



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Diagnóstico físico-espacial y funcional del mercado Buenos Aires del Distrito de Nuevo Chimbote”

PROYECTO URBANO ARQUITECTÓNICO

“Nuevo mercado Buenos Aires para el Distrito de Nuevo Chimbote”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ARQUITECTO**

AUTOR:

Hellen Lizzet Vásquez Hernández

ASESOR:

Metodólogo: Mg. Arq. Benjamín Núñez Simborth

Especialista: Arq. Ana María Reyes Guillen

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectónico

CHIMBOTE – PERÚ

2018

Página del jurado



Mg. Arq. Benjamín Núñez Simborth

PRESIDENTE



Arq. Ana María Reyes Guillén

SECRETARIO



X Arq. Juan Lucio De La Rosa Anhuaman

VOCAL

DEDICATORIA

A mi Padre Celestial, al supremo **DIOS** quien me ayudo llenándome de sabiduría, inteligencia dándome el entendimiento para desarrollar el presente trabajo.

A mis Padres los cuales me apoyaron mucho con su amor y paciencia, estimulándome constantemente para alcanzar mí objetivo.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesora la ARQ. ANA MARIA REYES GUILLEN por su desinteresado apoyo, por su paciencia y sobre todo por su valiosa orientación para el desarrollo de esta tesis.

Al ARQ. BENJAMÍN NUÑEZ SIMBORTH por sus enseñanzas por sus valiosas opiniones, por sus buenos consejos y por su gran labor educadora en nuestra formación profesional.

A los maestros de la universidad, destacados profesionales ejemplos de responsabilidad y trabajo y sobre todo por su paciencia y apoyo.

A mis compañeros por compartir sus conocimientos conmigo, principalmente por su compañía y su amistad.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Hellen Lizzet Vásquez Hernández** con DNI N° **43785520**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la universidad en el reglamento de grados y títulos de la universidad cesar vallejo, facultad de arquitectura, escuela de Arquitectura, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Nuevo Chimbote 09, De Octubre Del 2017

PRESENTACIÓN

El Distrito de Nuevo Chimbote se ha convertido en una de las ciudades más sobresalientes del Departamento de Ancash, donde su desarrollo urbano se ha potencializado en los últimos 10 años, aumento así la calidad de sus equipamientos, y sobre todo su gran flujo comercial en la cual se halla el servicio de comercialización de mercado de abastos, indispensable para la existencia de Nuevo Chimbote.

Actualmente el Distrito se ha expandido de manera significativa, habiendo aumentado la población que radica en esta ciudad, incrementando así rápidamente la demanda de los productos comestibles. Pese a esto las autoridades municipales no se han preocupado por mejorar el mercado existente o incluso proponer nuevas edificaciones comerciales de este tipo para abastecer a la incrementada población que día tras día tiene la necesidad de consumir los productos que el mercado de abastos brinda.

El Mercado Buenos Aires es prácticamente el único mercado de abastos a nivel Distrital que cuenta con todos los requisitos que la población necesita, la cual también genera mayor cantidad de dinero. Debido a su ya saturado movimiento comercial, se ha expandido de manera desordenada e insegura, provocando un caos; como la contaminación de las calles y del mismo mercado; la irregularidad de algunos puestos de ventas y su apretada circulación a la hora de realizar compras.

Más adelante se corre el riesgo de que ya los centros comerciales existentes se apoderen del sector comercial y desplacen al mercado Buenos Aires. Es por ello que la presente investigación; tiene como finalidad una nueva propuesta en este mercado, recuperando las partes positivas y proponiendo nuevas ideas, aplicando las nuevas tendencias comerciales, sin perder la identidad del mercado de abastos, dando una nueva imagen al Distrito de Nuevo Chimbote y mejorando la calidad de vida del usuario, respondiendo a sus necesidades de manera óptima.

De esta manera se lograra redefinir el concepto de mercado de abastos, con un servicio de calidad, una arquitectura diferente y adecuada, mejorando así el sector comercial.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN	VI
ÍNDICE.....	VII
ABSTRACT	XI
CAPÍTULO I	12
1.1. PLANTEAMIENTO DEL TEMA-PROBLEMA:	13
1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO:.....	18
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:	18
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:	19
1.5 VIABILIDAD DEL ESTUDIO:.....	20
1.6 LIMITACIONES:.....	21
CAPÍTULO II	22
ENFOQUE DEL METODO.....	22
2.1 CONTEXTO FISICO /AMBIENTE O ESCENARIO.....	23
2.1.1 Ámbito Físico:	23
2.1.2 El ambiente o escenario y sus lineamientos generales para su ubicación:	24
2.2 POBLACIÓN INVOLUCRADA – MUESTRA.....	25
2.2.1 Población:	25
2.2.2 Muestras representativas:	25
2.2.3 Tamaño de la Muestra:	25
2.3 DISEÑO /ABORDAJE Y FUNDAMENTACIÓN:.....	25
2.3.1. Técnicas e Instrumentos	26
2.4 MODELOS DE ENTREVISTAS.....	26
2.4.1 Aspectos Generales de las Entrevistas	26
2.4.2 Modelo de Ficha Técnica De Observación.....	29
2.4.3 Modelo de Ficha Técnica de Casos exitosos	29
2.4.4 Modelo de Ficha Bibliográfica	30

CAPITULO III	32
3.1. MARCO REFERENCIAL O TEORICO	33
3.2 MARCO CONCEPTUAL.....	35
3.3 REVISIÓN Y ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS EXITOSAS	37
3.3.1 NUEVO MERCADO DE CHACAO –VENEZUELA	37
B.) ANALISIS FUNCIONAL.....	42
3.3.2. MERCADO DE ABASTOS DE SANLUCAR LA MAYOR	66
CAPÍTULO IV	82
4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
4.1. PROCESAMIENTO, DESCRIPCION Y ANALISIS DE LA INFORMACION .	83
4.1.1. OBJETIVO 1	83
4.1.2 OBJETIVO 2.....	90
4.1.3 OBJETIVO 3.....	97
4.1.4 OBJETIVO 4:.....	110
CAPÍTULO V	131
5. CONCLUSIONES – RECOMENDACIONES	132
5.1 CONCLUSIONES:.....	132
5.2 MATRIZ DE CORRESPONDENCIA ENTRE OBJETIVOS –PREGUNTAS- CONCLUSIONES.....	141
5.3 RECOMENDACIONES	151
5.4 MATRIZ DE CORRESPONDENCIA ENTRE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:	152
CAPÍTULO VI	158
6.1 DEFINICIÓN DE LOS USUARIOS	159
6.2 PROGRAMACION ARQUITECTONICA	160
6.2.2 PROGRAMACION DE ZONAS DE SERVICIOS QUE CONFORMAN EL MERCADO DE ABASTOS.....	162
6.2.3 RELACIONES DE LAS ZONAS Y AMBIENTES	165
6.2 ÁREA FÍSICA DE INTERVENCIÓN: TERRENO/LOTE, CONTEXTO (ANÁLISIS), APORTES BIOFÍSICOS.....	166
6.3.1 CARACTERISTICAS DEL AREA A INTERVENIR	166

6.3.2 ANALISIS DEL CONTEXTO.....	171
6.3.3 APORTES BIOFÍSICOS.....	173
6.4 CONCEPTUALIZACION DE LA PROPUESTA.....	174
6.5 IDEA RECTORA.....	174
6.6 CRITERIOS DE DISEÑO:	175
6.7 CONDICIONANTES COMPLEMENTARIAS DE LA PROPUESTA.....	179
6.7.1 REGLAMENTO / NORMATIVIDAD:.....	179

RESUMEN

El **Mercado Buenos Aires** es prácticamente el único **mercado de abastos** a nivel Distrital que cuenta con todos los requisitos que la población necesita, la cual también genera mayor cantidad de dinero. Debido a su ya saturado movimiento comercial, se ha expandido de manera desordenada e insegura, provocando un caos; como la **contaminación** de las calles y del mismo mercado; **la irregularidad** de algunos puestos de ventas y su apretada circulación a la hora de realizar compras.

Más adelante se corre el riesgo de que ya los centros comerciales existentes se apoderen del sector comercial y desplacen al mercado Buenos Aires. Es por ello que la presente investigación; tiene como finalidad una nueva propuesta en este mercado, recuperando las partes positivas y proponiendo nuevas ideas, aplicando las nuevas tendencias comerciales, sin perder la identidad del mercado de abastos, dando una nueva imagen al Distrito de Nuevo Chimbote y mejorando la calidad de vida del usuario, respondiendo a sus necesidades de manera óptima.

Palabras clave: centro de abastos, actividad comercial, imagen urbana, comercio informal

Centro De Abastos: local en el que se sigue el sistema de compra y venta, de atención al público en puestos individuales dentro de ambientes cerrados y que cumplan las normas y requisitos técnicos, en una infraestructura adecuada.

Actividad Comercial: conjunto de operaciones o tareas propias de una negociación que se hace comprando, vendiendo o permutando unas cosas por otras.

Imagen Urbana: características y apariencia de la problemática de los edificios y espacios públicos que conforman una ciudad.

Comercio Informal: es la actividad económica informal que se desarrolla en áreas regulares de la vía pública prestando servicios o comercializando en forma directa y en pequeña escala de productos preparados.

ABSTRACT

The Buenos Aires market is practically the only supply market at the district level that has all the requirements that the population needs, which also generates a greater amount of money. Due to its already saturated commercial movement, it has expanded in a disorderly and insecure way, causing chaos; such as street and market pollution; The irregularity of some sales stalls and their tight circulation at the time of making purchases.

At a later date there is a risk that existing shopping centres will take over the commercial sector and move the Buenos Aires market. This is why this research; It has as its purpose a new proposal in this market, recovering the positive parts and proposing new ideas, applying the new commercial tendencies, without losing the identity of the market of supplies, giving a new image to the district of Nuevo Chimbote and Improving the quality of life of the user.

Keywords: supply center, commercial activity, imagen urban, informal commerce

Supply Center: local in which the purchase and sale system is followed, of attention to the public in individual positions within closed environments and that meet the standards and technical requirements, in an adequate infrastructure.

Comercial activity: set of operations or tasks of a negotiation that is done buying, selling or exchanging some things for others.

Imagen Urban: characteristics and appearance of the problematic of the buildings and public spaces that make up a city.

Informal commerce: it is the informal economic activity that takes place in regular areas of the public road, providing services or commercializing direct and small-scale products prepared.

CAPITULO I

1.1. PLANTEAMIENTO DEL TEMA-PROBLEMA:

El mercado de abastos de Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote, es un equipamiento comunitario público comercial, que mantiene un fuerte vínculo con la población y que definitivamente está presente en las compras diarias de cada poblador cercano a este mercado. Esta área del mercado fue dada por donación del estado; a causa del terremoto del 1970 en la zona de expansión urbana de la ciudad de Chimbote.






Inicialmente el Mercado Buenos Aires contaba con un área correspondiente a 5800m², dentro del cual se construyeron 301 stands (puestos que conforman el **mercado antiguo**) pero con el paso del tiempo se han generado muchos cambios referentes al uso específico de sus áreas, como es el caso de la Asociación De La Cooperativa Santa Rosa, la cual fue un área diseñada y proyectada para áreas verdes sin embargo con el cambio de uso (comercio privado) ya no pertenece al mercado Buenos Aires. Así también el local comunal que fue diseñado para carga y descarga de los abastecedores fue vendido a ENATRU, por lo mismo tampoco pertenece al mercado Buenos Aires.

En la actualidad el mercado Buenos Aires está conformado por 3 sectores: **sector A (mercado antiguo)**, en este sector todos los comerciantes son propietarios de cada uno de sus puestos; en el **sector B (1ª ampliación)** cada comerciante tiene un documento de adjudicación otorgado por la municipalidad provincial de santa y también están en proceso de privatización y en el **sector C (2ª ampliación)** este sector también está en proceso de privatización. Las condiciones en general de estos 5 sectores son precarias en cuanto a su infraestructura, funcionalidad y espacialidad se refiere; cabe señalar que gran parte del caos tiene que ver con la privatización, ya que cada comerciante es propietario de su puesto y es por ello la desorganización, la falta de acuerdo entre ellos y por la ocupación de áreas de servicio público como las circulaciones o lugares destinados a estacionamiento ocupados por comercio ambulatorio.



Figura 1: Vista satelital del Mercado Buenos Aires (año 2013) – Fuente google

Leyenda:

- | | | | |
|----------|---|-------------------------|--|
| Sector A | : | Mercado antiguo..... |  |
| Sector B | : | Primera ampliación..... |  |
| Sector C | : | Segunda ampliación..... |  |
| Sector D | : | Tercera ampliación..... |  |
| Sector E | : | Cuarta ampliación..... |  |

Por lo mismo el Mercado Buenos Aires forma un área muy dinámica generada principalmente por su gran comercio existente ya que es un mercado a nivel distrital (C3), que pertenece al tipo de mercado de abastos minorista, comercializando productos de primera necesidad o primarios (alimenticios, de calzar o de vestir), secundarios(servicios) y terciarios (superfluos o lujos) en pequeños y moderadas cantidades directamente a sus consumidores que concurren desde diferentes sectores de la ciudad empeñando todos sus esfuerzos a satisfacer las necesidades de sus Clientes, como las amas de casa, trabajadores de entidades públicas y privadas, visitantes, entre otros.

Este centro de abastos, tiene una antigüedad aproximadamente 36 años y se puede observar, **físicamente**, que presenta serios daños en sus elementos estructurales, como vigas, columnas muros y pisos, incluso el material del techo está hecho de canalones el cual es un material cancerígeno perjudicando y poniendo en riesgo la salud tanto de los comerciantes como de los usuarios y proveedores. Otra de las fallas que presenta, es que se encuentra deteriorado con algunas aberturas y agujeros en la cubierta ocasionado así el ingreso de aves dentro del mercado originando la contaminación del ambiente y la mala calidad de servicio; todo esto debido a su antigüedad y a otras múltiples reparaciones realizadas de manera artesanal sin una apropiada orientación, técnica ni profesional.

También observamos, **espacialmente** que los comerciantes no respetan los límites de sus puestos e invaden los pasadizos o circulaciones que además son estrechos para almacenar y acoplar sus mercaderías impidiendo que exista un tránsito fluido y cómodo de los clientes, debido a que los puestos carecen de un dimensionamiento apropiado para el almacenamiento, exhibición y ventas de sus productos según sus líneas comerciales o rubros.

La contaminación es otro de los problemas que influyen para la mala calidad de servicio ya que el mercado no cuenta con espacios o ambientes destinados para su limpieza y mantenimiento así como también de espacios para el abastecimiento de sus productos y de áreas libres necesarias en todo establecimiento comercial.



Figura 2: vista interior de uno de los pasajes principales del mercado Buenos Aires, ocupado con mercaderías de los propios comerciantes - Fuente Propia.

Otro de los **problemas internos** que presenta **funcionalmente**, es el desorden y desorganización debido a que la distribución de los puestos de ventas según sus rubros no responde a criterios comerciales ni de competencia, más aun que en estos últimos años varios puestos han cambiado de giros, principalmente en la venta de ropas, calzados y comidas preparadas, impregnándose los olores emanados por las comidas en la prendas de vestir, además la forma y ubicación de los puestos no nos permite observar un panorama general del mercado ,limitando nuestra visual a los pasillos obstaculizados por el comercio informal, lo que impide que los comerciantes tengan facilidad para mostrar sus productos.

La venta de frutas, verduras, tubérculos y molidos se realizan en su mayoría sin puesto alguno debido a que son informales y se ubican en los cruces de pasadizos o adjunto a otros puestos de rubros diferentes, realizando su venta en pequeños kioscos, sobre tablonces de madera y cestas donde exhiben sus productos ,reforzando la imagen de desorden e inseguridad.

El abastecimiento de sus productos se realiza desde el exterior de manera individual a cualquier hora de día, generando incomodidad para los clientes ubicados en el interior del mercado y de los peatones que transitan por las vías públicas, ya que existe comercio ambulatorio de todo tipo en todos los acceso al mercado; siendo peligroso si se requiere una evacuación inmediata en caso de algún tipo de desastre natural o accidente.

Dentro de los **problemas externos** que presenta el mercado Buenos Aires, encontramos un acentuado problema de congestión vehicular, el cual termina provocando ruidos molestos, contaminando así el medio ambiente y generando el desorden e inseguridad para el usuario.



Figura 3: vista panorámica del estacionamiento actual del mercado Buenos Aires, en donde se puede observar el gran congestión vehicular - Fuente Propia.

El problema surge cuando empieza a perder el alto movimiento en el que se ha desarrollado en los últimos años, cuando el flujo potencial de consumidores descubre nuevos equipamientos que brindan un mejor y más cómodo servicio a comparación de este mercado de abastos; el cual con todos los problemas antes mencionados, no se encuentra en las condiciones óptimas de poder competir con el mundo globalizado al que se enfrenta, por no contar con un diseño arquitectónico adaptado a las nuevas exigencias sociales .

Lo que se busca con esta investigación es analizar la situación presente, a fin de revertirla para lograr la recuperación de un mercado tradicional y para dar solución a los diferentes problemas que están ocasionando la disminución del buen servicio, sus ventas y sobre todo a la imagen urbana que presenta en la actualidad.

1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

1. Analizar la situación actual de cada uno de los sectores que conforman el mercado Buenos Aires y las formas de intervención que se realizará.
2. Tipificar el giro o rubros de ventas y cuantificar cada uno de ellos dentro del mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote.
3. Conocer el requerimiento por giro o rubro de venta de cada uno dentro del mercado de Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote.
4. Conocer las cualidades físico-espaciales según el giro o rubro de venta dentro del mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote.
5. Conocer los Ambientes para servicios complementarios que requieran los comerciantes y usuarios del mercado Buenos Aires de la ciudad de Nvo. Chimbote.

1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:

- ¿Cuál es la situación actual de cada uno de los sectores del mercado de buenos aires?
- ¿Cuál es el tipo de intervención que se realizará entre los sectores del Mercado Buenos Aires?
- ¿Qué tipos de giros o rubros de venta existen y cuantos hay dentro del mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote?
- ¿Cuál es el requerimiento por giro o rubro de venta dentro del mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote?

- ¿Cuáles son las cualidades físicas –espaciales que deben de tener según el giro o rubro de venta?
- ¿Cuál son los Ambientes para servicios complementarios que requieran los comerciantes y usuarios del mercado Buenos Aires de la ciudad de Nvo. Chimbote?
- ¿Cual son las condiciones físicos-espaciales que se requieren para los ambientes complementarios?

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

- ✓ Se realiza por que actualmente el Mercado Buenos Aires no se encuentra en las condiciones de poder competir con el mundo globalizado al que se enfrenta; y como son espacios que tienen la necesidad de crecer y superarse, se les brindará un nuevo diseño arquitectónico adaptado a las nuevas exigencias sociales, debido a que están siendo desplazados por los grandes centros comerciales que existen en su entorno.
- ✓ Se realiza para encontrar una solución a las precarias condiciones en que se encuentran funcionando y para dotar a la asociación de comerciantes del mercado Buenos Aires y a la población de Nuevo Chimbote, de una edificación moderna con una arquitectura sostenible en cuidado del medio ambiente, que satisfaga las necesidades de sus usuarios repotenciando el desarrollo comercial dentro del sector de la ciudad.
- ✓ Es necesario para brindar a los usuarios del mercado tanto a comerciantes y clientes, mejoras en la calidad de servicio dentro de la actividad comercial.

- ✓ La informalidad del mercado deteriora la imagen urbana del centro cívico de Nuevo Chimbote y sus alrededores, es por ello que al contar con un proyecto de este tipo, diseñado especialmente para que se desarrolle una correcta actividad comercial y también obtener mejoras con respecto a la imagen urbana de la zona comercial, ya que es de gran importancia y que a su vez traería consigo un realce turístico, cultural y comercial al sector de la ciudad de Nuevo Chimbote.

- ✓ Hasta la actualidad no ha tenido ningún proyecto de mejoramiento y/o renovación.

1.5 VIABILIDAD DEL ESTUDIO:

➤ El trabajo de investigación es viable por:

- ✓ **La motivación intrínseca con respecto al tema de investigación.**

La motivación intrínseca personal como estudiantes y futuros arquitectos, de poder ser parte de una propuesta que busque solucionar y terminar con la problemática existente en ella.

- ✓ **El transporte al lugar de estudio.**

-El lugar a analizar es accesible por los tesisistas.

-La necesidad por parte de los comerciantes. De poder competir en calidad de servicios frente a otros centros de comercio especializado y/o moderno.

La información brindada por los comerciantes y público concurrente.

Finalmente se puede obtener información relevante de manera fácil por medio de los comerciantes y publico concurrente al Mercado Bs. As.

1.6 LIMITACIONES:

Durante la primera parte del proceso de investigación se tuvo algunos problemas para conseguir información, más que todo por parte de los dirigentes de cada sector que conforman el mercado Bueno Aires ya que en la documentación de algunos de los sectores no existía la cantidad de puestos por tipo ya que constantemente cambian de rubro por ello se realizó un minucioso trabajo de campo.

CAPITULO II

ENFOQUE DEL METODO

2.1 CONTEXTO FISICO /AMBIENTE O ESCENARIO

2.1.1 **Ámbito Físico:** El ámbito físico territorial del estudio se encuentra en el distrito de Nuevo Chimbote, perteneciente a la provincia del Santa, departamento de Ancash.

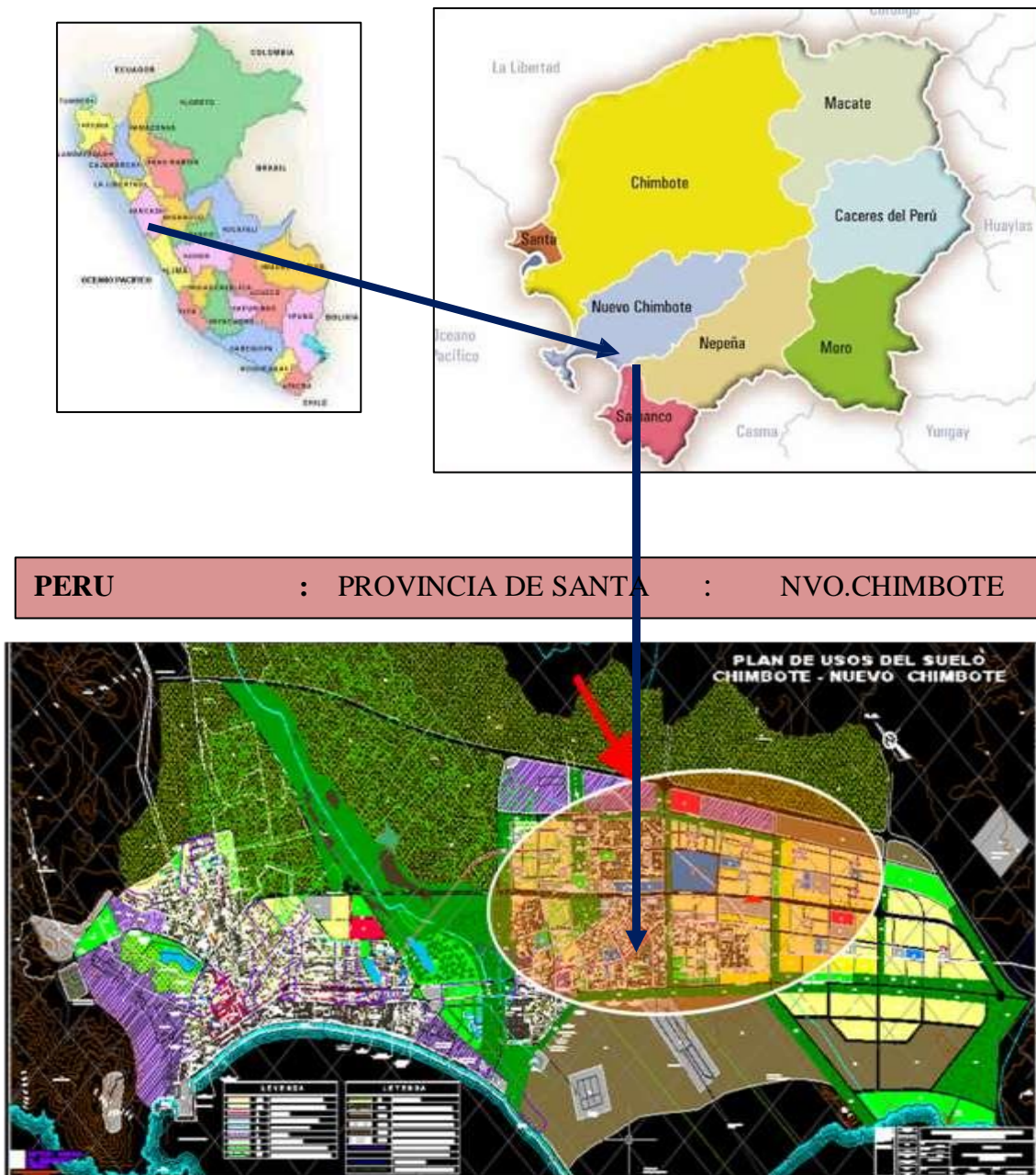


Figura 4: Vista del plano general de Chimbote y Nuevo Chimbote - Fuente Propia basado en CRYRSA.

2.1.2 El ambiente o escenario y sus lineamientos generales para su ubicación:

Se encuentra ubicado al Sur Este de la ciudad de Chimbote, interceptado entre la Av. Pacífico, La calle 100, calle 123 y la calle 124. El área conformada por este mercado forma parte del actual Centro Cívico del distrito de Nuevo Chimbote.

En sus alrededores se pueden apreciar equipamientos importantes como:



Figura 5: Vista aérea del mercado Buenos Aires, con imágenes de los equipamientos que están asu entorno, donde se observa el Perfil Urbano - Fuente Propia.

2.2 POBLACIÓN INVOLUCRADA – MUESTRA

2.2.1 Población:

La población de estudio está dada por todos aquellos que realizan actividades de compra y/o venta, prestación de servicios, abastecedores y el administrador de servicios generales, dentro del mercado de Bs. As. De la ciudad de Nvo. Chimbote.

2.2.2 Muestras representativas:

La técnica de muestreo considerado en el estudio es el muestreo Simple donde se realizaron entrevistas a:

- *Consumidores (publico concurrente)*
- *Vendedores*
- *Abastecedores*
- *Prestadores de servicio.*

2.2.3 Tamaño de la Muestra:

El tamaño de la muestra está condicionada hasta que las respuestas obtenidas a través de la entrevistas sean coincidentes.

2.3 DISEÑO /ABORDAJE Y FUNDAMENTACIÓN:

En la presente investigación, se dará mucha importancia, al severo trabajo de campo para mayor validez de los resultados, recogiendo datos en todo el proceso de la investigación, proporcionando así una descripción relevante que da origen al problema, bajo un análisis inductivo y coherente; con el propósito de demostrar el porque del problema.

2.3.1. Técnicas e Instrumentos

Se elaboran instrumentos metodológicos para la obtención de resultados precisos y relevantes que brinden criterios de diseño, estos son:

- **Entrevista** : a comerciantes, clientes, abastecedores y directiva del mercado.
- **Fichas** :
 - ✓ De análisis de observación del mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote.
 - ✓ De análisis de casos exitosos concerniente al tema de investigación.
- **Consultas** : planos, internet y libros.

2.4 MODELOS DE ENTREVISTAS

2.4.1 Aspectos Generales de las Entrevistas

Se elaboraron diseños de entrevistas en relación al tipo de población:

- *Consumidores (público concurrente)*
- *Vendedores (por Rubro)*
- *Abastecedores*
- *Prestadores de servicio.*

Cada una de estas entrevistas principalmente fueron elaboradas con preguntas que puedan brindar respuestas cualitativas.

El modo de aplicación de todas las entrevistas fue de forma oral donde se utilizó el diálogo directo y en plena actividad.

MODELO DE ENTREVISTA PARA DIRECTOR MINISTERIO DE EDUCACION

Este cuestionario forma parte de un estudio denominado “ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ESCUELA SUPERIOR DE ARTE DRAMÁTICO “VIRGILIO RODRIGUEZ NACHE TRUJILLO”, recogiendo dicha información para un trabajo de investigación científica.

Gracias por su apoyo.

- ¿Cuáles son los productos requeridos por Usted que no encuentra o escasea?

- ¿Que servicios le falta y le gustaría poder encontrar dentro del mercado de Bs. As. de la ciudad de Nvo. Chimbote?

- ¿Qué es lo que usted necesita este mercado para ser mejor atendido?

MODELO DE ENTREVISTA PARA VENDEDORES

Este cuestionario forma parte de un estudio denominado “ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ESCUELA SUPERIOR DE ARTE DRAMÁTICO “VIRGILIO RODRIGUEZ NACHE TRUJILLO”, recogiendo dicha información para un trabajo de investigación científica.

Gracias por su apoyo.

- ¿Cuál es el área ideal que usted considera para realizar de manera eficiente la venta de sus productos?

- ¿Qué servicios y/o ambientes le faltan y le ayudarían a desempeñar mejor las ventas de sus productos?

- ¿Qué es lo que usted necesita este mercado para trabajar mejor?

MODELO DE ENTREVISTA PARA ABASTECEDORES:

Este cuestionario forma parte de un estudio denominado “ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ESCUELA SUPERIOR DE ARTE DRAMÁTICO “VIRGILIO RODRIGUEZ NACHE TRUJILLO”, recogiendo dicha información para un trabajo de investigación científica.

Gracias por su apoyo.

- ¿Cuáles son los ambientes que le faltan y ayudarían a desempeñar mejor su labor de abastecedor?

- ¿Qué servicios le gustaría que se ofrezcan en este mercado?

MODELO DE ENTREVISTA PARA PRESTADORES DE SERVICIO:

Este cuestionario forma parte de un estudio denominado “ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ESCUELA SUPERIOR DE ARTE DRAMÁTICO “VIRGILIO RODRIGUEZ NACHE TRUJILLO”, recogiendo dicha información para un trabajo de investigación científica.

Gracias por su apoyo.

- ¿Cuál es el área ideal que usted considera para dar un servicio eficiente a sus clientes?

- ¿Qué ambientes le faltan y le ayudarían a dar un mejor servicio a sus clientes?

- ¿Qué servicios le gustaría que se ofrezcan en este mercado?

2.4.2 Modelo de Ficha Técnica De Observación

Para la observación del estado actual que presenta el mercado Bs. As. de Nuevo Chimbote se consideró los siguientes aspectos para su posterior análisis. La ficha cuenta con un registro fotográfico que ilustra de manera didáctica los aspectos en revisión.

- Ubicación
- Contexto
- Zonificación
- Ambientes
- Descripción General
 - De los ambientes
 - De la funcionalidad
 - Del estado de las construcciones.

2.4.3 Modelo de Ficha Técnica de Casos exitosos.

Para la revisión de los casos exitosos se consideró los siguientes aspectos para su posterior análisis. Así mismo cada ficha cuenta con un registro fotográfico que ilustra de manera didáctica cada aspecto en revisión.

- **Análisis Contextual..... (ficha N°1)**
 - Descripción general
 - Ubicación y localización
 - Accesibilidad
 - Contexto y sus ventajas

- **Análisis Funcional..... (ficha N°2)**
 - Descripción general
 - Zonificación y relación de zonas
 - Circulación

- Espacialidad
- Estructuras
- Materiales predominantes.

➤ **Análisis Formal**.....(*ficha N°3*)

- Composición espacial
- Volumetría.

