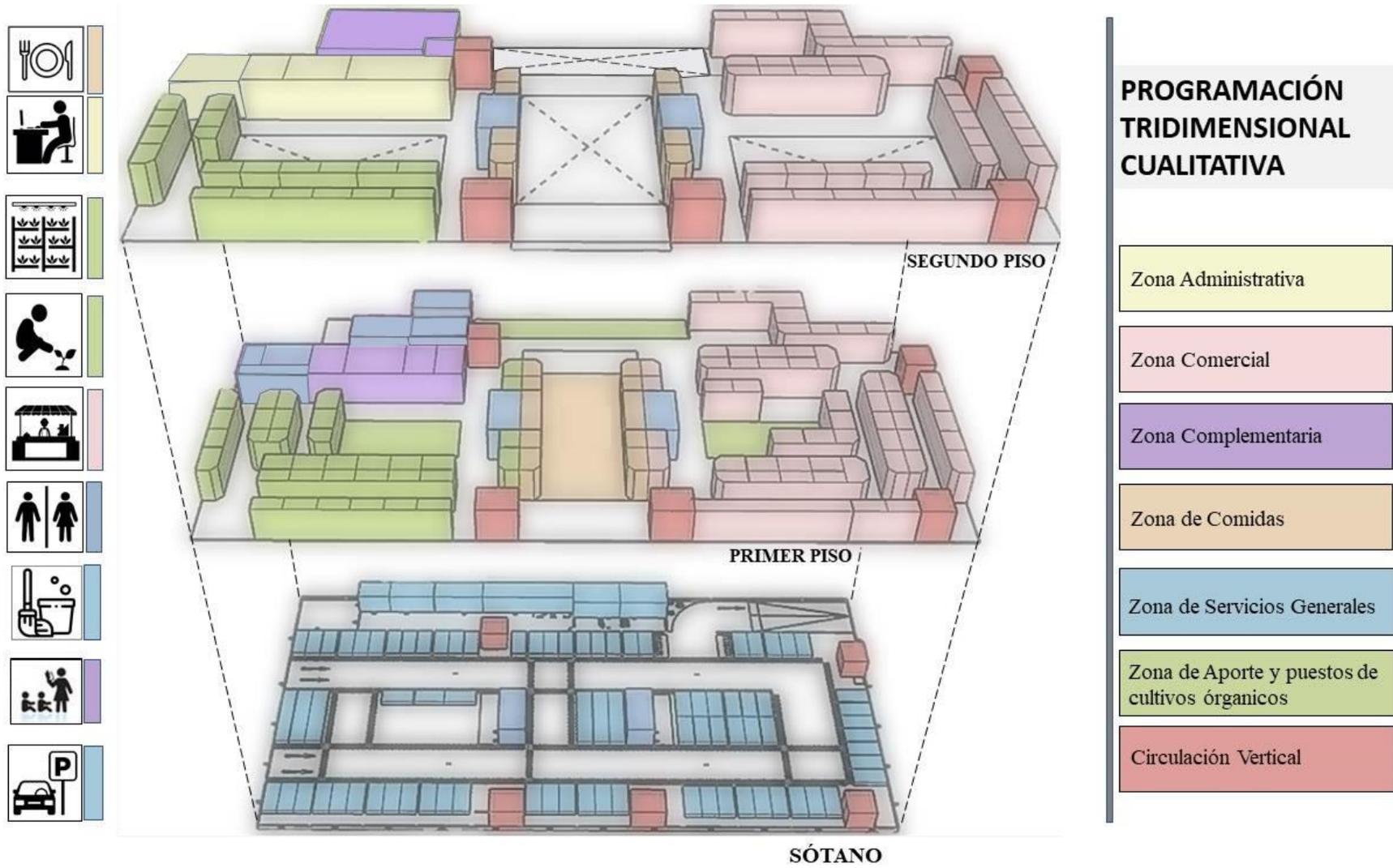
Figura 101

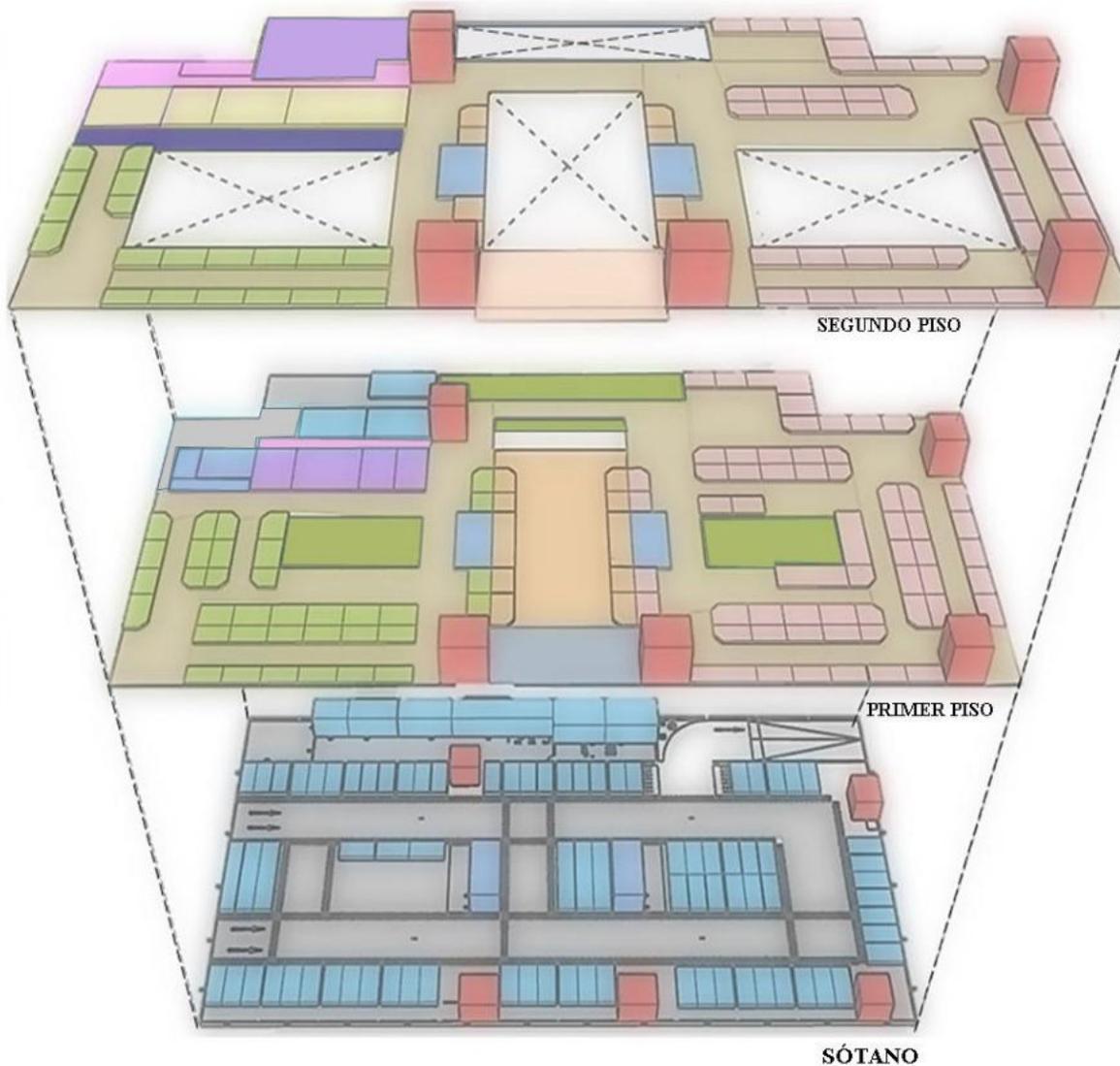
organigrama funcional



Nota: elaboración propia

1.1.58.3. Cuadros finales de programación tridimensional (cuantitativa y cualitativa)





PROGRAMACIÓN TRIDIMENSIONAL CUANTITATIVA

Zona Administrativa Área total = 204.73 m ²
Circulación Zona Administrativa Área total = 108.19 m ²
Zona Comercial Área total = 971.13 m ²
Circulación Zona Comercial Área total = 1674.27 m ²
Zona Complementaria Área total = 301.90 m ²
Circulación Zona Complementaria Área total = 139.47 m ²
Zona de Comidas puestos Área total = 189.72 m ²
Circulación Zona de Comidas Área total = 432.29 m ²
Zona de Servicios Generales Área total = 1836.97 m ²
Circulación de Servicios Generales Área total = 2683.11 m ²
Zona de Aporte puestos Área total = 488.47 m ²
Circulación Zona Aporte Área total = 1063.61 m ²
Zona de Cultivos Área total = 371.47 m ²
Circulación Hall de Ingreso Área total = 123.32 m ²

Premisas de diseño de Proyecto urbano (conjunto)

1.1.59. Premisas lugar-contexto-propuesta urbana

1.1.59.1. Ubicación

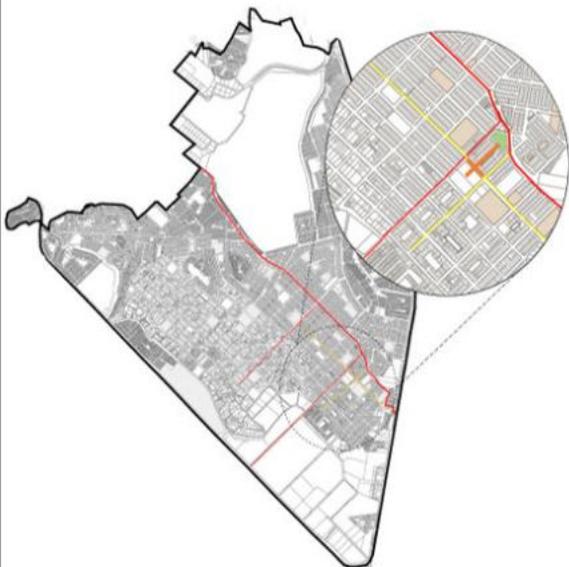
Es vital hacer una elección adecuada del terreno por lo cual se tomó en cuenta muchos aspectos para la ubicación del equipamiento planteado dado que es de carácter comercio vecinal

El proyecto está conformado de la siguiente manera:

Contará con el acceso principal que estará ubicado en la av. José Olaya que será netamente peatonal integrando espacios alamedas y proyecto dándole mayor Jerarquía al ingreso.

Figura 102

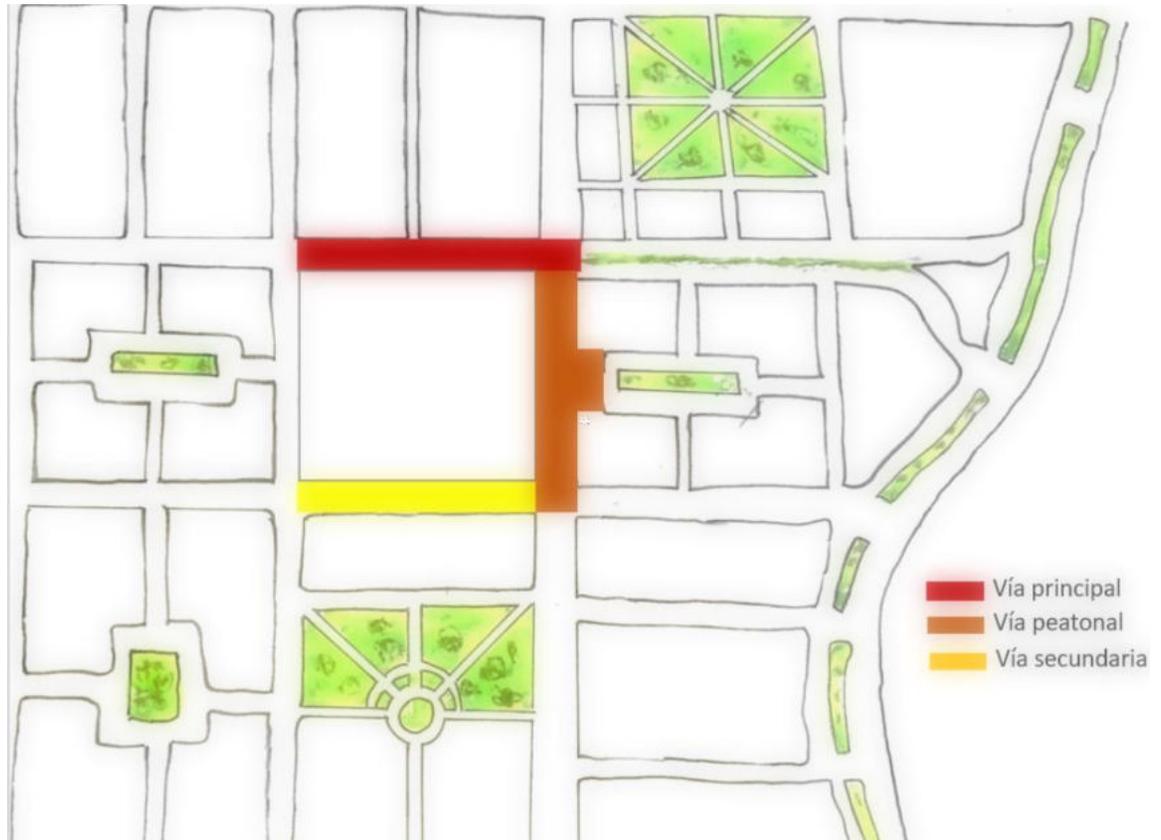
propuesta urbana

ANALISIS	CONCLUSIONES
Alamedas discontinuas sin recorridos	integrar alamedas darles continuidad para priorizar al peatón sobre los vehículos
	PROBLEMAS alamedas existentes sin cuidado y e tramos cortos
	RECOMENDACIONES se propone darle una continuidad a las alamedas existentes generando actividades
	PREMISAS proponer e incorporar que la alameda se integre al proyecto y tenga un recorrido peatonal

Nota: elaboración propia

Figura 103

propuesta vial de entorno



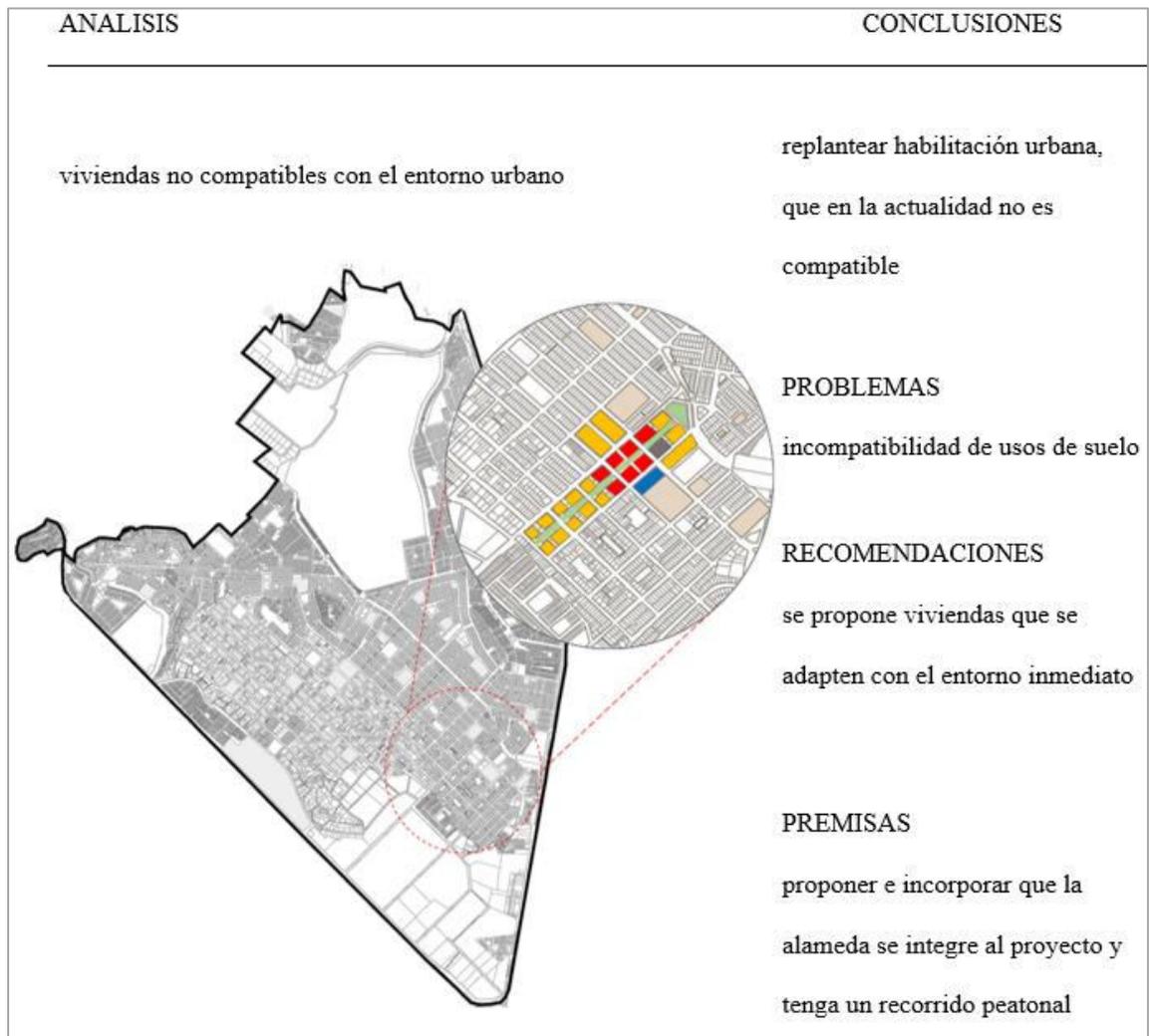
Nota: elaboración propia

1.1.59.2. Compatibilidad de usos

Trabajando con el entorno inmediato activando zonas de alrededor para así generar un impacto positivo y compatible con nuestro proyecto y el sector 9

