



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACION**

“Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial”

**PROYECTO URBANO ARQUITECTÓNICO**

“Mercado de abastos- Casma”

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

**AUTOR:**

Rodriguez Casana Efrain

**ASESORES:**

Metodólogo: Arq. Israel Romero Álamo  
Especialista: Arq. Mario Parodi Morales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**



**ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS**

Código : F07-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

**RODRIGUEZ CASANA EFRAIN**

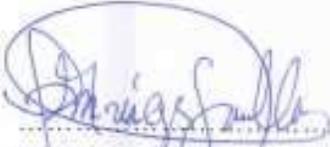
cuyo título es:

**MERCADO DE ABASTOS EN CASMA**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:

18 (Dieciocho)

Chimbote 08 de 02 Del 2019

  
ANA MARÍA REYES GUILLÉN  
Presiente

  
ELENA KATHERINE REYES VASQUEZ  
Secretario

  
MIRIAM VIOLETA PEREZ POÉMAPE  
Vocal

## **DEDICATORIA**

A Dios, quien es mi guía y fortaleza en todo momento, y el cual me ha acompañado durante todo el proceso de mi investigación, la razón de mi superación personal y profesional.

A mis padres, Humberto Rodríguez Cruzado y Leonila Casana Cruz, quienes siempre estuvieron conmigo, apoyándome en todo momento, sea bueno o malo, los cuales me brindaban fuerzas mediante sus consejos a nunca rendirme y a seguir constante en el logro de mis metas; quienes son el amor más puro que Dios me puso en la tierra para mi supervivencia.

A mi hermana Raquel Rodríguez Casana, quien es mi ejemplo de superación, quien me motiva a ser un gran profesional, persiguiendo siempre mis sueños, quien en todo proyecto en mente siempre me alienta a cumplirlo y me ayuda a su realización.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por brindarme vida y salud para cumplir cada uno de las metas planteadas y cumplir con el desarrollo de la presente investigación.

A mis padres Humberto Rodríguez Cruzado y Leonila Casana Cruz, por apoyarme constantemente, por su tiempo y dedicación, y por ayudarme económicamente en la realización de éste proyecto.

A la Universidad César Vallejo - Sede Chimbote, por ser la institución en la cual pude formar mis conocimientos en el ámbito de la Carrera Profesional de Arquitectura, la cual me enseñó todos los conocimientos primordiales para llegar a ser un profesional exitoso.

De igual manera, la realización de esta investigación se lo debo a mi docente metodólogo Arq. Israel Romero Álamo quien me orientó y brindó sus enseñanzas en cada una de las asesorías brindadas, así también, de la misma manera agradezco a mi asesor temático, el Arq. Mario Parodi Morales, quien con su paciencia, enseñanza y profesionalismo me asesoró para la realización de este trabajo.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Rodriguez Casana Efrain, identificado con DNI N° 48145704, estudiante de la escuela de arquitectura de la universidad César Vallejo, con la tesis titulada "Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial" declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto-plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.
- 5) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto-plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.



Nuevo Chimbote, Febrero del 2019

## **PRESENTACIÓN**

Señores Miembros del Jurado:

Cumpliendo con las disposiciones en vigencia establecidas por el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Arquitectura, Escuela de Arquitectura, someto a vuestro criterio profesional la evaluación del presente trabajo de investigación titulado: “Análisis Arquitectónico de los Mercados de Abastos del Distrito de Casma para la mejora de su dinámica Urbana y Comercial”, con el objetivo de analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del Distrito de Casma para la mejora de su dinámica comercial.

En el primer capítulo se desarrolla el planteamiento del Problema de Investigación, que abarca la descripción del Problema, la Formulación del Problema de Investigación, e Identificación del Objetivo de estudio; en el segundo capítulo se describe el Marco Teórico, el cual se desarrolla por medio de sus aspectos de Estado de la Cuestión, Diseño del Marco Teórico, Marco Contextual, Marco Conceptual, Marco Referencial, Base Teórica y Marco Normativo ; en el tercer capítulo se determinará el Marco Metodológico, donde se encuentra el Esquema del Proceso de Investigación, el Esquema de Identificación de Dimensiones e Indicadores, la Matriz de Consistencia, Diseño de la Investigación; en el cuarto capítulo se desarrollará los Resultados, en el cual se describirá el Desarrollo de la Investigación: Resultados, la Discusión de los Resultados, y las Conclusiones y Recomendaciones ; y por último, en el quinto capítulo, abarca los Factores de Vínculo entre Investigación y Propuesta Solución (Proyecto Arquitectónico), en donde se desarrolla la Definición del Proyecto, la Definición del Usuario, Definición del Área de Intervención, Programa Arquitectónica, Criterio de Diseño, y Partido Arquitectónico.

Asimismo, el presente estudio es elaborado con el propósito de obtener el título profesional de Arquitectura, y asimismo poder analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del Distrito de Casma para la mejora de su dinámica comercial.

## INDICE

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>IV</b>
<b>DECLARACIÓN JURADA .....</b>	<b>V</b>
<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>X</b>
<b>I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.....</b>	<b>12</b>
1.1 Descripción del Problema.....	12
1.1.1 Identificación del Problema.....	18
1.1.2 Dimensiones del Problema.....	18
1.2 Formulación del Problema de Investigación.....	20
1.2.1 Preguntas de Investigación.....	20
1.2.2 Objetivo.....	20
1.2.3 Matriz.....	21
1.2.4 Justificación del Problema.....	22
1.2.5 Relevancia.....	22
1.2.6 Contribución.....	22
1.3 Identificación del Objetivo de Estudio.....	23
1.3.1 Delimitación Espacial.....	23
1.3.2 Delimitación Temporal.....	23
1.3.3 Delimitación Temática.....	23
<b>II MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>24</b>
2.1. Estado de la cuestión:.....	25
2.2. Diseño del Marco Teórico.....	29
2.3. Marco Contextual.....	30

2.3.1	Contexto Físico Espacial:.....	30
2.3.2	Contexto Temporal:.....	38
2.4	Marco Conceptual.....	44
2.5	Marco Referencial.....	55
2.6	Base Teórica:.....	128
2.7	Marco Normativo.....	153
<b>III</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>159</b>
3.1.	Esquema del Proceso de Investigación.....	160
3.2.	Esquema de identificación de Dimensiones e Indicadores.....	161
3.4.	Diseño de la Investigación.....	163
3.4.1.	Tipo de Investigación.....	163
3.4.2.	Métodos y Herramientas de la Investigación.....	164
<b>IV</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>168</b>
4.1.	Desarrollo de la investigación: Resultados.....	169
4.2.	Discusión de Resultados.....	282
4.3.	Conclusiones y Recomendaciones.....	288
<b>V</b>	<b>FACTORES VINCULO ENTRE INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA SOLUCIÓN (PROYECTO ARQUITECTÓNICO) .....</b>	<b>293</b>
5.1.	Definición del proyecto.....	294
5.2.	Definición del usuario.....	295
5.3.	Definición del área de intervención.....	297
5.4	programación arquitectonica.....	303
5.5.	Criterios de diseño.....	310
5.6.	Partido arquitectónico.....	311
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>.....</b>	<b>316</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>.....</b>	<b>319</b>

## INDICE DE GRAFICOS

<b>GRAFICO 1</b> Ubicación de los M. de abastos del distrito de Casma.....	14
<b>GRAFICO 2</b> Paredes deterioradas.....	15
<b>GRAFICO 3</b> Invasión de las vías automovilísticas por los puestos c. ....	16
<b>GRAFICO 4</b> Ubicación del distrito de Casma.....	30
<b>GRAFICO 5</b> Ubicación del distrito de Casma.....	31
<b>GRAFICO 6</b> Censos N. de Población y de V. 1981, 1993 y 2007 – INEI.....	34
<b>GRAFICO 7</b> Diseño de los puestos de mercado.....	143
<b>GRAFICO 8</b> Comparación entre compradores y vendedores .....	150
<b>GRAFICO 9</b> Área por persona del RNE.....	153
<b>GRAFICO 10</b> Numero de estacionamiento por persona .....	155
<b>GRAFICO 11</b> Cambios de nivel de rampa .....	156
<b>GRAFICO 12</b> Cuadro de diferencias de nivel y su pendiente máxima.....	157
<b>GRAFICO 13</b> Descanso entre tramos de rampas consecutivas .....	157
<b>GRAFICO 14</b> Numero de estacionamientos x número de personas con discapacidad .....	157
<b>GRAFICO 15</b> Inodoro para discapacitados con mediadas mínimas .....	158
<b>GRAFICO 16</b> Partido Arquitectónico-1.....	312
<b>GRAFICO 17</b> Partido Arquitectónico-2.....	313
<b>GRAFICO 18</b> Partido Arquitectónico-3.....	313
<b>GRAFICO 19</b> Partido Arquitectónico-4.....	314
<b>GRAFICO 20</b> Partido Arquitectónico-5.....	314

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, titulado “Análisis Arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial”, desarrollado en el año 2018, tiene por finalidad analizar la arquitectura de los mercados de abastos del distrito de Casma comprendiendo la función, forma, contexto, espacialidad, su dimensión constructiva, ambiental, tecnológico ambiental y simbólica, entre otros aspectos como las interrelaciones sociales para así mejorar la dinámica urbana y comercial del distrito de Casma.

A través de las variables del tema investigado se ha podido aplicar técnicas como la observación, la encuesta y la entrevista, para mejorar la actividad comercial y la dinámica urbana del distrito.

La población está conformada por los comerciantes de los diferentes Mercados de Abastos y los habitantes del distrito de Casma, teniendo una muestra de 61 comerciantes y 96 pobladores, de acuerdo a la Ecuación estadística para proporciones poblacionales que se nos exige.

El tipo de investigación que se le acredita al presente trabajo, abarca dos parámetros, la primera es según su clasificación, es decir cualitativa y cuantitativa, y la segunda clasificación que es según su enfoque, descriptiva, explicativa y correlacional. Se utilizaron como instrumentos las fichas de análisis de observación, fichas de análisis arquitectónicos, entrevistas y encuestas, que se aplicaron a la población y a los comerciantes de los mercados de abastos del distrito.

Para el sustento del trabajo realizado se recopiló información teórica de mercado de abastos y dinámica urbana y comercial, la cual den buena fe del proyecto.

Concluyendo, que los mercados del distrito de Casma y puestos comerciales no cumplen con los requisitos reglamentarios que nos exige el R.N.E.

**Palabras Clave:** Mercado de abastos, dinámica urbana y comercial, Reglamento Nacional de Edificaciones.

## ABSTRACT

The present research work, entitled "Architectural analysis of the supply markets of the Casma district for the improvement of its urban and commercial dynamics", developed in 2018, aims to analyze the architecture of the supply markets of the district of Casma understanding the function, form, context, spatiality, its constructive, environmental, technological, environmental and symbolic dimension, among other aspects such as social interrelations in order to improve the urban and commercial dynamics of the Casma district.

Through the variables of the subject investigated, it has been possible to apply techniques such as observation, survey and interview, to improve the commercial activity and urban dynamics of the district.

The population is formed by the merchants of the different Markets of Supplies and the inhabitants of the district of Casma, having a sample of 61 merchants and 96 settlers, according to the Statistical equation for population proportions that we are required.

The type of research that is credited to this work, includes two parameters, the first is according to its classification, ie qualitative and quantitative, and the second classification is according to its approach, descriptive, explanatory and correlational. The observation analysis cards, architectural analysis sheets, interviews and surveys were used as instruments, which were applied to the population and to the merchants of the district's supply markets.

For the sustenance of the work carried out, theoretical information was gathered on the market of supplies and urban and commercial dynamics, which give good faith of the project.

In conclusion, that the Casma district markets and commercial posts do not meet the regulatory requirements demanded by R.N.E.

**Keywords:** Market of supplies, urban and commercial dynamics, National Building Regulations.

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Descripción del Problema**

La Actividad Comercial en la ciudad de Casma, conocida también como la ciudad del Eterno Sol, que es caracterizada en su mayoría por la comercialización de productos agrícolas de primera necesidad, de gran importancia para los pobladores de la misma ciudad quienes día a día concurren “los mercados de abastos”<sup>1</sup> para solventar su alimentación. A lo largo del tiempo la forma de comercializar los productos ha tenido cambios radicales, algunos de ellos han ayudado para su avance y mejoría, y por lo contrario algunos de ellos han dificultado la disponibilidad de los alimentos, generando desorden y caos poblacional entre los comerciantes, siendo algunas de las causas la mala gestión de la ciudad que no implementó medidas estrictas, como tampoco una buena distribución de los comerciantes en un lugar específico y con una infraestructura adecuada para los servicios de abasto, teniendo como consecuencias el no poder abastecer a la población de una manera adecuada.

“Considerando que la función principal del mercado de abastos es la comercialización de productos de acuerdo a la demanda de la población, su localización y accesibilidad son puntos clave, por lo que generalmente los mercados de abastos se encuentran de una manera desordenada generando problemas urbanos y comerciales.” (Roberto, 2000)

En la actualidad, en el Perú, una de las principales debilidades es la poca accesibilidad a los alimentos. Es por ello que es de suma importancia tener un buen manejo, funcionamiento y distribución de los mercados, ya sea en zonas urbanas <sup>2</sup>o rurales<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Mercado de abastos: es una edificación donde se agrupan un conjunto de comerciantes que se organizan en pequeños puestos, para comercializar sus productos alimenticios y de otros usos.

<sup>2</sup> Zonas Urbanas: que tiene un mayor número de habitantes y una economía orientada a la industria o a los servicios.

<sup>3</sup>Zona Rural: está vinculada al territorio con escasa cantidad de habitantes donde la principal actividad económica es la agropecuaria

Hoy en día existen distintas zonas de mercados en Casma, que en la mayoría se encuentran mal ubicadas, con sus comerciantes distribuidos de manera inadecuada.

“Al ser los mercados puntos de concentración estas resaltan dentro de la trama urbana, debido a los diferentes problemas que causan a la ciudad. Como son invasión de espacios públicos deteriorándolo y usándolos como botaderos de basura.”. (Pereira, 2016)

Todo este estado de deterioro y desbordado, genera que sus usuarios utilicen áreas fuera de su infraestructura, utilizando banquetas y orillas de las calles, ya que no cuentan con un área apropiada de esparcimiento en las cuales caminar, por los que hacen sobre las calles generando mayor conflicto vehicular.

“La actividad de mercados no es únicamente desde la óptica de la relación de intercambio y circulación de mercancías que precisan de un medio físico adecuado, por el contrario, se trata de un evento con múltiples significados en el contexto de la vida social y cultural”. (Mynor, 1988)

## CONFLICTOS ORIGINADOS POR LA UBICACIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA



:GRAFICO 1 Ubicación de los mercados de abastos del distrito de Casma

Fuente: Elaboración propia

Es así como en el **Mercado 1** se encuentra el primer y único mercado modelo, el cual fue construido principalmente después de que ocurrió el terremoto de 1970, siendo un espacio constituido por 140 puestos, los cuales están ordenados por sectores para una mejor accesibilidad de los productos, pero sin embargo en la actualidad la misma necesidad y déficit de abastecimiento a la población ha generado un desorden interno en los mismos comerciantes ocasionando que estos se dispersen por alrededores causando la creación de nuevos puestos de venta, lo cual ha perjudicado su orden, ya que así comenzó a existir un desorden entre ellos mismos y en los pobladores que recurren a este centro de abastos.

Los días donde la personas hacen sus compras en un mercado , comienza realmente el comercio, pues funciona como un mecanismo de integración social, siendo una cultura del pueblo maya, mostrando que el comercio tiene también un carácter ritual, incluso sagrado, teniendo una dinámica comercial donde se enseñan, reproducen y refuerzan una serie de valores propios de la cultura; la honestidad (el valor de la palabra empeñada), el trabajo, la responsabilidad, la participación en la vida comunitaria y el respeto por la armonía con la naturaleza, son puntos de referencia que condicionan las relaciones económicas. (Geographic, 2002, págs. 15-16)

Aunque por ahora suele estar un poco desordenado, a comparación de los tres mercados de la parada (un lugar también que sirve de centro de abastos), éste mercado modelo parece estar más ordenado; solo que tiene deficiencias en su infraestructura y en el



GRAFICO 2 Paredes deterioradas, techos de los puestos en mal estado  
Fuente: Elaboración Propia

deterioro de sus espacios construidos por el tiempo transcurrido que llevan siendo ocupados, y por su precaria<sup>4</sup> condición en la que se encuentran, todo ello generando en los comerciantes y pobladores inseguridad al momento de concurrir a los centros de venta, ya que existe el miedo de que en cualquier momento la construcción de dichos puestos colapse y cause agravios entre ellos mismos, aparte que también se genera contaminación sonora por el ruido y criterio que puede existir.

Un proyecto busca establecer un orden para que la estructura y forma se complementen y la materialidad resalte la experiencia sensorial del espacio. (KENNETH, 1997)

Por otro lado, también existen el **Mercado 2, 3, 4**, donde la actividad comercial se desarrolla en malas condiciones ya que no existe un control



u orden que permita tener a los comerciantes ubicados por secciones para una mejor accesibilidad a ellos; por el contrario, se encuentran ubicados cada uno por el lugar de su preferencia, no facilitando a la población. Estos centros de abastos surgieron poco a poco por la misma necesidad que demandaba de ellos para tener una mejor calidad de vida, pero

sin embargo hoy en día ya no cubre las expectativas ni la necesidad de estos mismos pobladores de la zona; generando de esta manera mercados provisionales como es así el mercado la Parada de San Martín, la parada Palmo y la parada Independencia, los cuales se crearon sin ninguna planeación. Esto por lo tanto ha fomentado el desorden en estos ambientes de venta, donde es incómodo por la falta de distribución poder ubicar fácilmente los productos que se desea

<sup>4</sup> Precaria: Que es poco estable, poco seguro o poco duradero.

adquirir, pues no se tiene conocimiento específico de los productos en venta. A consecuencia de todo ello los comerciantes quienes ya no respetan la ciudad, han comenzado a invadir y/o ocupar pistas y veredas de la calle Nicolás De Piérola y prolong. Av. Libertad , e incluso ocupan hasta áreas verdes, lo cual sucede principalmente en la parada Independencia, todo ello sucede con tal de poder vender sus productos, y esto se generó por la falta de implementación de un lugar específico y de una buena infraestructura para su posesión, todo ello generando disturbios vehiculares, desorden entre los transeúntes y comerciantes, contaminación sonora, acumulación de agua sucias en las calles y pasadizos por los cuales se transita, deterioro del suelo, perjudicando visiblemente el aspecto de la ciudad, pues se genera desorden y caos urbano, y causando la aglomeración de transportistas como moto taxistas, triciclistas y automóviles quienes están a los alrededores de los espacios ocupados por dichos comerciantes. Aparte que ahora los mismos pobladores de las zonas alrededores han comenzado a vender en sus propias viviendas, causando un comercio dispersado en la ciudad, pues no se tiene un orden específico para la comercialización.

Ante todo ello, es importante tener en cuenta la situación en la que se está desarrollando la actividad comercial en Casma y poner un poco de énfasis a los espacios que se están utilizando, para que no se pierda la acogida que se tiene, ya que aun así hoy en día la frecuencia para comercializar no es muy fluida en Casma, ya que esta ciudad no tiene centros de ventas en los cuales se pueda adquirir todo tipo de producto, pues tiene un bajo nivel de puestos de ventas de ropa, calzado u accesorios que son importantes en todo ser humano, por lo que los pobladores de Casma tienen que acudir todavía a Chimbote para poder comprar dichos productos antes mencionados, en donde ahí si se puede adquirir todo tipo de mercadería a un precio accesible y teniendo una mejor calidad de ambiente en el cual se está comprando o un área , y con un sistema de mejora continua dentro de sus comerciantes, algo que hoy en día es desconocido por los comerciantes de la ciudad de Casma.

### **1.1.1 Identificación del Problema**

La problemática trata del mal estado en las que se encuentran los mercados de abastos del Distrito de Casma de una manera arquitectónica, infraestructural, social, urbano y económico; que es generado por parte de los pobladores y comerciantes de los mercados del distrito, ya que estas no aportan en generar un buen funcionamiento u orden dentro de este equipamiento.

Desafortunadamente en el distrito de Casma no existe en la actualidad un mercado que marque un orden, donde el comprador pueda desplazarse por los puestos de ventas con mayor tranquilidad y ubicar el producto que quiera adquirir con mucha más facilidad, tener un lugar donde estacionar su vehículo o cualquier otro tipo de transporte, así también estos mercados de abastos no cuentan con áreas de esparcimiento para sus consumidores para un mejor punto de reunión evitando así el caos peatonal. Es así como se llega a plantear este tema de investigación para que por medio de esta se cree un mercado de abastos que cumpla con todos los requisitos necesarios que requiere la población para la compra y venta de sus productos, beneficiándose económicamente y al mismo tiempo lograr una mejor interacción social del Distrito de Casma.

### **1.1.2 Dimensiones del Problema**

A. Arquitectura: El área que tienen los puestos de venta no cumplen la normatividad que ya están establecidas para la creación de esta, no cuentan con un sector de carga y descarga lo cual les lleva a descargar sus productos en cualquier lugar del mercado ocasionando congestionamiento en las avenidas, mala distribución en las que se encuentran los diversos tipos de productos que estas ofrecen y la mala iluminación y ventilación de estos centros de abastos.

B. Infraestructura: La mala infraestructura en los mercados de abastos que se encuentra hoy en día son un peligro para los compradores y para los mismos comerciantes ya que encontramos los pisos y paredes con

grietas o algunas zonas de los mercados no cuentan con ningún tipo de piso (terreno natural); los servicios higiénicos se encuentran en mal estado, los techos son de material recuperable (esteras y palos).

C. Urbano: La imagen urbana se ve afectada por el mal estado en que se encuentran dichos centros de abastos y por las que están invaden los espacios de transición del consumidor. Muestra una serie de problemas como la falta de espacios aptos para parada de moto taxis y colectivos; contaminación (ambiental, visual, entre otras), aceras invadidas por vendedores ambulantes y comercio segregado, problemas de congestión vial (vehicular y peatonal).

D. Social: El daño que esta causa hacia la población con la contaminación (ambiental, sonora, visual, entre otras) que generan estos mercados de abasto y sin contar con espacios públicos y mobiliario donde la gente pueda reunirse para poder así partir hacer las compras del día.

E. Económico: La presencia de los mercados de abastos en la ciudad inicio un incremento económico ocasionando así una aglomeración de todo tipo de puesto de ventas en busca de una fuente de ingreso económico ya que es una gran zona de atracción masiva de población.

## **1.2 Formulación del Problema de Investigación**

### **1.2.1 Preguntas de Investigación**

#### **1.2.1.1 Pregunta Principal**

- ¿Qué problemas arquitectónicos tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial en la ciudad?

#### **1.2.1.2 Preguntas Derivadas**

- ¿Cuáles son las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma?
- ¿Cómo un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad?
- ¿Cuál es el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma?

### **1.2.2 Objetivos**

#### **1.2.2.1 Objetivo Genérico**

- Analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial de la ciudad.

#### **1.2.2.2 Objetivo Especifico**

- Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.
- Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.
- Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.

1.2.3 Matriz	PREGUNTA PRINCIPAL	OBJETIVO GENÉRICO	HIPOTESIS GENERAL
<b>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</b>	<p>¿Qué problemas arquitectónicos tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial en la ciudad?</p>	<p>Analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial de la ciudad.</p>	<p>Los mercados de abastos del distrito de Casma no son suficientemente adecuados para el uso comercial ya que éstos no cumplen con las necesidades actuales y futuras para el consumidor como también para el distribuidor; estas no cuentan con espacios adecuados para el esparcimiento de las personas</p>
	<b>PREGUNTA DERIVADAS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	
	<p>¿Cuáles son las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma?</p>	<p>Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.</p>	
	<p>¿Cómo un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad?</p>	<p>Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.</p>	
	<p>¿Cuál es el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma</p>	<p>Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.</p>	

#### **1.2.4 Justificación del Problema**

Realizar este proyecto de investigación es importante ya que a través de este análisis veremos la falta de un Mercado de Abastos que cumpla con las necesidades principales del vendedor como del consumidor, ya que actualmente ninguno de los 4 mercados ya mencionados no cumple con los requisitos necesarios para que un mercado pueda mejorar la dinámica urbana y comercial del Distrito de Casma.

#### **1.2.5 Relevancia**

##### 1.2.5.1 Técnica

Este Proyecto de Investigación (P.I) aportará en el conocimiento a futuros investigadores y estudiantes, ya que gracias a este P.I brindará más información sobre el análisis de un mercado de abastos y como esta influye en su dinámica urbana y comercial de la ciudad. También brindara información sobre qué tipo de mercado puede realizarse según su tamaño de población.

#### **1.2.6 Contribución**

##### 1.2.6.1 Práctico

Este estudio ayudara a futuras investigaciones ya que el usuario que lea este informe de investigación pueda tener una fuente más de investigación y claridad de cómo se desarrolla un equipamiento que pueda ayudar en la dinámica urbana y comercial de un distrito. Es por ello que se tendrá como referente el análisis de proyectos arquitectónicos locales e internacionales para poder ver como estos han sido proyectos exitosos que han logrado unificar el comercio y con la dinámica urbana generando una buena imagen urbana para la sociedad.

## **1.3 Identificación del Objetivo de Estudio**

### **1.3.1 Delimitación Espacial**

- ✓ Distrito de Casma
- ✓ Provincia de Casma
- ✓ Departamento de Ancash

### **1.3.2 Delimitación Temporal**

Actualidad (2018)

### **1.3.3 Delimitación Temática**

- Mercado de Abastos:  
La mala infraestructura que este mercado de abastos cuenta y la mala ubicación en las que se encuentran.
- Dinámica Urbana y Comercial  
No cuentan con espacios de esparcimiento o espera de los mismos pobladores.

## **II. MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Estado de la cuestión:**

Los mercados de abastos son edificaciones que están en constante crecimiento y renovación ya que conforman un sector importante para el desarrollo integral de una ciudad, llevando consigo aspectos sociales, económicos y de esparcimiento que conforman los elementos arquitectónicos de la identidad del lugar.

A nivel internacional hay diversos estudios acerca de los mercados de abastos y su dinámica urbana y comercial. En una investigación realizada en El Salvador , por José Rolando Ramírez (2009),titulado “ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO MUNICIPAL Y REMODELACION DE LA PLAZA CENTRAL DEL MUNICIPIO DE JERUSALEN,DPTO.DE LA PAZ”, se hace énfasis en restablecer la recreación y el progreso económico de la ciudad y la población (municipio de Jerusalén departamento de la Paz) ejerciendo como una unidad reguladora, gestionando proyectos de desarrollo económico y recreativos, como es la innovación de la plaza central y la creación de un mercado municipal, el plasmar un espacio para poder realizar actividades económicas y abastecer de productos de primera necesidad, para así poder lograr incentivar e impulsar la realización del municipio. El municipio de Jerusalén tiene una plaza central, que hoy en día no se le ha realizado ninguna mantenimiento y remodelación, dejando al olvido que la gente podría colocar puestos de ventas en chalet (puestos de ventas echas de madera), lo cual son puestos de una forma desordenada, tanto en los materiales con lo que estos son construidos como la distribución. Esto sucede a que esta no se posee un Mercado para incentivar el sector productivo del lugar y el desarrollo económico, se quiere desarrollar un espacio que sea útil para la realización de ventas y compras de productos básicos, productos que puedan satisfacer las necesidades de los moradores de este municipio. Es por ello que para la realización de un mercado se debe tomar en cuenta un código de salud, el reglamento sobre la higiene y la seguridad en los lugares de trabajo y el reglamento de edificaciones, para así lograr un mercado adecuado y confortable para las personas que accederán a este mercado y para las personas que cuentan con un puesto de venta,

Otra investigación en la ciudad de Sololá (Guatemala), elaborado por Eugenia Beatriz Bracamonte Ralón con su título “PROYECTO ARQUITECTONICO DEL MERCADO SAN JUAN LA LAGUNA MUNICIPIO SOLOLA”, El trabajo de investigación a realizarse estará fundamentado en el planteamiento de un Proyecto de Arquitectura, el cual fue elaborado bajo parámetros metodológicos y arquitectónicos, permitiendo de esta manera brindar un aporte a la sociedad para lograr un mercado funcional para el desarrollo de la comunidad.

Para su elaboración de este proyecto se tomó en cuenta, reglamentos, normas, bases teóricas, con relación a la investigación realizada, calidad e comercio, clasificación de negociantes y sistemas de comercialización.

Se junta información a nivel Departamental, Regional, Nacional, incluso conseguir la escala de la Municipalidad de San Juan la Laguna, distinguiendo factores, entre ellos se menciona al sistema de transporte, características socioeconómicas, rasgos históricos, cualidades demográficas, beneficio del pavimento, aficiones de incremento.

La solución de arquitectura relacionada al proyecto, contribuye a una posibilidad al problema formulado por medio de los dirigentes de la municipalidad, que, en la indigencia de solucionarlo, pidió la procedencia de la continuidad del proyecto, con un mejoramiento que pueda cumplir con todos los servicios y especificaciones para que se lleve a cabo la realización de actividades comerciales de la manera más favorable. Por medio de la presente propuesta se brinda alternativas a aspectos funcionales, formales y climático, permitiendo así ofrecer a los vendedores y usuarios, bienestar, seguridad e higiene; este proyecto de investigación cuenta con autosuficientes locales comerciales a una proyección de empleo de 15 años. En este proyecto de investigación se recomienda prestar un adecuado mantenimiento, y brindar constante capacitación a comerciantes y a usuarios de la prestación, con el objetivo de poder garantizar la prestación de un servicio de calidad a los usuarios y también poder así tener un riguroso cuidado por medio de la intervención de las autoridades Municipales los cuales trabajan de la mano con la filial del mercado y por medio de esto evitar la ubicación de vendedores ambulantes en los alrededores, y así prevenir un desorden urbano y comercial.

A nivel nacional también cuentan con diversos estudios acerca de mercados de abastos y su dinámica urbana y comercial. En una investigación realizada en Chiclayo(Perú), elaborado por Lucely Del Carmen Chancafe Leyva con su título “PROPUESTA DE REVITALIZACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO E INFRAESTRUCTURAS COMERCIALES DEGRADADAS DEL PUEBLO JOVEN JOSÉ BALTA DE CHICLAYO”. Esta investigación destaca no solo el rol que desempeña los espacios públicos en la calidad urbana como en los ciudadanos, sino la importancia de las infraestructuras comerciales (como el mercado Modelo y los diversos mercados minoristas), como generadores de dinámica urbana y focos, que son visitadas diariamente por la población que no reúnen las condiciones para brindar a las personas los servicios necesarios. Ambos presentan degradación y diversos escenarios como la congestión vehicular y peatonal, desorden, inseguridad, etc. que se genera dentro y en los alrededores de estos espacios. Este proyecto de investigación gira entorno a esta problemática, la cual se desarrolla en la mayoría de espacios públicos cercanos a infraestructuras comerciales, siendo uno de ellos el pueblo joven José Balta escogido, tras un análisis, por su estratégica ubicación que permite aprovechar el vacío urbano al conferirle el carácter y la escala necesaria para asumir su condición de nuevo foco de desarrollo local y metropolitano. Es así que, al unir dos usos como el comercio y espacio público mediante la revitalización de la zona, buscando mejorar la morfología urbana, surge la propuesta de Plaza de mercado que procura la presencia de varias áreas flexibles de distintos tamaños para la realización de las actividades previstas en el espacio que más se ajuste a sus necesidades. Es por eso, que se debe tomar en cuenta todos estos factores que engloban la problemática para determinar lineamientos que ayuden a determinar soluciones de diseño que se adecuen a estos. El proyecto que se busca para proponer una gran concientización colectiva y reanimar la participación comunitaria en relación a la obligación que todas las personas compartimos mediante la salvaguarda del ambiente, contribuyendo muy activos a la mantención y el goce de las áreas verdes.

A nivel local también cuentan con estudios realizados acerca de mercados mayoristas. En un estudio realizado en Chimbote(Perú), elaborado por Melgarejo Montano Karla Pamela Miluska con su título “Los conflictos originados por la ubicación de los Mercados Mayoristas en la ciudad de Chimbote”. El presente proyecto de investigación analiza la parte invisible del mercado y la parte visible de los decisores públicos tomando en cuenta el papel que los enlaza (obtención, consumo, fiscales externos y internos, sociales y sindicales) generalmente en los bazares mayoristas. Se desempeña también en el estudio de sus condiciones físicas, espaciales y funciones de los Mercados Mayoristas identificando también el impacto que estos mercados han generado respecto al entorno urbano de la ciudad de Chimbote.

## 2.2. Diseño del Marco Teórico

DISEÑO DE MARCO TEORICO						
		MARCO CONTEXTUAL	MARCO CONCEPTUAL	MARCO REFERENCIAL	BASE TEORICA	MARCO NORMATIVO
<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <p>Analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial de la ciudad.</p>	<p><b>OBJETIVO ESPECIFICO 1:</b></p> <p>Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.</p> <p><b>OBJETIVO ESPECIFICO 2:</b></p> <p>Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.</p> <p><b>OBJETIVO ESPECIFICO 3:</b></p> <p>Identificar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.</p>	<p>DISTRITO DE CASMA</p>	<p><b>VARIABLE 01: MERCADO DE ABASTOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado</li> <li>✓M. De consumo</li> <li>✓Clasificación de mercados según capacidad Comercial.</li> <li>✓Clasificación de mercados según su área de influencia.</li> <li>✓Clasificación de acuerdo a su aspecto físico.</li> <li>• Comercio que concierne al mercado.</li> <li>• Usuarios.</li> <li>• Mercado Mayorista</li> <li>• Espacio Arquitectónico</li> <li>• Estructura</li> <li>• Mercado de abastos.</li> <li>• Arquitectura</li> </ul> <p><b>VARIABLE 02: DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto Urbano</li> <li>• Comercio</li> <li>• Desarrollo Urbano</li> <li>• Peatonalización</li> <li>• Inclusión Social</li> <li>• Mobiliario Urbano</li> <li>• Deterioro Urbano</li> <li>• Comercio Informal</li> </ul>	<p><b>CASOS INTERNACIONLES</b></p> <p>MERCADO DE TIRSA LA MOLINA</p> <p>MERCADO SANTA CATERINA</p> <p>MERCADO LA BARCELONETA</p> <p><b>CASO NACIONAL</b></p> <p>MERCADO 1-SURQUILLO</p>	<p><b>VARIABLE 01: DINÁMICA URBANA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MODELOS URBANOS.</li> <li>• REVITALIZACIÓN</li> <li>• USUARIOS</li> <li>• ESPACIO PUBLICO</li> <li>• LOS MERCADOS Y SU DINAMICA COMERCIAL.</li> </ul> <p><b>VARIABLE 02: ARQUITECTURA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ESPACIO ARQUITECTONICO</li> <li>• EXPRESIVIDAD TECTONICA</li> <li>• PRESENCIA ESTRUCTURAL</li> <li>• INTEGRACION ESPACIAL</li> <li>• MATERIALIDAD</li> <li>• PERCEPCION VISUAL</li> </ul> <p><b>VARIABLE 03 : ARQUITECTURA COMERCIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ESPACIO COMERCIAL</li> <li>• LAS CONDICIONES DEL AMBIENTE.</li> <li>• CENTROS COMERCIALES</li> </ul> <p><b>VARIABLE 04 : MERCADO DE ABASTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MERCADO</li> <li>• MERCADO COMO ESPACIO PÚBLICO</li> </ul>	<p><b>NORMAS:</b></p> <p>Ordenanza - 023-2017-MPC</p> <p>Ordenanza - 024-2017-MPC</p> <p>Ordenanza - 025-2017-MPC</p> <p><b>REGLAMENTOS:</b></p> <p>Reglamento nacional de edificaciones – norma A.070 Comercio y A.120 Personas discapacitadas.</p>

## 2.3. Marco Contextual

### 2.3.1 Contexto Físico Espacial:

**A. Ubicación:** El distrito de Casma se encuentra localizada a 375 kilómetros al norte de Lima en el distrito y la provincia de Casma en el sector costa de la región Ancash. El distrito de Casma colinda por el norte con la provincia de Santa, por el lado del sur con la provincia de Huarney, al este con los distritos de Buena Vista alta, Yaután y la provincia de Huaraz al Oeste con el distrito de Comandante Noel y el Océano (Desarrollo Urbano, 2017).

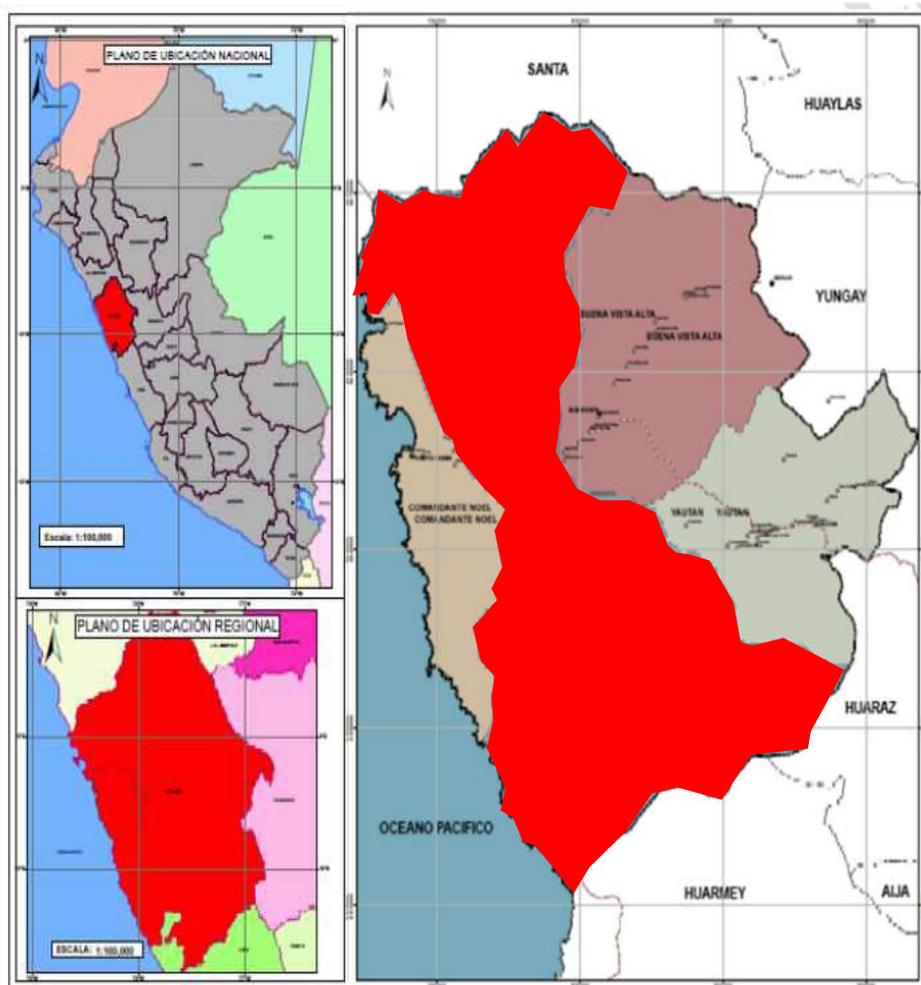


GRAFICO 4 Ubicación del distrito de Casma

Fuente: Plan de Desarrollo Urbano de la Provincia de Casma.

## B. Características Geográficas:

### a. Clima:

El distrito de Casma goza de un clima cálido seco todo el año, por eso lleva el nombre de la CIUDAD DEL ETERNO SOL, sin lluvias y refrescado por brisas del mar.

### b. Temperatura:

Cuenta con una temperatura media anual de 22°.

### c. Relieve del entorno urbano:

- La ciudad es plana, pero está rodeada de cerros y campiñas bañados por los ríos Sechín y Casma.
- En el contexto urbano, las características mencionadas han determinado la subdivisión de la ciudad de Casma en tres sectores:
- **Sector 1 - Central:** abarca la ciudad tradicional de Casma, la cual tiene la mayor población, y además este territorio está circundado por el Río Sechín.
- **Sector 2 - Sur:** denominada con el nombre de Carrizales, la cual tiene la menor población, colindante con la entrada a la ciudad de Casma desde el sur.
- **Sector 3 - Norte:** denominada con el nombre de Villa Hermosa, debido a que tiene un asentamiento humano primigenio y consolidado con ese nombre.



GRAFICO 5 Ubicación del distrito de Casma

Fuente: Plan de Desarrollo Urbano de la Provincia de Casma.

- **Hidrografía:**

**Río Casma**

La arroyada (cuena) del río Casma corresponde al sistema Hidrográfico del Pacífico y tiene su nacimiento en la región superior de la Cordillera Negra, a la cumbre de las Lagunas Tecilio, Shaullan y Magan a unos 4 800 m.s.n.m. el río comienza su lecho con el apelativo de Río Pira, luego toma el apelativo del río Chanchan al percibir otros afluentes incluso Pariacoto donde recibe las aguas del río Cochabamba. Desde ahí corre hasta Yaután, donde junta sus aguas con el río Yaután a la altura de Poctao, tomando el nombre del Río Grande o Río Casma hasta la altura de la Ciudad de Casma (veta negra), recibiendo el aporte del río Sechín o río Loco, tomando el nombre de río Tabón que desemboca algo al norte del Puerto Casma en el Pacífico.

**Río Sechín:**

Durante largas temporadas permanece seco, aumentando su caudal en épocas de lluvia en la sierra, es de régimen irregular; debido a esto se le conoce como río loco, nace a 4 385 m.s.n.m y desemboca en el río Casma. (Plan de Desarrollo Urbano de la Provincia de Casma, 2017, p.18).

**C. Aspectos Ecológicos:**

a. **Flora**

La flora de Casma está provista de vegetación, jardines, arboledas. Los árboles que más predominan son: Poncianas y algarrobos (Plan de Desarrollo Urbano de la Provincia de Casma, 2017, p.26)

b. **Fauna**

Tiene una exuberante fauna que se debe a su clima y su medio ambiente, la fauna ayuda al poblador a realizar sus actividades económicas. El caracol, concha de abanico, ciño, calamar, pejerrey, chanque, entre otros.

Entre los mamíferos terrestres: el cuy, el carnero, la vaca, el pavo real, cerdo y ovejas. (Plan de Desarrollo Urbano de la

Provincia de Casma, 2017, p.27)

c. Recursos Naturales:

- Agrícola:

Los cultivos principales son el maíz algodón, espárragos, cebolla y frutas como el mango lúcumos, paltas, etc. En gran escala es una economía que beneficia la agricultura de autoconsumo; la agroindustria y la agricultura que exportan están en un proceso de articulación y de impulso. (Plan de Desarrollo Urbano de la Provincia de Casma,2017, p.27)

- Pesquero:

En la presencia marina podemos encontrar una variedad de recursos marinos tales como moluscos, algas, crustáceos, peces y mariscos. Esta actividad es realizada industrialmente en el Puerto Casma. Las especies que se obtienen son jurel, la sardina, caballa, pejerrey, liza, lenguado, cabrilla, calamar, toyo, entre otros. También se han instalado criaderos de ostras, conchas de abanico y diversos moluscos, crustáceos. (Plan de Desarrollo Urbano de la Provincia de Casma,2017, p.27)

- Turísticos:

La actividad turística tiene mucho potencial económico en la ciudad de Casma, tanto por el turismo arqueológico contando con restos arqueológicos en la ciudad y en la provincia, claro ejemplo es el Observatorio más antiguo de América: Chankillo en proceso de postular ante la UNESCO a Patrimonio de la Humanidad). Así como también con el turismo de playas que actualmente viene siendo concurridas en el verano como el Balneario de Tortugas, La Gramita, entre otras. (Vargaz Salazar,2017, p.29)

d. Población:

Casma se encuentra en el séptimo lugar dentro la provincia de Casma, con una población con 42 368 habitantes censadas que equivale el 4.0% de los habitantes de la región. La tasa anual de crecimiento de la región, en la etapa internacional 1993-2007, fue de 1.30% de habitantes superior a la regional 0.3%, menor a la nacional (1.6%) (INEI, 2007)

POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE CASMA - NIVEL DISTRITAL											
Años: 1981-1993-2007-2017											
Provincia / Distritos	Censos						Proyecciones INEI (1)		Tasa de Crecimiento		
	1981		1993		2007		2017		1981	1993	2007
	Hab	%	Hab	%	Hab	%	Hab	%	1993	2007	2017
Casma	18906	42	23253	66	28831	68	33484	69	1.7	1.5	1.5
Buena Vista Alta	3092	7	3581	10	3937	9	4229	9	1.2	0.7	0.7
Cmdt Noel	1813	4	2090	6	2029	5	2034	4	1.2	-0.2	0.02
Yaulán	5224	12	6456	18	7571	18	8489	18	1.8	1.1	1.2
Huarmey	15750	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Provincia Casma	<b>44787</b>	<b>100</b>	<b>35380</b>	<b>100</b>	<b>42368</b>	<b>100</b>	<b>48236</b>	<b>100</b>	<b>-1.9</b>	<b>1.3</b>	<b>1.3</b>

GRAFICO 6 Censos Nacionales de Población y de Vivienda 1981, 1993 y 2007 – INEI

Fuente: Equipo Técnico PAT, 2017.

e. Potencialidades del territorio:

- Suministro de agua desde la cuenca de la Provincia, donde destacan los ríos Sechín y Casma, como la permanente napa freática.
- La Provincia de Casma cuenta con sectores de cultivo con riego, que tienen inclinación frutícola de agro exportación.
- Presencia de entidades públicas privadas y públicas con relación a la agricultura: Autoridad Locas del Agua, Agencia Agraria Casma, ganaderos por áreas y por productos, entre otros. Junta de Usuarios y Asociación de productores.
- Suelos secundarios de procedimiento forestal, de

defensa, protección y paisajístico.

- Presencia de entidades financieras como Bancos, cooperativas de crédito y ahorros y Cajas Rurales.
  - Comercio al por menor y mayor, hoteles y hospedajes.
  - Empresas procesadoras acuícolas y agrarias,
- Entre potencialidades intangibles tenemos:
- Las playas y el paisaje natural.
  - El clima y las condiciones que nos brinda el suelo.
  - Los restos arqueológicos de antiguas culturas: Sechín, Chimú, Wari, entre otros.
  - Las festividades cívicas y religiosas.
  - La gastronomía de la localidad.

La ciudad de Casma es una de las ciudades más importantes de Ancash a pesar de no ser una ciudad grande y conocida, la dinámica poblacional de Casma refleja un activo desarrollo de comercio diversificado, las más importante la Agricultura llegando a interactuar con diferentes ciudades como Lima, Huaraz, Chimbote, Trujillo, el norte y el sur del país. (Vargaz Salazar,2017, pág.18)

En la ciudad de Casma los agricultores viajan de sus determinadas chacras hacia la ciudad llevando sus productos agrícolas de sus cosechas a los mercados de abastos para venderlos, dichos productos son llevados mayormente en moto taxis que son el transporte de Casma a las chacras y en pequeñas camionetas ya que los caminos son angostos, de la misma manera las carnes (pollo, cerdo, carnero, etc.) se llevan del mismo camal de Casma y de las granjas ; el pescado proviene del puerto de Casma donde hay variedad, así como también cangrejos, conchas, mariscos, etc. Y algunas especies de pescados que en temporada no se encuentran se traen de la ciudad de Chimbote; los alimentos que en Casma no siembran por el clima o por diferentes factores se traen de la ciudad de

Huaraz y de sus caseríos, las verduras, el arroz, etc., provienen de los valles del Santa y las frutas mayormente del Valle de Lima.

Las interacciones más resaltantes de la Provincia de Casma son Económico (Agricultura) – Educativo y Salud; son interacciones de esta ciudad hacen que la actividad comercial de la ciudad de Casma sea más dinámica y competitiva en el sector agrícola y de Mercados de Abasto permitiendo que la ciudad de Casma sea un CENTRO DE DESARROLLO COMERCIAL AGRÍCOLA. (Vargaz Salazar,2017, p.18).

f. Mercado de abasto de la provincia de Casma.

El mercado de abasto para la comercialización de Casma se generó por muchos años en El Mercado Modelo del Distrito de Casma era el mercado que abastecía toda la ciudad, incluyendo los caseríos que venían de sus tierras agrícolas para hacer compras de la semana y de los pueblos cercanos alrededor, pero a raíz que la ciudad y a los que venían de lugares cercanos y tampoco había lugares para los comerciantes por lo que crearon más puestos desordenando el mercado y con el tiempo de creación que ya tenía se fue deteriorando, llegando así a crearse el Mercado La Parada San Martín que después de haberse hecho un proyecto para construirse una infraestructura moderna se desalojó el mercado para que el terreno quede vacío, trasladándolos provisionalmente a otros dos terrenos, pero al no construirse el mercado la gente ocupó nuevamente sus puestos pero también se quedaron ocupando los terrenos de independencia y Del Palmo creándose así dos Nuevos Mercados Informales y de mala infraestructura.

En el distrito de Casma existen 04 Mercados Municipales que funcionan como mercados minoristas, que en realidad son centros de abasto, solo 02 el mercado Modelo y el Mercado la Parada San Martín cuentan con Saneamiento Físico Legal.

El mercado que presenta mayor cantidad de puestos es el Mercado La Parada de San Martín que empezó con 110 puestos y actualmente cuenta con 250 puestos no contando toda la venta informal que hay en las vías públicas y en las veredas, enseguida le sigue los Mercados La Parada de Independencia y La Parada El Palmo que empezó con 110 puestos y actualmente cuenta con 230 puestos de venta contando también la venta informal de las veredas, zonas de uso recreativo y las vías públicas; y por último está El Mercado Modelo que a pesar que es más antiguo posee solo 224 puestos en la actualidad, incluyendo puestos de venta de ropa, zapatería, puestos de zapateros, de flores, etc.; todos ellos teniendo una infraestructura arquitectónica de mal estado, teniendo como principal problemática en estos mercados lo siguiente:

- Mercado modelo:

Su principal problema la infraestructura estando en condiciones desfavorables, ya que en sus techos son de calamina, de cartón hasta incluso de sacos de hilo y teniendo paredes deterioradas y a punto de colapsar; esta problemática atenta físicamente con el entorno debido a que también genera inseguridad para los puestos de los comerciantes, contaminación de los espacios y causando también contaminación sonora.

- Mercado la parada San Martín, la parada Independencia y la parada el Palmo.