➤ **Análisis Tecnológico**..... (*ficha N°4*)

- Iluminación.
- orientación de vientos y ventilación.

2.4.4 Modelo de Ficha Bibliográfica

Este tipo de instrumento se utilizó para obtener información teórica que sustente la información de la investigación sobre el análisis de criterios de diseño del proyecto.

CAPITULO III

MARCO REFERENCIAL ESPECIALIZADO

3.1. MARCO REFERENCIAL O TEORICO

En la siguiente tesis se ha tomado en cuenta un marco referencial básico a fin de conocer los conceptos relacionados al objeto de estudio, enmarcándolos en la relación que tienen unos con otros. Asimismo, evidenciar procesos de transformación de conceptos y denominaciones, generándose cambios de funciones de las establecidas originalmente.

Por ser un equipamiento que cumplía la función de abastecimiento a la ciudad en su totalidad, sin embargo actualmente, el crecimiento urbano y la descentralización del comercio, nos presentan variedad de mercados y tipologías de estos en diferentes ciudades, dejando entonces que el mercado de abastos cumpla con la función que su etimología estipula .

A pesar de todo el término “mercado de abastos” continúa vigente, pues es considerado parte de la memoria colectiva de los ciudadanos, siendo esta situación no ajena a otras ciudades de nuestra realidad nacional así como tampoco de la internacional, donde la utilización del término mercado de abastos, es también evidentemente aplicada a los primeros mercados planificados en la historia de cada ciudad.

MERCADO:

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es

un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

MERCADO DE ABASTOS

Local de donde se concentran comerciantes mayoristas y minoristas distribuidos en unidades de comercio conocidas como puestos, que en forma independiente expendan productos alimenticios de uso diario y básico. Existen 2 clasificaciones, según su función y según su administración.

Según su función:

- ✓ **Mercado Mayorista** : es una instalación gestionada como negocio alimentario por una autoridad de mercado en cuyo recinto operan negocios alimenticio Independientes y en el que pueden compartir instalaciones comunes en las que se comercializan, almacenan, preparan y procesan los alimentos .
- ✓ **Mercado Minorista**: aquel mercado que alberga comerciantes dedicados a la venta al detalle, ordenados de acuerdo a la naturaleza de los productos, siendo su función principal la de vender los productos a los consumidores finales y su función secundaria la de abastecer de productos a los mercados de menor radio de influencia.

Según su administración:

- ✓ **Mercado Municipal**: son los mercados generalmente de propiedad y/o administración de los concejos municipales, los cuales adjudican los puestos a los comerciantes mediante un contrato de arrendamiento a plazo fijo.
- ✓ **Mercado Particular**: son los mercados generalmente de propiedad de los mismos comerciantes organizados en sindicatos o cooperativas.

De acuerdo a estas clasificaciones se ubica, según la realidad actual, al MERCADO DE BUENOS AIRES de la ciudad de nuevo Chimbote como un mercado Minorista particular.

Es también importante definir centro cívico, pues esta ubicación del mercado es de carácter especial al ser una zona con normatividad especializada y particularidades tradicionales y comunes.

- ✓ **Centro Cívico:** Los centros cívicos son equipamientos socioculturales de carácter público, ubicados en los distintos barrios o distritos de la ciudad. Nacen en España en los años 80 por la necesidad de descentralización de los servicios socioculturales, respondiendo al aumento de la demanda ciudadana y para dotar a los distritos de equipamientos que fomenten el tejido asociativo y participativo.

3.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación presentamos diversos conceptos que nos permitirán establecer dentro de un marco definido los temas desarrollados en la presente investigación .

- ✓ **CENTRO DE ABASTOS:** local en el que se sigue el sistema de compra y venta, de atención al público en puestos individuales dentro de ambientes cerrados y que cumplen con las normas y requisitos técnicos, en una infraestructura adecuada.
- ✓ **ACTIVIDAD COMERCIAL:** Conjunto de operaciones o tareas propias de una negociación que se hace comprando, vendiendo o permutando unas cosas por otras. La actividad comercial se ha dirigido en función a las necesidades de los clientes, desarrollando acciones, campañas y convenios, con el objetivo de atender necesidades concretas del mercado y clientes, al tiempo que han servido de apoyo a la red comercial para el cumplimiento de sus objetivos de negocios.
Tiene gran importancia debido a los continuos cambios y necesidades de los Hábitos de los clientes y a la creciente competitividad de los mercados.

- ✓ **IMAGEN URBANA:** La imagen urbana se refiere a la conjugación de los elementos naturales y contruidos que forman parte del marco visual de los habitantes de la ciudad, (la presencia y predominio de determinados materiales y sistemas constructivos, el tamaño de los lotes, la densidad de población, la cobertura y calidad de los servicios urbanos básicos, como son el agua potable, drenaje, energía eléctrica, alumbrado público y, el estado general de la vivienda), en interrelación con las costumbres y usos de sus habitantes (densidad, acervo cultural, fiestas, costumbres, así como la estructura familiar y social), así como por el tipo de actividades económicas que se desarrollan en la ciudad.

- ✓ **COMERCIO INFORMAL:** El comercio informal define claramente dos modalidades: el comercio ambulatorio y los mercados informales. Estas modalidades no son dos clases aisladas o permanentes, sino se trata de dos etapas diferenciales del comercio informal, debido a que la persona se inició de ambulante, no lo hace con la intención o idea de serlo siempre, permaneciendo en las calles, sino con la intención de ir creciendo y alcanzar en un determinado momento un lugar en mercados o galerías.

- ✓ **COMERCIO AMBULATORIO:** Es la actividad económica informal que se desarrolla en áreas regulares de la vía pública presentando servicios y /o comercializando en forma directa y en pequeñas escala productos preparados, industrializados y naturales; no guardando las reglas y circunstancias prevenidas.

- ✓ **CONGESTIONAMIENTO:** Obstruirse o detenerse el paso a la circulación por una aglomeración excesiva de personas, vehículos, etc. que ocasiona un entorpecimiento del tráfico vehicular como peatonal.

- ✓ **CONTAMINACIÓN AMBIENTAL:** Viciar o alterar las condiciones y circunstancias de un lugar que parecen favorables o no para las personas, animales o cosas que en él están.

- ✓ **HACINAMIENTO:** Acumulación de un número de personas en un mismo lugar con funciones y actividades de forma desordenada que producen confusión y alteración.
- ✓ **INFRAESTRUCTURA URBANA:** Conjunto de elementos o servicios públicos que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una ciudad.
- ✓ **PROCESO DE CONSOLIDACIÓN:** Conjunto de fases sucesivas para dar firmeza y solidez aun hecho.
- ✓ **COMPATIBILIDAD DE USO:** Compatibilidad de uso es aquella actividad que se desarrolla en una zona, la cual no debe inferir con el funcionamiento de las demás actividades que allí se desarrollan.

3.3 REVISIÓN Y ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS EXITOSAS

3.3.1 NUEVO MERCADO DE CHACAO –VENEZUELA

A). ANALISIS CONTEXTUAL

DESCRIPCIÓN GENERAL

La generación de nuevos espacios para el uso ciudadano, es una de las prioridades que se ha propuesto la Alcaldía del Municipio Chacao para lograr la renovación urbana de sectores estratégicos del Municipio y brindar así una mejor calidad de vida a sus habitantes, ofreciéndoles núcleos de servicio propicios para el encuentro ciudadano y el intercambio cultural.



Figura 7: Imagen de la fachada principal del Mercado Municipal de Chacao en Venezuela - JOSE.

La propuesta final para el nuevo mercado se implanta en la parcela vecina a la sede actual del Mercado, motivo por el cual la Alcaldía pudo acometer la construcción de la nueva sede sin cerrar, ni afectar un día el abastecimiento de alimentos y productos, la estabilidad laboral de los 296 comerciantes y la identidad del sector como zona donde se desarrolla esta actividad cultural.



Figura 8: Imagen de la fachada principal del Mercado Municipal de Chacao en Venezuela - Fuente Propia.

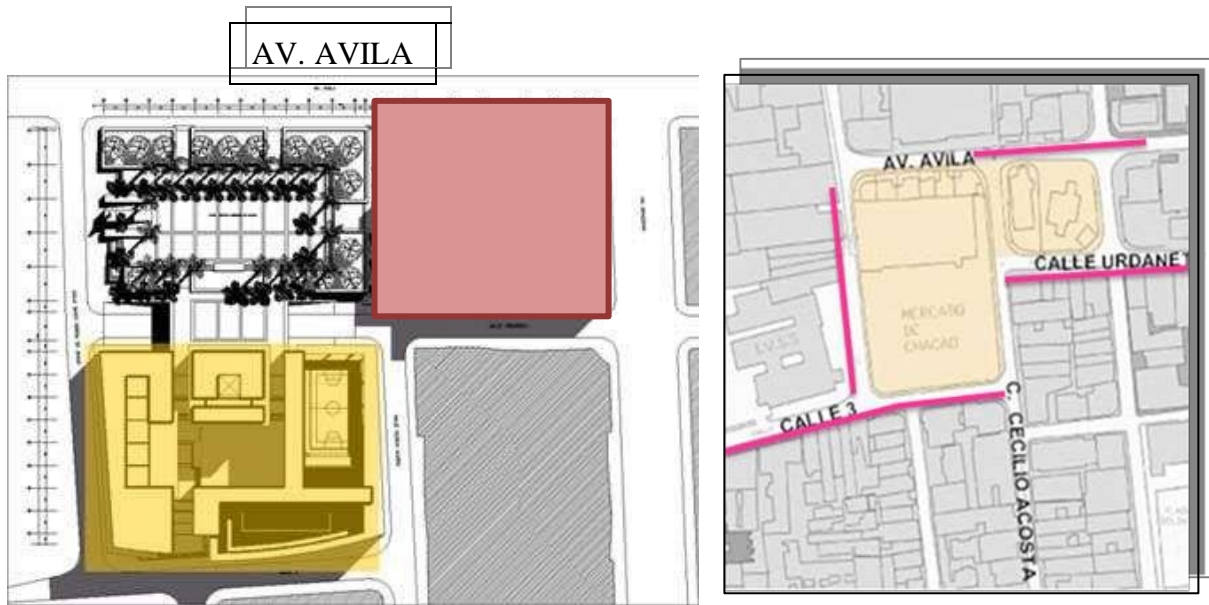


Figura 10: Plano de ubicación y principales vías de accesibilidad – Fuente google.



Figura 11: Planta general con principales accesos al emrcado – Fuente google.

Cuenta también con un acceso vehicular hacia el sótano y semisótano



Figura 12: Acceso vehicular, carga y descarga de mercancía – Fuente google.

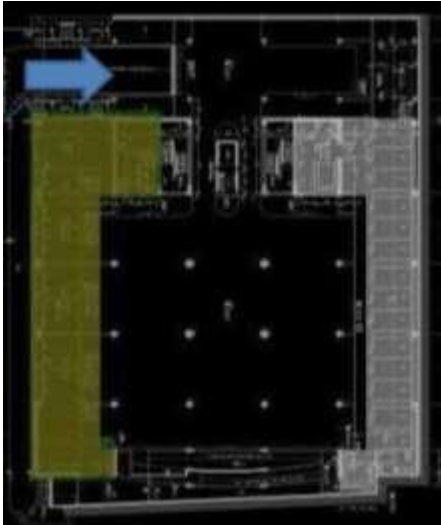


Figura 13: Planta semi sótano – Fuente google.

CONTEXTO Y SUS VENTAJAS

Ubicado en zona residencial media; donde se encuentra la presencia de edificios multifamiliares, viviendas unifamiliares y pequeños locales comerciales al entorno.



Figura 14: Contexto mediato del Mercado de Chacao – Fuente google.

Se genera una zona de alta circulación y fluidez por ser parte del centro cívico, lo cual realza el área y al entorno que le rodea.

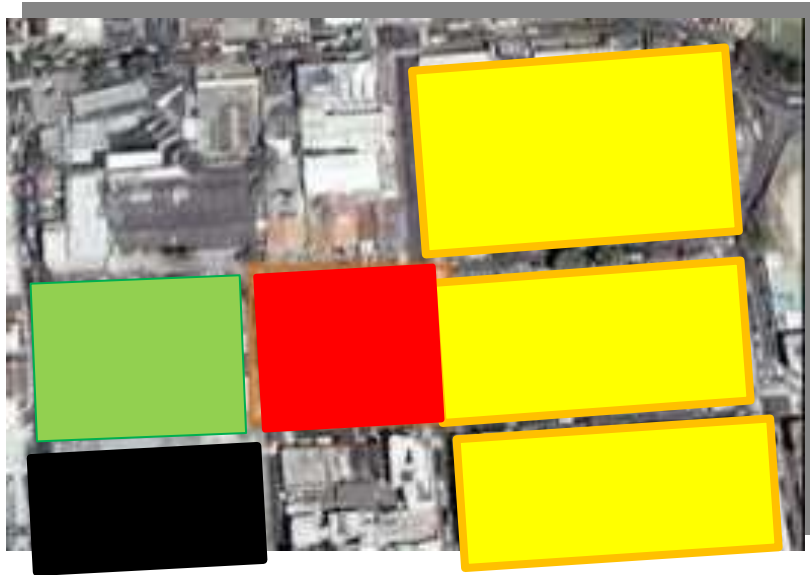


Figura 15: Plano zonificado de la zona de estudio – Fuente google.

B.) ANALISIS FUNCIONAL

DESCRIPCIÓN GENERAL

El mercado fue concebido como un gran atrio cubierto para el encuentro ciudadano. Su cubierta acristalada cobija la planta baja que se encuentra coronada por un nivel de mezzanine y un tercer nivel de área comercial que a manera de gran balcón dinamiza el espacio y permite las conexiones visuales entre el público asistente.

La distribución del área de mercado municipal se ha realizado en dos niveles, la planta baja y la planta mezzanine, lo cual permite la organización según rubros de una manera ordenada.



Figura 16: Contexto mediato del Mercado de Chacao – Fuente google.

Con esta separación de áreas, lo que se busca es una optimización del espacio y un mejor desempeño de sus funciones. Ambos niveles incluirán áreas de bateas, locales, áreas de circulación y servicios, con núcleos de servicios comunes de vigilancia y teléfonos públicos.

La distribución de los puestos ha sido concebida en función del tipo de mercancía, su peso y caducidad. Existen dos tipos de lugares de expendios: los locales, en el área perimetral y las bateas, en el área central del mercado.



Figura 17: Situación actual de la disposición de los puestos del mercado de Chacao – Fuente google.

ZONIFICACIÓN

Esta edificación de aproximadamente 11.500 m² de construcción y de 20 m. de altura, se ha organizado a través de tres módulos independientes que albergan las áreas de servicios, los núcleos de sanitarios y sistemas de circulación vertical constituidos por rampas, escaleras y ascensor.

El Edificio se ha organizado en tres zonas diferenciadas:

- A.** El Área Subterránea de Estacionamiento y Servicios.
- B.** El Área del Mercado.
- C.** El Área de Gastronomía con Terrazas.

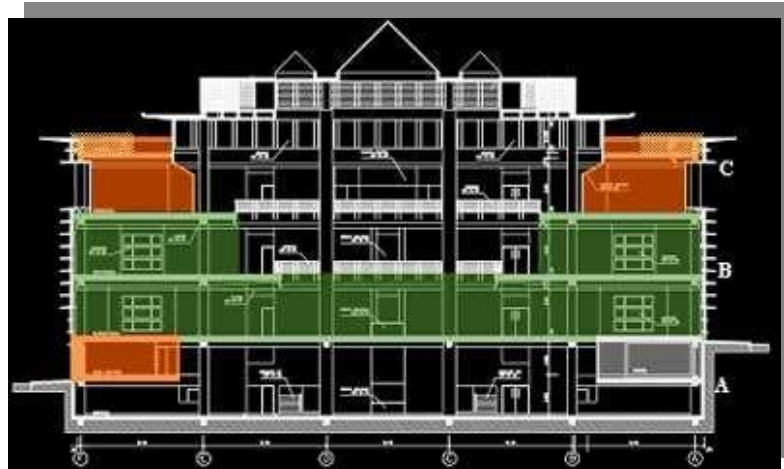


Figura 18: Corte esquemático del edificio de la Nueve Sede del Mercado – Fuente google.

A. El Área Subterránea de Estacionamiento y Servicios

Esta área está constituida por dos niveles, el nivel sótano y el nivel semisótano.

A.1. El Nivel Sótano:

El nivel sótano, tiene una capacidad de 52 puestos de estacionamiento e incluye zonas de depósitos, basura y andenes para los camiones que surtirán de provisiones al Nuevo Mercado. También incluye la zona de vestuarios de los trabajadores y expendedores, así como el área de seguridad, circulación y servicios.



Figura 19: Vista interna del estacionamiento – Fuente google.



Figura 20: Vista de vestuarios y escaleras en la planta sótano – Fuente google.

A.2. El Nivel Semisótano:

En el nivel semisótano aprovechando el desnivel topográfico del terreno, el diseño ha permitido ubicar varios comercios cuyas fachadas abren sobre la Calle Urdaneta. Este nivel también alberga zona de cavas y áreas de circulación y servicios.



Figura 21: Vista de semi sótano y locales exteriores – Fuente google.

B. El Área del Mercado

Distribución:

La distribución de los comerciantes fue acordada en función al tipo de mercancía, su peso, y su caducidad. Existen dos tipos de lugares de expendios, los comercios o locales ubicados como ya es tradición en los mercados del país en el área perimetral y los puestos ubicados en la zona central y de circulación de las plantas del mercado. Con la idea de organizar y racionalizar el funcionamiento de venta de los productos, los puntos de ventas han sido distribuidos en dos niveles.

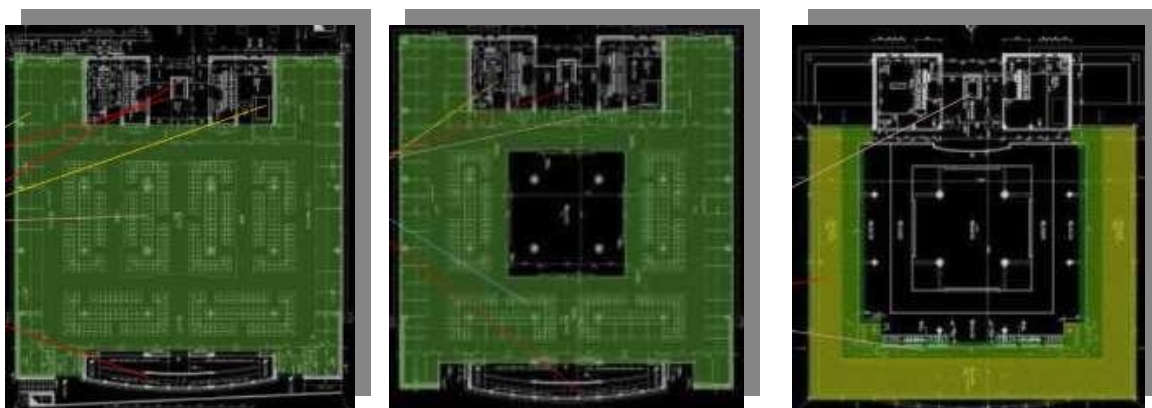


Figura 22: Planta de distribución del sótano, 1 y 2 nivel del mercado – Fuente google.

La distribución del área de mercado municipal se ha realizado en dos niveles, la planta baja y la planta mezzanine, lo cual permite la organización según rubros de una manera ordenada. Con esta separación de áreas, lo que se busca es una optimización del espacio y un mejor desempeño de sus funciones.

Ambos niveles incluirán áreas de bateas, locales, áreas de circulación y servicios, con núcleos de servicios comunes de vigilancia y teléfonos públicos.



Figura 23: Vista de la planta baja del mercado – Fuente google.

La distribución de los puestos ha sido concebida en función del tipo de mercancía, su peso y caducidad.

Existen dos tipos de lugares de expendios: los locales, en el área perimetral y las bateas, en el área central del mercado.



Figura 24: Vista general de los puestos de la planta baja y el mezzanina – Fuente google.

B.1. Planta Baja.

En la planta baja, se ubicarán 55 unidades de locales perimetrales, 260 unidades de bateas distribuidas en los siguientes rubros:

- **Bateas:** verduras y tubérculos.
- **Locales:** panadería y lácteos.

Cuenta con: Control de seguridad Bateas Locales comerciales Escaleras, rampas, ascensores Montacargas.

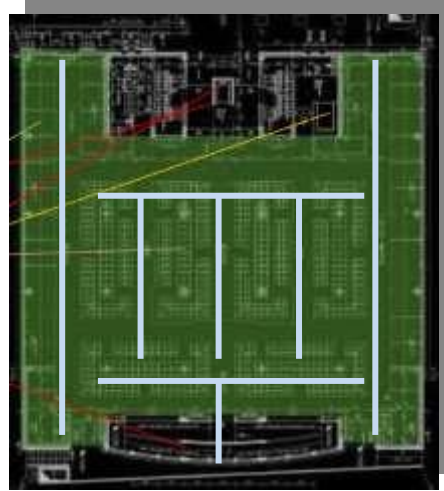


Figura 25: Planta de distribución del 1 nivel – Fuente google.

Su perímetro cuenta con locales de carne, pescado, café, pollo, quesos, charcutería, chicharrón; se previó un área destinada a los carritos y carretilleros para facilitar a los usuarios el acompañamiento durante sus compras.

Las bateas centrales están conformadas por los puestos de productos perecederos (papas, hortalizas, huevos, gallinas, hierbas, casabe, verduras, plátanos, dulcerías criollas, cebollas, ajos, cambures, tomates y pimentones).



Figura 26: Vista de las bateas centrales de la planta baja del mercado – Fuente google.

B.2. Planta Mezzanina

En la planta mezzanina se ubicarán 90 unidades de locales y 110 unidades de bateas distribuidas en los siguientes rubros:

-Bateas: frutas.

-Locales: artesanías, lencería, perfumería y artículos de limpieza.

Cuenta con:

Locales artesanías -ropa
Locales – no perecederos
Escaleras, rampas, ascensor
Montacargas
Sanitarios: damas y caballeros

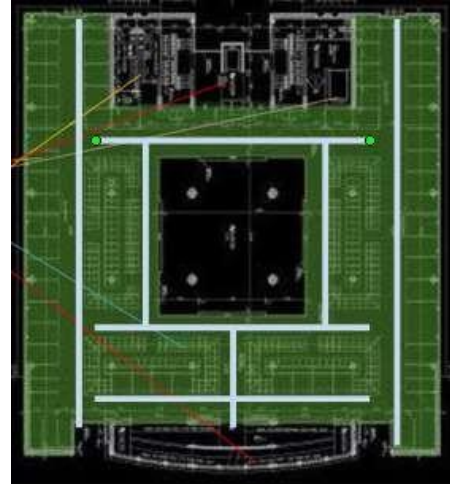


Figura 27: Planta de distribución del 2 nivel – Fuente google.

En este nivel se encuentran las mercancías más livianas y de fácil manejo tales como frutas y flores. En los locales perimetrales se encuentran algunos productos como son lencerías, ropa, cosméticos, perfumes leches, artesanías, cerámica, y velas. Cinco locales fueron destinados a los expendios de comida originales del antiguo mercado y las tradicionales arepas, empanadas, batidos entre otros.

Tanto la planta baja como la mezzanina cuentan con servicios comunes de vigilancia, área de bancos y los módulos de circulación vertical (ascensor, montacargas, rampas y escaleras) que conectan los diversos niveles, el estacionamiento y área de depósitos



Figura 28: Planta de distribución del 1 nivel – Fuente google.

C. El Área Comercial con Terrazas

La parte superior de la edificación del Nuevo Mercado de Chacao (tercer nivel) está destinada a ser un área de gastronomía, desde la cual se accede a las terrazas superiores. En este nivel se encuentra la feria de gastronomía inspirada en el mercado de Mérida, con sus vendedores cocinando la comida típica de la región con la idea de disponer mesas para los visitantes y usuarios y disfrutar de las vistas; también encontramos oficinas y guarderías, escaleras y ascensores.

Área gastronomía típica:
870.55m²+127 (área de terraza).

Área de oficinas y guarderías:
1 52 m².

Área de circulación:
288m².

Cuenta con: Escaleras,
ascensores Gran terraza
techada Amplia vista
del sector.

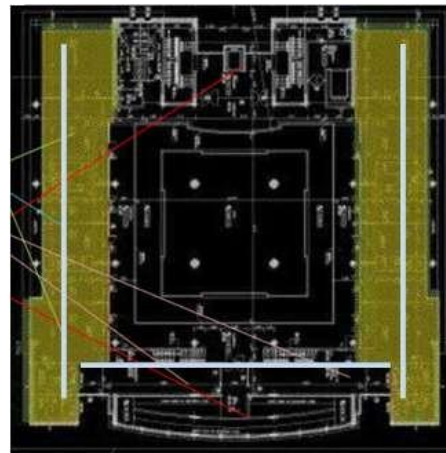


Figura 29: Planta de distribución del área gastronómica – Fuente google.



Figura 30: Vistas interiores de la zona de terraza – Fuente google.



Figura 31: Vista interior de la 2 planta y la terraza – Fuente google.

Planta terrazas: en esta planta encontramos terrazas cubiertas y terrazas descubiertas ambos con amplia vista del sector, con escaleras y ascensores.

Área de terraza cubierta:
362m²
Área de terraza descubierta:
458 m²
Área de circulación:
1 95 m²

Cuenta con: Escaleras,
ascensores Gran terraza
techada Amplia vista
del sector.

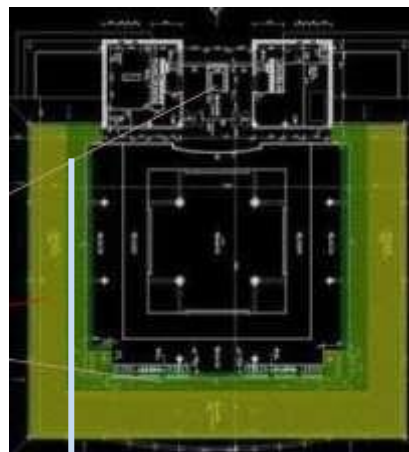


Figura 32: Planta de distribución de la terraza – Fuente google.



Figura 33: Vista exterior de la terraza descubierta – Fuente google.

CIRCULACIÓN

El edificio constituye un espacio interno cuya envolvente arropa la circulación peatonal, compuesto por un sistema de rampas amplias que permiten el desplazamientos fácil entre niveles para carritos, sillas de ruedas y coches, aparte de bien identificados los sistemas de escaleras y ascensores.

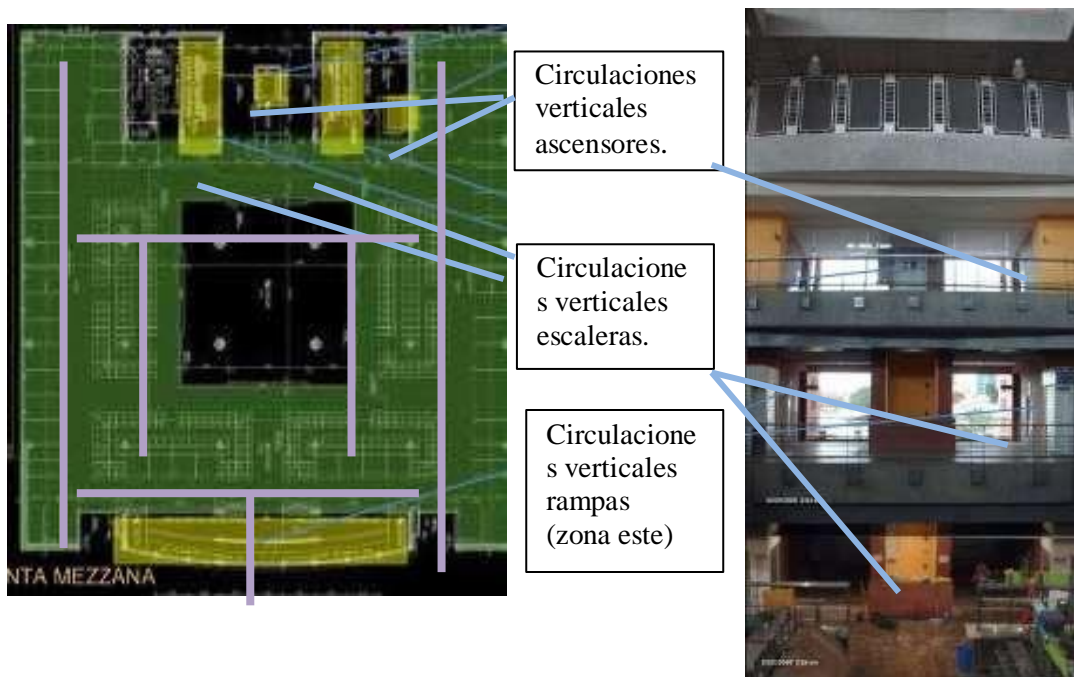


Figura 34: Ubicación de las circulaciones dentro del proyecto – Fuente google.

Circulaciones Verticales



Figura 35: Rampas de circulación – Fuente google.



Figura 36: Ubicación de las cajas de ascensores – Fuente google.

Circulaciones Horizontales



Figura 37: Ubicación de las escaleras de evacuación – Fuente google.



Figura 38: Corredores de circulación horizontal – Fuente google.



Figura 39: Amplios corredores entre puestos – Fuente google.

C) ANALISIS ESPACIAL

La idea del mercado la podemos visualizar como la construcción de un gran atrio de encuentro ciudadano. Definido como el corazón de la vida cultural y comercial del municipio Chacao, que ayudara a consolidar su dinámica trayectoria urbana en toda la ciudad de Caracas.



Figura 40: Vista panorámica del espacio central del mercado – Fuente google.

El espacio central posee cuatro niveles de altura, para un total de 20 metros; su centro está protegido por un sistema de cubiertas acristalados que permiten la entrada de luz natural, lo que le confiere la calidad de espacio “abierto” .



Figura 41: Cuádruple altura generada por disposición de las plantas – Fuente google.

La cubierta acristalada cobija la planta baja que se encuentra coronada por un nivel de mezzanina que a manera de gran balcón, dinamiza el espacio y permite las conexiones visuales entre el público asistente, ya que además de comprar, la gente va al mercado a ver, a caminar, a encontrarse con otros ciudadanos. Además, el edificio construye un espacio interno cuya envolvente permite un gran movimiento peatonal, constituido por un sistema de rampas amplias que permiten el desplazamiento fácil entre todos los niveles.



Figura 42: Dinámica espacial del mercado – Fuente google.

D) ANALISIS ESTRUCTURAL

El diseño estructural de esta edificación está compuesto por 4 columnas centrales con una altura de 20 m, que soportan la cúpula central. Su construcción se basa en un sistema estructural a porticado con losas nervadas en dos direcciones.



Figura 43: Sistema estructural a porticado con losas nervadas – Fuente google.

MATERIALES PREDOMINANTES

Los materiales predominantes en esta edificación comercial son los ladrillos y concreto cara vista y los colores que presenta son Colores cálidos que contrastan con el colorido de la mercancía.



Figura 44: Ladrillos cara vista empleados en la fachada – Fuente google.



Figura 45: Colores cálidos que armonizan con el contexto – Fuente google.



Figura 46: Material predominante concreto expuesto – Fuente google.



Figura 47: Las losas pulidas contrastan con el concreto empleado – Fuente google.

E) ANALISIS FORMAL

El edificio está compuesto por la intercepción de varios volúmenes geométricos simples que se pueden leer claramente al apreciar el conjunto.