Figura 104

compatibilidad de usos



Nota: elaboración propia

Figura 105

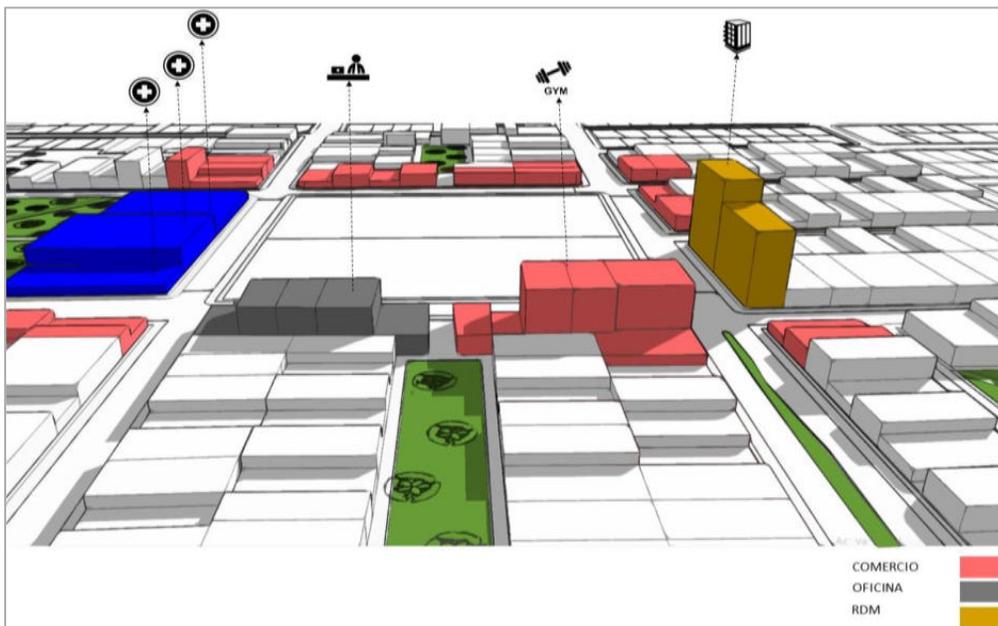
Imagen actual del entorno inmediato



Nota: fuente propia

Figura 106

Premisa de Compatibilidad de usos



Nota: fuente propia

1.1.60. Premisas funcionales (actividades)

1.1.60.1. Accesibilidad

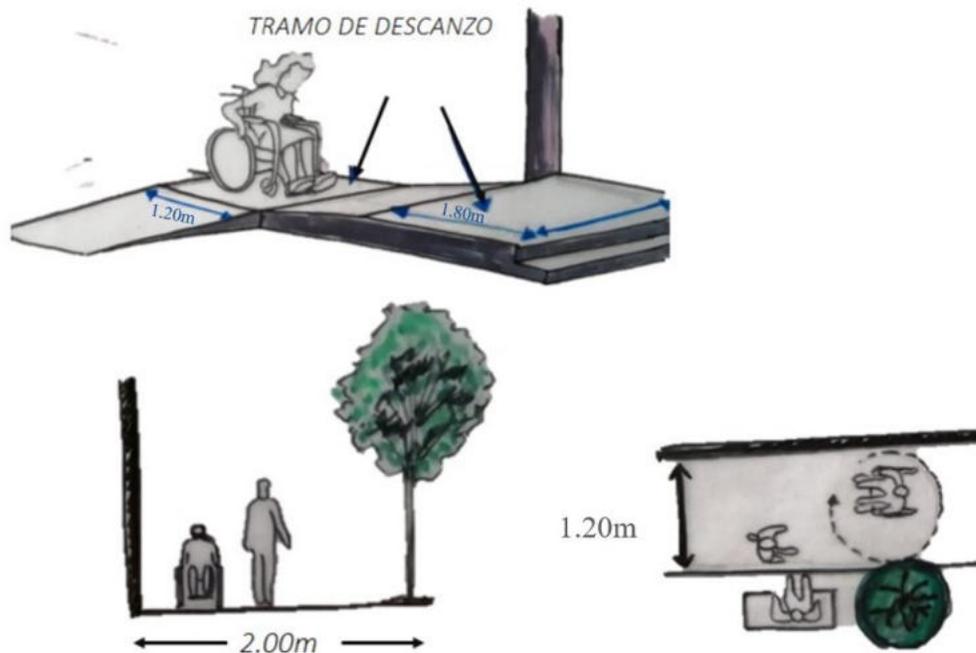
Se considera en el diseño urbano el diseño y la priorización de las circulaciones para el peatón sobre la circulación del vehículo.

Se implementará rampas de 1.20m de ancho para mantener una mayor accesibilidad, sin obstáculos para las personas con discapacidad o adultos mayores, se considera rampas con una longitud mayor a 7m se dispondrá de tramos de descanso de 1.80m sobre el eje de la rampa.

Figura 107

premisas funcionales

SEGÚN EL REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES LAS CONDICIONES DEL DISEÑO DE LA RAMPA DEBER SER COMO MÍNIMO 90CM DE ANCHO; EN TRAMOS DE DESCANSO DEBERÁ CONSIDERARSE COMO MÍNIMO 1.20M.



Nota: fuente propia

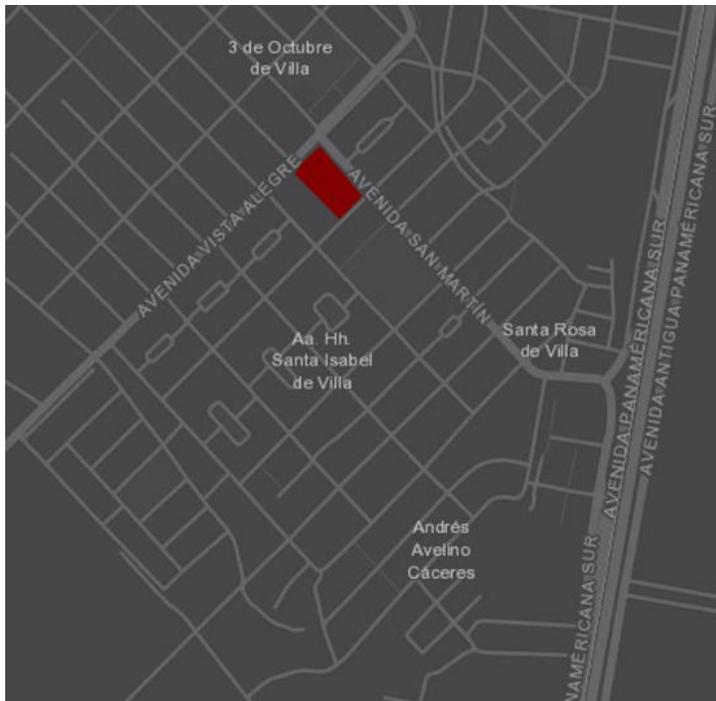
Mantener la composición de construcción entre lo formal e informal para no romper con la trama de trazado.

La integración de la edificación con el contexto urbano se hará por la adecuación. Ya que tomaran como base las características del medio, tales como altura, forma, vistas, la edificación no deberá pasar desapercibida.

La accesibilidad para todos con el diseño de rampas para facilitar el movimiento a las personas con capacidades limitadas.

Figura 108

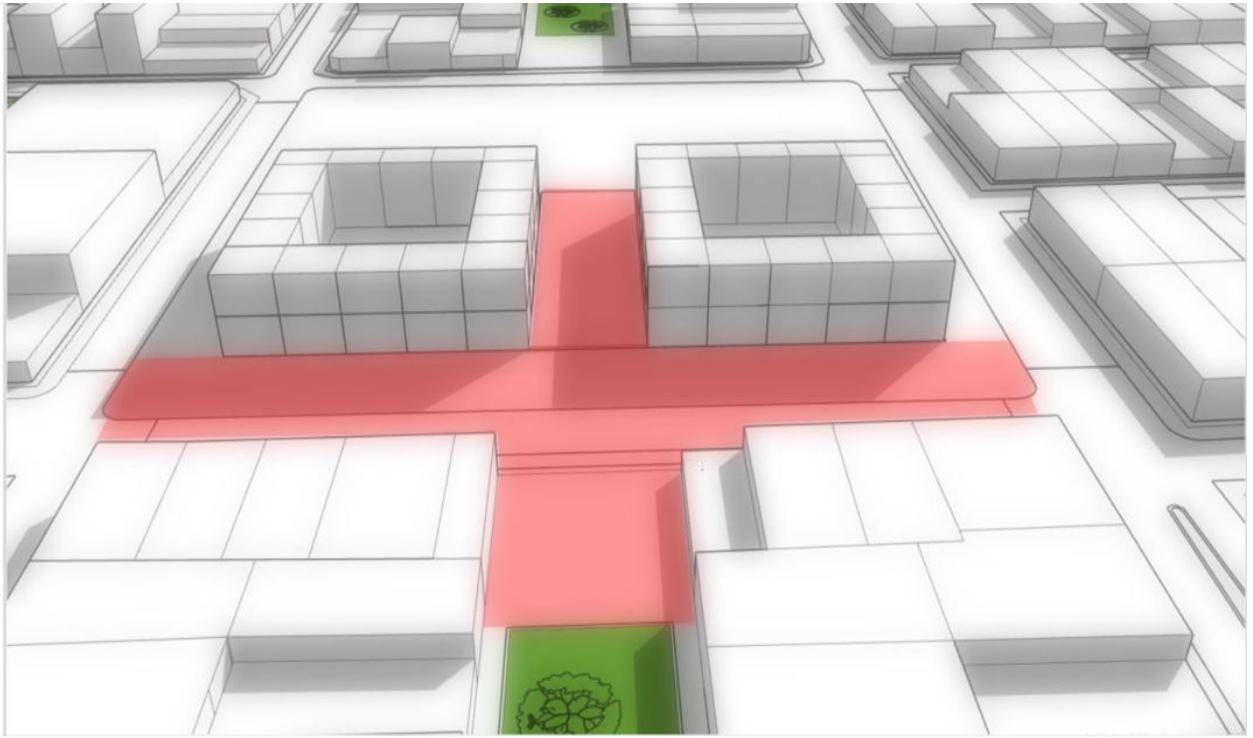
trama urbana



Nota: fuente propia

Figura 109

Accesibilidad peatonal integrando alameda.



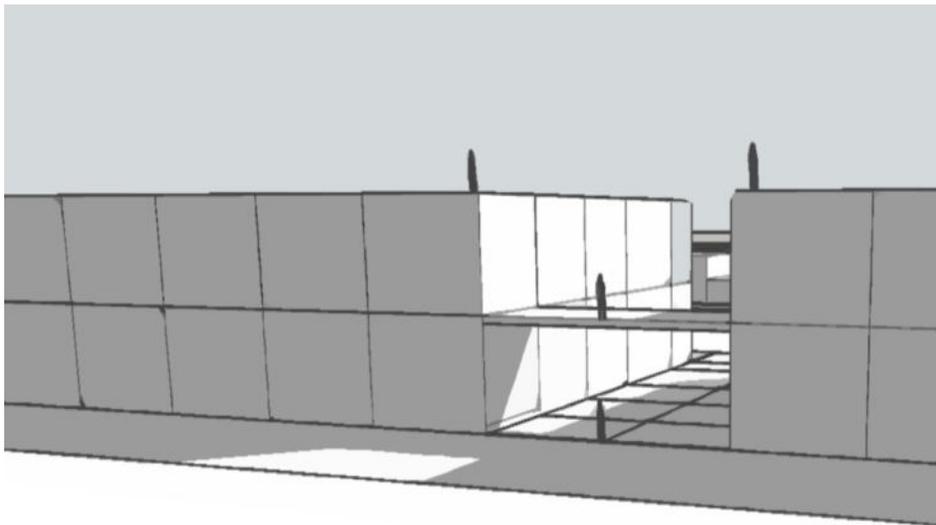
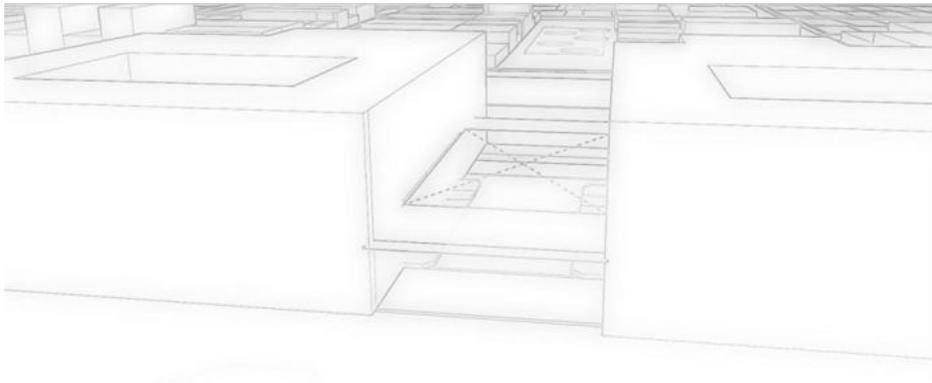
Nota: fuente propia

1.1.61. Premisas espaciales (estructura espacial)

Preservar la topografía del lugar, manejo de plataformas generar una dinámica de plataformas caracterizando cada una de las áreas y generando una conjunción con el entorno existente.

Figura 110

Manejo de Plataformas



Nota: fuente propia

1.1.62. Premisas formales (geometría, volumetría)

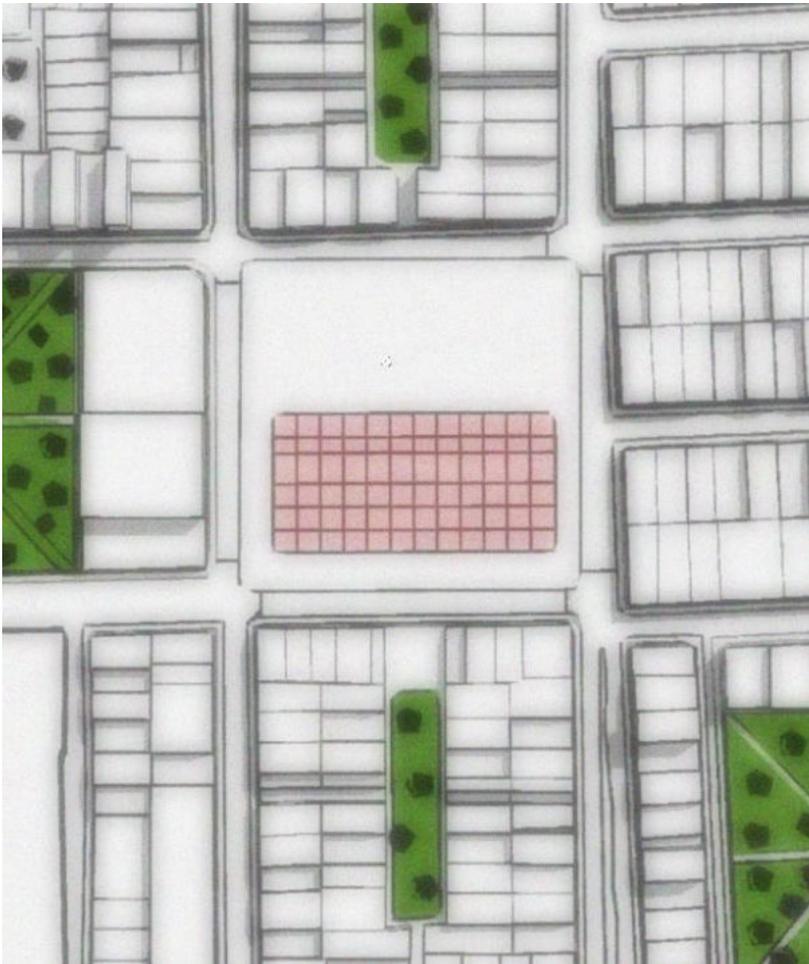
1.1.62.1. Elementos de continuidad

La geometría será ortogonal así aprovechamos los espacios teniendo una geometría organizada dentro de todo el proyecto.

El diseño se realiza a partir de la retícula de organización basada en el entorno inmediato

Figura 111

retícula basada en el entorno inmediato



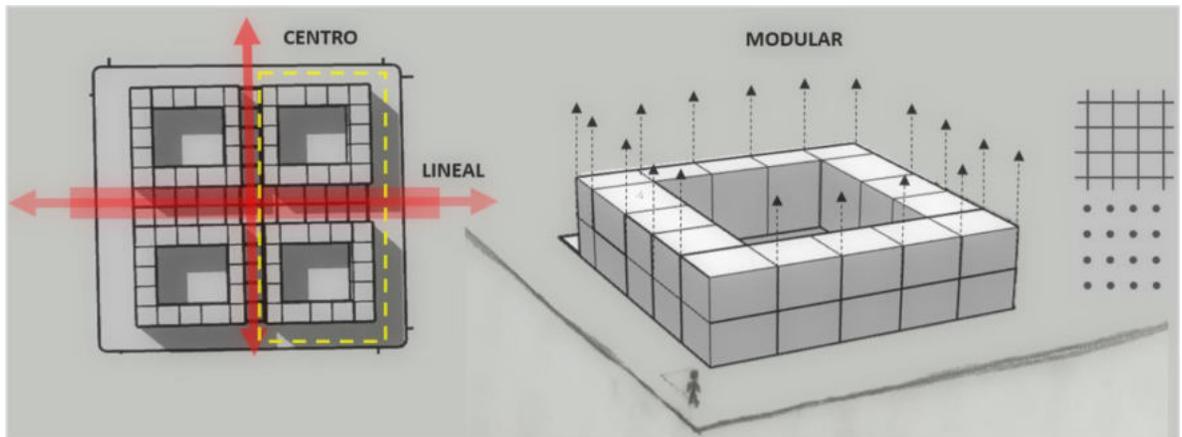
Nota: fuente propia

1.1.62.2. Organización dinámica

Se diseñan espacios abiertos para los cultivos y semi abiertos para el mercado mejorando el entorno urbano del lugar.