La actividad comercial en estas zonas se desarrolla en condiciones desfavorables debido a que no hay buen orden, y en la actualidad no cubre las necesidades de la población a pesar que ellos mismos crearon estos lugares por la necesidad, la infraestructura se encuentra en condiciones desfavorables, generando así la creación de estos mercados provisionales como el mercado la parada de San Martín, la parada del Palmo y la parada la libertad causando un gran desorden urbano, porque a pesar que estos equipamientos tienen problemas específicos

para ello, los comerciantes también ocupan parte de las pistas y veredas de la calle Nicolás de Piérola, Av. Miraflores y la calle Talara, incluso hasta áreas verdes en el caso de la parada la libertad dificultando el paso vehicular, el desorden, la acumulación de agua sucias en los suelos haciendo deterioros, y también causan contaminación sonora y perjudicando a las personas que viven cerca psicológicamente, causando mal aspecto visual causado por el desorden urbano.

Además debemos tener en cuenta que la actividad comercial en la provincia de Casma no es muy fluida, la población va a los mercados no solo hacer compras de abastos sino también de ropa, cosas para la casa, zapatos, etc.; ya que no existen centros comerciales de ninguna índole, teniendo la población que viajar al distrito de Chimbote donde el comercio es fluido y se concreta a través de los supermercados y centros comerciales en los cuales se expide todo tipo de productos de consumo masivo y de otras índoles también teniendo infraestructuras modernas, ordenadas y de buen diseño estructural y sobre todo teniendo un buen sistema de manejo de sanidad en los productos de venta, algo que es actualmente un problema en los mercados de abastos de la Provincia de Casma.

### **2.3.2 Contexto Temporal:**

#### **2.3.2.1. Referencia Histórica de la Estructura Económica de la Ciudad de Casma**

Los antecedentes Históricos, enfatizando el aspecto económico y los hechos más relevantes que marcaron la evolución de Casma desde la época Pre-inca hasta la actualidad se detalla a continuación.

##### **a. PERIODO PRE INCA**

Antes de la entrada de los españoles, el sector que ocupaba la Ciudad de Casma estaba habitada por culturas que se dedicaban a la pesca y la agricultura. Los chimús fueron quienes tuvieron un rol muy importante en el progreso de la ciudad de

Casma. (Plan de Desarrollo urbano de la Provincia de Casma, 2017, p.31)

#### b. PERIODO COLONIAL Y VIRREINATO

El puerto de Casma había sido uno de los más importantes durante la colonia. Fines del siglo XVI y principios del siglo XVII existían los pueblos de Casma La Baja y Alta, que en ese entonces eran caseríos.

- En **1857** el 23 de marzo el Mariscal Castilla, publica la legislación que establece en el artículo único: “La capital de la provincia de Santa será Casma con el nombre de villa”, que considero que Casma era un punto centro de la provincia del Santa, el más cercano a la capital del departamento y que concentraba las importaciones, exportaciones y el comercio realizadas por el Puerto de Casma. (Plan de Desarrollo urbano de la Provincia de Casma, 2017, pág.31)

#### c. PERIODO REPUBLICANO Y ACTUALIDAD

- **1870** el 31 de octubre se funda el Distrito de Yaután.
- **1909** el 11 de octubre se asciende a la escala de ciudad la villa de Casma.
- **1926** el 3 de mayo se funda el distrito de Comandante Noel.
- **1930** se hace la construcción de la Carretera Panamericana que tuvo un gran impacto para el Desarrollo de Casma.
- **1935** el 5 de abril el Presidente Oscar Benavides funda el Distrito de Buenavista Alta, mediante la Ley 8075.
- **1950** el 14 de abril se procede a la división de la antigua provincia del Santa en dos provincias, la provincia de Huarmey con su capital Casma y la provincia del Santa con su capital Chimbote.
- **1995** el 25 de julio el General Odría promulga la Ley Nro. 12382, que modifica el nombre a la provincia de Huarmey por Casma, determinándose el 25 de julio como fecha de la fundación de la Provincia de Casma.

- El Boom de la agricultura de la década del 60 hasta mediados de la década del 70, determina a Casma como una de las ciudades más importantes en el sector Agrícola.
- **1970** el 31 de mayo el sismo afecto el Departamento de Ancash, y tuvo serias consecuencias en la Ciudad de Casma, y a raíz del terremoto el plano de la ciudad cambio completamente construyéndose amplias y nuevas avenidas, calles, locales públicos, parques, etc., en base al Plan Regulador de Casma elaborado por CRYRZA. Desde esta fecha la ciudad no ha contado o un instrumento de planificación actualizado.
- Este plan fue culminado en setiembre de **1971**, encontrándose como testimonio los siguientes planteamientos:
  - ✓ Plano básico de la ciudad antes del sismo.
  - ✓ Microzonificación sísmica, que sirvió para determinar las zonas aptas para las actividades urbanas.
  - ✓ Plano de sistema vial proyectado al 1983.
  - ✓ Detalles de las secciones viales.
  - ✓ Detalle del centro comercial (Mercado Modelo) y plaza típica.
- En **1972** se construye y se termina el Mercado Modelo de la ciudad de Casma, teniendo 140 puestos de ventas de todo tipo siendo el principal lugar comercial de la Ciudad de Casma.
- En **1975** se forma el primer Mercado Informal de Abasto de la ciudad de Casma llamada “La Parada San Martin” hecha por los comerciantes que ya no alcanzaban en el Mercado Modelo y por los agricultores que llegaban a Casma para hacer la venta de sus cosechas, ocupando un área destinado como uso recreacional.

- En **1985** se hizo el cambio de uso del terreno donde se encuentra ubicado el Mercado “La Parada San Martin” pasando a ser de uso recreacional a uso comercial.
- En **1988** se establece en la Ciudad de Casma la Empresa Acuapesca que cumple una función comercial como acuícola de cultivo de conchas de abanico.
- En **1994** se crea el Camal de la Ciudad de Casma.
- En **1997** empieza la aglomeración del comercio ambulatorio en las veredas, en las calles y en las vías de tránsito a causa de la ubicación del Mercado La Parada San Martin.
- En el **2007** se pide a los comerciantes de La Parada San Martin que reubiquen sus puestos en otras zonas debido a la próxima construcción de un Mercado Moderno y de un Buen Diseño Arquitectónico.
- Solo el 70 % de comerciantes fueron a reubicarse a los lugares provisionales que les habían destinado la Municipalidad para que se pueda construir un nuevo mercado, pero el 30% de comerciantes no quisieron salir del mercado haciendo una denuncia y estando hasta la actualidad el terreno en pelea y la Construcción del Mercado quedando como Fracaso por la misma ignorancia de los vendedores; aprovechándose así la constructora que estaba a cargo de la construcción en separarse como empresa y quedarse el dinero.
- En el 2007 se empieza a formar los mercados “La Parada EL Palo” y “La Parada Independencia”. Por la futura construcción del Mercado san Martin estando ubicados en lugares no aptos para el uso comercial, “La Parada El Palo” ubicados en el terreno de uso recreativo (área verde) y “La Prada Independencia” ubicado en la calle Independencia en plena vía pública.
- En la actualidad estos mercados cuentan con una infraestructura pobre y de condiciones desfavorables debido

a que no hay un buen orden, una buena infraestructura que cumpla las normas legales para un Mercado de Abastos.

Como consecuencia dichos mercados quedaron obsoletos ya que la municipalidad hasta la actualidad no sea puesto fuerte y no ha hecho nada por ordenar y desalojar a estos comerciantes de las vías públicas y de los terrenos no aptos para comercio, lotizando a su manera ya que se les hacía más fácil teniendo cada mercado actualmente 250 puestos, causando un gran desorden urbano, porqué a pesar que estos equipamientos se encuentran ocupando terrenos que no están destinados para uso comercial, los comerciantes también ocupan parte de las pistas y veredas de la calle Nicolás De Piérola, Av. Miraflores y la Calle Talara, incluso hasta áreas verdes en el caso de la Parada Independencia dificultando el paso vehicular, el desorden, la acumulación de agua sucias en los suelos haciendo deterioros, y también causando contaminación sonora y perjudicando a las personas que viven cerca psicológicamente, causando mal aspecto visual causado por el desorden urbano, ya que aparte que malogran los espacios públicos, hay mucha aglomeración de triciclos y moto taxistas hasta ocurriendo accidente menores dentro del lugar.

A consecuencia de estos problemas se ha generado también un comercio disperso alrededor de estos vendedores donde comerciantes alquilan las viviendas para hacer sus ventas causando más desorden, haciendo débil los sectores de comercio d la ciudad.



## 2.4 Marco Conceptual

### 2.4.1 Mercado:



En el vocablo más común podemos especificar el mercado como un servicio local y público donde se juntan los negociantes que ponen al negocio sus artículos que están organizados por diferentes puestos de venta, encaminados a complacer la demanda de productos y mercancías de los moradores.

- **En Marketing:** Mercado es el grupo de personas o entes dispuestas a agotar su dinero en satisfacer sus deseos y necesidades.
- **En economía** el mercado es un conjunto de compras, convenios o intercambios de servicios y bienes entre vendedores y compradores.

Desde el punto de vista Arquitectónico podemos concretar mercado como un emplazamiento óptimo en disciplina de vitalidad, aseo y confort espacial en donde se realizan labores de intercambio de bienes y servicios, que además de un lugar exclusivamente físico debe juntar los requerimientos de

seguridad y funcionamiento mínimos. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)

#### **2.4.1.1 Mercado de Consumo**

Es aquel en donde se desarrollan adquisiciones de productos y se brindan servicios, los cuales se llegan a conseguir por una unidad final de consumo. Se dividen en 2 grupos primordiales: (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>5</sup>

- Mercado de Bienes de Consumo Inmediato:

Es aquel en donde la negociación de bienes por los familiares y compradores se efectúa con mayor continuidad, llegando a ser consumidores en un menor tiempo de adquisición, aquí se encuentran las bebidas, el pescado, carne, verduras, frutas, etc. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)

- Mercado de productos de consumo duradero:

Es aquel donde la compra de bienes por los adquirentes unitarios o familiares tiene mayor duración de tiempo de consumo, hasta que esta pierda totalmente su uso o que sea antiguo, entre ellos están, los muebles, vestimentas, televisores, etc. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá" (San Carlos de Guatemala)

### **2.4.1.2 Clasificación de los mercados según capacidad comercial.**

Según la clasificación podemos definir su funcionalidad y su forma de organizarse en la jurisdicción, ya que existen diversas clases de mercados que se aprecie su disposición de compra y venta (aforo comercial), así mismo su localización, sus sistemas de servicios, que es lo que define su forma organizada y pueden ser de la manera sgte (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p.42)<sup>7</sup>:

#### **a. Mayoristas**

Se nombran así a los mercados cuya ocupación de comercialización es al por mayor, en otras palabras, son aquellos que desarrollan sus ventas y compras en grandes volúmenes y estas se agrupan en los mercados tipo (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p.42):

- Mercado metropolitano
- Mercado Sectorial.
- Central Mayoreo.

#### **b. Minoristas**

Se describen así a los mercados cuya ocupación de comercializar se realiza ventas y compras en volúmenes mínimos y medias, que se reparten de manera local, entre los que igualmente se podría integrar en conjunto de los mercados tipo:

---

<sup>7</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá" (San Carlos de Guatemala)

- Mercado metropolitano
- Mercado cantonal
- Mercado sectorial

Dentro de la clasificación de los mercados, decimos que, debido a la prestación y accesibilidad de los mercados, estos se logran consolidar en minoristas como mayoristas, o también en determinadas situaciones se efectúan operaciones de menudeo y mayoreo. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>8</sup>.

#### **2.4.1.3 Clasificación de los mercados según su área de influencia:**

Son de acuerdo con el prestigio que ejerce dentro de la población a servir:

##### **a. Mercado Mayorista**

Este distribuye artículos al mayoreo, ya sea a establecimientos minoristas de otras regiones o su región. Entre ellos se encuentra: Mercado metropolitano, Mercado sectorial y Central de Mayoreo. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>9</sup>

##### **b. Mercado Metropolitano:**

Se caracteriza por su locación táctica servible a las personas de todo un sector metropolitano. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá" (San Carlos de Guatemala)

<sup>9</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá" (San Carlos de Guatemala)

<sup>10</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá" (San Carlos de Guatemala)

**c. Mercado Sectorial:**

Su salida proviene de áreas que se encuentran ubicadas aprox. a más de 1 kilómetro, las personas pueden llegar a pie o en automóvil o algún tipo de transporte público de la localidad. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p.42)

**d. Mercado Cantonal:**

Este mercado brinda servicios a habitantes a una distancia no más de a un km. este mercado es considerado mercado de barrio, ya que su desplazamiento puede ser a pie, y el tiempo que toma no es mayor de 10 min.(Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>5</sup>

**Rango 1:** Mercado Cantonal: Su traslado puede ser por medio de caminatas, pues su distancia no excede 1 km.

**Rango 2:** Mercado Sectorial: Para su desarrollo es necesario el transporte automovilístico.

**Rango 3:** Mercado metropolitano tiende a la necesidad de usar un medio de transporte prudente, pues la distancia a recorrer es larga.

**2.4.1.4 Clasificación de los mercados de acuerdo a su aspecto físico:**

**a. Mercado Municipal:**

Encuentro de vendedores que están organizados por puestos de venta vendidos o alquilados por la municipalidad. Debido a su aspecto físico puede clasificarse en (Plan Maestro y Estudio de Pre

factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p.42)<sup>11</sup>:

**b. Mercados Formales:**

Funcionan en los edificios municipales, con una condición sanitaria adecuada, pueden ser mayoristas o minoristas.

**c. Mercados Informales:**

Se caracteriza principalmente por ser una agrupación de vendedores que poco a poco se consolidan como un mercado ya que surgen de manera espontánea invadiendo una vía pública o un terreno vacío causando en un futuro problemas urbanísticos y ambientales.

**d. Desbordamientos:**

Son aquellos comerciantes localizados en las afueras de los mercados municipales.

**e. Mercado Espontáneo:**

Son comerciantes pequeños que comienzan con ventas de frutas, verduras y otros alimentos de necesidad dentro del sector. Esta crece en corto tiempo y a un futuro en formarse un mercado informal.

**f. Mercado Móvil:**

Es aquel que se realiza en un camión, esta se utiliza para abastecer alimentos a los lugares (AA. HH) donde no existe ningún establecimiento que ofrezca estos recursos alimenticios y de aseo personal.(Plan Maestro y Estudio de Pre

---

<sup>11</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá"

factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>12</sup>

#### **2.4.1.5 Comercio que concierne al mercado**

Se refiere a los almacenes, establecimientos de comercio y tiendas que se encuentran dentro o fuera del mercado entre ellas tenemos (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p.42):

##### **a. Comercio Establecido:**

Grupo de puestos comerciales que se encuentran ubicados permanentemente en un espacio o lugar.

##### **b. Comercio ambulantes**

Son puestos que no tienen un lugar fijo y pueden ser trasladados de un lugar a otro de manera sencilla.

##### **c. Puesto de piso plaza**

Tienen una característica de ser pequeños comercios y que también son provisionales o fijos. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)

#### **2.4.1.6 Usuarios:**

Es aquel que utiliza algún servicio (para poder satisfacer sus necesidades primarias por la que tienen que pagar un precio o intercambio económico para adquirir un bien o un producto. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998, p. 42)<sup>13</sup>

- Usuario Local: Es aquel que hace sus compras por mayor o menor a diario.

---

<sup>12</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá" (San Carlos de Guatemala)

<sup>13</sup> Citado por Beatriz Bracamonte en su tesis "Proyecto arquitectónico del mercado de san juan la laguna municipio de Sololá" (San Carlos de Guatemala)

- Usuario Eventual: Es aquel que llega a ser compras los fines de semana o mensualmente.
- Usuario Regional: Es aquella que realiza sus compras en otro departamento para obtener productos al por menor,
- Comprador Minorista: Es aquella persona que compran al por menor para su subsistencia o para su pequeño local comercial.
- Comprador Mayorista: Es aquella que compra en grandes cantidades para poder venderlas o abastecer su empresa.

#### **2.4.2 Espacio Arquitectónico:**

“La noción de espacio arquitectónico hace referencia al lugar cuya producción es el objeto de la arquitectura. El espacio está ligado con el contexto y la función para el cual fue proyectado, esto implica diversas concepciones, como escala, proporción, forma y armonía”. (Salcedo, M y Pérez, A, 2009, pág.78 )

#### **2.4.3 Estructura**

“La estructura es un componente esencial de la arquitectura, en la cual, durante el proceso de diseño, se crea o idea la estructura y sus proporciones correctas, siguiendo el camino arquitectónico y científico, tratando de lograr una combinación armónica entra la intuición personal y la ciencia estructural”. (Blake,1996, parr.5)

#### **2.4.4 Mercado de abastos**

“Se designa con el término de mercado de abastos a los locales de propiedad municipal o privada en cuyo interior funcionan “puestos de venta” de construcción estable

destinado al comercio de productos alimenticios. Los principales participantes de este establecimiento son el comprador, el vendedor y para la comodidad de ellos es que se proyecta”. (Dicken, 2001, pág.120)

#### **2.4.5 Arquitectura**

“Técnica y arte de proyectar edificios , según normas, reglas , técnicas y cánones estéticos determinados”. (Oscar, 2017, pág. 17).

#### **2.4.6 Impacto Urbano:**

“Su principal objetivo es evaluar y dictaminar los efectos urbanísticos por alguna obra pública o privada, sobre el funcionamiento de la ciudad bajo diferentes escenarios presentes y futuras lo que permite aprovechar los impactos positivos y realizar recomendaciones para prevenir, mitigar, corregir y/o compensar posibles impactos negativos”. (Burdek, 1994)

#### **2.4.7 Comercio:**

El comercio es una actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio y transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El término también es referido al conjunto de comerciantes de un país o una zona, o al establecimiento o lugar donde se compra y vende productos. (Definista, 2011)

#### **2.4.8 Desarrollo Urbano:**

“El desarrollo urbano es el proceso de transformación, mediante la consolidación de una adecuada ordenación territorial en sus aspectos físicos, económicos y sociales, y un cambio estructural de los asentamientos humanos en los centros de población (urbana o rural), encaminadas a la protección y conservación del medio ambiente, de incentivos para que las empresas inviertan en tecnología encaminado a un desarrollo sustentable, a la promoción de servicios de las

ciudades en condiciones de funcionalidad, y al mejoramiento de la calidad de vida de la población”. (SEDUMA, 2012)

#### **2.4.9 Peatonalización:**

La peatonalización es un sistema integrado de administración del espacio público a favor de los usuarios más vulnerables. Tiene su origen en los años veinte del siglo pasado y se inició en los centros de varias ciudades de los Estados Unidos, con la finalidad de resolver la problemática que había entre el flujo peatonal y de los vehículos. A estas áreas cerradas al tráfico motorizado, se les denominó “Pedestrian Street”, traducido al español paseos peatonales o calles peatonales. (Cachay & Rivera , 2015)

#### **2.4.10 Inclusión Social:**

“La inclusión social significa integrar a la vida comunitaria a todos los miembros de la sociedad, independientemente de su origen, de su actividad, de su condición socioeconómica o de su pensamiento”. En cuanto a la arquitectura, la inclusión social tiene que ver con la importancia del espacio público dirigido a todo aquel que quiera disponer de su uso y la manera de como el espacio se integra a los grandes sectores de la sociedad sin importar su condición. (López, 2012).

#### **2.4.11 Mobiliario Urbano:**

“Elementos instalados en un espacio público para el uso de las personas del sector”. (Oscar, 2017, pág. 17)

#### **2.4.12 Comercio Informal:**

“Se define como un trueque económico que se hace de forma irregular y oculta. Irregular porque no sigue una serie de procesos fiscales y de permisos requeridos por las autoridades para ejercer esa actividad. Y oculto porque es precisamente esa irregularidad la que provoca que esos intercambios sean difíciles de cuantificar para su estudio. Aunque esto no quiere decir que el comerciante informal no pague nada por la

ocupación de los espacios en donde ejerce su actividad. Los comerciantes informales pagan su “derecho de piso” a las personas que controlan los espacios de venta legalmente (delegaciones o municipios) y en otras ocasiones a quien controla de manera ilegal el espacio público. Y en muchos de los casos, las cifras a pagar están lejos de ser nimiedades, y representan cantidades considerables de las ganancias”. (Definista, 2011)

## **2.5 Marco Referencial**

# MERCADO 1 - SURQUILLO



ARQ. DAMMERT ALFREDO

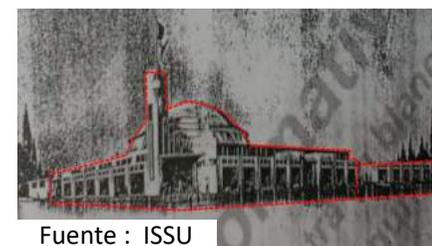
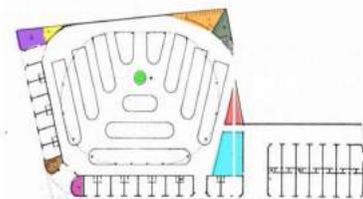




De tres pisos de altura se encuentra localizado en un predio de forma "L", formado por 5 volúmenes con diferentes criterios en espacio, constructivo y función. Este sistema constructivo de la zona centro que se destina al mercado es de gran altura y de planta elíptica, sin de columnas intermedias, logrando una mayor fluidez y flexibilidad en las circulaciones. La sección espacial, señala la estructura reconfortante en una parábola, con una cobertura sinuosa de concreto armado. La manifestación arquitectónica muestra expresividad estructural y un lenguaje racionalista.

Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

- ARQUITECTOS : ARQ. DAMMERT ALFREDO
- UBICACIÓN : ESQUINA CALLE RECAVARREN Y COLINA S/N SURQUILLO - LIMA
- TIEMPO DE EJECUCIÓN : 2 AÑOS
- ÁREA : 4 300.00 M2
- AÑO PROYECTO : 1939
- USO ACTUAL : COMERCIO
- PRESIDENTE : DAVID OTERO



Fuente : ISSU

EL proyecto original del ARQ.ALFREDO DAMMERT y ING.GIRALDO VALENCIA , antiguamente conocido como el mercado de Miraflores

	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO 1- SURQUILLO		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 01</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ.MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

**PERFIL E IMAGEN URBANA**



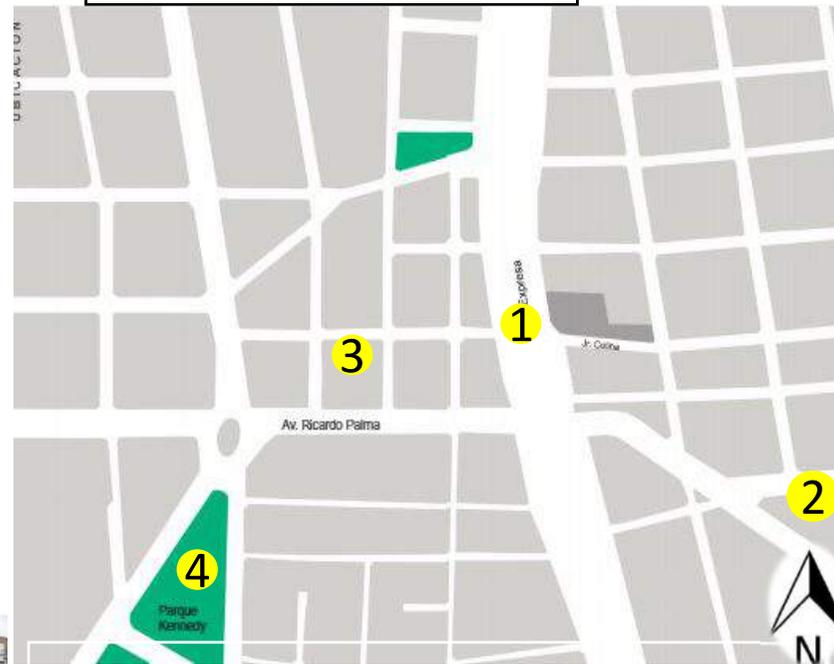
Fuente : ISSUU

**Comentario:**

La mayoría de edificaciones que componen la manzana son de 1 a 2 pisos con excepciones de 4 a 5 pisos en diferentes puntos aparte del mismo mercado que cuenta con 4 pisos. Las edificaciones cerca al mercado y frente a este son buenas y de material noble, pero las edificaciones posteriores al mercado y alejadas son de mal estado y descuidadas.



**FUERZAS DEL LUGAR**



**Comentario:**

Este sector se caracteriza mas por las vías importantes que tiene y por el metropolitano que se encuentra frente a esta lo cual le da mas valor al lugar y por lo que se encuentra en un área consolidada.



Fuente : ISSU

**METROPOLITANO**



**BOMBERO «MIRAFLORES»**



**CASA MUSEO RICARDO PALMA**



**PARQUE KENEDY**



“ANALISIS ARQUITECTONICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINAMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

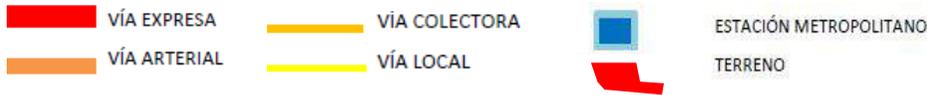
**LÁMINA N°:**

**A – 02**

**ACCESIBILIDAD**



Fuente : ISSU



**Comentario:**

Se encuentra ubicado en una zona donde encontramos vías principales de la ciudad , donde podemos notar que se puede llegar muy fácilmente al mercado por el metropolitano o también por un autobús o taxis ya que esta muy accesible hacia las personas.



AV. RICARDO PALMA  
(vehicular-peatonal)



AV. PASEO LA REPUBLICA  
(vehicular-peatonal)



CALLE. VARELA  
(vehicular-peatonal)

**INGRESOS**



Fuente : ISSU

**Comentario:**

Al acceso 1 es un ingreso secundario que se ingresa desde la misma av. Paseo la Rep.

**Comentario:**

El acceso 2 es el ingreso PRINCIPAL del mercado ya que esta cuenta con elemento que marca el ingreso y la cual se encuentra en la av. Paseo de la Rep. Brindando un espacio entre la via y el mercado.



Fuente : ISSU

Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

**Comentario:**

Acceso 4 es el ingreso por el cual mercado se abastece ya que los productos que traen ingresan por aquí .

El acceso 3 es un ingreso secundario desde la vía peatonal que da frente a esta.



Fuente : ISSU

BASE AL PLANO DEL MERCADO DE SURQUILLO

FUENTE: ELABORACIÓN DE...

AV. PASEO DE LA REPUBLICA

JR. NARCISO DE COLINA

Ingresos

Circulación

Fachadas con iluminación

0 10m 20m

Fuente : ISSUU



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

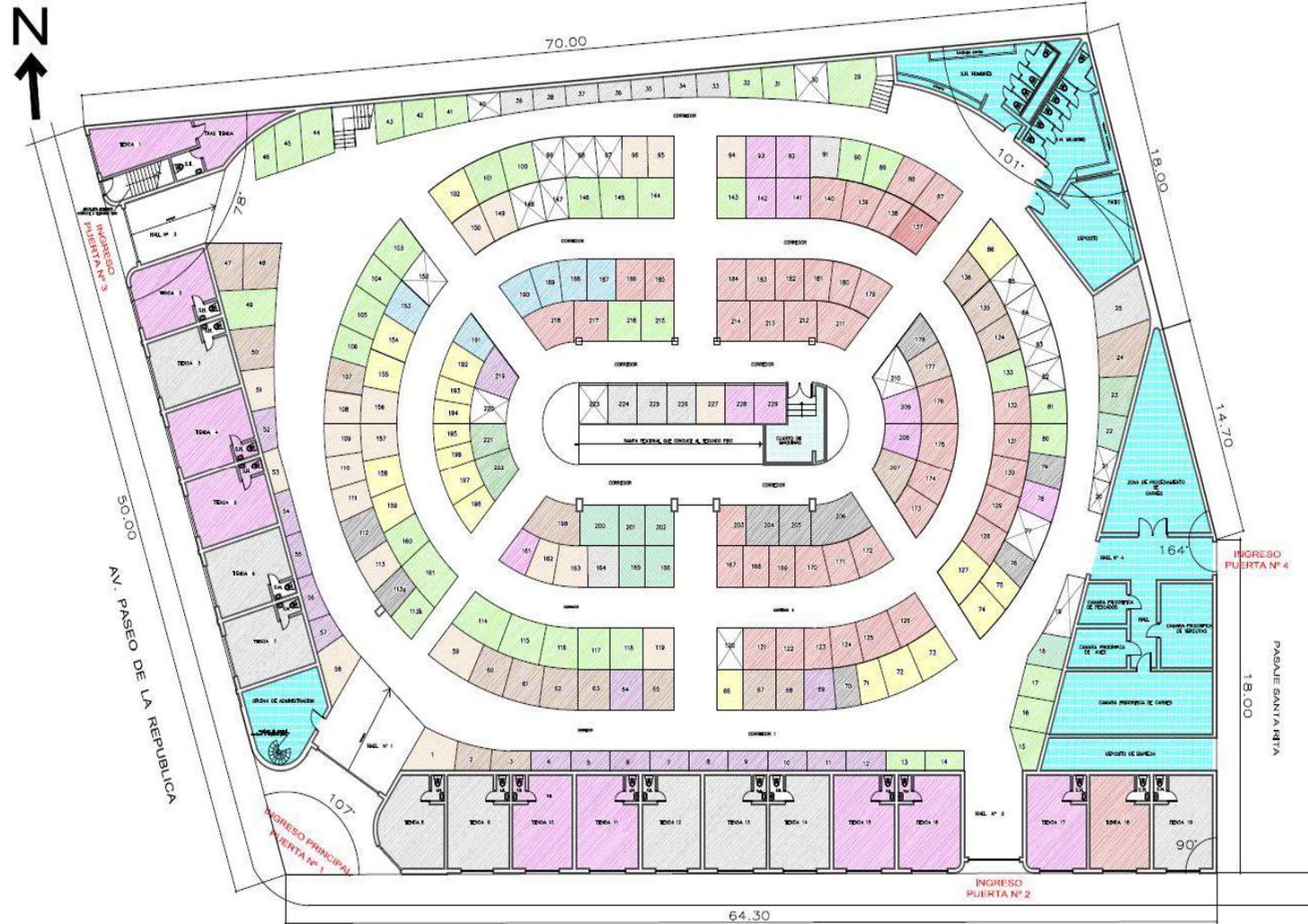
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 03**



**Comentario:**

La distribución de la principal área del programa del mercado se dan en el primer nivel viendo la distribución de los puestos de ventas podemos ver que se encuentran de una manera ordenada. Notamos el orden de los puestos mas el tipo de producto que están ofrecen no se encuentran sectorizados según el tipo de producto que estas ofrecen (ZONA HUMEDA-SEMI HUMEDA, SECA) El uso de los puestos se dan en un 96% en este piso, vemos que las tiendas perimetrales funcionan en su totalidad . Notamos una deficiencia en lo que es el área de almacenamiento ya que esta debería estar en un 30 a 40 % .

- PUESTO DE POLLO
- P. DE CARNE
- P. DE PESCADO
- P. DE ABARROTES
- P. DE FRUTAS.
- P. DE VERDURAS
- P. DE SNACKS
- P. DE COMIDA
- P. DE ESPECIAS
- P. DE OLLAS / PLASTICOS.
- JUGUERIAS
- TIENDAS/ BAZAR
- P. SIN USO
- AREA DE SERVICIO

PRIMER NIVEL

Fuente : ISSU

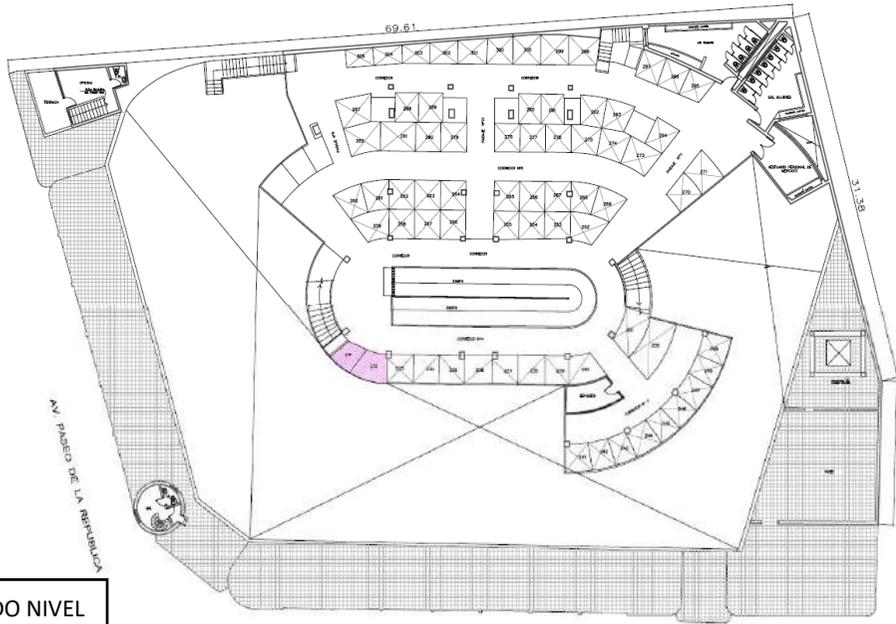


“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”  
**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO 1 - SURQUILLO  
**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

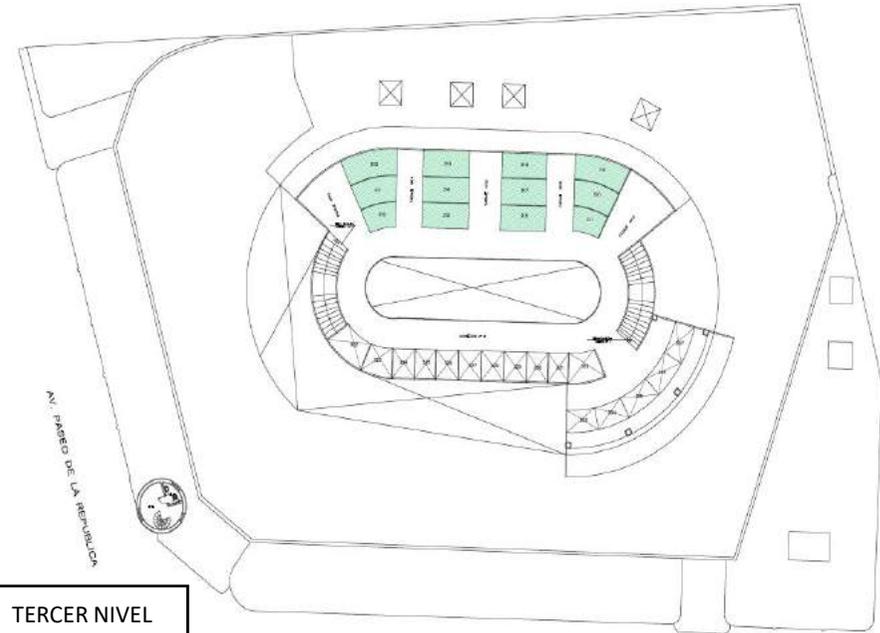
**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 04**



SEGUNDO NIVEL

 TIENDAS/BAZAR/BODEGAS



TERCER NIVEL

 P. DE COMIDA

Fuente : ISSU

➤ **Comentario:**

- Podemos notar en este nivel un orden de la ubicación de los puestos y a simple vista se nota que el espacio para que la persona transcurra es una medida adecuada.
- Hemos notado que en este nivel solo tienen en funcionamiento tiendas de ROPA Y COSTURA, por lo que vemos que no hay una zonificación total de los otros puestos comerciales.
- Este piso no se da un flujo peatonal, solo sirve de paso para el 3er nivel.

➤ **Comentario:**

- En este nivel podemos notar que la distribución de esta planta también es ordenada y fluida.
- Podemos notar que al igual del 2do nivel solo se dedica a un solo producto que es la comida, este nivel cuenta con puestos de comedor pero con áreas mínimas.
- El flujo peatonal que se da en este nivel es muy bajo comparado al del 2do nivel.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

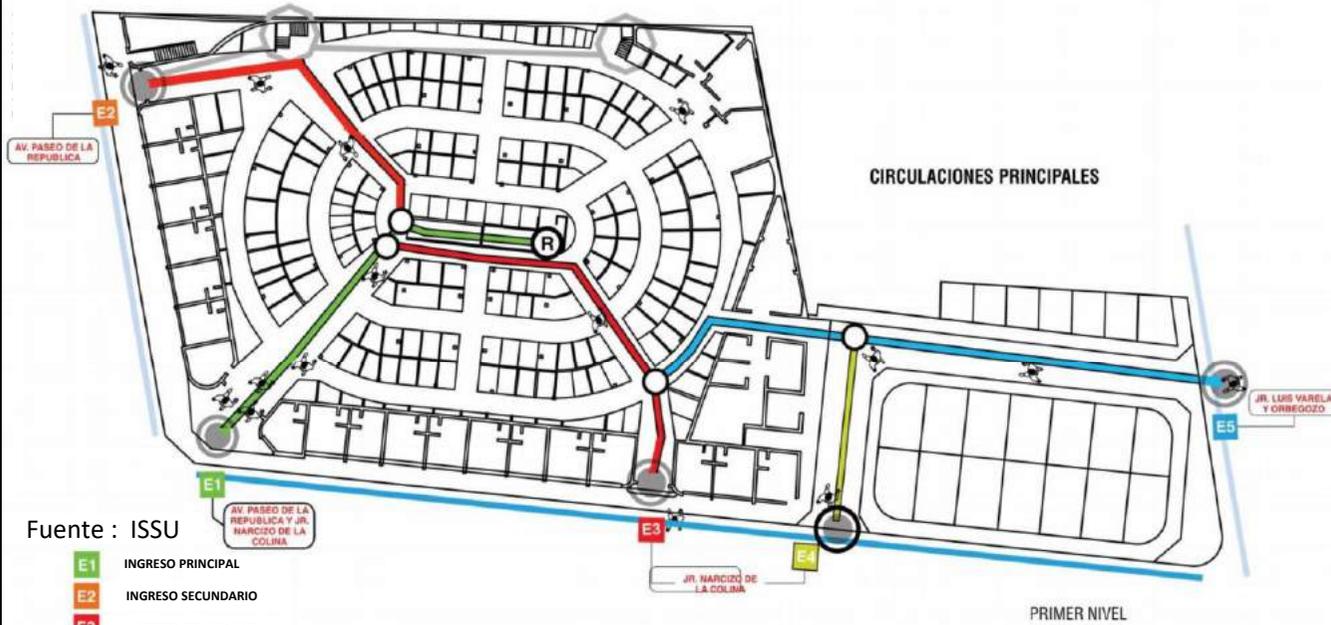
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

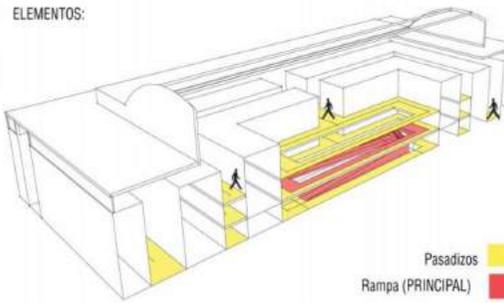
**LÁMINA N°:**

**A – 04**

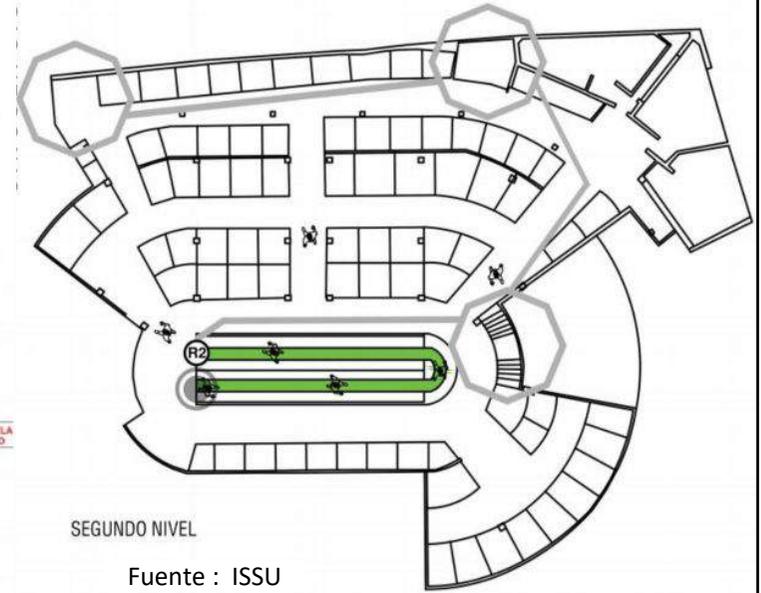


Fuente : ISSU

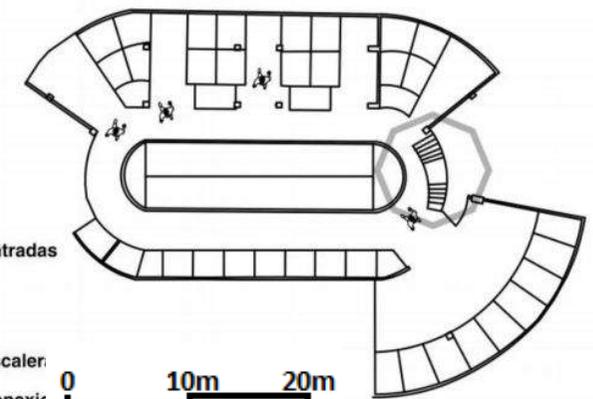
- E1 INGRESO PRINCIPAL
- E2 INGRESO SECUNDARIO
- E3 INGRESO SECUNDARIO
- E4 INGRESO SECUNDARIO
- E5 INGRESO SECUNDARIO
- Escaleras
- Conexiones
- R Rampa



Fuente : ISSU



Fuente : ISSU

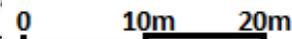


Entradas

Escalera

Conexic

Rampa



Fuente : ISSU

Comentario:

La circulación dada en el MERCADO 1 de SURQUILLO es una CIRCULACION RADIAL estos ejes que se distribuyen de forma radial son indispensables para integrar una circulación general y orientar al usuario a su recorrido hacia la zona central y también son justamente los que relacionan los ingresos con el interior. Esta circulación lo hace continuo y sin interrupción Una de las cosas que hay que rescatar es que cuentan con una rampa central que invita al cliente a querer subir a los otros niveles de una manera libre y continua sin forzar a nadie.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
 ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO 1 - SURQUILLO

ALUMNO:

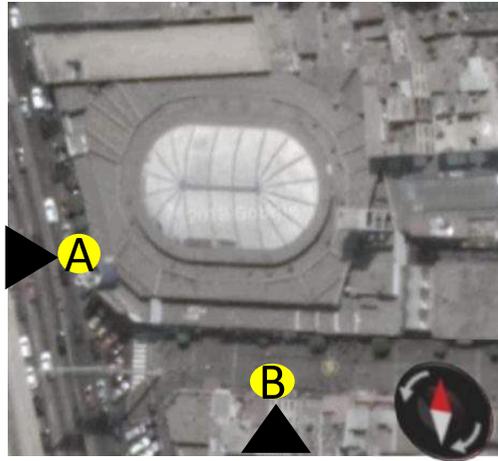
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX - 2018 I

LÁMINA N°:

A - 05



Fuente : ISSU

**LEYENDA**

FORMA PRINCIPAL 

FORMA SECUNDARIA/ COMPLEMENTO 

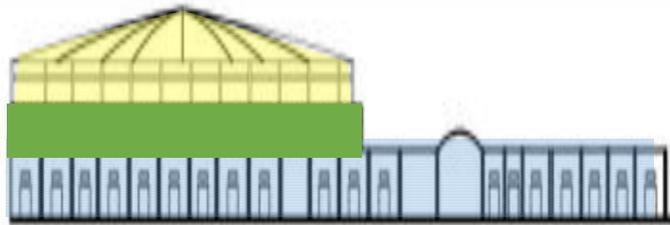
FORMA VIRTUAL 



**ELEVACION A**

Fuente : Elaboración propia

➤ **Comentario:**  
La forma predominante que envuelve el espacio es el de esta gran cúpula elipsoidal que lo contiene por completo



**ELEVACION B**

Fuente : Elaboración propia

➤ **Comentario:**  
Podemos ver que la volumetría se constituye principalmente por la cúpula elipsoidal y un basamento prismático que la envuelve



Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

➤ **Comentario:**  
El ingreso esta marcado por una volumetría cilíndrica junto con un prisma que se disponen en la esquina y resaltan por romper con la volumetría de la cúpula y el basamento prismático



Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

➤ **Comentario:**  
Todos las elevaciones presentan una forma rectangular en su fachada, expresando esta por cada uno de los niveles que tiene, quedando alineada con el perfil urbano alargado de la ciudad, al estar al borde de una gran avenida.



Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

➤ **Comentario:**  
Dicha forma es tan fuerte que es perceptible desde el interior, inclusive en zonas desde donde no es tan visible



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 06**

**MATERIALIDAD**

MATERIALES EXTERIORES



Fuente : google maps, 2018



➤ **Comentario:**

Empleados en muros del edificio, tanto en el primer nivel de la fachada como espacios interiores.

Este material ofrece la libertad de realizar las ideas y las formas mas caprichosas en la arquitectura



➤ **Comentario:**

El proyecto cuenta con algunas superficies de cristal transparente para reflejar la continuidad entre el ambiente interior y la vía peatonal .



➤ **Comentario:**

Se usan varillas de metal para acompañar el vidrio en las ventanas altas y bajas

MATERIALES INTERIORES



Fuente : ISSU



➤ **Comentario:**

Encontrados en la losa y en los acabados interiores.



➤ **Comentario:**

Encontrados también en los pisos en algunos puestos comerciales en general a su mayoría.

➤ **Comentario:**

Los materiales encontrados en la parte exterior del mercado también lo encontramos dentro del mercado como el vidrio el concreto y varillas de acero. Los pisos interiores

**COLOR**

PRIMER COLOR ORIGINAL



Fuente : ISSU

CUBIERTA

FACHADA SUPERIOR

FACHADA INFERIOR

SEGUNDO COLOR



Fuente : google maps, 2018

CUBIERTA

FACHADA SUPERIOR

FACHADA INFERIOR

➤ **Comentario:**

El color, si bien es un elemento que se ha empleado para enfatizar elementos en la fachada, a variado con el tiempo lo que demuestra que su elección no a significado una gran importancia



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 07**

**REGISTRO VISUAL**



Fuente : google maps, 2018



**RELACIÓN JERÁRQUICA**



Fuente : ISSU

➤ **Comentario:**  
En general el espacio mas importante es toda la zona de los puestos de venta pues en esta se da la actividad principal del mercado



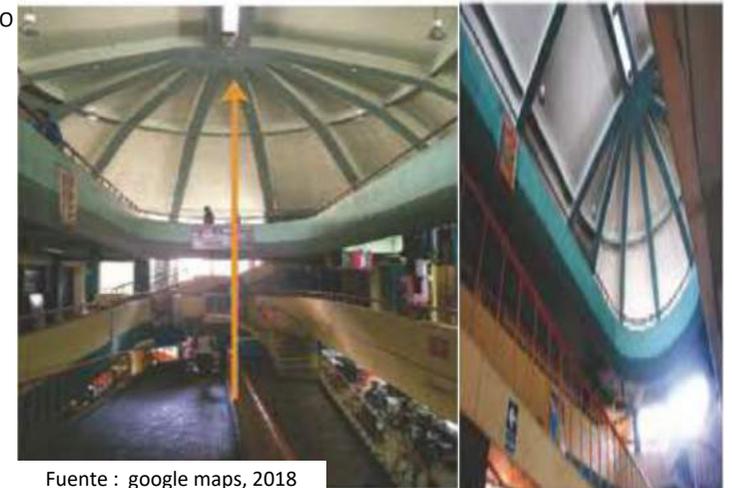
Fuente : google maps, 2018



Fuente : google maps, 2018

➤ **Comentario:**  
Frente a la fachada tenemos una vía principal un área de estacionamiento vehicular la cual no da una buena imagen urbana y que al mismo tiempo congestiona el área debido a su mínima anchura de las vías

➤ **Comentario:**  
En esta fachada encontramos una vía peatonal la cual es mas transcurrida por el comercio que se da en los exteriores del mercado comprando con tranquilidad ya que solo es un área para el peatón..



Fuente : google maps, 2018

➤ **Comentario:**  
Dentro de la zona comercial el espacio central es el de mayor jerarquía, por su forma y escala, a la vez que todos los ejes de circulación llevan a él.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 08**

**INTERIOR – EXTERIOR**



Fuente : google maps, 2018

➤ **Comentario:**  
El mercado cuenta con aberturas que permiten que ingresen las luces y con ventanales creando una relación visual desde el interior del mercado.

**PÚBLICO – PRIVADO**



Fuente : google maps, 2018

➤ **Comentario:**

La Calle peatonal en la que se encuentran mas puestos comerciales en el exterior del mercado crean conexión la cual invita al cliente ingresar a sus instalaciones y también el volumen curvo que es atractivo hacia el publico en general.



Fuente : google maps, 2018

➤ **Comentario:**

Utilizando elementos que puedan cerrar estas aberturas que permiten a la gente sentirse en un ambiente publico pero al mismo tiempo se sientan seguros de cualquier atentado hacia su persona

LEYENDA:



**INGRESOS**



Fuente : google maps, 2018

➤ **Comentario:**

Para una mejor relación con el entorno el mercado tiene su ingreso principal en la esquina, donde se cruzan las vías . Y los ingresos secundarios que están en los otros extremos.

De igual forma cuenta con comercio que da a la calle directamente lo que mejora la relación con el entorno y va creando desde fuera un ambiente propicio para el comercio y atractivo para los usuarios.



Fuente : google maps, 2018

➤ **Comentario:**

A pesar que esta masa hace notar que es un volumen cerrado y macizo ; las aberturas y el vidrio crean una conexión con el exterior por medio de la naturaleza , crea un ambiente como cuando estamos fuera del mercado como disfrutar del mismo o sol o el viento que corre por esa dirección .