Figura 48: Un gran paralelepípedo contiene los demás volúmenes – Fuente google.



Figura 49: Pirámide contenida y apreciada como cúpula – Fuente google.



Figura 50: Paralelepípedos idénticos que contienen núcleos de escaleras y ascensores – Fuente google.



Figura 51: Volumen cilíndrico que contiene el sistema de rampas de circulación – Fuente google.

También se leen volúmenes que se añaden a la composición a manera de núcleos de circulación vertical.

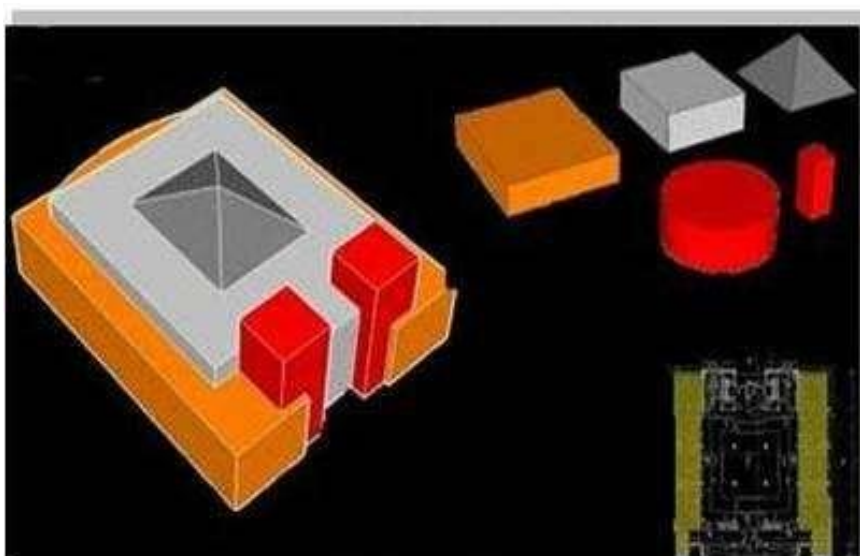


Figura 52: La composición volumétrica da al edificio un estilo arquitectónico Art-Deco – Fuente google.

F) ANALISIS TECNOLÓGICO

ILUMINACIÓN

La iluminación se da de manera natural principalmente por las cúpulas acristaladas así como también por las aberturas en la parte superior de la edificación.



Figura 53: La circulación vertical tiene aberturas que permite iluminación y visuales hacia el exterior – Fuente google.



Figura 54: Las aberturas del techo permiten mantener iluminado el mercado permanentemente – Fuente google.



Figura 55: Grandes vanos permite iluminar y generar visuales hacia el exterior del edificio – Fuente google.

VENTILACIÓN

La ventilación natural es posible gracias a paredes caladas de ladrillo que se encuentran tanto en los núcleos de circulación vertical como en las paredes laterales.



Figura 56: Pared de ladrillos calada – Fuente google.



Figura 57: Pared lateral compuesta por ladrillos calados que permite ventilación continua – Fuente google.



Figura 58: El collarín del último piso también cuenta con el mismo sistema – Fuente google.

3.2.1.1 Aportes que nos deja el Mercado de Chacao-Venezuela

1. Emplean el sistema estructural aporticado para aprovechar las distancias entre columnas (luces) y así poder distribuir y/o **ubicar mejor los diferentes ambientes** que componen el nuevo mercado, además que también permiten un mayor recorrido del aire para una ventilación permanente.



Figura 59: Luces amplias gracias al sistema aporticado empleado – Fuente google.



Figura 60: La circulación vertical tiene aperturas que permite iluminación y visuales hacia el exterior – Fuente google.

2. La zona de estacionamientos y los servicios de abastecimiento y almacenamiento así como el de limpieza y mantenimiento se encuentran ubicados en el sótano. evitando de esta manera la congestión de vehículos (autos y camiones) en los frentes del mercado y las molestias en el libre tránsito peatonal que podrían generarse.



Figura 61: La ubicación de los servicios y abastecimiento en el sótano evita congestión de circulaciones – Fuente google.

3. El mercado se desarrolla bajo el concepto de “un gran atrio para el encuentro ciudadano”, cuyo centro es una gran espacio abierto a triple altura protegido bajo un sistemas de cubiertas acristaladas que permiten **el paso de la luz natural y permite que las personas se sientan integradas en un solo espacio** pudiendo **ubicar y/o identificar los puestos según sus rubros sin importar el nivel** en donde se encuentren.



Figura 62: Luces amplias gracias al sistema aporticado empleado – Fuente google.

4. La distribución de sus puestos ha sido concebida en función de sus líneas comerciales o del tipo de productos que comercializan, ubicando de esta manera en la zona central la venta de los productos alimenticios con puestos sin cubierta y en la zona perimetral la venta de productos no alimenticios en locales comerciales.
5. Utilizan su cultura gastronómica como medio para captar el turismo local y extranjero generando mayor interés y visitas al mercado a través de un área gastronómica ubicada en su terraza destinada como un lugar para el encuentro ciudadano.



Figura 63: La disposición de los vanos permite una amplia vista de la ciudad – Fuente google.



Figura 64: La zona cultural gastronómica aprovecha las visuales de la ciudad – Fuente google.

3.2.2. MERCADO DE ABASTOS DE SANLUCAR LA MAYOR

➤ ANALISIS CONTEXTUAL

✓ UBICACIÓN Y LOCALIZACIÓN:

Sanlúcar de Barrameda es una ciudad y un municipio español situado en la provincia de Cádiz, en la comunidad autónoma de Andalucía.

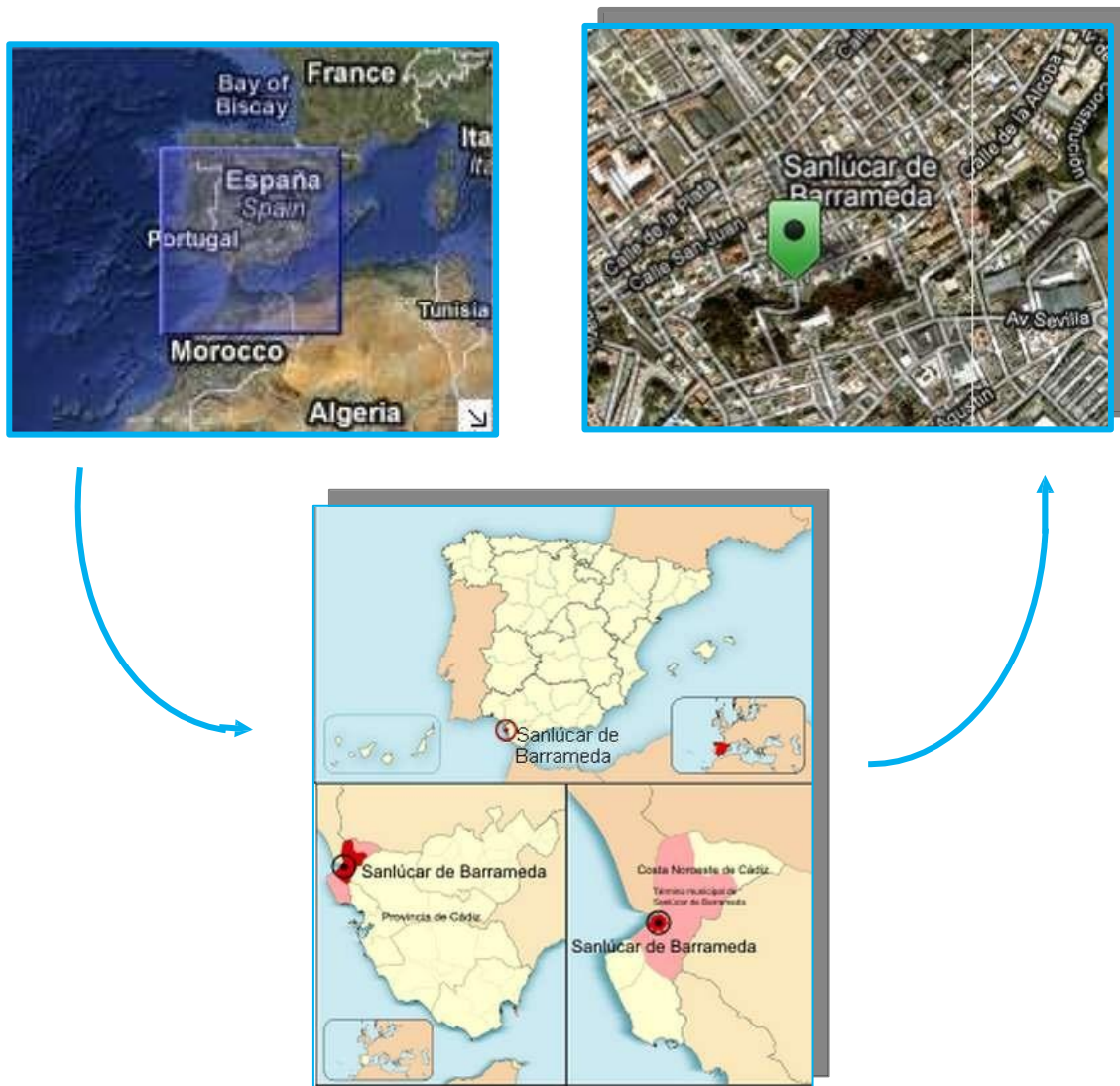


Figura 65: Mapa de ubicación y localización de Sanlúcar de Barrameda – Fuente google.

✓ DESCRIPCIÓN GENERAL

Se trata de uno de los Mercados de Abastos más antiguos de España, del que se conserva la estructura original, cuya tipología resulta modélica para comprender la evolución arquitectónica que ha experimentado ese tipo de edificios públicos a lo largo de la historia.

Además de sus valores constructivos y cumplir con su esencial función comercial, el Mercado de Sanlúcar presenta importantes valores históricos y antropológicos, que no se deben perder con la prevista demolición del inmueble y levantamiento de un nuevo edificio que alterará gravemente el entorno urbano

Aprobada su construcción por Real Provisión dada en Madrid el 5 de enero de 1743, quedó terminada su obra el 15 de octubre del año siguiente, habilitándose en ella las instalaciones para venta de carne, tocino, caza y despojos de tripería, vendiéndose en su exterior las verduras, los frutos comestibles y el pescado La estructura original era de planta cuadrangular. Hacia el interior, en tres de sus lados tenía arcadas cubiertas, donde se situaban los puestos de venta, tal como hoy se conserva en sus lados longitudinales. La plaza tenía una zona cubierta, donde se ubicaban los puestos, y otra zona central, al aire libre, que más tarde se cubrió. En origen, el edificio tuvo tres puertas, una hacia la calle Bretones, otra hacia la calle Trascuesta, y una tercera, que era la principal y miraba hacia el Palacio Ducal, en la antigua plazuela de Belén. Esta plazuela se situaba entre el edificio del Mercado y la muralla del jardín ducal. En el siglo XIX se amplió el Mercado por este lado de Las Covachas, ocupando gran parte de esta plazuela. Por este mismo lugar corría antiguamente la calle Jardines, la cual comunicaba la cuesta de Belén con la calle Trascuesta. .

✓ **CONTEXTO, ACCESIBILIDAD Y SUS VENTAJAS:**

El Mercado o Plaza de Abastos de Sanlúcar de Barrameda es un edificio y entorno urbano situado en dicho municipio español de la provincia de Cádiz, en Andalucía. Se encuentra en el corazón de la zona comercial del Conjunto histórico-artístico de Sanlúcar de Barrameda, declarado como tal en 1973, que fue distrito comercial de la ciudad desde la Baja Edad Media, con lugares dedicados al comercio como las Tiendas de las Sierpes, 1 la calle Bretones, la calle del Truco, la Alcaicería, la calle Ancha de los Mesones 2 y la Plaza de la Ribera 3.



Figura 66: Contexto inmediato de Sanlúcar de Barrameda – Fuente google.

Se trata de un edificio municipal que ocupa una superficie de 1392 m², construido en el siglo XVIII y reformado en el XIX y XX. Fue proyectado en 1736, cuando el Ayuntamiento de Sanlúcar compró dos solares en la calle Bretones, para construir un edificio donde reunir las carnicerías que estaban dispersas por la ciudad y donde se vendieran frutas, verduras y todo tipo de comestibles. El Duque de Medina Sidonia contribuyó cediendo un trozo de su jardín.

El Mercado se amplió 1882 ocupando la antigua plaza de Belén, de forma que la planta del edificio se convirtió entonces en rectangular, tal como se ha conservado hasta hoy.

Con esta ampliación se eliminó la entrada principal originaria, trasladándose a la calle Bretones la dieciochesca portada principal, construida en sillería de piedra y coronada con el escudo de Sanlúcar. También se colocó entonces una cancela de hierro en la puerta de la calle Trascuesta.

Según proyecto de 1936 del arquitecto sanluqueño Isidro Vital, entre 1937 y 1939, se reformó el Mercado en parte de su estructura interna, adoptando la imagen que ha mantenido hasta la actualidad. Se unificaron las antiguas dependencias en una gran nave diáfana. Se agregó un nuevo pabellón central con tiendas hacia ambos lados, quedando en sus laterales dos espacios a modo de calles, tal como permanece en la disposición actual. La gran nave se elevó para abrir ventanas y se cubrió con un encerchado de hierro. Las dos vertientes de sus cubiertas, que eran de teja curva, se revistieron con planchas de zinc y se cubrió la nave por completo. Debajo de esta planta, en el sótano, quedó una zona destinada a depósitos y frigoríficos, cuyo lugar había servido con anterioridad para la venta del pescado.

Se conservó la antigua estructura de las fachadas exteriores con el remate almenado, así como las arcadas internas de los puestos.

Aquellas obras de reforma costaron 376.979 pesetas y el edificio reformado comenzó a utilizarse en 1940.

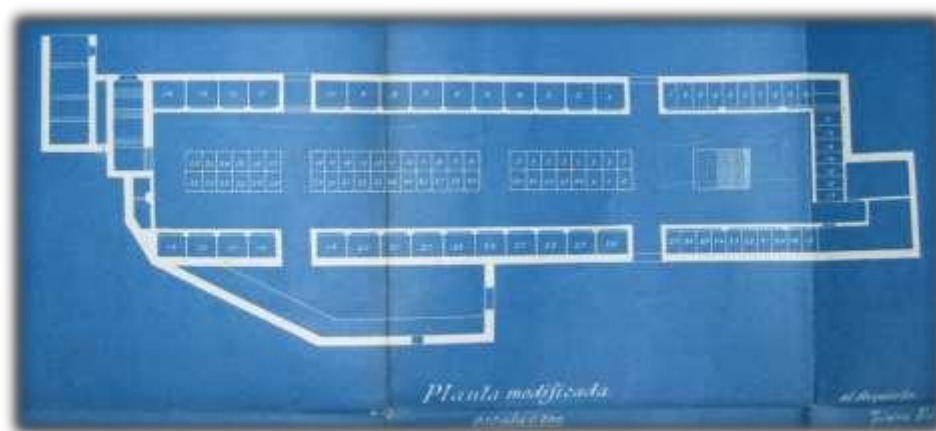


Figura 67: Plano del estado actual del mercado sanluqueño, superficie 1392m² – Fuente google.

➤ **ANÁLISIS FUNCIONAL :**

✓ **ZONIFICACION:**

Sometido a sucesivas ampliaciones y mejoras (1888, 1939 y 1987), el actual mercado de abastos, en cuyo edificio se acogen las carnicerías, verdulerías, fruterías y pescaderías, además de puestos dedicados a otras especialidades y con su complemento exterior, siempre animado, con puestos de venta de diversos productos de temporada, de camarones, de caracoles, de espárragos, de aceitunas y otros aliños, de almejas, de coquinas,...., es uno de los grandes atractivos turísticos de Sanlúcar cuya visita se hace indispensable para mejor llegar a conocer y entender la genuina faceta gastronómica de la ciudad.



Figura 68: Puesto de pescadería actual – Fuente google.



Figura 69: Sector de verduras – Fuente google.

También en el fondo inferior están las cuadras de las 4 tablas de la carnicería con la pieza o almacén para guardar las carnes y a un lado la sala de la diputación con balcón y puerta a la misma cuadra, y otro a uno de los ángulos del patio. Toda esta pieza tiene mucha luz y ventilación por medio de tres espaciosas ventanas, y las grandes rejas que cierran los tres arcos de la puerta de la entrada y de sus colaterales a quien sirven de adorno las armas reales y las antiguas y modernas de la ciudad. En el frente opuesto, al lado de la puerta principal, frente del palacio se construyeron cuatro aposentos muy capaces para que sirviesen de tocinerías, y a sus lados dos puestos para la caza el uno, y el de enfrente para los mondongueros. El patio que media entre estos diferentes

edificios, va descendiendo su suelo en pendiente muy suave, casi insensible al huella pero muy sobrada para la pronta salida de las aguas llovedizas que corren rápidamente sin parar sobre su firmísimo empedrado, yendo todas por sus líneas diagonales a parar a un sumidero, que las recoge y por caño oculto las vacía en la calle Bretones.



*Figura 70: Sector de carnicería –
Fuente google.*

El patio central del Mercado se compone de cuatro ángulos techados que estriban sobre 28 arcos y pilares de piedra berroqueña, 9 por cada lado y 5 en cada frente, dejando desde las paredes a los pilares 3 varas de hueco para la colocación de las verduras de las huertas en cada arco, cuyos nombres se leen sobre unos azulejos mandados hacer al propósito, quedando el claro del patio destinado para que en él formasen calle los fruteros, sin interrumpir no obstante el tráfico desahogado de las gentes.

Entrase a esta oficina por tres puertas de anchurosa capacidad. La principal con su portada de cantería de estilo rústico, mira a la plazuela frente del palacio, que también se hizo entonces para ensanche del edificio; las otras dos puertas corresponden a las expresadas dos calles de Bretones y Jardín del Duque [“actual calle Trascuesta”]

Según proyecto de 1936 del arquitecto sanluqueño Isidro Vital, entre 1937 y 1939, se reformó el Mercado en parte de su estructura interna, adoptando la imagen que ha mantenido hasta la actualidad. Se unificaron las antiguas dependencias en una gran nave diáfana. Se agregó un nuevo pabellón central con tiendas hacia ambos lados, quedando en sus laterales dos espacios a modo de calles, tal como permanece en la disposición actual.



Figura 71: Fachada de la nave que compone al mercado – Fuente google.

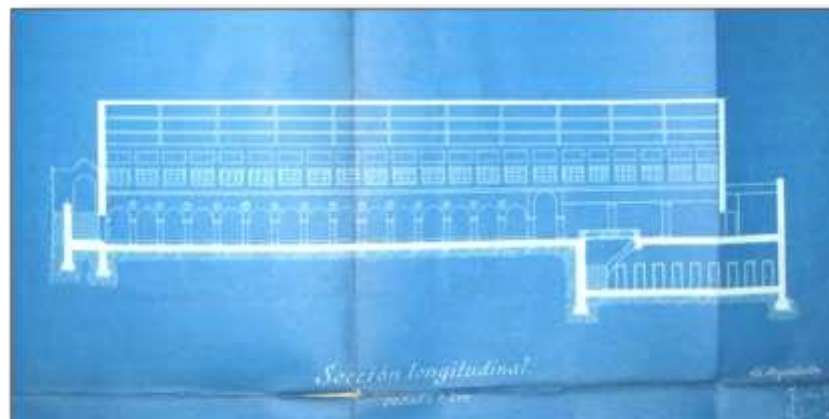


Figura 72: Corte longitudinal del mercado – Fuente google.

➤ **ANÁLISIS ESPACIAL :**

✓ **ESPACIALIDAD:**

La espacialidad se hace notar, por su amplia infraestructura que lo define como una edificación comercial en este caso un mercado de abastos, donde sin duda el espacio debe prevalecer, provocando en el usuario una sensación de libertad al realizar las actividades correspondientes y comodidad al transitar por ella, es por ello que en este caso la espacialidad se refleja en el diseño al tener un espacio amplio, como se refleja en la imagen una sensación de espacios cómodos y una buena distribución de las tiendas.

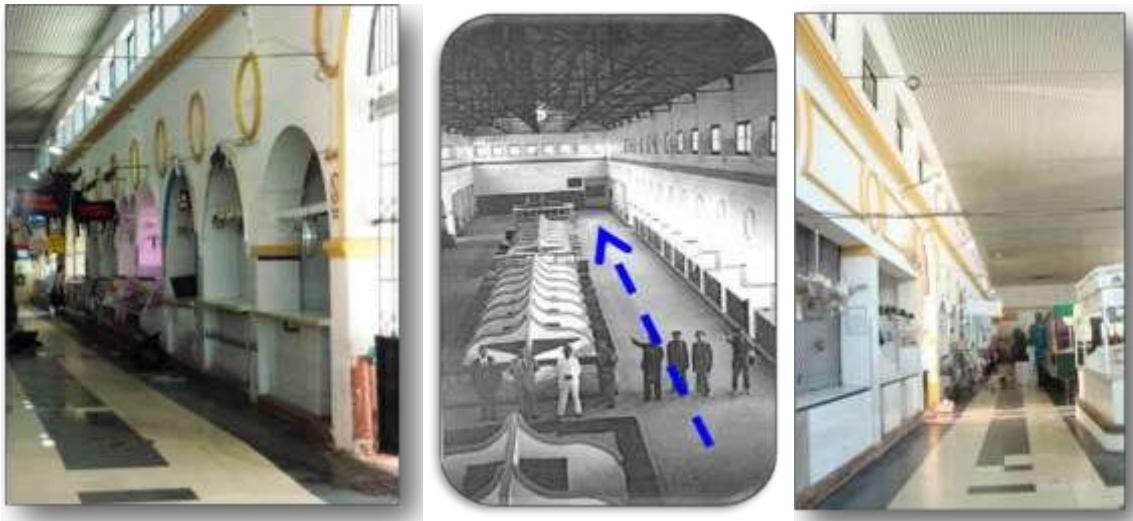


Figura 73: Amplios corredores que permite una circulación fluida – Fuente google.

En el proyecto actual del mercado de San Lucarlamayor se está haciendo una remodelación interna de uno de los sectores dentro del mercado como a continuación se describe:

El proyecto de remodelación y modernización del mercado de abastos ha consistido básicamente en la eliminación de los locales centrales cerrados y la conversión del mercado en un espacio con más luz.



Figura 74: Remodelación de los sectores que componen el mercado – Fuente google.

Para ello se ha dotado las instalaciones de una mayor espacialidad, creando una isla central abierta donde convivirán varios puestos comerciales, así mismo se está llevando a cabo una modernización de los puestos comerciales instalándoles nuevos materiales que unifiquen y permitan aprovechar mucho más el espacio.



Figura 75: Espacio central abierto integrador de los distintos puestos de carnes – Fuente google.



Figura 76: Remodelación de los cielos rasos de todo el proyecto – Fuente google.

El cambio de falso techo por uno nuevo, la creación de un lucernario circular, la colocación de un nuevo pavimento de mayor calidad, el cambio de luminarias por otras nuevas empotradas, la mejora de los accesos; han sido algunos de los trabajos que han optimizado el diseño y le han dado un nuevo rostro al mercado de abastos.



Figura 77: Creación de una lucernario circular para mejorar la iluminación de los espacios – Fuente google.



Figura 78: Remodelación de los pisos de mejor calidad –
Fuente google.

✓ CIRCULACION

Circulación fluida por todas las instalaciones, permitiendo comodidad al requerir los productos dentro de la edificación, evitando conflictos entre el público.

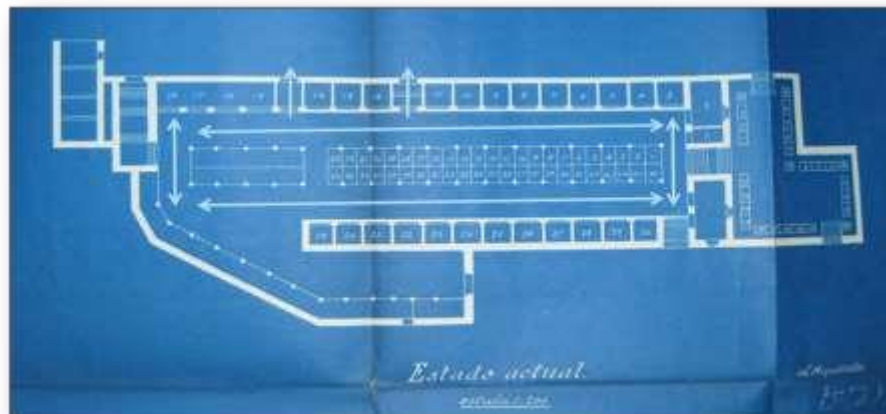


Figura 79: Circulación fluida por amplios corredores –
Fuente google.

✓ ESTRUCTURAS:

La gran nave se elevó para abrir ventanas y se cubrió con un encercado de hierro. Las dos vertientes de sus cubiertas, que eran de teja curva, se revistieron con planchas de zinc y se cubrió la nave por completo. Debajo de esta planta, en el sótano, quedó una zona destinada a depósitos y frigoríficos, cuyo lugar había servido con anterioridad para la venta del pescado.

Se conservó la antigua estructura de las fachadas exteriores con el remate almenado, así como las arcadas internas de los puestos.



Figura 80: Corte trasversal de la nave – Fuente google.

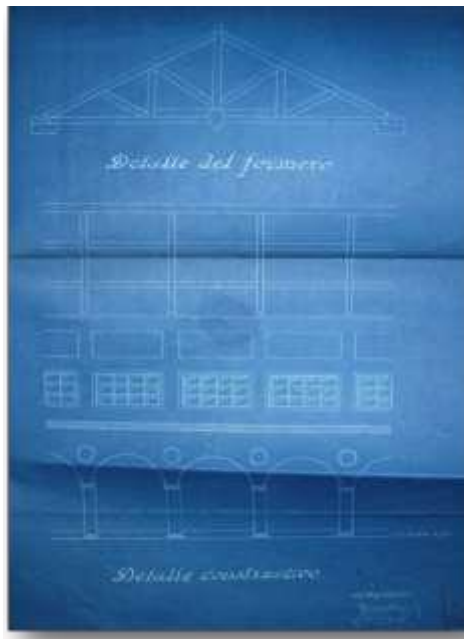


Figura 81: Las remodelaciones incluyeron las fachadas y arcadas del antiguo mercado – Fuente google.

➤ **ANÁLISIS FORMAL**

✓ **COMPOSICIÓN ESPACIAL:**

Presenta un estilo de la época en que fue construido, teniendo una armonía en ese sentido con su entorno inmediato, su composición se refleja más en la distribución de los espacios e infraestructura interna.



Figura 82: La fachada conserva el estilo del s. XVIII en el que fue construido la edificación – Fuente google.

✓ **VOLUMETRÍA:**

Presenta una volumetría estática, pesada y sin movimiento, con una cobertura de tijerales que lo distingue como edificación comercial (mercado) solo se realizaron detalles en sus fachadas propios de la época al igual que su diseño interno, como el empleo de arcos y acabados rústicos, tiene una forma rectangular.

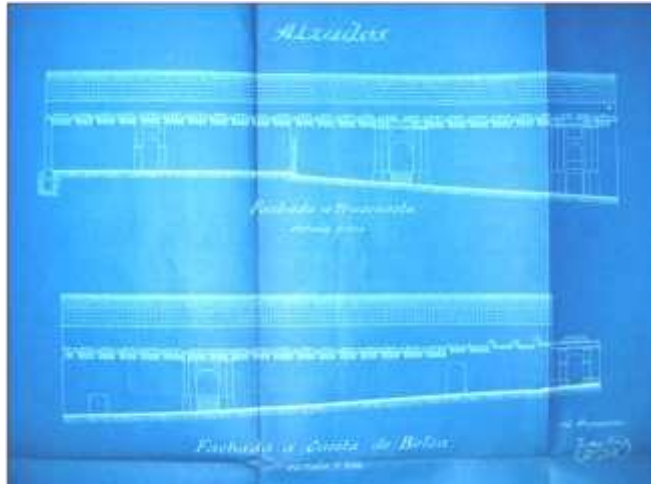


Figura 83: Un gran volumen compone el proyecto inserto en el terreno – Fuente google.

➤ **ANÁLISIS TECNOLÓGICO:**

✓ **ILUMINACIÓN:**

Se compone la edificación de una figura cuadrada que en el fondo inferior están las cuadras de las 4 tablas de la carnicería con la pieza o almacén para guardar las carnes y a un lado la sala de la diputación con balcón y puerta a la misma cuadra, y otro a uno de los ángulos del patio. Toda esta pieza tiene mucha luz y ventilación por medio de tres espaciosa ventanas, y las grandes rejas que cierran los tres arcos de la puerta de la entrada y de sus colaterales a quien sirven de adorno las armas reales y las antiguas y modernas de la ciudad.

En cuanto a los demás ambientes la iluminación es muy escasa, debido a que sus ventanas son demasiado altas y no abastece de luz a los ambientes que se encuentran colindantes a las calles, por lo que se necesita de luz artificial.

3.2.2.1 Aportes que nos deja el Mercado Sanlucarlamayor

- La disposición de los puestos de venta, permite una circulación limpia y de comodidad al usuario, distribuyendo sus zonas de forma organizada.



Figura 84: La disposición de los sectores permite una fluida circulación – Fuente google.

- La altura que presenta y su cobertura espacial, brinda una sensación de amplitud y fluidez entre el público y los comerciantes



Figura 85: Alturas y corredores amplios que aligeran la sensación dentro del mercado – Fuente google.

- Presenta cuatro ingresos que permiten una mayor fluidez comercial, dando una mejor evacuación de la edificación por si hubiera algún tipo sismo o desastre natural. Cada ingreso identifica a cada zona de ventas del mercado, la cual es muy importante en este tipo de comercio (mercado de abastos).
- A pesar de su antigüedad, presenta una estructura segura, libre de desperfectos internos y externos, solo se han desarrollado remodelaciones en cuanto a acabados de acuerdo al uso que se le da a los puesto según sus líneas comerciales.



Figura 86: Puesto y pisos con las remodelaciones culminadas – Fuente google.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO, DESCRIPCION Y ANALISIS DE LA INFORMACION

A continuación después de haber realizado y procesado la información obtenida de los encuestas, las entrevistas y las fichas técnicas, cada una de ellas con su análisis respectivo, pasamos a dar respuesta a las de investigación según su objetivo correspondiente.

4.1.1. OBJETIVO 1

Conocer la situación actual de cada uno de los sectores que conforman el Mercado Buenos Aires y las formas de intervención que se realizara.

4.1.1.1 Primera pregunta de investigación:

¿Cuál es la situación actual de cada uno de los sectores del mercado de Buenos Aires del distrito de Nuevo Chimbote?

Según el trabajo de campo realizado, la información brindada por los dirigentes, y las encuestas hechas a los comerciantes; se tiene que el mercado buenos aires en la actualidad está conformado por 3 sectores:

Sector A (mercado antiguo), **Sector B** (primera ampliación); **Sector C** (segunda ampliación); según el trabajo de campo realizado y el análisis respectivo se obtuvo que las condiciones en las que se encuentran la construcción del mercado Buenos Aires; esta en un estado caótico debido a las malas condiciones de los elementos estructurales y no estructurales por múltiples factores así tenemos :

- ✓ **Los muros** están dañados con el recubrimiento rajado y caído en varias partes del sectores exponiendo el ladrillo los cuales están desunidos debido a las rajaduras que presenta, estas grietas en los muros de forma diagonal en dirección al suelo nos indican que también hay daños en sus cimentaciones, ya que el mercado de Buenos Aires tiene una antigüedad de más de 20 años; por lo mismo presenta serios daños en sus estructuras.