Figura 112

organización central, lineal, modular y modular



Nota: fuente propia

1.1.63. Premisas morfológicas (características, cualidades de la forma: Color, textura)

1.1.63.1. Arquitectura modular

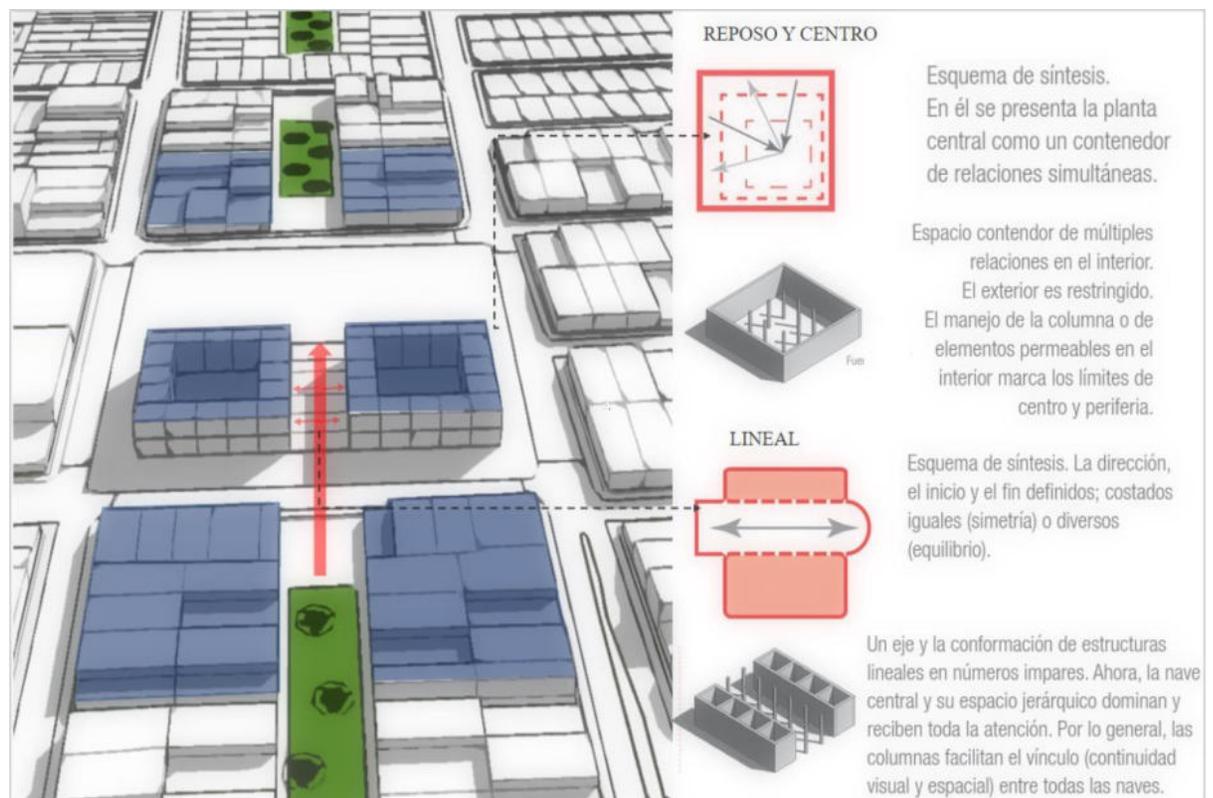
La estructura formal surge del análisis de tesis doctoral de Antonio Armesto “El aula sincrónica, un ensayo sobre el análisis en arquitectura” la tesis da a conocer una serie de esquemas morfológicos que representan de manera universal y abstracta una idea o forma de relacionar los elementos. (Armesto, 1993).

En el proyecto se seleccionó una tipología compuesta de dos esquemas morfológicos (lineal, reposo y centro) combinados en el proyecto

Se emplea un eje lineal de diseño o composición en base a la trama de alamedas rematando con el área de cultivo.

Figura 113

organización central y lineal



Nota: fuente propia

1.1.64. Premisas Constructivas y Estructurales (materiales, técnicas, tecnologías)

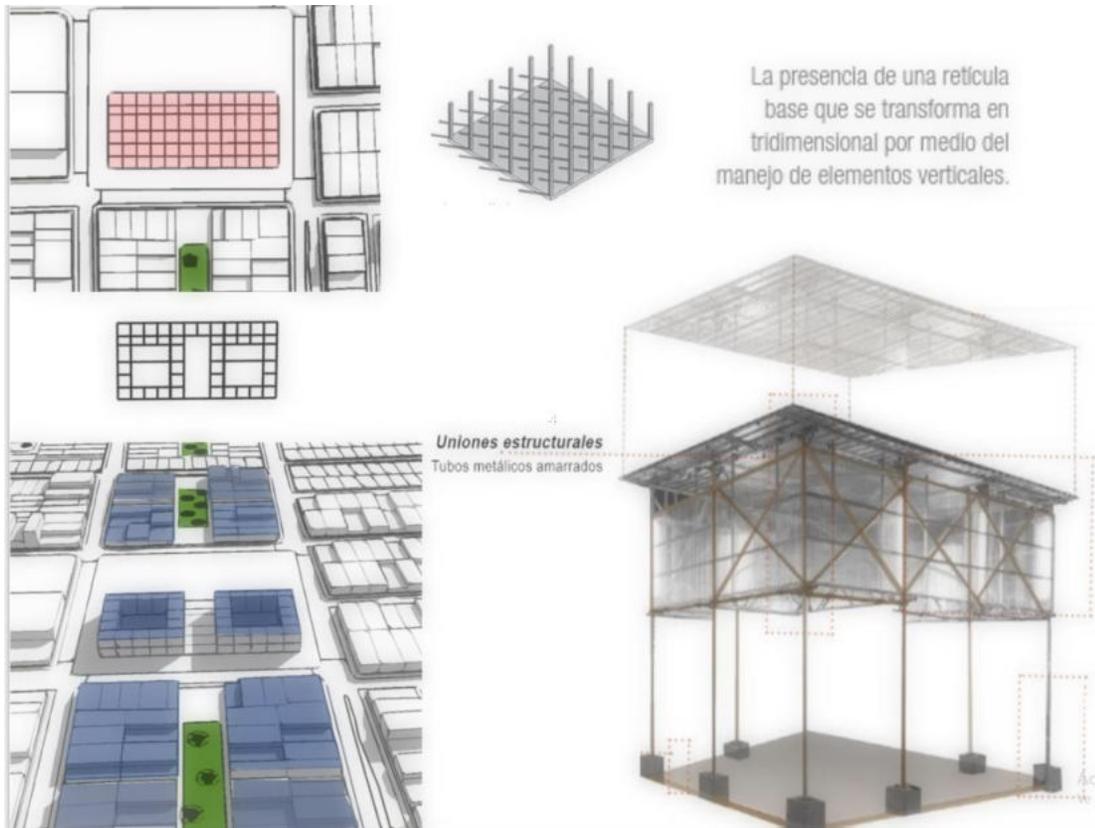
1.1.64.1. Lógica estructural

La distribución y emplazamiento se da de manera modular en base a una trama de 7.65m y derivados para el diseño estructural de espacios, con el fin de aprovechar y obtener una organización clara ya que nos da la posibilidad de reemplazar o generar cualquier componente sin afectar al resto del sistema.

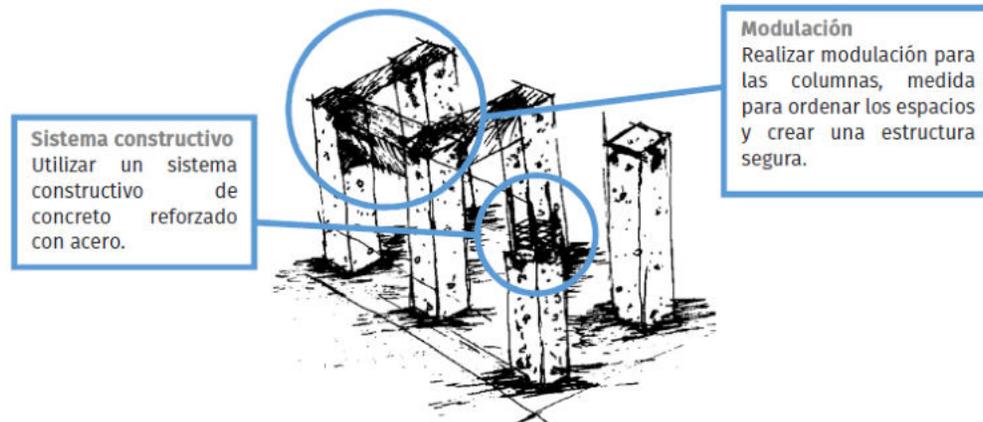
Se dará una modulación de los elementos estructurales en forma cuadrada y rectangular para formar Marcos rígidos que conviertan a las estructuras en monolítica.

Figura 114

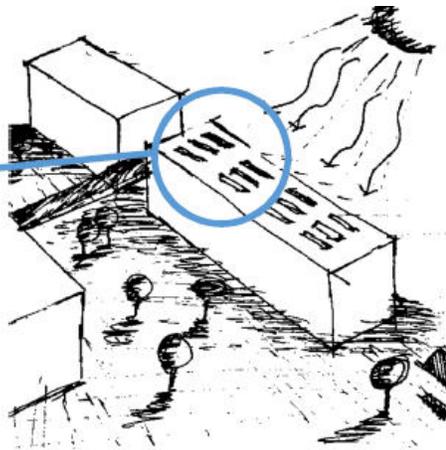
Modulación de elementos estructurales



Nota: fuente propia

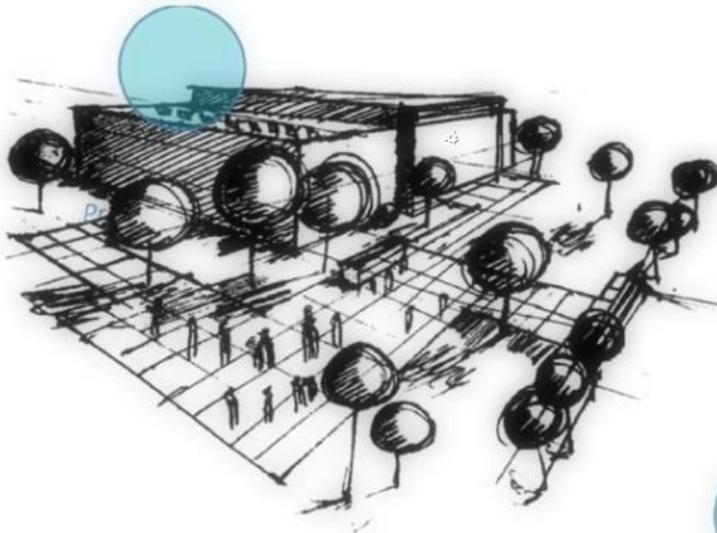


Instalaciones eléctricas
Utilizar paneles solares como sistema de energía eléctrica alterno.



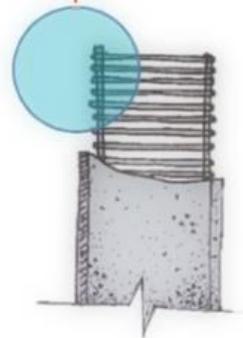
Energía

Utilizar paneles solares para generar parte del consumo energético de las edificaciones.



Estructura

Utilizar el concreto armado como principal material constructivo.



Incendios

Utilizar un sistema electrónico contra incendios que garantice una respuesta inmediata para cualquier emergencia de este tipo.

1.1.65. Premisas Ambientales Generales (condiciones asoleamiento, acústica, etc....)

Sostenibilidad

Obtener luz natural y calor con diferentes cerramientos como tamizados, planos transparentes o translucidos al este y hacia el oeste para iluminar los espacios y mantener un confort térmico, durante el amanecer.

La orientación de la fachada más amplia está orientada hacia la av. José Olaya (Sur este) para aprovechar el sol de las mañanas que no es muy fuerte.

Se propone que el 70% de iluminación sea natural, a través de ventanas y espacios semi abiertos que permitan su ingreso, con el fin de generar ambientes cálidos y a su vez con buenas visuales para el usuario.

Usar los cambios de dirección de viento durante el día (sur oeste) y la noche (oeste sur) para generar una ventilación cruzada que ayudara a mantener los ambientes frescos.

Disminuir el acceso de luz directa en los puestos y galerías con luz reflejante, que rebote en las paredes para que los productos expuestos no se malogren.

Introducción de la vegetación reducirá el calor lo que es producido por el recalentamiento del aire en contacto con los materiales como el asfalto.

Figura 115

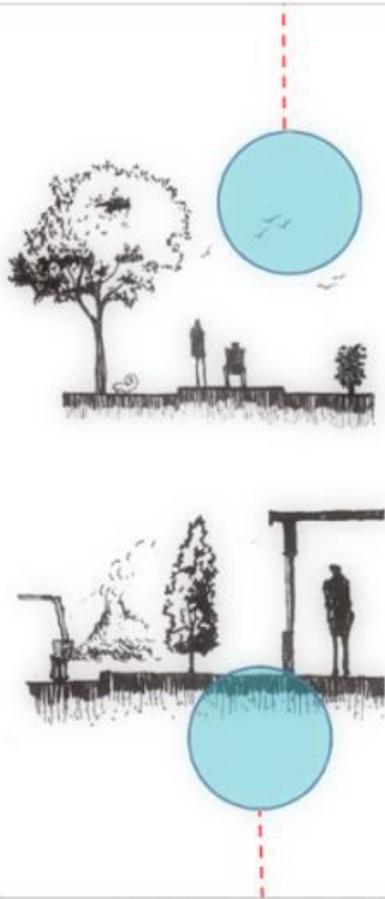
Asolamiento durante el día 6am, 2pm y 6pm



Nota: fuente propia

Vegetación

Utilizar la vegetación del lugar (alameda) para generar un ecosistema urbano y natural.

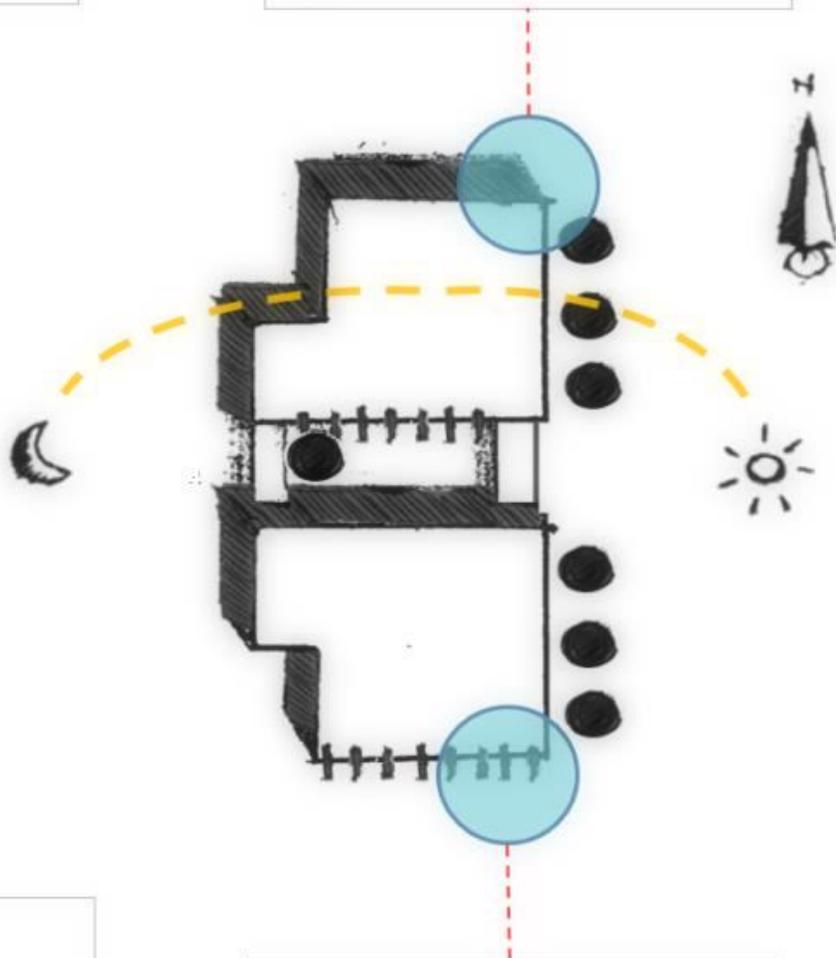


Barreras vegetales

Utilizar diferentes especies vegetales que puedan brindar barreras contra la contaminación de dióxido de carbono, e incidencia solar dentro de los espacios del mercado.