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

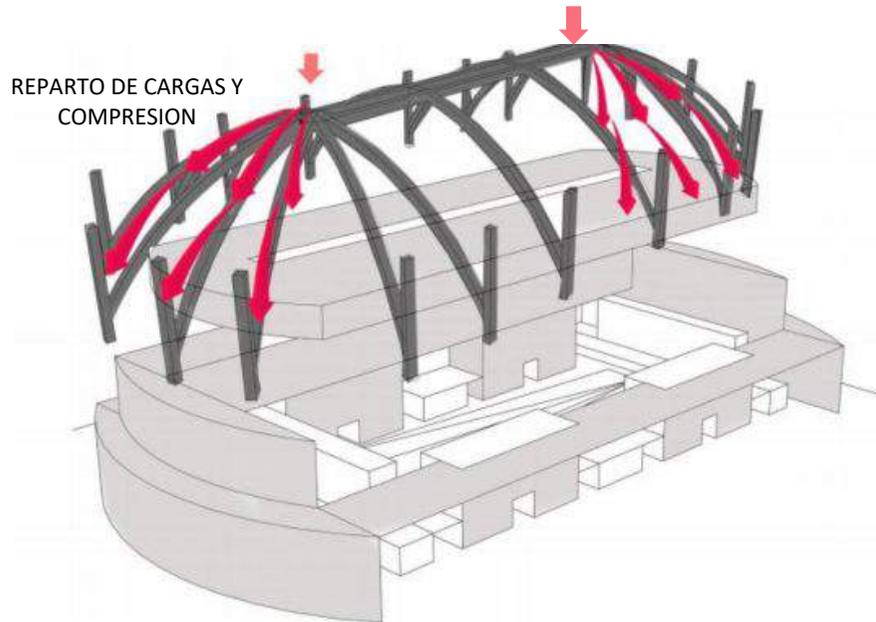
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

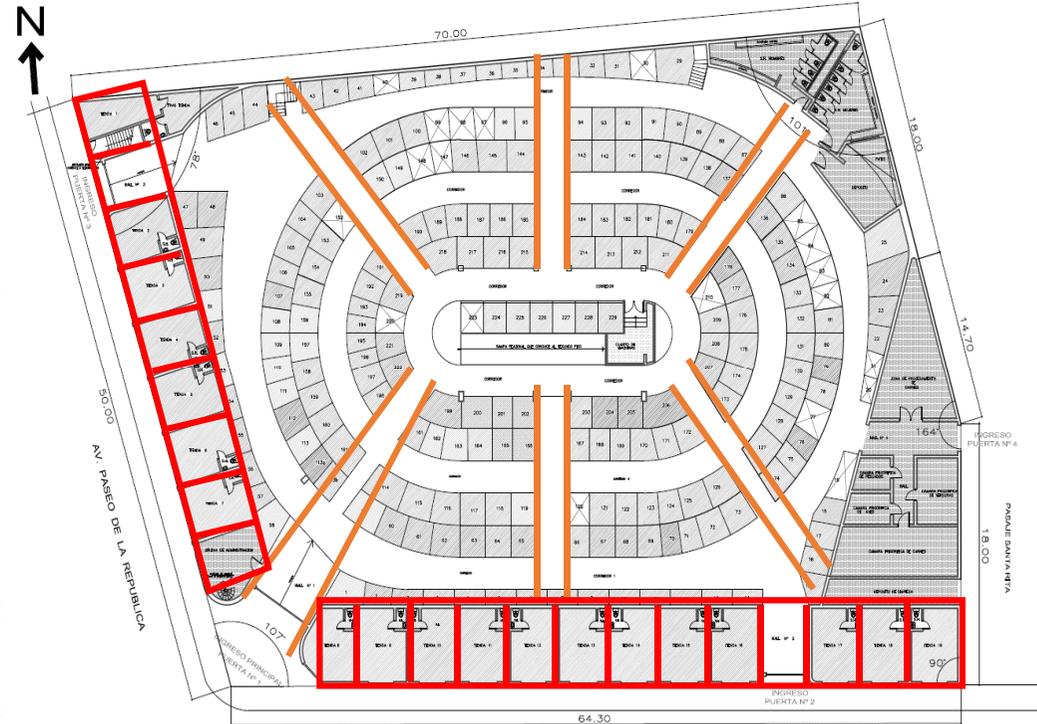
**A – 09**

➤ **Comentario**

Sistema estructural abovedado.  
La zona central funciona como una parábola abovedada en la que cada nervadura soporta la carga de la cobertura curva de concreto y la transporta a la base



Fuente : ISSUU



Fuente : ISSUU

➤ **Comentario:**

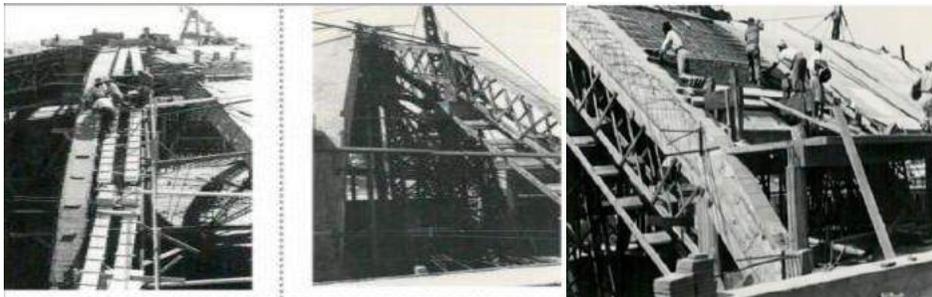
La modulación en el perímetro del mercado es de homogénea y sigue un patrón, por dentro la modulación es mas compleja, de forma radial, sin embargo es simétrica en los dos sentidos. En general la lectura de la modulación es clara y ortogonal.



CONSTRUCCION DE STANDS



ENCOFRADO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 10**

➤ **Comentario:**

El sistema constructivo : En el perímetro tenemos muros portantes y en el interior tenemos una bóveda con columnas en el perímetro.

La estructura del mercado de SURQUILLO está formada por una bóveda de estructura de concreto, que se apoyan a su vez, en vigas y pilares de hormigón armado. En una edificación hecha de concreto. Una edificación no moderna pero que da seguridad y genera un espacio agradable para las personas que transurren en este mercado.



Fuente : ISSUU



Fuente : ISSUU



Fuente : ISSUU



Fuente : ISSUU



Fuente : ISSUU

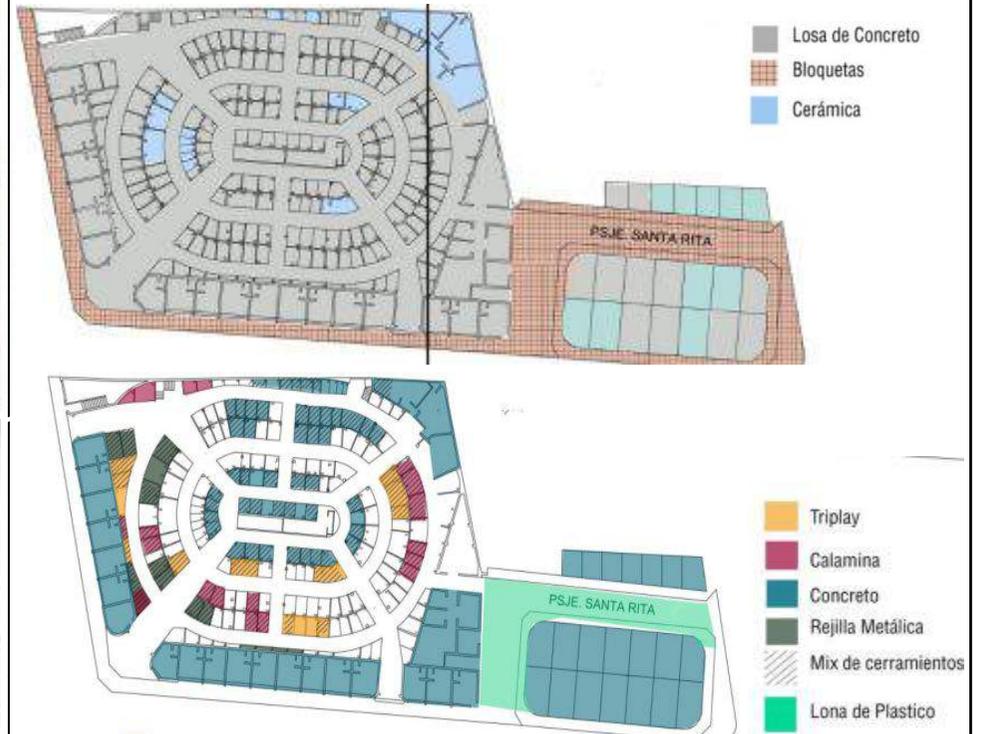
**MATERIALES**

➤ **Comentario:**

Estos materiales hacen notar al proyecto como algo casual algo que vemos a diario pero con una arquitectura contemporánea.

Los materiales que vemos en las siguientes imágenes son aquellos materiales que se encuentran en los pisos, estos materiales son muy comunes, es algo más económico pero que cumplen con su función principal.

También podemos apreciar los materiales que cuentan algunos puestos comerciales en sus techos dando una mala imagen cuando estamos desde el 2do nivel de donde se hacen notar los techos del mercado.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

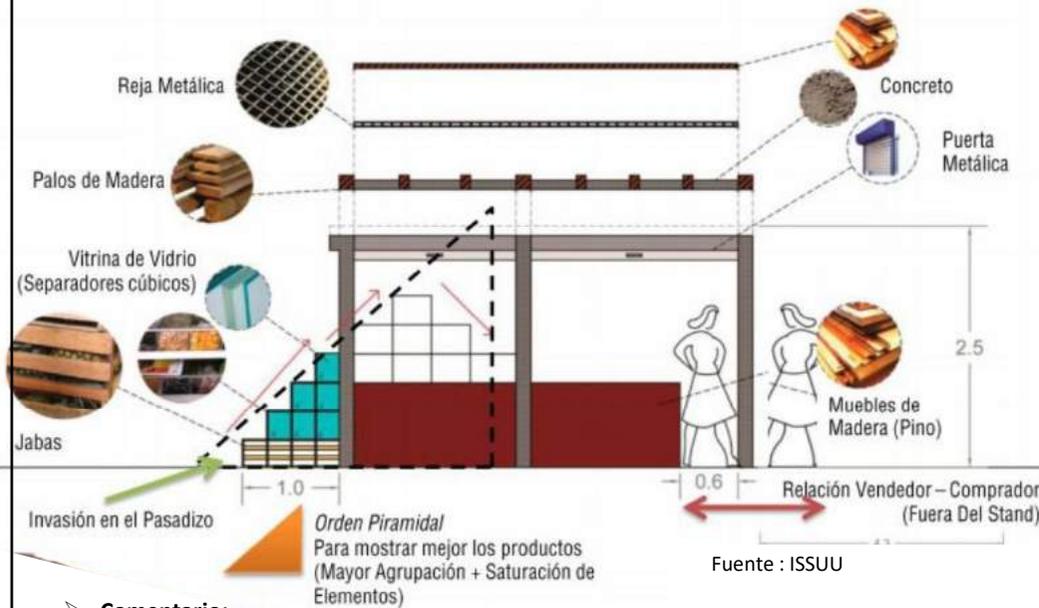
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

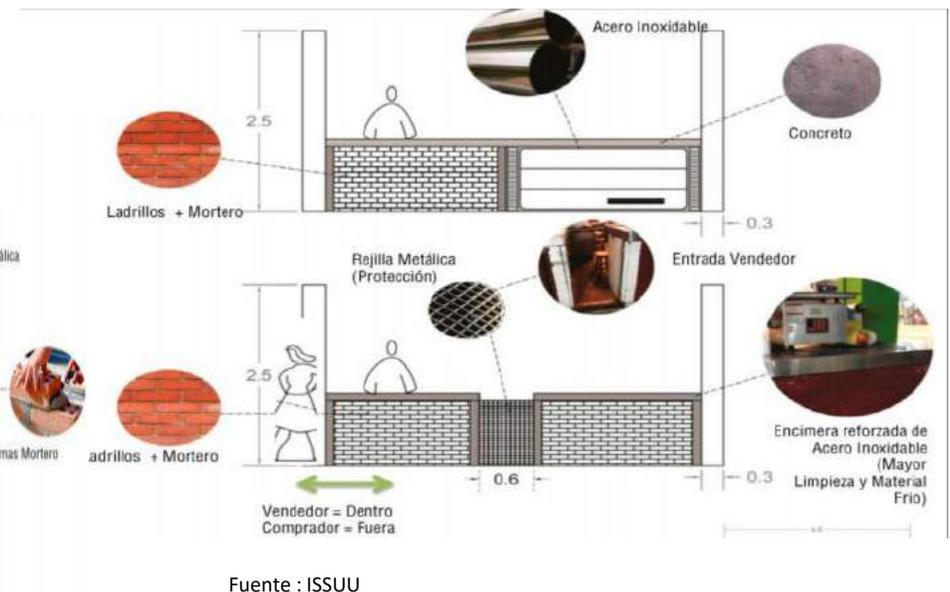
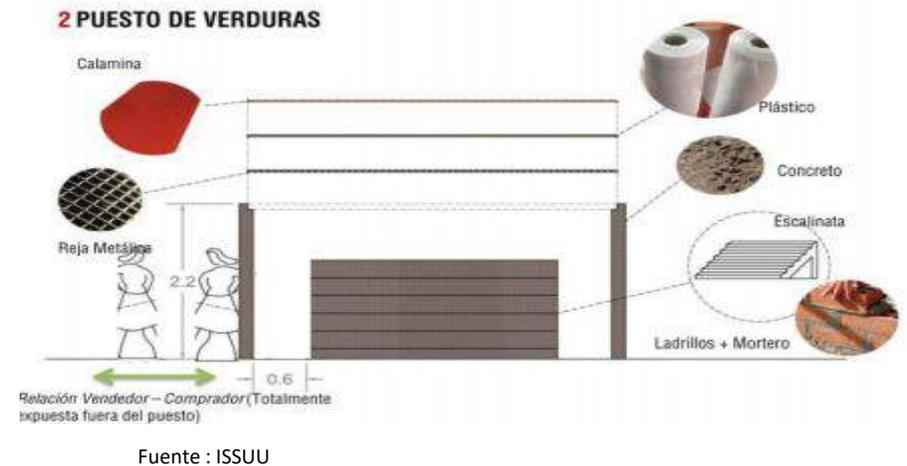
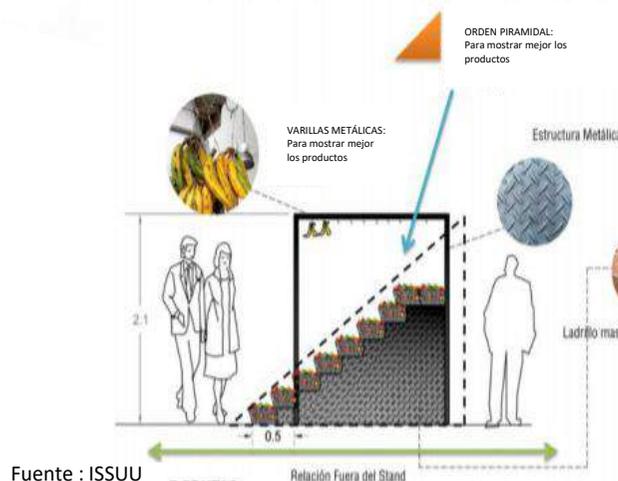
**A – 11**



➤ **Comentario:**

Los materiales dados en los puestos del mercado cumplen una función muy importante dado a que los productos que ofrecen son productos diferentes como vegetales y carnes de res y pescado estos alimentos tienen un proceso de limpieza diferente o una exhibición diferente para poder atraer a su clientela dándole confianza de que el producto que ofrecen es de calidad y se encuentran en un ambiente adecuado.

Algo muy resaltante e ingenioso es la manera de que por medio de varillas metálicas que sobresalen de las escaleras la usan para poder ofrecer sus productos.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 12**

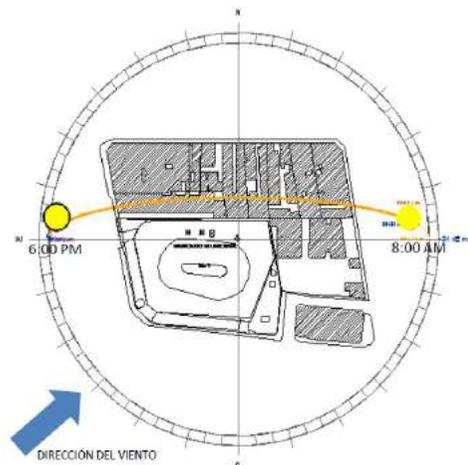
EL CLIMA ES SUB TROPICAL ÁRIDO SIENDO CALUROSO EN VERANO Y HÚMEDO EN INVIERNO, SIN VARIACIONES BRUSCA.

Característica	Indicador
Temperatura media anual	18 – 19°C
Humedad Relativa Media	85 – 95%
Nubosidad Media	8 octavos
Velocidad de vientos media	2 – 4 m/s
Precipitación pluvial promedio	25 mm anuales

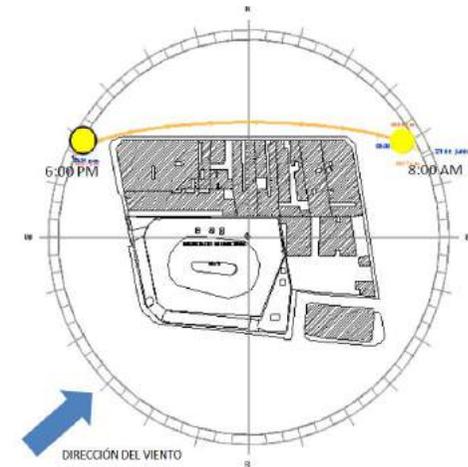
**Comentario:**

- **ASOLEAMIENTO:** Las alturas de los edificios no obstruyen la luz solar hacia el mercado. Al comenzar el día el ángulo de los rayos del sol penetran por las ventanas. Sin embargo, la altura de la edificación del primer nivel hace los rayos solares decaer directamente hacia los puestos comerciales.
- **VENTILACIÓN:** El mercado se ventila muy bien ya que el viento ingresa directamente hacia el ventilando el espacio interior, y esta pueda salir por las ventanas altas haciendo así que el viento fluya manteniendo un ambiente agradable.
- **ILUMINACIÓN:** El mercado se ilumina de una manera indirecta aprovechando esta con ventanas altas y con una cúpula que ilumina la parte central del mercado.
- **ACÚSTICA:** Las ondas del sonido se curvan dependiendo de los objetos que están alrededor y se meten por pequeños orificios. Las ventanas en este caso permiten que el ruido a través del espacio y salga por la cubierta por los orificios existentes.

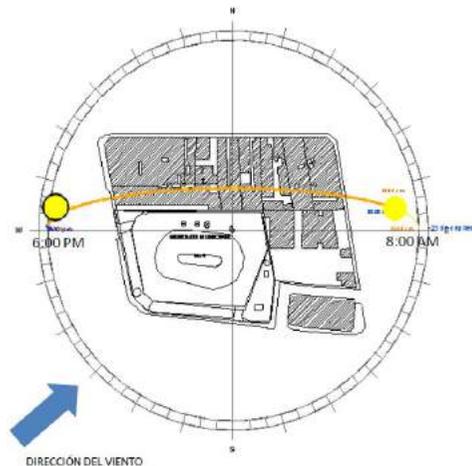
RECORRIDO DURANTE OTOÑO



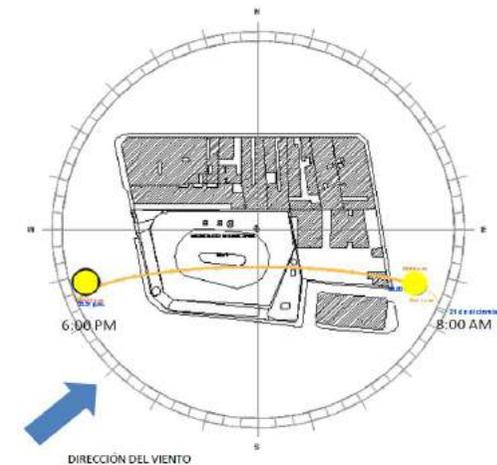
RECORRIDO DURANTE INVIERNO



RECORRIDO DURANTE PRIMAVERA



RECORRIDO DURANTE VERANO



Fuente : ISSUU



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 13**

El lenguaje arquitectónica del Mercado 1 de Surquillo es contemporánea , diferenciando sus 3 niveles en 3 diferentes cuerpos ,el primer cuerpo con un lenguaje de forma circular y rectangulares, el segundo cuerpo esta dada por formas con lenguaje sencillo a través de formas virtuales al igual que el tercer nivel.



- 1 LINEAL
- 2 CIRCULAR
- 3 RITMICA
- 4 CONTEMPORANEO

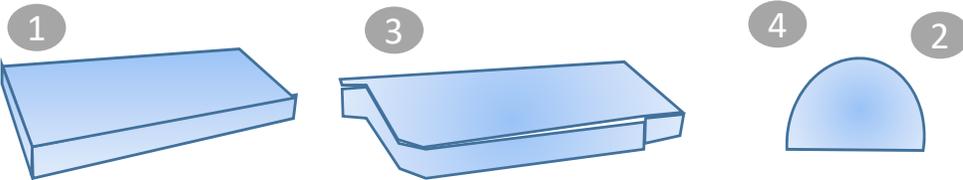
Fuente : ISSUU

➤ **Comentario:**

Un edificio de simpleza formal y constructivo pensando para una gran intensidad de uso y como icono arquitectónico en un lugar muy significativo de la ciudad. Asimismo intenta concebir nuevos modelos estructurales, que sean a su vez agradables y pueda enfatizar el espacio interior central.



Fuente : ISSUU



➤ **Comentario:**

De manera general el proyecto del Mercado 1 de Surquillo genera un aporte socioeconómico y arquitectónico para la ciudad de Lima – Surquillo, porque esta potencia el comercio de los productos de primera necesidad, esta da una identidad al sector con una arquitectura contemporánea, cambiando así el mercado tradicional como aun existen en otros lugares de la ciudad a una nueva experiencia , sin embargo esta a no tener un mismo lenguaje arquitectónico con las edificaciones que la rodean se integran muy bien al manejar los niveles de altura del sector.



Fuente : ISSUU

	“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”	<b>CASO:</b> MERCADO 1 - SURQUILLO		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 14</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

➤ **Comentario:**

- El MERCADO 1 un lugar de recuerdos e historia que marca a cada uno de las personas del distrito de Surquillo esta también es uno de los mercados mas emblemáticos de la ciudad. Además de ser un punto de turistas ofrece un buen producto de calidad y una buena acogida al cliente .
- Este mercado a pesar que cuenta con llegada de turistas no cuenta con espacios donde puedan recrearse y relajarse y ala vez realizar sus compras con mayor tranquilidad ya que el proyecto se encuentra ubicado en una vía muy transcurrida y que genera congestión vehicular.



Fuente : ISSUU



Fuente : ISSUU

➤ **Comentario:**

- El Mercado N°1 de Surquillo a pesar de ser uno de los mercados mas emblemáticos de la ciudad no tiene esa conexión con la ciudad por medio de un espacio publico que puede entrelazar la ciudad y el mercado dando así también otra imagen urbana mas atractiva hacia el usuario que quiera llegar a este mercado. No hay una continuidad de un espacio publico hacia el interior de una manera peatonal.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

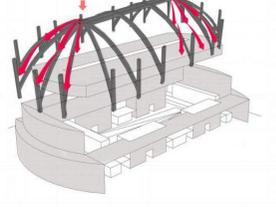
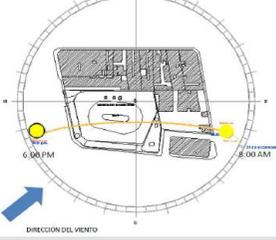
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 15**

<p><b>DIMENSIÓN CONTEXTUAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b>                  . La forma irregular del terreno permite a la edificación existente adecuarse. El terreno adyacente deberá respetar la forma ya existente del mercado n.1 de Surquillo. Esta también se encuentra beneficiada por lo que se encuentra en todo el centro de surquillo y esta beneficiada por vías importantes de la Ciudad de lima</p>		<p><b>DIMENSIÓN CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL</b></p> <p>➤ <b>Comentario:</b>                  Sistema estructural abovedado. La zona central funciona como una parábola abovedada en la que cada nervadura soporta la carga de la cobertura curva de concreto y la transporta a la base</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FUNCIONAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b>                  El edificio cuenta con 4 tipos de ingresos 1 principal 2 secundarios y 1 de donde ingresan los productos. Son 3 niveles de las cuales el primero es netamente ventas de alimentos de primera necesidad y otros</p>		<p><b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA – AMBIENTAL</b></p> <p>➤ <b>Comentario:</b>                  El mercado cuenta con una iluminación natural la cual se aprovecha mediante las ventanas altas y la cúpula que generan espacios que ingresen gran cantidad de luz pero esto se controla por la altura que le dan a los muros</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FORMAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b>                  El proyecto es de forma rectangular en la fachada principal con un cilindro lo cual marca el ingreso. Y una cúpula que se encuentra en el espacio principal del mercado.</p>		<p><b>DIMENSIÓN SEMÁNTICA – SIMBÓLICA</b></p> <p>➤ <b>Comentario:</b>                  El MERCADO 1 un lugar de recuerdos e historia que marca a cada uno de las personas del distrito de Surquillo esta también es uno de los mercados mas emblemáticos de la ciudad. Además de ser un punto de turistas ofrece un buen producto de calidad y una buena acogida al cliente .</p>	
<p><b>DIMENSIÓN ESPACIAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b>                  El espacio principal esta marcado por la cúpula se encuentra en el centro del mercado lo cual distribuye hacia todo el mercado y los siguientes niveles</p>			



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO 1 - SURQUILLO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 16**

# MERCADO LA BARCELONETA



Fuente: ARCHDAILY

- ARQUITECTOS : MIAS ARQUITECTOS
- UBICACIÓN : BARCELONA, SPAIN
- ARQUITECTOS A CARGO : JOSEP MIÀS,CARLES BOU, ADRIANA SILVA BRANDI, MARIA CHIARA ZILIANI, ANDREU ,CANUT.
- ÁREA DEL TERRENO : 5200.0 M2
- AÑO PROYECTO : 2007
- INGENIEROS : G INSTALACIONES
- SOCIOS : MÒNICA VILA, AN MORETTI AND JOSÉ MIÑARRO



El nuevo mercado de la barceloneta responde a un nuevo concepto, que se ha bautizado como **mix comercial**. Consiste en la creación de un espacio donde la ciudadanía pueda realizar sus compras en un solo acto para evitar así los desplazamientos innecesarios y la pérdida de tiempo. En el mercado, se encontrará toda la oferta comercial, desde los productos frescos a los autoservicios, más conocidos como supermercados.

El mercado La Barceloneta trata de ser parte de la localidad, de su tejido urbano y por eso es redirigido hacia la plaza.

Este proyecto arquitectónico le sirvió a sus proyectistas y diseñadores para entender al barrio de una manera distinta, no solo descubrimiento o viaje de diversión, sino para estudiar el territorio con mucho mas detalle. Lo que se quería logra era identificar lo que les podría dar relevancia a definir el proyecto y sus cualidades.



Fuente: ARCHDAILY

Ha realizado varios proyecto de mercados entre ellos tenemos :

- MERCADO CENTRAL RUBI
- MERCADO CENTRAL PANAMA
- MERCADO CAN VIDALET

# MIAS ARCHITECTS



“ANALISIS ARQUITECTONICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINAMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
 ASESOR: ARQ.MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO LA BARCELONETA

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

A – 01

**PERFIL E IMAGEN URBANA**



**FUERZAS DEL LUGAR**



MERCADO SPAR



PLAZA POETA BOSCA



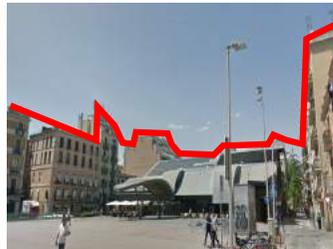
MAQUINISTA TERRESTRE Y MARINA



PARQUE DE LA BARCELONETA



HOSPITAL DEL MAR



**COMENTARIO :**

El Mercado la Barceloneta, mantiene un perfil sinuoso, a pesar que las edificaciones que la rodean que tienen de 4 a 7 pisos, ya que al tener un plaza frente al proyecto ayuda a esta que se vea liviano manteniendo un buen perfil urbano y un ancho apropiado para la zona donde se encuentra.

El mercado se encuentra en uno de los espacios mas abiertos de la localidad, la plaza del poeta Boscà y de la Font .

- PASEO JUAN BORRON █
- PASEO MARITIMO █
- MERCADO LA BARCELONETA █
- PLAZA / PARQUE █

**COMENTARIO:**

Presenta una estructura urbanística de vías de trazado lineal y espacios centrales de viviendas regulares. La tipología de vivienda en el inicio era de casas unifamiliares de planta y piso con ingreso a dos calles para que estas tuvieran una optima ventilación. A pasar de los años la estructura ha desaparecido y notamos edificaciones con alturas de hasta 7 pisos.



	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO LA BARCELONETA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b> <b>A – 02</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

**ACCESIBILIDAD**



ESPAÑA



PROVINCIA DE BARCELONA



DISTRITO BARCELONETA



Fuente: GOOGLE MAPS, 2018

Ubicado en el barrio del a Barceloneta, en el centro de un tejido Residencial, frente a una plaza/parque lo cual hace que la gran masa estructural se vea liviana y que se integra bien con el lugar. La altura de los edificios residenciales que rodean el mercado hace que no se aprecie desde las avenidas principales y secundarias del lugar.

**VÍAS PRINCIPALES:**

- PASEO DE SAN JUAN BORBON
- CALLE ALMIRAL CERVERA
- CALLE DEL D.AIGUADER
- PASEO SALVAT PAPASSEIN

**VÍAS SECUNDARIAS:**

- CALLE ANTARTIDA
- CALLE LA MAQUINISTA
- CALLE BALUARD
- PASEO MARITIMO



Fuente: GOOGLE MAPS, 2018

El espacio del ingreso principal( ) es dinámico por la misma forma del techo que lo cubre. Marca el ingreso y lo articula ya que une los 2 restaurantes y el antiguo mercado.

En la calle San Juan Borbon el ingreso secundario es remarcado por la altura que genera estas naves y también gracias a que esta ubicado en una esquina crea ingresos por sus 4 lados.



Fuente: GOOGLE MAPS, 2018



**INGRESO**

En la calle La Maquinista se encuentra otro ingreso secundario que es enmarcado por su cobertura sobresaliente, Este ingreso si se puede identificar fácilmente por lo que esta en una esquina y también cuenta con área de comidas fuera del mercado

En la calle Baluard se encuentra un ingreso secundario que es enmarcado por las puntas que estas naves generan y las formas de los techos marcan un ingreso, aunque este ingreso se camufla entre todas las estructura metálica que este mercado tiene haciendo ver como si no hubiera un ingreso.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 03**

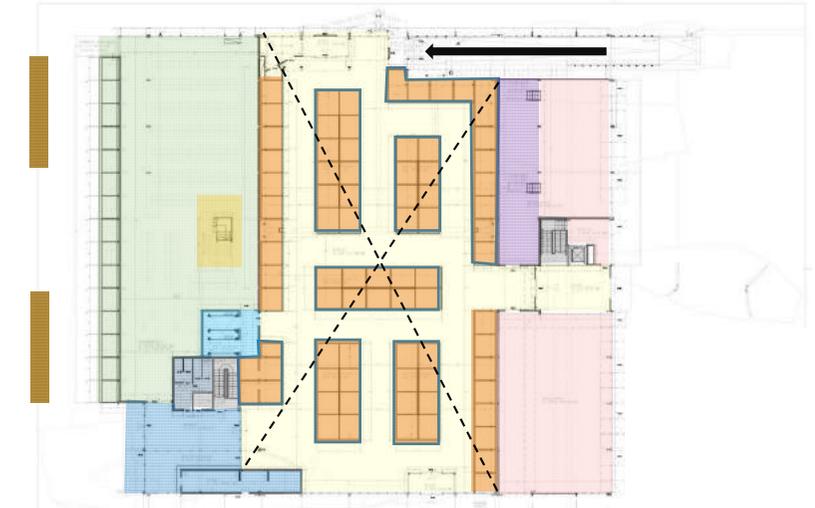
## ZONIFICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- SUPER MERCADO
- ZONA DE SERVICIO SUPERMERCADO
- VESTIDORES
- SS.HH PÚBLICOS
- PUESTOS MERCADO
- CIRCULACION CLIENTES
- ZONA DE BARES
- RESTAURANTES
- ZONA ADMINISTRATIVA
- CIRCULACION AL SÓTANO
- CIRCULACION AL 2DO NIVEL
- CIRCULACION AL 3ER NIVEL
- CIRCULACION DE EMERGENCIA
- PATIO DE COMIDA

- En el análisis de este mercado por plantas se deduce que no es un edificio híbrido ya que se centra en la función de intercambio de productos y combina el uso de mercado tradicional con un supermercado..
- Este proyecto implementa 2 restaurantes y una zona de bares. Tiene 3 niveles, en el primero esta el área comercial, en el 2do esta el área administrativa del mercado y supermercado y en el 3ero continua el área administrativa pero solo del mercado.
- En cuanto al abastecimiento, el mercado y el súper mercado tienen un ingreso cada uno, se manejan como áreas separadas emplazadas en un mismo terreno.



**3er NIVEL** Fuente: ARCHDAILY



**1er NIVEL** Fuente: ARCHDAILY



**2do NIVEL** Fuente: ARCHDAILY



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

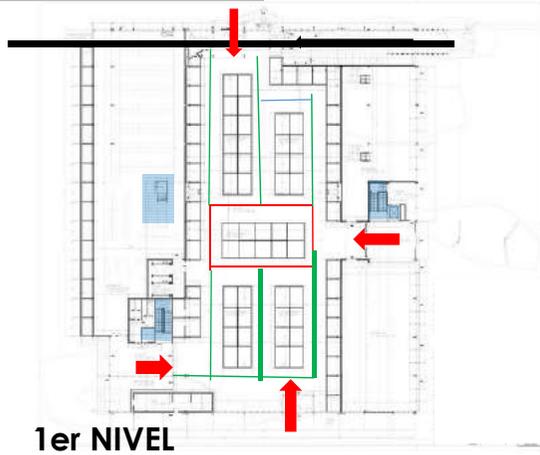
**CICLO:**

IX – 2018 I

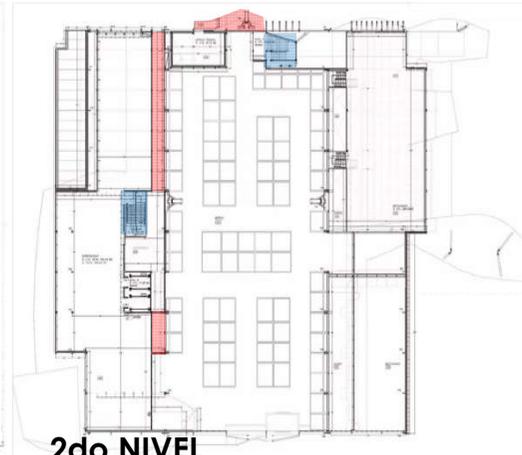
**LÁMINA N°:**

**A – 04**

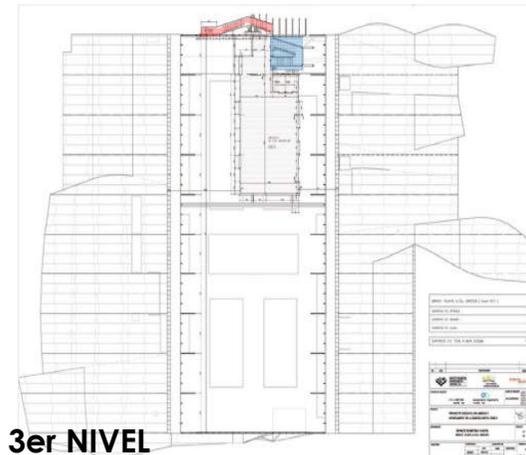
**CIRCULACIÓN**



**1er NIVEL**



**2do NIVEL**



**3er NIVEL**



Fuente: ARCHDAILY

La circulación ortogonal y asimétrica es clara de acuerdo al recorrido que realiza cada tipo de usuario .  
El manejo de circulación que se plantea en el mercado es una circulación independiente en donde cada zona, ya sea en una circulación horizontal no se mezclen.

**EJE DE CIRCULACIÓN**

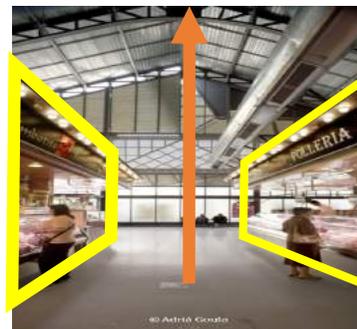
Este es casi por completo central y conecta los dos ingresos principales al mercado y hacia este eje se ramifican las circulaciones en otras direcciones

**CIRCULACIÓN GENERAL**

Es clara y marca ingresos secundarios, tanto como hacia el interior del enmarcado, como a os espacio internos

**ANTROPOMETRÍA**

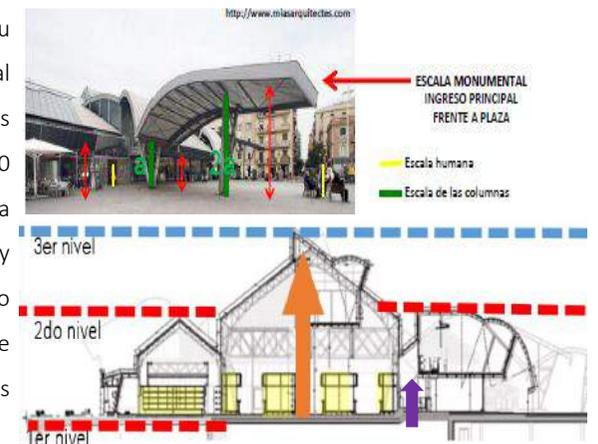
Podemos ver que la nave central es un gran espacio y que la escala humana en el esta determinada por los dos módulos de venta.



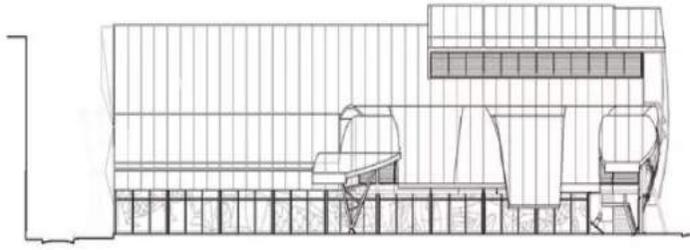
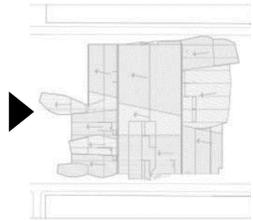
Fuente: ARCHDAILY

Las naves laterales guardan una relación con las escalas que se manejan en las nave central. El primer nivel tiene la misma escala que los módulos de venta de la nave principal. En general las naves laterales son de una escala menor que corresponde casi a la mitad de la nave central.

El edificio posee una proporción con su entorno. Las edificaciones que bordean al mercado son de un aproximado de 7 pisos de altura, y el mercado solo alcanza los 10 metros. Sin embargo, la volumetría llama la atención por sus formas orgánicas y geométricamente irregulares. El edificio no pierde la escala humana ya que posee elementos a su medida, como las columnas que bordean a los restaurantes.



	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO LA BARCELONETA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b> <b>A – 05</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

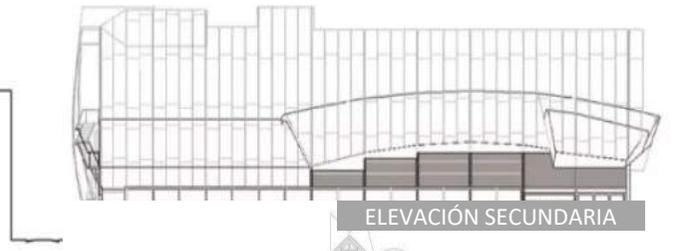
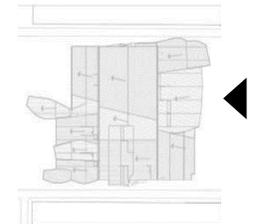


ELEVACION PRINCIPAL



Fuente: ARCHDAILY

La elevación de la fachada principal del conjunto tiene mas movimiento con respecto a las otras elevaciones, al mismo tiempo esta marca la entrada principal haciéndola mas llamativa; generando así un buen impacto a las personas que pasen por las av. Salvat para motivar al peatón a descubrir este lugar

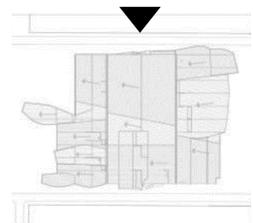


ELEVACIÓN SECUNDARIA



Fuente: ARCHDAILY

Los nuevos perfiles se desprenden de manera acrobática de la estructura principal. Estos abandonan la cubierta estricta de la nave principal desde la formación de oficinas en el nivel superior. Mientras que en las naves laterales se desprenden desde la formación de altillos de restaurantes y supermercado. De esta suerte, intentan ofrecer unos nuevos espacios cubiertos tanto en la plaza anterior como posterior

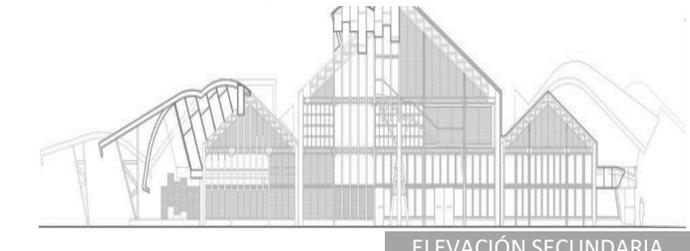
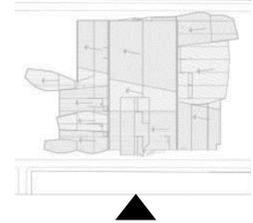


ELEVACIÓN SECUNDARIA



Fuente: ARCHDAILY

Las elevaciones de las otras 3 fachadas también cuentan con un ingreso llamativo, ya que estas fachadas muestran pliegues que sirven como un atractor del usuario a pesar que no tienen esa fachada mucho mas curva que la principal. También podemos notar algo muy singular en las otras es que sus fachada tienen vacíos y llenos dándole así un toque de dinamismo.



ELEVACIÓN SECUNDARIA



Fuente: ARCHDAILY

Por medio de las elevaciones podemos notar la historia que ha tenido este mercado y la identidad de este mercado y también a través de esta la gente de sus alrededores se sienten identificadas. Realmente el Mercado siempre ha sido un componente de cohesión social de la localidad, una referencia, a veces visible y casi secreto para sus pobladores.

Fuente: ARCHDAILY



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO LA BARCELONETA

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

**A – 06**

## MATERIALIDAD

## M. EXTERIOR

### TECHO: LAMAS DE MADERA



El techo esta compuesto por una doble piel formada por una subestructura metálica sobre la que cuelgan lamas de madera barnizadas con el color azul que carácter para la cubierta. Además, se ha aplicado un esmalte sintético de color gris. iza a la Barceloneta”,

### PISO EXTERIOR: LOSA DE GRANITO



En la plaza ubicada en de la Font, del poeta Boscá las avenidas de plataforma se usa asfalto, de hormigón comprimido de 60x40 cm y loseta de granito .

## M. INTERIOR

### ACERO



En el interior, apoyándose sobre esta construcción, se ha realizado de acero galvanizado un panel en forma de una bandeja de metal con aislamiento térmico. Esta también para ser una obra de arte el juego del acero en las ventanas hace mas llamativa y a tractora.

### CERAMICO - MADERA



En el espacio interno de la nave central, el piso es terrazo mono capa, mientras tanto en el altillo de las oficinas, el piso es de madera pintada con barniz. Los pórticos de los frentes de las calles de Baluart y la Atlántida han sido renovados en el taller y puestos después durante la obra. Cerramientos constituidos por unos perfiles metálicos con acristalamiento.

## COLOR

### SUTILEZA

Uno de los distintivos del edificio es su color de la madera barnizada , el cual proporciona calidez y se relaciona con los otros materiales

### CALIDEZ

Este color se ve en los pisos del mercado , es un color claro que hace un contraste con el color de la madera barnizada.

### ELEGANCIA

El color negro se emplea en las vigas de la estructura con el fin de dar un contraste con el color de la cubierta del techo color gris. El color gris del interior de los techos brinda también elegancia y crea un contraste con el color negro de las vigas.

### IDENTIDAD

El azul oscuro el color que es identidad propia del mercado , este color se contrasta con todo los colores. Y con la cual la gente se identifica



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO LA BARCELONETA

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

A – 07

## RELACION EXTERIOR



Fuente: GOOGLE MAPS, 2018

El ingreso principal esta relacionado con una plaza que le sirve de antesala y que permite una mejor relación con el entorno, mientras que los ingresos secundarios están por las calles laterales, y el posterior también , un ingreso importante, esta relacionado con una avenida. Asimismo encontramos restaurantes en las fachadas y la estructura se extiende generando zonas de sombra lo que invita que la gente se quede y enfatice la relación mercado - entorno



Fuente: ARCHDAILY

## RELACION INTERIOR



Fuente: ARCHDAILY

Las personas tienen una relación con el exterior visualmente , ya que este mercado tiene una fachada vidriada con estructuras metálicas que hace que el interior se comunique con el exterior sin perder su identidad que es publica.



Fuente: ARCHDAILY

De igual forma cuenta con un patio de comidas rodeado de arbustos que se encuentra fuera del mercado lo que mejora la relación con el entorno y va creando desde fuera un ambiente propio para el comercio y atractivo para el usuario.

El Mercado siempre fue un factor de cohesión social de la localidad, un referente, en ocasiones casi secreto y solamente visible para su población. Esta limitación de densidad que cuenta el mercado de Surquillo 1 en relación con la ciudad debía ser una condicionante del proyecto, de tal forma que la edificación y su ámbito inmediato en verdad deviniesen factor de referencia de este lugar de la ciudad de Barcelona.



Fuente: ARCHDAILY



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

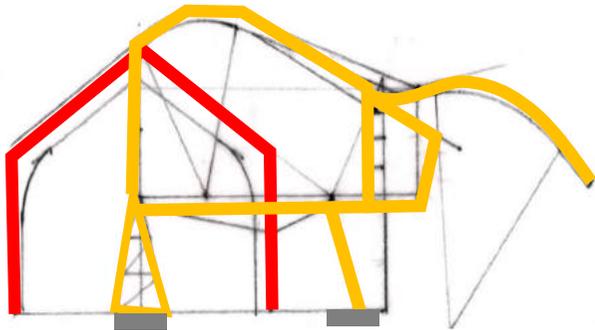
**LÁMINA N°:**

**A – 08**



Fuente: ARCHDAILY

El sistema que se lleva a cabo es aporticado. Está organizado por una serie de pórticos de forma continua que hacen posible la planta libre. Las estructuras curvas funcionan de forma similar solo que se apoyan en pilares de concreto.



Fuente: ELABORACION PROPIA



Fuente: ARCHDAILY

Las nuevas formas de metal sirven para crear los espacios del mercado, pero sin tocar el suelo, sólo apoyándose sobre la antigua estructura. Pero las 2 estructuras realmente nunca se superponen.

Estas formas de la estructura tienen un diseño curvo lo cual hace muy llamativo y a pesar de que el proyecto es pesado gracias a esta estructura hace que esta sea vista más ligera, llamativa e innovadora.

La modulación es clara y a pesar de estar conformado por tres naves de diferentes tamaños la modulación amarra los espacios de forma ideal. Se trata nuevamente de una modulación ortogonal muy ordenada.



Fuente: ARCHDAILY



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

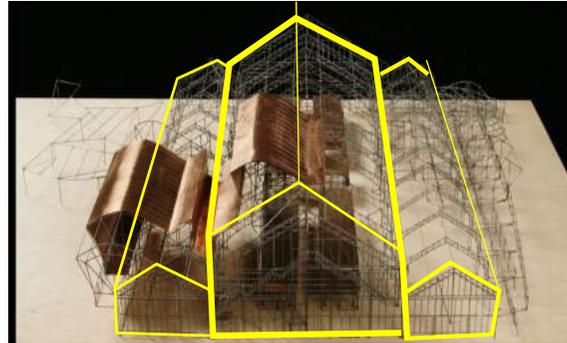
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 09**



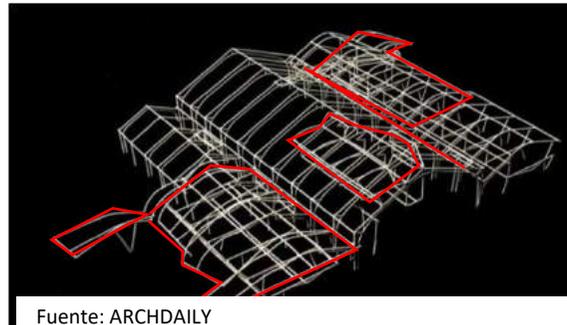
Fuente: ARCHDAILY



Fuente: ELABORACION PROPIA



ESTRUCTURA EXISTENTE  
FORMA DE NAVE INDUSTRIA



Fuente: ARCHDAILY

ESTRUCTURA NUEVA  
FORMA ORGANICA

Las nuevas formas metálicas crean nuevos espacios en el mercado, que no topan el piso, si no que estas cuelgan de la estructura antigua. Estas 2 estructuras , nunca entrelazan diagramas de esfuerzos si no que forman un falso equilibrio.



Fuente: ARCHDAILY

### SISTEMA CONSTRUCTIVO:

Sistema de columnas y vigas de acero y cimentación de concreto.

### MATERIALES:

Concreto armado en losa y cimientos

Cubierta de estructura de acero , acabado superior laminas de zinc y en el interior paneles de acero inoxidable pintados de azul para no perder la identidad que le pertenece al mercado.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

### CASO:

MERCADO LA BARCELONETA

### ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

### CICLO:

IX – 2018 I

### LÁMINA N°:

A – 10

➤ **Comentario:**

**Iluminación:**

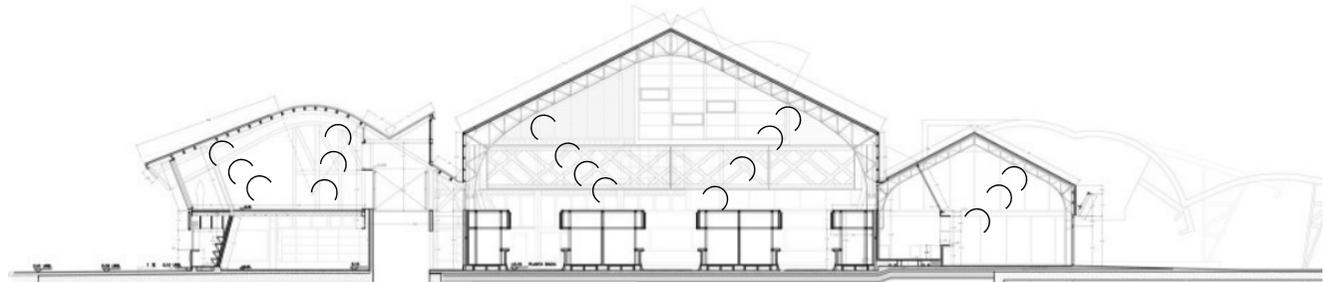
Las fachadas tienen varios vanos y la cubierta también cuenta con algunos que permiten el paso de la luz, además cada módulo cuenta con iluminación propia.