- ✓ El **piso** también presenta rajaduras en varias partes del sector A (mercado antiguo) estas rajaduras son producto de asentamientos o hundimientos sobre todo en las secciones de ventas de carnes generadas por la humedad y por un deficiente mantenimiento después de cada día de labores.

- ✓ La mayoría de **los puestos de ventas** del interior del mercado del sector A, están hechos de material noble y en el sector B y C están hechos de material perecible; encontrándose en malas condiciones por el tiempo tienen construidas y por la falta de mantenimiento, los cuales presenta deformaciones y cuarteamientos en los sectores B y C; además de que en el sector A en la parte inferior de los puestos en las tabiquerías presentan moho y humedad en el caso de los puestos de la zona humedad.



Figura 87: Puesto de material noble dentro del sector B y C – Fuente propia

- ✓ En **las cubiertas** se ha empleado “canalones” el cual es un material cancerígeno que perjudica y pone en riesgo la salud tanto de los comerciantes como de los usuarios y proveedores. Así mismo También se encuentra deteriorado ocasionado así el ingreso de aves dentro del mercado originando la contaminación del ambiente y la mala calidad de servicio; debido a su antigüedad y a otras múltiples reparaciones realizadas de manera artesanal sin una apropiada orientación, técnica ni profesional. Así también se puede observar la cubierta de la 1ª y 2ª ampliación el cual está hecho de material perecible y que en la actualidad se encuentra deteriorado y contribuyendo así a la mala calidad de servicio.



Figura 88: Cubierta de canalones en el Mercado Antigo – Fuente propia



Figura 89: Cubiertas de material perecible en la 1º y 2º ampliación – Fuente propia

- ✓ Las **instalaciones eléctricas** están totalmente expuestas y mal ubicadas en todo el mercado con conexiones sin ningún criterio técnico, a lo largo de las cubiertas. Paredes y espacios donde se puedan colocar, generadas por cada propietario.



Figura 90: Instalaciones eléctricas expuestas – Fuente propia.



Figura 91: Falta de criterio en las instalaciones de los distintos puestos – Fuente propia

- ✓ Con respecto **al abastecimiento** de productos; tienen muchos tipos de inconvenientes al realizarlos ya que los comerciantes se abastecen de sus productos de manera individual a través de camionetas, autos o triciclos provocando desorden e incomodidad y generando malestar en los clientes y a los peatones que transitan por las vías públicas y en los pasadizos del mercado, al momento de trasladar dichos productos a sus puestos respectivos; agregando que en los cuatro accesos que tienen el mercado existe comercio ambulatorio de todo tipo y por lo mismo se genera una aglomeración de personas siendo peligroso si se requiere una evacuación inmediata en caso de algún tipo de desastre natural o accidental.



Figura 92: La aglomeración de circulaciones de los distintos usuarios produce caos en horas puntas – Fuente propia



Figura 93: La zona de abastecimiento no tiene un lugar establecido de carga y descarga – Fuente propia

- ✓ Las condiciones de **almacenamiento y conservación** de sus diferentes productos según sus líneas comerciales es inapropiado ya que los comerciantes mismos almacenan y conservan sus productos en sus propios puestos, incluso llevándolo hasta sus viviendas, los cuales no tienen adecuadas condiciones técnicas ni ambientales para su conservación y además por sus reducidas dimensiones resultan insuficientes ocupando los pasadizos para la exposición de sus productos, generando desorden y malestar en sus usuarios ya que no han sido diseñados de acuerdo a las necesidades según la línea comercial de cada puesto de ventas.



Figura 94: Estado inapropiado del módulo de venta de pollo – Fuente propia.



Figura 95: Almacenamiento y conservación pobre en el sector de venta de pollo – Fuente propia

4.1.1.2 Segunda pregunta de investigación:

¿Cuál es el tipo de intervención que se realizará entre los sectores que conforman el mercado buenos aires del distrito de Nuevo Chimbote?

Después de haber estudiado y analizado cada sector dentro del mercado Buenos Aires se obtuvo que:

Debido al estado precario de la construcción del Mercado Buenos Aires; por las razones ya expuestas se hace necesario y urgente una intervención del tipo “DEMOLICION” solicitando la licencia respectiva con un plan de demolición y presentando un proyecto a las autoridades correspondientes, señalando que el tipo de obra propuesta es compatible con el medio. Por lo tanto se tendrá que llegar a la integración de estos tres sectores ya que ellos optaron la “unificación” de todo en uno para una mejor calidad de servicio y tener mayor acogida con los usuarios; pero sobre todo para poder entrar a competir con el mundo globalizado al que se enfrenta.



Figura 96: Sectores que componen el Mercado de Buenos Aires – Fuente propia tomada de google.



Figura 97: Integración de los distintos componentes del Mercado Buenos Aires – Fuente propia tomada de google.

4.1.2 OBJETIVO 2

Tipificar el giro o rubros de ventas y cuantificar cada uno de ellos dentro del mercado Buenos Aires de la ciudad de nuevo Chimbote.

4.1.2.1 Primera pregunta de investigación:

¿Qué tipos de giros o rubros de venta existen dentro del Mercado Buenos Aires?

El Mercado Buenos Aires comercializa productos **alimenticios** y **no alimenticios**, todos estos productos se categorizan dentro de los siguientes giros o rubros de ventas:

❖ Verduras y tubérculos

- Papa amarilla
- Papa Yungay chata
- Papa canchan
- Papa huayro

- Camotes amarillos
- Camotes morados
- Yuca
- Cebolla grande
- Cebolla chica
- Zanahorias
- Alverjitas
- Tomate
- Repollo
- Coliflor
- Brócoli
- Lechuga seda lechuga carola
- Lechuga americana
- Rabanito
- Betarraga.

❖ **Abarrotos**

- Arroz (de todo tipo)
- Arroz envasado
- Azúcar blanca
- Azúcar rubia
- Azúcar envasada
- Frejoles
- Menestras
- Leche de tarro
- Leches en bolsa
- Leches de caja
- Aceites
- Aceites en lata
- Conservas pescado
- Conservas de frutas
- Conservas de frijoles en salsa

- Fideo tallarín
- Harinas sueltas
- Harinas envasadas
- Maíz para canchas
- Cereales sueltos y envasado
- Papel higiénicos de rollos e individuales
- Servilletas
- Sal de envasada
- Huevos

❖ **Carnes**

- Carnes de aves
- Carnes rojas
- Pescados y mariscos
- Menudencias.

4.1.2.2 Segunda pregunta de investigación:

¿Cuántos puestos por giro o rubro de venta existen dentro del Mercado De Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote?

Según el trabajo de campo realizado, la información brindada por los dirigentes, y las encuestas hechas a los comerciantes obtuvo los siguientes datos:

1. ZONIFICACIÓN

· para cuantificar mejor los puestos, hemos dividido en 3 zonas:

- a) zona seca
- b) zona semihúmeda.
- c) zona húmeda.

A. **Mercado antiguo** : cuenta con una área de 5800m², dentro del cual sea construido 301 puestos; cuantificados por cada rubro y tipo como a continuación se presenta:

ZONAS	AMBIENTE	LINDEROS	Nº PUESTOS
ZONA SECA	Librería	3.60mx 3.00m	3
	Regalos	3.60mx 3.00m	10
	Florería	3.60mx 3.00m	3
	Mercería	3.60mx 3.00m	8
	Bazar y lencería	3.60mx 3.00m	5
	Plásticos	3.60mx 3.00m	5
	Ropa	3.00mx 2.30m	50
	Perfumería	3.60mx 3.00m	3
	Joyería y bisuterías	3.60mx 3.00m	3
	Abarrotes	3.90m x3.00m 2.86mx1.83m	25
	Insecticidas	2.86mx1.83m	3
	Gaseosas y dulces	2.86mx1.83m	8
	Disco tiendas	3.00mx 3.00m	3
	Vidriería	3.60mx 3.00m	3
	ZONA SECA	Filmaciones	3.60mx 3.00m
Juguetería		3.60mx 3.00m	9
Decoraciones y disfraces		3.60mx 3.00m	3
Piñatería		3.60mx 3.00m	3
Venta de zapatos		3.00mx 3.00m	14
Servicios de reparaciones		3.00mx 3.00m	4
Servicios de zapatería		3.00mx 3.00m	4

	Servicios de costura	3.00mx 3.00m	7
	Peluquería	3.00mx 3.00m	2
ZONA SEMIHUMEDA	Verduras y tubérculos	2.00 mx2.00m	9
	Jugos	3.00m x3.47m	11
	Fuentes de soda	3.00m x3.47m	5
	Frutas	2.50m x3.50m	23
	comidas	3.00m x3.47m	15
	Dulcería/Licorería	3.00m x3.00m	5
	pollo	2.00mx3.00m	14
ZONA HUMEDA	Pescado	2.00mx3.00m	6
	Carne	2.00mx3.00m	19
	Embutidos	2.00mx3.00m	9
	Cocidos y molidos	2.00mx3.00m	5
			301
TOTAL			

Cuadro 01: Sectores que componen el Mercado antiguo – Fuente elaboración propia.

B. Primera Ampliación: cuenta con un área de 1433 m², el cual consta de 170 puestos de distintos rubros cuantificados en el siguiente cuadro:

ZONAS	AMBIENTE	LINDEROS	Nº PUESTOS
ZONA SECA	Ropa y zapatos	3.00mx2.00m	23
	Abarrotes	3.00mx2.00m	35
	Piñatería y juguetes	2.50mx2.00m	2
	Plásticos	2.50mx2.00m	5
	Venta zapatos	2.50mx2.00m	6
	Mercería	2.50mx2.00m	3
	Conservas	2.50mx2.00m	2
	Huevos	2.50mx2.00m	5
	Disco tiendas	2.50mx2.00m	3
	Estéticas	3.00mx3.00m	5
	Lencería	3.00mx3.00m	4
	Harinas	2.50mx2.00m	11
	Dulces	2.50mx2.00m	4
	ZONA SEMIHUMEDA	Verduras y tubérculos	3.00mx3.00m
Jugos		3.00mx3.00m	5
Fuentes de soda		3.00mx3.00m	2
Frutas		3.00mx3.00m	4
comidas		3.00m x4.20m	13
ZONA HÚMEDA	Pescado	3.00m x 3.00m	4
	pollo	3.00m x 3.00m	13
	Carne	3.00m x 3.00m	6
	Embutidos	3.00m x4.20m	4
	Cocidos y molidos	3.00m x 3.00m	5
Total			170

*Cuadro 02: Sectores que componen la primera ampliación –
Fuente elaboración propia.*

C. **Segunda Ampliación:** cuenta con un área aproximada de 1375 m² que consta 210 puestos de venta de diferentes rubros, cuantificados en siguiente cuadro:

ZONAS	AMBIENTE	LINDEROS	N° PUESTOS
ZONA SECA	Ropa y zapatos	3.00m x 4.20 m	19
	Abarrotes	3.00m x 4.20 m	25
	Plásticos	2.00m x 2.00m	5
	Mercería	3.00m x 4.20 m	3
	Huevos	2.86m x 1.83m	5
	Disco tiendas	2.86m x 1.83m	3
	Lencería	2.86m x 1.83m	3
	Harinas	2.86m x 1.90m	10
	Dulces	2.86m x 1.90m	4
ZONA SEMIHUMEDA	Verduras y tubérculos	3.00m x 3.00 m	45
	Jugos	3.00m x 3.00 m	4
	Fuentes de soda	3.00m x 3.00 m	3
	Frutas	3.00m x 3.00 m	22
	comidas	3.00m x 4.20 m	8
ZONA HÚMEDA	Pescado	2.00m x 2.00m	12
	pollo	2.00m x 2.00m	14
	Carne	2.00m x 2.00m	10
	Embutidos	2.00m x 2.00m	8
	Cocidos y molidos	2.00m x 2.00m	7
Total			210

Cuadro 03: Sectores que componen la segunda ampliación – Fuente elaboración propia.

4.1.3 OBJETIVO 3

Conocer el requerimiento por giro o rubro de venta de cada uno dentro del Mercado De Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote.

4.1.3.1 Primera pregunta de investigación:

¿Cuál es el requerimiento por giro o rubro de venta dentro del mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote?

Como sabemos “El espacio” es una variable totalmente ligada al desarrollo de una actividad, comprometida a la satisfacción y cumplimiento no sólo de necesidades y requerimientos del usuario sino a la creación de estados emocionales que generen la sensación de confort durante el uso del ambiente. Es importante por tanto reconocer que el tratamiento espacial no está únicamente ligado a la utilización de exquisitas formas, sino a la facilitación de las funciones. De tal modo, en la mayoría de mercados el tratamiento formal es una consecuencia del aspecto funcional. Por ello se realizó una exploración y conocimiento de los procesos y el total desarrollo del funcionamiento del mercado buenos aires.

Según las investigaciones hechas y los estudios realizados, se constató que el área actual de los puestos no es la suficiente para que puedan realizar sus actividades, ya que según los requerimientos del comerciante por cada tipo de rubro es diferente.

ZONAS DEL SECTOR COMERCIAL

A continuación los requerimientos de cada puesto de venta según el rubro, para un mejor funcionamiento.

A. ZONA HUMEDA

- Los puestos de la **zona húmeda**, es decir aquellos de carnes, pescados y aves, requieren según el pedido de sus propios conductores, espacios que les permitan cumplir la secuencia y el apropiado desarrollo de su trabajo, esto implica espacios designados para la ubicación de una congeladora, tabla de cortes, accesorios para la exposición de productos y panel para avisaje de precios.

Puesto de **carnes rojas** (*vacuno, avino, porcino, etc.*)

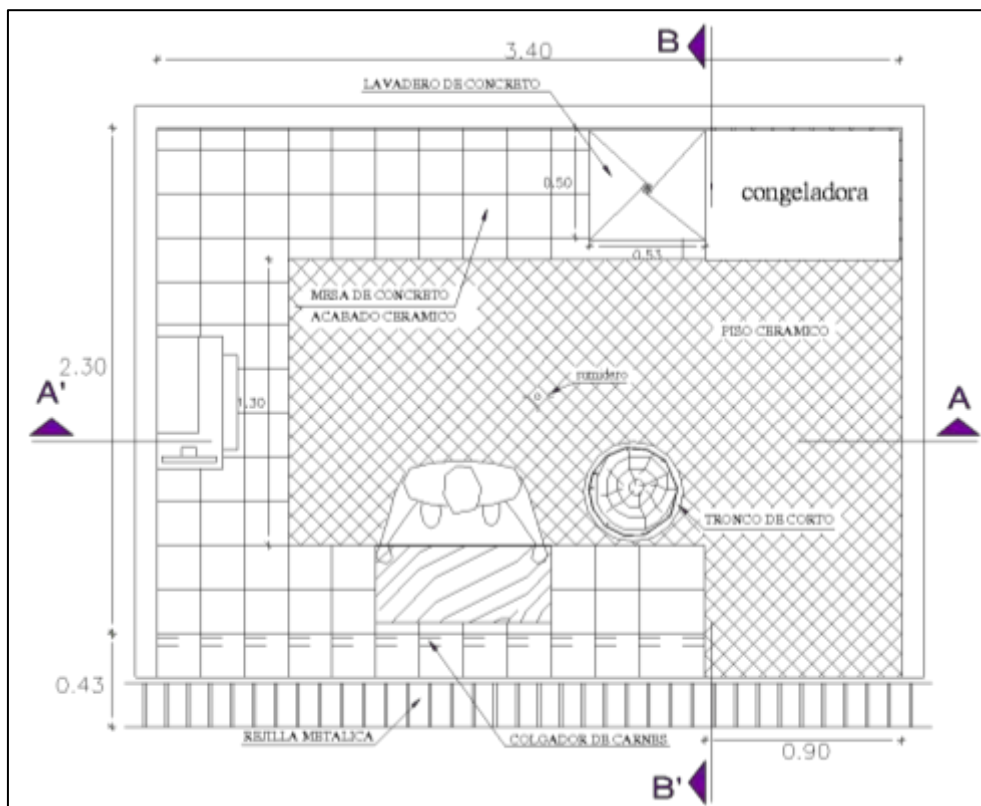


Figura 98: Planta de distribución puesto carnes rojas – Fuente propia.

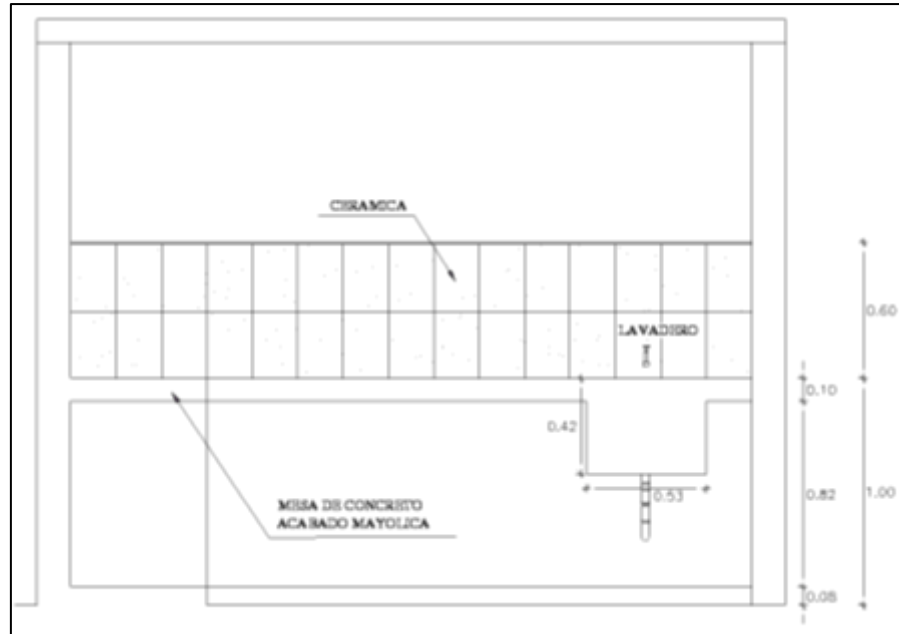


Figura 99: Corte A – A' puesto de carnes rojas – Fuente propia

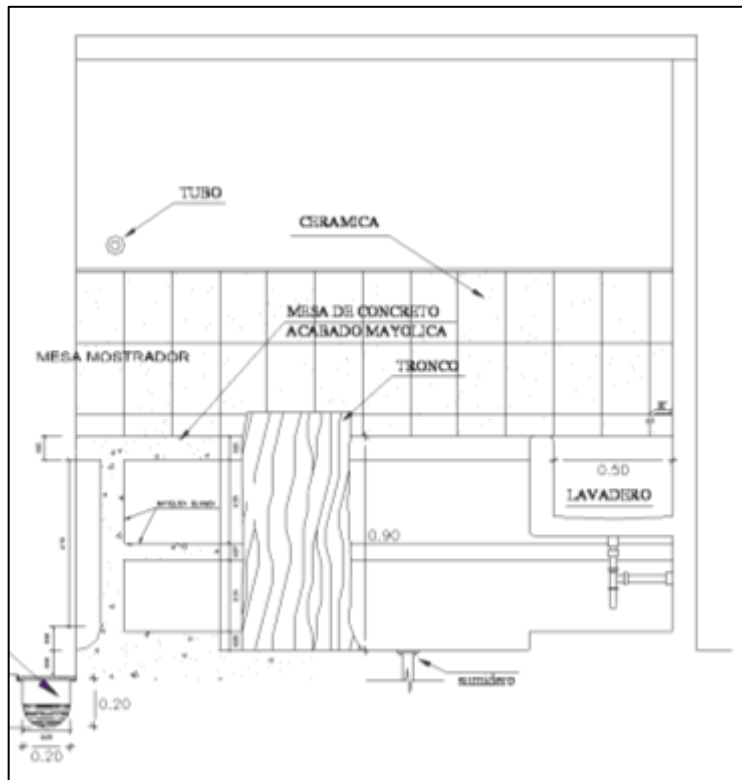


Figura 100: Corte B – B' puesto de carnes rojas – Fuente propia

Puesto de aves:

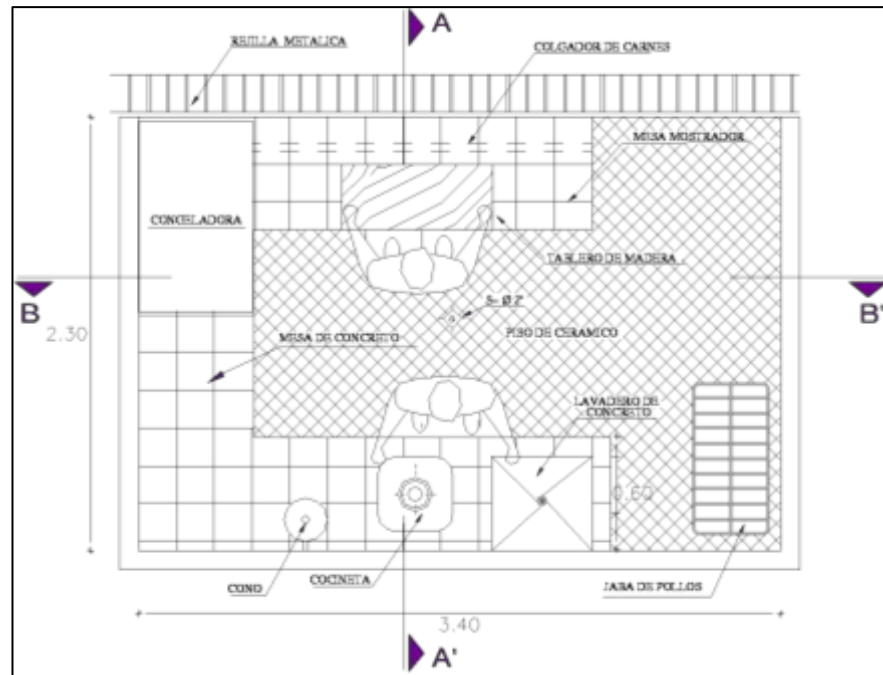


Figura 101: Planta de distribución puesto de aves – Fuente propia

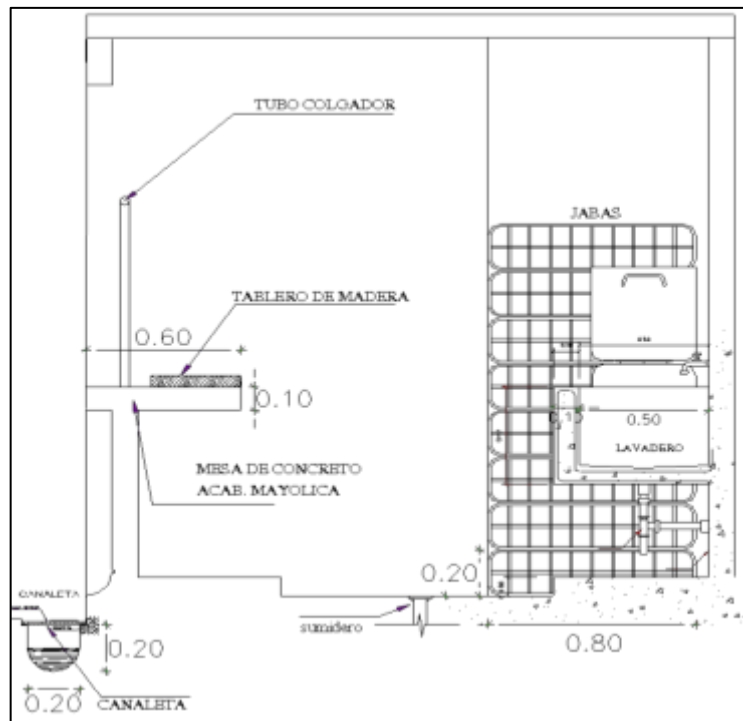


Figura 102: Corte A – A' puesto de aves – Fuente propia

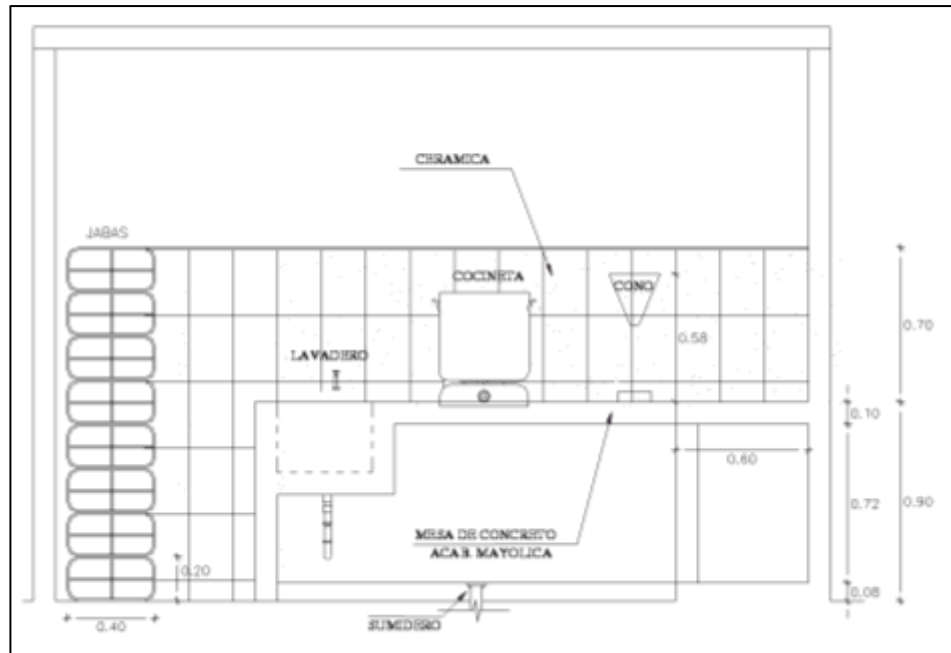


Figura 103: Corte B – B' puesto de aves – Fuente propia

Puesto de pescado y mariscos:

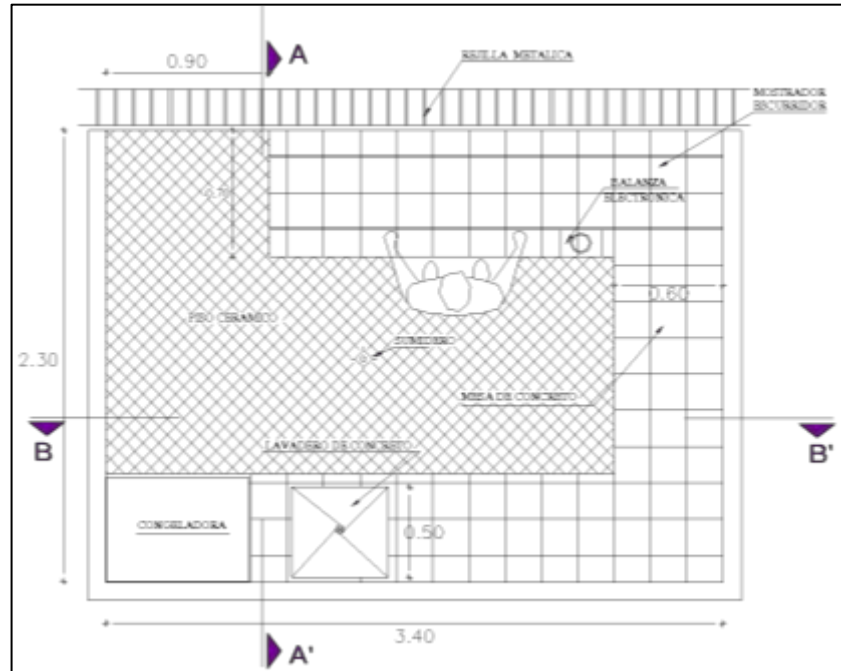


Figura 104: Planta de distribución puesto de pescados y mariscos – Fuente propia

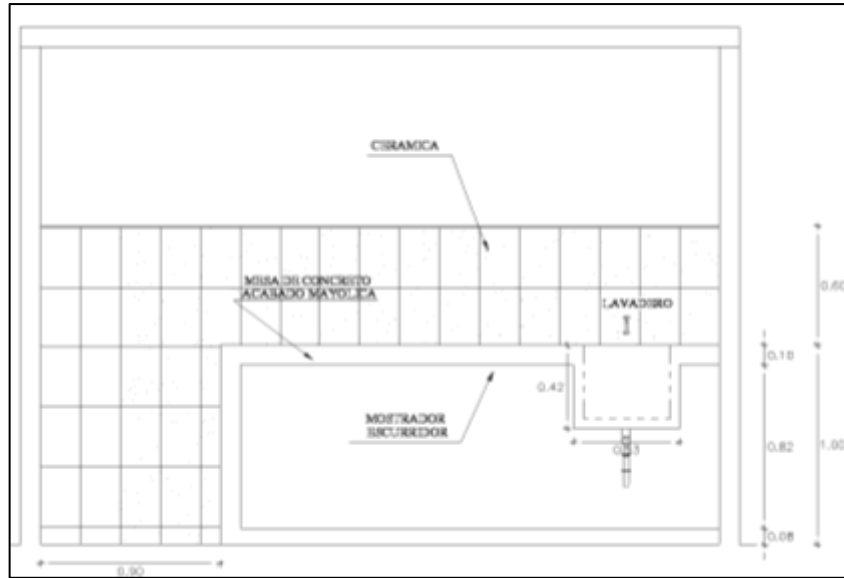


Figura 105: Corte A – A´ puesto de pescados y mariscos – Fuente propia

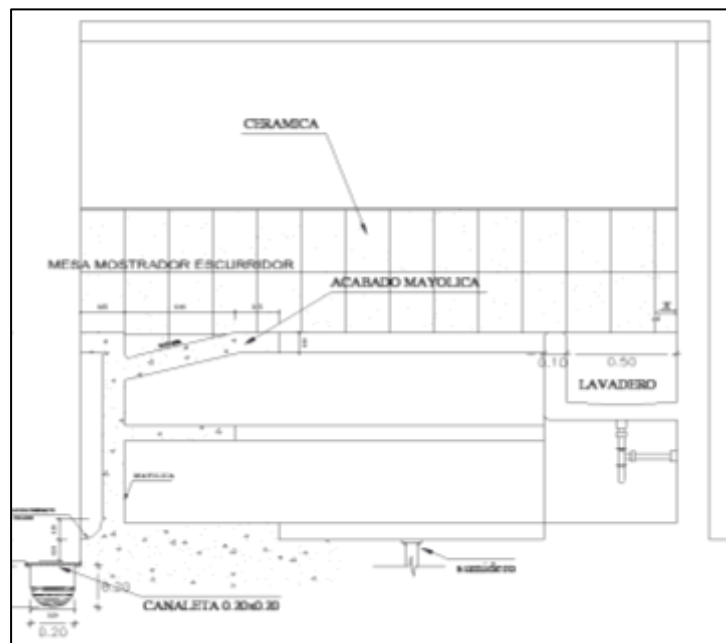


Figura 106: Corte B – B´ puesto de pescados y mariscos – Fuente propia

B. ZONA SEMI HUMEDA :

- En cuanto a los puestos de la zona **semihúmeda** y **húmeda** que fueron planteados como colectivos, con un único ingreso cada dos puestos. Igualmente desean un mayor espacio suficiente para desempeñar de manera cómoda su actividad de venta y mobiliario apropiado, es decir aquel que permita la total exposición de sus productos, brindando una imagen de orden e higiene.