Orientación

Utilizar una orientación este para la fachada mas larga para beneficiar la iluminación natural.



Incidencia solar

Minimizar la incidencia solar para mantener el confort en los ambientes.



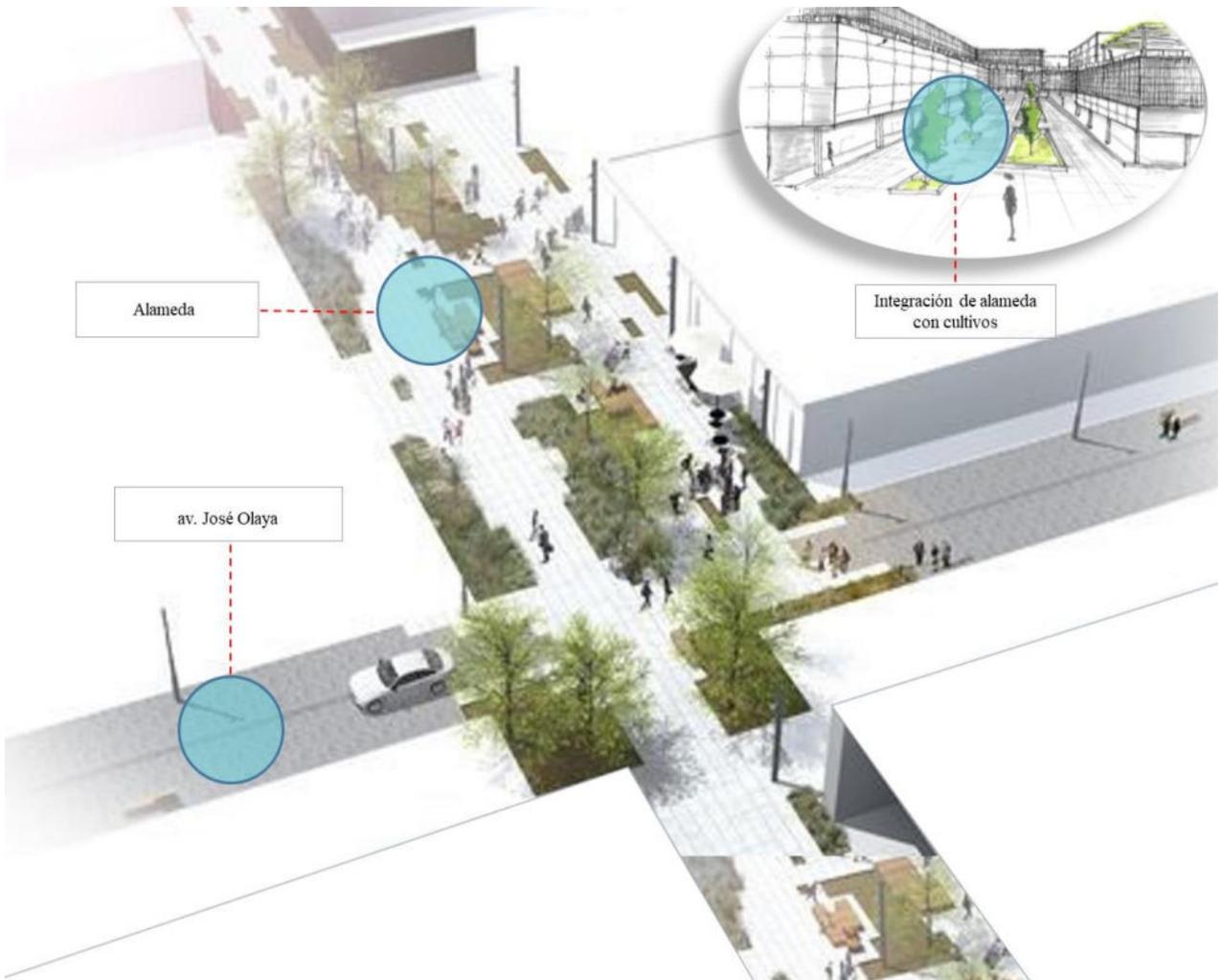
1.1.66. Premisas para la Distribución del Área Libre-expansión (espaciales).

1.1.66.1. Ubicación orientación de volúmenes

Se plantea una distribución de volúmenes ortogonales con orientaciones tramadas para buscar una riqueza espacial, ritmos que rompan con la monotonía incrementando más el área libre que la construida.

Figura 116

integración de alameda al edificio



Nota: fuente propia

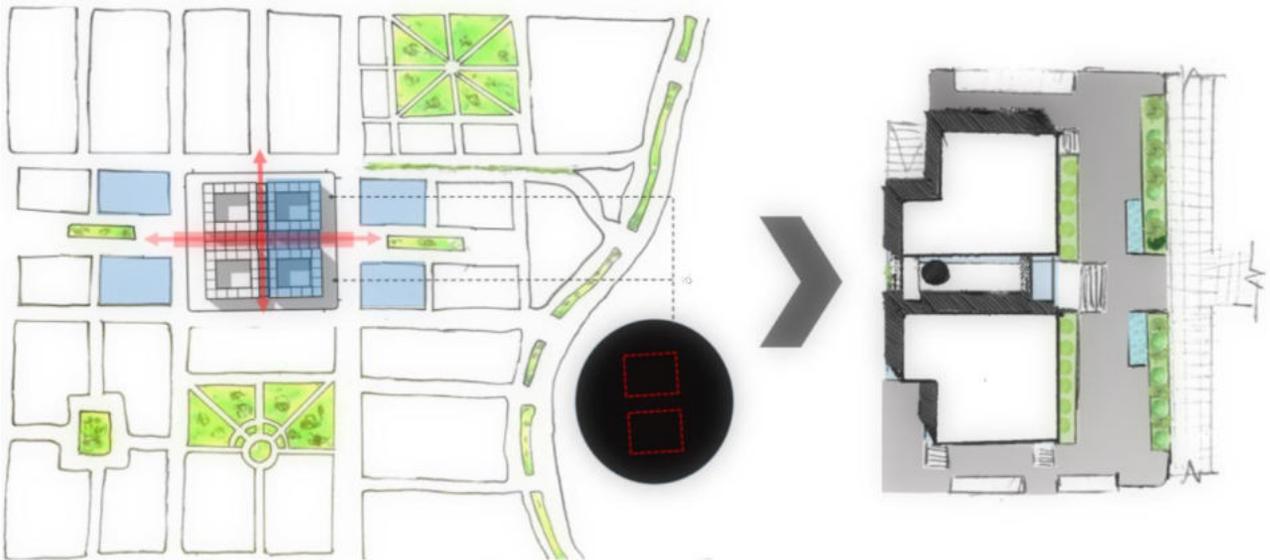
Premisas de diseño de Proyecto Arquitectónico (Unidad)

1.1.67. Premisas terreno-propuesta arquitectónica

1.1.67.1. Localización

Figura 117

localización y forma del volumen



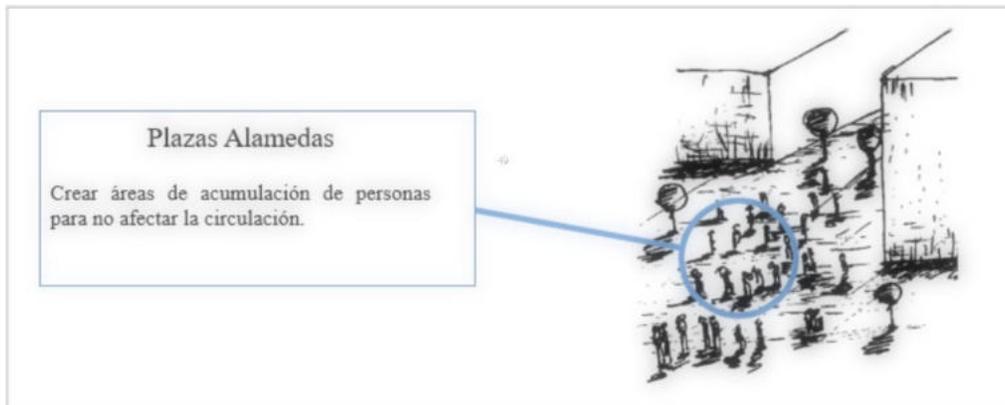
Nota: fuente propia

Premisas terreno-propuesta arquitectónica

1.1.68. Premisas funcionales (actividades)

Figura 118

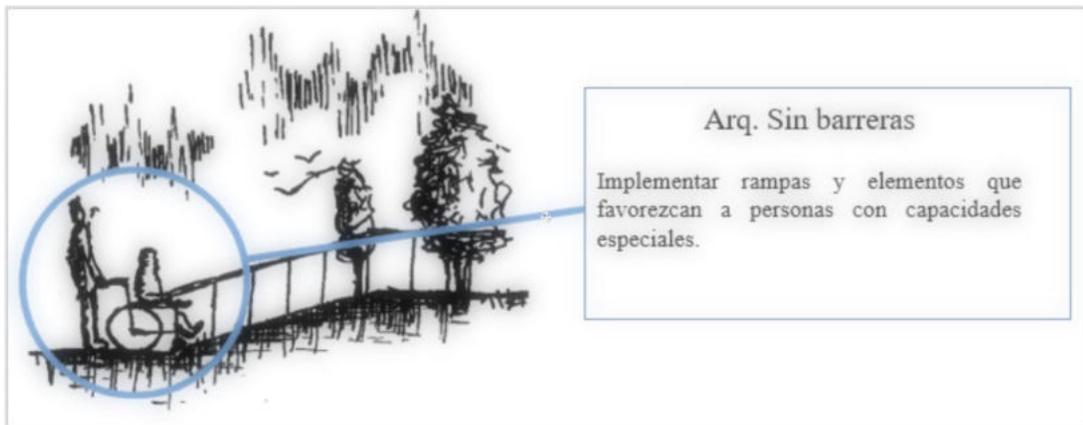
Conectividad visual



Nota: fuente propia

Figura 119

implementación de rampas



Nota: fuente propia

Figura 120

circulación interior



Nota: fuente propia

1.1.69. Premisas espaciales (estructura espacial)

Espacialidad volumétrica

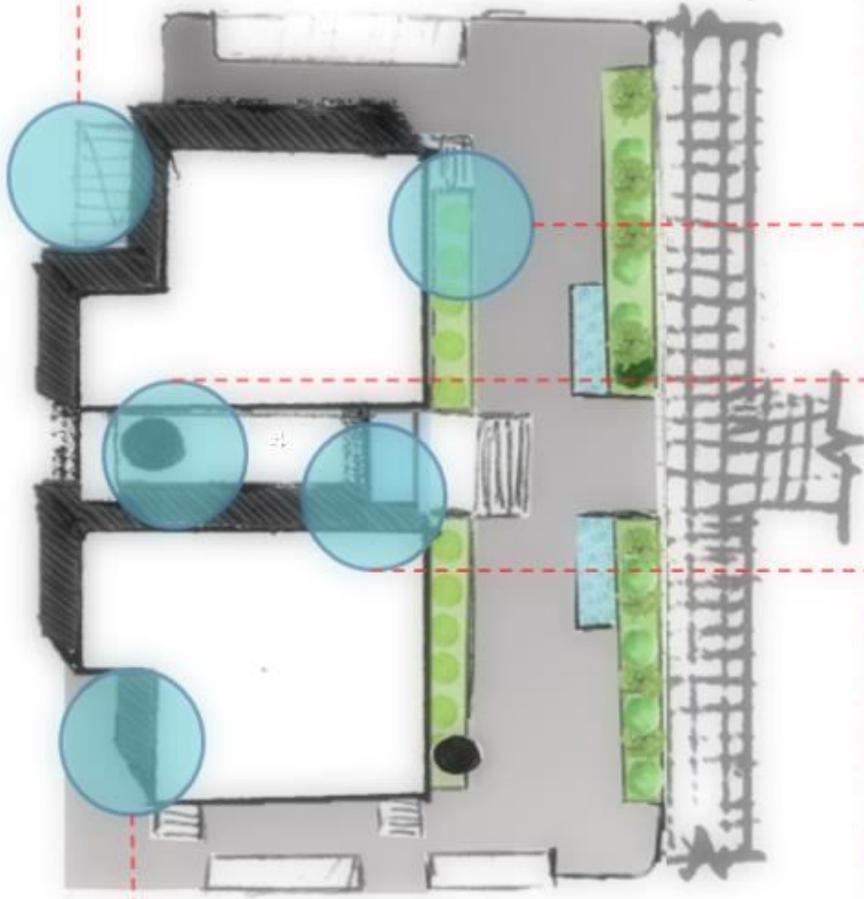
Manejar el planteamiento volumétrico para así generar integración visual

Circulaciones

Separar circulaciones de servicio con las publicas y privadas.

Vegetación

Conservar la mayor cantidad de arboles significativos ubicados alrededor del proyecto por dentro los cultivos utilizarlos en propuestas de circulación .



Confort

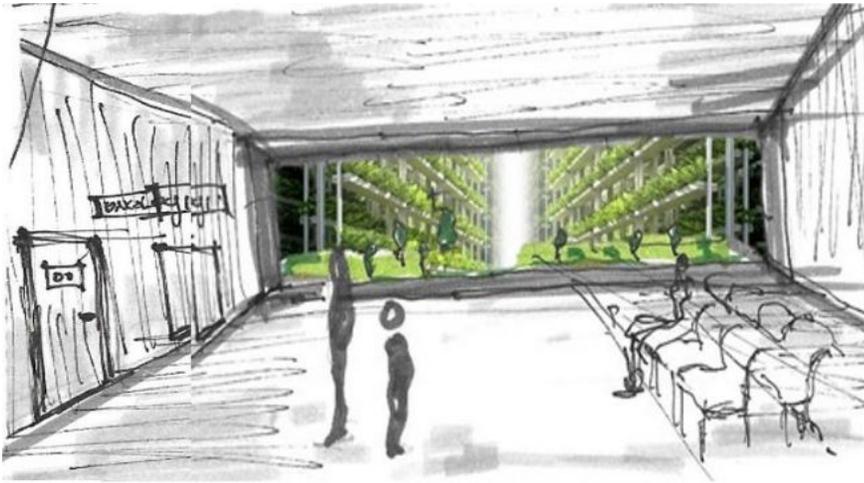
Proponer un diseño, que mantenga una constante circulación del viento para mantener un ambiente confortable dentro de las instalaciones.

Conexión

Conectar las diferentes edificaciones a través de patios y caminos .

Figura 121

Vistas desde el ingreso hacia el patio interior



Nota: fuente propia

Figura 122

puestos interiores modelo 1



Nota: Puesto con todos sus frentes libres para el acceso del publico

Figura 123

puestos interiores modelo 2



Nota: Puesto con su frente libre para el acceso del público, con exhibidores para productos, cuenta con paredes divisoras

Figura 124

puestos interiores modelo 2



Nota: Puesto con su frente libre para el acceso del público, con exhibidores para productos, cuenta con paredes divisorias