Fuente: ARCHDAILY



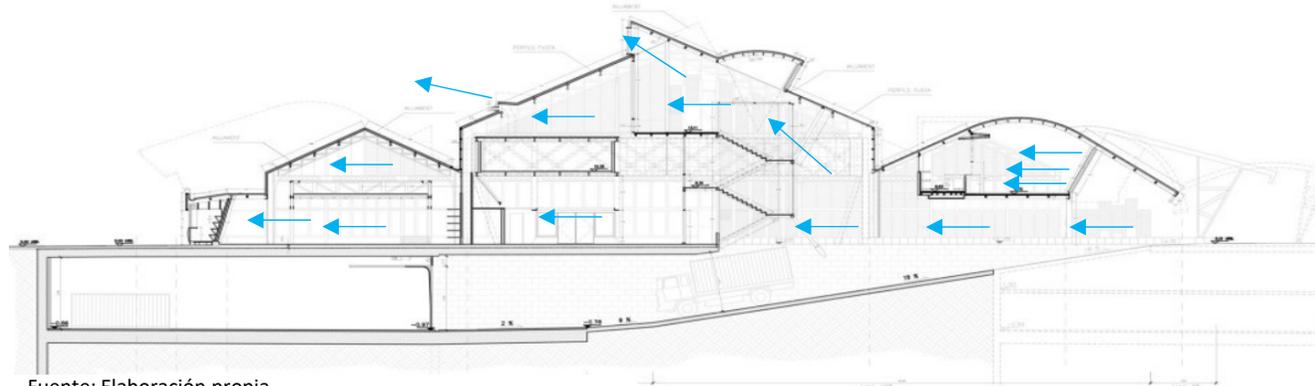
Fuente: ARCHDAILY



Fuente: Elaboración propia

➤ **Comentario:**

**Acústica :** El sonido de las personas que generan dentro del mercado se disipa en el interior ya que también la altura ayuda a esta a que no se escuche muy bulliciosa haciendo que se disipe el sonido que es generado dentro de esta.



Fuente: Elaboración propia

➤ **Comentario:**

**Ventilación :** El viento que ingresa en el mercado es fluido lo hace en un ambiente mas cálido y agradable al mismo tiempo que saca los olores que pueden ser generados por las frutas o otras cosas por aberturas que se encuentran en los techos.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

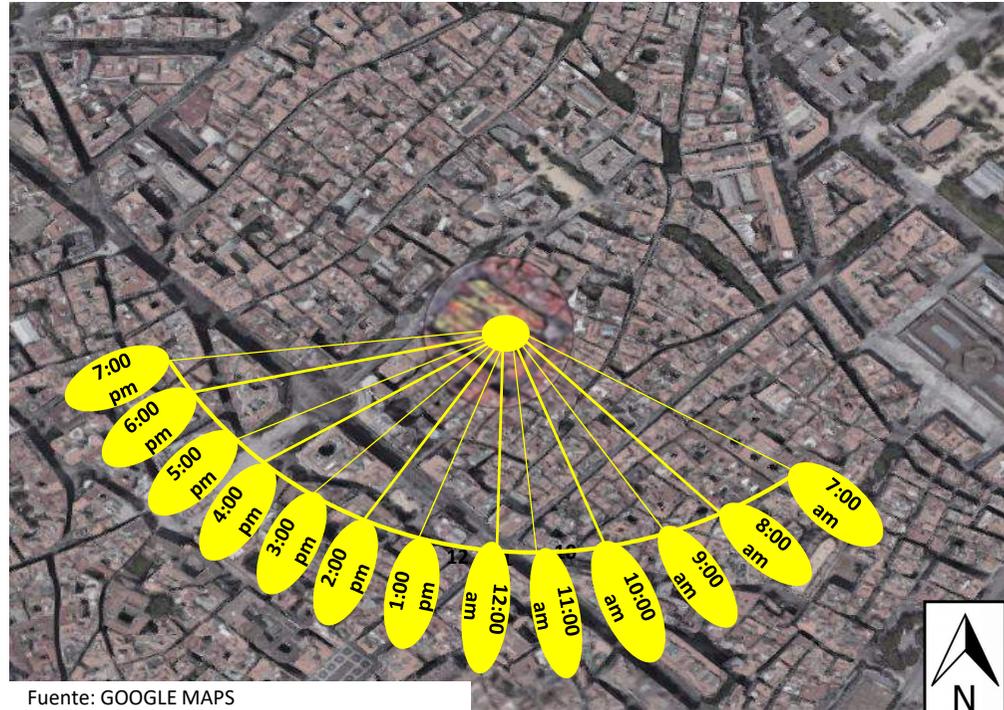
**A – 11**

➤ **Comentario:**

La cubierta es completamente sólida y cerrada lo que genera problemas de asoleamiento .



Fuente: ARCHDAILY



Fuente: GOOGLE MAPS

➤ **Comentario:**

Se aprovecha el asoleamiento mediante fachadas vidriadas pero eso se controla con divisiones de acero que se encuentran encima de estas.



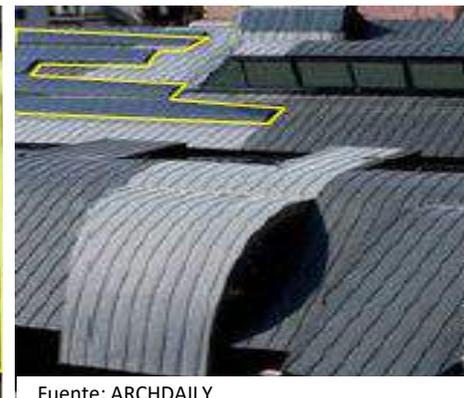
Fuente: ELEBORACION PROPIA

➤ **Comentario :**

El asoleamiento es aprovechada por placas fotovoltaicas que son unas placas solares instaladas en la parte superior de la cubierta del edificio. Un total de 180 paneles captan los rayos del sol y los canalizan a las instalaciones eléctricas, generando energía(Álvarez) en los mejores días de sol, los paneles pueden generar hasta 30 kilowatios, hecho que supone un gran ahorro energético.



Fuente: ELEBORACION PROPIA



Fuente: ARCHDAILY



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 12**

**COMENTARIO:**

Es un mercado que puede entenderse como prolongación de la ciudad, de las tiendas, del barrio, de los bares, con una prolongación cotidiana. Y puede ser cruzada como cruzar un paso de peatones, sin mirar de a lado a lado. Restaurantes, espacios, tiendas, salas para el barrio en definitiva. Un sentimiento de corresponder necesariamente a un sector, de sentirse identificado con el, y de participar de su acción.



Fuente: ELABORACION PROPIA



**CURVA - RITMICA**



Fuente: ARCHDAILY

**FACHADA LINEA**

**Comentario:**

El mercado tienen un lenguaje línea lo que le da seriedad y estabilidad desde una vista frontal hacia la fachada, pero también nos damos cuenta que esta tiene una forma rítmica desde una vista aérea y la fachada nos muestra un cambio entre lo pasado y lo moderno sin perder esa identidad que le pertenece al pueblo

**Comentario:**

El mercado LA BARCELONETA busca ser parte de la localidad, de su trama urbana, y se dirige hacia las plazas posterior y anterior— anteriormente no existía la plaza que se encuentra frente al mercado, y las naves que lo forman se entrelazaban en el sentido longitudinal de éstas.



Fuente: ARCHDAILY



Fuente: ARCHDAILY



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 13**

➤ **COMENTARIO:**

EL Mercado se encuentra en un lugar muy pacifico donde encontramos personas que habitan alrededor de ella, o personas y turistas que vienen apreciar la belleza de este mercado.

El mercado tiene una cubierta de color azul que es muy apreciada en su totalidad por las personas que transcurren por el mercado, este mercado esta muy relacionado con su gente ya que mucho antes la personas de este entorno vendían dentro de este mercado el cual es un recuerdo para ellos ver y encontrar algunas características del antiguo mercado como son las estructuras.



Fuente: ARCHDAILY

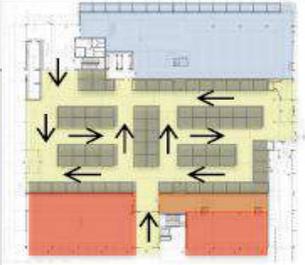


Fuente: ARCHDAILY

➤ **Comentario:**

El mercado tiene amplios espacios previos al ingreso del conjunto comercial , esto genera una continuidad del espacio publico hacia el interior, de esta manera la percepción peatonal de su paso a otro espacio de da sin notarlo de una manera natural.

	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO LA BARCELONETA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 14</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

<p><b>DIMENSIÓN CONTEXTUAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Ubicado en el centro de un tejido residencial, con una población de 22428hab, el mercado busca formar parte de la trama urbana, y se emplaza frente la plaza. El mercado se relaciona con su entorno mediante la plaza. Su ingreso principal se da mediante esta plaza y la forma de su techo se esparce en esta. El mercado se emplaza respetando las alturas de edificaciones colindantes para no romper el esquema de Ciudad residencial.</p>		<p><b>DIMENSIÓN CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> La tecnología ha permitido que el edificio recicle su antigua estructura y se le aumente una estructura nueva (techo) con formas orgánicas. Las superficies del edificio son los mismos materiales que emplea en su construcción (metal y vidrio)..</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FUNCIONAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> El ingreso principal está marcado por dos restaurantes y una área de bares, también cuenta con el área de mercado en la parte posterior. En la parte del fondo se encuentra el supermercado. Este proyecto mezcla tres diferentes funciones y las alberga bajo un mismo techo (libre y ordenado).</p>		<p><b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA – AMBIENTAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> El proyecto arquitectónico cuenta con dos tipos de iluminación, la natural y la artificial. La iluminación natural se logra mediante las ventanas altas y las fachadas vidriadas y la artificial se logra a través de paneles solares. El techo cuenta con 180 paneles solares que generan una ENERGÍA DE HASTA 30kw</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FORMAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Proyecto basado formalmente en una volumetría libre y fluida. Este mercado, recicla la antigua estructura metálica y la adhiere al concepto de formas onduladas. La escala de la edificación se mantiene en proporción a la escala humana. Se trata de un edificio horizontal de 3 plantas frente a una Gran plaza</p>		<p><b>DIMENSIÓN SEMÁNTICA – SIMBÓLICA</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Este mercado está arraigado con muchas personas con esta localidad ya que este a pasar de los años se ha convertido en hito para ellos ya que en este mercado ellos realizaban sus trabajos para poder mantenerse, hoy en día el mercado ha sido renovado manteniendo esas estructuras antiguas propias del mercado y han mantenido el color lo cual lo caracteriza.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN ESPACIAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Los espacios del proyecto van desde lo público hasta lo privado. El espacio principal del proyecto tiene relación directa con el ingreso y la zona activas en el primer nivel.</p>				



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA BARCELONETA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 15**

- **MERCADO SANTA CATERINA**

<b>Arquitecto</b>	Arqs. Enric Miralles, Benedetta Tagliabue
<b>Ubicación</b>	Av. de Francesc Cambó, 16, 08003 Barcelona, España
<b>Área del terreno</b>	9.000 m <sup>2</sup>
<b>Jefe de Proyecto</b>	Igor Peraza
<b>Altura</b>	6 m de altura
<b>Cliente</b>	IMMB, Foment de Ciutat Vella
<b>Tipo de edificio</b>	Aislado
<b>Superficie total:</b>	3.000 m <sup>2</sup>
<b>Superficie comercial:</b>	2.176 m <sup>2</sup>
<b>Ingeniería estructural</b>	Robert Brufau
<b>Colaboradores</b>	José María Velasco, Miquel Llorens
<b>Constructora</b>	COMSA, S.A.
<b>Año Construcción.</b>	2003 – 2004
<b>Instalaciones eléctricas (corriente pesada)</b>	PGI
<b>Remodelaciones</b>	el hallazgo de los restos arqueológicos del antiguo convento retrasaron la fecha de apertura del 2001 al 2005



## Enric Miralles Benedetta Tagliabue, Associated Architects.

COMSA Corporación constituye el primer grupo español no cotizado en el sector de las infraestructuras y la ingeniería. Con más de un siglo de experiencia, COMSA Corporación centra su actividad en las áreas de Infraestructuras e Ingeniería industrial, Servicios y Tecnología y Concesiones y Energías Renovables. COMSA Corporación, que se sitúa como séptima empresa española del sector, suma una facturación de 1.080 millones de euros y gestiona una plantilla superior a las 7.700 personas. Estas son sus principales obras:



PARK DIAGONAL MAR.



EDIFICIO DE GAS NATURAL.



La Ciudad Vella, a diferencia de otros sectores de Barcelona, es una ciudad propia. Este lugar dentro de la ciudad parece ser la característica primordial de los centros históricos de la ciudad a partir de ese punto, todo se complica. La planificación es incapaz de componer la complejidad de la posición en la que se encuentre. Y la planificación, en exploración de resultados a un corto plazo, ha condicionado insoportablemente las reglas establecidas del juego. La expectativa de hablar de lo viejo y lo nuevo crea una primera ambigüedad. La forma de la edificación tiene una correlación compleja con el pasar del tiempo. Tal vez podríamos experimentar en nuestra vivienda Mercaders algo como vivir, consecuentemente, en los mismos sectores, como si habitaran en un mismo lugar que no sería otro que se mueve a través del periodo de una localidad.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 01**

**PERFIL E IMAGEN URBANA**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**Comentario:**

El mercado de Santa Caterina originalmente fue una edificación neoclásico con un patio central muy grande cubierto con una estructura metálica ligera, obra de Joan Torres. Su nivel único en planta, de 6 metros de altura máxima, ponía por encima al espacio de una gran plaza de 9.000 m2 en un sector densamente poblado. La construcción de un estacionamiento subterráneo había dejado el mercado y al sector con un acceso difícil.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**FUERZAS DEL LUGAR**

**Comentario:**

Este sector de la ciudad se caracteriza por ser una zona de tráfico comercial y cultural, El Mercado de Santa Caterina es un mercado de abastos ubicada en el sector de Sant Pere, La riviera de Barcelona y Santa Caterina.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**LEYENDA**

- A.V DE FRANCESC CAMBÓ
- CARRER DE FREIXURES

En el lugar hay una residencia de estudiantes, una copistería, restaurantes, esta zona es básicamente residencial comercial. Enric Miralles y Benedetta Tagliabue, tenían como doble objetivo modernizarlo para dotar al barrio de un mercado atractivo y respetar, en la medida de lo posible, las fachadas neoclásicas originales. El resultado: es un espacio vibrante y multicolor cubierto por un manto gigantesco.



CASA MARI I RUFO



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

CAPRABO EROSKI



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

ESCUELA TÉCNICO PROFESIONAL XAVIER



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 02**

**ACCESIBILIDAD**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

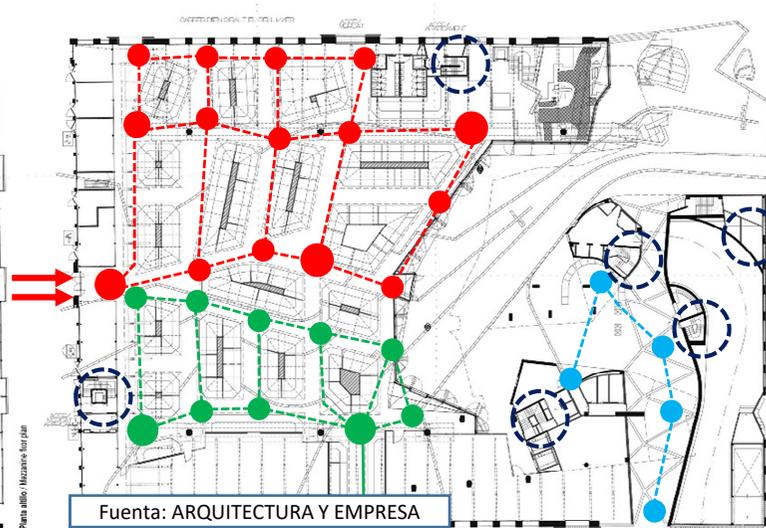
➤ **Comentario:**

Se desechó la opción de derribar el conjunto existente de tal manera que la imagen nueva que mostraba el mercado forme parte de la historia del sector. De tal manera, los nuevos edificios se sobreponen a las actuales, se confunden, se mezclan y finalmente se rigen como una unión de todo, un híbrido que sea útil y contemporáneo. La cubierta del mercado está revestida por representaciones de gres tintado y hervido a una alta temperatura, formadas por una crema de gres blanco que esto permite trabajar con tintes o esmaltes brillantes con transparencia. Esta característica es importa mucho para así obtener colores muy netos.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

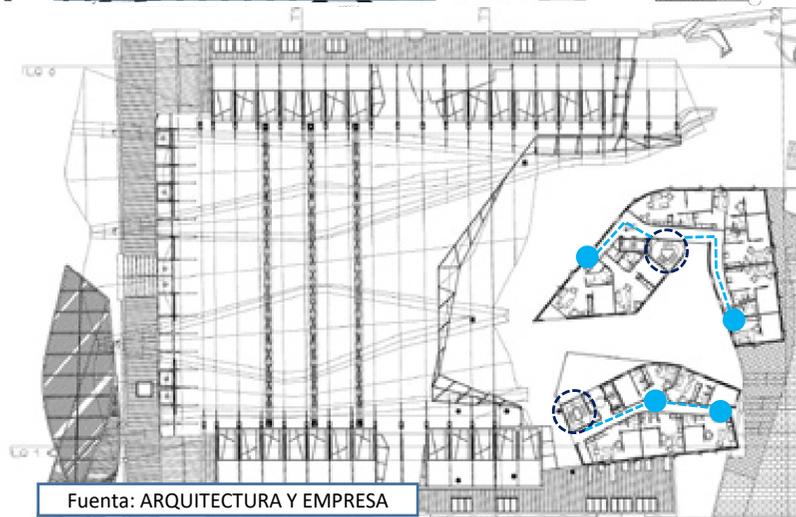
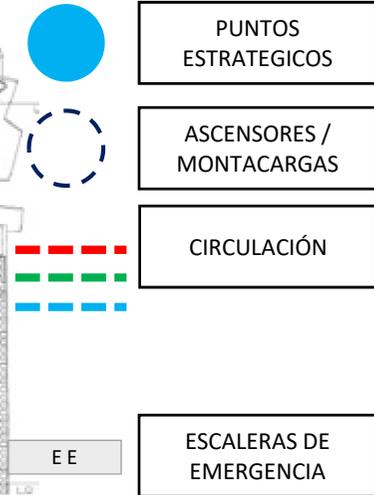
**INGRESOS**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

El mercado tiene cuatro entradas, la de la fachada principal, las de las calles laterales y la ubicada en la plaza de la parte trasera.

**CIRCULACIONES**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

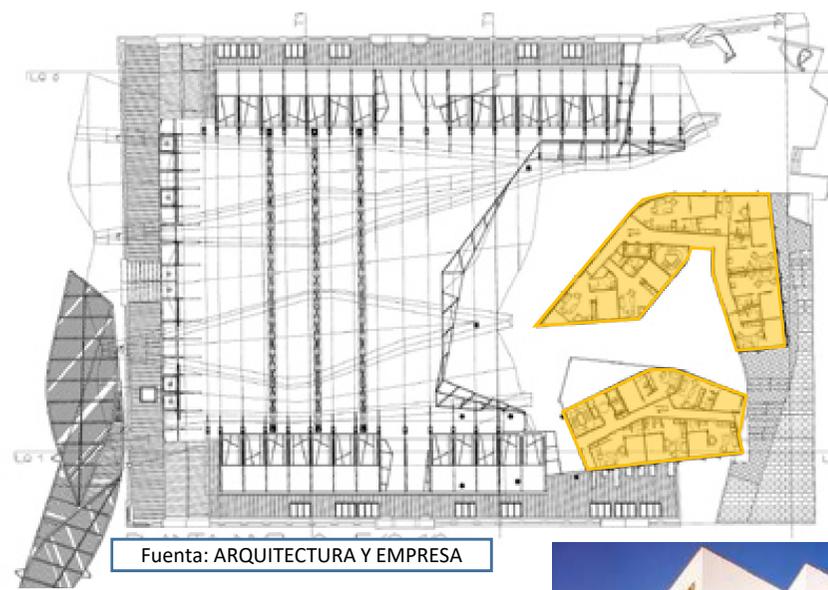
**LÁMINA N°:**

**A – 03**

**CIRCULACIONES**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

- ÁREA RESIDENCIAL**
- ÁREA COMERCIAL**
- SERVICIOS PÚBLICOS**
- ESPACIO PÚBLICO**

**PRIMER NIVEL**

➤ **Comentario:**

La zona comercial tiene casi el 70% de uso de ventas y comerciales por el mayor uso de usuarios de la zona. Un gran porcentaje para un espacio público central y sus circulaciones verticales que permiten el acceso a los siguientes niveles



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**SEGUNDO NIVEL**

➤ **Comentario:**

Se implementa la Zona Residencial en el lado Este, obteniendo un acceso exclusivo por las calles aledañas de ese establecimiento comercial.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

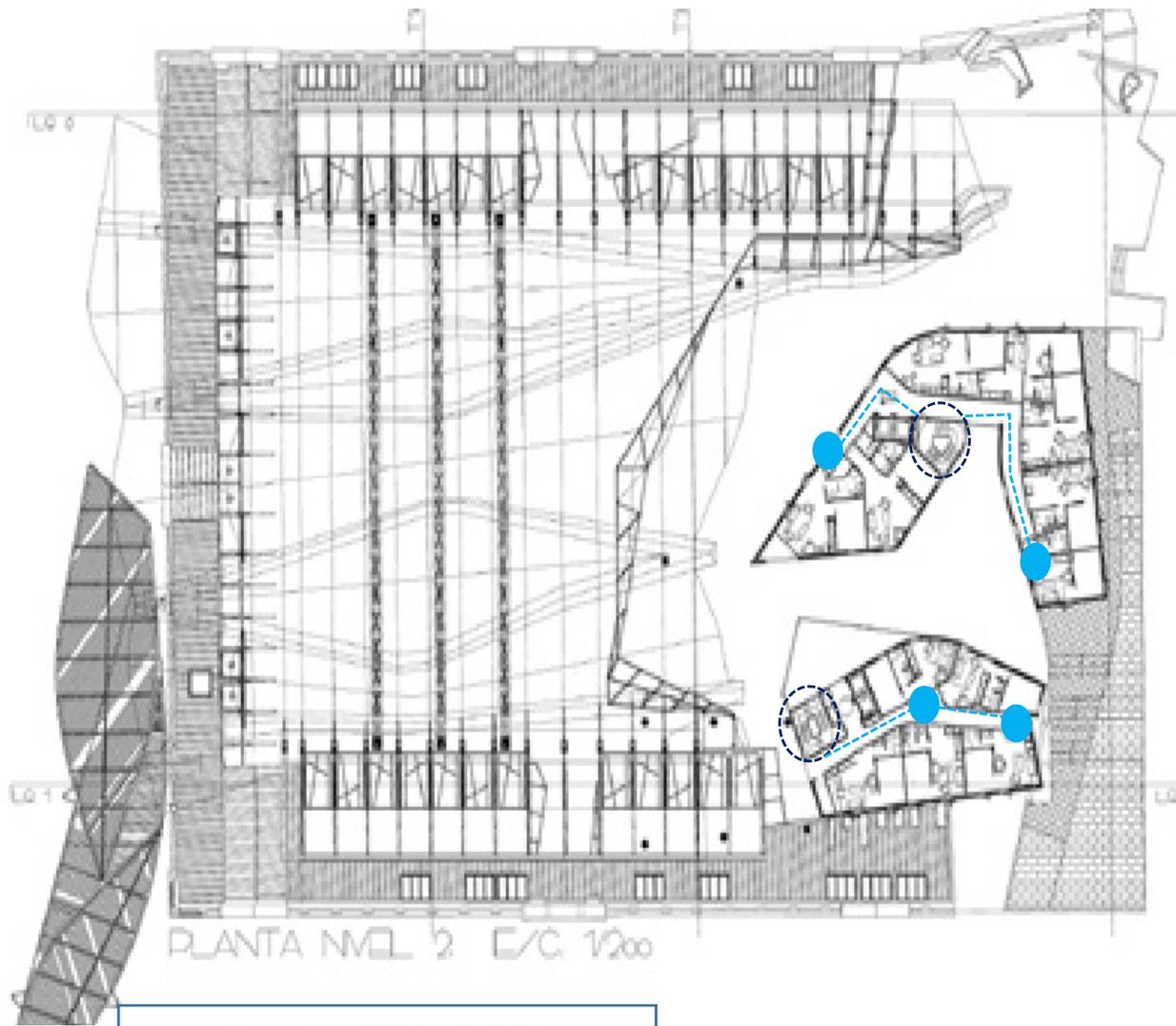
**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 04**





Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

SEGUNDO NIVEL

➤ **Comentario:**

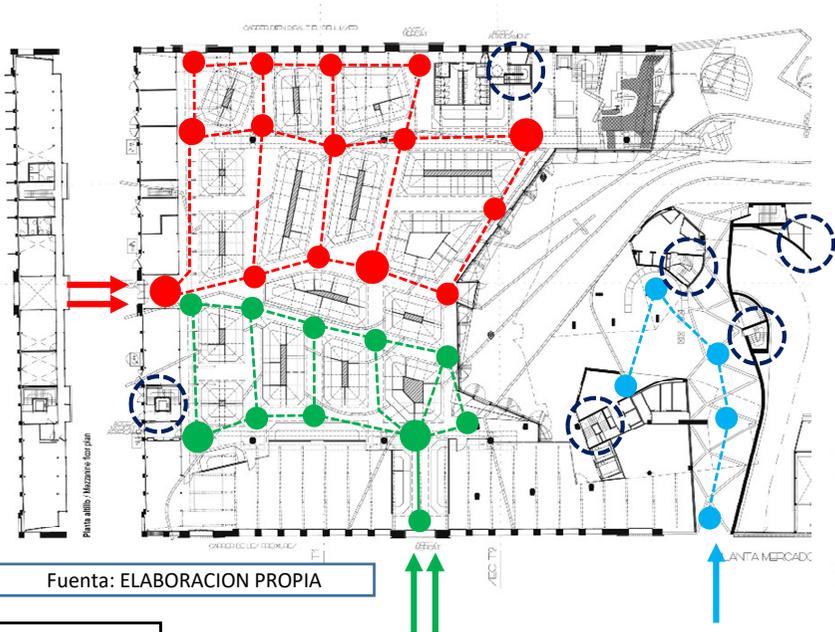
Se desarrolla una circulación casi nula en el establecimiento comercial, permite el flujo sólo en primer piso para uso comercial, mientras en otra área permite el acceso a las edificaciones de residencia.



CIRCULACIONES

-  PUNTOS ESTRATEGICOS
-  ASCENSORES / MONTACARGAS
-  CIRCULACIÓN
-  CIRCULACIÓN
-  CIRCULACIÓN
-  ESCALERAS DE EMERGENCIA

 <p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p>	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO SANTA CATERINA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b> <b>A – 05</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	



**PRIMER NIVEL**

➤ **Comentario:**  
Aquí se desarrollan la circulación general de los usuarios en el establecimiento comercial, permite el acceso inmediato y conecta mediante diversos puntos estratégicos para su fácil llegada a las diversas Góndolas y Stands



**SEGUNDO NIVEL**

➤ **Comentario:**  
Se desarrolla una circulación casi nula en el establecimiento comercial, permite el flujo sólo en primer piso para uso comercial, mientras en otra área permite el acceso a las edificaciones de residencia.



	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO SANTA CATERINA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 05</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

N



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**  
**Elevación Este:** Se implementa un acceso principal que conecta directamente de la calle principal hacia las góndolas internas.

➤ **Comentario:**  
**Elevación Norte:** De igual manera el acceso conecta a los usuarios desde las calles hacia las góndolas de ventas internas, además permiten una jerarquía en el tipo de fachada referente a la temática del mercado



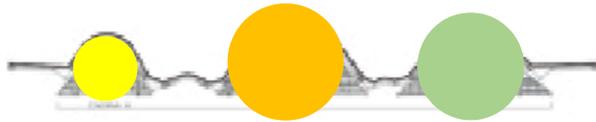
Fuente: elaboración propia

E



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

O



➤ **Comentario:**  
**Elevación Oeste:** En esta fachada predomina el ingreso principal, demostrando dos tipos de arquitectura, la primera fachada de la arquitectura gótica, mientras la segunda fachada a la arquitectura contemporánea.

➤ **Comentario:**  
**Elevación Sur:** Es la fachada principal para el edificio Residencial, permitiendo un acceso diferenciado hacia el establecimiento comercial y la edificación.

S



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

LEYENDA:

- Forma principal (volumen)
- Forma secundaria (niveles)

➤ **Comentario:**  
**JERARQUÍA-POR EL CONTORNO:** El predominio visual de unas formas y espacios, y, por consiguiente, su importancia, puede obtenerse creando una clara diferenciación entre su contorno y el de otros elementos de la composición. Una diferenciación que se apoye en un cambio de la geometría o de la regularidad, implica que un acusado contraste formal sea condición básica.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 06**

**MATERIALIDAD**

**MATERIALES EXTERIORES**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**MATERIALES INTERIORES**

El cielo raso del establecimiento comercial contiene la materialidad de madera en cubierta y acero en su estructura.

Los pisos son de diferentes materiales:

- 1° nivel: piso cerámico.
- 2° nivel: piso cerámico.
- 3° nivel: Cubierta de



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**COLOR**

**COLOR PRINCIPAL**

**BLANCO – PUREZA Y CONFORT**



➤ **Comentario:**  
Debido a la refracción de la luz con el cielo despejado de Sendai, la fachada se torna de un color azul.

**COLORES SECUNDARIOS**

**NARANJA – AMISTAD Y VIDA**

➤ **Comentario:**  
Puertas y ventanas de establecimiento comercial y madera de cielo raso, Cubierta

**VERDE – RELAX Y FRESCURA**

➤ **Comentario:**  
Cubierta liviana exterior

**CAFÉ - FELICIDAD**

➤ **Comentario:**  
Cubierta liviana exterior

**ROJO – PODER Y ACCIÓN**

➤ **Comentario:**  
Cubierta liviana exterior.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**  
La cubierta es un elemento muy singular de la obra diseñada por los arquitectos Enric Miralles y Benedetta Tagliabue. El mosaico, con figuras gigantes de colores muy vivos que representarán frutas y verduras, es obra del artista Toni Comella



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**  
La importancia de las fachadas góticas de Barcelona, predominan en un máximo esplendor, ubicándose cada usuario viajar al pasado y ver una arquitectura contemporánea.

➤ **Comentario:**  
Las fachadas secundarias mantienen un diseño temático a los cajones utilizados por los agrónomos y/o distribuidores, implementando la madera como materia prima y la utilización de formas con dicha referencia

➤ **Comentario:**  
La fachada principal, ubicada en el lado oeste frente a la plaza que entrelaza los espacios públicos con el ingreso principal del rehabilitado mercado Santa Catarina. Su implementación de los colores de su cobertura hacía el espacio público más importante



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

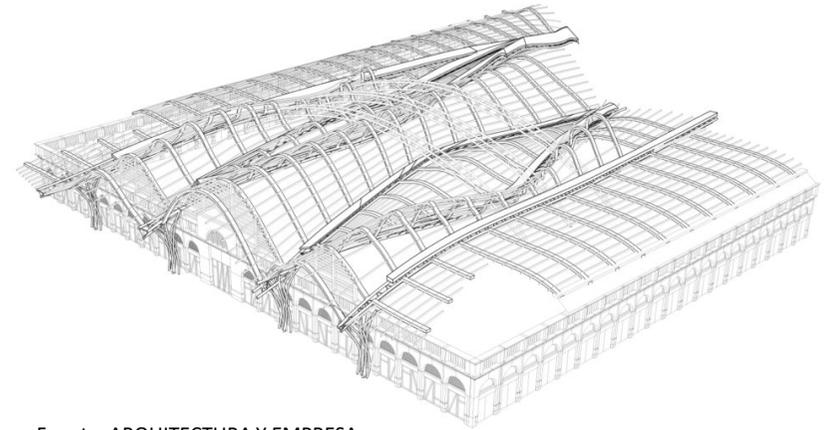
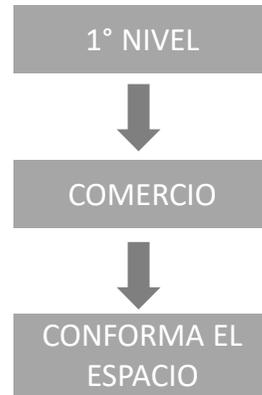
**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**  
MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**  
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

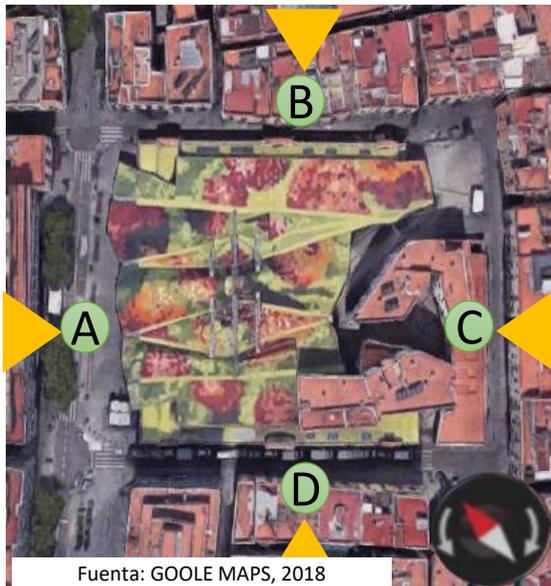
**CICLO:**  
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 07**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: GOOLE MAPS, 2018



➤ **Comentario:**  
Frente a la fachada tenemos un gran vereda donde la gente transcurre mayormente por la sombra que genera los techos del mercado y por lo que se atractiva y genera sensaciones ya que la envolvente tiene una altura la cual se hace notar como una edificación monumental.



➤ **Comentario:**  
En esta fachada no notamos la cobertura ya que este punto de la fachada termina la cobertura del mercado de una manera sinuosa. Frente a esta fachada encontramos edificios que al igual que en la fachada principal encontramos edificios de 5 a 7 pisos de altura.



➤ **Comentario:**  
Esta es la fachada de la parte posterior del edificio la cual esta fachada esta mas trabajada y pronunciada que podría decirse que es mas llamativa que el ingreso principal frente a esta se encuentra una pequeña plazuela, también encontramos edificaciones de 6 a 7 pisos.



➤ **Comentario:**  
Esta fachada al igual que la fachada B también reciben el fin de la cobertura, también encontramos edificaciones con alturas mayores y cuentan con un pequeño pasaje la cual lo hace ver angosto lo la monumentalidad que se siente debido a la altura del mercado y del edificio.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 08**

**INTERIOR – EXTERIOR**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El ingreso principal se está relacionado a una avenida importante y a una plaza longitudinal y en esa se encuentran los comercios abiertos a la calle lo que fortalece la relación con el entorno; por las calles secundarias tenemos los ingresos secundarios, y en la parte trasera tenemos también una pequeña plaza que enmarca el ingreso posterior. Lo interesante es que la estructura de la cubierta sobresale lo que crea zonas de sombra y las fachadas e invita a quedarse



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El mercado cuenta con aberturas que permiten que ingresen las luces y con ventanales creando una relación visual desde el interior del mercado.



➤ **Comentario:**

A pesar que esta masa hace notar que es un volumen cerrado y macizo; las aberturas y el vidrio crean una conexión con el exterior por medio de la naturaleza, crea un ambiente como cuando estamos fuera del mercado como disfrutar del mismo o sol o el viento que corre por esa dirección.

**PÚBLICO – PRIVADO**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

La plaza exterior del mercado y las envolventes que sobresalen creando sombra en todo el frente del mercado crea una vía peatonal haciendo de esta una sola relación entre el mercado y la plaza.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

Utilizando elementos que puedan cerrar estas aberturas que permiten la visualización con el espacio exterior dándole privacidad.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 09**

☐ SISTEMA ESTRUCTURAL

➤ Comentario

Sistema aporticado de arcos consiste en dos grandes vigas de concreto laterales, apoyadas en 7 pilares de concreto, de las que arrancan los tres arcos atirantados, de los cuales cuelga una compleja red de vigas metálicas triangulares suspendidas en su parte central pero que en sus extremos se apoyan en pilares ramificados de acero.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ELABORACION PROPIA

PLANTA MERCADO

➤ Comentario:

La modulación en planta es sencilla se forma este cuadrante central, pero la cubierta genera otra modulación dentro de este. Es una división tripartida en tres naves de forma irregular. La irregularidad, hace mas complejo al espacio y por ende mas interesante.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 10**

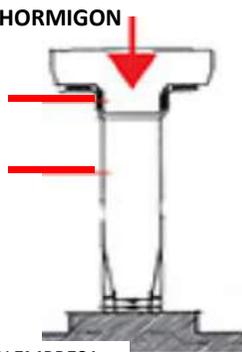
➤ **Comentario:**

La estructura del Mercado Santa Caterina esta formada por un conjunto de 3 arcos de 42 metros que sujetan centralmente las vigas de acero para evitar que se caigan. El diseño de Miralles y Tiaglabue demuestra que a través de grande tecnologías y una buena metodología constructiva se pueden lograr diversas formas y figuras. Es impresionante como la estructura fue diseñada pensando en al rigidez y estabilidad, ya que si falta un elemento constructivo hay otro respaldándolo.

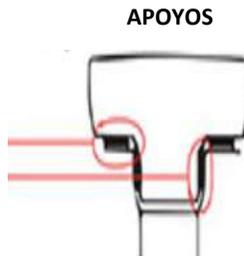
❑ **PILARES Y VIGAS DE HORMIGON**

**VIGAS EN T:** Absorben deformaciones y esfuerzos verticales

**7 PILARES :** Soportan dos vigas en T de hormigón trabajando a compresión

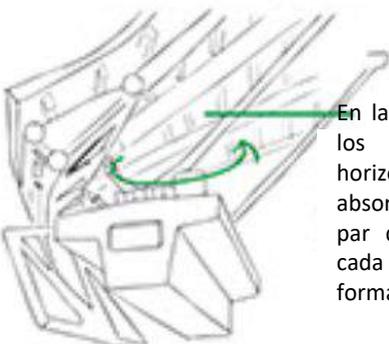


2 horizontales: estabilizar giro y absorber deformaciones  
2 verticales : transmitir esfuerzo horizontal al pilar



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

❑ **ARCOS METALICOS CENTRALES**

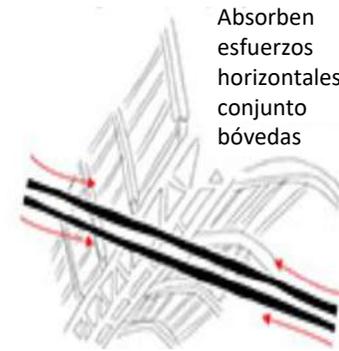


En la base de los arcos los esfuerzos horizontales se absorben mediante un par de direcciones en cada uno de ellos formados por 19 cables

Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

❑ **TORNAPUNTAS**

Conjunto de barras que sujetan literalmente la cubierta.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

❑ **PILARES METALICOS**

Compuesto por tubos metálicos independientes, cada uno trabaja distinto para las diferentes hipótesis de cargas se han adoptado longitudes de pandeo

**RAMILLETE DE TUBOS METÁLICOS**



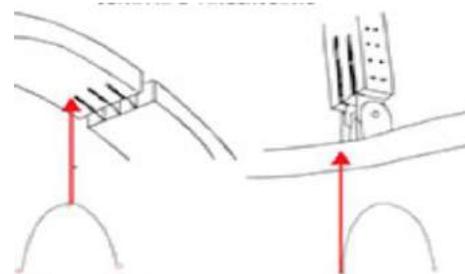
Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**RAMILLETE DE TUBOS METÁLICOS SOBRE UNA LOSA DE HORMIGÓN**



❑ **ARCOS DE MADERA**

Articulados en la base para no transmitir momentos entre las partes de madera y las vigas metálicas.



**TRIARTICULADOS:** Liberar tensiones en su centro por movimientos propios.

**BIARTICULADOS:** Favorecer su rigidez

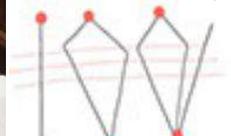
❑ **VIGAS EN UVE**

6 vigas metálicas desde la fachada hasta el extremo opuesto.



Las péndolas transmiten los esfuerzos entre vigas metálicas en uve y los 3 arcos principales.

**VIGAS EXTREMAS (2)**  
**VIGAS CENTRALES (2)**



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

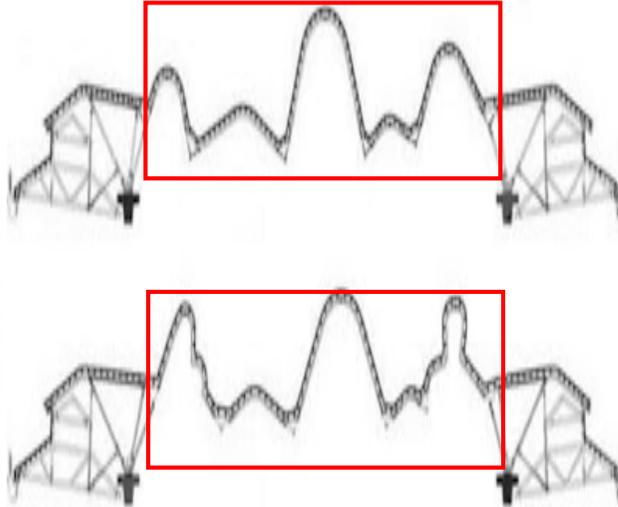
**A – 11**

➤ **Comentario:**

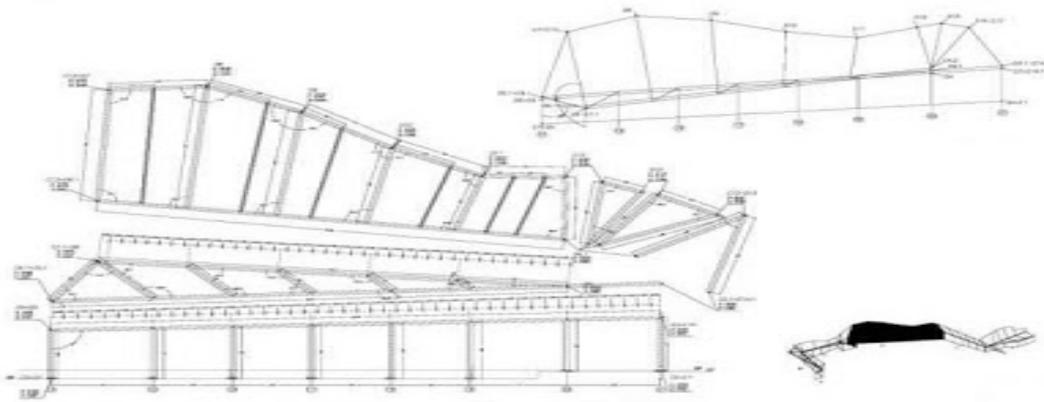
La estructura del mercado de Santa Caterina está formada por un conjunto de bóvedas de madera irregulares, unas biarticuladas otras triarticuladas, que se apoyan en vigas de acero de sección y directriz variable sustentadas, a su vez, en vigas y pilares de hormigón.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

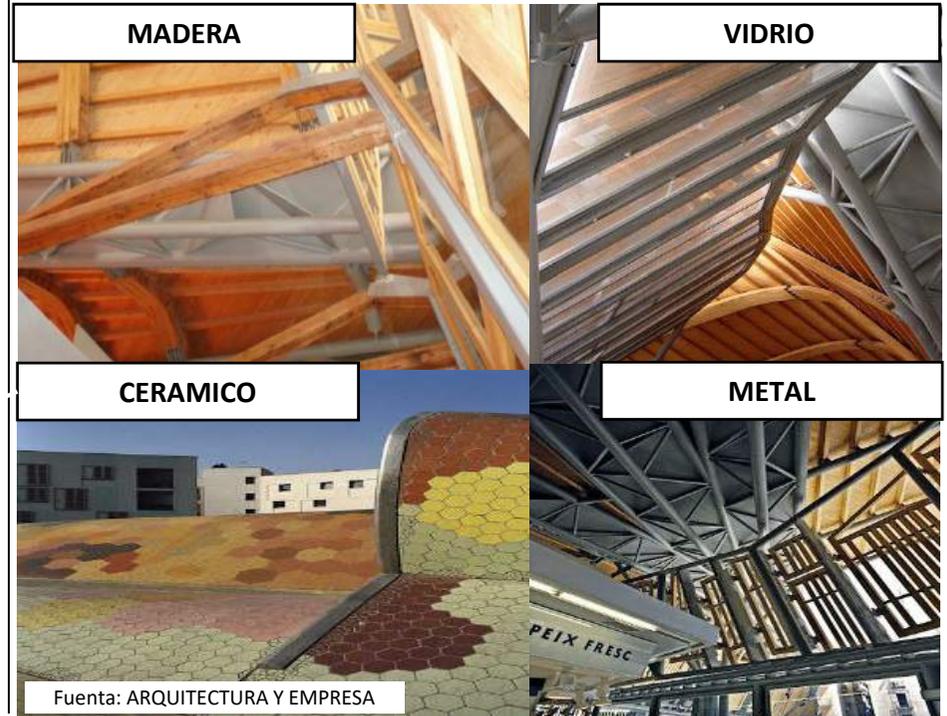


Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**MATERIALES**

➤ **Comentario:**

Estos materiales hace notar al proyecto como algo rustico y moderno al mismo tiempo con una forma atractora. Estos materiales mas su forma dar a entender que se trataría de un proyecto ecológico ya que por medio de estas aprovechan las condiciones ambientales que este lugar les brinda ya que por un lado por medio de sus espacios vidriados iluminan el ambiente naturalmente , por la madera que es un material que absorbe el ruido muy eficientemente y no permite que el sonido traspase fácilmente y también este cerámico de colores que le dan vida al proyecto y dándole identidad .



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 12**

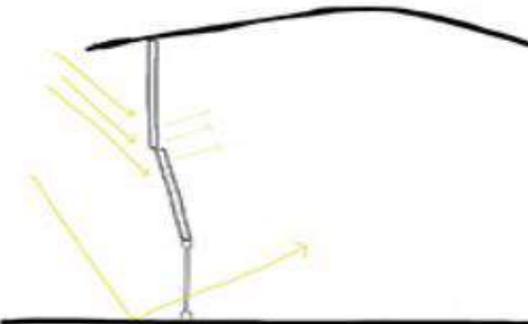
➤ **Comentario:**

**Iluminación:** La iluminación se da por medio de la reflexión de la luz solar que se da por medio del suelo y luego a la cubierta guiando la luz hacia el interior.

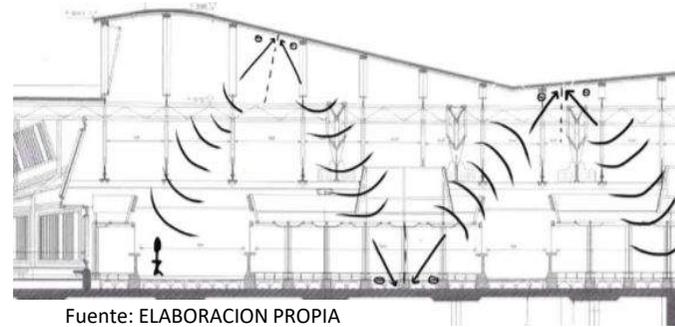
La iluminación decrece a medida que el ángulo aumenta pero siempre iluminando el interior de una manera natural



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



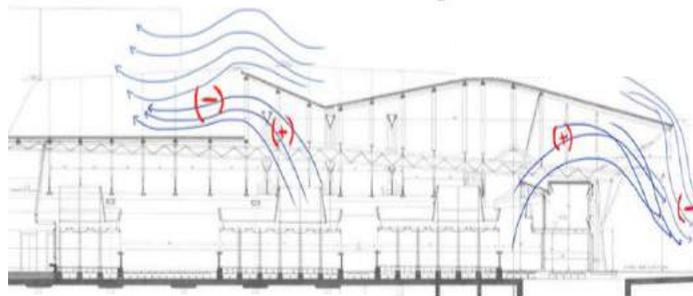
Fuente: ELABORACION PROPIA



Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

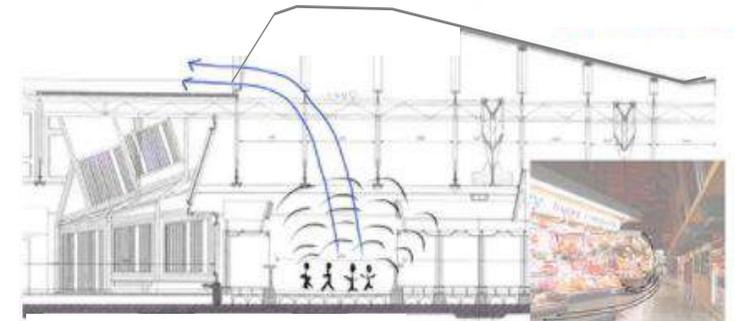
**Acústica :** En la reflexión el sonido rebota en una superficie y el ángulo reflector es igual al ángulo de incidencia. Los principios reflectores del mercado de Santa Caterina son la cubierta y el suelo



Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

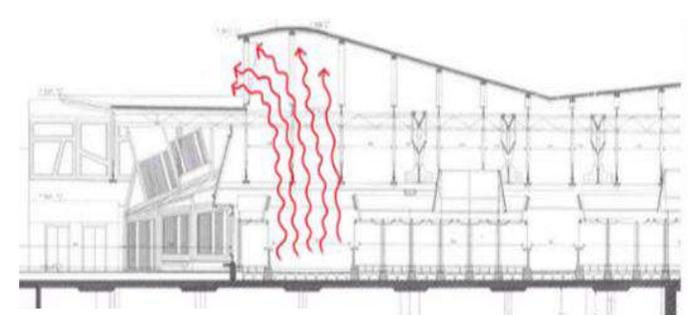
**Ventilación:** Proceso de transferencia en el cual las partículas de calor se ponen más livianas y por lo tanto suben, la presencia de los orificios en la parte superior del mercado permiten que ese aire caliente suba y salga. La ventilación se da principalmente por la cubierta que cuenta con directas



Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

**Acústica :** Las ondas del sonido se curvan dependiendo de los objetos que están alrededor y se meten por pequeños orificios. Las ventanas en este caso permiten que el ruido a través del espacio y salga por la cubierta por los orificios existentes.