Puestos de vegetales (frutas, verduras y tubérculos): En los puestos de hortalizas, verduras y frutas, algunos vendedores manifiestan la necesidad de un mobiliario en gradiente para exhibición de productos, principalmente aquellos que poseen un puesto que no fue inicialmente concebido para esta venta de este tipo de productos. Cabe resaltar que los puestos originales de hortalizas, verduras y frutas, construidos en madera, poseen un mobiliario especial para la exposición de estos alimentos, sin embargo estos comerciantes exigen también, un área para almacenamiento y un panel para la exposición de las ofertas del día.



Figura 107: Puesto de vegetales – Fuente propia

Puestos de comidas preparadas (juguerías, restaurantes, cubicherías, fuentes de sodas, heladerías, etc.):

Para las Juguerías o cafeterías del mercado buenos aires, el espacio con el que cuenta es insuficiente para abastecer la demanda durante las horas de desayuno, almuerzo y comida. Existe también una continua queja por parte de la mayoría de conductoras de estos puestos, debido a la necesidad de operar desde tempranas horas de la mañana aun cuando las puertas principales del mercado buenos aires se encuentran cerradas, y atender al público que acude a sus centros de trabajo en el contexto urbano próximo.

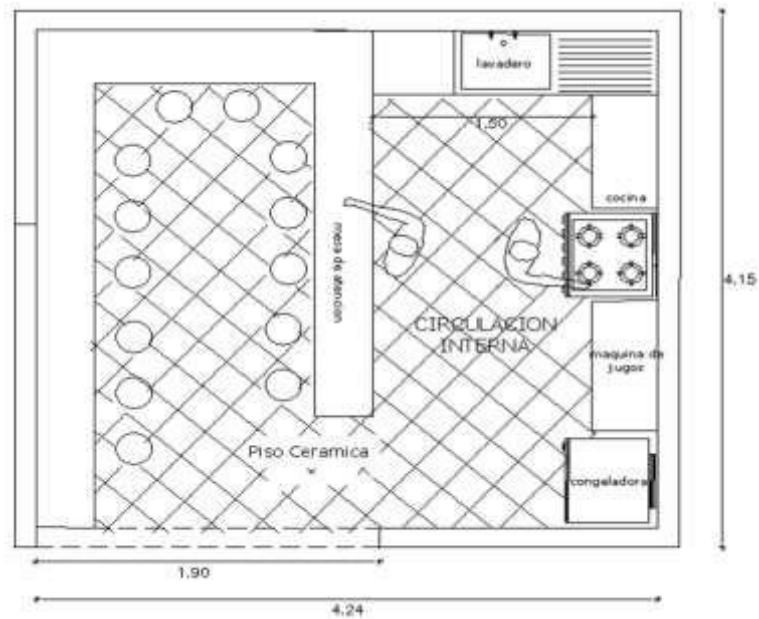


Figura 108: Puesto de comidas preparadas modelo 1 – Fuente propia

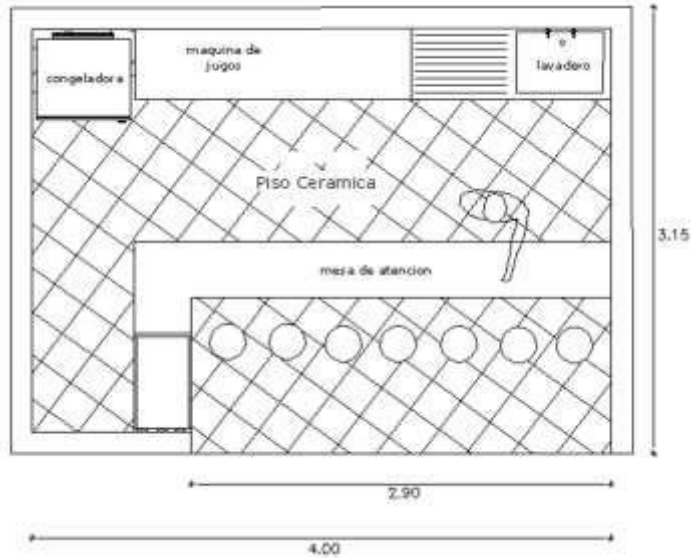


Figura 109: Puesto de comidas preparadas modelo 2 – Fuente propia

Puestos de menestras cocidos y molidos:

Para los puestos de cocidos y molidos en el mercado de buenos aires, son pocos los comerciantes que ocupan unos puestos para la venta de estos productos, el espacio con el que cuenta es insuficiente para abastecer a los usuarios ya que en algunos casos se encuentran comerciantes de estos productos en las circulaciones en el interior del mercado buenos aires, lo cual no es reglamentario.

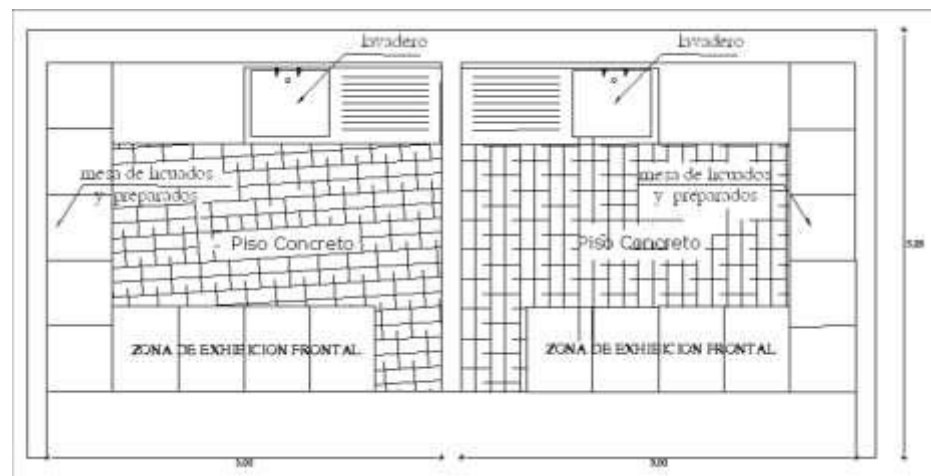


Figura 110: Puesto de menestras, cocidos y molidos – Fuente propia

C. ZONA SECA

- En cuanto a los puestos pertenecientes a la **zona seca**, es decir **abarrotes**, tubérculos, raíces, cereales y menestras, los mismos comerciantes expresaron su disconformidad con los actuales puestos en los que laboran, debido a la falta de espacio para la utilización del mobiliario que requieren, es decir, cubículos para pequeños productos, cajoneras para almacenamiento y estantería para exhibición. Muchos de estos vendedores, así como de las otras zonas han creado su propio mobiliario, con estanterías a hechas a base de madera; que si bien en cierta ayuda individualmente a realizar un trabajo más cómodo, lo cual no apoya en la búsqueda de un lenguaje arquitectónico común entre las unidades de venta.

➤ Puestos de abarrotes :

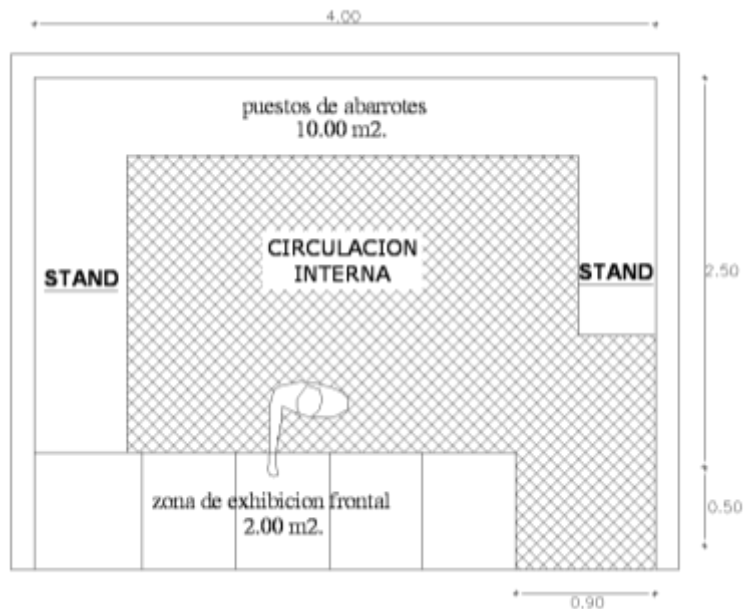


Figura 111: Puesto de abarrotes – Fuente propia

Juguetería:



Figura 112: Puesto de juguetería – Fuente propia

Artículos de vestir y calzar :

En cuanto a los puestos de **ropa, bijouterie y flores**, sus necesidades espaciales son singulares. En los puestos de venta de ropa, se requiere un espacio para colgar prendas para exhibición, una estantería para almacenamiento, y un espacio para mínimo 1 maniquí. En el caso de la venta de bijouterie, es condicionante la presencia de un pequeño taller en la parte posterior del puesto. Al igual que los demás, estantería y particularmente cajonería de distintas dimensiones para almacenamiento, debido a la pequeñez y variedad de los productos que se expende.

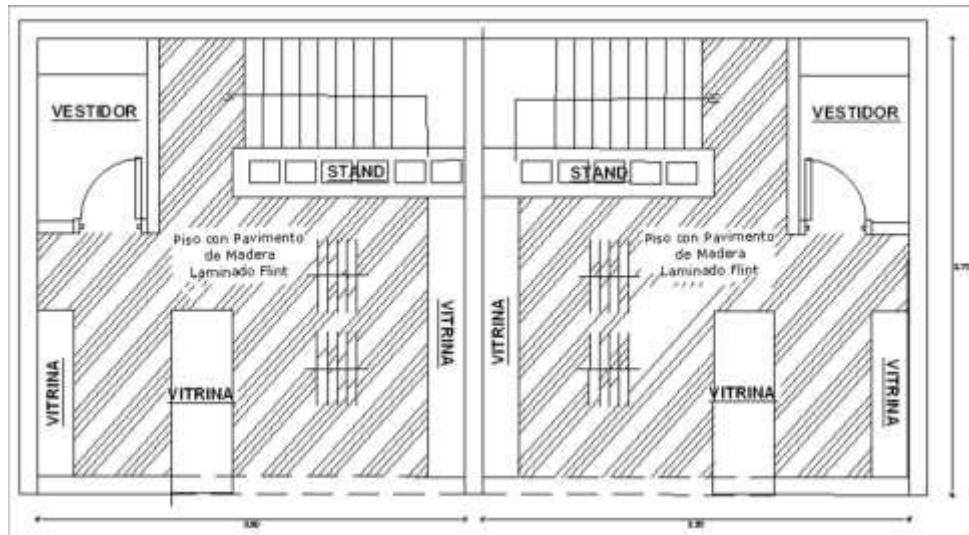


Figura 113: Puesto de vestir y calzar – Fuente propia

Para el caso de los puestos **de venta de flores**, la existencia de lavaderos, es una característica imprescindible, así mismo un espacio para la elaboración de arreglos florales, el mobiliario especializado para la exhibición de éstos y cubículos especiales de almacenamiento.

❖ **Mercerías :**

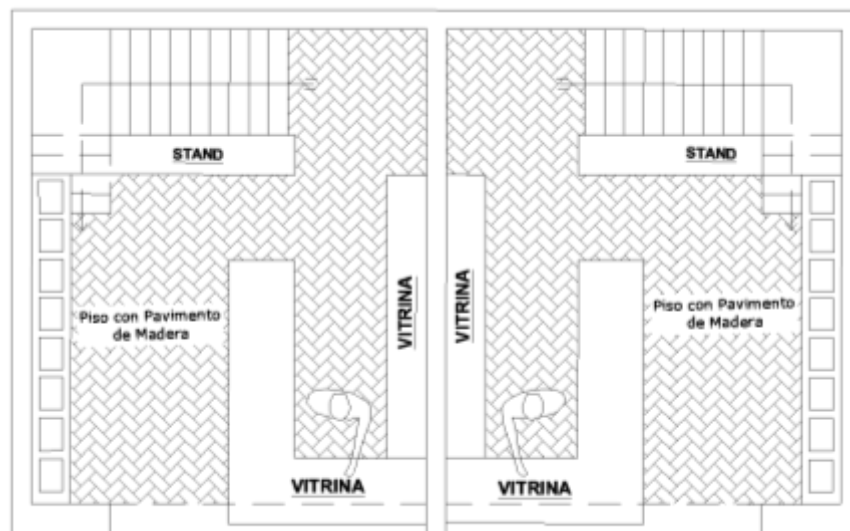


Figura 114: Puesto de mercerías – Fuente propia

❖ **Piñaterías y dulces :**

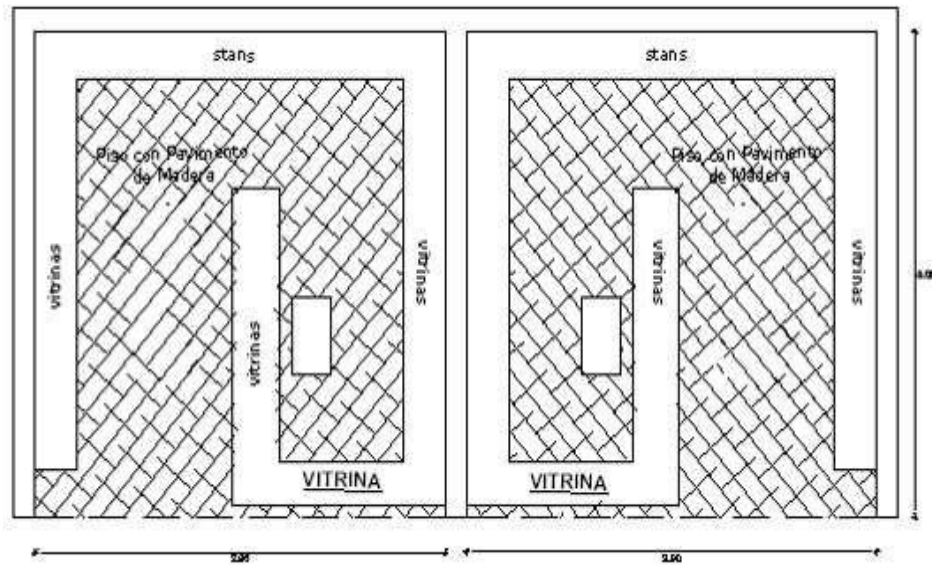


Figura 115: Corte B – B´ puesto de aves – Fuente propia

❖ **Prestadores de servicios (zapaterías y sastrerías):**

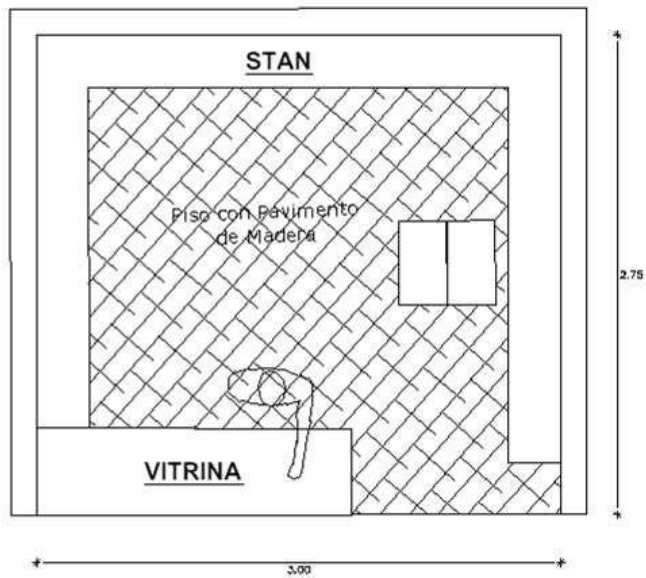


Figura 116: Puesto de prestadores de servicios – Fuente propia

4.1.4 OBJETIVO 4:

Conocer las cualidades **físico-espaciales** según el giro o rubro de venta dentro del Mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote.

LAS CONDICIONES FÍSICAS – ESPACIALES DE LOS PUESTOS SEGÚN SUS RUBROS EN LA ACTUALIDAD

Según las investigaciones hechas y el trabajo de campo realizado se constató que en el Mercado Buenos Aires, la gran mayoría de sus puestos de venta sobre todo los que se encuentran en el interior, carecen de espacios suficientes para desarrollar sus actividades comerciales; y a continuación mostramos algunas imágenes de puestos con medidas no reglamentarias :

- **Abarrotes y afines:** (3.90m x3.00 m) (2.86m x1.83 m) (3.00m x2.00 m) (3.00m x 4.20 m), según se observa las medidas de los puestos son variables.
- Según **reglamento** (mínimo **8.00m²**).



*Figura 117: Puesto de abarrotes y afines con espacios insuficientes
– Fuente propia*

- **Mercería y afines:** (3.60m x 3.00m) (2.50m x2.00m) (3.00m x 4.20m), según el análisis las medidas que presentan son variables.
- Según **reglamento** (mínimo **8.00m²**).
- **Vestir y calzar:** (3.00m x 2.30m) (3.00m x3.00m) (3.00m x2.00m) (3.00m x 4.20m), según el análisis realizado las medidas son variables.
- Según **reglamento** (mínimo **8.00m²**).



Figura 118: Puesto de vestir y calzar – Fuente propia

- **Verduras y frutas:** (2.50m x 3.50 m) (3.00m x 3.00 m) (2.00m x2.00m), las medidas de los puestos son variables.
- Según **reglamento** (mínimo **6.00m²**).



Figura 119: Puesto de verduras y frutas – Fuente propia

- **Carnes y pescados:** (3.00m x 3.00m) (2.00m x 2.00m), las medidas son variables.
- Según reglamento (6.00m²)



Figura 120: Puesto de carnes y pescados – Fuente propia

- **Comidas y afines:** (3.00 m x 4.20m) (3.00m x 3.47m) las medidas de los puestos son variables.



Figura 121: Puesto de comidas y afines mercado Buenos Aires – Fuente propia

4.1.4.1 Primera pregunta de investigación:

¿Cuáles son las cualidades **físicos – espaciales que deben de tener** según el giro o rubro de venta dentro del mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote? Según las investigaciones hechas mediante estudios y encuestas realizadas a los usuarios y también bajo el criterio reglamentario con el fin de determinar el tamaño de cada puesto se ha tomado como referencia las normas técnicas de RNC de mercado de abastos, señalando que el tamaño de los puestos de carnes, pescados, verduras y frutas es de 6.00 m², y de abarrotos, mercería, cocina y afines, 8.00 m².

Sin embargo, en este caso es preciso determinar el tamaño de cada puesto según el volumen en metros cúbicos que ocupan los productos a comercializar según sus líneas de ventas, de acuerdo a la forma de comercialización y a las necesidades propias de los comerciantes del presente mercado.

Para ello se ha calculado el espacio que ocupan los volúmenes de los envases de los productos que tienen mayor demanda según sus rubros o giros, sin dejar de lado los demás productos; adicionando además un espacio apropiado para el almacenamiento temporal, otro espacio que será ocupado por el mobiliario para la exhibición, venta o despacho de los productos, así como el corresponde a la circulación interior mínimo para dos personas. Así tenemos los siguientes cálculos:

VOLUMEN DE PRODUCTOS POR COMERCIANTE SEGÚN SU RUBRO VERDURAS Y TUBERCULOS

PRODUCTOS MAS VENDIDOS POR DIA	CARACTERÍSTICAS DE VENTAS DIARIAS		CARACTERÍSTICAS DEL VOLUMEN DEL PRODUCTO EN EXHIBICION			
	UNID. VENTA	PROMED. VENTA DIARIA	TIPO DE ENVASE	CANT. PROD EXHIB.	VOLUMEN ENVASE O PRODUCT.	VOLUMEN DEL ESPACIO
PAPA AMARILLA	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18m3
PAPA YUNGAY CHATA	KG	16	SACO	1	0.18m3	0.18m3
PAPA CANCHÁN	KG	14	SACO	1	0.18m3	0.18m3
PAPA HUAYRO	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18m3
CAMOTES AMARILLO	KG	20	SACO	1	0.18m3	0.18m3
CAMOTE MORADO GR	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18m3
CAMOTE MORADO CH	KG	8	SACO	1	0.18m3	0.18m3
YUCA	KG	15	SACO	1	0.18m3	0.18m3
CEBOLLA GRANDE	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18m3
CEBOLLA CHICA	KG	8	SACO	1	0.18m3	0.18m3
ZANAHORIA	KG	15	SACO	1	0.18m3	0.18m3
ALVERJITAS	KG	10	SACO	1	0.18m3	0.18m3
TOMATE	KG	15	CAJA	1	0.007m3	0.007m3
REPOLLO	UNID	10	SUELTO	12	0.018m3	0.216 m3
COLIFLOR	UNID	7	SUELTO	12	0.018m3	0.216 m3
BROCOLI	UNID	7	SUELTO	12	0.018m3	0.216 m3

LECHUGA SEDA	UNID	10	SUELTO	12	0.008m ³	0.096 m³
LECHUGA CAROLA	UNID	8	SUELTO	12	0.008m ³	0.096 m³
LECHUGA AMERICANA	UNID	8	SUELTO	12	0.008m ³	0.096 m³
RABANITO	ATDS	4	SUELTO	6	0.009m ³	0.054 m³
BETERRAGA	ATDS	6	SUELTO	6	0.009m ³	0.054 m³
TOTAL						3.21 m³

Cuadro 04: Cuadro de volumen por comerciante según rubro verduras y tubérculos – Fuente propia

➤ Según las preguntas realizadas a los comerciantes, el promedio de venta diaria (col.3) está constituido dentro de la cantidad del producto exhibido (col.5). Por ejemplo:

- Diariamente se vende un promedio de 12kg. De papa amarilla, pero se exhibe 1 saco que contiene 50 kg. Del producto, cuyo volumen es 0.18 m³.
- Diariamente se vende un promedio de 10 coliflores, pero se exhibe una docena o 12 unidades de ellos, cuyo volumen suma 0.216 m³.

Entonces el volumen que se debe de tener para obtener las dimensiones del puesto de ventas, es el volumen del producto que se exhibe.

De la tabla de cálculos se obtuvo que los 3.21 m³, que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 60% del total del volumen de productos exhibidos diariamente, significa que en el puesto debe de existir 5.35m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta.

Con respecto a los 5.35 m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria, un volumen del 30% correspondería para el mobiliario y otro del 50% para el almacenamiento temporal, dándonos un volumen de 9.63m³, a este volumen se le sumaría el 40% correspondiente a la circulación interna de dos comerciantes para la atención, despacho y venta de los productos, resultando finalmente un puesto de

ventas con una capacidad de $13.50\text{m}^3 \diamond 7.00\text{m}^2$, esto significara tener un puesto de ventas con un área de 7.00m^2 mínimo para desarrollar dicha actividad. Los puestos existentes en el mercado tienen áreas desde 4.25m^2 a 5.25m^2 siendo muy chicos y careciendo de espacios adecuados para realizar sus actividades, teniendo la necesidad de invadir los pasadizos generando incomodidad y peligro para todos los usuarios.

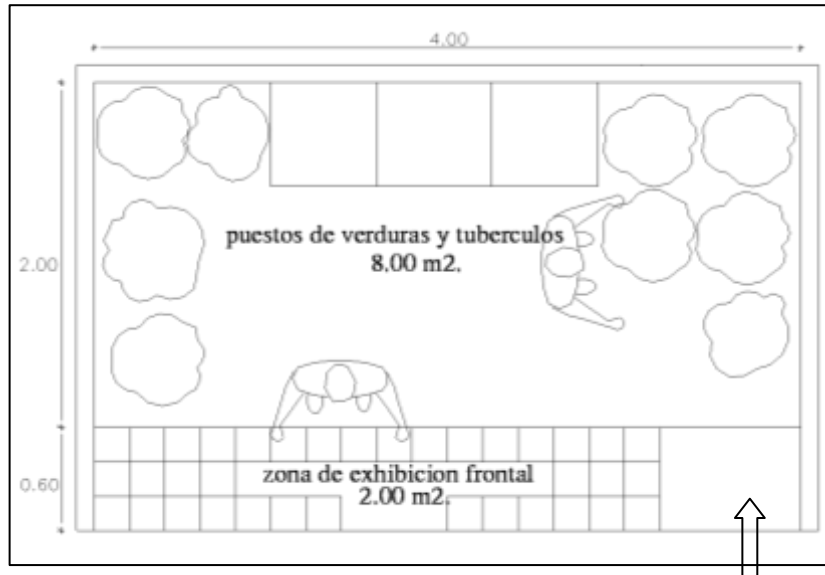


Figura 122: Puesto de verduras y tubérculos – Fuente propia



Figura 123: Zonificación del puesto de verduras y tubérculos – Fuente propia

VOLUMEN DE PRODUCTOS POR COMERCIANTE SEGÚN SU RUBRO

ABARROTES

PRODUCTOS MAS VENDIDOS POR DIA	CARACTERÍSTICAS DE VENTAS DIARIAS		CARACTERÍSTICAS DEL VOLUMEN DEL PRODUCTO EN EXHIBICION			
	UNID. VENTA	PROMED. VENTA DIARIA	TIPO DE ENVASE	CANT. PROD EXHIB	VOLUMEN ENVASE O PRODUCT.	VOLUMEN DEL ESPACIO
ARROZ (S/. 1.50)	KG	10	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
ARROZ (S/. 1.60)	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
ARROZ (S/. 1.70)	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
ARROZ (S/. 1.80)	KG	16	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
ARROZ (S/. 2.00)	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
ARROZ (S/. 2.20)	KG	10	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
ARROZ (S/. 2.40)	KG	10	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
ARROZ ENVASADO (4 marcas)	BOLSA	14	PAQUETE	4	0.04m3	0.16 m3
AZUCAR BLANCA	KG	12	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
AZUCAR RUBIA	KG	16	SACO	1	0.18m3	0.18 m3
AZUCAR ENVASADA (4 marcas)	BOLSA	8	PAQUETE	4	0.03m3	0.16 m3
FRIJOLES (6 tipos)	KG	12	SACO	6	0.07m3	1.08 m3
MENESTRAS (6 tipos)	KG	10	SACO	6	0.04m3	1.08 m3
LECHE TARRO (5 marc)	TARRO	15	CAJA	5	0.03m3	0.15m3
ACEITES 1L (6 marcas)	BOTELL	12	CAJA	6	0.07m3	0.42m3

	A					
ACEITES EN LATA 18L (3 marcas)	LITRO	10	LATA	3	0.04m3	0.12m3
CONSERVAR PESCADOS (4 marcas)	LATA	8	CAJA	4	0.04m3	0.12m3
FIDEO TALLARIN (3 marcas)	BOLSA	10	PAQUET E	3	0.03m3	0.09m3
HARINAS SULTAS (varios tipos 6 aproxim.)	KG	7	SACO	6	0.18m3	1.08 m3
HARINAS ENVASADAS (2 marcas)	PQTE	6	CAJA	2	0.03m3	0.06m3
MAIZ PARA CANCHAS (4 TIPOS)	KG	12	SACO	4	0.18m3	0.72m3
CEREALES SUELTOS (4 tipos)	KG	8	SACO	4	0.18m3	0.72m3
PAPEL HIGIENICO DE DOS ROLLOS E INDIV. (4 marcas)	BOLSA	20	PAQUET E	3	0.03m3	0.09m3
SERVILLATAS (3 marcas)	BOLSA	10	PAQUET E	3	0.02m3	0.06m3
SAL ENVASADA	BOLSA	8	PAQUET E	1	0.03m3	0.03m3
HUEVOS	UNID	80	PAQUET E	6	0.015m3	0.09m3
TOTAL						7.85m3

Cuadro 05: Cuadro de volumen por comerciante según rubro abarrotes – Fuente tesis de mercado

Según el cuadro de cálculos, entonces el volumen que se debe de tener en cuenta para obtener las dimensiones el puesto es el volumen del producto que se exhibe.

Los 7.85. que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 85% del total del volumen de productos exhibidos diariamente, significa que en el puesto debe de existir 9.24m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta .

Con respecto a los 9.24m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria , un volumen del 20% correspondencia para el mobiliario y otro del 30 % para el almacenamiento temporal, dándonos un volumen de 13.86m³ a este volumen se le sumaria el 40% correspondiente a la circulación interna de dos comerciantes para la atención, despacho y venta de los productos. Resultando finalmente un puesto de ventas con una capacidad de 19.40m³ <> 9.70m², esto significa tener un puesto con una área de 9.70m² mínimo para desarrollar dicha actividad. Bueno en la actualidad los puesto existentes en el mercado tienen áreas desde 4.25m² a 5.25m² siendo muy chicos y careciendo de espacios adecuados para realizar sus actividades, teniendo la necesidad de invadir los pasadizos generando incomodidad y peligro a todos los usuarios.

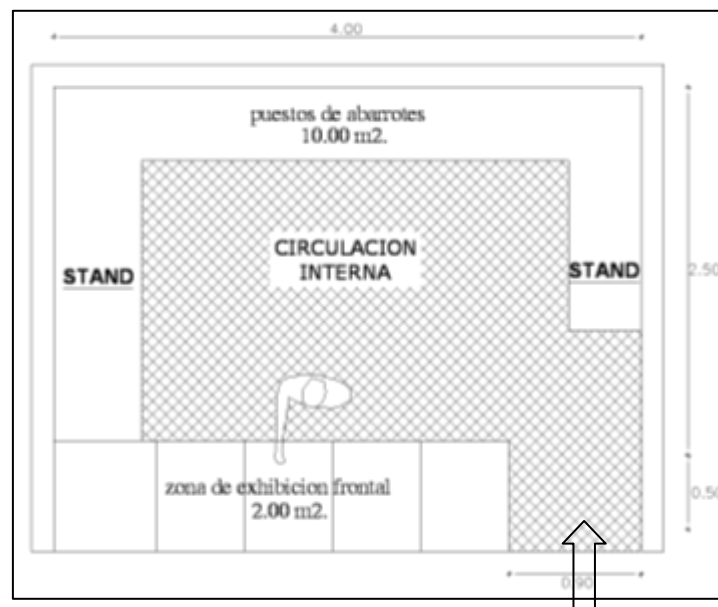


Figura 124: Puesto de abarrotes – Fuente propia

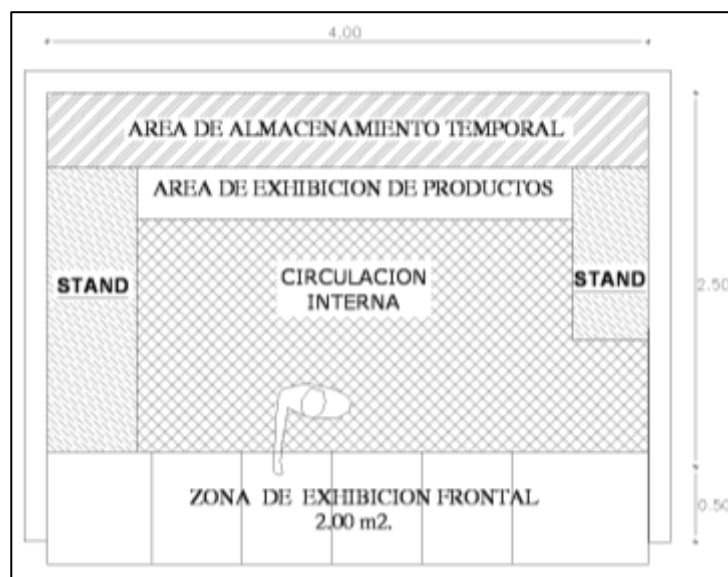


Figura 125: Zonificación del puesto de abarrotes – Fuente propia

❖ **Rubro de carnes :**

VOLUMEN DE PRODUCTO POR COMERCIANTE SEGÚN SU RUBRO				
CARNES				
PRODUCTO MÁS VENDIDO POR DIA	UNIDAD DE VENTA	PROMEDIO DIARIO	TIPO DE ENVASE	VOLUMEN DEL ENVASE
AVES (pollo, pato y gallina)	KG	120	JABA	0.15m ³
CARNES ROJAS (res, cordero y cerdo)	KG	50	PIEZA COMPLETA	1.20m ³
PESCADOS (pescado y mariscos)	KG	20	JABA	0.15m ³
MENUDECIA (molleja de aves, corazón, ubres, mondongo, hígado de res)	KG	40	SECCIONES COMPLETAS	0.90m ³

Cuadro 06: Cuadro de volumen por comerciante según rubro carnes – Fuente tesis de mercado

En el caso de los **pollos** los 0.15 m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 15% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.90m³ de volumen de venta diaria.