Figura 125

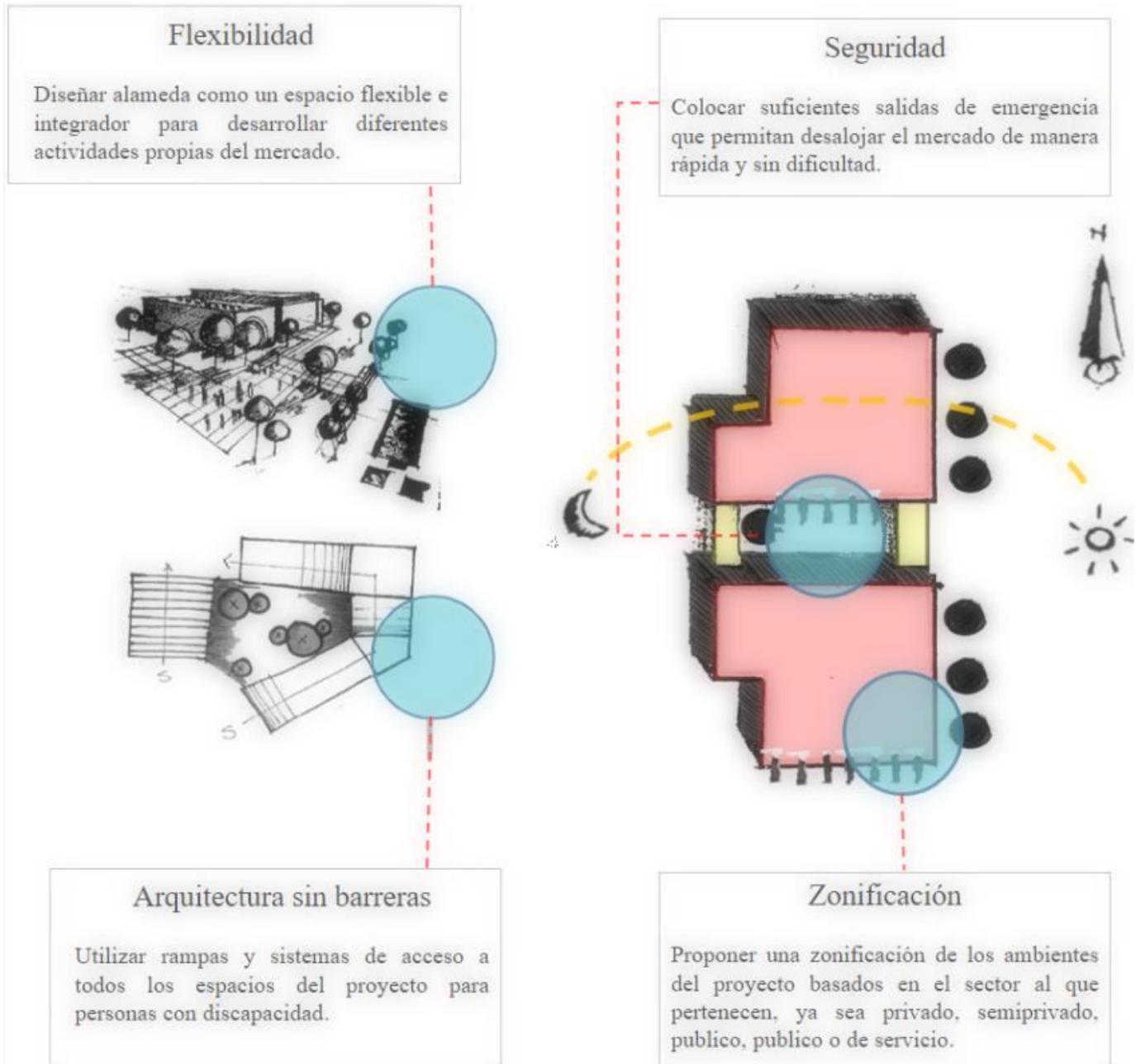
recorrido interior



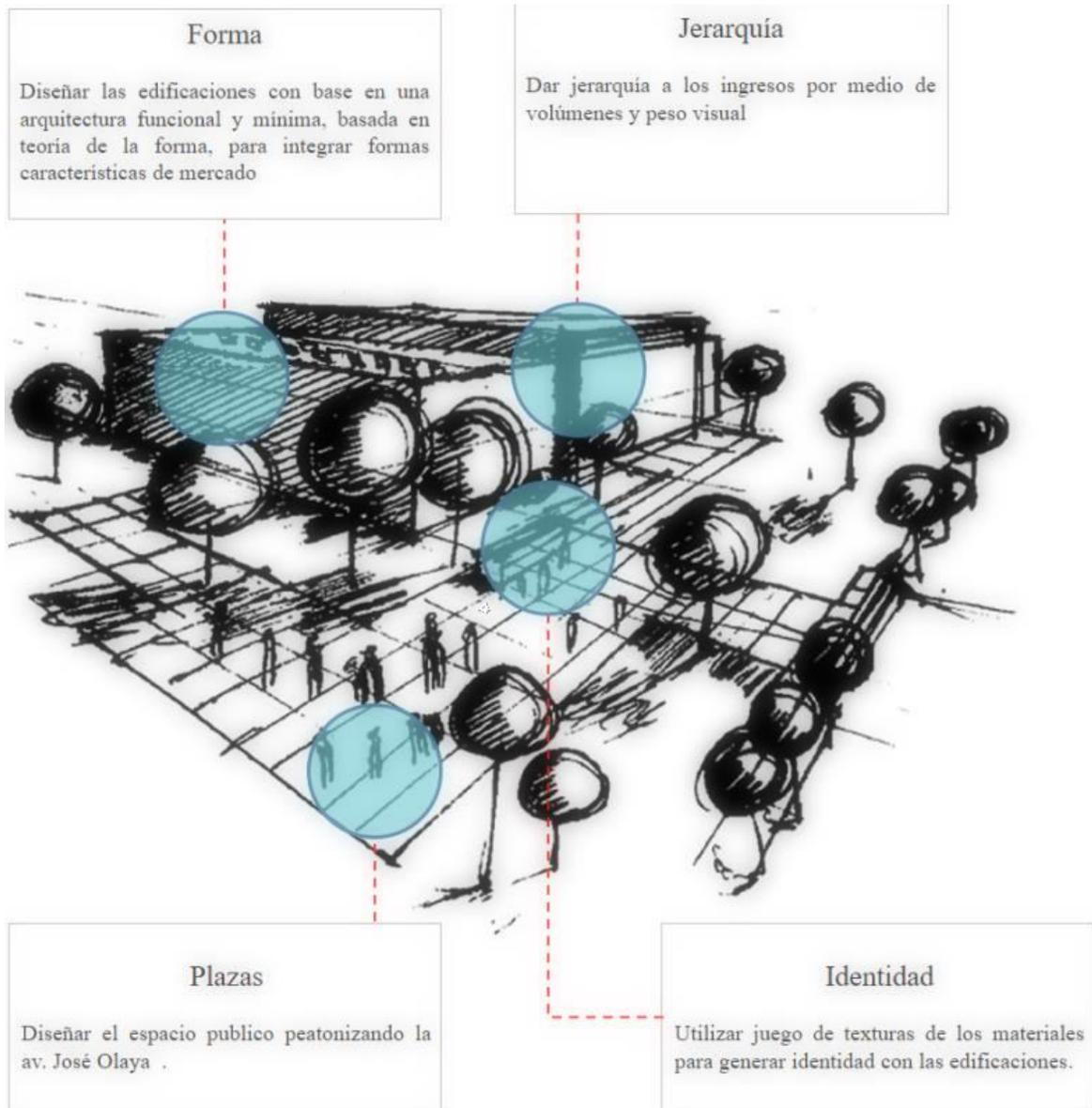
Nota: imágenes 3d del proyecto

1.1.70. Premisas formales (geometría, volumetría)

1.1.70.1. Integración con el entorno flexibilidad volumétrica



1.1.71. Premisas morfológicas (características, cualidades de la forma: Color, textura)



1.1.72. Premisas Constructivas y Estructurales (materiales, técnicas, tecnologías)

Materiales livianos estructuras metálicas

Utilización de sistema de marcos de acero estructural por su gran flexibilidad y por su sensación de Livianidad dada la escala del equipamiento.

1.1.73. Premisas Ambientales Generales (condiciones asoleamiento, ventilación, acústica)

Ventilación natural

Manejo de los mejores vientos para aprovechar la ventilación natural y así minimizar confort

Energía renovable manejo de recursos

Considerar el uso adecuado para la reutilización de los recursos y desechos tanto en la fase de construcción como en la vida útil.

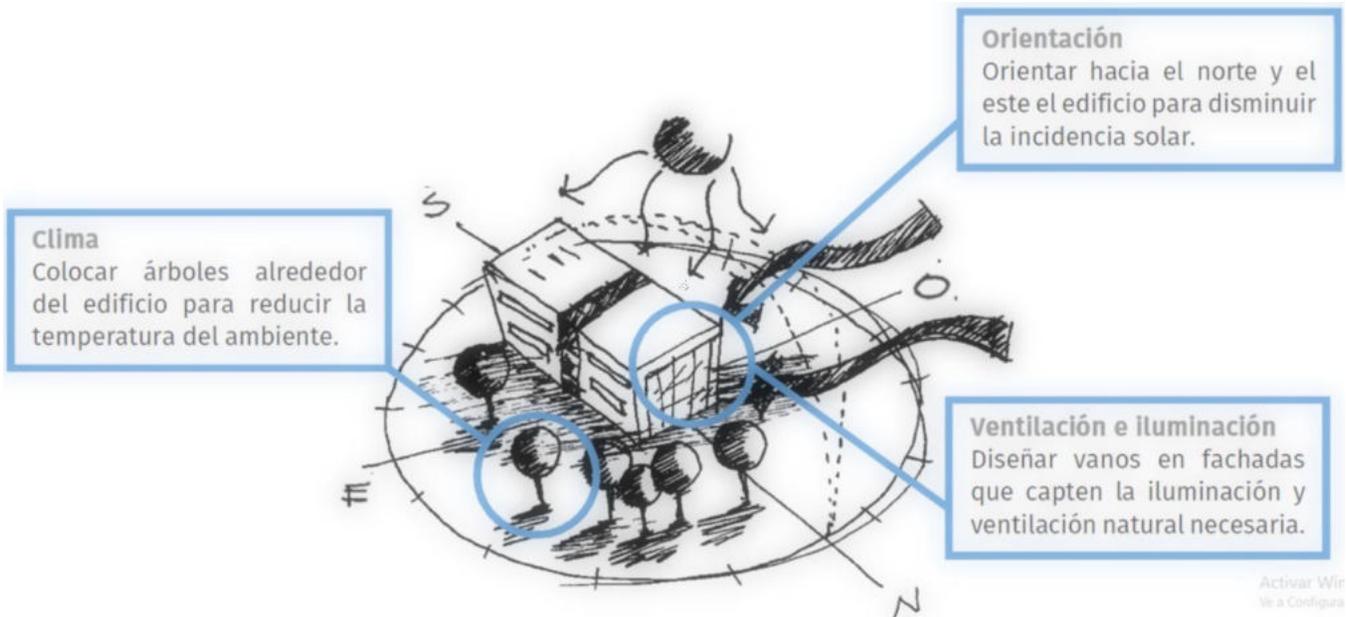
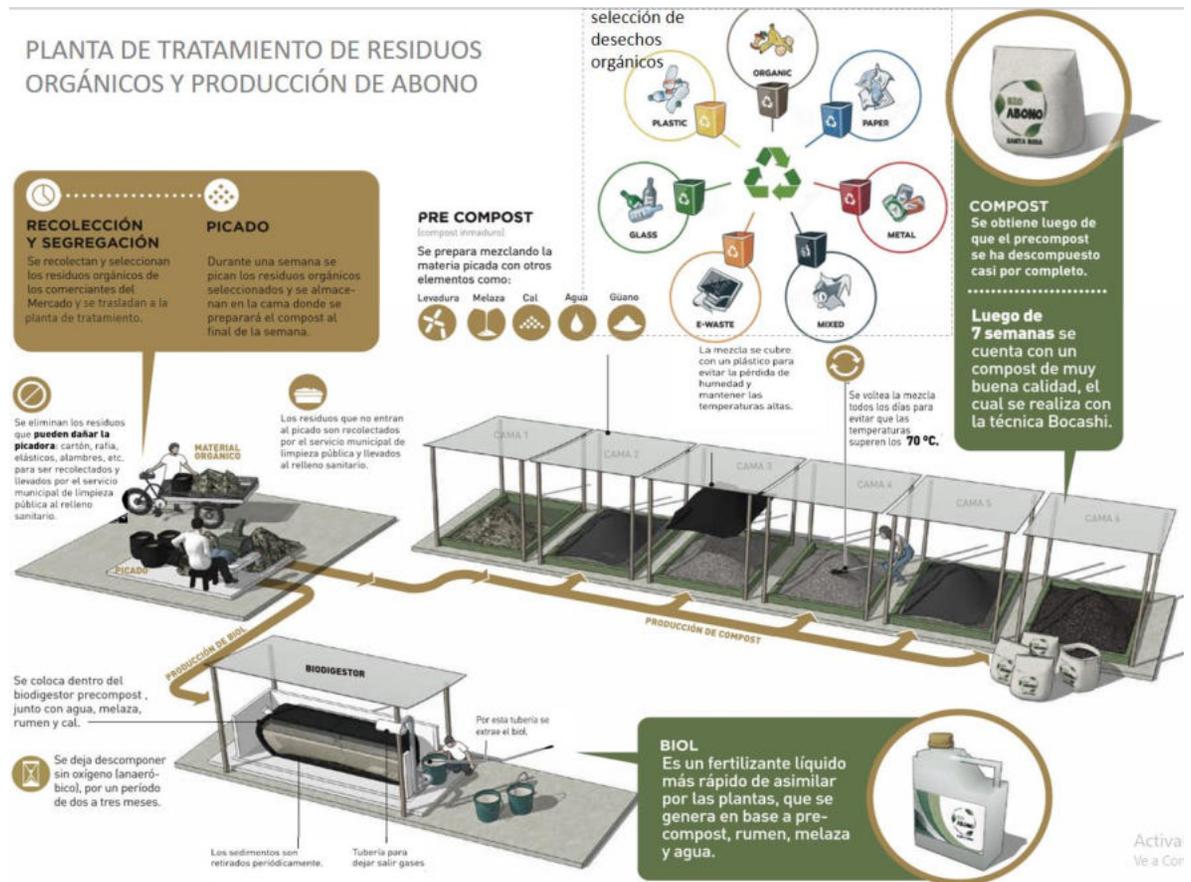
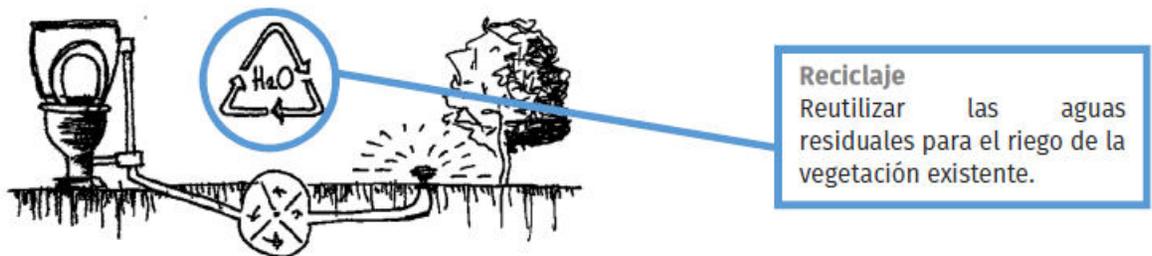


Figura 126

planta de tratamiento de residuos orgánicos



Nota: elaboración propia en base a LAMSAC en convenio con los Mercados



Barreras vegetales

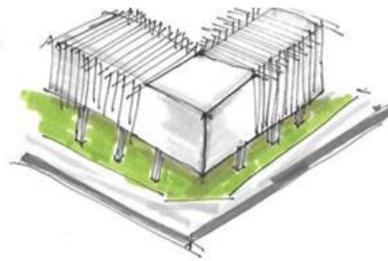
Barreras como elementos que absorban emisiones de gases, crean topes visuales y puntos focales.



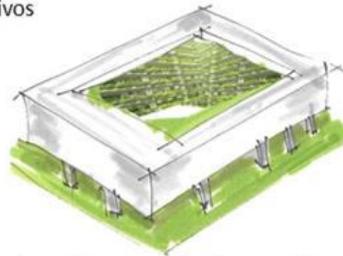
1.1.74. Premisas para la Distribución del Área Libre-expansión (espaciales).



Se introduce cultivos a la mayoría de área libre del edificio



Aprovechamiento de áreas libres para los cultivos



El área de cultivos permite integración visual del exterior e interior a través de corredores





Capítulo V

PROPUESTA URBANA-ARQUITECTÓNICA

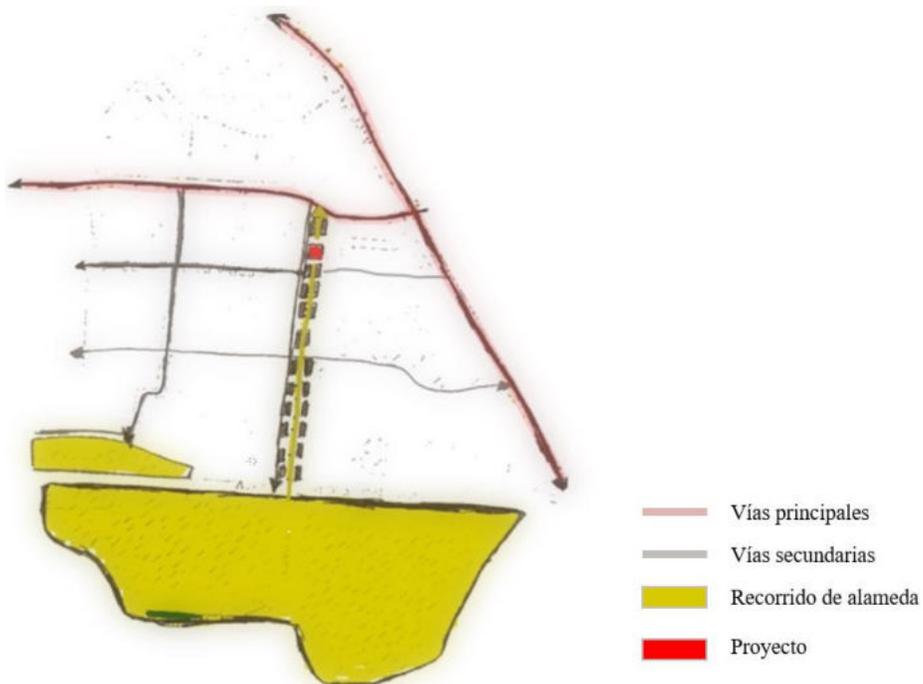
CAPITULO V: LA PROPUESTA URBANO-ARQUITECTÓNICA

La propuesta Urbana (Master-Plan)

1.1.75. La idea (Imagen)

Dualidad

Unificar el concepto con la idea de dualidad en arquitectura, es decir, las posibilidades del diseño arquitectónico se centran en el medio donde este incrustado conduce a la continuidad e integración visual haciendo que Permanezca en la naturaleza a su alrededor. Asimismo, busca conexiones integrando consideraciones ambientales en los materiales que forman parte de la exposición y Paisajismo de los edificios. En el contexto del entorno actual. (Mesa & Mesa, 2013)



DUALIDAD

Posee una esencia híbrida, lo encontramos cuando al apreciar nuestro contexto espacial, observamos que hay aspectos opuestos conformándolo. Esto le permite a un edificio poseer características diversas respondiendo y/o adaptándose a diferentes condicionantes

ORGANICO

Espacio destinado a:

- sistemas verticales A Go-Gro, que son 9 metros de altura, ubicado en cajas protegidas al aire libre, permiten que las verduras de hojas tropicales que se cultivan durante todo el año que son seguros de alta calidad, fresca y deliciosa.
- Sistema hidropónicos, que surte de productos frescos.