Fuente: ELABORACION PROPIA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

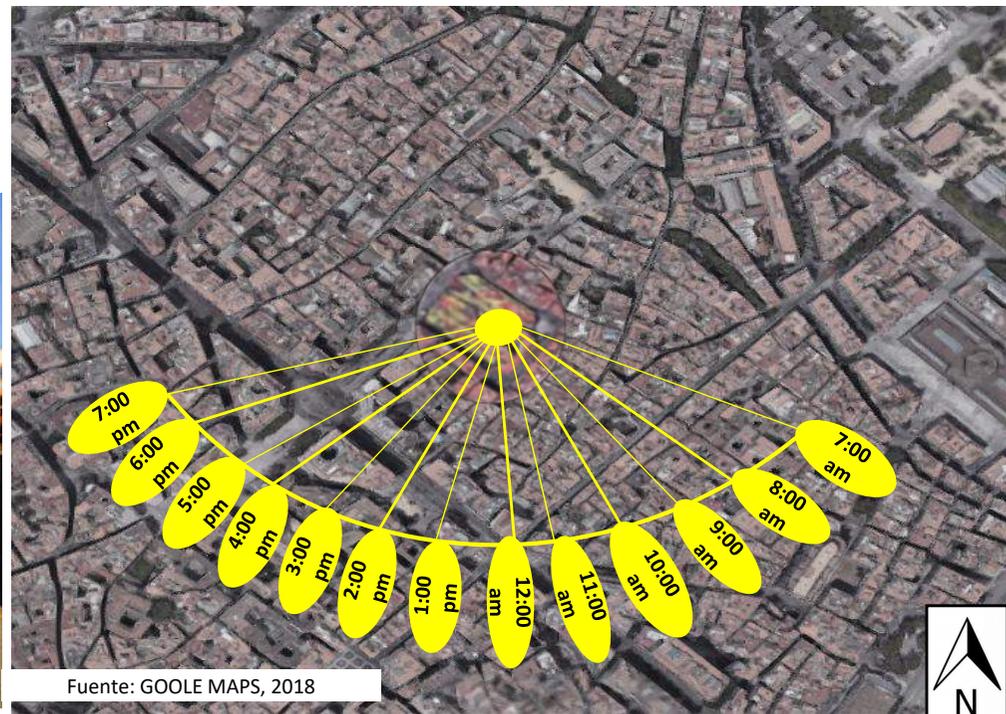
**A – 13**

➤ **Comentario:**

El manejo de la Luz dentro del mercado Santa Caterina es interesante. Se maneja a través de reflejos de luz solar. Lo que permite en gran medida tener el lugar iluminado pero sin dejar que la luz directa pase, ya que este puede dar los alimentos dentro del mercado.



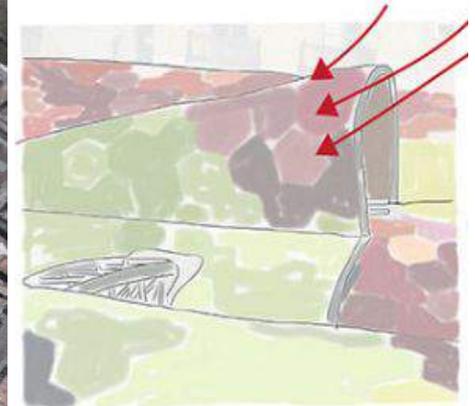
Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: GOOLE MAPS, 2018

➤ **Comentario:**

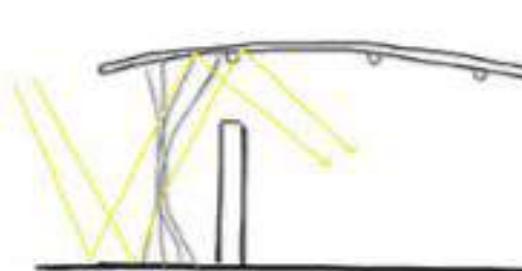
La reflectancia aumenta a medida que el ángulo de incidencia aumenta. Hay 2 bolsillo de luz que permiten que entren indirectamente gracias al brillo de la cubierta



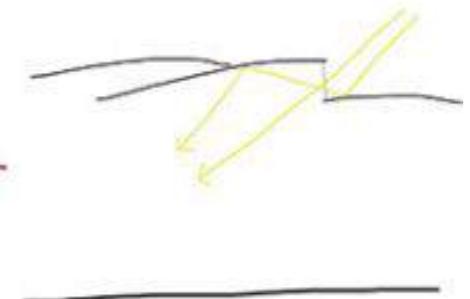
Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El uso de materiales tales como el de la cubierta y piso fueron seleccionados precisamente para poder darle un buen manejo de luz al lugar. La luz y la temperatura en realidad son elementos compositivos que le brindan a lugar sobriedad y frescura. El manejo de persianas en la parte posterior para no permitir el acceso directo de la luz porque no tiene tanta transcendencia como la fachada principal en el manejo de luz.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 14**

El lenguaje arquitectónico del mercado es moderno y rustico, esta compuesto por 1 nivel . El mercado refleja modernidad y al mismo tiempo por ser un mercado con un gran tamaño se nota ligero por las curvas de su cubierta y por los materiales que se encuentran en el mercado lo cual eso el ayuda a verse mucho mas ligero.



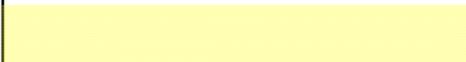
Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

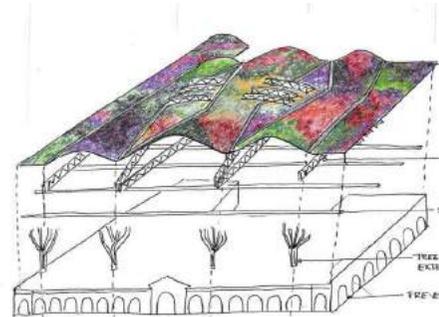
La forma construida tiene una compleja relación con el tiempo habitar como moverse en el tiempo que ha pasado sobre el lugar. Volver hacia atrás en el tiempo para seguir adelante. Las nuevas construcciones se superponen a las existentes. Se mezclan, se confunden para hacer aparecer ese lugar en sus mejores cualidades. LA cubierta que cuenta el mercado se transforma en la fachada mas importante del edificio pero su inconveniente es que solamente es visible desde la altura. Esta cobertura representa un gran toldo bajo el que se cobijan los puestos sin ningún organización predeterminada



**CURVA - RITMICA**



**FACHADA LINEA**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El mercado tienen un lenguaje línea lo que le da seriedad y estabilidad desde una vista frontal hacia la fachada , pero también nos damos cuenta que esta tiene una forma rítmica desde una vista aérea y la fachada nos muestra un cambio entre lo pasado y lo moderno sin perder esa identidad que le pertenece al pueblo



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 15**

➤ **COMENTARIO:**

EL Mercado se encuentra en un lugar muy pacifico donde encontramos personas que habitan alrededor de ella, o personas y turistas que vienen apreciar la belleza de este mercado.

El mercado tiene una cubierta colorida que no es muy apreciada en su totalidad por las personas que transcurren por el mercado ya que esta tiene alturas mayor a 4 metros lo cual no deja apreciar ese mosaico de colores , dando una sensaciones hacia las personas , esta cuenta con una vereda muy ancha la cual la gente prefiere transcurrir por aquí ya que es muy espaciosa y esta crea un confort muy agradable



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



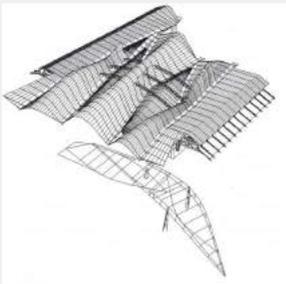
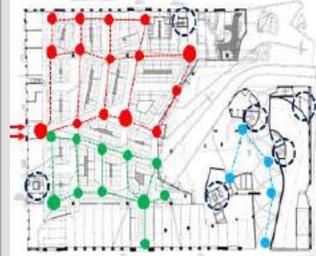
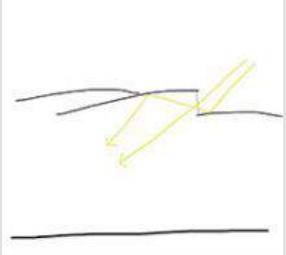
Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El mercado tiene amplios espacios previos al ingreso del conjunto comercial , esto genera una continuidad del espacio publico hacia el interior, de esta manera la percepción peatonal de su paso a otro espacio de da sin notarlo de una manera natural.

Por otro lado las bóvedas resaltan en toda la avenida dándole mas énfasis al proyecto, esta también da sombras y crea sensaciones en cualquier usuario que pasa por aquí por lo monumental que es esta.

	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO SANTA CATERINA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 16</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

<p><b>DIMENSIÓN CONTEXTUAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> plaza de abastados ubicada en el barrio de Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera de Barcelona. Construido entre 1844 y 1848 sobre un antiguo convento, del que heredó el nombre, es el mercado cubierto más antiguo de la ciudad.</p>		<p><b>DIMENSIÓN CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Sistema aporticado de arcos consiste en dos grandes vigas de concreto laterales, apoyadas en 7 pilares de concreto, de las que arrancan los tres arcos atirantados, de los cuales cuelga una compleja red de vigas metálicas triangulares suspendidas en su parte central pero que en sus extremos se apoyan en pilares ramificados de acero.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FUNCIONAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> La zona comercial tiene casi el 70% de uso de ventas y comerciales por el mayor uso de usuarios de la zona. Un gran porcentaje para un espacio público central y sus circulaciones verticales que permiten el acceso a los siguientes niveles</p>		<p><b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA – AMBIENTAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> El mercado cuenta con una iluminación natural la cual se aprovecha mediante la cubierta que generan espacios que ingresen gran cantidad de luz pero esto se controla mediante una estructura de madera la cual controla el ingreso de luz</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FORMAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> La forma del contorno tiene una forma rectangular dándole así una mejor distribución al interior del lugar. Mas el techo tiene una forma ovalada que le da vida al mercado algo mas atractivo para las personas que visitan este mercado</p>		<p><b>DIMENSIÓN SEMÁNTICA – SIMBÓLICA</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Este mercado fue un mercado antiguo lo cual fue repotenciado con una nueva cubierta multicolor que pretende asemejarse a un toldo que cubre la actividad que se desarrolla bajo él, pero dejando adivinar la esencia de la misma. Las piezas cerámicas hexagonales son píxeles gigantes en colores que representan y se inspiran en las formas y colores de las frutas frescas y verduras que tradicionalmente se exponían en el mercado.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN ESPACIAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Se genera desde el exterior del edificio ya que tiene un espacio de bienvenida al mercado con la cobertura del techo, Esta cuenta con espacios muy bien trabajados que ayudan al usuario a poder desplazarse con tranquilidad.</p>				



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO SANTA CATERINA

**ALUMNO:**

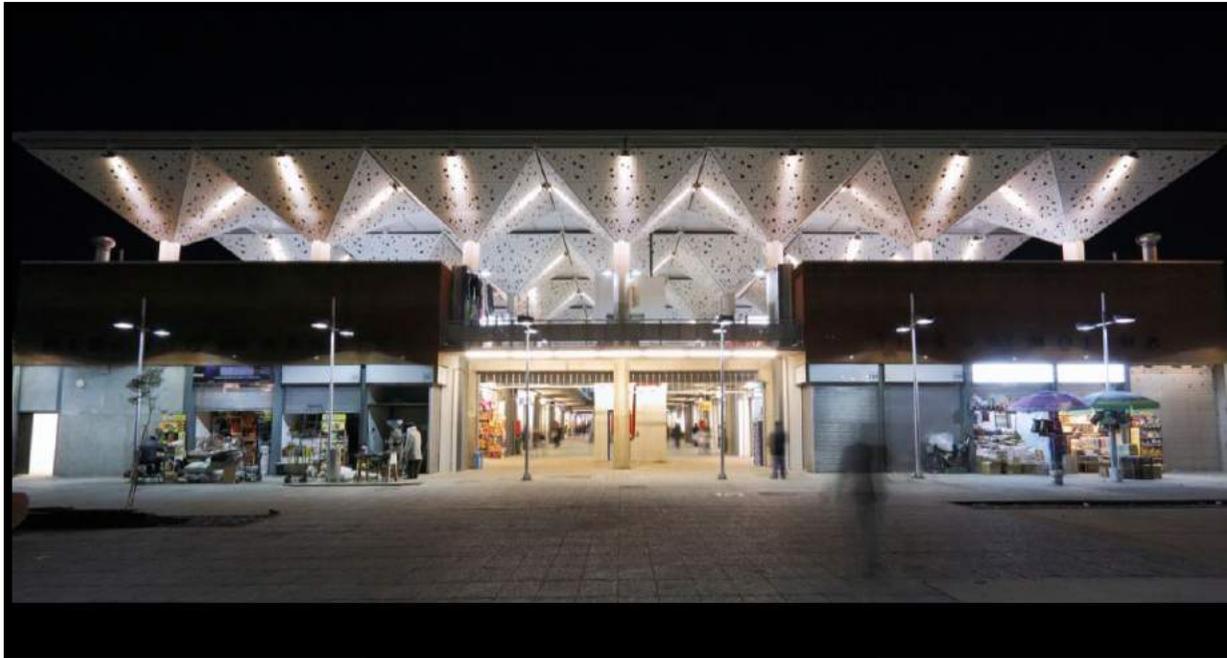
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 17**



**MERCADO TIRSO DE MOLINA**

JORGE IGLESIS – LEOPOLDO PRAT



# PRESENTACION

Arquitecto	Jorge Iglesias, Leopoldo Prat
Ubicación	Av. La Paz esq. Av. Artesanos, Comunas de Independencia y Recoleta, Santiago
Area del terreno	14.200 m <sup>2</sup>
Area construida	8.200 m <sup>2</sup>
Altura	
Periodo de construccion	2010 - 2011
Escala	2 plantas
Estudio	Mercado Tirso de Molina
Costo	
Ingenieria estructural	RG Ingenieros - Patricio Recabal
Ingenieria mecanica	
Administrador	
Constructora	Salfa
Instalaciones electricas (corriente pesada)	Ingenel
Instalaciones electricas (corriente ligera)	Ingenel
Equipamiento de aire acondicionado	
Instalaciones sanitarias	Ingenel
Instalaciones para los elevadores	

## IGLESIS PRAT ARQUITECTOS

El estudio Inglesis Prat Arquitectos esta compuesto por los arquitectos Jorge Iglesias y Leopoldo Prat, ganadores de Modificación del Proyecto 1er Lugar Concurso de Ideas para La Chimba 2008, tras Concurso Público del MOP. 1er Lugar ED 2011 Mejor iniciativa sustentable, El proyecto trata de dinamizar a los usuarios y vendedores se relaciones con el mercado y el entorno ya que la idea de su cubierta se baza en perforaciones para que ingresen rayos de luminosidad con concepto de las sombras de los arboles ,dinamizar las visuales con un medio sustentable, sostenible y económico.

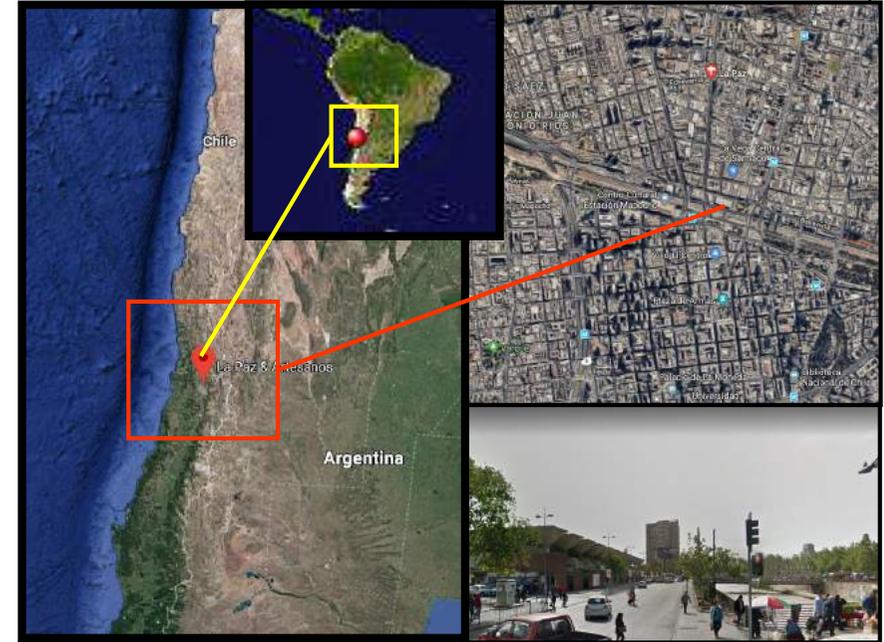


Aeropuerto de Atacama, Chile, 2005.



Edificio corporativo Corp. Group, Chile, 2006.

## DATOS GENERALES



Esta ubicado en un punto importante de la ciudad, Sector La Chimba (Siglo XVI-XVIII), paralelo al rio Mapocho y la pista costanera norte, el mercado Tirsas de molina viene usándose con el mismo fin desde el año (1955). El inicio el mercado se generaba gracias al tranvía que en sus entonces tenían los vagones en ese sector, el mercado era de nivel mayorista, también tiene una relación históricamente relacionado con el asentamiento de los primeros barrios populares de la Capital. En sus alrededor de el mercado tienen diversas actividades como un parque pasivo en el cual subterráneamente sirve de estacionamiento, centros culturales, plazas históricas y mercados de flores, esta ubicado en un punto estratégico y muy importantes dinamizador de la ciudad.



“ANALISIS ARQUITECTONICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINAMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 01**

## PERFIL E IMAGEN URBANA



El terreno es rectangular

### Comentario:

El mercado Tirso de molina no rompe con el parámetro de su zona es una área donde los edificios son de 3 a 4 pisos, tiene la idea de los techos con un ritmo de desniveles que se aprecia a simple vista destacándose en el entorno y el color del exterior marcando el contraste en la ciudad.



## FUERZAS DEL LUGAR

### Comentario:

la plaza de los historiadores, se transforma tras la construcción de 300 estacionamientos subterráneos, una fuerza importante del lugar el rio Mapocho , centros culturales y el transporte fluido de la zona por ser un punto estratégico para que las personas realicen sus actividades.



### Comentario:

El mercado esta un lugar muy importante ya existe un recorrido que remata en una plaza, llamada la plaza de los historiadores, se encuentran institutos, parques, el museo nacional de bellas artes, hospitales, iglesias y diversos parque en sus alrededores.



PLAZA TIRSO MOLINA



VIA COSTANERA NORTE



CENTRO C. ESTACION MAPOCHO



HOSPITAL UNIVERSIDAD. CHILE



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO TIRSA LA MOLINA

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

A – 02

## ACCESIBILIDAD



➤ **Comentario:**  
La accesibilidad hacia el mercado es limpio, ya que esta rodeado de pistas peatonales y vehiculares la plaza sirve como remate y remarca el ingreso principal.



Calle interior 1 Trenton  
(vehicular – peatonal)



Calle interior 2 Trieste  
(vehicular – peatonal)



Calle artesanos  
(vehicular-peatonal)

## INGRESOS



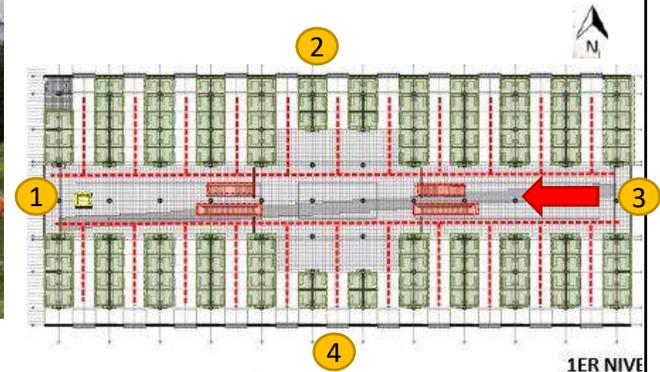
➤ **Comentario:**  
Acceso Sur y Norte: Son 11 ingresos medianos por lado el cual se entiende que hace mas fácil ir a un punto de compra específico .



➤ **Comentario:**  
Acceso Oeste tiene un remate que te lleva a un boulevard donde las personas pueden tener líneas de vehículos o también personales en una área segura para llegar a su destino.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



1ER NIVE

➤ **Comentario:**  
tratamiento de materiales similares y diseño longitudinal que remata en una plaza.

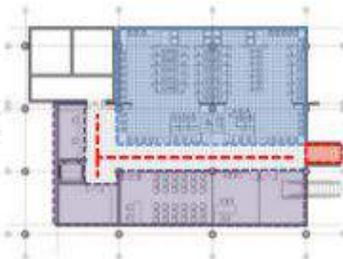
	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO TIRSA LA MOLINA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b> <b>A – 03</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

➤ **Comentario:**

En el sótano se encuentran los servicios higiénicos los cuales se acceden por intermedio de escaleras mecánicas y ascensores.

LEYENDA

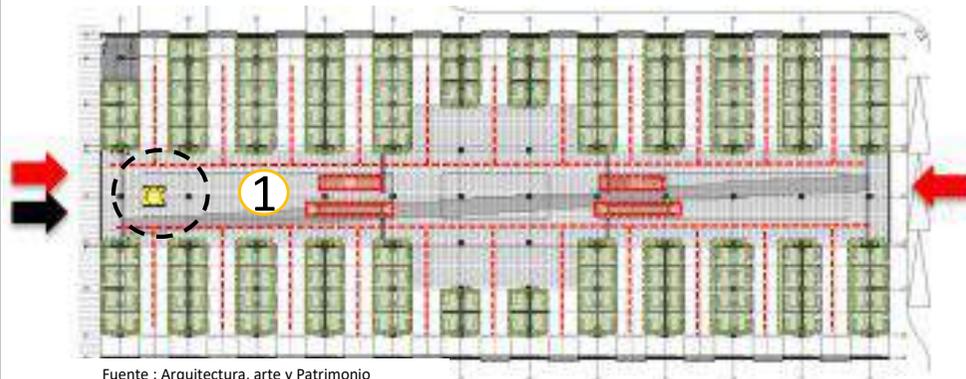
- SSHH
- ADMINISTRACIÓN
- CIRCULACION HORIZONTAL



• En el espacio central que recorre a lo largo todo el edificio se disponen rampas y escaleras.



• Vistas en el segundo nivel hacia puntos importantes del entorno.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

**PRIMER NIVEL**

➤ **Comentario:**

En el primer nivel se ubicarán los locales de frutas y verduras (352 puestos) y en el segundo estarán los de abarrotos (90). las cocinerías también se incorporan en el segundo piso, con sus propias terrazas permitiendo las vistas sobre el barrio a sus clientes aprovechándolo la imagen urbana.

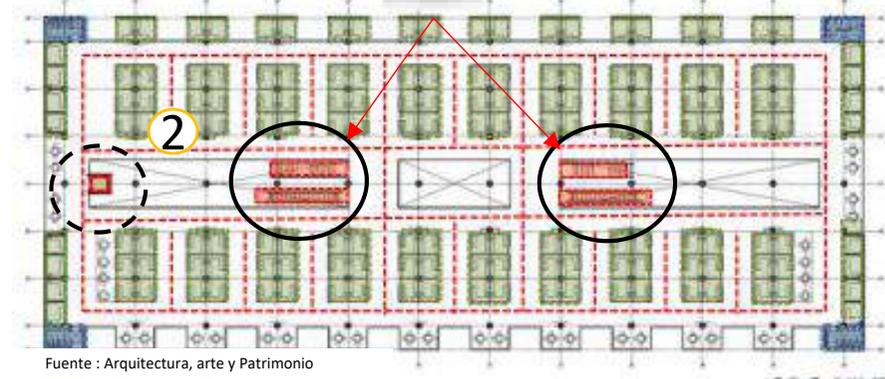
LEYENDA

- SSHH
- ADMINISTRACIÓN
- CIRCULACION VERTICAL
- PUESTOS DE VENTA
- ASCENSOR
- INGRESOS PUBLICOS
- INGRESO SERVICIO
- CIRCULACION HORIZONTAL

**SEGUNDO NIVEL**

➤ **Comentario:**

En el 2º nivel se ubican locales de cafeterías que se abren a la vista hacia el río Mapocho y el parque forestal. el lugar es abierto y ventilado, amplio y de fácil acceso. en el subsuelo se ubican servicios higiénicos y recintos de apoyo.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

LEYENDA

- SSHH
- ADMINISTRACIÓN
- CIRCULACION VERTICAL
- PUESTOS DE VENTA
- ASCENSOR
- INGRESOS PUBLICOS
- INGRESO SERVICIO
- CIRCULACION HORIZONTAL

CIRCULACIONES

- CIRCULACIONES VERTICALES
- ASCENSORES / MONTACARGAS
- ESCALERAS DE EMERGENCIA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 04**



1

2

### LEYENDA:



VACIO



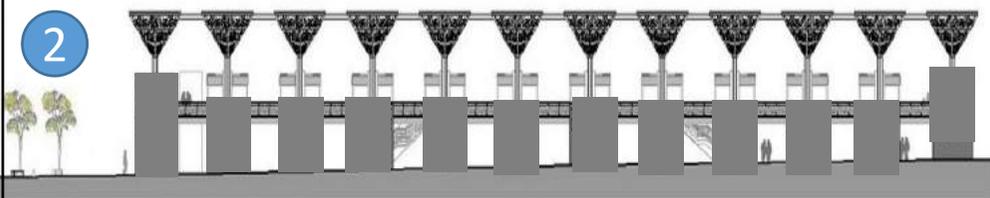
FORMA VIRTUAL



FORMA COMPLEMENTO (LLENOS)



FORMA COMPLEMENTO (VACIOS)



2

### ➤ Comentario:

La forma predominante es esta que es formalmente un gran prisma, que funciona a modo de contenedor, donde nuevamente podemos ver espacios más pequeños dentro de él.



1

### ➤ Comentario:

La estructura de pirámide invertida que conforma el techo a primera vista distorsiona la lectura de la forma prismática en el interior, sin embargo los puestos de venta refuerzan la forma y evitan que se pierda



### ➤ Comentario:

- Los ingresos secundarios de este mercado están marcados por un muro ciego y la cobertura piramidal. Este proyecto es simétrico por la cual busca parecerse al follaje de los árboles.
- El ingreso principal del mercado está marcado por un muro ciego mucho más amplio que los ingresos secundarios lo cual si se hace notar como un ingreso principal a pesar de que tiene la misma magnitud que las coberturas de todo el mercado



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO TIRSA LA MOLINA

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

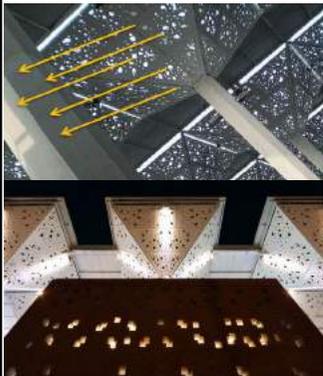
A – 05

## MATERIAL

### MATERIALES EXTERIORES



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



➤ **comentario:**  
cubierta de sombreaderos en panel metálico perforado.

➤ **comentario:**  
cubierta de paneles de fibrocemento perforado y enchape de ladrillo rustico.

### MATERIALES INTERIORES



cubierta sombreaderos en panel metálico perforado, en el interior como en el exterior del mercado.

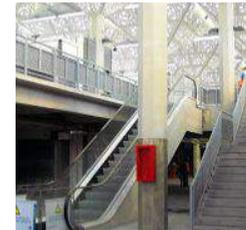
Las plantas del 1er y 2do nivel son de material antideslizante Al interior las paredes es de revestimiento de madera perforada permitiendo el ingreso de la iluminación y ventilación.

➤ **comentario:**

Las fachadas Este y Oeste son homogéneas ya que estas cuentan con un ingreso principal y materiales de panel de fibrocemento perforado y revestimiento de ladrillo artesanal color ocre.

➤ **comentario:**

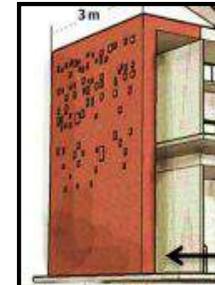
Las fachadas Norte y Sur también son homogéneas ya que estas cuentan con 11 ingresos por los cuales se estructura el equipamiento y materiales de panel de fibrocemento perforado y revestimiento de ladrillo artesanal color ocre, y soportan el techo que es de panel metálico perforado.



## COLOR

### COLOR PRINCIPAL

OCRE (CONTRASTE URBANO)



Las plantas del 1er y 2do nivel son de material antideslizante Al interior las paredes es de revestimiento de madera perforada permitiendo el ingreso de la iluminación y ventilación.

### COLORES SECUNDARIOS

AMARILLO (DINAMINIZADOR)

➤ **comentario:**

Al ser los colores neutros se da resalte con la madera colorida.

GRIS (SENSACION DE SOMBRAS)

➤ **comentario:**

Sombras proyectadas por la perforación de los paneles.

BLANCO (ESPACIALIDAD)

➤ **comentario:**

Paneles de color blanco para profundizar la espacialidad de los ambientes y el exterior.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

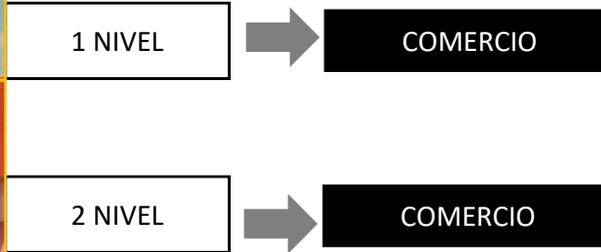
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 06**



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

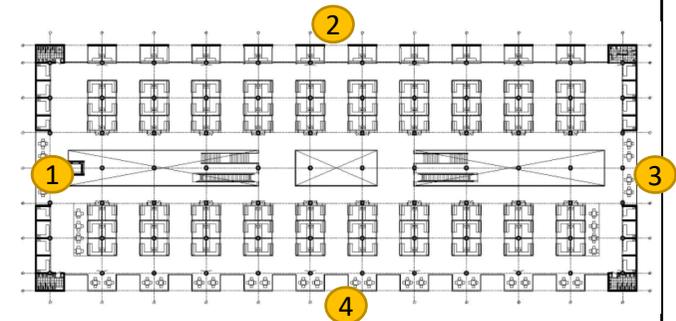
➤ comentario:  
La vista norte tiene como vista hacia la calle los artesanos, que se puede visualizar las casas donde también se encuentra pequeños comercios zonales.

➤ comentario:  
La vista Oeste tiene vista hacia lo que sería el estacionamiento donde las personas ingresan y también salen dirigiéndose hacia sus viviendas.

➤ comentario:  
La vista Sur tiene vista hacia el puente que conecta por encima del río Mapocho y es un punto de vista especial y privilegiado, junto con área verde alrededor.

➤ comentario:  
La vista Este tiene un remate hacia lo que es el parque y por donde tiene un ingreso principal que conecta al mercado con lo urbano un buen ambiente para el ocio.

## INGRESOS – VISTAS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

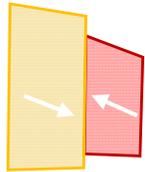
**LÁMINA N°:**

**A – 07**

## INTERIOR – EXTERIOR

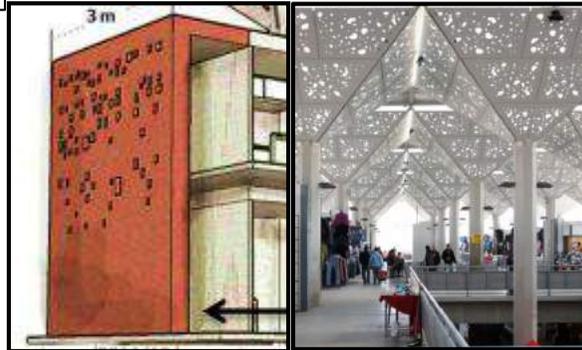


Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



➤ **comentario:**  
En las vistas Norte y Sur el comercio tiene una secuencia zigzag, de tiendas expuestas a la calle y otras interiores al mercado, haciendo que tenga relación exterior e interior.

➤ **comentario:**  
Las vistas Este y Oeste, tienen como remate hacia estacionamiento y la plaza, son las caras e ingresos jerárquicos los accesos rápidos de el exterior al interior y conectan del 1 piso al 2 piso.

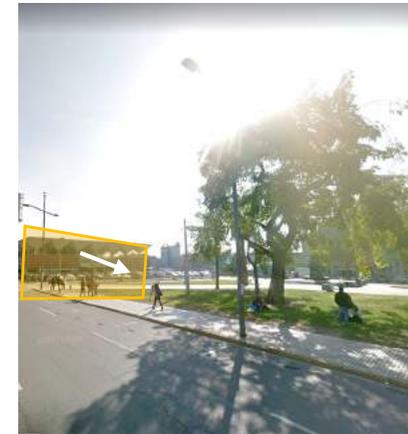


➤ **comentario:**  
El recubrimiento es panel perforado permitiendo el acondicionamiento de el interior con el exterior.



➤ **comentario:**  
Al usar como techo un panel de acero perforado y reciba la radiación, da la sensación de estar bajo las sombras de arboles, las vistas son , las utopistas, el rio Mapocho , el estacionamiento y un parque pasivo para el libre ocio.

## PUBLICO – PRIVADO



➤ **comentario:**  
Al exterior el estacionamiento sirve como ordenador y concentra las personas.

➤ **comercio:**  
se crea esta plaza para darle presencia y jerarquía al mercado, además de abastecer de área libre a la ciudad.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

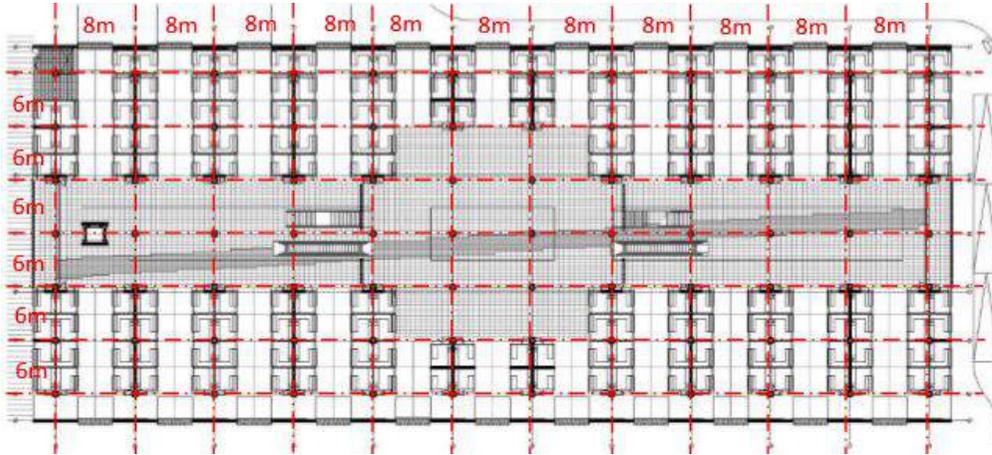
**LÁMINA N°:**

**A – 08**

# DIMENSIÓN CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL

## SISTEMA Y ESQUEMA ESTRUCTURAL

SISTEMA ESTRUCTURAL MODULACION ESTRUCTURA

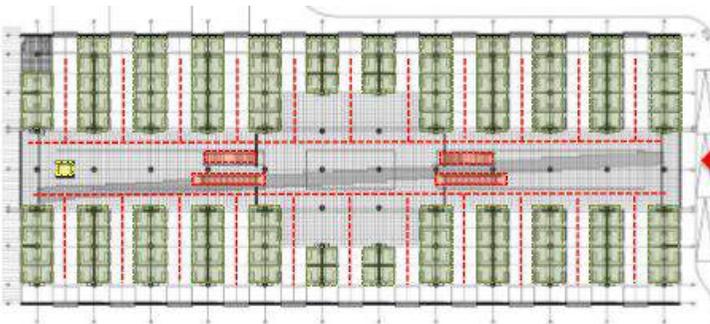


Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

**comentario:**

Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

estructural que permite separar de manera adecuada la ante de las zonas de puestos de venta



- CIRCULACION VERTICAL
- PUESTOS DE VENTA
- ASCENSOR
- INGRESOS PUBLICOS
- INGRESO SERVICIO
- CIRCULACION HORIZONTAL

Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



**comentario:**

Este tipo de panel en el techo, es de fibra y protege el interior del recinto de los cambios climáticos externos.



"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
 ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO TIRSA LA MOLINA

ALUMNO:

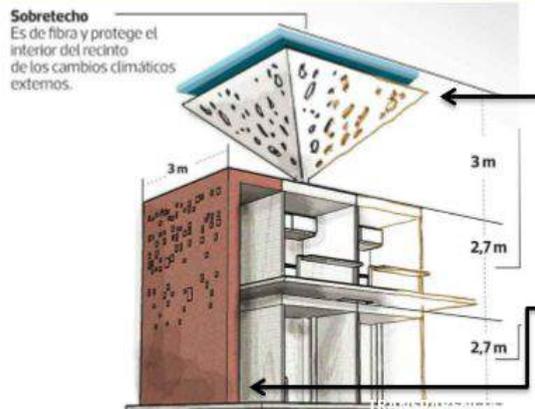
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX - 2018 I

LÁMINA N°:

A - 09



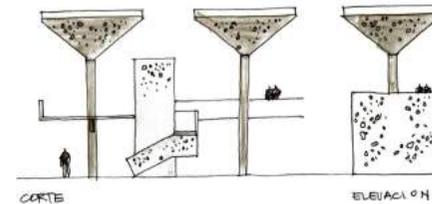
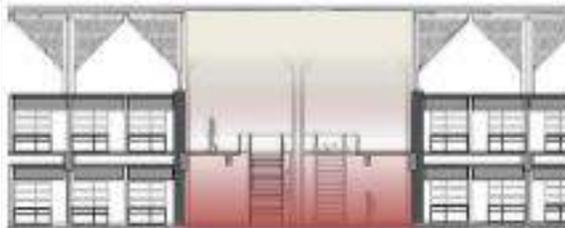
Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

OBRA GRUESA DE HORMIGON ARMADO

CUBIERTA DE SOMBREADEROS EN PANEL METALICO PERFORADO

CUBIERTA DE MERCADO EN PANELES DE FIBROCEMENTO PERFORADO.

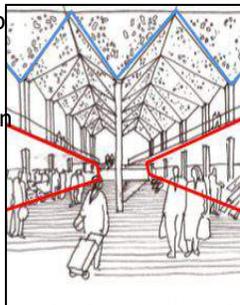
ENCHAPES DE LADRILLO RUSTICO



➤ **Comentario:**

Los módulos están conformados por una estructura piramidal invertida. Los módulos de la cubierta de 6 x 6 mts. definen una planta.

se concibió como una gran cubierta que descansa sobre una trama de altos pilares.



➤ **comentario:**

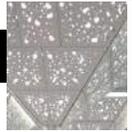
Un juego de luces y sombras se produce en todo el interior y dibuja en los volúmenes y en el suelo múltiples formas que se multiplican por todo el mercado

➤ **comentario:**

Escaleras ubicadas al centro del mercado ordenadas por extremos del vacío rematando hacia corredores del 2 piso.

### MATERIALES

PANEL METALICO PERFORADO



FIBRA



PANEL PERFORADO



REVESTIMIENTO DE LADRILLO



CONCRETO ARMADO



➤ **comentario:**

los materiales tuvieron que ser personalizados ya que se trabajó con paneles y fibras para fachada y techo, se aplicaron técnicas de diseño bioclimáticas.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO TIRSA LA MOLINA

ALUMNO:

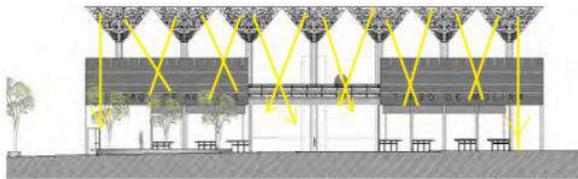
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

A – 10



➤ **Comentario:**

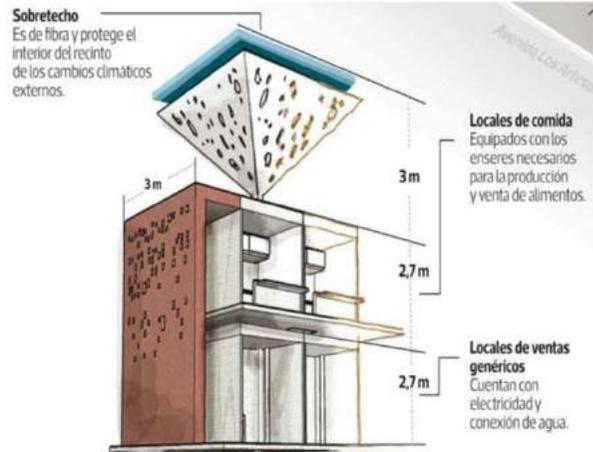
Iluminación: Son conductores de luz natural, transmitiéndola desde la cubierta hasta los pisos interiores, formando así la luz y el aire parte del propio edificio.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

➤ **Comentario:**

Acústica: Los agujeros en las cubiertas también permiten a que el ruido no se quede atrapado dentro del mercado causando ecos y molestia a los vendedores como los consumidores.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

➤ **Comentario:**

Estos muros permiten pasar la luz solar y los techos que son de fibrocemento también cumplen esa función dando una iluminación natural dentro del mercado



➤ **Comentario:**

ventilación: Se incorpora tecnología para la protección y mayor perduración de los alimentos y flores, y sistemas de ventilación interna y externa entre los locales. Estas también logran una ventilación cruzada.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

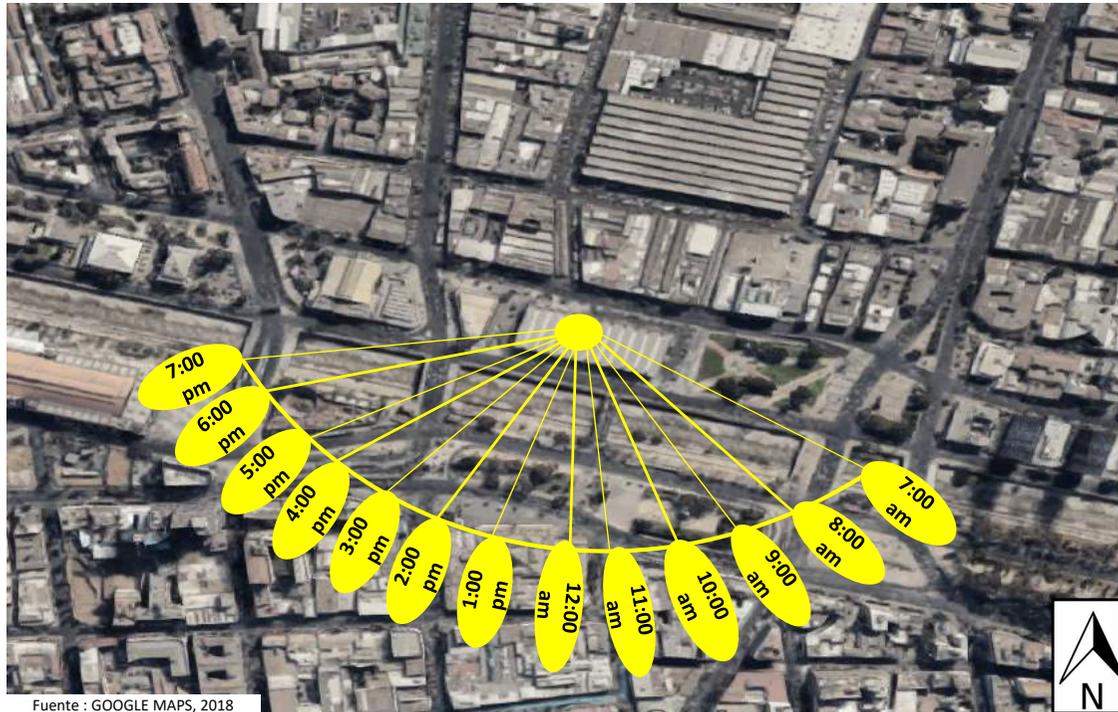
**A – 11**

➤ **Comentario:**

La cubierta perforada controla el asoleamiento y la disposición de los puestos evita que el sol de directo a estos. Esta también permite una iluminación controlada pero constante.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



Fuente : GOOGLE MAPS, 2018

➤ **Comentario:**

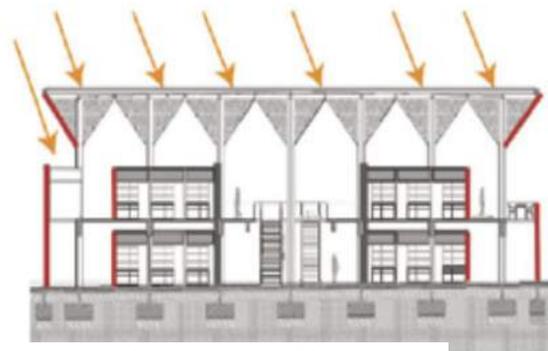
El asoleamiento también se trata de aprovechar por medio de sus paredes de ladrillo para poder iluminar interiormente los puestos comerciales.



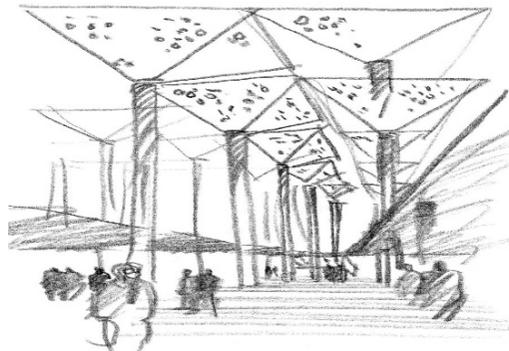
Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

➤ **Comentario:**

Al comenzar el día el ángulo de los rayos del sol penetran por los agujeros de la cubierta aprovechando la condición ambiental lo cual es muy beneficioso en lo económico cual lo hace un proyecto ecológico con una infraestructura moderna que atraiga a la gente. Este mercado también a pesar del clima que cuenta tratan de aprovechar al máximo para poder iluminar todo el mercado de abastos de una manera adecuada.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 12**

El mercado Tirso La Molina tiene unos conos invertidos en la cubierta con agujeros que asemejan la sombra de los árboles del borde del río. Los volúmenes translucidos generan luz y sombra, permitiendo mantener la idea de un mercado al aire libre.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

➤ **Comentario:**

El mercado Tirso la Molina o “VEGA CHICA” tiene aproximadamente unos 55 años, entre la cantidad de historias una cuenta que la locomoción colectiva llegaba solamente hasta ahí, ya que era un terminal de buses y que muchos se bajaban y ponían sus cajones para vender los productos que traían de las comunas vecinas. En un principio solo habían unos cajones y canastos luego armaron sus primeros puestos de madera lo cual fue demolido para construir el edificio definitivo, en el que ahora muchas personas de la ciudad se sienten identificada con ella.

➤ **Comentario:**

Las perforaciones en toda la superficie del mercado pretenden simular las sombras de los árboles, cuentan con una cubierta que descansa sobre una trama de altos pilares como árboles artificiales.



➤ **Comentario:**

Cada módulo está conformado por una estructura piramidal invertida con techo translucido que genera la iluminación interior reinterpretando el follaje de los árboles. Un juego de luces y sombras se produce en todo el interior y dibuja en los volúmenes y en el suelo múltiples formas que se multiplican por todo el mercado.



➤ **Comentario:**

Un edificio de simpleza formal y constructivo pensando para una gran intensidad de uso y como icono arquitectónico en un lugar muy significativo de la ciudad. Asimismo intenta concebir nuevos modelos estructurales, que sean a su vez agradables y fuera de lo común.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO TIRSA LA MOLINA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 13**

El mercado se perfila más allá de un intercambio de bienes, como un lugar en el que confluyen diversos grupos de nuestra sociedad produciéndose un sincretismo cultural en el que también tienen cabida los turistas extranjeros (López, 2013). Socialmente el sector se caracteriza por tener una población que se identifica con este mercado, ya que hoy en día ellos cuentan con un espacio donde realizan sus actividades. Según un ex presidente de la asociación gremial del mercado nos dice que: “La mayoría de la gente que ahora trabaja aquí se crio en cunitas, en cajas del mercado; literalmente nacidos y criados en este lugar. Es pintoresco decirlo, pero vivirlo es muy desagradable. Las generaciones que nacieron después tienen otro nivel. Nuestros hijos fueron a la educación Media y nuestros nietos, algunos ya van a la universidad.”

➤ **Comentario:**

El mercado es un lugar de recuerdos e historia que marca a cada uno de las personas que viven alrededor viendo como esta fue evolucionando siendo así un ente importante para ellos y para los comerciantes que hoy en día trabajan ahí; la mayoría de los trabajadores fueron gente que se crio en cunitas, en cajas del mercado, literalmente nacidos y criados en este lugar.

➤ **Comentario:**

El mercado es un hito importante para la ciudad ya que es caracterizado por la presencia de comercio mayorista que se dio en los tiempos de antes en el barrio LA CHIMBA ya que este es uno de los barrios más populares de la capital. Esta también fue un escenario de la juerga y las chinganas (cultura de la ciudad) cuya configuración urbana y espacial fue gran parte concebida por la presencia e influencia social y cultural.