En el caso de las **carnes rojas** los 1.20m³ representan el volumen del producto que se exhibe diariamente para su venta.

En el caso del **pescado** los 0.15m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 30% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.50 m³ de volumen de venta diaria.

Con respecto a este rubro se agregara un 30% adicional como espacio para almacenamiento temporal y mobiliario extra (congeladoras, exhibidoras y/ o máquinas de cortar a parte del tronco) a solicitud y dentro de las necesidad de los comerciantes, así como mesas ,más amplias para la exhibición y manipuleo de sus productos; teniendo como referencia el reglamento, el área final para esta actividad sería un mínimo **7.80 m²**.

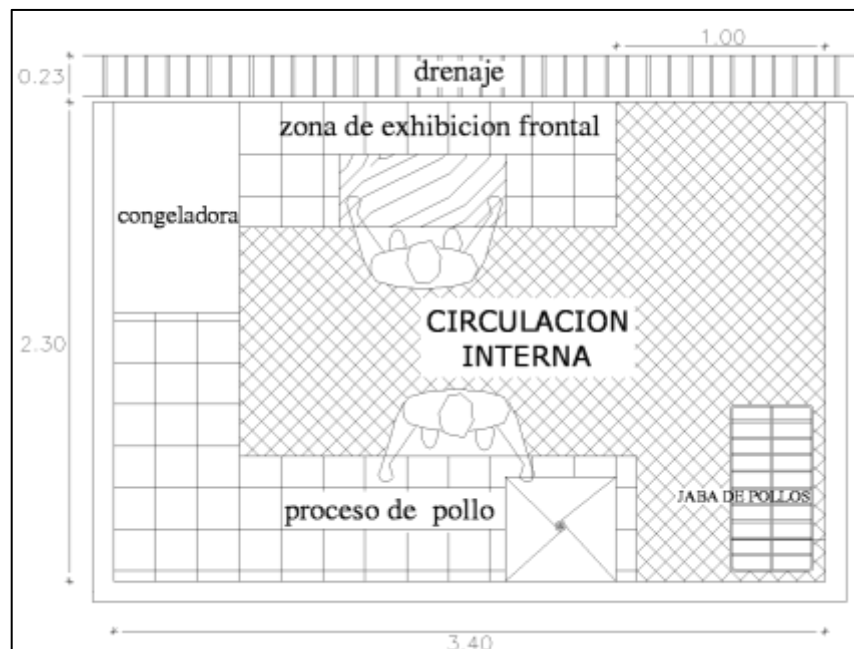


Figura 126: Puesto de aves – Fuente propia

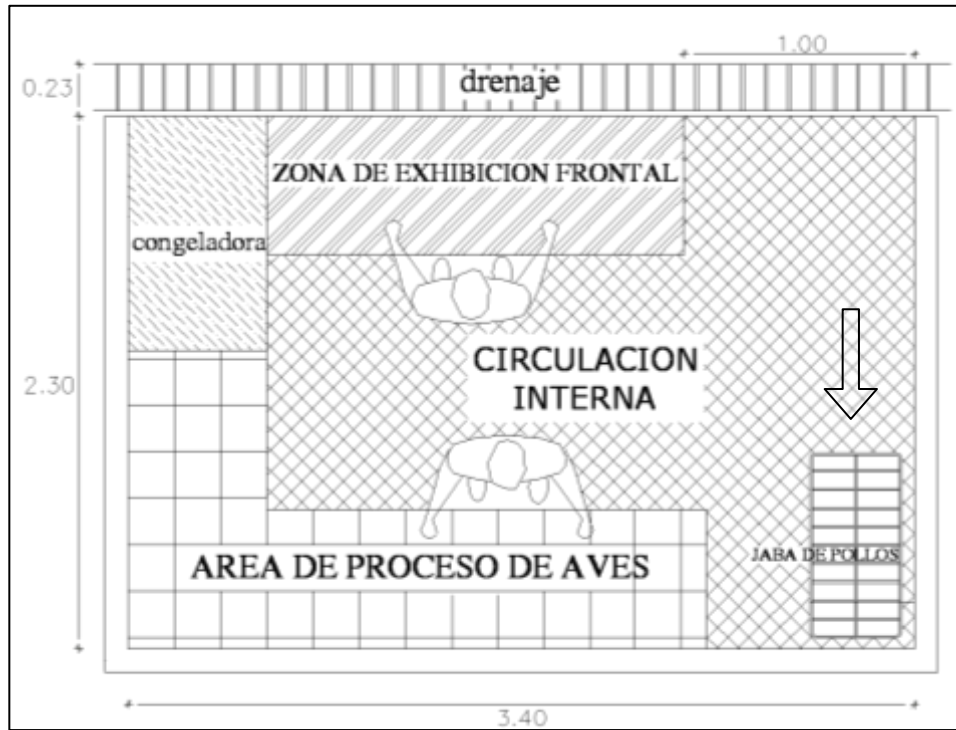


Figura 127: Zonificación del puesto de aves – Fuente propia

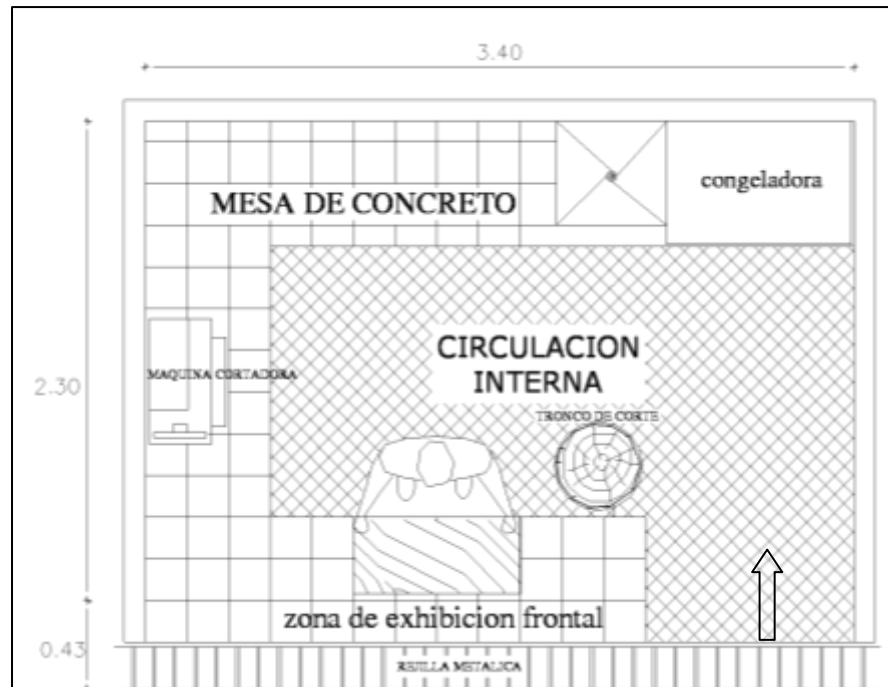


Figura 128: Puesto de carnes rojas – Fuente propia

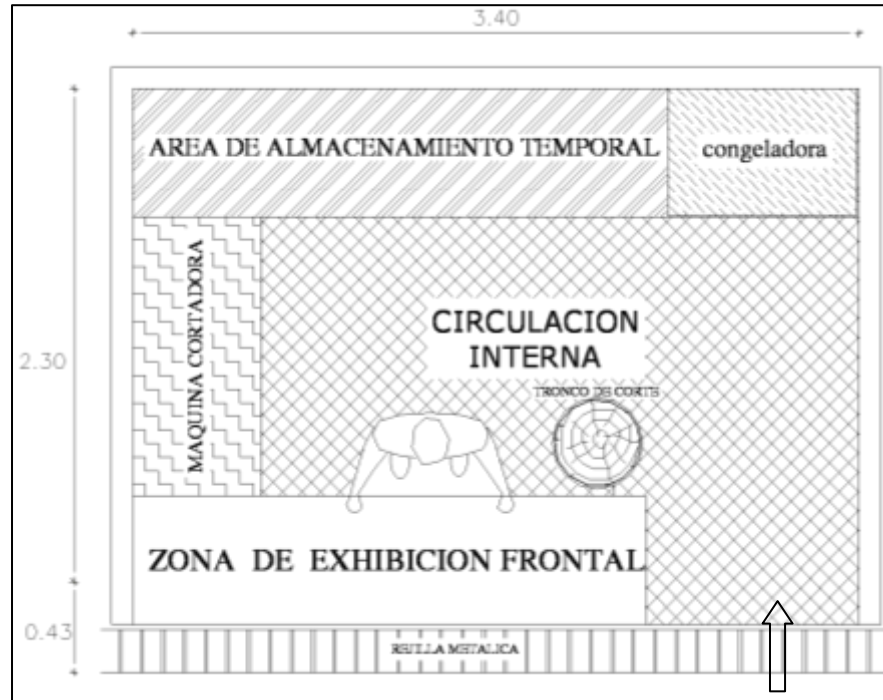


Figura 129: Zonificación del puesto de carnes rojas – Fuente propia



Figura 130: Puesto de pescados – Fuente propia



Figura 131: Zonificación del puesto de pescado – Fuente propia

4.1.5 OBJETIVO 5

Conocer los Ambientes para servicios complementarios que requieran los comerciantes y usuarios del mercado de Bs. As. De la ciudad de Nvo. Chimbote.

4.1.5.1 Primera pregunta de investigación:

¿Cuál son los Ambientes para servicios complementarios que requieran los comerciantes y usuarios del mercado de Bs. As. De la ciudad de Nuevo Chimbote?

De acuerdo a las encuestas realizadas a los comerciantes, usuarios y abastecedores y al trabajo de campo realizado; se estableció las siguientes áreas complementarias de acuerdo a sus necesidades:

➤ Programa de necesidades :

- Dirección y control de las actividades comerciales.
- Limpiar, juntar, seleccionar y desalojar residuos.
- Conservar alimentos perecibles.
- Descargar y distribuir mercadería
- Control de la calidad de productos, cuidado de bebés y primeros Auxilios.
- Actividades comerciales de ocio y entretenimiento.
- Estacionarse.

❖ Servicios complementarios requeridos según las necesidades de comerciantes y usuarios :

✓ **Servicios generales**

➤ zona administrativa

- informes
- secretaria
- directiva
- sala de juntas
- contabilidad
- control sanitario
- control de pesos y reclamos

➤ zona de servicios higiénicos

- SS.HH. Damas
- SS.HH Caballeros

➤ Zona de vigilancia

- Vigilancia interna y externa

➤ Zona de estacionamiento

- Parqueo
- Paraderos

✓ **Servicios complementarios**

- A.** Laboratorio Bromatológico
- B.** Cuna materno infantil
- C.** Tópico
- D.** S.U.M(sala de reuniones)

✓ **Servicios auxiliares**

- Zona de descarga de productos
 - Patio de maniobras (*camiones*)
 - Área de descargas
 - Área de control y distribución

- Zona de conservación de productos
 - Cuarto de trozado
 - Pre—cámara
 - Cámara de carnes rojas
 - Cámara de aves
 - Cámara de pescados y mariscos.

- Zona de almacenamiento de productos
 - Almacén de vegetales
 - Almacén de abarrotes
 - Área de control y distribución

- Zona de limpieza y mantenimiento
 - Patio de maniobras (*contenedor*)
 - Área de selección y limpieza
 - Lavadero
 - Depósito de limpieza y mantenimiento
 - Cuarto de maquina
 - Vestuario de damas
 - Vestuarios de caballeros.

REQUERIMIENTO PARA SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Después de haber visto las áreas complementarias según las necesidades de cada comerciante y usuario, a continuación las medidas y áreas mínimas por cada ambientes según el RNC.

- a. **Administración:** La oficina de administración contara con un área mínima de 16 m² por cada 100 puestos.
- b. **Depósito:** Se considerara un ambiente para depósito cuya área será de 2.00 m² por puesto, distribuidos en zonas individuales para los giros de abarrotes, verduras, frutas y diversos.
- c. **Almacenes:** se requiere con mobiliario que permita el independiente depósito de productos por puestos y cámaras frigoríficas que utilicen un sistema de rieles para el transporte de las corazas y un departamento de limpieza, donde se puedan albergar 2 colectores de basura y los ambientes necesarios para el aseo del personal del Mercado Buenos Aires.
- d. **Rampas:** Se pudo analizar que es indispensable presencia de **rampas** en el área de descarga, a fin de facilitar el transporte de los productos.
- e. **Cámaras Frigoríficas:** Se considera
 - **Carnes:** El volumen mínimo será de 15 m³ hasta 100 puestos. Por cada puesto adicional se agregara 0.35m² por puesto, considerando la totalidad de puestos del Mercado.

- **Pescado:** El volumen mínimo será de 40m³ hasta 100 puestos. Por cada puesto adicional se agregara 0.10m³ por puesto, considerando la totalidad de puestos del Mercado, contemplando los giros para los efectos del cálculo.
- **Tipo A :** además cámara diversos 0.2 m³ por puesto

f. **Colector de Basura:** De acuerdo al tipo de mercado, el área mínima del ambiente para el colector de basura incluyendo los servicios del mismo (Zonas de lavado de cilindros, plataforma, colector, zona de estacionamiento, etc.) será:

- Paredes recubiertas íntegramente con mayólicas.
- Canaletas para la recolección de las aguas de lavado con una sección mínima de 0.20 x 0.20 cubiertas con rejillas de fierro, con una pendiente mínima de 5%, cajas de registro en las salidas de las canaletas.
- EL recinto del colector, deberá permitir el ingreso cómodo de camiones recolectores para el transporte de la basura.
- El recolector deberá contar con rampas en los lugares de carga y descarga para facilitar el manipuleo de los depósitos de basura.
- Un grifo para el lavado de los cilindros y otro para el lavado del colector, Ambos con un diámetro mínimo de 1.0” y 1.5”respectivamente.
- Un depósito con un área mínima de 0.20m² por puesto.
- Un sumidero en el piso de 3” como mínimo para el aseo.

g. **Servicios Higiénicos:** Los mercados deberán contar con:

HOMBRES			MUJERES	
Inodoros	Urinarios	Lavatorios	Inodoros	Lavatorios
1c/25p.	1c/50p.	1c/25p.	1c/25p.	1c/25p.

Cuadro 07: Cuadro de dotación de servicios higiénicos – Fuente: elaboración propia tomada del RNE

Para el personal de servicio por cada 200 puestos o menos: un urinario, un lavatorio, un inodoro, una ducha, además dispondrá de un ambiente para vestuario del personal de servicio, con un área mínima de 15 m² por cada 200 personas.

h. **Cuna materno infantil:** con una capacidad de asistencia de un niño por cada 15 puestos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. CONCLUSIONES – RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES:

1.- La situación actual del mercado Buenos Aires del Distrito de Nuevo Chimbote se encuentra en mal estado, debido a sus deterioradas instalaciones y una desorganizada distribución de sus zonas, por lo tanto se debe realizar una intervención tipo “Demolición”, ya que ninguno de sus elementos estructurales se puede recuperar.

2.- El Mercado Buenos Aires comercializa productos alimenticios y no alimenticios, todos estos productos se categorizan dentro de los siguientes giros o rubros de ventas:

- Verduras y tubérculos
- Abarrotes
- Carnes
- Ropa, zapatos y otros.

➤ Según la investigación realizada se ha obtenido los siguientes datos:

ZONIFICACION

- Para cuantificar mejor los puestos, hemos dividido en 3 zonas:

- zona seca
- zona semihúmeda.
- zona húmeda.

· **Mercado antiguo** : cuenta con una área de 5800m², dentro del cual sea construido 301 puestos ; cuantificados por cada rubro y tipo como a continuación se presenta:

Zona Seca	:	180	puestos
Zona Semihúmeda	:	59	puestos
Zona Húmeda	:	53	Puestos.

✓ **Primera Ampliación:** cuenta con un área de 1433 m², el cual consta de 170 puestos de distintos rubros.

Zona Seca : 108 puestos

Zona Semihúmeda : 34 puestos

Zona Húmeda : 32 puestos.

✓ **Segunda Ampliación:** cuenta con un área aproximada de 1375 m² que consta 210 puestos de venta de diferentes rubros, cuantificados en siguiente cuadro:

Zona Seca : 77 puestos

Zona Semihúmeda : 82 puestos

Zona Húmeda : 51 puestos.

3.- Según las investigaciones hechas y los estudios se constató que el área actual de los puestos no es la suficiente para que puedan realizar sus actividades, ya que según los requerimientos del comerciante por cada tipo de rubro es diferente.

ZONA SECA

✓ **Puestos de Abarrotes**

El requerimiento para los puestos de abarrotes es un mostrador en la parte delantera como zona de exposición de los productos. Debajo de esta mesada es apropiado acondicionar un área de almacenamiento de los productos en cajas.

A los lados del puesto se debe ubicar estantería con divisiones de distinto dimensionamiento debido a la diversidad de tamaño de los productos que se comercializa.

✓ **Juguerias**

Para las juguerias o cafeterías del Mercado Buenos Aires, el espacio con el que cuenta es insuficiente para abastecer la demanda durante las horas de desayuno, almuerzo y comida.

Su continua queja radica en la necesidad de operar desde tempranas horas de la mañana aun cuando las puertas principales del mercado buenos aires se encuentran cerradas, y atender al público que acude a sus centros de trabajo en el contexto urbano próximo.

Así mismo exigen una zona iluminada naturalmente, a diferencia de su ubicación actual, que corresponde a la zona más oscura del mercado.

ZONA SEMIHUMEDA

✓ **Puesto de vegetales** (fruta, verduras y tubérculos)

Los puestos de frutas y/o verduras deben tener una zona de exposición amplia, con mobiliario escalonado.

La zona de almacenamiento es debajo de este mostrador, ya que se debe evitar exceso de traslado debido a la condición frágil del producto.

En la parte posterior no se almacena sino se debe exponer también el producto, ya que hay ciertos productos de este puesto que de ningún modo pueden ser guardados en lugares cerrados, por lo que se estila que su posición de almacenamiento sea la misma de exposición a fin de no maltratarlos.

ZONA HUMEDA

✓ **Puesto de carnes rojas** (vacunos, avino, porcino, etc.)

El Puesto de carnes debe tener 3 zonas: la zona de expendio de productos que se da en la zona, delantera constituye la zona de mostrador, que debe ser un mobiliario modular de exhibición y refrigeración.

La segunda zona es la de circulación del conductor de puesto, la cual debe ser holgada.

Y la tercera zona es la de almacenamiento, le cual debe poseer un espacio abierto para colgar carnes aun no trozadas.

✓ **Puesto de Pescados/Aves**

El principal requerimiento con respecto a estos puestos, es el cambio a puestos individuales y no colectivos como se presentan en el actual mercado de Buenos Aires como es en algunos casos en la parte de la construcción del (sector A, mercado antiguo).

Al igual que los puestos de carnes, los puestos de aves y pescado deben tener 3 zonas:

- la zona de expendio de productos que se da en la zona delantera; constituye la zona de mostrador, que debe ser un mobiliario modular de exhibición y refrigeración.
- La segunda zona es la de circulación del conductor de puesto; la cual debe ser holgada.
- La tercera zona es la de almacenamiento. El puesto de aves es igual al de pescado. Con la diferencia que para los últimos se necesitan dos lavadores y un espacio adicional para pelado y corte; Debe ser una obligación que una vez concluida la jornada laboral, el almacenamiento del pescado se realice en la cámara frigorífica especial para estos.

4.- Según las investigaciones hechas mediante estudios y encuestas realizadas a los usuarios y también bajo el criterio reglamentario con el fin de determinar el tamaño de cada puesto se ha tomado como referencia las normas técnicas de RNC de mercado de abastos, señalando que el tamaño de los puestos estará definido por norma; en este caso es preciso determinar el tamaño de cada puesto según el volumen en metros cúbicos que ocupan los productos a comercializar según sus líneas de ventas, de acuerdo a la forma de comercialización y a las necesidades propias de los comerciantes del presente mercado. Así tenemos los siguientes cálculos:

✓ **VERDURAS Y TUBERCULOS:** (3.21 m³)

Los 3.21 m³, que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 60% del total del volumen de productos exhibidos diariamente, significa que en el puesto debe existir 5.35m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta.

Con respecto a los 3.215 m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria , un volumen del 30% correspondería para el mobiliario y otro del 50% para el almacenamiento temporal , dándonos un volumen de 9.63m³, a este volumen se le sumaria el 40% correspondiente a la circulación interna de dos comerciantes para la atención , despacho y venta de los productos ,resultando finalmente un puesto de ventas con una capacidad de 13.50m³ <> 7.00m², esto significara tener un puesto de ventas con un área de 7.00m² mínimo para desarrollar dicha actividad.

✓ **ABARROTÉS:** (7.85m³)

Los 7.85. que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 85% del total del volumen de productos exhibidos diariamente , significa que en el puesto debe de existir 9.24m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta .

Con respecto a los 9.24m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria , un volumen del 20% correspondencia para el mobiliario y otro del 30 % para el almacenamiento temporal, dándonos un volumen de 13.86m³ a este volumen se le sumaria el 40% correspondiente a la circulación interna de dos comerciantes para la atención , despacho y venta de los productos . Resultando finalmente un puesto de ventas con una capacidad de 19.40m³<>9.70m²

✓ **CARNES:** (Aves-0.15m³/Carnes Rojas - 1.20m³/Pescado-0.15m³/Menudencia-0.90m³).medidas de cada producto en m³.

En el **caso de los pollos** los 0.15 m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 15% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.90m³ de volumen de venta diaria.

En el **caso de las carnes rojas** los 1.20m³ representan el volumen del producto que se exhibe diariamente para su venta.

En el **caso del pescado** los 0.15m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 30% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.50 m³ de volumen de venta diaria.

Con respecto a este rubro se agregara un 30% adicional como espacio para almacenamiento temporal y mobiliario extra (congeladoras , exhibidoras y/ o máquinas de cortar a parte del tronco) a solicitud y dentro de las necesidad de los comerciantes , así como mesas ,más amplias para la exhibición y manipuleo de sus productos; teniendo como referencia el reglamento , el área final para esta actividad sería un mínimo 7.80 m2.

- 5.- De acuerdo a las encuestas realizadas a los comerciantes, usuarios y abastecedores y al trabajo de campo realizado; se hizo un listado de necesidades manifestadas por los mismos comerciantes para poder definir los ambientes complementarios que se necesitan para un mejor funcionamiento y sobre todo que sean compatibles con un mercado de abastos como es el del mercado Buenos Aires.

Programa de Necesidades

- Dirección y control de las actividades comerciales.
- Limpiar, juntar, seleccionar y desalojar residuos
- Conservar alimentos perecibles.
- Descargar y distribuir mercadería
- Control de la calidad de productos, cuidado de bebés y primeros Auxilios.
- Actividades comerciales de ocio y entretenimiento.
- Estacionarse.

En conclusión los servicios y actividades complementarias que demandan los usuarios consumidores del mercado de Buenos Aires, están orientados a la promoción turística y al confort en la actividad de venta y compra, a través de la creación de restaurantes de comida típica, espacios de descanso y reunión, existencia de cajeros automáticos, uso de coches para compras y existencia de paneles informativos.

Con respecto a los servicios auxiliares, en cuanto al uso de almacenes; requieren mobiliario que permita el independiente almacenamiento de productos por puestos, las cámaras frigoríficas deben o requieren utilizar un sistema de rieles para el transporte de las corazas ,un departamento de limpieza donde pueda albergar dos colectores de

basura, y los ambientes necesarios para el aseo del personal de este mercado así como también es indispensable la presencia de rampas en el área de descarga , a fin de facilitar el transporte de los productos .

DEL ESTUDIO DE CASOS EXITOSOS:

6. Luego de analizar la información y lograr la determinación de ideas concretas de diseño en los casos estudiados, en orden de importancia se interpreta a continuación de manera gráfica cada una de ellas contrastándose con la realidad del objeto de estudio.
 - ✓ En el Mercado central de Chacao el servicio de descarga se ubica en el nivel sótano, contando con un ingreso independiente y manteniendo relación directa con el almacenamiento, las cámaras frigoríficas y la zona húmeda. Se rescata en este caso, que el buen funcionamiento de la zona de servicios deriva de la apropiada zonificación de este equipamiento.



Figura 132: Acceso vehicular del mercado – Fuente propia

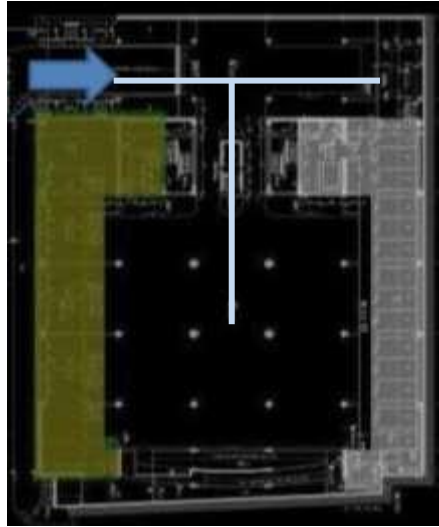


Figura 133: Circulación de la zona de servicios – Fuente propia

- ✓ El uso de la ventilación superior cruzada optimiza el espacio en términos medioambientales y de confort, brindando al usuario comprador y vendedor un espacio que facilita el desarrollo de la actividad comercial. Así también el uso de grandes espacios de iluminación, que asegura una total visión del producto y una consecuente cómoda acción de compra.



Figura 134: Vista panorámica interna del mercado – Fuente propia

- ✓ En el interior del mercado se generan agradables espacios de reunión y descanso con visuales atractivas ya que son espacios planificados para el encuentro social, siendo este un requerimiento en el cual la mayoría de usuarios del mercado B.S. hicieron mucho énfasis.



Figura 135: Vista interior del sistema constructivo empleado en el mercado – Fuente propia

5.2 MATRIZ DE CORRESPONDENCIA ENTRE OBJETIVOS –PREGUNTAS- CONCLUSIONES

OBJETIVOS	PREGUNTAS	CONCLUSIONES
<p>1 Conocer la situación actual de cada uno de los sectores que conforman el Mercado Buenos Aires y las formas de intervención que se realizara.</p>	<p>1.1 ¿Cuál es la situación actual de cada uno de los sectores del Mercado De Buenos Aires?</p>	<p>1. *La situación actual del mercado Buenos Aires del Distrito de Nuevo Chimbote se encuentra en mal estado, debido a sus deterioradas instalaciones y una desorganizada distribución de sus zonas, por lo tanto se debe realizar una intervención tipo “Demolición”, ya que ninguno de sus elementos estructurales se puede recuperar.</p>
	<p>1.2 ¿Cuál es el tipo de intervención que se realizara entre los sectores del Mercado Buenos Aires?</p>	
<p>2 Tipificar el giro o rubros de ventas y cuantificar cada uno de ellos dentro del Mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote.</p>	<p>2.1 ¿Qué tipos de giros o rubros de venta existen y cuantos hay dentro del Mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote?</p>	<p>El Mercado Buenos Aires comercializa productos alimenticios y no alimenticios, todos estos productos se categorizan dentro de los siguientes giros o rubros de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Verduras y tubérculos -Abarrotes -Carnes -Ropa zapatos y afines. <p>Según la investigación realizada se ha obtenido los siguientes datos:</p> <p>1. ZONIFICACION</p> <p>-Para cuantificar mejor los puestos ,hemos dividido en 3 zonas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zona seca - zona semihumeda. - zona húmeda. <p>Mercado antiguo : cuenta con una área de 5800m², dentro del cual sea construido 301 puestos; cuantificados por cada</p>
	<p>1.3 ¿Cuántos puestos por giro o rubro de venta existen dentro del Mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote?</p>	

		<p>rubro y tipo como a continuación se presenta: Zona Seca : 180 Puestos.</p>
		<p>Zona Semihúmeda:59 puestos Zona Húmeda : 53 Puestos.</p> <p>Primera Ampliación: cuenta con un área de 1433 m2, el cual consta de 170 puestos de distintos rubros: Zona Seca :108 puestos Zona Semihúmeda:34 puestos Zona húmeda : 32 puestos.</p> <p>Segunda Ampliación: cuenta con un área aproximada de 1375 m2 que consta 210 puestos de venta de diferentes rubros, cuantificados en siguiente cuadro: Zona Seca : 77 puestos Zona Semihúmeda: 82 puestos Zona Húmeda : 51 puestos.</p>
<p>3 Conocer el requerimiento por giro o rubro de venta de cada uno dentro del Mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote</p>	<p>3.1 ¿Cuál es el requerimiento por giro o rubro de venta dentro del Mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote?</p>	<p>* Según las investigaciones hechas y los estudios se constató que el área actual de los puestos no es la suficiente para que puedan realizar sus actividades, ya que según los requerimientos del comerciante por cada tipo de rubro es diferente.</p> <p>Zona Seca Puestos de Abarrotes: El requerimiento para los puestos de abarros es un mostrador en la parte delantera como zona de exposición de los productos. Debajo de esta mesada es apropiado acondicionar un área de almacenamiento de los productos en cajas.</p> <p>A los lados del puesto se debe ubicar estantería con divisiones de distinto dimensionamiento debido a la</p>

		<p>diversidad de tamaño de los productos que se expandan</p> <p>Juguerias:</p> <p>- Para las juguerias o cafeterías del mercado buenos aires, el espacio con el que cuenta es insuficiente para abastecer la demanda durante las horas de desayuno, almuerzo y comida</p> <p>Su continua queja radica en la necesidad de operar desde tempranas horas de la mañana aun cuando las puertas principales del mercado Buenos Aires se encuentran cerradas, y atender al público que acude a sus centros de trabajo en el contexto urbano próximo.</p> <p>Así mismo exigen una zona iluminada naturalmente, a diferencia de su ubicación actual, que corresponde a la zona más oscura del mercado</p> <p>ZONA SEMIHUMEDA</p> <p>Puesto de vegetales (fruta, verduras y tubérculos):</p> <p>Los puestos de frutas y/o verduras deben tener una zona de exposición amplia, con mobiliario escalonado</p> <p>La zona de almacenamiento es debajo de este mostrador, ya que se debe evitar exceso de traslado debido a la condición frágil del producto.</p> <p>En la parte posterior no se almacena sino se debe exponer también el producto, ya que hay ciertos productos de este puesto que de ningún modo pueden ser guardados en lugares cerrados, por lo que se estila que su posición de almacenamiento sea la misma de exposición a fin de no maltratarlos.</p> <p>ZONA HUMEDA</p> <p>Puesto de carnes rojas (vacunos, avino, porcino, etc.):</p> <p>El Puesto de carnes debe tener</p>
--	--	--