VACIO ARTICULADOR

Son leídos como unificadores de proyectos, como contenedores de energías en movimiento como lo son los usuarios, en estos espacios es donde las personas circulan y aprecian la arquitectura que los rodea.

Su carácter espacial puede ser de permanencia o transición, introvertido o extrovertido, y destacar en horizontalidad, verticalidad, luz, escala, visuales, tensiones, entre otras.

NO ORGANICO

Espacio destinado a:

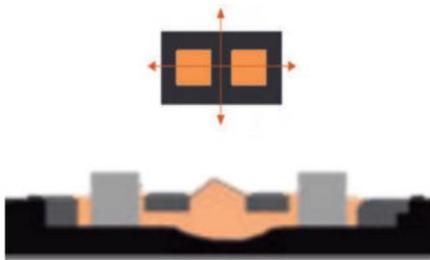
- Puestos de ventas de carnes, productos variados ropa, librería, cafetería, productos de limpieza, zapatería, etc.

1.1.76. Concepto (Orden y Composición)

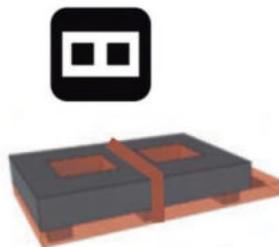
La tesis se centra en el concepto de dualidad y busca crear un espacio unificador que combine elementos orgánicos y tradicionales, siguiendo la línea de la alameda. El mercado propuesto busca ofrecer una experiencia única para los usuarios, diferenciándose de la oferta limitada de productos orgánicos en la ciudad de Lima.

El vacío creado en la propuesta del mercado es un elemento clave en la composición del espacio, que interactúa con el entorno natural y evoluciona con el tiempo, convirtiéndose en un espacio persistente y cambiante. El enfoque se centra en dirigir la atención del usuario hacia la polaridad entre lo orgánico y lo tradicional, a través de un recorrido que permite contemplar y experimentar esta dualidad.

La propuesta utiliza una variedad de elementos compositivos, como la forma ortogonal del mercado y las circulaciones directas y en rotación, las circulaciones verticales y horizontales, así como materiales accesibles y de fácil mantenimiento, para crear una espacialidad persistente y atractiva para los usuarios.



EL VACIO CONTIENE ACTIVIDAD Y
ABSORBE LA NATURALEZA DEL SITIO



EL VACIO SOSTIENE UNE Y
REFORMA EL LLENO

Análisis de los sistemas (Proyecto Urbano)

1.1.77. Sistema de las actividades (funcionales)

Figura 127

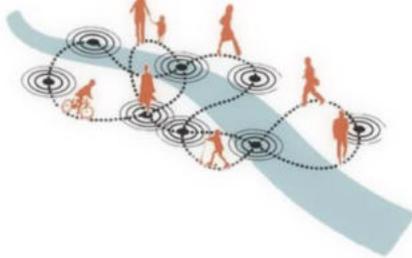
estacionamientos de bicicletas y autos



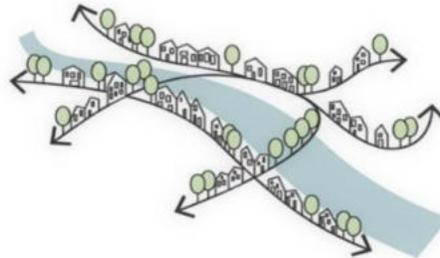
1.1.78. Sistema de circulaciones (funcionales)

El proyecto cuenta con circulación pasiva y activa

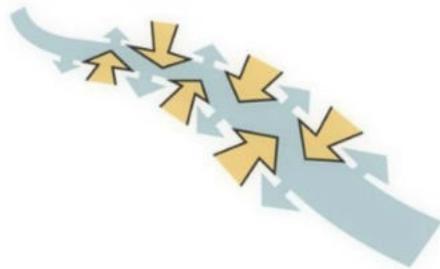
Se prioriza a los peatones



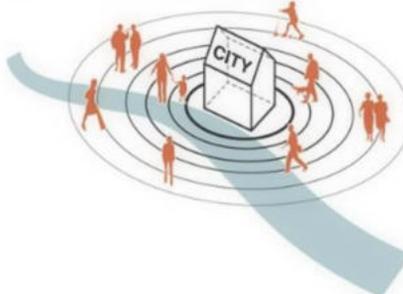
Áreas verdes en alameda dirigida al proyecto



Actividades de ciclovías en alameda con estacionamientos para bicicletas



Circulaciones dirigida al proyecto



1.1.79. Sistema formal – orden geométrico



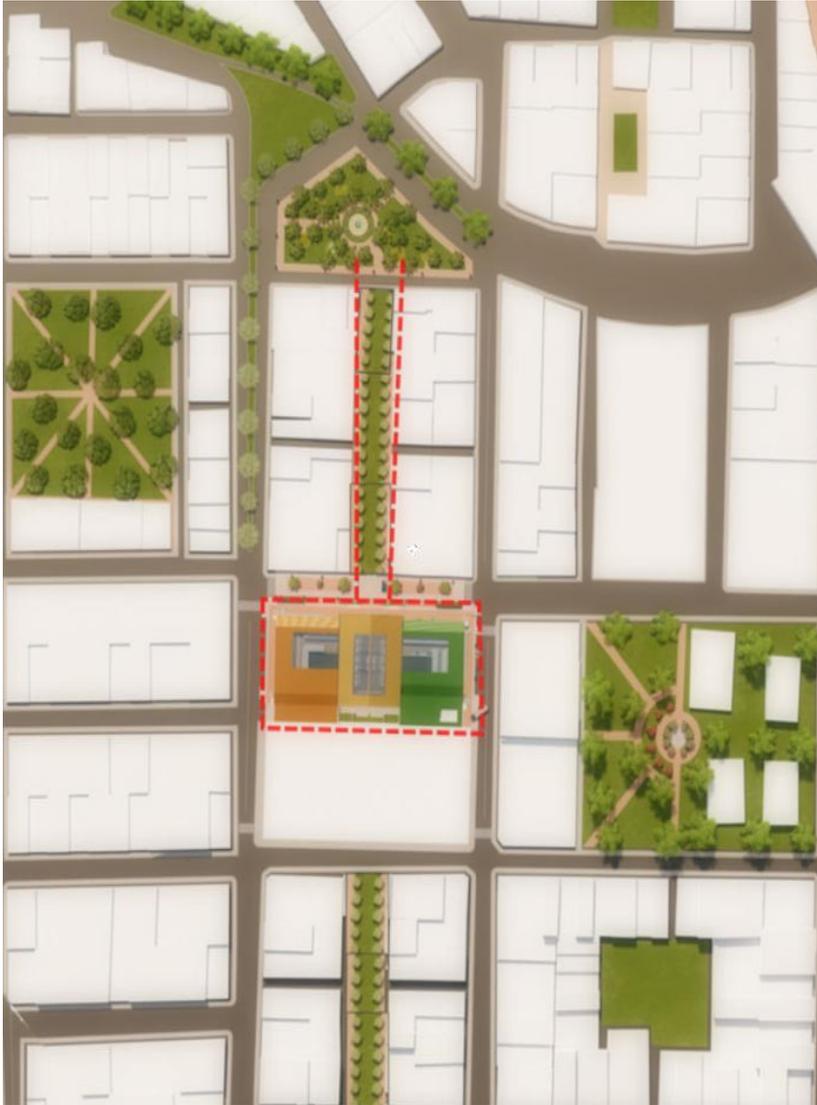
SUPERFICIE DE TERRENO, CON UN ÁREA DE 5278.00 M2



1.1.80. Sistema espacial (espaciales)



1.1.81. *Sistema de áreas verdes (espaciales- ambientales)*



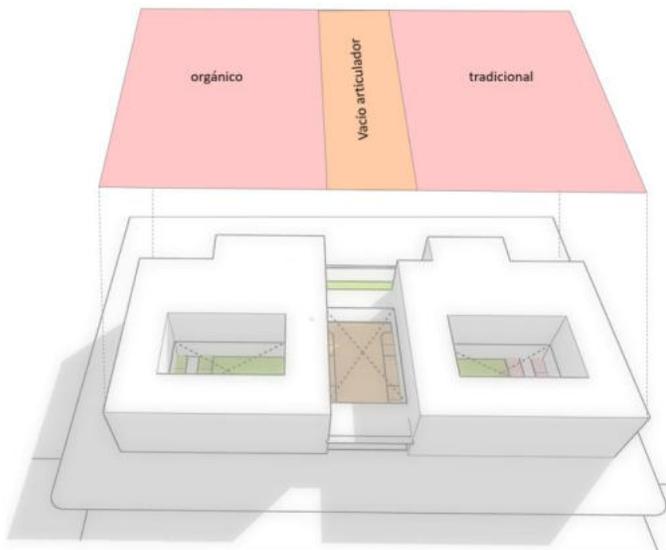
1.1.82. Sistema morfológico (expresión formal)



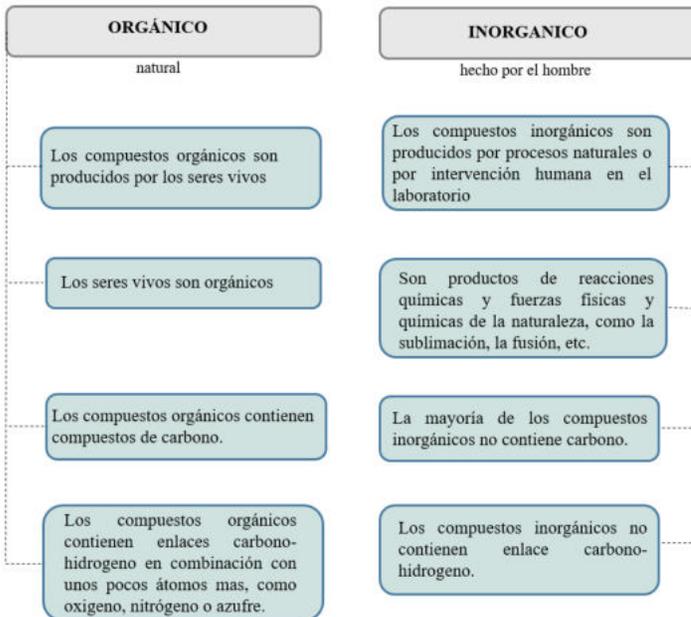
La propuesta arquitectónica (Conjunto y Unidad)

1.1.83. La idea

La idea rectora se da en separar lo orgánico de lo tradicional, creando una dualidad de ambos productos, generando un espacio unificador entre ambos bloques a la vez siguiendo la línea de alameda dentro del proyecto.



1.1.84. El concepto



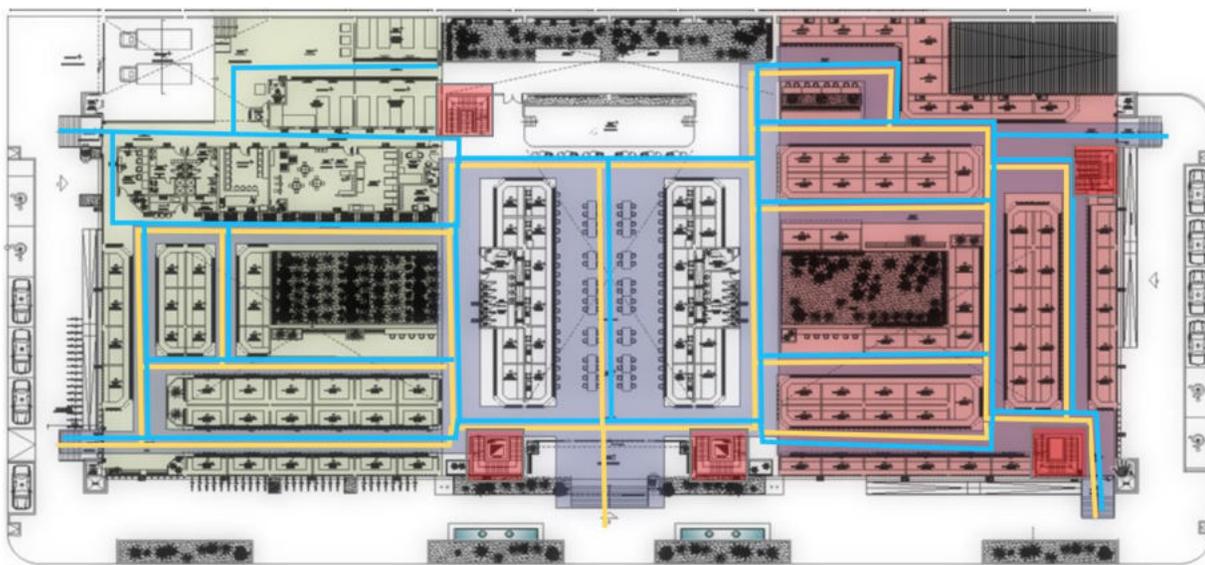
1.1.85. El Partido



1. ingreso principal central a patio de comidas
2. conexión de 3 sectores con áreas verdes
3. av. Principal peatonalizada conectada a alameda

Análisis de los sistemas- Proyecto Arquitectónico

1.1.86. Sistema de las actividades (funcionales)



recorrido de productos orgánicos

recorrido de productos no orgánicos

Planta 1er piso

B1

Circulación horizontal

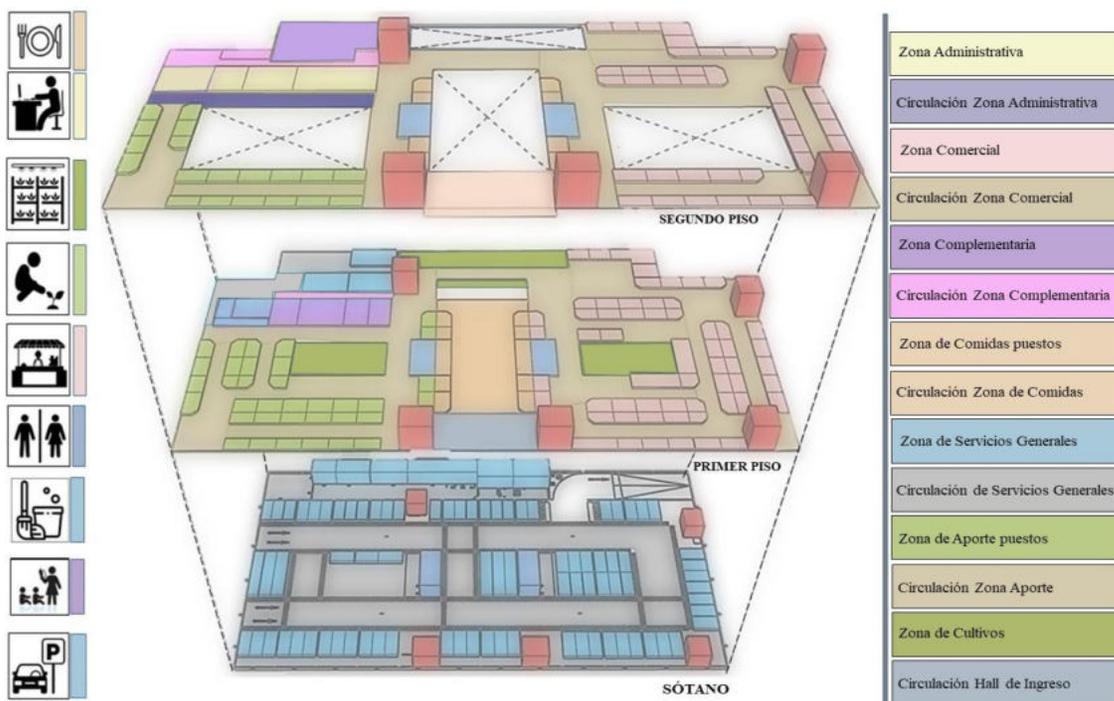
B2

Flujo de circulación de usuarios permanentes

Flujo de circulación de usuarios en rotación

Circulación vertical

Circulación horizontal

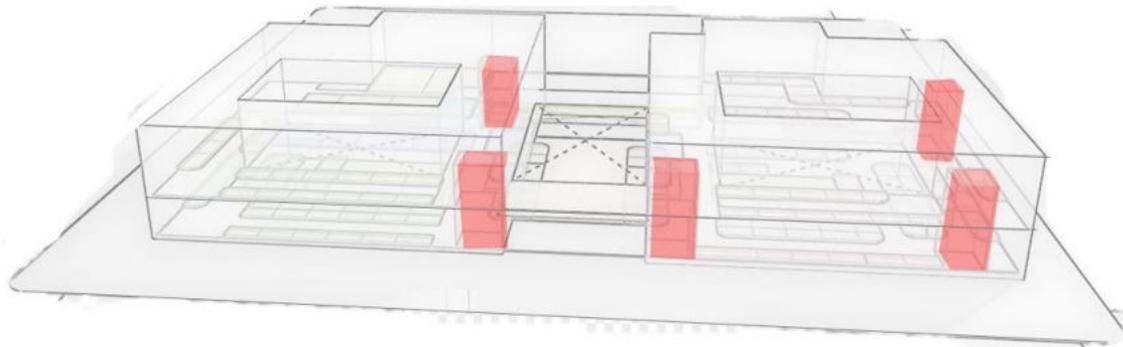


- Zona Administrativa
- Circulación Zona Administrativa
- Zona Comercial
- Circulación Zona Comercial
- Zona Complementaria
- Circulación Zona Complementaria
- Zona de Comidas puestos
- Circulación Zona de Comidas
- Zona de Servicios Generales
- Circulación de Servicios Generales
- Zona de Aporte puestos
- Circulación Zona Aporte
- Zona de Cultivos
- Circulación Hall de Ingreso