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio

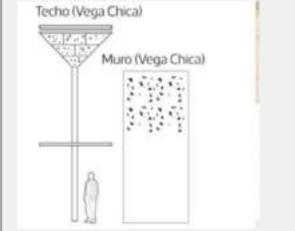


Fuente : Arquitectura, arte y Patrimonio



	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO TIRSA LA MOLINA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 14</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

# FICHA DE RESUMEN

<p><b>DIMENSIÓN CONTEXTUAL</b></p>	<p><b>Comentario:</b> La mayoría de mercados están localizados en el centro de un barrio residencial donde hay equipamiento cultural, instituciones y ocio. Cuentan con 4 fachadas y 2 entradas. Ocupan una manzana entera y dejan un área libre para ubicar una plaza y/o boulevard para darle importancia a los ingresos. Los mercados se emplazan e imitan el carácter de la zona mediante materiales y/o alturas.</p>		<p><b>DIMENSIÓN CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Sistema constructivo a porticado, estilo de arquitectura Industrial. En la mayoría se utiliza concreto armado y acero. Los materiales empleados son regionales o ecológicos como madera, ladrillo. También se usan materiales metalizados.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FUNCIONAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Cuenta con varios ingresos secundarios y un ingreso principal, cuenta con dos niveles en el cual en ambos se venden los productos que ofrecen.</p>		<p><b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA – AMBIENTAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Uso de paneles solares para la captación de energía solar. El diseño intenta abastecer de luz y ventilación natural, sino, se opta por lámparas ahorradoras y/o paneles solares.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FORMAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Las perforaciones en toda la superficie del mercado pretenden simular las sombras de los árboles, cuentan con una cubierta que descansa sobre una trama de altos pilares como árboles artificiales.</p>		<p><b>DIMENSIÓN SEMÁNTICA – SIMBÓLICA</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> El mercado es un hito importante para la ciudad ya que es caracterizado por la presencia de comercio mayorista que se dio en los tiempos de antes en el barrio LA CHIMBA ya que este es uno de los barrios más populares de la capital. Esta también fue un escenario de la juerga y las chinganas (cultura de la ciudad) cuya configuración urbana y espacial fue gran parte concebida por la presencia e influencia social y cultural.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN ESPACIAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Se usan circulaciones centrales como centro comercial con escaleras mecánicas llamativas en espacios importantes. La relación espacial se da por alturas y dobles alturas. Pasillos mínimo ancho de 2m. Las circulaciones suelen ser lineales y libres. Área de terreno de 5000m<sup>2</sup> a 7000m<sup>2</sup> AREA TECHADA DE 4000 A 8000m<sup>2</sup></p>				

	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO TIRSA LA MOLINA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b> <b>A – 15</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

# LÁMINA DE COMPARACIÓN

	<b>MERCADO LA BARCELONETA</b>	<b>MERCADO TIRSA LA MALINA</b>	<b>MERCADO SANTA CATERNINA</b>	<b>MERCADO DE SURQUILLO</b>
<b>ASPECTO CONTEXTUAL</b>	El mercado se relaciona con su entorno mediante la plaza. Su ingreso principal se da mediante esta plaza y la forma de su techo se esparce en esta.	La mayoría de mercados están localizados en el centro de un barrio residencial donde hay equipamiento cultural, instituciones y ocio. Cuentan con 4 fachadas y 2 entradas.	Mercado de abastados ubicada en el barrio de Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera de Barcelona	El terreno adyacente deberá respetar la forma ya existente del mercado n.1 de Surquillo. Esta también se encuentra beneficiada por lo que se encuentra en todo el centro de surquillo y esta beneficiada por vías importantes de la Ciudad de Lima
<b>ASPECTO FUNCIONAL</b>	El ingreso principal esta marcado por dos restaurantes y una área de bares, también cuenta con el área de mercado en la parte posterior	La mayoría de mercados están localizados en el centro de un barrio residencial donde hay equipamiento cultural, instituciones y ocio. Cuentan con 4 fachadas y 2 entradas.	La zona comercial tiene casi el 70% de uso de ventas y comerciales por el mayor uso de usuarios de la zona.	El edificio cuenta con 4 tipos de ingresos 1 principal 2 secundarios y 1 de donde ingresan los productos
<b>ASPECTO FORMAL</b>	Proyecto basado formalmente en una volumetría libre y fluida. Este mercado, recicla la antigua estructura metálica y la adhiere al concepto de formas ondeadas	Las perforaciones en toda la superficie del mercado pretenden simular las sombras de los arboles, cuentan con una cubierta que descansa sobre una trama de altos pilares como arboles artificiales.	La forma del contorno tiene una forma rectangular dándole así una mejor distribución al interior del lugar .	El proyecto es de forma rectangular en la fachada principal con un cilindro lo cual marca el ingreso. Y una cúpula que se encuentra en el espacio principal del mercado.
<b>ASPECTO ESPACIAL</b>	Los espacios del proyecto van desde lo publico hasta lo privado. El espacio principal del proyecto tiene relación directa con el ingreso y la zona activas en el primer nivel.	Se usan circulaciones centrales como centro comercial con escaleras mecánicas llamativas en espacios importantes. La relación espacial se da por alturas y dobles alturas.	Esta cuenta con espacios muy bien trabajados que ayudan al usuario a poder desplazarse con tranquilidad.	El espacio principal esta marcado por la cúpula se encuentra en el centro del mercado lo cual distribuye hacia todo el mercado y los siguientes niveles
<b>ASPECTO TECNOLOGICO</b>	La tecnología ha permitido que el edificio recicle su antigua estructura y se le aumente una estructura nueva (techo) con formas orgánicas.	Sistema constructivo a porticado, estilo de arquitectura Industrial. En la mayoría se utiliza concreto armado y acero. Los materiales empleados son regionales o ecológicos como madera, ladrillo. También se usan materiales metalizados.	Sistema a porticado de arcos consiste en dos grandes vigas de concreto laterales, apoyadas en 7 pilares de concreto, de las que arrancan los tres arcos atirantados	Sistema estructural abovedado. La zona central funciona como una parábola abovedada en la que cada nervadura soporta la carga de la cobertura curva de concreto y la transporta a la base
<b>ASPECTO ESTRUCTURAL</b>	El proyecto arquitectónico cuenta con dos tipos de iluminación , la natural y la artificial.	Uso de paneles solares para la captación de energía solar. El diseño intenta abastecer de luz y ventilación natural, sino, se opta por lámparas ahorradoras y/o paneles solares.	Sistema a porticado de arcos consiste en dos grandes vigas de concreto laterales, apoyadas en 7 pilares de concreto, de las que arrancan los tres arcos atirantados	El mercado cuenta con una iluminación natural la cual se aprovecha mediante las ventanas altas y la cúpula que generan espacios que ingresen gran cantidad de luz pero esto se controla por la altura que le dan a los muros
<b>ASPECTO SIMBOLICO</b>	Este mercado esta arraigado con muchas personas con esta localidad ya que este a pasar de los años se ha convertido en hito para ellos ya que en este mercado ellos realizaban sus trabajos para poder mantenerse	El mercado es un hito importante para la ciudad ya que es caracterizado por la presencia de comercio mayorista que se dio en los tiempos de antes en el barrio	Este mercado fue un mercado antiguo lo cual fue repotenciado con una nueva La cual simboliza los productos que ofrecen en el mercado.	El MERCADO 1 un lugar de recuerdos e historia que marca a cada uno de las personas del distrito de Surquillo esta también es uno de los mercados mas emblemáticos de la ciudad

## **2.6 Base Teórica:**

### **2.6.1 Dinámica Urbana:**

#### **2.6.1.1 Modelos Urbanos**

La dinámica urbana, ansia saber de las diversas deficiencias urbanísticas para que de esta manera se pueda tomar decisiones sobre ellos (planificación), y por lo tanto se necesita de patrones urbanos como de medio y largo plazo, para tal levantamiento la dinámica se transforma en un instrumento de gran beneficio. No se debe omitir menos aún, que se utilizarán como soporte para la toma de decisiones normativas y, por ello, deberán ser planteados con transparencia y accesibilidad para adecuada población.

El desarrollo y uso de los patrones urbanos y la probabilidad de agruparlos de manera global, son situaciones que surgieron en los últimos años; la preocupación notoria por la condición de vida en diversas zonas considera la aceptación de una reciente metodología de estudio con enfoque a la superación de estas dificultades que se presencian en la actualidad.

“Forrester considera a la ciudad como sistema donde se interactúan tres elementos básicos: la industria, la población y la vivienda; de estos tres subsistemas y su interrelación dependerán el grado de crecimiento, estacionamiento o equilibrio de una urbe determinada. El estado del área urbana una vez que se ha alcanzado, por ejemplo, el equilibrio, se caracteriza por la abundancia de viviendas e industrias envejecidas, una población de obreros no cualificados y un paro importante; será ahora cuando deban actuar las políticas y planes urbanos tendentes a la reactivación” (Fernández, 1989).

Las planificaciones urbanas actualmente favorecen mucho en los planes globales que necesita una población y que esto también ayude a difundir el progreso de proyectos los

cuales tengan por finalidad que las localidades sean competitivas con otras localidades de su mismo nivel jerárquico y con un mayor orden urbanístico en base a los beneficios productivos que posea.

Es por ello que para la planificación futura de una ciudad y se debe tomar en cuenta con un plan urbano para que esta cuente con una dinámica urbana ordenada para que en un futuro la ciudad no cuente con problemas urbanos que causen un caos poblacional por la mala gestión de una ciudad.

#### **2.6.1.2 Revitalización**

Es una herramienta para estudiar los espacios de relación y condición del ambiente público, observando la pluralidad general y de usos, la captación de libertad, la sensación de asociación, la identidad y el carácter, el grado de proximidad y el dinamismo de la sociedad. Le otorgan valor, bajo estas definiciones, tanto en las condiciones físicas como también en las condiciones sociales del entorno.

“[...]la revitalización es el instrumento global para recuperar una ciudad ya que involucra aspectos urbanos, sociales y económicos, abogando por la sostenibilidad, la defensa de la ciudad compacta, la mejora de las condiciones de habitabilidad y la identidad de los vecinos con su barrio y su ciudad.” (Yagüe, 2010, p.1)

La estrategia global de revitalización puesta en curso en diversas zonas urbanas de distintos lugares del mundo es poder alcanzar la mayor relación con la arquitectura, disponiendo de ambientes para la apropiación y la combinación de diversas funciones, de la mano con el desarrollo de zonas que admitan el diálogo con su entorno natural, dejando en evidente la vitalidad de los ambientes públicos y la modificación de uso que en él se realiza. Siendo importante la estabilidad entre el aprovechamiento de lo

construido y la integración de novedosas prestaciones. Asimismo, facilita el conocimiento de las comunidades que trascienden los edificios, los abastecimientos o los ambientes públicos, pues involucra a los diversos actores para perfeccionar la condición de vida de sus pobladores y usuarios actuales.

“la importancia de la revitalización urbana pues es considerada un proceso necesario para generar dinámicas en las ciudades.” (Vázquez, 2009, p.73)

Por lo tanto, la revitalización urbana es la herramienta y el elemento potencial para restablecer las consecuencias de lo dañado – físico, social y económico de los centros de ciudad y de otros lugares relevantes de esta misma. Mediante la definición de parámetros y estrategias para el desarrollo de políticas públicas de revitalización urbana será factible focalizar las actuaciones fundamentales de planificación de un entorno urbano. Se manifiesta la revitalización del entorno urbano desde la utilización.

En la mayoría de ocasiones no es preciso edificar nada diferente, sólo es necesidad de modificar, colocar en su sitio, de aplicar sobre lo ya edificado, para favorecer la vida cotidiana y de esta manera las personas se puedan sentir comodidad en su ambiente sin perder la costumbre del lugar en el cual se encuentra, pero con el beneficio de progreso para ellos mismos.

### **2.6.1.3 Usuarios:**

El usuario es el actor primordial de un diseño en un determinado ambiente, puesto que es él quien lo vive y disfruta, también es el que tiene una convivencia semejante con la sociedad y la arquitectura.

[...] los usuarios, son los que le dan significado; la vida social, resulta ser un sistema de signos, donde los seres se relacionan primariamente, desde sus cuerpos. Un cuerpo ocupa una posición con respecto a otro, guardando también relación con el espacio dado, ya sea privado o público” (Eco, 1973, p.129).

El usuario es aquella persona que le otorga vida a una ciudad, es aquella que tiene la disponibilidad de desplazarse por un espacio al cual se pueda adaptar a sus costumbres diarias lejos de su hogar (puede ser una plaza, un mercado, un centro comercial, etc.)

“El usuario entonces, se convierte en el punto central del diseño, el que recibe los mensajes, el que los vive. A partir de la dedicación al lenguaje de los productos el diseño adquiere su propia objetivación, su especificidad. No obstante, la teoría del diseño misma debía rebasar una teoría de los objetos, es decir, debía desarrollarse como una teoría de la conducta de los sujetos frente a los objetos. Esto incluye la crítica del objeto concreto (productos y complejos ambientales), la crítica de su aspecto sensorial y estético, y la crítica de sus procesos de desarrollo, circulación y utilización” (Burdek, 1994, p.240).

El usuario es un factor sustancial para que se lleve a cabo la arquitectura, es aquel que vive esta arquitectura pues se diseña una para el usuario conociendo sus costumbres y las actividades diarias que desarrollan en su día a día en un entorno urbano.

Finalmente, el usuario es aquel que genera vitalidad a un espacio, es aquel que integra la sociedad con diversas de sus costumbres e ideales. Es fundamental tomar en consideración al usuario para realizar la arquitectura puesto que ésta se argumenta en la vida de las personas y en su manera de vida, y éste también es el que vive y goza de esta arquitectura.

#### **2.6.1.4 Espacio Público**

Espacio de posesión pública (estatal), dominio y utilización público. Es aquel ambiente en el cual una persona posee el derecho a transitar en paz y armonía, donde el paso no se restringe por ningún criterio de propiedad privada, y/o tal vez por reserva gubernamental.

“[...]El espacio público es el elemento de estudio donde conviven teorías de las ciencias sociales y del diseño urbano, disciplinas que crean distinciones y puntuaciones explicativas que se desprenden más de la especificidad de sus objetos de estudio, que de la realidad integrada de lo socio-espacial.”  
(Berroeta, Rodrigo & Vidal, 2012, p.209)

En aquellos ambientes se forma parte relevante de las relaciones sociales de la vivencia comunitaria. Por lo tanto, cada vez con mayor potencial, se manifiesta la exigencia de que las normatividades de rehabilitación urbana en este grado incorporen múltiples ámbitos de conocimiento e introduzcan el enfoque de las comunidades que los habitan.

“La presencia de alta calidad de espacios públicos en los barrios locales, independientemente de si son utilizados con frecuencia o no, no deja de ser importante para mejorar la sensación de comunidad entre los residentes. Los beneficios de un fuerte sentido de comunidad son numerosos, y potencialmente incluye el aumento de la participación en los asuntos comunitarios y una mejora física y mental de la salud”  
(Kurniawati, 2011, p.476).

Se tiene que tener en consideración que un buen espacio público no puede ser apreciado por sus atributos físicos por sí solos, sino que también tiene que servir a la población como un medio comunitario importante en el que la función siempre prevalezca sobre la forma. Cuando la población de todas las características, como por ejemplo las edades, habilidades y rangos socioeconómicos, no sólo pueda tener accesibilidad y gozo de un lugar, sino que por lo contrario también obtengan un papel importante en su identidad y sus costumbres.

Siguiendo todos estos elementos claves se podrá mejorar notoriamente las diversas complejidades del espacio público, sin tener que urbanizar recientes espacios públicos y emplear los recursos actuales del lugar de la mejor manera, para que de esta manera se pueda dar vida a un espacio que cobre importancia para las personas y sientan comodidad al ocuparlas.

### **2.6.1.5 Los Mercados y su Dinámica Comercial**

El mercado es un ambiente en la que adquieren una forma dinámica por las diversas labores que se desarrollan en su interior. Estas actividades son realizadas por los mismos clientes y vendedores, los cuales se adueñan del espacio y lo hacen propio, difundiendo su ocupación cotidiana y hasta sus habilidades culturales. A partir de las ciencias sociales se ha investigado los mercados y su desenvolvimiento comercial.

“[...] los mercados constituyen referencias históricas y socioculturales por su origen y trayectoria en el espacio urbano, y están insertos en los nuevos modelos de planeamiento de la ciudad. Las relaciones intrínsecas entre el comercio y el fenómeno urbano, y de las modalidades de comercio popular, en las cuales la *negociación* –en oposición al puro *negocio*– aún pueden tener lugar.” (Filgueiras, 2006)<sup>14</sup>.

El convenio que, en un amplio sentido, no tiene restricciones al simple acto de comercializar, la negociación se presencia entre la forma de vida y la utilización del espacio urbano en sus diversas temporalidades, y en muchas ocasiones discutiendo el propio derecho de existir en la ciudad.

---

<sup>14</sup> Citado por Yamilé Yurimar Yaranga Hernández en su tesis “La comunicación para el desarrollo desde los mercados popular: Estudio de caso del mercado “Santa Rosa” de Chorrillos (Lima-Perú). pág.15

“Las dinámicas comerciales que se dan en el Perú están sostenidas a las dinámicas sociales y económicas de cada zona” (García, s.f., parr.3).

El factor del comercio suele analizar las causas por las cuales las nuevas formas comerciales, que están incorporados en los barrios más conocidos, ponen en situación de peligro su continuidad. Ya que estos comercios ocasionan un desenvolvimiento económico, ya que forman un múltiple número de locales de trabajo que originan el desarrollo y desenvolvimiento de las ciudades.

Estos centros realizan métodos mucho más profesionales de rápida adaptación de clientes, así como tácticas de publicidad y marketing, pudiendo disminuir el comercio tradicional, que se ve perjudicado por el inadecuado funcionamiento que realiza.

Los mercados no solo forman parte de la economía de la ciudad sino también forma parte de la identidad de cada persona ya que en esta se da actividades sociales, comerciales y culturales así mismo la dinámica comercial que se genera en las ciudades no se da de una manera ordenada ya que ocasionan distintos problemas urbanos mediante la comercialización por lo que hoy en día se debe buscar una mejorar la calidad comercial que ayude en la mejora de una ciudad brindando una mejor calidad comercial y crea en ella una dinámica ordenada para el beneficio de la localidad.

### **2.6.2 Arquitectura**

La arquitectura deduce las carencias de un lugar específico; la arquitectura emociona y causa diversas sensaciones en las personas; es aquel arte que proyecta y construye no solamente los espacios si no también todo lo necesario.

“En síntesis cualquier operación arquitectónica es siempre una intervención sobre una realidad que acabara siendo transformada. La intervención arquitectónica sobre ella tiene pues unos principios generales, una idea de regularidad, unas normas en torno a las que se debe desarrollar la arquitectura, pasando por materias científico técnicas que atienden todo el abanico de asuntos arquitectónicos”(Giunta,Sf,P.57)<sup>15</sup>

La arquitectura siempre se fundamenta en lo real de un lugar específico comenzando por sus costumbres, su religión y su cultura, para que de esta manera se pueda crear algo adaptable para las personas de aquel lugar. Se debe considerar en el contexto de un grupo de ciencias sociales que se reúnen en torno al objeto proceso de producción y consumo de soportes materiales que conforman con el habitat, como respuesta a una formación social cultural

#### **2.6.2.1 Espacio Arquitectónico.**

El espacio arquitectónico es la fuente principal de la arquitectura, se desarrolla través del diseño, de los factores arquitectónicos basándose en la configuración del entorno urbano obteniendo una buena relación y organización; el espacio es expresivo y lógico, se describe que el espacio arquitectónico es el que está delimitado por el volumen, pero aun así siguen siendo independientes

“El espacio Arquitectónico es la concretización del espacio existencial y del espacio existencial y el espacio existencial es el esquema que el hombre desarrolla en

---

<sup>15</sup> Citado por Banda Ramírez Leysi Diana en su tesis “Análisis Urbano-Arquitectónico de los mercados de abasto del distrito de Casma” (Casma-Perú)

interacción con el entorno” (Norberg Schulz, pág. 15)

No obstante, el vínculo del hombre con el espacio arquitectónico, trata de incorporar su estructura en sus esquemas personales y explican sus esquemas en estructuras concretas.

“El espacio arquitectónico es fenoménico y pragmático, pues se manifiesta mediante operaciones humanas y tiene condición cualitativa. No se delata en el porcionamiento de cifra y medida; por el contrario, su carácter se evidencia en el topos o lugar, apreciable por sus modalidades y accidentes. Es un espacio "tópico", "lugareño", en el despliegue de todas sus posibilidades desde el "lugar común" o público hasta el que nos es privativo en la intimidad de nuestros hábitos y habitaciones [...]”. (Morales, 1984, pág. 144)

El espacio se ocasiona por medio de un accidente o un planeamiento, un ambiente que puede ser público o privado en el cual pueda tener distintas áreas y medidas. También se ha de entender que ésta ocupa un espacio definido en una determinada ocupación, y así se pueda distinguir de otros lugares.

#### **2.6.2.2 Expresividad Tectónica:**

Es la condición en la que el aspecto arquitectónico hace evidencia de su ordenamiento estructural y demuestra su apariencia plástica para asegurar la legitimidad de su expresión. Es aquella que se pone en evidencia las experiencias constructivas, intensidades estructurales y variables del material que vinculadas entre sí sostienen la estructura final de un edificio. Expresión de una unidad en cuanto a su material, a su detalle y estructura de un edificio.

“Los detalles de las uniones y encuentros deben ser expuestos, en ellos radica la belleza. El espacio es arquitectura cuando la evidencia de cómo se hizo es vista y comprendida” (Frampton, 1965, pág. 36)

En sí la estructura no es solamente una base de un edificio, sino que está también contribuye con la aportación de belleza del edificio a través de sus detalles que se logren elaborar en estas.

La expresividad tectónica son los todos los factores que se manifiestan para comprender la configuración de los espacios, es también aquella demostración de componentes estructurales como por ejemplo un detalle de un edificio proporcionándole belleza a través de estas.

Es por eso que la estructura debe ser manejada de una manera adecuada que genere seguridad hacia el usuario y al mismo tiempo aprovechar los beneficios estéticos que esta pueda brindar por medio de sus detalles.

### **2.6.2.3 Presencia Estructural:**

Situación en la que la estructura, más allá de su principal función resistente, elabora un papel primordial en la composición del proyecto. Su aspecto influye considerablemente en la configuración del espacio en el que se ubica.

“Se entiende como la posibilidad de la estructura de enriquecer la arquitectura, de entenderla como una parte integral de la composición estética antes que como una simple técnica aplicada. Y que añade valores estéticos y funcionales a los proyectos”. (Charleson, 2007, pág. 76)

La presencia estructural es aquella condición donde la estructura difunde su función de manera resistente y es apreciada por los criterios formales y compositivos con los que otorga en la definición del diseño del proyecto.

Hace mención a comprender la estructura no solamente como aquella transmisora de las cargas de la gravedad, sino también como aquella generadora del ordenamiento de la arquitectura.

#### **2.6.2.4 Integración Espacial**

La incorporación agrupa en totalidad los componentes o aspectos de algo en específico y lo integra al ente o a un conjunto determinado de organismos. En la arquitectura lo que indaga es la conexión evidente y perenne de los diversos espacios que puedan encontrarse. Una conexión que se perfecciona mutuamente con los rasgos propios de cada ambiente, de cada localización o de cada región.

“Al parecer hoy la idea es la integración total, en todas las direcciones y en todo el espacio, de esa forma el límite se virtualiza aún más, y evoluciona a una estructura que requiere ser mentalmente comprendida, y que conceptualmente define el dominio visual, este complejo discurso espacial ocurre dentro de los contenedores formales, que singularizan cada obra de arquitectura”. (De la Cruz, 2001)

El término integración espacial se aplica para hacer referencia, no solamente al discurso espacial de la conjunción de ambientes, sino también a la lectura de todos los componentes que conforman los ambientes, en el cual la estructura, materialidad y forma se

complementan armoniosamente para incorporarlos en una unidad

Así mismo los espacios deben estar bien integrados con los materiales que están son creados para tener un ambiente de calidad y que funcione de una manera adecuada.

#### **2.6.2.5 Materialidad**

El vocablo 'materialidad' se suele emplear a la superficie de la arquitectura. Los materiales colaboran a la producción de la experiencia espacial a través de su apariencia, su olor, de la sensación al tacto y también de sus características acústicas.

“Aquello que da a las cosas su permanencia y sustentividad y, que al mismo tiempo es la causa de la forma con la que se nos presentan sensiblemente, lo coloreado, sonoro, duro, macizo, es lo material de la cosa. En esta determinación de la cosa como materia ya está puesta, al mismo tiempo, la forma. Lo permanente de una cosa, la consistencia, consiste en que una materia está unida a esa forma. La cosa es una materia formada.” (Cera, 2011)

La materialidad hace mención a las organizaciones materiales como también a las organizaciones con el material. Todo esto involucra que es una concepción unitaria de cómo se gestiona y expresa la condición física de un espacio u objeto.

La materialidad se necesita para hacer referencia a los procedimientos de los materiales de su superficie y estructura interna, con la finalidad de una expresión estética de su funcionamiento en el interior de la configuración estructural de un lugar.

### **2.6.2.6 Percepción Visual**

Es la sensación interior que ayuda al entendimiento aparente, producto de un impulso o sensación luminosa reconocida por el sentido de la vista. Las principales semejanzas ocurren con la apreciación de la información que es aceptada, motivo de la desigualdad de cultura, inteligencia, educación y edad.

“Es un proceso constructivo por el que organizamos las sensaciones y captamos conjuntos y formas dotadas de sentido. Es la manera de interpretar y mantener la información que se ha recibido a través de los sentidos”.  
(Arnheim, 2005)

La percepción visual es la manera de que el usuario ingresa en relación físico con el espacio, y esto lo consigue gracias a la comprensión que le dan sus sentidos. Como el hombre solo reacciona a su interés, se tienen que conseguir crear espacios que difundan sensaciones por medio del manejo de la materialidad, la armonía de las formas y la expresividad de sus instrumentos.

La percepción visual es el instrumento que pone al ser humano en relación con el alrededor, se alimenta de las características importantes. El ser humano es aquel que reacciona, selecciona y actúa sólo ante aquello que le despierta el interés.

### **2.6.3 Arquitectura Comercial**

Definitivamente todo debe estar preparado para respaldar la acomodación del producto, la experiencia y las ventas de usuario. Frente a cualquier toma de valentías, es esencial considerar la decoración, diseño o ambientación, se tiene

que entender como un contenedor creado y pensando para señalar las virtudes de su contenido, el producto.

“Cuando se compra un taladro especialmente no se está pagando por una herramienta, sino que se está pagando por unos agujeros. En arquitectura comercial ocurre algo similar. Si se vende gafas, nuestra finalidad será de poder ayudarte a vender muchas gafas. ¿Cómo se puede conseguir esto? Creando un espacio atractivo, cómodo, funcional y todos los adjetivos que se te ocurran y más, pero siempre pensando y tomando todas las decisiones para que el auténtico protagonista del espacio sea tu producto, en este caso tus gafas, y no nuestro proyecto”. (Cotado, 2012, parr.3)

La arquitectura comercial trata de que no podamos convertir la arquitectura en un fin, puesto que el trabajo nuestro y lo que vendemos es un factor para así poder alcanzar un propósito, por lo tanto debemos respetarlo y entenderlo.

“Cuando un cliente paga por la arquitectura comercial de su negocio no está pagando por un local comercial espectacular y llamativo. En realidad, está pagando porque ese diseño interior le ayude a vender más, a atraer clientes a la tienda, a que estos tengan una óptima experiencia de usuario [...]”. (Cotado,2012, parr.5)

Lo que quiere decir es que por ejemplo cuando se paga por la arquitectura comercial, también se está pagando para que se pueda ganar más comensales en su restaurante, y de esta manera poder exhibir un mayor número de cosas en su tienda.

La arquitectura comercial es elemental ya que podemos estudiarla y entender cómo se puede crear una arquitectura puramente comercial que ayude al logro de las ventas de sus productos con una mejor facilidad y conseguir que sus clientes obtengan una experiencia diferente a otros lugares

comerciales que hayan visitado, para que de esta manera puedan comparar, y así puedan volver y lograr un éxito comercial.

### **2.6.3.1 El Espacio Comercial:**

El espacio comercial es aquel ambiente donde la interacción de servicios y bienes e inclusive ideas debe impulsar una imagen exclusiva que añade recordación y valor.

“El espacio interno es el protagonista del hecho arquitectónico. Todo edificio colabora en la creación de dos espacios: los espacios internos, definidos completamente por cada obra arquitectónica, y los espacios externos o urbanísticos, que están limitados por cada una de ellas y sus contiguos” (Ching, 1984, p.94).

Poner en manifiesto el interior de un espacio comercial dado a que aquí se relacionen diferentes tipos de personas con diferentes clases sociales y culturales, es también donde se realiza la mayor actividad en un mercado de abastos como es la compra y venta.

“El éxito en el diseño de un local comercial reside en que la arquitectura sea asumida como una forma de publicidad. La exclusividad de la oferta exterior debe relacionarse con el interior y llegar al punto de venta. Ahí es donde termina el papel del arquitecto diseñador. Posteriormente, el proyecto toma su capacidad de persuasión hacia el cliente” (Plazola, 1996, p. 188)

Los ambientes de ventas son puestos temporales que se hallan dentro de un mercado o centro comercial. Es un ambiente puramente comercial donde se dispensan exhibidores, mostradores, caja, bodegas, y un medio baño.

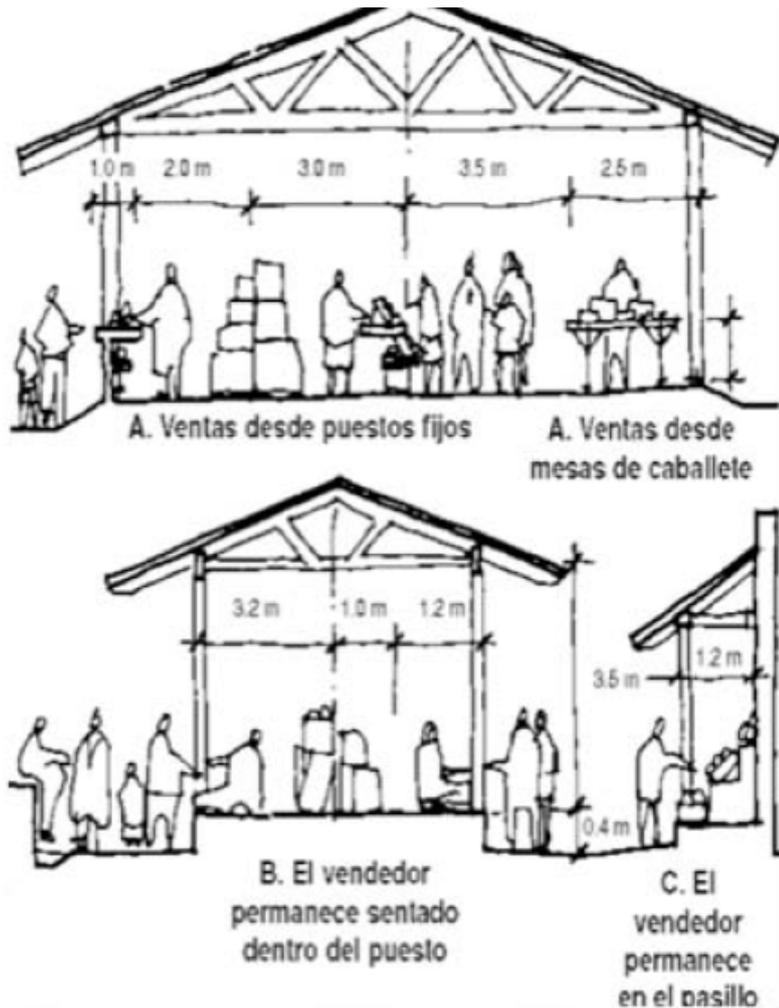


GRAFICO 7 Diseño de los puestos de mercado

Fuente: Plataforma arquitectura.

### 2.6.3.2 Las condicionantes del ambiente

Estos modelos ocupan todo lo natural, para obtener temperaturas confortables. Cuando estos modelos son aplicados de manera adecuada contribuyen al bienestar, iluminación, temperatura interior correcta. La ventaja principal es la económica además de poder obtener bienestar ambiental. Entre estas se pueden mencionar, (Garland, 2003, pág. 26)

- Iluminación

Es un punto principal que abarca desde la iluminación natural lo que supone utilizarla al máximo y obstaculizar deslumbramientos incorrectos, hasta la aplicación de las metodologías tecnológicas existentes para su uso artificial de la luz como controles, atenuadores y lámparas.

- Ventilación.

La arquitectura bioclimática tiene la finalidad de aportar para la mejor calidad del aire en las edificaciones. Esto se evidencia mediante la ventilación donde se expulsan sustancias (malas), en la interacción de ambiente exterior e interior.

Estas aprovechan las circunstancias que les otorga su entorno a través de la arquitectura, brindando un ambiente natural hacia el usuario.

El aprovechamiento de las circunstancias ambientales es un factor muy importante, ya que por medio de esta se puede desarrollar una arquitectura ecológica beneficiarse de todas sus condiciones como por ejemplo la lluvia, el sol y los vientos ya que esta puede crear ambientes cómodos para el usuario por medio su arquitectura.

### **2.6.3.3 Centros Comerciales**

#### **A. Origen de Comercio:**

A lo largo del tiempo, como ya sabemos, el hombre indagó un sedentarismo porque era una mejor condición de vida desarrollando así las pequeñas comunidades y nuevas zonas con una minoría de habitantes hasta poder llegar a las grandes ciudades

formadas de estos tiempos y esto tarde o temprano se lograría un intercambio comercial ya sea por medio del trueque como anteriormente se hacía o lo que todos sabemos cómo la compra y venta empleando monedas de oro de plata y ahora a través del dinero efectivo o tarjetas de crédito.

“... históricamente el papel del comercio en la ciudad es fundamental, desde el antiguo mercado en el cual los agricultores de los alrededores ofrecían sus productos a cambio de dinero o a cambio de otros productos, hasta el moderno concepto de centro comercial abierto...”  
(Aldeturriaga,1996).

Por eso es que las grandes poblaciones se iban agrupando cada vez más en las ciudades de mayor ámbito económico que tenía un carácter más central que otras, en donde el comercio no se proporcionaba para toda la comunidad, y por lo tanto como era evidente, el trueque no generaba resultados convenientes para grandes comunidades como es el caso de las grandes ciudades en el cual la población giba llegando y apoderándose del área que los rodea.

“Con el crecimiento, las ocupaciones individualizadas se van definiendo con mayor precisión, se hacen más especialidades, y se requieren los servicios de multitud de comerciantes que dirijan los problemas logísticos de la urbanización” (Miskimin,1981).

Es la manera de cómo se manifiestan comercios especializados a diversos ámbitos para abastecer a

las amplias comunidades como son los artesanos, comerciantes, funcionarios, y las diversas especialidades que una ciudad grande necesita.

Este hecho también causó un intercambio comercial de las zonas más cercanas en un comienzo y por lo tanto provocó un comercio local, como también aportó a las cercanías de ciudades con cargos especiales de cada una de estas, intercambiando lo que se tenía en exceso y así poder obtener nuevos productos elaboradas en las ciudades aledañas.

#### B. Evolución de los centros comerciales:

A través del tiempo el comercio ha desarrollado, a comienzos del siglo pasado comenzó con el trueque entre la misma población, luego de ello con la llegada de la moneda se determinó que este sería el factor de intercambios por mercancía y de esta manera se crearon las rutas comerciales, reactivando y creando áreas que colindaban con estas rutas.

Logrando el origen a los tenderetes, el cual sería una manera de mercado, hoy en día con el pasar de los años y la generación de las guerras, se ocasionó avances en distintos aspectos, siendo uno de estos el comercio lo que antes se denominaba un comercio confuso y ocasionado por cualquier tipo de personas que tenían productos en exceso para vender, y de esta manera se y comenzaron a dejar las calles para consolidarse en caseros, desplazándose a locales cerrados, estableciendo un

nuevo tipo de comercio más estructurado y con mejores condiciones para los consumidores.

“[...]la historia como el ser humano no ha cambiado sus necesidades y su forma de interactuar o comercializar, sino que solo evoluciona, ya que desde los primeros mercados se vislumbran las pautas de lo que actualmente podría ser un centro comercial.” (Hernández, 2012)

A través de los años, el vínculo entre el vendedor y el consumidor cambió a un vínculo netamente a producto-consumidor, dándose inicio también a la llegada de los autoservicios por primera vez en Memphis en el año de 1916, este magnífico suceso fue del empresario Clarence Saunders.

“Rápidamente el autoservicio triunfó y tiempo faltó para que a la tienda de Clarence le surgieran hermanos no reconocidos. Por ello, el padre de la tienda de Memphis, patentó el formato un año después de su nacimiento, pero la cosa fue avanzando y los demás padres también las patentaron, pero con otro nombre y de ahí la gran expansión de tiendas en libre servicio, hasta nuestros días.” (Laura, 2011)

Con la llegada de los autoservicios nuevos enfoques de empresarios comenzaron a surgir y estos locales también evolucionaron, notándose mejorías en los locales pues estos eran más grandes, el número de empleados creció considerablemente repartidos por toda la tienda, estos centros a su vez adaptaron nuevos tipos de ventas originando varios comercios

en un mismo ámbito y por lo tanto generando una venta mixta.

La renovación más popular fue el de los autoservicios, que se convirtieron en Centros Comerciales. El cual es una organización de establecimientos independientes de distintos rubros en el mercado, donde se puede encontrar comida, ropa, calzado y como también variedad, en cuanto a restaurantes, así que no es nada sorprendente el hecho de que los centros comerciales, tengan éxito. Quizás esto sea producto del simple hecho de que hoy en día, hemos convertido el hacer la compra, en una actividad agradable, a la cual la mayoría de familias transcurren un fin de semana.

#### C. Tipos de establecimiento comercial:

En diversas partes del territorio existen distintos tipos de establecimientos comerciales que se clasifican en diferentes áreas, cogeremos la más común con la cual se podrá relacionar a estos equipamientos comerciales, por su tamaño.

“El equipamiento comercial en un centro poblado comprende las instalaciones públicas para el expendio de bienes de consumo directo, ya sea al por mayor o menor. Estas instalaciones son básicas y existen en todos los asentamientos, independientemente de su categoría o jerarquía y pueden estar a cargo de un operador público o privado.” (MVCS, 2011).

Un centro comercial elabora un espacio urbano de calidad, ocasionando mejoras tanto en el espacio público como en las viviendas y locales. Provocan

actividad, pues conquistan a miles de visitantes y compradores y esto motiva la rehabilitación de los cascos urbanos y la atracción de inversiones.

Los Centros Comerciales son fundamentales en una ciudad ya que estas consolidan un modelo de ciudad más sostenible, con una amplia oferta de comercios y servicios más próxima al ciudadano que difunde los desplazamientos peatonales y una manera de vida y consumo que responde mejor a nuestros modelos de ciudades.

#### **2.6.4 Mercado de Abastos:**

##### **2.6.4.1 Los Mercados:**

El concepto más abierto del mercado se manifiesta cuando la persona se percata que puede conseguir productos a través de un intercambio. Gracias a esa categoría, se determina entre las localidades una unión social que, a medida que va desarrollándose, produce el mercadeo. La labor comercial es un tipo de acoplamiento social que busca deleitar necesidades secundarias y primarias.

“Entiéndase por mercado de abastos a un local de uso comercial con áreas comunes en cuyo interior se encuentran constituidos y/o distribuidos puestos organizados en secciones y/o giros definidos dedicados al expendio de productos alimenticios perecibles y no perecibles, y otros adicionales no alimenticios, así como servicios complementarios” (Proyecto de ley N° 1733, 2012, pág.11)

Estos espacios se programan al proceso de las ciudades, vinculándose a la actualización y sus obligaciones, por ello suelen variar de acuerdo a la cifra de obtención que generen (mayorista y

minorista), según su administración (mercado cooperativo, mercado municipal) y según el producto que ofrezcan (mercado de flores, de frutas, etc.). Un mercado es por ende un lugar en el que se desarrolla la dedicación comercial, el cual provoca necesariamente a dos actores para darse:

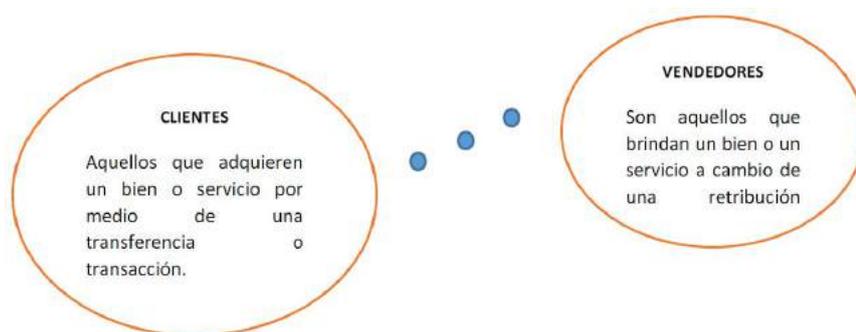


GRAFICO 8 Comparación entre compradores y vendedores

Fuente: Elaboración Propia

Los mercados son una de las estructuraciones más remotas de la humanidad y ha ido evolucionando a pasar de la historia. A pesar de ello, hasta hoy se conservan en todas partes del mundo los rasgos de ser muy “Populares”. Los mercados conservan una conexión con lo popular por la labor comercial que cubre aquel espacio, involucrándose a una masa de habitantes que podrían destinar “pueblo”. Este ofrece y demanda factores culturales que, tal como lo señala su definición, establece su tradición.

“La atención a lo popular apunta al análisis de las ideas, creencias, prácticas y condiciones del pueblo pobre como quiera que se le defina y, por extensión, a los tipos de lazos que las vinculan a las estructuras de poder, privilegio y significado. Lo popular también se funda en las prácticas variadas en torno a las necesidades básicas, pero no se agota ahí. Lo popular se refiere además a las instituciones, relaciones y cultura en que se

organizan y toman conciencia esos esfuerzos en torno a la reproducción y, además, las condiciones sociales y económicas que llevan a esas prácticas". (Palma, 1987, pág. 66).

El mercado se consolida en un centro popular ya que estas disponen de productos de primera necesidad, a las cuales puede recurrir cualquier persona con cualquier tipo de costumbres o situaciones económicas

Los mercados en la actualidad son centros muy esenciales ya que a estos ambientes llegan toda clase de personas con diferentes clases sociales económicas para poder abastecerse con productos que resguarden su sobrevivencia. En estos centros se puede encontrar todo tipo de mercancías con precios alcanzables para cualquier nivel económico.

#### **2.6.4.2 El mercado como espacio público**

El mercado es esencialmente un espacio integrado por personas que generan una dinámica social.

(Leonardo, 2003, p.20):

"El mercado como espacio público es una zona se caracteriza por su accesibilidad; su calidad se evalúa por la intensidad y calidad de las relaciones sociales que facilita por su fuerza mixturante de grupos y comportamientos y su capacidad de estimular la identificación simbólica de la expresión y la integración culturales" (Borja, 1998, p.6).

Prosiguiendo con esta conceptualización, el espacio público busca promocionar los accesos de los sujetos con el objetivo de que se impulsen las influencias que se generan en su interior, en particular la del mercado.

Los estudios han precisado una conexión cercana entre

las nociones de ciudadanía y el espacio público, democracia, construcción social e identidad colectiva. Las suposiciones céntricas aluden a que un adecuado uso y de apropiación de los espacios coopera al fortalecimiento del sentido de pertenencia y la afabilidad de una localidad, zona o un lugar, y que, por lo tanto, la conexión que se determina con el espacio público puede ser un elemento importante en los procesos de incorporación y convivencia social y de formación de identidad en el centro de la sociedad urbana. Un mercado, puede generar el crecimiento de la identidad en conjunto urbano de nuestra localidad e incluso, puede reanimar una vivencia colectiva en donde los actores sociales ligados a este espacio pueden aportar a su valoración.

## 2.7. Marco Normativo:

### I. REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES, 08 De junio del 2017/ NORMA A.070 – COMERCIO

#### CAP I – ASPECTOS GENERALES

En el art. 1 nos define la edificación comercial, el tipo de actividad que se da, cuyo fin es el comercio de bienes y servicios.

#### CAP II – CONDICIONES DE HABITABILIDAD Y FUNCIONALIDAD.

- **Art.3.-** Los mercados minoristas y mayoristas deberán de contar con un estudio vial que pueda resolver el acceso y la salida de los automóviles sin perjudicar el funcionamiento de las vías por donde se accede.
- **Art.4.-** Los mercados deben contar con una iluminación artificial y natural debido a que algunos productos no tienen que tener una iluminación directa con los rayos solares.
- **Art.5.-** La ventilación natural se puede dar mediante la creación de patios o áreas abiertas.
- **Art.6.-** Los mercados deberán contar con extinción de incendios y detención, de tal forma con instrumentos de seguridad establecido en la norma A-130.
- **Art. 7.-** Nos muestra un cuadro donde se determinará el número de personas a base el área de cada ambiente.

Tiendas Independientes	5.0 m2 por persona
Salas de Juego – Casinos	2.0 m2 por persona
Gimnasio	4.5 m2 por persona
Galería Comercial	2.0 m2 por persona
Tienda por Departamentos	3.0 m2 por persona
Locales de asientos fijos	Número de asientos
Mercados Mayoristas	5.0 m2 por persona
Supermercado	2.5 m2 por persona
Mercado Minorista	2.0 m2 por persona
Restaurantes (área de mesas)	1.5 m2 por persona
Discotecas	1.0 m2 por persona
Patio de Comida (área de mesas)	1.5 m2 por persona
Bares	1.0 m2 por persona
Tiendas	5.0 m2 por persona
Arrea de Servicio (cocinas)	10.0 m2 por persona

GRAFICO 9 Área por persona del RNE

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones

- **Art.8.-**También nos indican la altura mínima para un cielo raso que debe ser de 3.00 m.

### **CAPITULO III - CARACTERISTICAS DE LOS COMPONENTES.**

- **Art.9.-** nos dan condicionantes de diseño a considerar, en edificaciones comerciales nos habla de contar con un ingreso para personas discapacitadas a partir de 1000 m2.
- **Art.11.-** Las puertas que dan acceso a la azotea, deben de tener mecanismos de apertura en el sentido para poder evacuar.
- **Art.12.-** El ancho por donde circularan el usuario va a depender de la longitud del corredor desde la salida mas cerca. Ancho mínimo de pasajes 2.40 m. estas deben estar libres de mobiliario, etc.
- **Art.13.-** El material de los pisos será de material antideslizante, impermeable y liso, que tenga facilidad de limpieza y con un pendiente de amenos 1.5 % hacia los sumideros o canaletas de desagüe.
- **Art.14.-** Los niveles subsiguientes deberán tener escaleras adicionalmente rampas que lo estable la norma A.10 que ayuden a la circulación de los siguientes niveles.
- **Art.16.-** El mercado contara con puestos que permitan la exhibición de los productos de una forma adecuada y ordenada según el producto que ofrezca, también deberá contar con una zona de almacenamiento de la mercadería pesada y ligera, necesitara instalaciones sanitarias y eléctricas.
  - ❖ Pescados, carnes y productos perecibles 6.00 m2
  - ❖ Cocina, abarrotes y mercería 8.00 m2
  - ❖ Otros 6.00 m2
- **Art.17.-** La zona de elaboración de alimento se requiere un piso de material no absorbente, resistente y antideslizante, como también sea de fácil limpieza, en cuanto las paredes tienen que ser de superficie lisa revestidas con material que pueda ser lavado sin desgastarse, por último, los techos deben estar en condiciones de un fácil mantenimiento y limpieza.

- **Art.24.-**Los estacionamientos están determinados de la siguiente manera:

	<b>Para el personal</b>	<b>Para el publico</b>
Tienda independiente	1 est.Cada 6 pers.	1 est.Cada 10pers.
Tienda por departamentos	1 est.Cada 5 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Centro Comercial	1 est.Cada 5 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Complejo comercial	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Locales de asientos fijos	1 est.Cada 15 asientos	
Mercados Mayoristas	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Supermercados	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Mercados minoristas	1 est.Cada 20 pers.	1 est.Cada 20 pers.
Restaurantes	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.

GRAFICO 10 Numero de estacionamiento por persona

Fuente: Reglamento Nacional de edificaciones

Para los vehículos deberá tener una dimensión mínima de 3.80 de ancho por 5.00 m de profundidad, 1 cada 50 estacionamientos requeridos.

- **Art.26.-**Los supermercados y mercados minoristas deben considerar áreas para el depósito de su mercancía que tendrá una dimensión como mínima el 25 % de la zona de venta, exposición de productos y áreas de circulación al público.
- **Art.27.-** Los mercados deberán contar con un área de control de calidad.

## II. LEY DE MERCADOS

### Capítulo III.- RÉGIMEN DE MERCADOS

- **Art.6.-**Los mercados de abasto, micro mercado y afines, deben contar con ambientes adecuados manejados por profesionales con experiencia en las actividades propias de administración y técnico sanitario,

- **Art 7.-** Nos indica que la administración del mercado deberá contar obligatoriamente con lo siguiente:
  - a. Padrón actualizado de comerciantes correctamente acreditado ante la respectiva municipalidad.
  - b. Documentos que garanticen el funcionamiento reglamentado del mercado.
  - c. Balanza automatizada de precisión para el control.
  - d. Extinguidores contra incendios 1 por cada 50 local comercial.

Se debe cumplir con lo mencionado ya que las municipalidades estarán en constante control para el buen funcionamiento de estos centros de abastos, respetar las exigencias propias de estos establecimientos como el cumplimiento de mantenimiento de salubridad, calidad e higiene.

- **Art.11.-** Nos señala que para mantener un orden y facilidad de los operadores que se realicen en los locales de mercados deberán estar divididos en partes definidas donde se concentran los estantes o puestos según la naturaleza de los productos que se muestran al público.

### III. REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES, 08 De junio del 2017/ NORMA A.120 – COMERCIO

- Los cambios de nivel hasta de 6mm, pueden ser verticales y sin tratamiento de bordes; entre 6mm y 13mm deberán ser biselados, con una pendiente no mayor de 1:2, y los superiores a 13mm deberán ser resueltos mediante rampas.