		<p>3 zonas: la zona de expendio de productos que se da en la zona, delantera constituye la zona de mostrador, que debe ser un mobiliario modular de exhibición y refrigeración.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La segunda zona es la de circulación del conductor de puesto, la cual debe ser holgada - La tercera zona es la de almacenamiento, le cual debe poseer un espacio abierto para colgar carnes aun no trozadas. - Debe ser una obligación que el almacenamiento de las carnes se realice en las cámaras frigoríficas del mercado una vez concluida la jornada laboral. <p>Puesto de Pescados/Aves: El principal requerimiento con respecto a estos puestos, es el cambio a puestos individuales y no colectivos como se presentan en el actual mercado sobre todo en la parte de la zona húmeda que cuentan con un ingreso cada común cada dos puestos. Al igual que los puestos de carnes, los puestos de aves y pescado deben tener 3 zonas: La zona de expendio de productos que se da en la zona delantera; constituye la zona de</p> <ul style="list-style-type: none"> - mostrador, que debe ser un mobiliario modular de exhibición y refrigeración. - La segunda zona es la de circulación del conductor de puesto; la cual debe ser holgada: Y la tercera
--	--	---

		<p>zona es la de almacenamiento. El puesto de aves es igual al de pescado. Con la diferencia que para los últimos se necesitan dos lavadores y un espacio adicional para pelado y corte.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debe ser una obligación que una vez concluida la jornada laboral, el almacenamiento del pescado se realice en la cámara frigorífica especial para estos.
<p>4. Conocer las cualidades físico-espaciales según el giro o rubro de venta dentro del Mercado Buenos Aires de la ciudad de Nuevo Chimbote.</p>	<p>4.1 ¿Cuáles son las cualidades físicos-espaciales que deben de tener según el giro o rubro de venta?</p>	<p>Según las investigaciones hechas mediante estudios y encuestas realizadas a los usuarios y también bajo el criterio reglamentario con el fin de determinar el tamaño de cada puesto se ha tomado como referencia las normas técnicas de RNC de mercado de abastos, señalando que el tamaño de los puestos estará definido por norma; en este caso es preciso determinar el tamaño de cada puesto según el volumen en metros cúbicos que ocupan los productos a comercializar según sus líneas de ventas, de acuerdo a la forma de comercialización y a las necesidades propias de los comerciantes del presente mercado. Así tenemos los siguientes cálculos:</p> <p>VERDURAS Y TUBERCULOS: 3.21 m³</p> <p>- Los 3.21 m³, que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 60% del total del volumen de productos exhibidos diariamente, significa que en</p>

		<p>el puesto debe de existir 5.35m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta.</p> <p>Con respecto a los 3.215 m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria , un volumen del 30% correspondería para el mobiliario y otro del 50% para el almacenamiento temporal , dándonos un volumen de 9.63m³, a este volumen se le sumaria el 40% correspondiente a la circulación interna de dos comerciantes para la atención , despacho y venta de los productos ,resultando finalmente un puesto de ventas con una capacidad de 13.50m³ <math>\diamond</math> 7.00m², esto significara tener un puesto de ventas con un área de 7.00m² mínimo para desarrollar dicha actividad.</p> <p>ABARROTES: 7.85m³</p> <p>Los 7.85. que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 85% del total del volumen de productos exhibidos diariamente , significa que en el puesto debe de existir 9.24m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta .</p> <p>Con respecto a los 9.24m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria , un volumen del 20% correspondencia para el mobiliario y otro del 30 % para el almacenamiento temporal, dándonos un volumen de 13.86m³ a este volumen se le sumaria el 40% correspondiente a la circulación interna de dos</p>
--	--	--

		<p>comerciantes para la atención , despacho y venta de los productos . Resultando finalmente un puesto de ventas con una capacidad de 19.40m3 <math>\diamond</math> 9.70m2.</p> <p>CARNES:(Aves- 15m3/Carnes Rojas-1.20m3/Pescado- 0.15m3/Menudencia- 0.90m3)medidas por producto en m3.</p> <p>En el caso de los pollos los 0.15 m3 representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 15% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.90m3 de volumen de venta diaria.</p> <p>En el caso de las carnes rojas los 1.20m3 representan el volumen del producto que se exhibe diariamente para su venta.</p> <p>En el caso del pescado los 0.15m3 representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 30% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.50 m3 de volumen de venta diaria.</p> <p>Con respecto a este rubro se agregara un 30% adicional como espacio para almacenamiento temporal y mobiliario extra (congeladoras , exhibidoras y/ o máquinas de cortar a parte del tronco) a solicitud y dentro de las necesidad de los comerciantes , así como mesas ,más amplias para la exhibición y manipuleo de sus productos; teniendo como referencia el reglamento , el área final para esta actividad sería un mínimo 7.80 m2</p>
5 Conocer los Ambientes para	5.1 ¿Cuál son los Ambientes	De acuerdo a sus necesidades

<p>servicios complementarios que requieran los comerciantes y usuarios del mercado de Bs. As. De la ciudad de Nvo. Chimbote.</p>	<p>para servicios complementarios que requieran los comerciantes y usuarios del mercado de Bs. As. De la ciudad de Nuevo. Chimbote?</p> <p>5.2 ¿Cual son las condiciones físicos-espaciales que se requieren para los ambientes complementarios?</p>	<p>manifestadas se requiere En conclusión que el uso de almacenes requieren mobiliario que permita el independiente almacenamiento de productos por puestos ,las cámaras frigoríficas deben o requieren utilizar un sistema de rieles para el transporte de las corazas ,un departamento de limpieza donde pueda albergar dos colectores de basura, y los ambientes necesarios para el aseo del personal de este mercado así como también es indispensable la presencia de rampas en el área de descarga , a fin de facilitar el transporte de los productos .</p> <p>➤ Continuación las medidas y áreas mínimas por cada ambientes según el RNC.</p> <p>i. Administración: La oficina de administración contara con un área mínima de 16 m² por cada 100 puestos.</p> <p>j. Depósito: Se considerara un ambiente para depósito cuya área será de 2.00 m² por puesto, distribuidos en zonas individuales para los giros de abarrotes, verduras, frutas y diversos.</p> <p>k. Almacenes: se requiere con mobiliario que permita el independiente depósito de productos por puestos y cámaras frigoríficas que utilicen un sistema de rieles para el transporte de las corazas y un departamento de limpieza, donde se puedan albergar 2 colectores de basura y los ambientes necesarios para el aseo del personal del Mercado Buenos Aires.</p>
--	--	---

		<p>l. Rampas: Se pudo analizar que es indispensable presencia de rampas en el área de descarga, a fin de facilitar el transporte de los productos.</p> <p>m. Cámaras Frigoríficas: Se considera</p> <p>Carnes: El volumen mínimo será de 15 m³ hasta 100 puestos. Por cada puesto adicional se agregara 0.35m² por puesto, considerando la totalidad de puestos del Mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pescado: El volumen mínimo será de 40m³ hasta 100 puestos. Por cada puesto adicional se agregara 0.10m³ por puesto, considerando la totalidad de puestos del Mercado, contemplando los giros para los efectos del cálculo. - Tipo A: además cámara diversos 0.2 m³ por puesto. <p>n. Colector de Basura: De acuerdo al tipo de mercado, el área mínima del ambiente para el colector de basura incluyendo los servicios del mismo (Zonas de lavado de cilindros, plataforma, colector, zona de estacionamiento, etc.) será:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paredes recubiertas íntegramente con mayólicas. - Canaletas para la recolección de las aguas de lavado con una sección mínima de 0.20 x 0.20 cubiertas con rejillas de fierro, con una pendiente mínima de 5%, cajas de registro en las salidas de las canaletas. - EL recinto del colector,
--	--	--

		<p>deberá permitir el ingreso cómodo de camiones recolectores para el transporte de la basura.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El recolector deberá contar con rampas en los lugares de carga y descarga para facilitar el manipuleo de los depósitos de basura. - Un grifo para el lavado de los cilindros y otro para el lavado del colector, ambos con un diámetro mínimo de 1.0” y 1.5”respectivamente. - un depósito con un área mínima de 0.20m² por puesto. - un sumidero en el piso de 3” como mínimo para el aseo. <p>o. <u>Servicios Higiénicos:</u> Los mercados deberán contar SS.HH para :</p> <p>Hombres:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inodoros 1c/25p. - Urinarios 1c/50p. - Lavatorios 1c/25p. <p>Mujeres:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inodoros 1c/25p. - Lavatorios 1c/25p. <p>Para el personal de servicio por cada 200 puestos o menos: un urinario, un lavatorio, un inodoro, una ducha, además dispondrá de un ambiente para vestuario del personal de servicio, con un área mínima de 15 m² por cada 200 personas.</p> <p>p. <u>Cuna materno infantil:</u> con una capacidad de asistencia de un niño por cada 15 puestos.</p>
--	--	---

Cuadro 08: Matriz de correspondencia entre objetivos – preguntas – conclusiones – Fuente propia

5.3 RECOMENDACIONES

- 1.- Se recomienda plantear un nuevo proyecto urbano-arquitectónico en el cual las condiciones físicas cumplan con los estándares de calidad de servicio y confort; las condiciones técnicas y normativas estipuladas, Así como la reutilización de posibles elementos constructivos y de acabados que se encuentran en buen estado, es decir la madera del revestimiento interior, los tijerales de la cobertura, y la mayólica de los puestos húmedos, para su aplicación en la decoración del futuro proyecto.
- 2.- Debido a la importancia del mercado por su alta influencia de público y su misma ubicación en el centro cívico del distrito de Nuevo Chimbote; los puestos de ventas, tiendas o stands de los productos que comprenden la tendencia comercial del mercado, deben estar en lugares visibles y privilegiados donde tengan jerarquía ante los demás, siendo perceptibles tanto del interior como fuera del recinto, permitiendo a los usuarios su fácil localización, traslado, compra y venta de los mismos.
- 3.- De acuerdo al análisis realizado todo puesto de ventas debe de contar con espacios para:
 - El mobiliario de acuerdo a su línea comercial.
 - El almacenamiento temporal de sus productos.
 - La circulación interna de los comerciantes.
 - La exhibición y venta de sus productos.

Todos estos espacios son sumados al volumen de los productos que se exhiben diariamente en los puestos de venta, dándonos como resultado la dimensión del puesto según, el giro al que pertenece; así tenemos que para la venta de vegetales el área mínima del puesto es de 8m², para la venta de abarrotes, mercería y afines es de 10m² y para la venta de carnes el área mínima es de 8m².

4.- Se recomienda crear secuencias de transición envolventes del espacio para diferenciar el espacio, como el planteamiento de un nuevo proyecto urbano-arquitectónico en el cual las condiciones físicas cumplan con los estándares de calidad, servicio y confort; así como las condiciones técnicas y normativas estipuladas. Dentro del diseño los diferentes puestos o stands de ventas que conforman el mercado se buscara la comodidad de los usuarios para crear puestos y ambientes de ventas con características físicas espaciales adecuados:

✓ **Físicas:** Con formas y materiales según las líneas de ventas, haciéndolas seguras y confortables respectivamente.

✓ **Espaciales:** con dimensiones de acuerdo a las necesidades comerciales de almacenamiento, exhibición y venta de productos según los rubros o giros.

Con respecto a las circulaciones los 3 m mínimos de ancho de los pasadizos deben de considerarse solamente para las circulaciones secundarias, dotando a las circulaciones principales de una mayor amplitud por ser colectoras, y de acuerdo a las dimensiones de sus accesos correspondientes.

5.- Por la variedad y cantidad de productos que se comercializan en el mercado debido al gran número de puestos de venta existentes, por el inadecuado abastecimiento de sus productos y por el inapropiado almacenamiento y conservación de los mismos; se hace necesario e indispensable que el mercado cuente con servicios auxiliares y complementarios para un mejor funcionamiento destinados al abastecimiento, almacenamiento y conservación de productos, con ambientes adecuados para cada caso y con ambientes como guarderías y áreas de descanso.

Se recomienda considerar en el programa arquitectónico espacio para la realización de actividades que generen el desarrollo de vida nocturna, como por ejemplo la creación del museo gastronómico como espacios de manifestación cultural, con ambientes para restaurantes de comida típica.

5.4 MATRIZ DE CORRESPONDENCIA ENTRE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
<p>1.- La situación actual del mercado Buenos Aires del Distrito de Nuevo Chimbote se encuentra en mal estado, debido a sus deterioradas instalaciones y una desorganizada distribución de sus zonas, por lo tanto se debe realizar una intervención tipo “Demolición”, ya que ninguno de sus elementos estructurales se puede recuperar</p>	<p>1.- Se recomienda plantear un nuevo proyecto urbano-arquitectónico en el cual las condiciones físicas cumplan con los estándares de calidad de servicio y confort; con las condiciones técnicas y normativas estipuladas.</p>
<p>2.- El Mercado Buenos Aires comercializa productos alimenticios y no alimenticios, todos estos productos se categorizan dentro de los siguientes giros o rubros de ventas: -Verduras y tubérculos -Abarrotes -Carnes -Ropa, zapatos y afines. Según la investigación realizada se ha obtenido los siguientes datos: 1.ZONIFICACIÓN -Para cuantificar mejor los puestos ,hemos dividido en 3 zonas: - zona seca - zona semihúmeda. - zona húmeda.</p> <p>Mercado antiguo : cuenta con una área de 5800m², dentro del cual sea construido 301 puestos ; cuantificados por cada rubro y tipo como a continuación se presenta: Zona Seca : 180 puestos Zona Semihúmeda : 59 puestos Zona Húmeda : 53 puestos. Primera Ampliación: cuenta con un área de 1433 m², el cual consta de 170 puestos de distintos rubros Zona Seca : 108 puestos Zona Semihúmeda : 34 puestos Zona Húmeda : 32 puestos. Segunda Ampliación: cuenta con un área aproximada de 1375 m² que consta 210 puestos de venta de diferentes rubros, cuantificados en siguiente cuadro: Zona Seca : 77 puestos Zona Semihúmeda : 82 puestos Zona Húmeda : 51 puestos.</p>	<p>2.- Debido a la importancia del mercado por su alta influencia de público y su misma ubicación en el centro del distrito de Nuevo Chimbote; los puestos de ventas, tiendas o stands de los productos que comprenden la tendencia comercial del mercado, deben estar en lugares visibles y privilegiados donde tengan jerarquía ante los demás, siendo perceptibles tanto del interior como fuera del recinto, permitiendo a los usuarios su fácil localización, traslado, compra y venta de los mismos.</p>
<p>3.- Según las investigaciones hechas y los</p>	<p>3.- De acuerdo al análisis realizado todo puesto de</p>

<p>estudios se constató que el área actual de los puestos no es la suficiente para que puedan realizar sus actividades, ya que según los requerimientos del comerciante por cada tipo de rubro es diferente.</p> <p>Zona Seca</p> <p>Puestos de Abarrotes los puestos de abarotes es un mostrador en la parte delantera como zona de exposición de los productos. Debajo de esta mesada es apropiado acondicionar un área de almacenamiento de los productos en cajas. A los lados del puesto se debe ubicar estantería con divisiones de distinto dimensionamiento debido a la diversidad de tamaño de los productos que se comercializa.</p> <p>Juguerías Para las juguerías o cafeterías del mercado de Buenos Aires, el espacio con el que cuenta es insuficiente para abastecer la demanda durante las horas de desayuno, almuerzo y comida. Su continua queja radica en la necesidad de operar desde tempranas horas de la mañana aun cuando las puertas principales del mercado de Buenos Aires se encuentran cerradas, y atender al público que acude a sus centros de trabajo en el contexto urbano próximo. Así mismo exigen una zona iluminada naturalmente, a diferencia de su ubicación actual, que corresponde a la zona más oscura del mercado.</p> <p>ZONA SEMIHÚMEDA Puesto de vegetales (fruta, verduras y tubérculos) Los puestos de frutas y/o verduras deben tener una zona de exposición amplia, con mobiliario escalonado. La zona de almacenamiento es debajo de este mostrador, ya que se debe evitar exceso de traslado debido a la condición frágil del producto. En la parte posterior no se almacena sino se debe exponer también el producto, ya que hay ciertos productos de este puesto que de ningún modo pueden ser guardados en lugares cerrados, por lo que se estima que su posición de almacenamiento sea la misma de exposición a fin de no maltratarlos.</p> <p>ZONA HÚMEDA Puesto de carnes rojas (vacunos, avino, porcino, etc.) El Puesto de carnes debe tener 3 zonas: la zona de</p>	<p>ventas debe de contar con espacios para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mobiliario de acuerdo a su línea comercial. • El almacenamiento temporal de sus productos. • La circulación interna de los comerciantes. • La exhibición y venta de sus productos. <p>Todos estos espacios son sumados al volumen de productos diarios que existe en el puesto de ventas, dándonos como resultado la dimensión del puesto según, el giro al que pertenece; así tenemos que para la venta de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - vegetales: (fruta, verduras y tubérculos) el área mínima del puesto es de 8m². - Abarrotes, mercería y afines : el área mínima del puesto es de 10m² - Carnes rojas, pescados y aves: el área mínima de cada puesto es de 8m².
--	--

<p>expendio de productos que se da en la zona, delantera constituye la zona de mostrador, que debe ser un mobiliario modular de exhibición y refrigeración.</p> <p>La segunda zona es la de circulación del conductor de puesto, la cual debe ser holgada.</p> <p>La tercera zona es la de almacenamiento, le cual debe poseer un espacio abierto para colgar carnes aun no trozadas.</p> <p>Puesto de Pescados/Aves</p> <p>El principal requerimiento con respecto a estos puestos, es el cambio a puestos individuales y no colectivos como se presentan en el actual mercado de Buenos Aires sobre todo en la parte de construcción antigua (sector).</p> <p>Al igual que los puestos de carnes, los puestos de aves y pescado deben tener 3 zonas: la zona de expendio de productos que se da en la zona delantera; constituye la zona de mostrador, que debe ser un mobiliario modular de exhibición y refrigeración.</p> <p>La segunda zona es la de circulación del conductor de puesto; la cual debe ser holgada: Y la tercera zona es la de almacenamiento. El puesto de aves es igual al de pescado. Con la diferencia que para los últimos se necesitan dos lavadores y un espacio adicional para pelado y corte.</p> <p>Debe ser una obligación que una vez concluida la jornada laboral, el almacenamiento del pescado se realice en la cámara frigorífica especial para estos. Debe ser una obligación que el almacenamiento de las carnes se realice en las cámaras frigoríficas del mercado una vez concluida la jornada laboral.</p>	
<p>4.- Según las investigaciones hechas mediante estudios y encuestas realizadas a los usuarios y también bajo el criterio reglamentario con el fin de determinar el tamaño de cada puesto se ha tomado como referencia las normas técnicas de RNC de mercado de abastos, señalando que el tamaño de los puestos estará definido por norma; en este caso es preciso determinar el tamaño de cada puesto según el volumen en metros cúbicos que ocupan los productos a comercializar según sus líneas de ventas, de acuerdo a la forma de comercialización y a las necesidades propias de los comerciantes del presente mercado. Así tenemos los siguientes cálculos:</p>	<p>4.-Se recomienda crear secuencias de transición envolventes del espacio, para diferenciarlo como el planteamiento de un nuevo proyecto urbano-arquitectónico en el cual las condiciones físicas cumplan con los estándares de calidad de servicio y confort; así como las condiciones técnicas y normativas estipuladas. Dentro del diseño los diferentes puestos o stands de ventas que conforman el mercado se buscara la comodidad de los usuarios para crear puestos y ambientes de ventas con características físicas espaciales adecuados:</p> <p>Físicas: Con formas y materiales según las líneas de ventas, haciéndolas seguras y confortables</p>

VERDURAS Y TUBÉRCULOS: 3.21 m³

Los 3.21 m³, que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 60% del total del volumen de productos exhibidos diariamente , significa que en el puesto debe de existir 5.35m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta
Con respecto a los 3.215 m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria , un volumen del 30% correspondería para el mobiliario y otro del 50% para el almacenamiento temporal , dándonos un volumen de 9.63m³, a este volumen se le sumaria el 40% correspondiente a la circulación interna de dos comerciantes para la atención , despacho y venta de los productos ,resultando finalmente un puesto de ventas con una capacidad de 13.50m³ <> 7.00m², esto significara tener un puesto de ventas con un área de 7.00m² mínimo para desarrollar dicha actividad.

ABARROTES: 7.85m³

Los 7.85. que ocupan los productos más vendidos representan aproximadamente el 85% del total del volumen de productos exhibidos diariamente , significa que en el puesto debe de existir 9.24m³ de espacio para la exhibición de los productos que diariamente se ofrece su venta .
Con respecto a los 9.24m³ de productos existentes en el puesto para la venta diaria , un volumen del 20% correspondencia para el mobiliario y otro del 30 % para el almacenamiento temporal, dándonos un volumen de 13.86m³ a este volumen se le sumaria el 40% correspondiente a la circulación interna de dos comerciantes para la atención , despacho y venta de los productos . Resultando finalmente un puesto de ventas con una capacidad de 19.40m³<>9.70m².

CARNES:(Aves-0.15m³/Carnes Rojas - 1.20m³/Pescado-0.15m³/Menudencia-0.90m³)

En el **caso de los pollos** los 0.15 m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 15% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.90m³ de volumen de venta diaria.

En el **caso de las carnes rojas** los 1.20m³

respectivamente.

Espaciales: con dimensiones de acuerdo a las necesidades comerciales de almacenamiento, exhibición y venta de productos según los rubros o giros.

Con respecto a las circulaciones los 3 m mínimos de ancho de los pasadizos deben de considerarse solamente para las circulaciones secundarias, dotando a las circulaciones principales de una mayor amplitud por ser colectoras, y de acuerdo a las dimensiones de sus accesos correspondientes.

<p>representan el volumen del producto que se exhibe diariamente para su venta.</p> <p>En el caso del pescado los 0.15m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 30% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.50 m³ de volumen de venta diaria.</p> <p>Con respecto a este rubro se agregara un 30% adicional como espacio para almacenamiento temporal y mobiliario extra (congeladoras , exhibidoras y/ o máquinas de cortar a parte del tronco) a solicitud y dentro de las necesidad de los comerciantes , así como mesas ,más amplias para la exhibición y manipuleo de sus productos; teniendo como referencia el reglamento , el área final para esta actividad sería un mínimo 7.80 m²</p>	
<p>5.- En conclusión los servicios y actividades complementarias que demandan los usuarios consumidores del mercado de Buenos Aires, están orientados a la promoción turística y al confort en la actividad de venta y compra, atravez de la creación de restaurantes de comida típica, espacios de descanso y reunión, existencia de cajeros automáticos, uso de coches para compras y existencia de paneles informativos.</p> <p>En respecto a los servicios auxiliares, el uso de almacenes requieren mobiliario que permita el independiente almacenamiento de productos por puestos ,las cámaras frigoríficas deben o requieren utilizar un sistema de rieles para el transporte de las corazas ,un departamento de limpieza donde pueda albergar dos colectores de basura, y los ambientes necesarios para el aseo del personal de este mercado así como también es indispensable la presencia de rampas en el área de descarga , a fin de facilitar el transporte de los productos .</p>	<p>5.- Por la variedad y cantidad de productos que se comercializan en el mercado debido al gran número de puestos de venta existentes, por el inadecuado abastecimiento de sus productos y por el inapropiado almacenamiento y conservación de los mismos; se hace necesario e indispensable que el mercado cuente con servicios auxiliares y complementarios para un mejor funcionamiento destinados al abastecimiento, almacenamiento y conservación de productos, con ambientes adecuados para cada zona y también con ambientes como guarderías y áreas de descanso.</p> <p>Se sugiere la creación de espacios de descanso y reunión, zona de cajeros automáticos, y uso de coches para compra y paneles informativos.</p> <p>Se recomienda considerar en el programa arquitectónico espacio para la realización de actividades que generen el desarrollo de vida nocturna, como por ejemplo la creación del museo gastronómico como espacios de manifestación cultural, con ambientes para restaurantes de comida típica.</p>

Cuadro 09: Matriz de correspondencia entre conclusiones - recomendaciones – Fuente propia

CAPÍTULO VI

FACTOR VÍNCULO ENTRE INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN

6.1 DEFINICIÓN DE LOS USUARIOS

La población de estudio está dada por todos aquellos que realizan actividades de compra y/o venta, prestación de servicios, abastecedores y el administrador de servicios generales, dentro del mercado de Bs. As. De la ciudad de Nvo. Chimbote.

Usuarios

Población a abastecer:

- Consumidores (publico concurrente)
- Vendedores
- Abastecedores
- Prestadores de servicio.

1. COMERCIANTES: El mercado de abastos cuenta con 681 comerciantes, quienes se encuentran en pleno proceso de privatización del mercado debido a que están a punto de terminar de pagar el valor del terreno en cuotas a la municipalidad provincial del santa; sus puestos están distribuidos en bazares (*vestir y calzar*), comidas preparadas (*Jueguerías, chicharronerías, cevicherías, puestos de comidas, dulcerías, heladerías, fuentes de soda*), carnes (*res, aves y pescados*), vegetales (*verduras, frutas y tubérculos*), abarrotes, embutidos y derivados, florerías, menestras cocidas, molidos y otros (*tarjeterías y regalos, plastiquerías y descartables, mercerías, pasamanerías, etc.*). En cuanto a los requerimientos que los comerciantes solicitan para sus puestos de ventas son:

- ✓ Puntos de ventas más amplios de acuerdo a sus líneas comerciales, con espacios para sus mobiliarios y para poder realizar todos los movimientos que ameritan sus actividades.
- ✓ Espacios adicionales en sus puestos para la conservación o en el almacenamiento temporal de sus productos de la venta diaria (*espacios para congeladoras en caso de las carnes y cajas o sacos en caso de vegetales y abarrotes*).

- ✓ Mobiliarios adecuados para exhibición y venta de sus productos de acuerdo a sus rubros.
- ✓ Mesadas anchas o inclinadas de acuerdo al tipo de carnes.
- ✓ Puestos de comidas más amplios con espacios para las cocinas, refrigeradoras, y mesadas con y sin divisiones para ampliar sus utensilios de acuerdo a sus tamaños.

2. CLIENTES: Los clientes vienen de diferentes sectores de la ciudad, observando así mediante el trabajo de campo; las movilidades (*combis, colectivos, taxis o particulares*) de donde bajaban o los abordaban después de realizar sus compras, siendo la mayoría de condiciones socioeconómicas media y media alta. En horas punta se notaba que los estacionamientos exteriores quedaban completamente ocupados faltando lugares de parqueo, siendo más de 80 los cajones para estacionamientos existentes.

Cabe mencionar que en los días festivos como son: Día de la madre, Fiestas del patrono de San Pedrito, Fiestas patrias, Fiestas navideñas, etc. Los números de clientes se incrementan considerablemente y por consiguiente la cantidad de productos.

6.2 PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

Según datos obtenidos de entrevistas realizadas y el análisis efectuado en el trabajo de campo tenemos las siguientes necesidades manifestadas por los mismos comerciantes y usuarios de este mercado de abastos.

➤ Programa De Necesidades :

- Intercambio y venta de productos.
- Actividades comerciales de ocio y entretenimiento.
- Conservar alimentos perecibles.
- Dirección y control de las actividades comerciales.
- Limpiar, juntar, seleccionar y desalojar residuos
- Descargar y distribuir mercadería

- Control de la calidad de productos, cuidado de bebés y primeros Auxilios.
- Estacionarse.

Después de haber analizado las necesidades de los usuarios y comerciantes, se hizo el siguiente programa arquitectónico, el cual se basa en remediar todas las dificultades que tienen este mercado para su buen funcionamiento, en cuanto a nivel urbano como arquitectónico, considerando la normatividad, las mismas que exigen espacios mínimos para desarrollar las diferentes actividades comerciales dentro y fuera del mercado. Además el organigrama funcional del mercado clasifica y delimita las necesidades adecuadamente para su mejor funcionamiento.

➤ **Programa Arquitectónico :**

Sector general :

- Área Comercial
- Área de Esparcimiento

Sector de servicios

- Área de conservación de productos Arquitectónico
- Área de almacenamiento de productos
- Área de servicios Básicos
- Área de limpieza y mantenimiento
- Área de descarga de productos
- Área de servicios complementarios
- Estacionamiento público.

6.2.2 PROGRAMACIÓN DE ZONAS DE SERVICIOS QUE CONFORMAN EL MERCADO DE ABASTOS.

El mercado está dividido en dos sectores predominantes, el sector de servicios y el sector comercial que están conformados por las zonas descritas a continuación:

❖ Sector de servicios:

✓ Servicios auxiliares

- Zona de descarga de productos
 - ⋄ Patio de maniobras (*camiones*)
 - ⋄ Área de descargas
 - ⋄ Área de control y distribución

- Zona de conservación de productos
 - ⋄ Cuarto de trozado
 - ⋄ Pre—cámara
 - ⋄ Cámara de carnes rojas
 - ⋄ Cámara de aves
 - ⋄ Cámara de pescados y mariscos.

- Zona de almacenamiento de productos
 - ⋄ Almacén de vegetales
 - ⋄ Almacén de abarrotes
 - ⋄ Área de control y distribución

- Zona de limpieza y mantenimiento
 - ⌋ Patio de maniobras (*contenedor*)
 - ⌋ Área de selección y limpieza
 - ⌋ Lavadero
 - ⌋ Depósito de limpieza y mantenimiento
 - ⌋ Cuarto de maquina
 - ⌋ Vestuario de damas
 - ⌋ Vestuarios de caballeros

✓ **Servicios generales**

- Zona administrativa
 - ⌋ informes
 - ⌋ secretaria
 - ⌋ directiva
 - ⌋ sala de juntas
 - ⌋ contabilidad
 - ⌋ control sanitario
 - ⌋ control de pesos y reclamos

- Zona de servicios higiénicos
 - ⌋ SS.HH. Damas
 - ⌋ SS.HH Caballeros

- Zona de vigilancia
 - ⌋ Vigilancia interna y externa

➤ Zona de estacionamiento

- Parqueo
- Paraderos

✓ **Servicios complementarios**

- Laboratorio Bromatológico
- Cuna materno infantil
- Tópico
- S.U.M

❖ **Sector de comercial**

✓ **Área comercial**

➤ Zona húmeda

- Puesto de carnes rojas (*vacuno, avino, porcino, etc*)
- Puesto de aves
- Puesto de pescado y mariscos
- Puestos de congelados y menudencias

➤ Zona semihúmeda:

- Puestos de vegetales (*frutas, verduras y tubérculos*)
- Puestos de comidas preparadas (*juguerías, restaurantes, cubicherías, fuentes de sodas, heladerías, etc.*)
- Puestos de embutidos y lácteos
- Puestos de menestras cocidas y molidos.

- Zona seca:
 - ❖ Puestos de abarrotes
 - ❖ Plásticos y descartables
 - ❖ Juguetería
 - ❖ Joyerías
 - ❖ Artículos del hogar
 - ❖ Artículos de vestir y calzar
 - ❖ Mercerías
 - ❖ Telas
 - ❖ Sastrerías
 - ❖ CD's y DVD's, etc.

6.2.3 RELACIONES DE LAS ZONAS Y AMBIENTES

A. ÁREAS Y SERVICIOS

1) Trama de interacción



Esquema 1: Relación de áreas de servicio – Fuente propia

B. ZONIFICACIÓN GENERAL

1) Trama de interacción

ZDP	Zona de descarga de productos								
ZCP	Zona de conservación de productos	3							
ZAP	Zona de almacenamiento de productos	0	3	2					
ZLM	Zona de limpieza y mantenimiento	1	1	0	0				
ZSG	Zona de servicios generales	2	0	0	0	0			2
ZSA	Zona de servicios auxiliares	3	3	1	0	2			
ZSC	Zona de servicios complementarios	0	1	3	2				
ZC	Zona comercial	1	3	2					

Esquema 2: Relación de las zonas que componen el proyecto – Fuente propia

6.2 ÁREA FÍSICA DE INTERVENCIÓN: TERRENO/LOTE, CONTEXTO (ANÁLISIS), APORTES BIOFÍSICOS.