Sistema de circulaciones (funcionales)

Figura 128

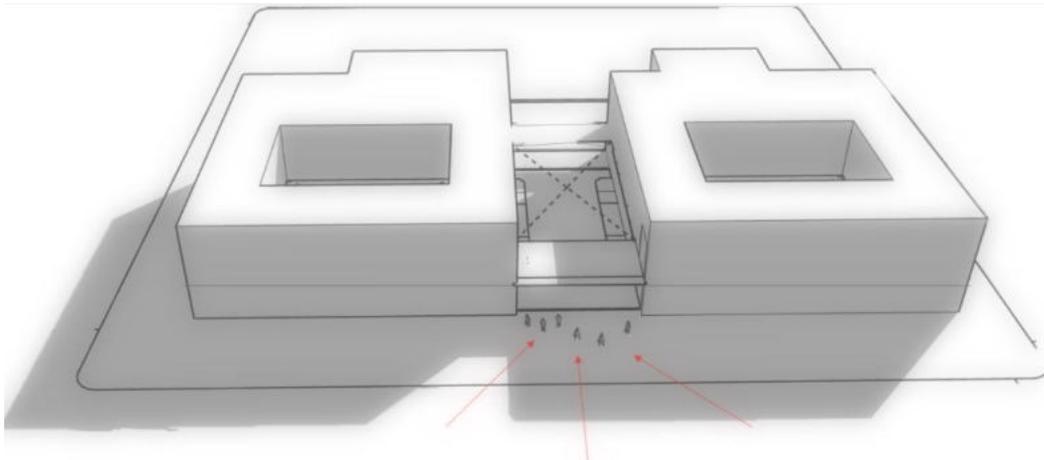
conexiones verticales



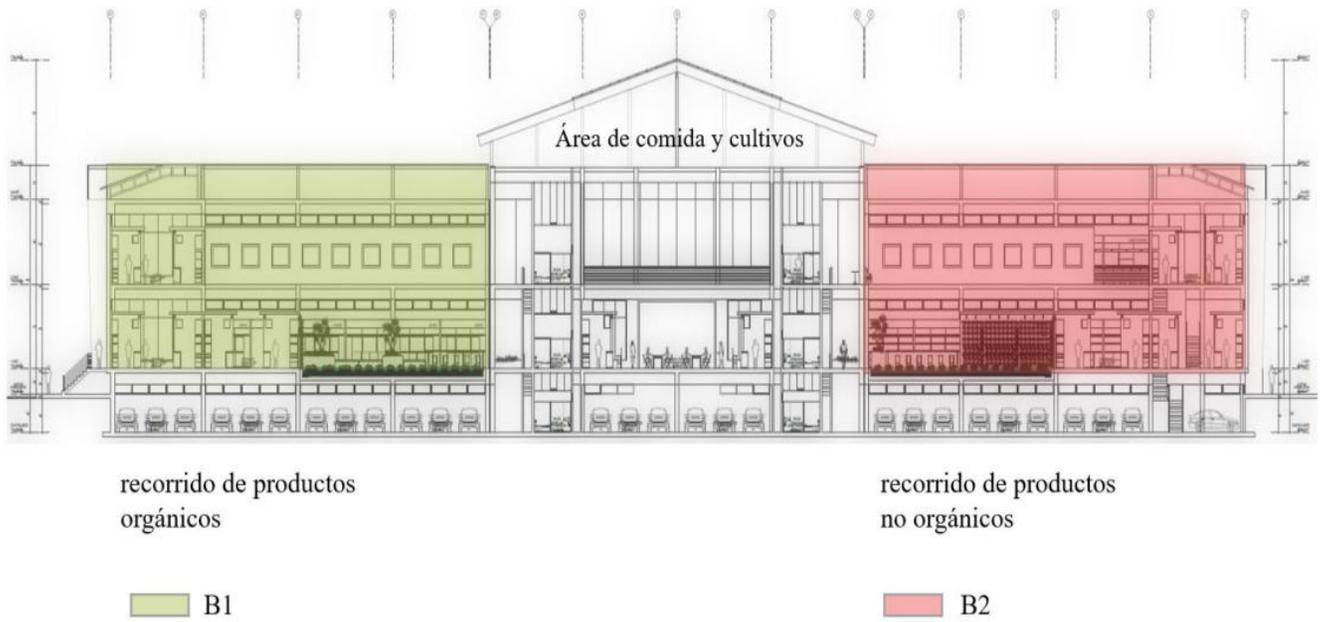
1.1.87. Sistema formal – orden geométrico

Figura 129

volúmenes independientes con identidad



1.1.88. Sistema espacial (espaciales)



1.1.89. Sistema de áreas verdes (espaciales- ambientales)



1.1.90. Sistema morfológico (expresión formal)

La forma que más predomina es lo ortogonal



Conclusiones

Forma: el mercado presenta una forma ortogonal que tiene circulaciones directas.

Función: es dar al usuario consumidor la atracción de consumir productos orgánicos por ello la diferenciación de los espacios con la muestra del producto.

Estructura: se aplica material accesible al lugar de fácil mantenimiento.

Capítulo VI

CRITERIOS GENERALES

CAPITULO VI: CRITERIOS GENERALES PARA LA EVALUACIÓN ECONÓMICO - FINANCIERA DEL PROYECTO

Análisis Económico del País y del Entorno de la Propuesta Arquitectónica

1.1.91. Análisis de Mercado

Destino potencial de la financiación requerida por las pymes.
Porcentaje sobre el total de empresas con necesidades de financiación.



Fuente: CESGAR. "Encuesta sobre la situación de las pymes en relación con la financiación ajena".

ESTUDIO DEL MERCADO INMOBILIARIO - OFERTAS POR INTERNET PARA DETERMINAR EL VALOR DEL M2 DE TERRENO



SECTOR

AV. VISTA ALEGRE LOTE 2 AA.HH. SANTA ISABEL DE VILLA, (COMITÉ 2, ALT. KM. 18.5 PANAMERICANA SUR),

FECHA DE LAS OFERTAS

ENERO 2023

DISTRITO

SANTIAGO DE SURCO

VALOR PROMEDIO DEL M2 DE TERRENO

\$ 1,870

N°	Ubicación del Inmueble	Teléfono del vendedor o página web del anuncio	Valor Ofertado del Inmueble	Area del Terreno AT	Area Construida M2	Valor del M2 Construcción	Valor Total del Terreno	Valor del M2 de Terreno	Factor de Similitud
1	CASA CON TRES FRENTE Calle Las Cantutas 207 , Las Casuarinas Sur, Santiago de Surco	https://www.adondevivir.com/propiedades/remodelada-las-nuevas-fotos-ya-estan-en-la-63339360.html	\$ 990,000	777	890	\$ 0	\$ 990,000	\$ 1,274	1
2	Surco Hermosa Casa Frente a Parque Calle Miguel Aljovín (Limite con Miraflores)	https://www.adondevivir.com/propiedades/surco-hermosa-casa-en-venta-frente-a-parque-66008946.html	\$ 420,000	162	244	\$ 0	\$ 420,000	\$ 2,593	1
3	CASA EN SURCO, CALLE LOMA BLANCA CUADRA 2, ALTURA DE AV BENAVIDES CON AV. VELAZCO ASTETE.	https://www.adondevivir.com/propiedades/remate-de-casa-en-surco-calle-loma-blanca-a-pocas-64174550.html	\$ 425,000	280	320	\$ 0	\$ 425,000	\$ 1,518	1
4	Casa ubicada estratégicamente en calle residencial. limite con Miraflores, muy cerca a Avenidas principales como Benavides	https://www.adondevivir.com/propiedades/casa-311-m-residencial-ubicacion-estrategica-65766895.html	\$ 530,000	311	311	\$ 0	\$ 530,000	\$ 1,704	2
5	terreno de 189.20m2 en Av. EL PARQUE, San Roque, Surco, cerca de estación Jorge Chávez	https://www.adondevivir.com/propiedades/excelente-casa-de-1-piso-en-san-roque-at189-m-sup2-65972214.html	\$ 299,000	189	120	\$ 0	\$ 299,000	\$ 1,582	2
6	Casa Surco Las Gardenias JIRÓN NARCISO DE LA COLINA 100 las Gardenias, Santiago de Surco	https://www.adondevivir.com/propiedades/casa-venta-surco-las-gardenias-a-t-314-m-sup2-parque-62324147.html	\$ 530,000	311	311	\$ 0	\$ 530,000	\$ 1,704	1
7	moderna casa en Valle Hermoso Monterrico, Surco. La casa tiene 301 m2 de área total y 260 m2 de área construida.	https://www.adondevivir.com/propiedades/preciosa-casa-con-amplio-jardin-terrazza-y-bbq-en-valle-65874065.html	\$ 660,000	301	260	\$ 0	\$ 660,000	\$ 2,193	2
8	casa en Jr .Jeronimo de Aliga Sur 364 Valle Hermoso de Monterrico. Cerca a la Av Primavera Santiago de Surco	https://www.adondevivir.com/propiedades/venta-de-casa-desocupada-a-precio-terreno-valle-65883970.html	\$ 593,000	319	275	\$ 0	\$ 593,000	\$ 1,859	1
9	casa en Valle Hermoso Monterrico, Surco. La casa tiene 301 m2 de área total y 260 m2 de área construida	https://www.adondevivir.com/propiedades/preciosa-casa-con-amplio-jardin-terrazza-y-bbq-en-valle-65874065.html	\$ 660,000	301	260	\$ 0	\$ 660,000	\$ 2,193	2
10	Casa en Condominio Detrás Universidad de Lima At:283 m² Cruz del Sur , Los Granados, Santiago de Surco	https://www.adondevivir.com/propiedades/vendo-casa-en-condominio-detras-universidad-de-lima-65364411.html	\$ 520,000	283	283	\$ 0	\$ 520,000	\$ 1,837	1



Cuadro de Valores Unitarios Oficiales de Edificaciones para Lima Metropolitana y Provincia Constitucional del Callao

Vigente desde el 01 al 31 de Marzo del 2023

Res. Ministerial N° 309-2022-VIVIENDA, modificada por la Res. Ministerial N° 425-2022-VIVIENDA publicada en el Diario El Peruano: 30-dic-2022

Resolución Jefatural N° 074 -2023-INEI (01 marzo 2023) IPC mes de Febrero 2023: 0.52%

Especialidad	Descripción	Código según valores unitarios	Valor Unitario m2
ARQUITECTURA	Piso	D	110.82
	Puertas y ventanas	F	61.77
	Revestimientos	C	195.22
	Baños	B	89.11
ESTRUCTURAS	Muros y columnas	B	382.82
	techos	C	194.39
INSTALACIONES ELECTRICAS Y SANITARIAS	Instalaciones Eléctricas Instalaciones Sanitarias	B	251.50
VALOR TOTAL POR M2			S/ 1,285.63

COSTO ESTIMADO DE LA EDIFICACION AL MES DE MARZO 2023			
Unidad Inmobiliaria	Área M2	Valor /m2	Valor Parcial
PRIMER PISO	4263.98	S/ 1,285.63	S/ 5,481,857.97
SEGUNDO PISO	2817.96	S/ 1,285.63	S/ 3,622,853.91
COSTO TOTAL			S/ 9,104,754.52

OTROS COSTOS DE INVERSIÓN			
	Área M2	Valor /m2	Total
Costo de terreno	5278.00	\$ 1,870.00	\$ 9,869,860.00
Tasa cambio dólar 3.75	5278.00	S/ 7,021	S/ 37,061,324.30

COSTO TOTAL DE INVERSIÓN	
Costo estimado de construcción	S/ 9,104,754.52
Costo terreno	S/ 37,061,324.30
TOTAL	S/ 46,166,078.82

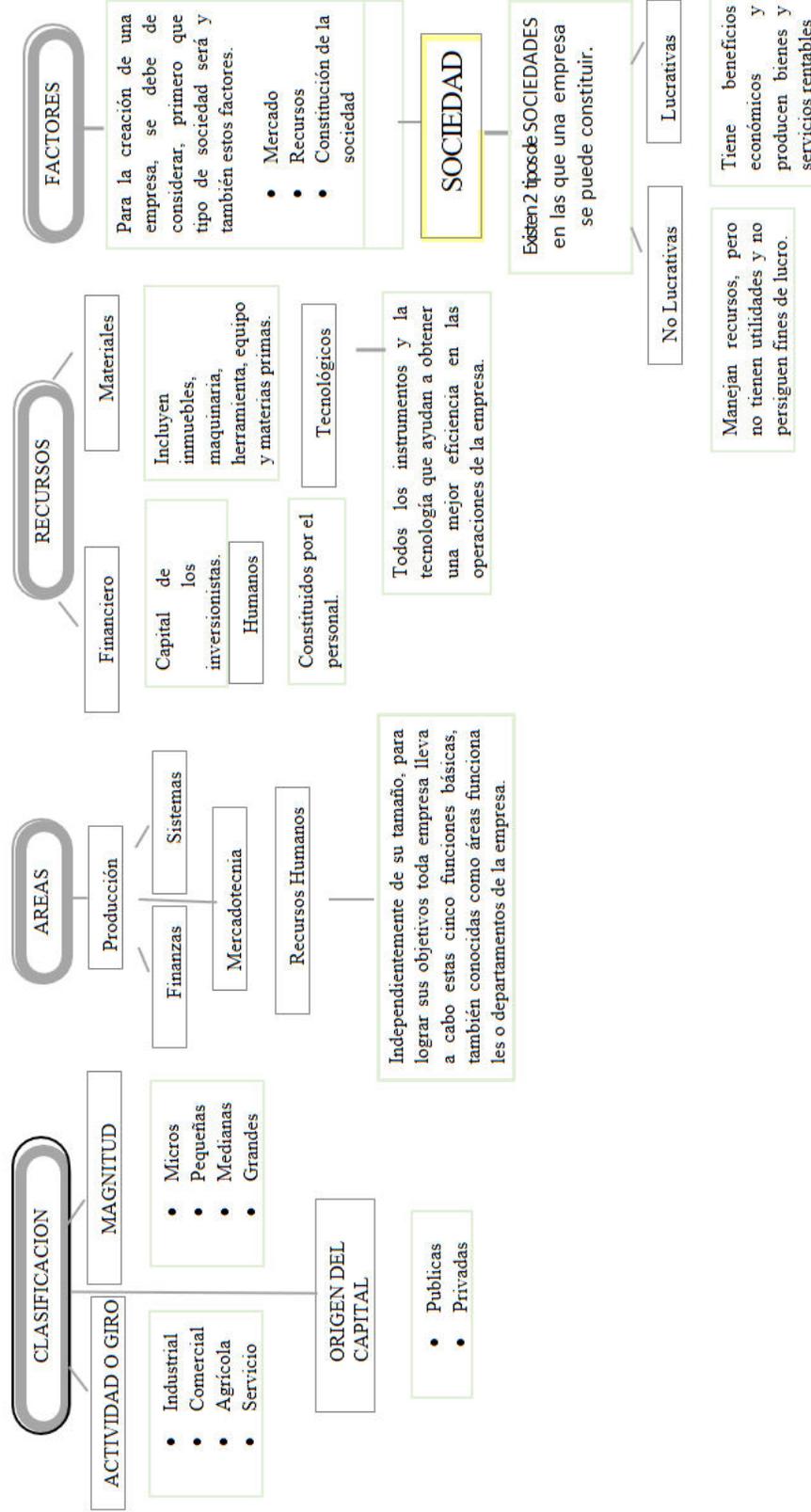
Análisis Financiero

Presupuesto de marketing

Presupuesto de ventas	%	S/. 10,000.00
Cartel	10	1,000.00
Folletos	10	1,000.00
Caseta de ventas	6	700.00
Página web	3	300.00
Diarios	30	3,000.00
Comisión vendedores	40	4,000.00
total	100	10,000.00

EMPRESA

Es un grupo social, unidad productiva, en el que, mediante la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.