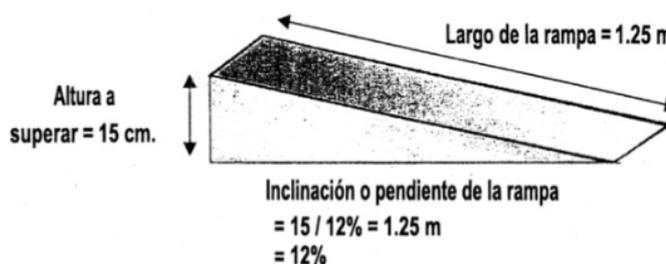


GRAFICO 11 Cambios de nivel de rampa

Fuente: Reglamento Nacional de edificaciones

- El ancho libre mínimo de una rampa será de 90cm. entre los muros que la limitan y deberá mantener los siguientes rangos de pendientes máximas:

DIFERENCIAS DE NIVEL	DESDE	HASTA	%	PENDIENTE MÁXIMA
	13 mm	0.25 m.	12 %	
	0.26 m.	0.75 m.	10 %	
	0.76 m.	1.20 m.	8 %	
	1.21 m.	1.80 m.	6 %	
	1.81 m.	2.00 m.	4 %	
	MAYOR A	2.01 m.	2 %	

GRAFICO 12 Cuadro de diferencias de nivel y su pendiente máxima

Fuente: Reglamento Nacional de edificaciones

- Los descansos entre tramos de rampa consecutivos, y los espacios horizontales de llegada, tendrán una longitud mínima de 1.20m medida sobre el eje de la rampa.

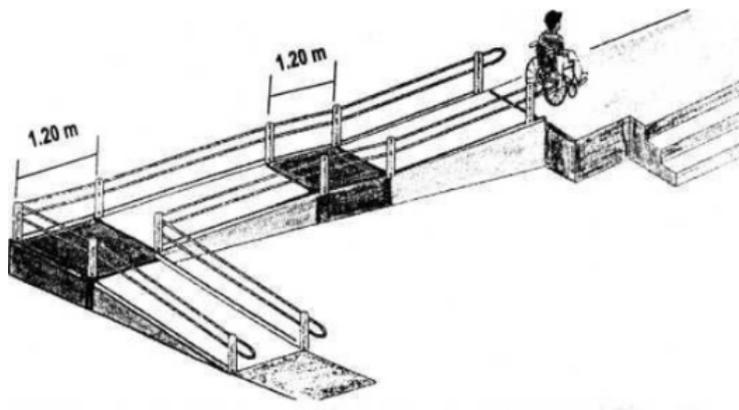


GRAFICO 13 Descanso entre tramos de rampas consecutivas

Fuente: Reglamento Nacional de edificaciones

- Se reservará espacios de estacionamiento para los vehículos que transportan o son conducidos por personas con discapacidad, en proporción a la cantidad total de espacios dentro del predio, de acuerdo con el siguiente cuadro:

De 0 a 5 estacionamientos	ninguno
De 6 a 20 estacionamientos	01
De 21 a 50 estacionamientos	02
De 51 a 400 estacionamientos	02 por cada 50
Más de 400 estacionamientos	16 más 1 por cada 100 adicionales

GRAFICO 14 Numero de estacionamientos x número de personas con discapacidad

Fuente: Reglamento Nacional de edificaciones

- El cubículo para inodoro tendrá dimensiones mínimas de 1.50m por 2m, con una puerta de ancho no menor de 90cm y barras de apoyo tubulares adecuadamente instaladas, como se indica en el Gráfico.
  - Los inodoros se instalarán con la tapa del asiento entre 45 y 50cm sobre el nivel del piso.
  - La papelera deberá ubicarse de modo que permita su fácil uso. No deberá utilizarse dispensadores que controlen el suministro.

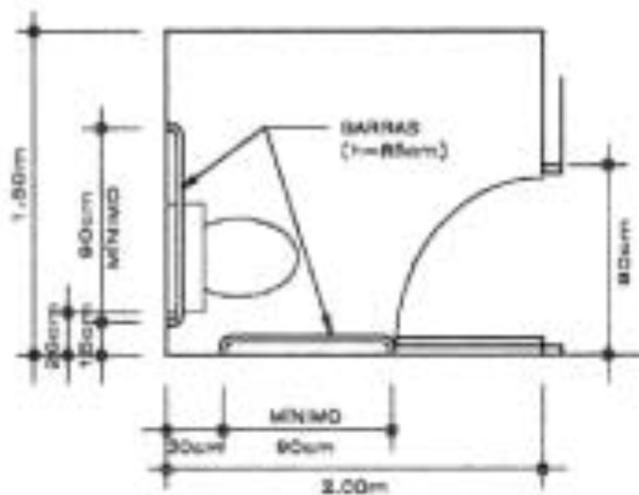
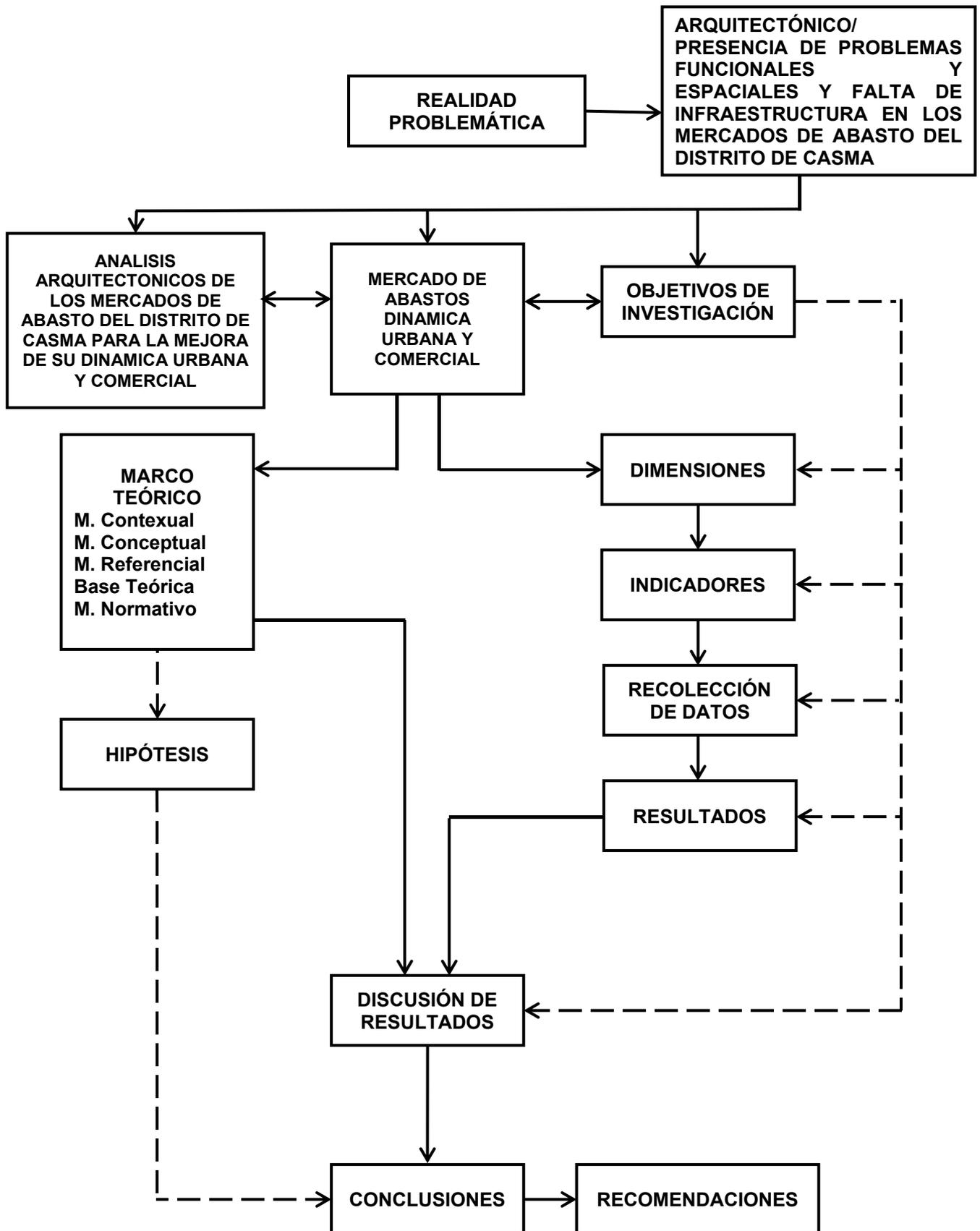


GRAFICO 15 Inodoro para discapacitados con medidas mínimas

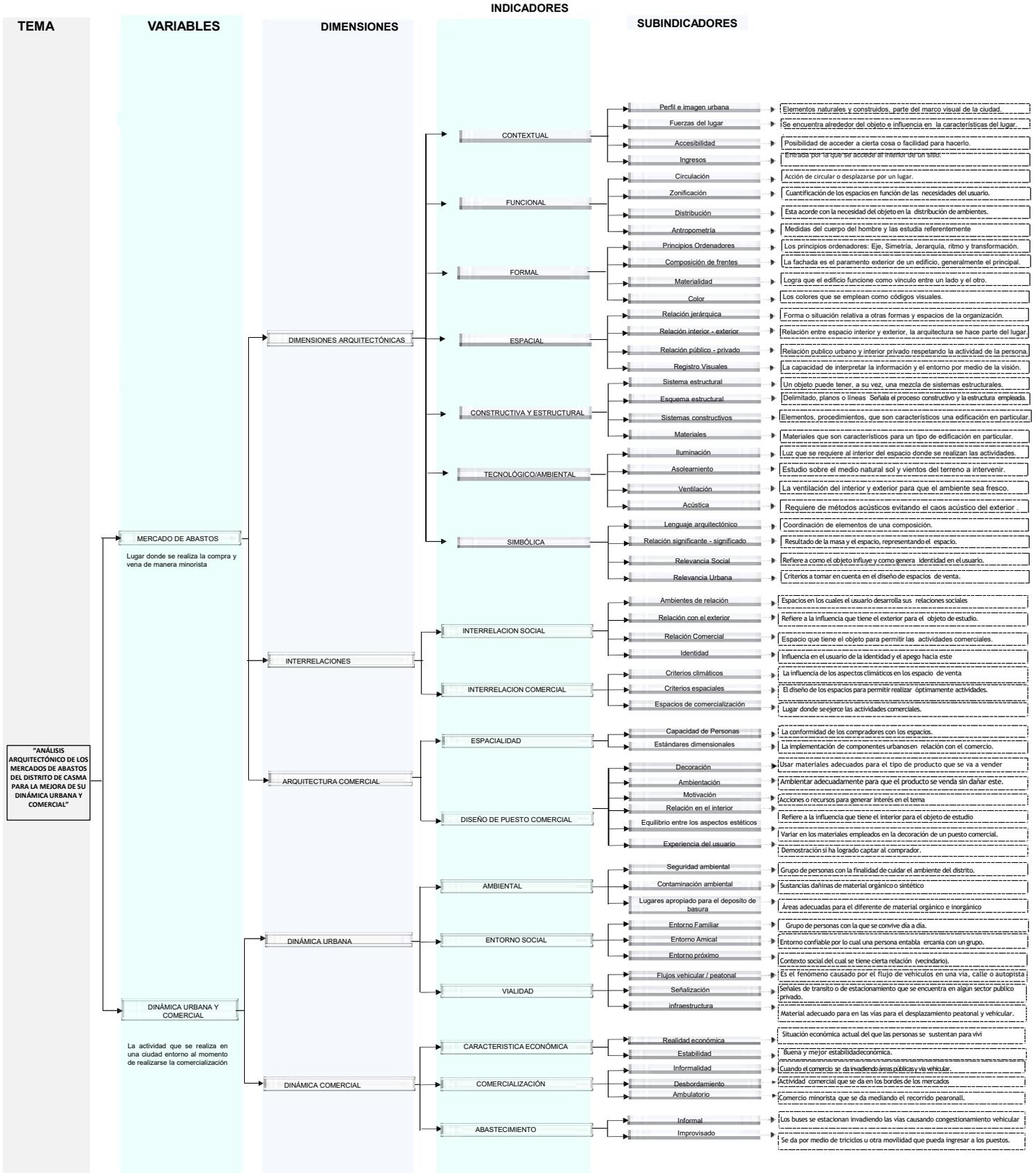
Fuente: Reglamento Nacional de edificaciones

### **III. MARCO METODOLÓGICO**

### 3.1. Esquema del Proceso de Investigación



### 3.2. Esquema de identificación de Dimensiones e Indicadores



3.2.1 MATRIZ DE CORRESPONDENCIA

TÍTULO	OBJETIVO GENERAL/ PREGUNTA GENERAL	OBJETIVOS SECUNDARIOS	PREGUNTAS DERIVADAS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	MÉTODOS	HERRAMIENTAS								
<p><b>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</b></p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial de la ciudad.</p>	<p>Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.</p>	<p>¿Cuáles son las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma?</p>	<p>Los mercados de abasto del distrito de Casma se encuentran actualmente en malas condiciones como son <b>Físicas</b>(Mala infraestructura), <b>Espaciales</b>(Las áreas inadecuadas de los puestos comerciales y el ancho antirreglamentario por la cual transcurren las personas dentro del mercado) y <b>Funcionales</b>(La mala circulación y mal abastecimiento que se realizan en los mercados)</p>	<p>MERCADO DE ABASTOS</p>	<p>DIMENSIONES ARQUITECTÓNICAS</p>	Contextual	- Perfil e imagen urbana - Fuerzas del lugar - Accesibilidad	<p>Observación</p>	<p>Ficha de análisis de observación</p>								
							Funcional	- Circulación - Zonificación - Distribución - Antropometría										
							Formal	- Principios Ordenadores - Composición de frentes - Materialidad - Color										
							Espacial	- Relación Jerárquica - Relación exterior - interior - Relación público – privado - Registro Visuales										
							Constructivo y estructural	- Sistema Estructural - Esquema Estructural - Sistema constructivos - Materiales										
							Tecnológico/ Ambiental	- Iluminación - Asoleamiento - Ventilación - Acústica										
	<p><b>PREGUNTA GENERAL:</b> ¿Qué problemas arquitectónicos tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial en la ciudad?</p>	<p>Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.</p>	<p>¿Cómo un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad?</p>	<p>Los mercados de abastos no cuentan con espacios adecuados para el esparcimiento de las personas como dentro y fuera de estos mercados ya que estas áreas son invadidas por comerciantes informales lo cual genera un caos comercial y urbano.</p>	<p>MERCADO DE ABASTOS</p>	<p>MERCADO DE ABASTOS</p>	<p>INTERRELACIONES</p>	Interrelación social	- Ambientes de relación - Relación con el exterior - Relación Comercial - Identidad	Observación	Ficha de análisis de observación							
								Interrelación comercial	- Criterios climáticos - Criterios espaciales - Espacios de comercialización	Observación	Ficha de análisis de observación							
								<p>ARQUITECTURA COMERCIAL</p>	Espacialidad	- Capacidad de Personas - Estándares dimensionales	Observación	Ficha de análisis de observación						
									Diseño de puestos comerciales	- Decoración - Ambientación - Motivación - Relación en el interior - Equilibrio entre los aspectos estéticos - Experiencia del usuario	Observación	Ficha de análisis de observación						
								<p>DINÁMICA URBANA</p>	<p>Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.</p>	<p>¿Cuál es el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma?</p>	<p>Estos mercados del distrito de Casma han generado contaminación ambiental, congestionamiento vehicular (falta de estacionamientos estratégicos), peatonal y caos poblacional por la mala gestión y distribución de estos mercados dentro de la ciudad y el no contar con áreas de estacionamiento para poder abastecer sus productos lo cual causa un disturbio entorno a este..</p>	<p>DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL</p>	<p>DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL</p>	<p>DINÁMICA URBANA</p>	Ambiental	- Seguridad ambiental - Contaminación ambiental - Lugares apropiado para el deposito de basura	Cuestionario	Encuesta
															Entorno social	- Entorno Familiar - Entorno Amical - Entorno próximo	Cuestionario	Encuesta
Vialidad	- Flujos vehicular / peatonal - Señalización - infraestructura	Observación	Ficha de análisis de observación															
<p>DINÁMICA COMERCIAL</p>	<p>¿Qué problemas arquitectónicos tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial en la ciudad?</p>	<p>Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.</p>	<p>Los mercados de abastos no cuentan con espacios adecuados para el esparcimiento de las personas como dentro y fuera de estos mercados ya que estas áreas son invadidas por comerciantes informales lo cual genera un caos comercial y urbano.</p>	<p>MERCADO DE ABASTOS</p>	<p>MERCADO DE ABASTOS</p>	<p>DINÁMICA COMERCIAL</p>	Característica económica	- Realidad económica - Estabilidad	Entrevista	Entrevista								
							Comercialización	- Informalidad - Desbordamiento - Ambulatorio	Entrevista	Entrevista								
							Abastecimiento	- Informal - Improvisado	Observación	Ficha de análisis de observación								

### **3.3. Diseño de la Investigación**

#### **3.3.1. Tipo de Investigación**

##### **3.3.1.1. Según su alcance**

###### **CUALITATIVA:**

Porque se requiere la observación de los 4 mercados de abastos del distrito de Casma, además de saber las cualidades y debilidades, mediante la observación IN- SITU para poder hacer la construcción de un mercado adecuado para los habitantes de este distrito.

###### **CUANTITATIVA:**

Porque requiere conocer cuántos puestos comerciales se encuentran dentro de estos mercados de abastos y cuáles son las dimensiones de los puestos de la circulación de estos mercados para dar una solución a este problema

##### **3.3.1.2. Según su enfoque**

###### **DESCRIPTIVA:**

Porque se quiere describir el tipo de comercialización que se da en estos mercados y como es su estado actual en arquitectura, infraestructura y como estas afectan en la ciudad en el momento que se realiza la comercialización.

**EXPLICATIVA:** Quiere dar a conocer los problemas que están generando estos mercados actualmente .

## CORRELACIONAL:

Da entender la relación que se da entre las variables: El Mercado de abastos y la Dinámica Urbana y Comercial que da en el distrito de Casma

### 3.3.2. Métodos y Herramientas de la Investigación

#### 3.4.2.1 Métodos(Técnicas)

Se aplicará la técnica:

- entrevista
- encuestas

A personas que tengan conocimiento respecto a la dinámica comercial y urbana de la ciudad del distrito de Casma y en cuanto su arquitectura comercial, para obtener opiniones que complementen a cumplir los objetivos específicos de la investigación, se aplicara la:

- Observación
- Fichas de análisis arquitectónicos

#### 3.4.2.2 Herramientas (Instrumentos)

- Se elaborará un **cuestionario** para las personas del distrito de Casma, que, según la muestra, brinden sus opiniones respecto a los mercados y la situación actual en la que se encuentren.
- Se elaborará **fichas de análisis arquitectónicos** para ver como es el funcionamiento y el área de estos mercados

**DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

METODOS DE RECOLECCIÓN		OBSERVACIÓN	ENTREVISTA	ENCUESTA		
HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN		FICHAS DE OBSERVACIÓN	LISTA DE ENTREVISTA	CUESTIONARIO		
<b>OBJETIVO GENERAL:</b>  ANALIZAR LOS PROBLEMAS ARQUITECTÓNICOS QUE TIENEN LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE LA DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL DE LA CIUDAD.	<b>OBJETIVO E. 1:</b>  Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.	<b>VARIABLE</b> MERCADO DE ABASTOS	/	/		
		<b>INDICADORES</b> - Contextual - Funcional - Formal - Espacial			- Constructivo y estructural - Tecnológico / Ambiental - Simbólica	
		<b>N° DE FICHAS DE OBSERVACIÓN: 4</b>				
		<b>OBJETO DE ESTUDIO:</b> Mercado del Distrito de Casma				
	<b>OBJETIVO E. 2:</b>  Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.	<b>VARIABLES</b> MERCADO DE ABASTOS			/	/
		<b>INDICADORES</b> - Espacialidad - Diseño de puestos comerciales - Interrelación social - Interrelación comercial				
		<b>N° DE FICHAS DE OBSERVACIÓN: 4</b>				
		<b>OBJETO DE ESTUDIO:</b> Mercado del Distrito de Casma				
	<b>OBJETIVO E. 3:</b>  Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.	<b>VARIABLES</b> DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL				
	<b>INDICADORES</b> - Comercialización - Abastecimiento - Vialidad	<b>INDICADORES</b> - Ambiental - Entorno Social - Vialidad - Característica económica	<b>INDICADORES</b> - Comercialización - Abastecimiento			
	<b>N° DE FICHAS DE OBSERVACIÓN: 4</b>	<b>N° DE ENTREVISTAS: 1</b>	<b>N° DE ENCUESTAS: 1</b>			
	<b>:OBJETO DE ESTUDIO:</b> Mercado del Distrito de Casma	<b>OBJETO DE ESTUDIO:</b> Mercado del Distrito de Casma	<b>OBJETO DE ESTUDIO:</b> Población del Distrito de Casma			

### 3.3.4. Recolección de la muestra

#### 3.4.3.1 USUARIOS

- UNIVERSO:

Ya que las encuestas que será realizada se dirige a toda la población del distrito de Casma

- POBLACIÓN:

28 140 habitantes.

- MUESTRA:

Para esta se aplicará la ecuación estadística para proporciones poblacionales.

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.95)^2 28\ 140(0.5)(0.5)}{(10)^2(28\ 140 - 1) + (1.95)^2(0.5)(0.5)}$$

**Dónde:**

n: Tamaño de muestra

P: Probabilidad de éxito = 0.50

Q: Probabilidad de no éxito = 0.50

Z: Intervalo de Confiabilidad = 95%

N: Población Universo = 28 140 habitantes

E: Margen de error = 10%

**Tamaño de muestra = 96**

### 3.4.3.2 COMERCIANTES

- UNIVERSO

Las encuestas que será realizada se dirige a todos los comerciantes de los mercados del Distrito de Casma

- POBLACIÓN

600 comerciantes.

- MUESTRA

Para esta se aplicará la ecuación estadística para proporciones poblacionales.

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.90)^2 600(0.5)(0.5)}{(10)^2(600 - 1) + (1.90)^2(0.5)(0.5)}$$

**Dónde:**

n: Tamaño de muestra

P: Probabilidad de éxito = 0.50

Q: Probabilidad de no éxito = 0.50

Z: Intervalo de Confiabilidad = 90%

N: Población Universo = 600 comerciantes

E: Margen de error = 10%

**Tamaño de muestra = 61**

## **IV. RESULTADOS**

## 4.1. Desarrollo de la investigación: Resultados

### 4.1.1. OBJETIVO 1

- Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.

### CUADRO RESUMEN

OBJETIVO ESPECIFICO 2			
VARIABLE	HERROMIENTAS DE RECOLECCIÓN	NÚMERACIÓN	NOMBRE
MERCADO DE ABASTOS	FICHA DE ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN	OB1.-1	<b>Contextual:</b> - Perfil e imagen urbana - Fuerzas del lugar - Accesibilidad
		OB1.-2	<b>Funcional:</b> - Circulación - Zonificación - Distribución - Antropometría
		OB1.-3	<b>Formal:</b> - Principios Ordenadores - Composición de frentes - Materialidad - Color
		OB1.-4	<b>Espacial:</b> - Relación Jerárquica - Relación exterior - interior - Relación público – privado - Registro Visuales
		OB1.-5	<b>Constructivo y estructural:</b> - Sistema Estructural - Esquema Estructural - Sistema constructivos - Materiales
		OB1.-6	<b>Tecnológico/ Ambiental</b> - Iluminación - Asoleamiento - Ventilación - Acústica
		OB1.-7	<b>Simbólica:</b> - Lenguaje arquitectónica - Relación significado - significante - Relevancia Social - Relevancia Urbana

# MERCADO MODELO



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA





Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

- ARQUITECTOS : MUNICIPALIDAD DE LA PROVINCIA DE CASMA
- UBICACIÓN : Frente a la Plaza San Martín .Av.Huarmey
- TIEMPO DE EJECUCIÓN : 1 AÑO
- ÁREA : 5 191.00 M2
- AÑO PROYECTO : 1972
- USO ACTUAL : COMERCIO
- PRESIDENTE : GREGORIO JULIO MENDIOLA LOPEZ



De tres pisos de altura se encuentra localizado en un predio rodeado por viviendas y comercio formado por 2 volúmenes con diferentes criterios en espacio, constructivo y función. El mercado Modelo cuenta con todas las zonas que un Mercado requiere pero no con todos los servicios esto pasa debido a un abandono de la infraestructura por el que esta pasando actualmente. El mercado Modelo a pesar de que fue planificado y se trató que cumpla con todos los requisitos legales para el funcionamiento de esta , no cumplen con las áreas adecuadas para los puestos comerciales tanto así que sus áreas de estos puestos son demasiado grandes.



Este mercado cuenta con una zona administrativa la cual es utilizada por la municipalidad. Y tiene una academia pre universitario.

	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO MODELO		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 01</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

**PERFIL E IMAGEN URBANA**



Fuente : Google maps,2018,

**Comentario:**

La mayoría de edificaciones que componen la manzana son de 2 a 3 pisos con excepciones de 4 pisos en diferentes puntos alrededor del mercado y el mismo mercado que cuenta con 4 pisos. Las edificaciones cerca al mercado y frente a este son buenas y de material noble, y las edificaciones posteriores al mercado y alejadas también cuentan con material noble.

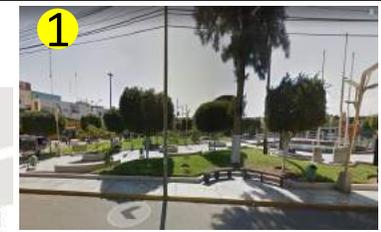


**FUERZAS DEL LUGAR**



**Comentario:**

Este Mercado se caracteriza por estar entre las vías mas importantes de la ciudad de Casma y por lo que se encuentra en un área consolidada en el cual se encuentran todas las empresas que brindan servicios a todo el distrito.



PLAZA SAN MARTIN



ELEKTRA



PODER JUDICIAL



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO MODELO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 02**

**ACCESIBILIDAD**



**Comentario:**

El mercado Modelo es muy beneficiado ya que se encuentra en el casco urbano del distrito de Casma que cuenta con vías importantes de la ciudad lo cual hace mas fácil su accesibilidad a esta.



AV. HUARMEY  
(vehicular-peatonal)

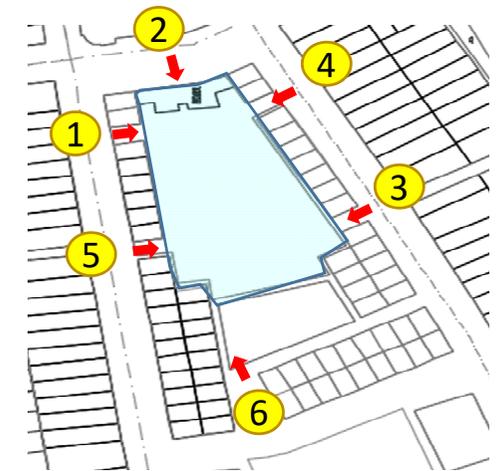


AV. NEPEÑA  
(vehicular-peatonal)



AV. GAMARRA  
(vehicular-peatonal)

**INGRESOS**



**Comentario:**

El acceso 1 y el 5 (secundario) se encuentra en la Av. nepeña.  
 El acceso 2 (Principal) se encuentra en la Av. Gamarra.  
 El acceso 3 (secundario) se encuentran en la Av. Huarmeý y el 4 por donde se realiza la Carga y Descarga.  
 El acceso 6 (secundario) se encuentra en la Ca. Las Poncias

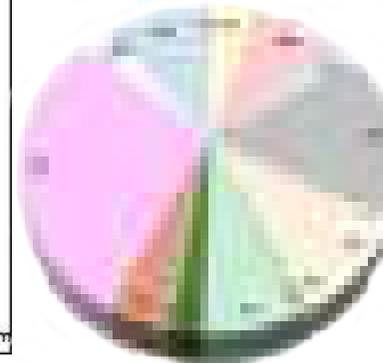
	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO MODELO		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 03</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	



**Comentario:**

- La distribución de la principal área del programa del mercado se dan en el primer nivel viendo la distribución de los puestos de ventas podemos ver que se encuentran de una manera ordenada.
- Notamos el orden de los puestos mas el tipo de producto que están ofrecen no se encuentran sectorizados según el tipo de producto que estas ofrecen (ZONA HUMEDA-SEMI HUMEDA, SECA)
- El uso de los puestos se dan en un 96% en este piso, vemos que las tiendas perimetrales funcionan en su totalidad .
- Notamos una deficiencia en lo que es el área de Carga y Descarga ya que esta debería Tener mucho mas área.

	(10) PUESTO DE POLLO		(05) P. DE ESPECIAS
	(21) P. DE CARNE		(02) P. DE OLLAS / PLASTICOS.
	(04) P. DE PESCADO		(08) P. JUGUERIAS
	(38) P. DE ABARROTOS		(64) ROPA / ZAPATOS
	(15) P. DE FRUTAS.		(06) TIENDA DE JUGUETES
	(06) P. DE VERDURAS		(01) SS.HH
	(03) P. DE SNACKS		(21) UTILES ESCOLARES
	(14) P. DE COMIDA		(02) VENTA DE PERIODICOS



De los puestos comerciales el que en mayor jerarquía encontramos con 29% tiendas de ropa / bazares y en menor con 2% los puestos de periódicos y puesto de ollas y plásticos.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 04**

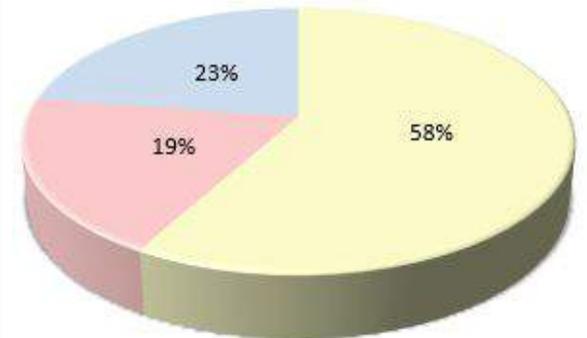


**Comentario:**

Notamos que en la actualidad el mercado Modelo no se encuentra ordenadamente según las zonas que deberían contar (zona seca, zona húmeda y zona semi húmeda) ya que estos puestos comerciales con el tiempo han ido aumentando y se han ido desordenando lo cual ha generado este desorden. Esto hace que algunos puestos comerciales no sean visitados por otros comerciantes ya que se encuentran distanciados de su zona.

**LEYENDA :**

- (168) ZONA SECA
- (42) ZONA HÚMEDA
- (50) ZONA SEMI HÚMEDA



Del 100%(220) de los puestos comerciales del Mercado Modelo el 19%(42) se encuentran en una zona húmeda, el 23%(50) se encuentran en una zona semi húmeda y el 58%(168) se encuentran en una zona seca.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

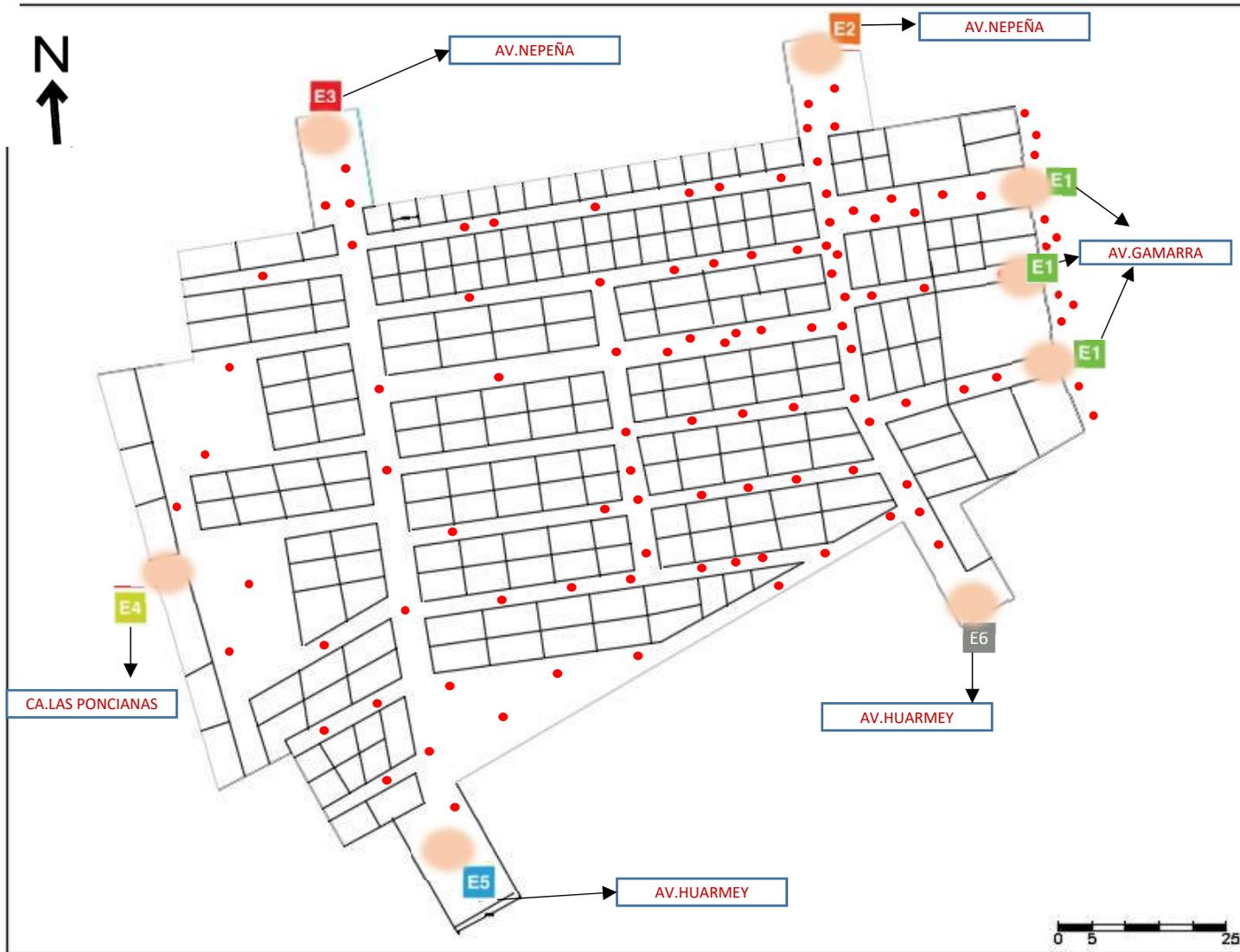
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 05**



➤ **Comentario:**

La circulación dada en el MERCADO MODELO es una CIRCULACION LINEAL estos ejes que se distribuyen de forma lineal son indispensables para integrar una circulación general y orientar al usuario a su recorrido hacia la zona principal y también son justamente los que relacionan los ingresos con el interior. Esta circulación no es continua pero no tiene interrupciones al momento de recorrer el mercado .

Una de las cosas que también es importante recalcar es que estas circulación no tiene un centro de encuentro y la circulación no es ordenada.

**CIRCULACIONES PRINCIPALES :**

- E1 INGRESO PRINCIPAL
- E2 INGRESO SECUNDARIO
- E3 INGRESO SECUNDARIO
- E4 INGRESO SECUNDARIO
- E5 INGRESO SECUNDARIO
- E6 INGRESO SECUNDARIO

**ACUMULACIÓN DE USUARIOS EN 10 min :**

• = 2 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO MODELO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 06**

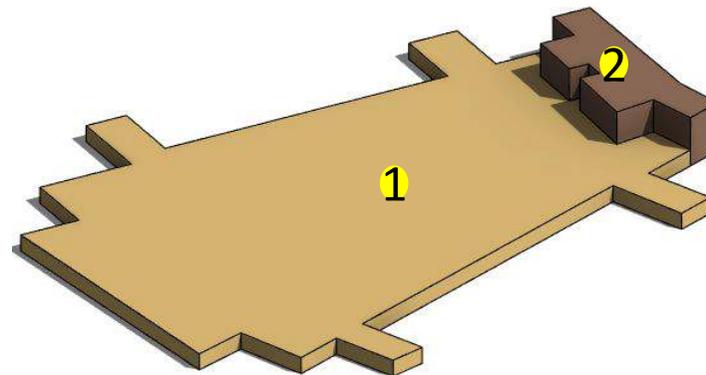


➤ **Comentario:**  
El ingreso Principal del mercado se encuentra marcado por un vacío que cuenta todo esta fachada ciega y que también encontramos varios puestos comerciales, este fachada no es aprovechada para poder mostrar al máximo los productos que ofrecen este mercado para poder así atraer a mas consumidores, en el lenguaje arquitectónico este no cumplen una función como a tractor la cual no tiene elementos que le pueden hacer notar mas interesante.



**ELEVACION A**

Fuente : Elaboración propia



**VOLUMETRÍA DEL MERCADO**

Fuente : Elaboración propia

➤ **Comentario:**  
Los volúmenes que conforma este mercado son 2:  
1 en el cual se desarrolla todo el comercio.  
2 en donde se desarrolla el servicio comunal este cuenta con una academia y con áreas de la municipalidad como es de catastro y otros



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 07**

**MATERIALIDAD**

MATERIALES EXTERIORES



CONCRETO

➤ **Comentario:**

Empleados en muros del edificio, tanto en el primer nivel de la fachada como espacios interiores. Este material ofrece la libertad de realizar las ideas y las formas mas caprichosas en la arquitectura



VIDRIO

➤ **Comentario:**

El proyecto cuenta con algunas superficies de cristal transparente para reflejar la continuidad entre el ambiente interior y la vía peatonal .



VARILLAS DE ACERO NEGRO

➤ **Comentario:**

Se usan varillas de metal para acompañar el vidrio en las ventanas altas y bajas

MATERIALES INTERIORES



CONCRETO

➤ **Comentario:**

Encontrados en la losa y en los acabados interiores.



CONCRETO

➤ **Comentario:**

Encontrados en algunos puestos comerciales que se dedican a la venta de productos de carnes y otros puestos dedicados a la ropa.

➤ **Comentario:**

Como material predominante del mercado es el concreto y también podemos notar algunos puestos que están cubiertos con materiales recuperables (esteras, plásticos, triplay) y con algunas cubiertas de calaminas y estructura de acero.

**COLOR**

PRIMER COLOR ORIGINAL



Fuente : Google

FACHADA SUPERIOR

FACHADA INFERIOR

SEGUNDO COLOR



FACHADA SUPERIOR

FACHADA INFERIOR

➤ **Comentario:**

El color, si bien es un elemento que se ha empleado para enfatizar elementos en la fachada, a variado con el tiempo pero no ha perdido ese color que simboliza al distrito de Casma que es el amarillo el uno de los colores de la bandera y mantiene un dibujo de un guerrero de la cultura Sechín



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 08**

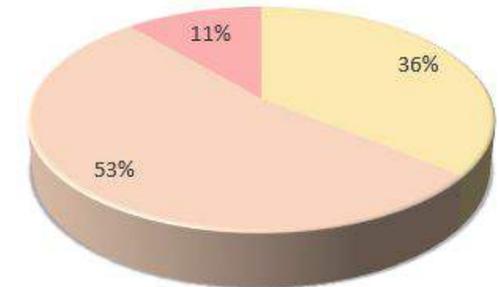


**Comentario:**

Podemos observar que el estado de conservación que predomina es el REGULAR ya que este mercado se encuentra en el casco urbano y se trata de dar una mejor visión hacia el cliente estos puestos mantienen la misma infraestructura solo que lo pintan para dar un mejor aspecto, y en lo mínimo encontramos el estado MALO estos puestos están contruidos con material recuperable (esteras , palos o triplay) o mantienen la misma infraestructura sin darle ningún tipo de mantenimiento

**LEYENDA :**

- (79) BUENO
- (116) REGULAR
- (25) MALO



Del 100%(220) de los puestos comerciales del Mercado Modelo el 11%(25) se encuentran en un MAL ESTADO DE CONSERVACIÓN son los puestos que se mantienen desde que fue creado y no ha tenido ninguna renovación , el 36%(79) se encuentran e un BUEN ESTADO DE CONSERVACIÓN estas han sido reconstruidos o se mantienen en constante mantenimiento por los mismo dueños y el 53%(118) se encuentran en un ESTADO DE CONSERVACIÓN REGULAR estas han sido pintados pero el material es el mismo desde que fue creado el mercado..



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

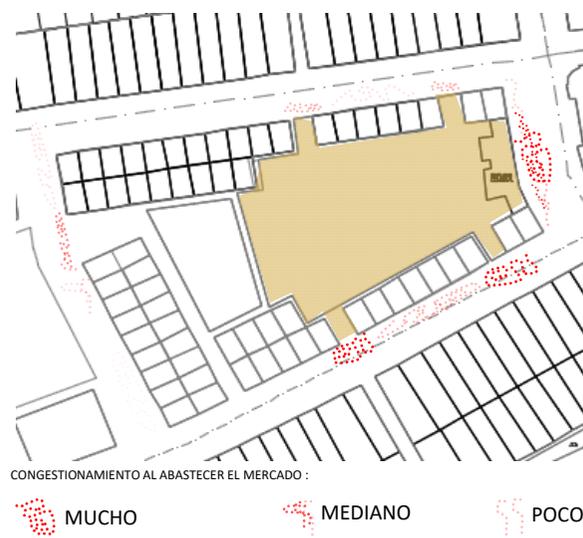
**CICLO:**

IX – 2018 I

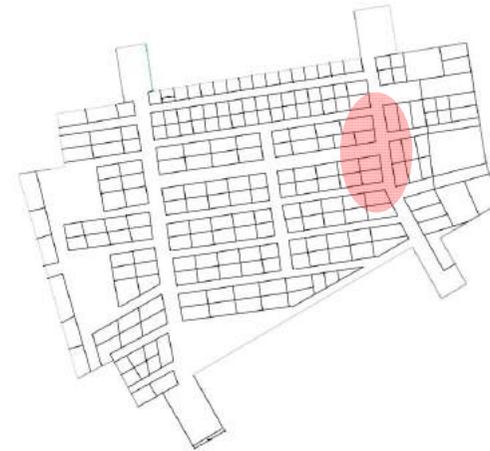
**LÁMINA N°:**

**A – 09**

**REGISTRO VISUAL**



**RELACIÓN JERÁRQUICA**



➤ **Comentario:**  
En general el espacio mas importante es toda la zona central del mercado ya que aquí encontramos la variedad de productos alimenticios.



Fuente : google maps, 2018



➤ **Comentario:**  
Frente a la fachada tenemos una vía principal un área de estacionamiento vehicular la cual no da una buena imagen urbana y que al mismo tiempo congestiona el área debido a su mínima anchura de las vías



➤ **Comentario:**  
También encontramos comercio a las afueras del mercado Modelo interrumpiendo el paso peatonal y generando una mala imagen urbana, estos puestos generan puntos de basura en donde esto se acumula dando un mal aspecto a este mercado.



➤ **Comentario:**  
Dentro de la zona comercial el espacio central es el de mayor jerarquía, espacialidad y por algún medio de circulación hacia otro nivel de piso , a la vez que es el lugar donde se concentra mas usuarios por el diverso productos alimenticios que se pueden encontrar o por espacios con áreas verdes donde los usuarios puedan descansar o pasar un momento agradable lo cual en el Mercado Modelo vemos que este espacio esta invadido por pequeñas zonas de ventas.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO MODELO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 10**

**INTERIOR – EXTERIOR**



➤ **Comentario:**  
El mercado cuenta con aberturas que permiten que ingresen las luces , pero también están expuestos directamente con los rayos solares lo que causa una molestia a los consumidores .

**PÚBLICO – PRIVADO**



➤ **Comentario:**  
La Calle peatonal en la que se encuentran mas puestos comerciales en el exterior del mercado crean conexión la cual invita al cliente ingresar a sus instalaciones.

LEYENDA:



**INGRESOS**



➤ **Comentario:**  
Para una mejor relación con el entorno el mercado tiene su ingreso principal en la esquina, donde se cruzan las vías . Y el ingreso principal e ingresos secundarios que están en frente al Boulevard De igual forma cuenta con comercio que da a la calle directamente lo que mejora la relación con el entorno y va creando desde fuera un ambiente propicio para que el comercio sea fluido



➤ **Comentario:**  
Esta se relaciona muy bien con el exterior el exterior , dado a que el comercio es fluido en los exteriores del Mercado esto hace que el consumidor pueda llegar a este mercado el cual no cuentan con ingresos que sean llamativas al usuario. .



➤ **Comentario:**  
Utilizando elementos que puedan cerrar estas aberturas (rejas) que permiten a la gente sentirse en un ambiente publico pero al mismo tiempo se sientan seguros de cualquier atentado hacia su persona ya que es un espacio que tiene cerramientos..



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

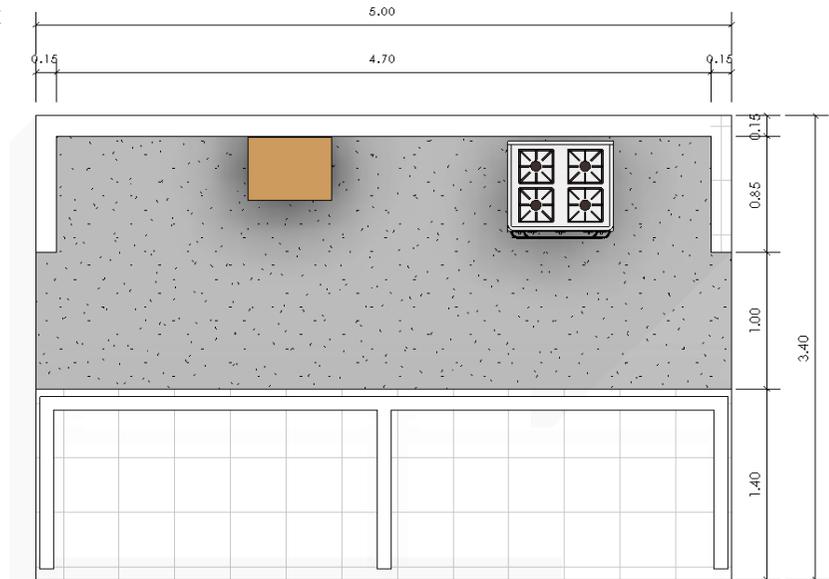
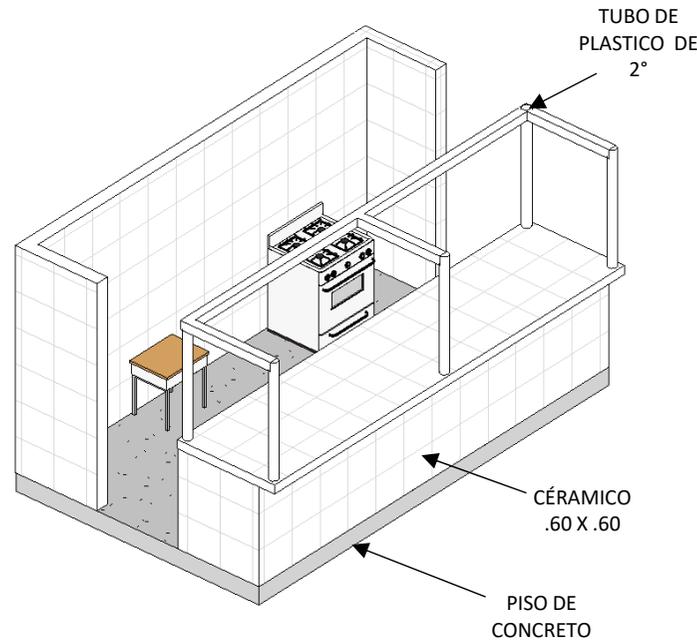
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

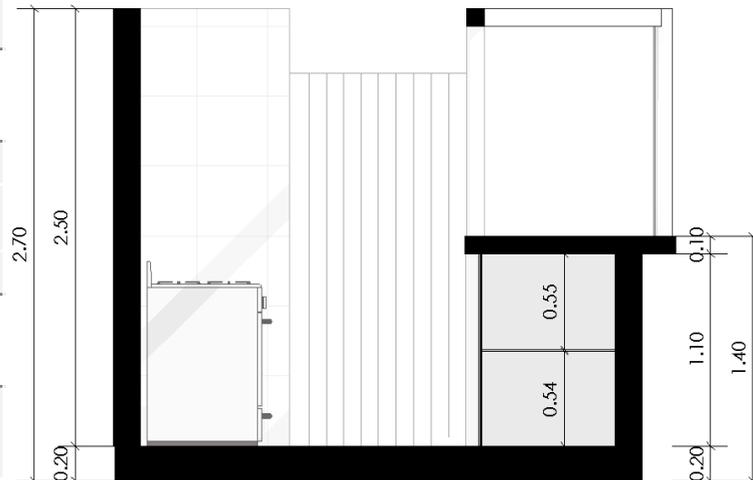
**A – 11**

➤ **Comentario:**

Estos puestos de ventas no cuentan con los implementos adecuados para poder cocinar y no cuentan con un lavadero ya que suelen traer su propia agua en baldes para poder cocinar o lavar sus servicios , estos puestos de comida no cuentan con una zona de mesas ya que suelen invadir el área por donde transitan los usuarios. Estos puestos no tienen una ubicación adecuada ya que se encuentran alrededor de puestos que trascienden olores que son incómodos para los consumidores.