6.3.1 CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA A INTERVENIR

A. LOCALIZACIÓN:

El área a intervenir se encuentra localizada en el distrito de nuevo Chimbote, en la provincia del santa, del departamento de Ancash.



Figura 136: Plano del distrito de Nuevo Chimbote con la localización de la zona del terreno – Fuente propia tomada del

B. UBICACIÓN GEOGRÁFICA:

Se encuentra ubicado al sur este de la ciudad de Chimbote, interceptado entre la Av. Pacifico, La calle 100, calle 123 y la calle 124 de la jurisdicción del distrito de Nuevo Chimbote.



Figura 137: Ubicación del terreno – Fuente googlemaps



Figura 138: Perímetro de la zona a tratar – Fuente propia

✓ Área : 18343.6802 m²

✓ Perímetro : 543.1517 ml.

➤ ANTECEDENTES

Mediante un acuerdo de consejo en la municipalidad provincial en la cual se transfiere el terreno del centro cívico, después del terremoto del 70 nuevo Chimbote era un programa de vivienda.

Cuando se crea el distrito se comienza a pedir la transferencia de terrenos para disponer de los terrenos principales del centro cívico (centro cívico y mercado bs. As.)

Solo es una transferencia, pero no registrado en registros públicos, recientemente se ha concretado la transferencia del mercado a la administración dentro del centro cívico están inscritos ciertos equipamientos (biblioteca entre otros).

○ LINDEROS:

- ✓ NORTE : Urbanización Unicreto.
- ✓ SUR : Urbanización Casuarinas.
- ✓ ESTE : Urbanización Canalones.
- ✓ OESTE : Urbanización Los Portales.

C. CONDICIONES DE LA PROPIEDAD

Actualmente el mercado Buenos Aires se encuentra conformado por el Sector A, el cual ya es privatizado, cada comerciantes es dueño de su puesto; en el Sector B, están en proceso de privatización, cada comerciante cuenta con un documento de adjudicación otorgado por la municipalidad y en el Sector C están solicitando la privatización al igual q en el segundo sector.

D. COMPATIBILIDAD DE USO

Según el plan de usos de suelos del plan director de Chimbote, el mercado Buenos Aires pertenece al tipo de comercio distrital (C3), debido a que su radio de influencia se extiende a nivel distrital y también porque se encuentra ubicado en el centro cívico de Nuevo Chimbote en el cual se concentran actividades comerciales, culturales y artísticas más importantes de la ciudad.



Figura 139: Plano de compatibilidad de usos – Fuente propia

E. CONSERVACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN

El nivel de conservación del mercado no es el adecuado debido a la falta de mantenimiento, siendo un peligro latente para la integridad física de sus usuarios.

❖ Materiales de construcción

- ✓ Material noble, ladrillo puestos del mercado antiguo(sector a)
- ✓ Esteras y tripley ,puestos de la primera y segunda ampliación (sector b y c)
- ✓ Eternit, calaminas y canalones (coberturas).

6.3.2 ANÁLISIS DEL CONTEXTO

1. ENTORNO

- **Entorno Próximo:** se encuentra dentro del centro cívico de Nuevo Chimbote dentro del cual se encuentran muchos equipamientos importantes para la ciudad donde se concentran muchas actividades comerciales culturales y artísticas.

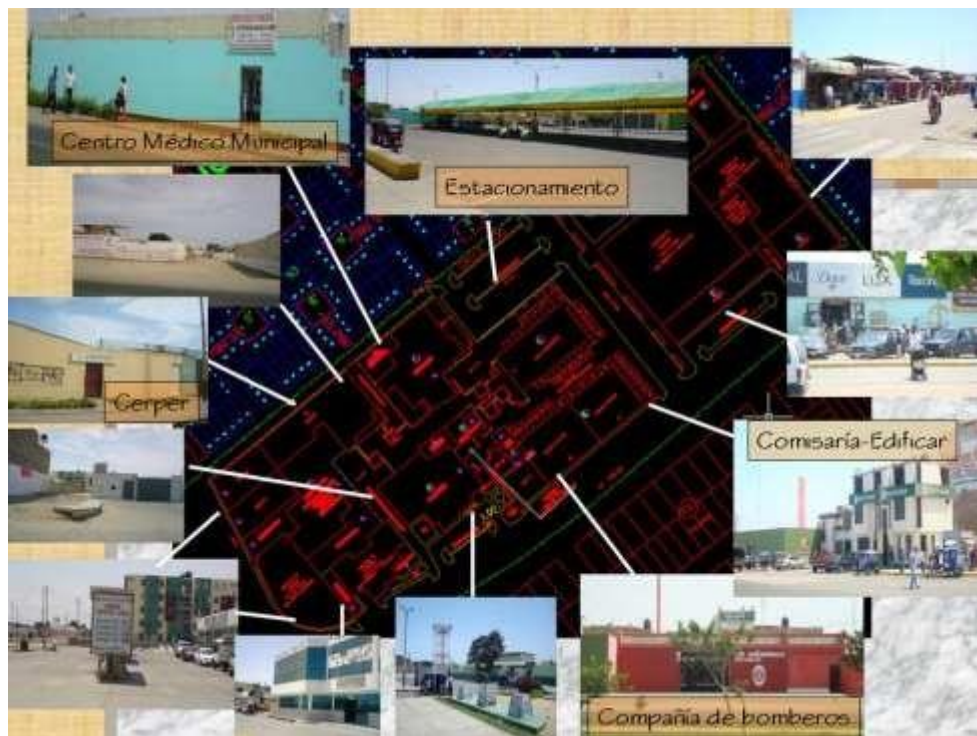


Figura 140: Contexto mediato de la zona a tratar – Fuente propia

- **Entorno Inmediato:** Entorno al terreno se encuentran rodeado de comercio local, viviendas unifamiliares y multifamiliares.



Figura 141: Zonas que componen el contexto inmediato del terreno – Fuente propia



Figura 142: Contexto inmediato de la zona a tratar – Fuente propia

- **Factibilidad:** criterios de factibilidad del mercado Buenos Aires :

CRITERIOS	MECADO BS. AIRES
FACTIBILIDAD	
TECNICA	<i>Suficiencia de la cantidad y calidad de los recursos humanos, materiales y económicos requeridos</i>
SOCIAL	<i>Nvo. Chimbote urge de una infraestructura adecuada en cuanto a comercio, además que presenta un interesante crecimiento poblacional</i>
ECONOMICA	<i>Actualmente el distrito presenta uno de los mejores presupuestos, es por ello que la factibilidad económica no presenta mayor inconveniente. Además de la inversión privada.</i>
AMBIENTAL	<i>Mejora de calidad ambiental, teniendo planes estratégicos para la acumulación de la basura y cualquier otro agente contaminante. Calidad de vida.</i>

Figura 143: Criterios de factibilidad del mercado Buenos Aires – Fuente propia

6.3.3 APORTES BIOFÍSICOS

A. CLIMA:

- **Temperatura:** las temperaturas mínimas se registran entre los meses de junio a noviembre, fluctúan entre los 14.04 °C, y las temperaturas máximas se registran entre los meses de diciembre a mayo fluctuando entre los 23.96 °C a 27.64 °C.
- **Vientos:** los vientos predominantes corresponden a los provenientes del sur durante todo el año, y en menor intensidad los del sur-oeste con velocidades medidas entre 30 km/h y 40 km/h.
- **Asoleamiento:** elsoleamiento diario para el área a intervenir es en las mañanas el sol sale por el este y en las tarde se ocultan por el oeste.

*conociendo las horas promedio del sol se podrá controlar el ingreso de radiación solar que pase a través de ventanas y otras superficies no opacas mediante una adecuada protección solar y así poder regular el efecto del sol y su capacidad de calentar el interior del mercado.

B. TOPOGRAFÍA:

o Relieve, pendiente :

En gran porcentaje (60%) tiene una pendiente uniforme, hasta la cota 20 msnm. A partir de este nivel, el terreno presenta una pendiente moderada (20%) hasta la cota 50 msnm. Del nivel hasta los 150 msnm.(20%) presenta pendientes pronunciadas.

- ✓ Modalidad del terreno : Costa
- ✓ Aspecto Hidrológico : nivel freático
- ✓ Aspectos orográficos : Terrenos sin pendientes, plano.

6.4 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

Equipamiento que ayude a mejorar la imagen urbana del Distrito de Nuevo Chimbote sin perder el concepto del usuario, relacionándolo directamente con la población a servir, dentro del sector comercial, brindando oportunidades de progreso, bienestar y confort tanto para el vendedor como para el consumidor, generando una armonía con su contexto inmediato.

6.5 IDEA RECTORA

La idea rectora de este nuevo proyecto se basa en generar un eje de orientación hacia las zonas que presenta el equipamiento, ubicando estratégicamente circulaciones que ayuden un mejor desempeño del usuario y a su vez se enlacen de una forma accesible y rápida dentro de ella.

6.6 CRITERIOS DE DISEÑO:

- Debido a la condición que presenta el mercado buenos aires se opta por realizar una intervención del tipo demolición ya que la mayoría de sus elementos estructurales se encuentran en mal estado.
- Se tomara en cuenta todos los productos que comercializa el mercado buenos aires para categorizarlos según sus rubros definiendo así las zonas existentes de manera organizada (zona seca zona semihúmeda y zona húmeda) dentro de los mercados señalados (antiguo, primera y segunda ampliación) y así promover un comercio mas ordenado que brinde confort tanto al comerciante como al consumidor .
- Se considerara los requerimientos en cada puesto de acuerdo a los siguiente:

- ✓ **Zona seca:**

- Puestos de abarrotes

- Un mostrador para exhibición de productos
 - Área de almacenamiento de productos en cajas
 - Estanterías con divisiones.

- ✓ **Zona juguerias :**

- Área iluminada naturalmente
 - Área de almacenamiento de frutas
 - Superficie para la preparación de los jugos
 - Espacio de lavadero.

✓ **Zona semihúmeda:**

Puestos de vegetales:

- Zona de posición amplia con mobiliario escalonado
- Área de almacenamiento debajo del mostrador

✓ **Zona húmeda :**

Carnes rojas:

- Expendio de productos
- Mostrador
- Área de refrigeración de productos
- Circulación del vendedor y cliente
- Cámara frigorífica.

Pescado:

- Área de expendio de los productos
- Área de refrigeración
- Mostrador
- Circulación de vendedor y cliente
- Espacio de lavadero, de pelado y corte
- Cámara frigorífica.

- De acuerdo al RNE(reglamento nacional de edificaciones) el tamaño de cada puesto se regirá a la siguiente norma :

✓ **Verduras y tubérculos :**

Se refiere a los productos más vendidos que representan el 60% del total del volumen de productos, significa que debe haber 5.35 m³ de espacio para exhibición por producto.

5.35 m³ \implies 30% (mobiliario) \implies 50% (almacenamiento) = total 9.63 m³ + 40% (circulación) = 13.50m³ que equivale a un puesto de 7m² mínimo para dicha actividad.

✓ **Abarrotes:**

Se refiere a los productos más vendidos que representan el 85% del total del volumen exhibido diariamente, significa que debe haber 9.24m³ de espacio para la exhibición de productos.

9.24 m³ \implies 20%(mobiliario) \implies 30%(almacenamiento) = total 13.86m³ + 40%(circulación) = 19.40m³ que equivale a un puesto de 9.70m².

✓ **Carnes:**

Se refiere a aves, carnes rojas y pescado:

En el **caso de los pollos** los 0.15 m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 15% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.90m³ de volumen de venta diaria.

En el **caso de las carnes rojas** los 1.20m³ representan el volumen del producto que se exhibe diariamente para su venta.

En el **caso del pescado** los 0.15m³ representan al volumen de una jaba, aproximadamente el 30% del total del espacio que ocupan las jabas, que sería 0.50 m³ de volumen de venta diaria.

Con respecto a este rubro se agregara un 30% adicional como espacio para almacenamiento temporal y mobiliario extra (congeladoras , exhibidoras y/ o máquinas de cortar a parte del tronco) a solicitud y dentro de las necesidad de los comerciantes , así como mesas ,más amplias para la exhibición y manipuleo de sus productos; teniendo como referencia el reglamento , el área final para esta actividad sería un mínimo 7.80 m².

6.7 CONDICIONANTES COMPLEMENTARIAS DE LA PROPUESTA

6.7.1 REGLAMENTO / NORMATIVIDAD:

- Del Reglamento Nacional De Edificaciones se pudo obtener la siguiente información teórica:

NORMA A.070

COMERCIO

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

Artículo 1.- 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.

Las edificaciones comerciales que tienen normas específicas son:

- ✓ Establecimientos de Venta de Combustible y Estaciones de Servicio-Ministerio de Energía y Minas- MEM.
- ✓ Establecimientos de Hospedaje y Restaurantes- Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones.
- ✓ Comerciales Internacionales –MITINCI
- ✓ Establecimientos para expendio de Comidas y Bebidas-Ministerio de Salud-MS
- ✓ Mercados de Abastos-Ministerio de Salud.

Artículo 2.- Están comprendidas dentro de los alcances de la presente norma los siguientes tipos de edificaciones.

Locales comerciales

- **Tienda.-** Edificación independizada, de uno o más niveles, que puede o no formar parte de otra edificación, orientada a la comercialización de un tipo de bienes o servicios.
- **Conjunto de tiendas.-** Edificación compuesta por varios locales comerciales independientes que forman parte de una sola edificación.
-
- **Galería comercial.-** Edificación compuesta por locales comerciales de pequeñas dimensiones organizados en corredores interiores o exteriores.
- **Tienda por departamentos.-** Edificación de gran tamaño destinada a la comercialización de gran diversidad de bienes.
- **Centro Comercial.-** Edificación constituida por un conjunto de locales comerciales y/o tiendas por departamentos y/u oficinas, organizados dentro de un plan integral, destinada a la compra-venta de bienes y/o prestaciones de servicios, recreación y/o esparcimiento.
- **Complejo Comercial.-** Conjunto de edificaciones independientes constituido por locales comerciales y/o tiendas por departamentos, zonas para recreación activa o Pasiva, servicios comunales, oficinas, etc.

Restaurantes

- **Restaurante.-** Edificación destinada a la comercialización de comida preparada.
- **Cafetería.-** Edificación destinada a la comercialización de comida de baja complejidad de elaboración y de bebidas.
- **Bar.-** Edificación destinada a la comercialización de bebidas alcohólicas y complementos para su consumo dentro del local.

CAPITULO II

CONDICIONES DE HABITABILIDAD Y FUNCIONALIDAD

Artículo 3.- Los proyectos de centros comerciales, complejos comerciales, mercados mayoristas, supermercados, mercados minoristas, estaciones de servicio y gasocentros deberán contar con un estudio de impacto vial que proponga una solución que resuelva el acceso y salida de vehículos sin afectar el funcionamiento de las vías desde las que se accede.

Artículo 4.- Las edificaciones comerciales deberán contar con iluminación natural o artificial, que garantice la clara visibilidad de los productos que se expenden, sin alterar sus condiciones naturales.

Artículo 5.- Las edificaciones comerciales deberán contar con ventilación natural o artificial. La ventilación natural podrá ser cenital o mediante vanos a patios o zonas abiertas. El área mínima de los vanos que abren deberá ser superior al 10% del área del ambiente que ventilan.

Artículo 6.- Las edificaciones comerciales deberán contar con sistemas de detección y extinción de incendios, así como condiciones de seguridad de acuerdo con lo establecido en la Norma A-130: Requisitos de Seguridad.

Artículo 7.- El número de personas de una edificación comercial se determinará de acuerdo con la siguiente tabla, en base al área de exposición de productos y/o con acceso al público:

Tienda independiente	5.0 m2	por persona
Salas de juegos, casinos	2.0 m2	por persona
Gimnasios	4.5 m2	por persona
Tienda por departamentos	3.0 m2	por persona
Locales con asientos fijos	Número	de asientos
Mercados Mayoristas	5.0 m2	por persona
Supermercado	2.5 m2	por persona
Mercados Minorista	2.0 m2	por persona
Restaurantes (área de mesas)	1.5 m2	por persona
Discotecas	1.0 m2	por persona
Patios de comida (área de mesas)	1.5 m2	por persona
Bares	1,0 m2	por persona
Tiendas	5.0 m2	por persona
Áreas de servicio (cocinas)	10.0m2	por persona.

Los casos no expresamente mencionados considerarán el uso semejante. En caso de edificaciones con dos o más tipologías se calculará el número de ocupantes correspondiente a cada área según su uso. Cuando en una misma área se contemplen usos diferentes deberá considerarse el número de ocupantes más exigente.

Artículo 8.- La altura libre mínima de piso terminado a cielo raso en las edificaciones comerciales será de 3.00 m.

CAPITULO III

CARACTERISTICAS DE LOS COMPONENTES

Artículo 9.- Los accesos a las edificaciones comerciales deberán contar con al menos un ingreso accesible para personas con discapacidad, y a partir de 1,000 m² techados, con ingresos diferenciados para público y para mercadería.

Artículo 10.- Las dimensiones de los vanos para la instalación de puertas de acceso, comunicación y salida deberán calcularse según el uso de los ambientes a los que dan acceso y al tipo de usuario que las empleará, cumpliendo los siguientes requisitos:

a) La altura mínima será de 2.10 m.

b) Los anchos mínimos de los vanos en que instalarán puertas serán:

- | | |
|--|---------|
| - Ingreso principal | 1.00 m |
| - Dependencias interiores | 0.90 m |
| - Servicios higiénicos | 0.80 m |
| - Servicios higiénicos para discapacitados | 0.90 m. |

Cuando las puertas de salida, sean requeridas como puertas de evacuación deberán cumplir con lo establecido en la Norma A.130.

Artículo 11.- Cualquier puerta que provea acceso hacia la azotea, deberá disponer de mecanismos de apertura a presión, en el sentido de la evacuación.

Artículo 12.- El ancho de los pasajes de circulación de público dependerá 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 será de 2.40 m. los mismos que deben permanecer libres de objetos, mobiliario, mercadería o cualquier obstáculo. Los pasajes principales deberán tener un ancho mínimo de 3.00 m. Los pasajes de circulación

pública deben estar intercomunicados entre sí mediante circulaciones verticales, escaleras y/o ascensores.

Artículo 13.- El material de acabado de los pisos exteriores deberá ser antideslizante. Los pisos en mercados, serán de material impermeable, antideslizante y liso, fáciles de limpiar y se les dará pendiente de por lo menos 1.5% hacia las canaletas o sumideros de desagüe.

Artículo 14.- Las diferencias de nivel deberán contar adicionalmente a las escaleras con medios mecánicos o con rampas con una pendiente según lo establecido en la norma A.010.

Artículo 15.- Los locales comerciales tendrán un área mínima de 6.00 m². sin incluir depósitos ni servicios higiénicos, con un frente mínimo de 2.40 m y un ancho de puerta de 1.20 m. y una altura mínima de 3.00 m.

Artículo 16.- Los puestos de comercialización en los mercados se construirán de material no inflamable, las superficies que estén en contacto directo con el alimento deberán ser fáciles de limpiar y desinfectar. El diseño de las instalaciones será apropiado para la exhibición y la comercialización de alimentos en forma inocua; considerará una zona de depósito para almacenar mercadería ligera; requerirá de instalaciones eléctricas y sanitarias en caso que lo exija la actividad comercial a desarrollar.

La distribución de las secciones será por tipo de producto

Las áreas mínimas de los puestos de acuerdo a las actividades comerciales a desarrollar en el mercado serán:

- Carnes, pescado y productos perecibles 6 m²
- Abarrotes, mercería y cocina 8 m²
- Otros productos 6 m².

Artículo 17.- El área de elaboración de alimentos, será con pisos de material no absorbente, resistentes, antideslizantes, no atacables por los productos empleados en su limpieza y de materiales que permitan su mantenimiento en adecuadas condiciones de higiene. Serán fáciles de limpiar y tendrán una inclinación suficiente hacia los sumideros que permita la evacuación de agua y otros líquidos. Las paredes tendrán superficies lisas, no absorbentes y revestidas de material o pintura que permitan ser lavados sin deterioro. Los techos estarán contruidos de forma que no acumule polvo ni vapores de condensación, de fácil limpieza y siempre estarán en condiciones que eviten contaminación a los productos.

NORMATIVIDAD PARA MERCADOS MINORISTAS

TITULO V: COMERCIO

I. NORMAS DE DISEÑO GENERAL

a. Puestos: Los puestos serán contruidos de material noble, no inflamable, considerando en el diseño, además de instalaciones propias para la venta, un depósito para almacenar mercadería ligera. Los puestos de pescado, carne, aceite, cocinería y otros donde se expende productos elaborados para la alimentación, estarán recubiertos con mayólicas y dispondrán de agua y desagüe, debiendo estar cada puesto claramente delimitado. Estos puestos contarán con puertas para seguridad, recomendándose las de tipo enrollable de fierro.

Las áreas mínimas de los puestos de acuerdo a los giros serán:

- Carnes	4 m ²
- Pescado	4 m ²
- Verduras y Frutas	4 m ²
- Abarrotes y afines	6 m ²
- Mercería y afines	4 m ²

b. Techos: Serán de material no inflamable y de fácil limpieza, con una pendiente mínima de 2% cuando el diseño lo exija. Cubrirá el área ocupada por los puestos y su altura mínima desde el piso será de 3 m.

c. Paredes: Serán de material no inflamable revestidos interiormente de material lavable y con una altura mínima de 3 m.

d. Pasajes: Tendrán las siguientes características:

- Ancho mínimo de 3 m.
- Por cada zona o bloque de 25 x 10 puestos deberá considerarse un pasaje intermedio.
- Los pasajes estarán interrelacionados unos con otros de tal manera que exista fluidez hacia las puertas de salida.

e. Escaleras:

- una cada 1400 m² de área comercial neta que comuniquen todos los niveles
- Pasamanos: altura 0.9 m en cada faja de 1.2 m de ancho
- Ancho: mínimo 1.2 m máximo 2.4 m
- Paso mínimo: 0.28 m
- Contrapaso máximo: 0.28 m
- Número máximo de pasos: 16
- Distancia máxima entre el punto más alejado hasta la escalera. 25 m

f. Pisos: Los pisos podrán ser de cemento bruñado y otro acabado que evite los accidentes de los usuarios y con una pendiente hacia las canaletas de desagüe de 2% como mínimo.

g. Puertas de acceso: Deberá considerarse de manera general 2 puertas por cada mercado de 150 puestos o menos, debiendo ubicarse, en lo posible, en puntos extremos y aumentando este número en una puerta por cada 150

puestos más. En el caso de tener el mercado varios frentes, deberá llevar cuando menos una puerta en cada uno de ellos, conservando la misma proporción. Las puertas serán de un ancho mínimo de 4 m. siendo del tipo enrollables de preferencia.

h. Sistema de Iluminación: Se consideran los siguientes tipos de iluminación:

- Natural, deberá asegurarse una buena iluminación con la luz natural
- Artificial, que estará constituida por: Lámparas de fácil acceso para su cambio y que aseguren una iluminación de 20 a 30 vatios por m² como mínimo, debiéndose considerar lo indicado en el Código Eléctrico del Perú. Deberá considerarse por cada puesto un tomacorriente y una caja de salida, para los casos que deberá ser necesaria energía eléctrica para accionar aparatos eléctricos, conservadoras u otros.

i. Sistema de Ventilación: El diseño deberá asegurar una buena ventilación natural a todas las dependencias y/o zonas del mercado.

j. Sistema de Limpieza: los mercados contarán con:

- Un grifo cada 50 puestos con un mínimo de 1.5” de diámetro distribuidos conveniente y equidistantemente.
- Canaletas con una sección de 0.20 x 0.20 m. por pasadizo y a todo lo largo, cubiertas por rejillas de fierro, con una pendiente mínima de 0.5% con cajas de registro cada 15 m.
- Cajas de registro en los desagües cada 5 puestos.
- Cisternas con una capacidad de 100 litros por puesto.

k. Sistema de Comunicaciones: Deberá instalarse un sistema de altoparlantes con una salida de potencia de 20 vatios como mínimo y cuya central deberá estar ubicada en la administración del Mercado. Todas las instalaciones serán empotradas. Se preverá los ductos para la ventilación de cabinas telefónicas de uso público.

l. Estacionamiento: Deberá proveerse una zona o área de parqueo para el uso del mercado, tanto para los vehículos del consumidor, como los vehículos que efectúan el transporte de la mercadería. Se elegirá:

- Para carga y descarga: un camión por cada 100 puestos o menos; para consumidores un automóvil por cada 10 puestos.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

a. Administración: La oficina de administración contara con un área mínima de 16 m² por cada 100 puestos.

b. Depósito: Se considerara un ambiente para deposito cuya área será de 2.00 m² por puesto, distribuidos en zonas individuales para los giros de abarrotes, verduras, frutas y diversos.

c. Cámaras Frigoríficas: Se considera:

- Carnes: El volumen mínimo será de 15 m³ hasta 100 puestos. Por cada puesto adicional se agregara 0.35m² por puesto, considerando la totalidad de puestos del Mercado.
- Pescado: El volumen mínimo será de 40m³ hasta 100 puestos. Por cada puesto adicional se agregara 0.10m³ por puesto, considerando la totalidad de puestos del Mercado, contemplando los giros para los efectos del cálculo.

- Tipo A: además cámara diversos 0.2 m3 por puesto

d. Colector de Basura: De acuerdo al tipo de mercado, el área mínima del ambiente para el colector de basura incluyendo los servicios del mismo (Zonas de lavado de cilindros, plataforma, colector, zona de estacionamiento, etc.) será:

- Paredes recubiertas íntegramente con mayólicas
- Canaletas para la recolección de las aguas de lavado con una sección mínima de 0.20 x 0.20 cubiertas con rejillas de fierro, con una pendiente mínima de 5%, cajas de registro en las salidas de las canaletas.
- EL recinto del colector, deberá permitir el ingreso cómodo de camiones recolectores para el transporte de la basura.
- El recolector deberá contar con rampas en los lugares de carga y descarga para facilitar el manipuleo de los depósitos de basura.
- Un grifo para el lavado de los cilindros y otro para el lavado del colector, Ambos con un diámetro mínimo de 1.0” y 1.5” respectivamente.

e. Servicios Higiénicos: los mercados deberán contar con:

HOMBRES			MUJERES	
Inodoros	Urinarios	Lavatorios	Inodoros	Lavatorios
1c/25p.	1c/50p.	1c/25p.	1c/25p.	1c/25p.

Cuadro 10: Cuadro de dotación de servicios higiénicos – Fuente: elaboración propia tomada del RNE

Para el personal de servicio por cada 200 puestos o menos: un urinario, un lavatorio, un inodoro, una ducha, además dispondrá de un ambiente para vestuario del personal de servicio.

LEY Y REGLAMENTO DE PRIVATIZACIÓN DE MERCADOS
LEY DE PRIVATIZACIÓN DE LOS MERCADOS PÚBLICOS LEY
No. 26569

Fecha de publicación: 4 de enero de 1996

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA POR CUANTO: El Congreso de la República ha dado la Ley siguiente: EL CONGRESO DE LA **REPÚBLICA**; Ha dado la ley siguiente:

Artículo 1o.- La Privatización de los Mercados Públicos de propiedad de los municipios provinciales o distritales, inclusive aquellos transferidos o afectados en favor de las Cajas Municipales de Crédito u otras entidades, conlleva, bajo sanción de nulidad, que la enajenación o transferencia bajo cualquier título de los puestos y demás establecimientos y/o servicios de dichos mercados deberá considerar, en primera oferta, a los actuales conductores de los mismos, que soliciten esta preferencia.

Artículo 2o.- Las operaciones de venta directa que se autorizan en el artículo anterior no requerirán sujetarse al trámite de subasta pública exclusivamente para los actuales conductores. El precio de venta aplicable a dichas operaciones de compraventa será fijado por el Consejo Nacional de Tasaciones. Dicho precio podrá ser pagado al contado o al crédito pagadero hasta en 60 meses con los respectivos intereses.

Artículo 3o.- Los actuales conductores los puestos y demás establecimientos y/o servicios de los referidos mercados tienen 30 días calendario de plazo para acogerse a lo dispuesto en la presente ley. Dicho plazo se contará a partir de la fecha en que sean notificados de su opción de compra por la entidad responsable del proceso de privatización de los mercados públicos.

Artículo 4o.- Déjense en suspenso las acciones judiciales de desalojo de los puestos y demás establecimientos y/o servicios de los respectivos mercados y

cualquier otra acción administrativa o judicial dirigida a perturbar la posesión de sus actuales conductores, durante el plazo que se refiere el artículo anterior.

Artículo 5o.- La presente Ley entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación. En Lima, a los veinte días del mes de diciembre de mil novecientos noventa y cinco.

**REGLAMENTO DE LA LEY DE PRIVATIZACIÓN DE LOS MERCADOS
PÚBLICOS DECRETO SUPREMO No. 004 96 PRES**

Fecha de publicación: 9 de marzo de 1996

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA CONSIDERANDO:

Que, la Ley No. 26569 dispuso, entre otros, que la privatización de los mercados públicos de propiedad de los municipios provinciales o distritales, inclusive aquellos transferidos o afectados a las Cajas Municipales de Crédito u otras entidades conlleva, bajo sanción de nulidad, que su enajenación o transferencia, bajo cualquier título, de los puestos y demás establecimientos y/o servicios de dichos mercados, considere en primera oferta a los actuales conductores, que soliciten dicha preferencia;

Que, la aludida ley conlleva la voluntad del Estado de proporcionar a los Gobiernos Locales del país, así como a otras instituciones del Estado, un instrumento mediante el cual, no sólo les permita suprimir sus gastos corrientes en el mantenimiento y funcionamiento de los mercados públicos, sino que puedan incrementar sus recursos disponibles o cumplir con las obligaciones atrasadas, muchas de ellas en cobranza judicial, que vienen asumiendo de administraciones anteriores,

contribuyendo asimismo a ser los gestores de nuevas microempresas de comercialización que personalmente son atendidas por quienes regularmente realizan transacciones con el público consumidor.

Que es necesario reglamentar la acotada norma legal a fin de establecer los procedimientos que simplifiquen las operaciones de transferencia de los puestos y demás establecimientos y/o servicios de los referidos mercados públicos; de conformidad con lo previsto en el inciso 8) del Artículo 118o. de la Constitución Política del Perú;

DECRETA:

Artículo 1o.- Apruébese el Reglamento de la Ley No. 26569, Ley de Privatización de los Mercados Públicos el mismo que consta de diecinueve (19) artículos, tres (3) capítulos y una (1) Disposición Complementaria.

Artículo 2o.- El presente Decreto Supremo será refrendado por los Ministros de Agricultura, Salud y de la Presidencia. Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los ocho días del mes de marzo de mil novecientos noventa y seis.

ALBERTO FUJIMORI FUJIMORI .Presidente Constitucional de la República

ABSALON VASQUEZ VILLANUEVA. Ministro de Agricultura

EDUARDO YONG MOTTA. Ministro de Salud

JAIME YOSHIYAMA-Ministro de la Presidencia.