1.1.92. Evaluación Financiera y Rentabilidad Social y Económica del Proyecto

Figura 130 Relación entre decisiones de inversión y financiación

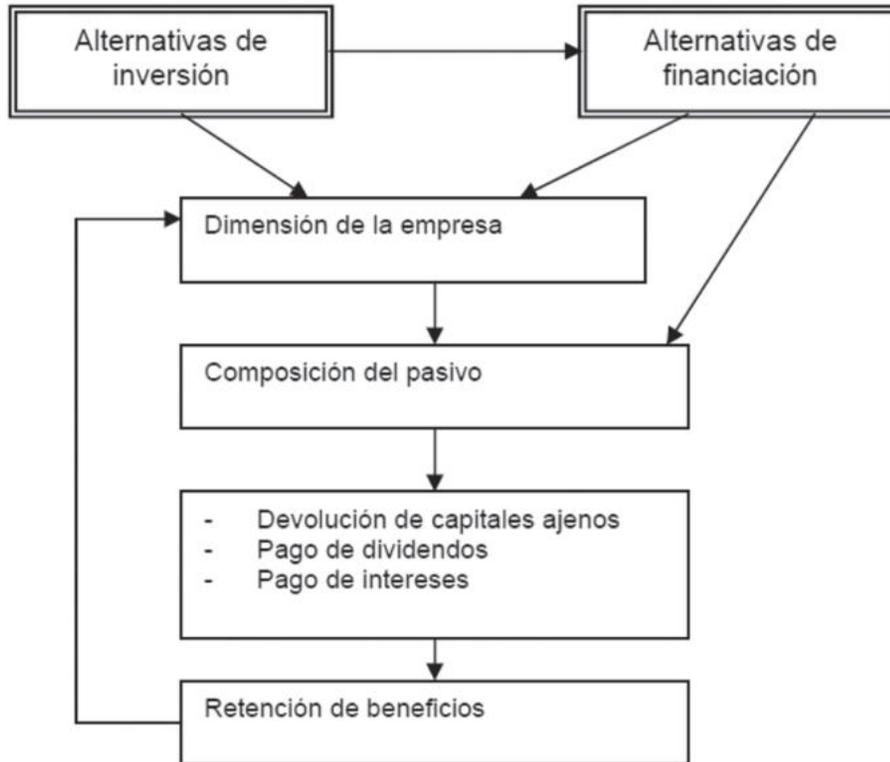
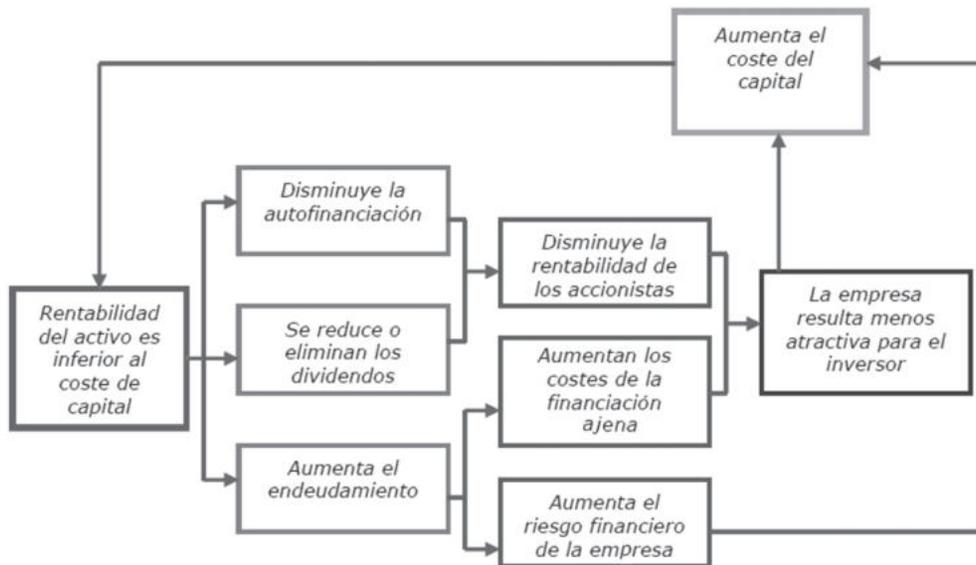
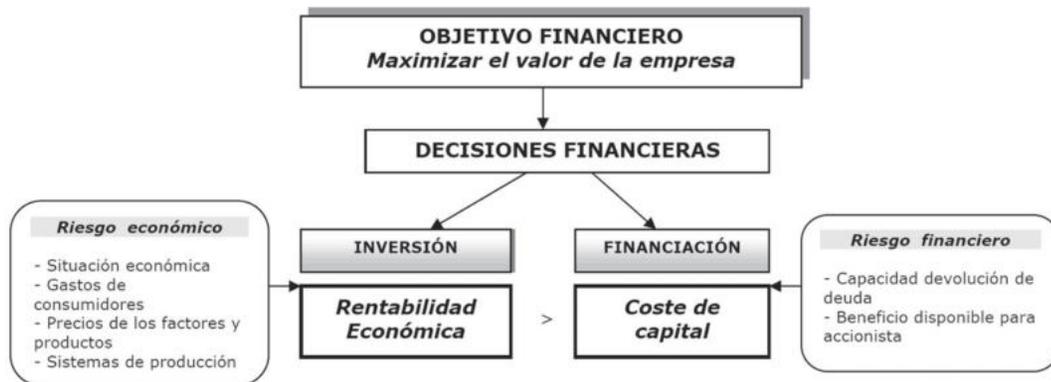


Figura 131 Relación entre rentabilidad y coste de capital



1.1.93. Forma de Financiación y/o Apalancamiento del Proyecto



Capítulo VII

**DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS
AL PROYECTO ARQUITECTÓNICO**

CAPITULO VII: DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS AL PROYECTO

ARQUITECTÓNICO

Memoria Descriptiva

1.1.94. Antecedentes

El inmueble es de propiedad de la ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO SANTA ISABEL DE VILLA, identificada con R.U.C. N° 20434050121, inscrita en la partida electrónica N° 11024728, del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de Lima, con domicilio en: Av. Vista Alegre Lote 2 AA.HH. Santa Isabel de Villa (Comité 2, Alt. Km. 18.5 Panamericana Sur), distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, debidamente representada por su presidente, el cual se elige cada 2 años, con poderes inscritos en el Registro de Personas Jurídicas, Asiento A00018 de la referida partida electrónica

La presente memoria tiene por finalidad la descripción del proyecto del nuevo mercado minorista, la cual se ha diseñado una edificación de 02 pisos con 172 puestos comerciales, más áreas comunes de circulación y espacios abiertos para interacción social.

1.1.95. El terreno

Ubicación

El terreno donde se tiene planificado el proyecto en mención se encuentra ubicado en la Av. José Olaya con Av. Vista Alegre y Av. Independencia, lote 02, Mz. “O”, Pueblo Joven Santa Isabel de Villa, distrito de Santiago de Surco. – Lima.

Del Terreno

El terreno es una manzana comercial que consta de los linderos y medidas perimétricas siguientes:

Linderos

Por el Frente: En línea recta de 104.00 m de longitud con la Av. Jose Olaya.

ENTRANDO POR LA IZQUIERDA: En línea recta de 50.75 m de longitud con la Av. Independencia.

ENTRANDO POR LA DERECHA: En línea recta de 50.75 m de longitud con la Av. Vista Alegre.

Y POR EL FONDO: En línea recta de 104.00 m de longitud con Propiedad de terceros.

Perímetro

El perímetro de la superficie imaginaria del lote de terreno en planta es una poligonal cerrada de 203.00 m de longitud.

Área del Terreno

La superficie imaginaria del lote de terreno en planta tiene un área de 5,278.00 m².

Topografía

El relieve del lote de terreno es irregular teniendo como máxima depresión 2.50 m.

(Ver plano topográfico)

Área Techada

El área techada del 1er Nivel es de: 4,263.98 m²

El área techada del 2do Nivel es de: 2,817.96 m²

Área total techada: 7,054.94 m²

Área Libre

Área Libre del terreno 19.49%: 1,029.13 m²

1.1.96. Descripción del proyecto

El proyecto presenta la siguiente distribución de ambientes por piso:

Sótano

El ingreso para llegada al sótano se da desde la calle Vista Alegre; a través de una rampa de 12% de pendiente que nos hace llegar al estacionamiento que tiene una capacidad para 85 estacionamientos; al llegar nos encontramos con el hall, que nos lleva al patio de maniobra y al inicio de la escalera de evacuación n°1, por el otro lado se localiza el patio de maniobra carga y descarga, acopio central, saliendo de este, nos encontramos con un pasadizo n°1 que nos lleva a los siguientes ambientes, grupo electrógeno, cuarto de tableros eléctricos, sub estación eléctrica, 2 almacenes de herramientas, cisterna ACI, cisterna ACD, nos encontramos con un pasadizo n°2, seguidos por los ss.hh. mujeres, ss.hh. hombres, saliendo llegamos al pasadizo n°3 que tiene un ascensor y el inicio de escalera n°2 seguido de escalera n°3 y escalera n°4 seguido de la escalera n°5. además, nos guía a una salida e ingreso a calle Vista Alegre.

El ingreso principal es por la Av. José Olaya, comenzando el recorrido hacia el interior del proyecto del primer nivel nos encontramos con el parque n°1 como recibimiento de este, ingresando nos entramos con un gran hall n°1 con una vista central al patio de comida, acompañado del anfiteatro y un jardín. Al lado derecho, en el pasadizo n°1 se ubica la zona de tiendas que tiene como llegada el Hall n°2, que es el recibimiento del ingreso o salida n°3, en esta área está ubicado una pequeña zona de acopio; continuamos en la zona de tiendas y biohuerto en el pasadizo n°2, asimismo el pasadizo n°9 y n°10 se incluye dentro de la zona de biohuertos; paralelo a estos encontramos el pasadizo n°8 con una zona de biohuertos, servicios higiénicos, escalera y ascensor n°1, continuando el recorrido del pasadizo n°8 terminamos con la escalera n°2 y nos direcciona al pasadizo n°3 donde se encuentra las áreas de mesa de cultivo, guardería, comedor, oficina de biohuerto, tópico, seguridad, servicios higiénicos, almacenes, zona de carga y descarga, zona de acopio e ingreso o salida n°3.

Al lado izquierdo se encuentra el pasadizo n°1 con la zona de copias, librería, celulares, confitería; finaliza este pasadizo con un hall y escalera de evacuación. Continuando la zona de celulares en el pasadizo n°2 se puede visualizar un huerto con asientos de descanso y este nos lleva al pasadizo n°3 que es la zona de frutas, paralelo se encuentra el pasadizo n°4 con la zona de pollo, carnes, pescado, que además encontramos unas jardineras y asientos para descanso e interacción social; finalizando el pasillo se encuentra la zona de acopio, el hall y escalera de evacuación, conectado con un montacarga, asimismo el ingreso y salida n°4. En el pasadizo n°5 está la zona de abarrotes y confitería; en el pasadizo n°6 la zona de confitería y ferretería; en el pasadizo n°8 la zona mercería, embutidos, este pasadizo nos lleva al ingreso principal que se encuentra la escalera y ascensor n°5.

Segundo Nivel

Se llega a través de todos los accesos verticales mencionadas anteriormente,

comenzamos por la parte frontal con la llegada y continuación de la escalera y ascensor derecho n°6 y así nos acoge el hall que nos direcciona hacia el pasillo n°8 con la zona de tiendas acompañado de un área de hall con sillas de descanso, paralelo encontramos el pasadizo n°9 con una vista a la terraza, en esta área se encuentra la zona de recepción, administración, baños de oficina, sala de reuniones, contabilidad y sala de usos múltiples. Continuando en el lado derecho visualizamos el pasadizo n°11 con la zona de cafetería, juguetería, servicios higiénicos de mujeres y escalera de evacuación; en el pasadizo n°12 se encuentra la zona de biohuerto con un área de jardinera.

En el lado izquierdo iniciamos con el pasadizo n°8 con la escalera y ascensor n°6 se encuentra la zona de vestir, terminamos el pasadizo con un hall y la escalera de evacuación n°7; en el pasadizo n°9 cuenta con un área de descanso y socialización con vista a la terraza, asimismo se ubica la zona de calzados y confecciones; paralelo al pasadizo llegamos al pasillo n°10 donde se encuentra la zona de servicio técnico, renovadora, locería, además encontramos unas jardineras y asientos para descanso e interacción social; finalizando el pasadizo se encuentra el área de acopio, el hall junto a la escalera de evacuación y montacarga. En el pasadizo n°10 se encuentra la zona de juguetería, perfumes y abarrotes; paralelo está el pasadizo n°11 con la zona de cafetería, juguetería y vista a la terraza. En la parte central se ubica un patio de comida con vista al exterior y a la terraza.

Especificaciones Técnicas por Partidas

1.1.97. Generalidades

1.1.98. Obras Provisionales

1.1.99. Trabajos Preliminares

1.1.100. Obras de Albañilería

1.1.101. Revoques, Enlucidos y Molduras

1.1.102. Pisos y Pavimentos

1.1.103. Zócalos y Contrazócalos

1.1.104. Carpintería de Madera

1.1.105. Carpintería Metálica y Herrería

1.1.106. Cerrajería

1.1.107. Pintura

1.1.108. Vidrios

1.1.109. Aparatos sanitarios y grifería

1.1.110. Varios

Metrados y Presupuesto de Arquitectura e Ingeniería por Partidas y Subpartidas

Estimado de Costos Globales de la Edificación



Capítulo VIII

FUENTES

FUENTES DE INFORMACIÓN (SEGÚN EL APA 6)

Bibliografía

REFERENCIAS

- Vázquez, F. (2013). *Arquitectos Fermín Vázquez*. Obtenido de Arquitectos Fermín Vázquez: <https://b720.com/es/portfolio/mercat-dels-encants/>
- Arquitectos, F. V. (2013). <https://b720.com/es/portfolio/mercat-dels-encants/>. Obtenido de <https://b720.com/es/portfolio/mercat-dels-encants/>: <https://b720.com/es/portfolio/mercat-dels-encants/>
- Arquitectos, R. (2014). *Mercado Roma*. Obtenido de rojkindarquitectos.com: <http://rojkindarquitectos.com/work/mercado-roma/>
- Barba, J. J. (07 de MARZO de 2014). *Metalucus*. Obtenido de Metalucus: <https://www.metalocus.es/es/noticias/mercado-de-santa-caterina-por-embt>
- Biblioteca de la universidad de Alcalá. (30 de marzo de 2020). *Fuentes de investigación recuperada*. Obtenido de <https://biblioteca.uah.es/biblioteca/bibliotecaonline.asp>: <https://biblioteca.uah.es/biblioteca/bibliotecaonline.asp>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (s.f.). *CONCYTEC*. Obtenido de <https://www.gob.pe/concytec>: <https://www.gob.pe/concytec>
- García Gutiérrez, M. R., Miranda Rodríguez, C. L., & Ramos Escudero, F. P. (2017). *Composicion nutricional, Propiedades Funcionales, Componentes Bioactivos y Actividad Antioxidante de dos variedades de semillas de chia (salvia hispanica l.) de cultivo convencional y organico en el Peru*. Lima: UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS.

- Gordon, R. A., Estrada, M., Rodriguez, N., & Sartorius, A. (2007). *Ilor mercados minoristas como motor para el desarrollo economico, social y cultural de una ciudad*. New York, washington D.C.: fondo multilateral de inversiones.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & BatistaLucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- HERRERA, A. A. (2018). “*NUEVO MERCADO DE ABASTOS EN LA CIUDAD DE ILO*”. lima.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s.f.). <https://www.gob.pe/inei/>. Obtenido de <https://www.gob.pe/inei/>: <https://www.gob.pe/inei/>
- Mesa, F., & Mesa, F. (2013). *Permeabilidad*. Medellin, Colombia: Mesa Editores.
- Meshher, L. (2011). *Diseño de Espacios Comerciales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Municipalidad de Distrital de Santiago de Surco. (2018). *Plan Operativo institucional 2019*. Lima: Municipalidad de Surco .
- Palacios, J., & Garay, R. (2014). *El Turismo y su Relacion con el Desarrollo sSostenible del distrito de Cerro Azul, Cañete*. Lima: ciencia y desarrollo.
- Plataforma por la defensa de los mercados tradicionales. (2013). *Mercado de Abastos*. Obtenido de El Mercado del Bienestar se expone en el Mercado de San Fernando: mercadodeabastos.wordpress.com
- Rey De la fuente, R. S., & Gonzalez Moix, O. R. (2022). *Mercado Sostenible en Cerro Azul*. lima, peru: universidad peruana de ciencias aplicadas.
- Rodriguez Carrion, H. J., & Cervantes Veliz, F. O. (2017). *Nuevo mercado minorista de abastos de la Copse para beneficiar a los usuarios y asociacion*. *Nuevo mercado*

minorista de abasos de la Copse para beneficiar a los usuarios y asociacion. Lima,
Lima, Peru: Universidad Alas Peruanas .

Salvatierra, R. (15 de abril de 2020). *Andina*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-coronavirus-minsa-recomienda-alimentos-para-fortalecer-sistema-inmune-793070.aspx>

Sánchez Huarcaya, E. B., Orbegoso Cabeza, G. M., Campos Guerra, R. L., & Flores Castro, A. (2016). Plan de Negocios de un Biomarket Organico Ubicado en Lima. Lima: Universidad del Pacifico.

SENASA. (s.f.). *Produccion Organica*. Obtenido de Produccion Organica:
https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2015/07/Preguntas-Frecuentes_DIAIA1.pdf

Vargas Silva, G. (2019). Biomecánica de los árboles: crecimiento, anatomía y morfología. *Madera y Bosques*.

vigesimo tercera edicion (edicion del tricentenario). (2014). *Real Academia Española*. colombia: panamericana formas e impresos s.a.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Municipalidad de Santiago de Surco. Plan de Desarrollo Local Concertado 2017
- INEI. Informe Técnico N°01. Lima: s.n., agosto de 2010. Informe.
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. Reglamento Nacional de Edificaciones. Comisión de Actualización del Reglamento Nacional de Edificaciones. Lima: Ediciones Miano, 2006. Decreto Supremo N°011-2006-VIVIENDA.
- Ministerio de Salud. Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abastos. Lima: s.n., 2006. Resolución Ministerial N°282-2003-SA/DM.

Web grafía

- INEI PERU, El Instituto Nacional de Estadística e Informática
<http://www.inei.gob.pe/>
- Personal de la Empresa Municipal de Mercados S.A.
- EMMSA <http://www.emmsa.com.pe/>
- Organismo de Formalización de la Propiedad Informal - COFOPRI
http://www.cofopri.gob.pe/pren_ver_detnot.asp?cod=73&img=1
- Municipalidad Distrital de Santiago de Surco <https://www.munisurco.gob.pe/>