RUBRO	PUESTO DE COMIDA
	JUGUERIAS
ÁREA	17.00 M2
PERÍMETRO	16.80 ML
MATERIALES	PISO = CONCRETO ENCHAPE = CÉRAMICO BLANCO .60 X.60 SIN TECHO
ESTADO DE CONSERVACIÓN	BUENO
AFORO	1 USUARIO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

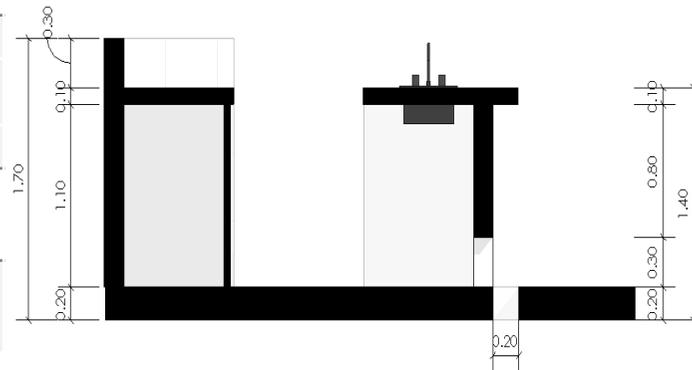
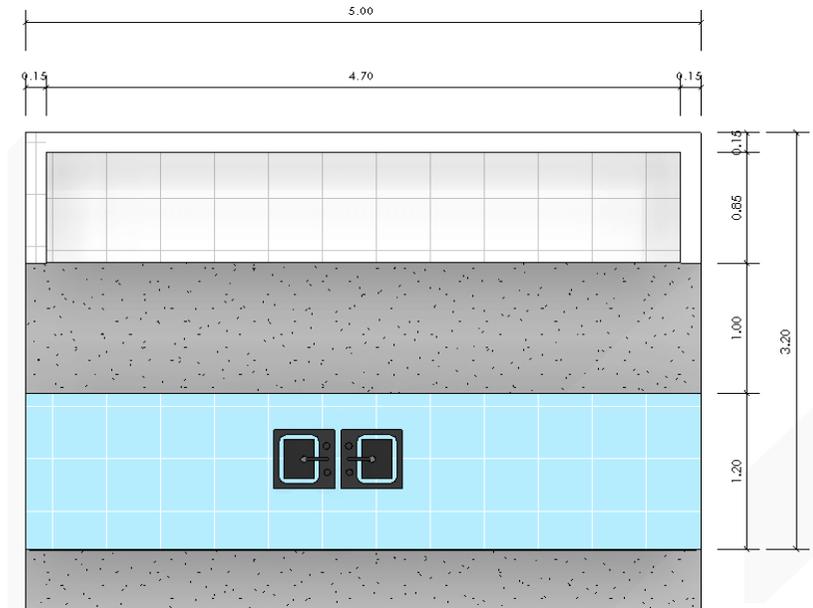
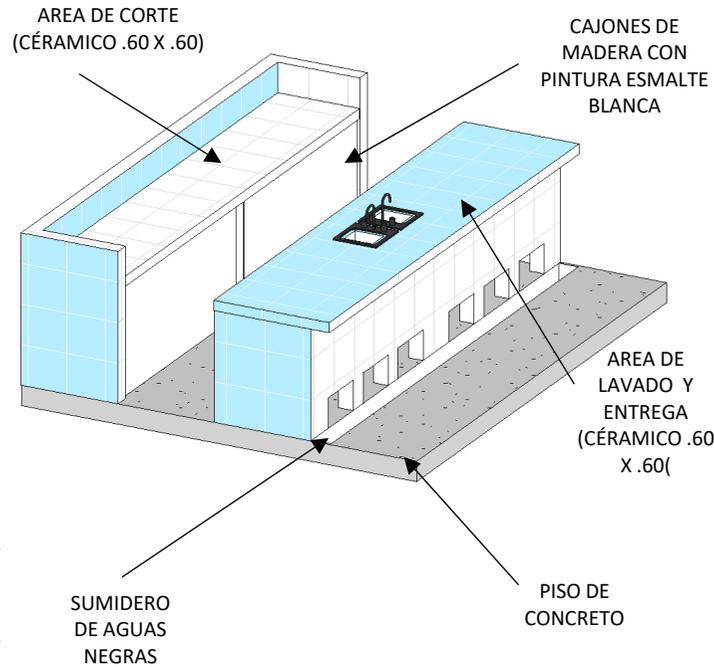
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 12**

➤ **Comentario:**

Los puestos de carnes se encuentran en un buen estado de conservación y es un área necesaria para la venta de sus productos, estos puestos no tienen algún elemento que les ayude a mostrar sus productos que ofrecen.

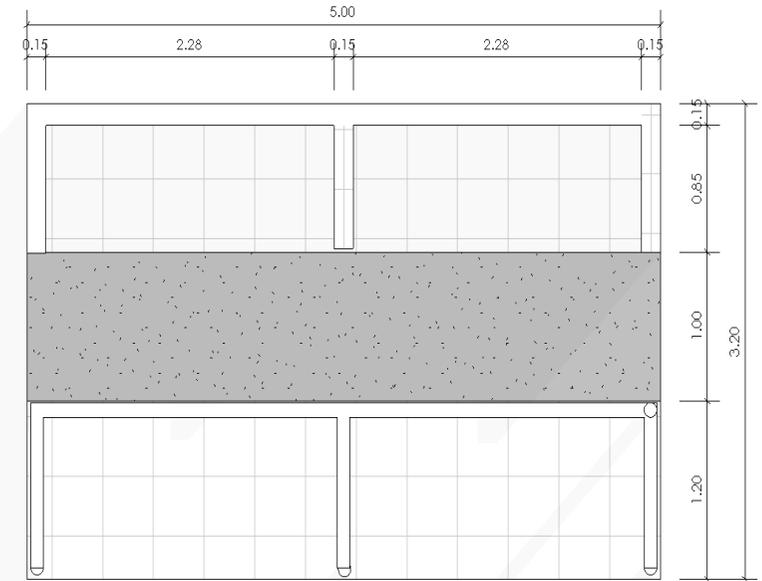
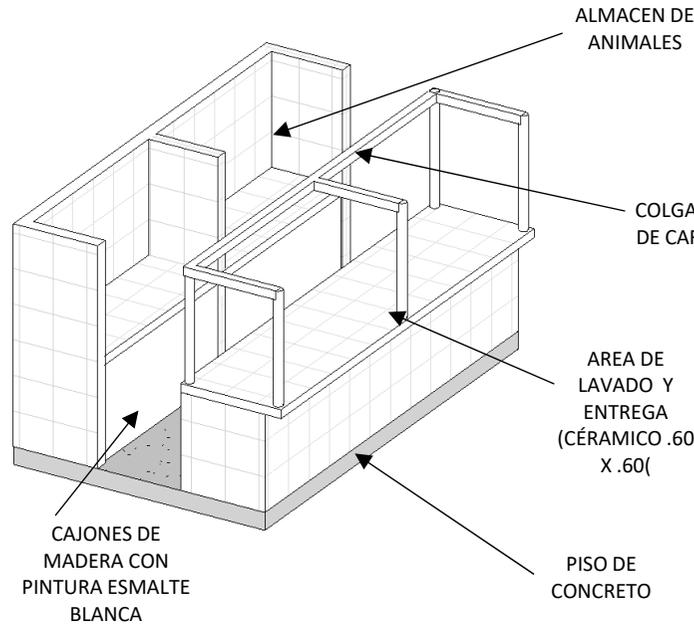


RUBRO	P. PESCADO
	P. DE CARNE DE RES
ÁREA	16.00 M2
PERÍMETRO	16.40 ML
MATERIALES	PISO = CONCRETO
	ENCHAPE = CÉRAMICO BLANCO .60 X.60
	SIN TECHO
ESTADO DE CONSERVACIÓN	BUENO
AFORO	1 USUARIO

	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO MODELO</p>	<p><b>LÁMINA N°:</b> A – 13</p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>

➤ **Comentario:**

Estos puestos están dedicados a la venta de animales vivos y se encuentran en una mala ubicación ya que los animales dan una mala vista al comprador y también emanan olores fuertes por las heces de los animales las medidas de estas son adecuadas ya que las personas se sienten cómodas en su puesto de ventas



RUBRO	P. ANIMALES P. VENTA DE CONDIMENTOS
ÁREA	16.00 M2
PERÍMETRO	16.40 ML
MATERIALES	PISO = CONCRETO ENCHAPE = CÉRAMICO BLANCO .60 X.60 SIN TECHO
ESTADO DE CONSERVACIÓN	REGULAR
AFORO	2 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

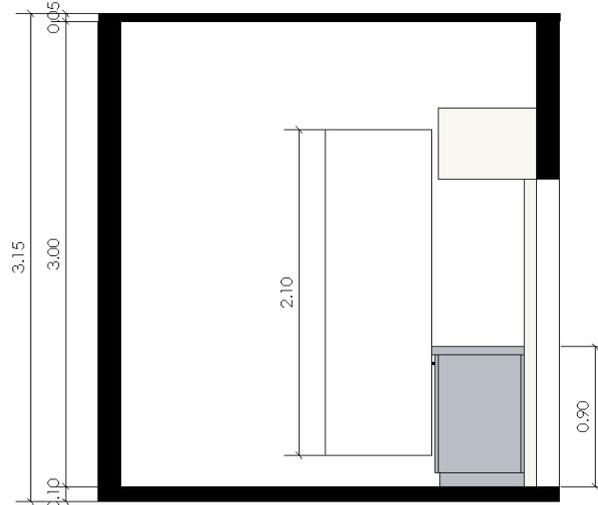
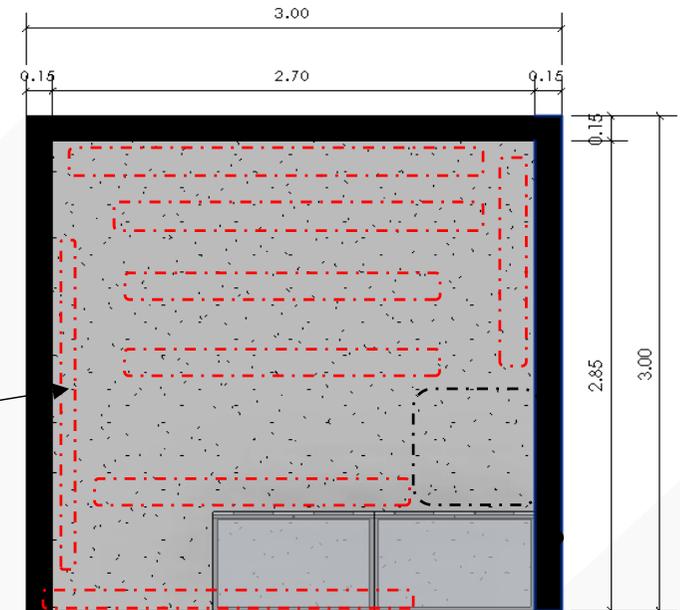
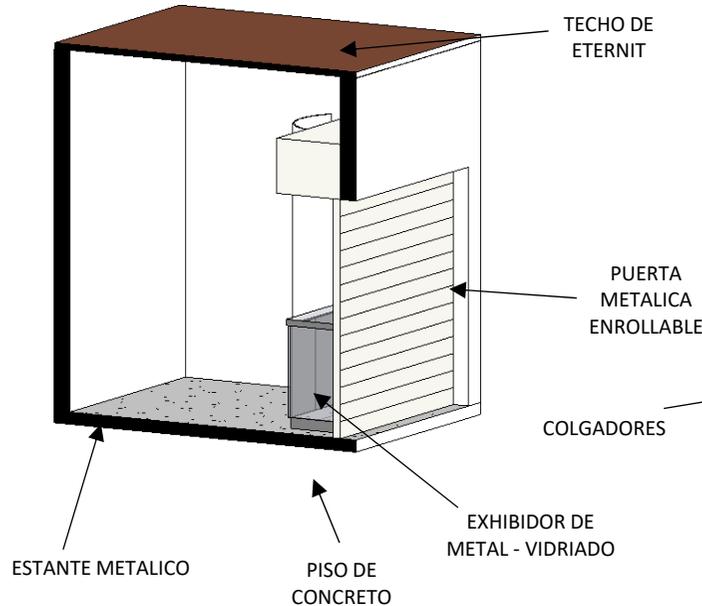
**A – 14**

➤ **Comentario:**

Estos puestos están dedicados a la venta de ROPA Y PLÁSTICOS, el área que cuenta es muy pequeña ya que no pueden tener sus productos en estantes para poder exhibirlos por lo que concurren en mostrarlos en colgadores que obstruye la otros productos que necesitan ser exhibidos o suelen ubicarlos en las zonas por donde transita el usuario.

El techo que cuenta es de material recuperable (eternit) lo cual hace que el puesto tenga una mala imagen y lo hace muy sofocante ya sea también por la dimensión que tiene este puesto y la cantidad de productos que esta exhibe

RUBRO	P.ROPA P.PLASTICOS /OLLAS
ÁREA	9.00 M2
PERÍMETRO	12.00 ML
MATERIALES	PISO = CONCRETO PULIDO PARED DE CONCRETO TECHO DE ETERNIT MOSTRADOR DE VIDRIO
ESTADO DE CONSERVACIÓN	REGULAR
AFORO	5 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 18**



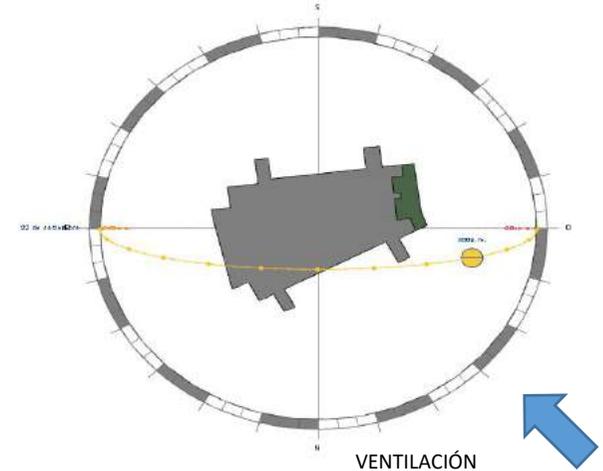
➤ **Comentario:**

- **ASOLEAMIENTO:** Las alturas de los edificios no obstruyen la luz solar hacia el mercado. Al comenzar el día el ángulo de los rayos del sol penetran el mercado por aberturas que tiene estas.
- **VENTILACIÓN :** El mercado no se ventila muy bien ya que el viento no ingresa directamente hacia el espacio interior, ya que este mercado está cercado por otras tiendas comerciales, dado así que el viento no fluye manteniendo un ambiente agradable.
- **ILUMINACIÓN:** El mercado se ilumina de una manera directa e indirecta aprovechando esta con aberturas que cuenta el mercado y por algunos sectores que cuentan con alguna cobertura que pueda cubrir de este sol sofocante.
- **ACÚSTICA:** El ruido se esparce ya que estos tienen espacios abiertos donde el ruido no puede ser tan incomodo para el comerciante como también para el usuario.

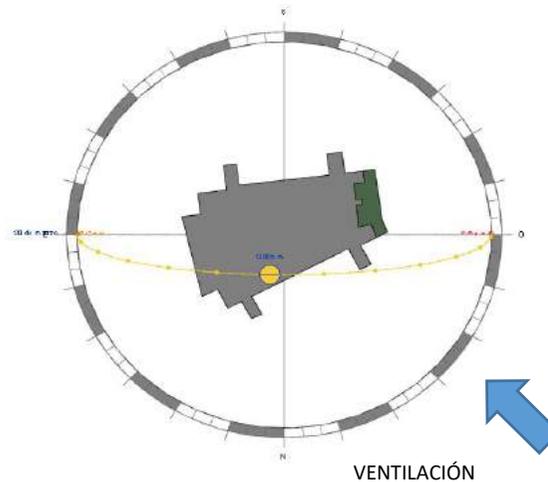
RECORRIDO DURANTE OTOÑO



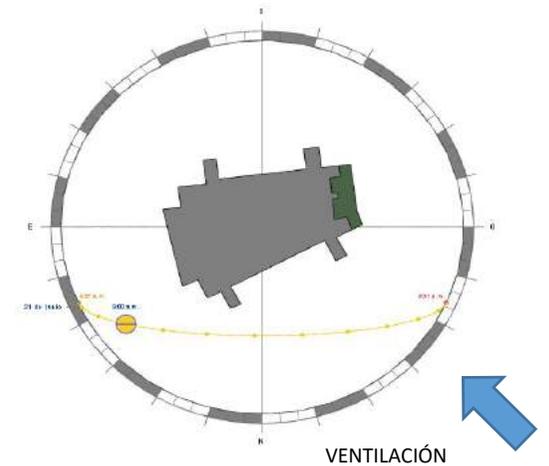
RECORRIDO DURANTE INVIERNO



RECORRIDO DURANTE PRIMAVERA

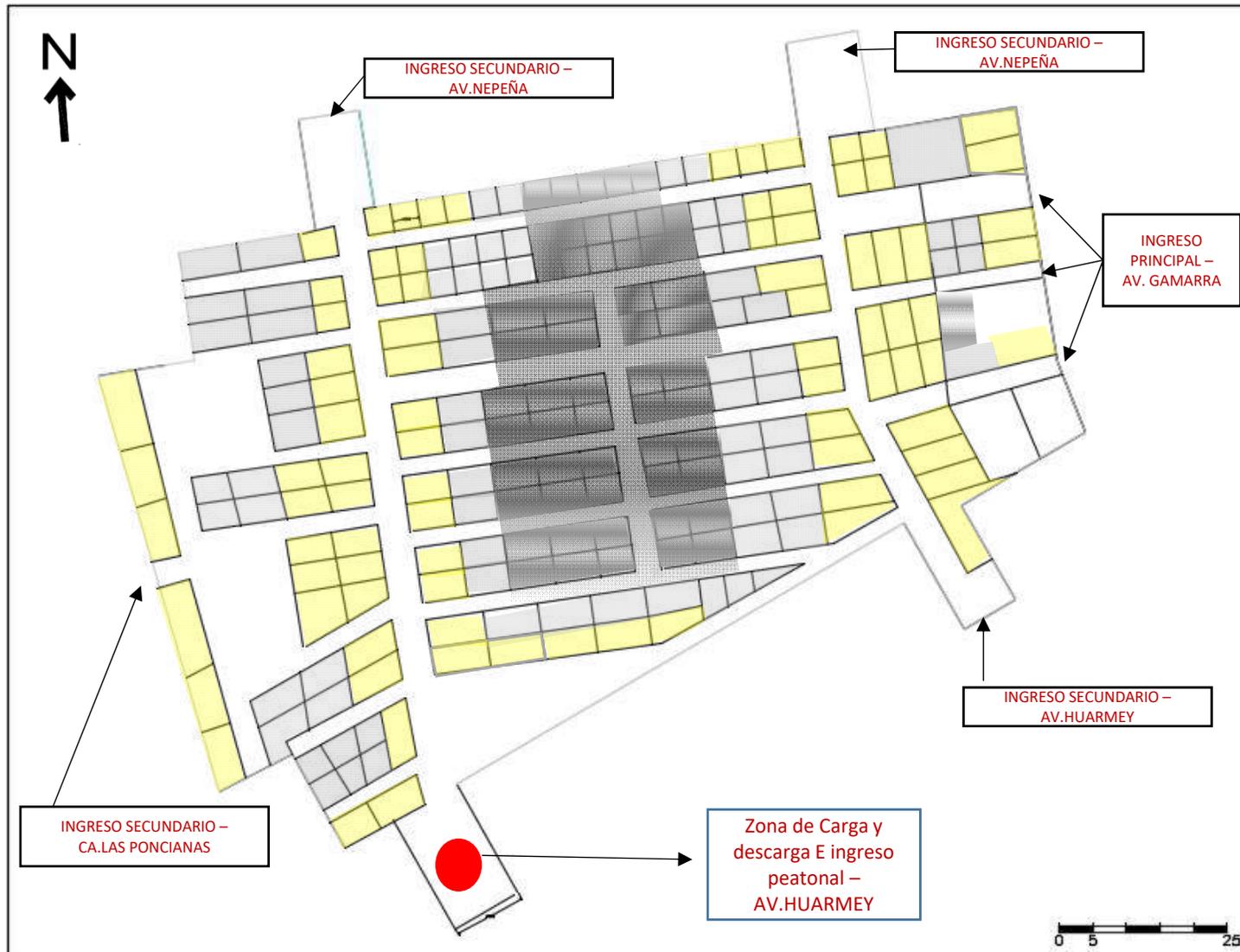


RECORRIDO DURANTE VERANO



	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO MODELO		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 19</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

# INGRESO DE LUZ A LOS PUESTOS DE VENTAS

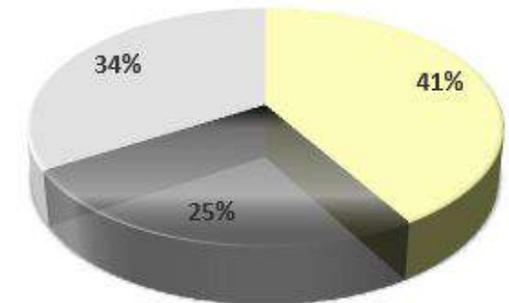


➤ **Comentario:**

Como podemos observar los puestos que se encuentran bien iluminados con luz natural se encuentran en los ingresos de los mercados ya que estos no están techados ya que el ingreso es directo en algunos puestos y indirectos en su mayoría. En el centro notamos que la luz natural no ingresa por lo que los comerciantes de esto puestos iluminan sus puestos mediante luz artificial.

**LEYENDA :**

- (91) LUZ NATURAL (MUCHO INGRESO)
- (74) LUZ NATURAL (POCO INGRESO)
- (55) LUZ ARTIFICIAL



Del 100%(220) de los puestos comerciales del Mercado Modelo el 34%(74) tienen poco ingreso de luz natural ya sea por los techos que impiden el ingreso de luz , el 25%(55) no tienen ingreso de luz natural estas se iluminan mediante luz artificial y el 41%(91) sus puestos se iluminan mediante la luz natural ya que cuenta con espacios abiertos o los techos permiten un buen ingreso de esta.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

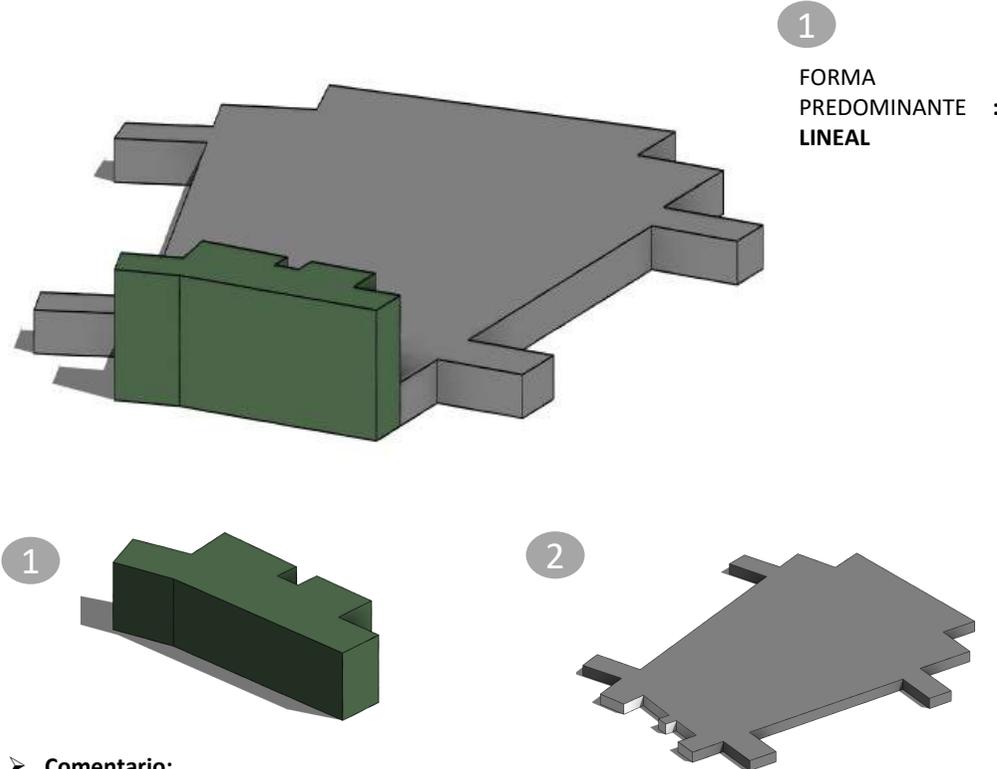
**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 20**

El Mercado Modelo , diferenciando sus 3 en un cuerpo,el primer cuerpo con un lenguaje de forma irregular donde se realiza lo institucional, el segundo cuerpo tambien esta dada por una forma irregular donde se realiza todo el coemrcio



➤ **Comentario:**

De manera general el proyecto del Mercado Modelo genera un aporte socioeconómico y no arquitectónico para la ciudad de Casma, porque esta potencia el comercio de los productos de primera necesidad, esta da una identidad al sector con un Mercado se podría decir en mejores condiciones como los otros mercados , sin embargo esta no tiene un mismo lenguaje arquitectónico con las edificaciones que la rodean solo vemos un imagen urbana desordenada.

➤ **Comentario:**

Un edificio de simpleza formal y constructivo pensando para una gran intensidad de uso comercial y como icono de lugar muy significativo de la ciudad. Asimismo intenta concebir nuevos modelos estructurales, que sean a su vez agradables y pueda enfatizar el espacio interior central.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 21**

➤ **Comentario:**

- El MERCADO MODELO un lugar de recuerdos e historia que marca a cada uno de las personas del distrito de Casma esta también es uno de los mercados mas emblemáticos de la ciudad. Además de ofrecer un producto de calidad y una buena acogida al cliente .
- Este mercado a pesar que cuenta con llegada de turistas no cuenta con espacios el interior del mercado donde puedan recrearse y relajarse y ala vez realizar sus compras con mayor tranquilidad ya que el punto de donde parten los consumidores se encuentra invadido por mas comerciantes que con el tiempo ha ido creciendo el numero de comerciantes.



➤ **Comentario:**

- El Mercado Modelo de ser uno de los mercados mas emblemáticos de la ciudad tiene esa conexión con la ciudad por medio de un espacio publico que es la Plaza San Martín que puede entrelazar la ciudad y el mercado dando así también muestra otra imagen urbana mas atractiva hacia el usuario que quiera llegar a este mercado. Hay una continuidad de un espacio publico hacia el interior de una manera peatonal .



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 22**

# MERCADO SAN MARTÍN



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA





Fuente : GOOGLE MAPS , 2018

Se encuentra localizado en un predio rodeado por viviendas y comercio formado por 1 volumen con diferente criterios en espacio, constructivo y función. El mercado La Parada San Martín cuenta con todas las zonas que un Mercado requiere pero no con todos los servicios necesarios, esto pasa debido a un abandono de la infraestructura por el que esta pasando actuales y por los problemas internos que están pasando entre los comerciantes del mercado actualmente . El mercado San Martín a pesar de que no fue planificado ; se trató que cumpla con todos los requisitos legales para el funcionamiento de esta , este mercado no cumplen con las áreas adecuadas para los puestos comerciales tanto así que sus áreas de estos puestos son demasiado grandes o pequeñas.

- ARQUITECTOS : MUNICIPALIDAD DE LA PROVINCIA DE CASMA
- UBICACIÓN :
- TIEMPO DE EJECUCIÓN : 1 AÑO
- ÁREA : M2
- AÑO PROYECTO :
- USO ACTUAL : COMERCIO
- PRESIDENTE :



	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO "SAN MARTÍN DE PORRES"		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 01</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

PERFIL E IMAGEN URBANA



Fuente : Google maps,2018,

Comentario:

La mayoría de edificaciones que componen la manzana son de 2 a 3 pisos con excepciones de 4 pisos en diferentes puntos alrededor del mercado y el mismo mercado que es de 1 nivel. Las edificaciones cerca al mercado y frente a este y de material noble, y las edificaciones posteriores al mercado y alejadas también cuentan con material noble.

A



B



C



FUERZAS DEL LUGAR



Comentario:

Este Mercado se caracteriza por estar entre las vías más importantes de la ciudad de Casma y por lo que se encuentra en un área consolidada en el cual se encuentra una institución que se ve afectada por la contaminación que esta genera.



PLAZA SAN MARTIN



I.E CESAR VALLEJO



I.E MARISCAL LUZURIAGA



SERVICENTRO REPSOL



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
 ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

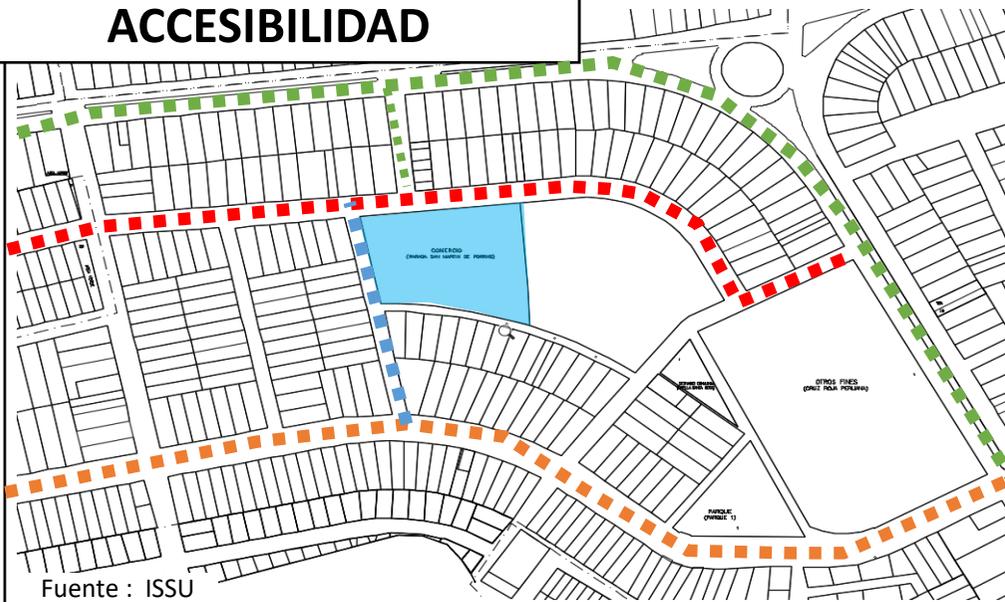
CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

A – 02

**ACCESIBILIDAD**



Fuente : ISSU

**Vías Principales:**

- ■ ■ ■ ■ CALLE A
- ■ ■ ■ ■ CA. TALARA

**Vías Secundarias :**

- ■ ■ ■ ■ AV. GAMARRA
- ■ ■ ■ ■ LAS PONCIANAS



**Comentario:**

El mercado San Martín es muy beneficiado ya que se encuentra en el casco urbano del distrito de Casma que cuenta con vías importantes de la ciudad lo cual hace mas fácil su accesibilidad a esta.



CALLE A  
(vehicular-peatonal)

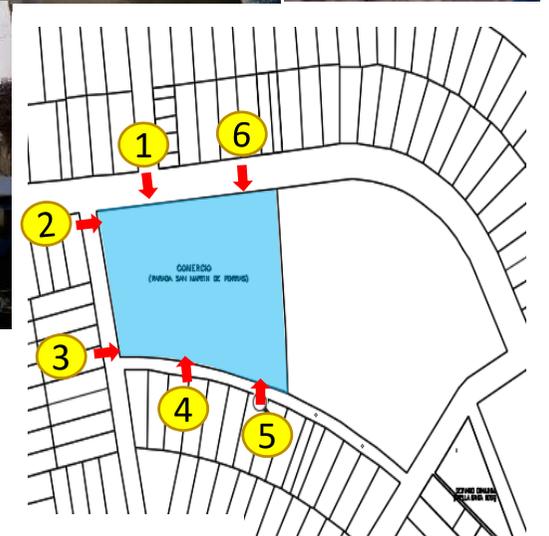


CA. TALARA  
(vehicular-peatonal)



PASAJE 9  
(vehicular-peatonal)

**INGRESOS**



**Comentario:**

El acceso 1 y el 6 (Principal) se encuentra en la Calle A.  
El acceso 2 Y 3 (Secundario) se encuentra en la calle Talara.  
El acceso 4 y 5 (secundario) se encuentran en el pasaje 9.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

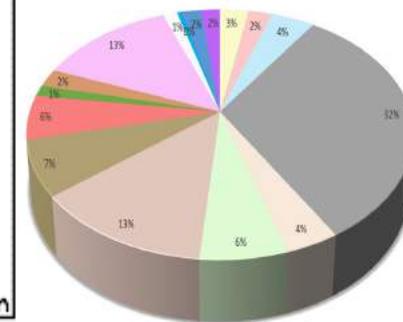
**LÁMINA N°:**

**A – 03**



➤ **Comentario:**

- Podemos ver que la distribución de los puestos se encuentran de una manera desordenada.
- Notamos el orden de los puestos mas el tipo de producto que están ofrecen no se encuentran sectorizados según el tipo de producto que estas ofrecen (ZONA HUMEDA-SEMI HUMEDA, SECA)
- Se da uso de todos los puestos e incluso hay comerciantes que obstruyen el camino peatonal generando caos.
- El mercado no cuentan con un área de carga y descarga, esto suelen hacerlo en las afueras del ingreso principal del mercado.



De los puestos comerciales el que en mayor jerarquía encontramos con 32% puestos de abarrotes y en menor con 2% los puestos juguerías, útiles escolares, bisutería y puestos de carne.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 04**

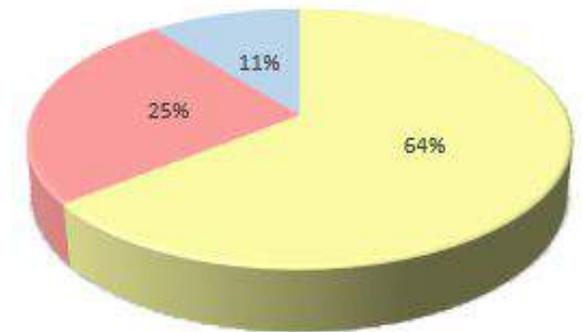


**Comentario:**

Notamos que en la actualidad el mercado La Parada San Martín no se encuentra ordenadamente según las zonas que deberían contar (zona seca, zona húmeda y zona semi húmeda) ya que estos puestos comerciales con el tiempo han ido aumentando y se han ido desordenando lo cual ha generado este desorden. Esto hace que algunos puestos comerciales no sean visitados por otros comerciantes ya que se encuentran distanciados de su zona.

**LEYENDA :**

- (133) ZONA SECA
- (52) ZONA HÚMEDA
- (22) ZONA SEMI HÚMEDA



Del 100%(210) de los puestos comerciales del Mercado La Parada San Martín 3 puestos se encuentran vacíos, el 25%(52) se encuentran en una zona húmeda, el 11%(22) se encuentran en una zona semi húmeda y el 64%(133) se encuentran en una zona seca.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

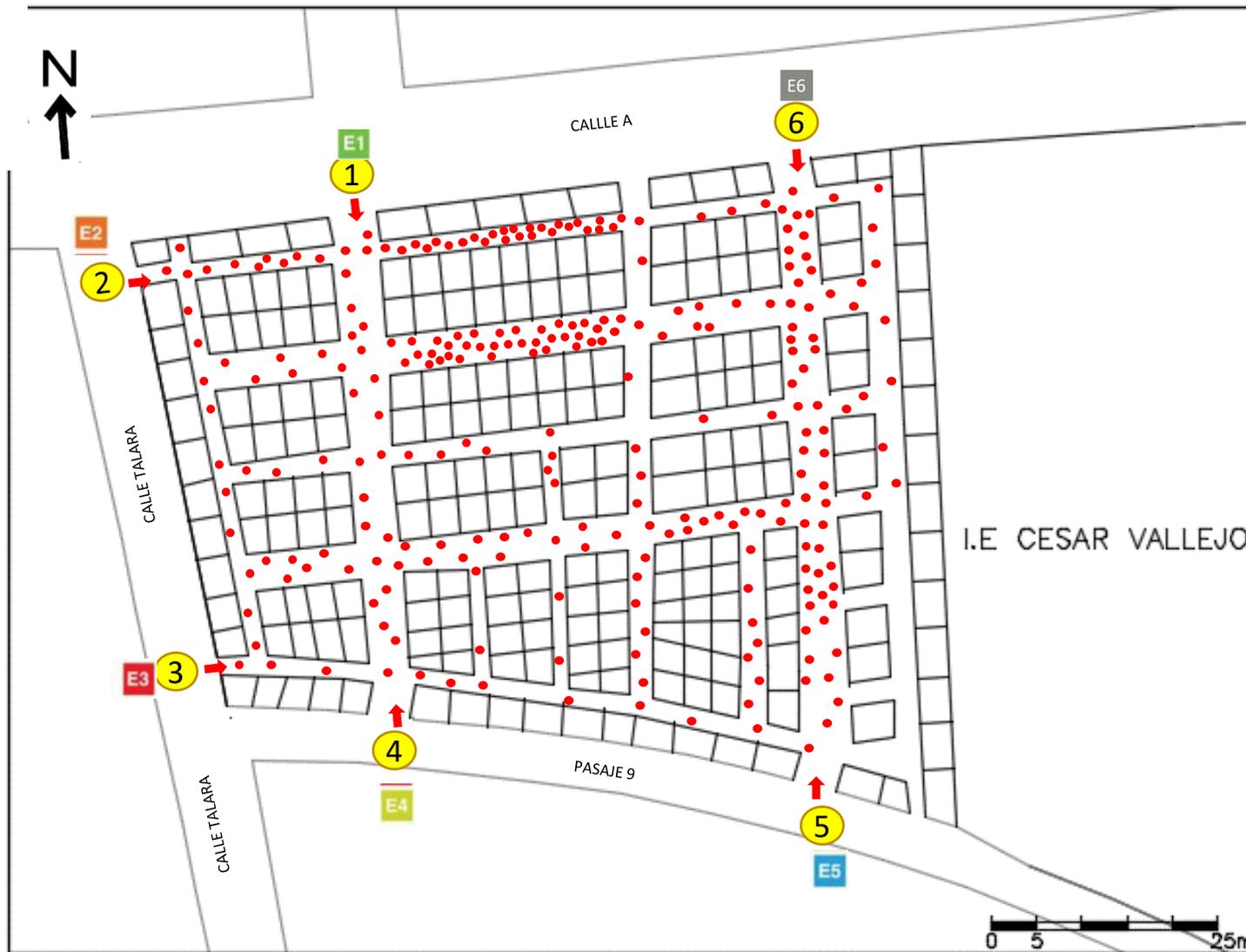
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 05**



➤ **Comentario:**

La circulación dada en el MERCADO LA PARADA SAN MARTÍN es una CIRCULACION LINEAL estos ejes que se distribuyen de forma lineal son indispensables para integrar una circulación general y orientar al usuario a su recorrido hacia la zona principal y también son justamente los que relacionan los ingresos con el interior. Esta circulación no es continua pero tiene interrupciones al momento de recorrer el mercado ya que hay comerciantes que ocupan el lugar de circulación de los usuarios. .

Una de las cosas que también es importante recalcar es que estas circulación no tiene un centro de encuentro y la circulación no es ordenada.

**CIRCULACIONES PRINCIPALES :**

- E1 INGRESO PRINCIPAL
- E2 INGRESO SECUNDARIO
- E3 INGRESO SECUNDARIO
- E4 INGRESO SECUNDARIO
- E5 INGRESO SECUNDARIO
- E6 INGRESO SECUNDARIO

**ACUMULACIÓN DE USUARIOS :**

• = 2 USUARIOS / 10 minutos



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

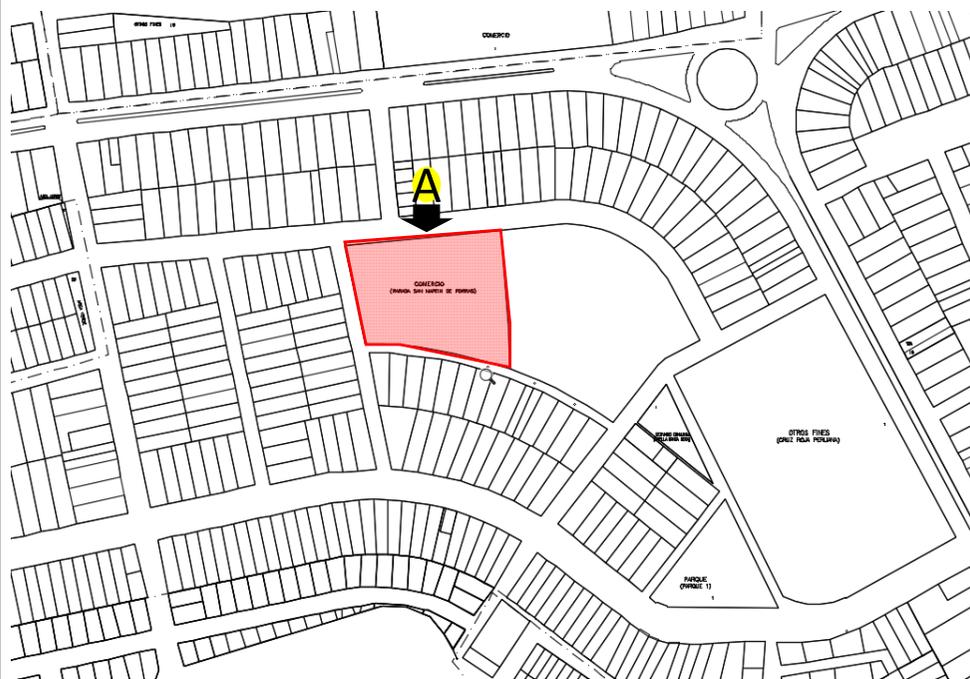
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 06**



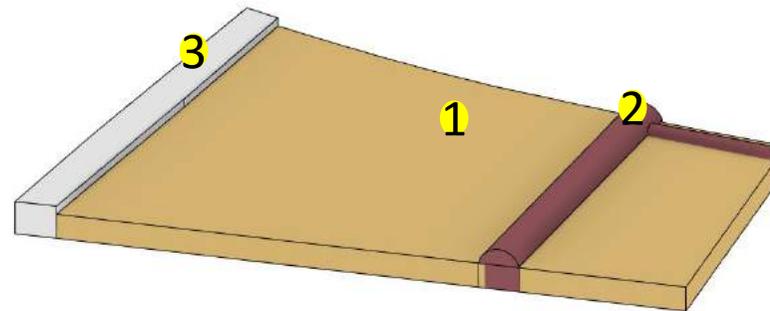
➤ **Comentario:**  
El ingreso Principal del mercado se encuentra marcado por su altura, por su cubierta y que también encontramos varios puestos comerciales, este fachada no es aprovechada para poder mostrar al máximo los productos que ofrecen este mercado para poder así atraer a mas consumidores, en el lenguaje arquitectónico este no cumplen una función como a tractor la cual no tiene elementos que le pueden hacer notar mas interesante.

**A**



**ELEVACION A**

Fuente : Elaboración propia



**VOLUMETRÍA DEL MERCADO**

Fuente : Elaboración propia

➤ **Comentario:**  
Los volúmenes que conforma este mercado son 2:  
1 en el cual se desarrolla todo el comercio.  
2 es una cubierta que marca el ingreso y el volumen 3 es donde se genera comercio de verduras y peces.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 07**

**MATERIALIDAD**



**MATERIALES INTERIORES**



**CONCRETO**

➤ **Comentario:**

Empleados en muros del edificio, tanto en el primer nivel de la fachada como espacios interiores.

Este material ofrece la libertad de realizar las ideas y las formas mas caprichosas en la arquitectura



**CONCRETO**

➤ **Comentario:**

Encontrados en la losa y en los acabados interiores.



**CONCRETO**

➤ **Comentario:**

Encontrados en algunos puestos comerciales que se dedican a la venta de productos de carnes y otros puestos dedicados a la ropa.

➤ **Comentario:**

Como material predominante del mercado es el concreto y también podemos notar algunos puestos que están cubiertos con materiales recuperables (esteras, plásticos, triplay) y con algunas cubiertas de calaminas y estructura de acero.



**VIDRIO**

➤ **Comentario:**

El proyecto cuenta con algunas superficies de cristal transparente para reflejar la continuidad entre el ambiente interior y la vía peatonal .



**VARILLAS DE ACERO NEGRO**

➤ **Comentario:**

Se usan varillas de metal para acompañar el vidrio en las ventanas altas y bajas

**COLOR**

**PRIMER COLOR ORIGINAL**



Fuente : Google

**SEGUNDO COLOR**



➤ **Comentario:**

El color, si bien es un elemento que se ha empleado para enfatizar elementos en la fachada, como podemos notar el color acá no tiene un significado para la población ya que no ha tenido un color significativo de la ciudad.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 08**

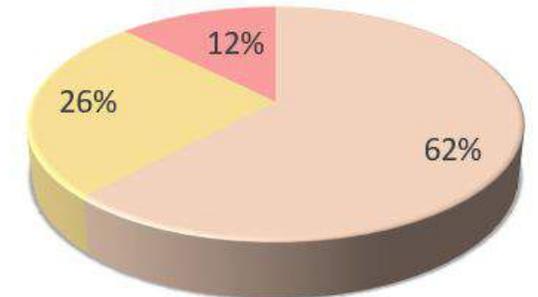


**Comentario:**

Podemos observar que el estado de conservación que predomina es el REGULAR ya que este mercado se encuentra en el casco urbano y se trata de dar una mejor visión hacia el cliente estos puestos mantienen la misma infraestructura solo que lo pintan para dar un mejor aspecto, y en lo mínimo encontramos el estado MALO estos puestos están construidos con material recuperable (esteras, palos o triplay) o mantienen la misma infraestructura sin darle ningún tipo de mantenimiento

**LEYENDA:**

- (54) BUENO
- (130) REGULAR
- (26) MALO



Del 100%(210) de los puestos comerciales del Mercado el 12%(26) se encuentran en un MAL ESTADO DE CONSERVACIÓN son los puestos que se mantienen desde que fue creado y están con material recuperable, el 26%(54) se encuentran en un BUEN ESTADO DE CONSERVACIÓN estas han sido reconstruidos o se mantienen en constante mantenimiento por los mismo dueños y el 62%(130) se encuentran en un ESTADO DE CONSERVACIÓN REGULAR estas han sido pintados pero el material es el mismo desde que fue creado el mercado..



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

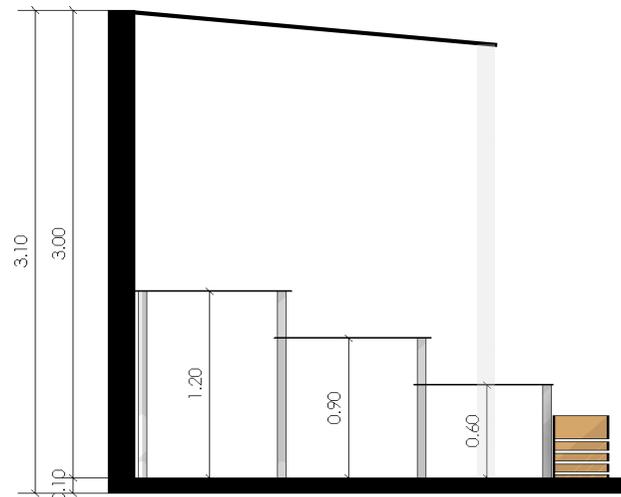
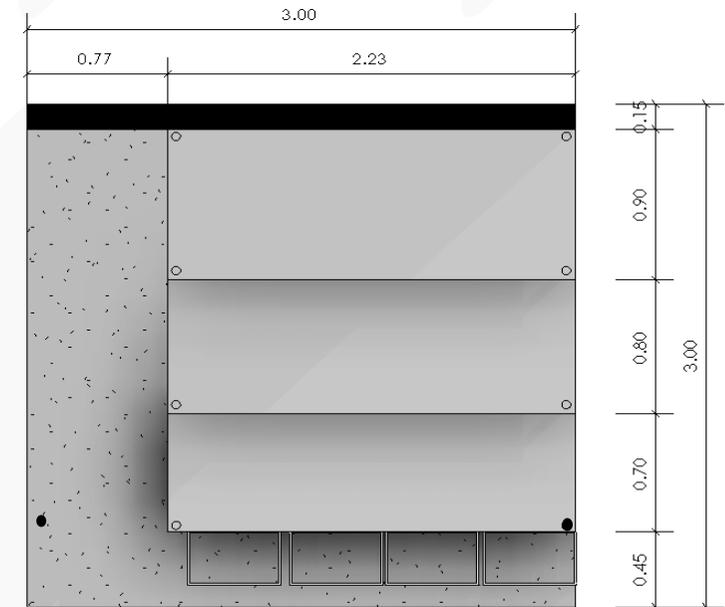
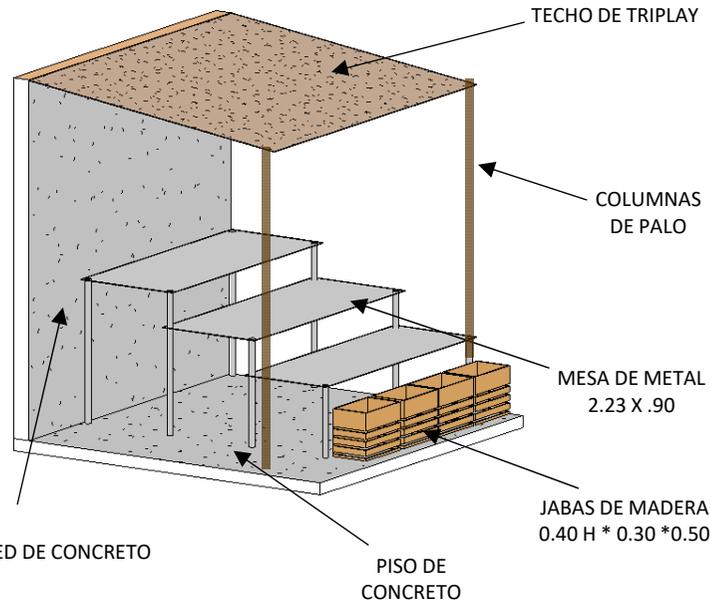
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 09**

➤ **Comentario:**

Estos puestos están dedicados a la venta de frutas, verduras y tubérculos, pero se encuentran en un mal estado ya que los materiales son precarios y son material recuperable (triplay, palos). Este puesto, según las encuestas, no es muy cómodo y no cuenta con un área de almacén ya que suele ubicarlos debajo de sus estantes donde exhiben sus productos.



RUBRO	P.FRUTAS
	P.VERDURAS
	P. DE JUGUETES
ÁREA	9.00 M2
PERÍMETRO	12.00 ML
MATERIALES	PISO = CONCRETO
	PARED DE CONCRETO
	TECHO DE TRIPLAY
ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO
AFORO	1 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO MODELO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

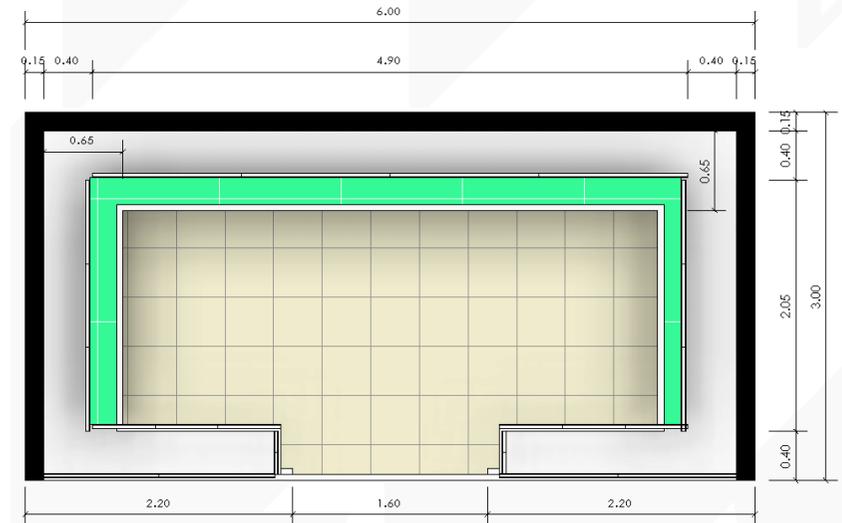
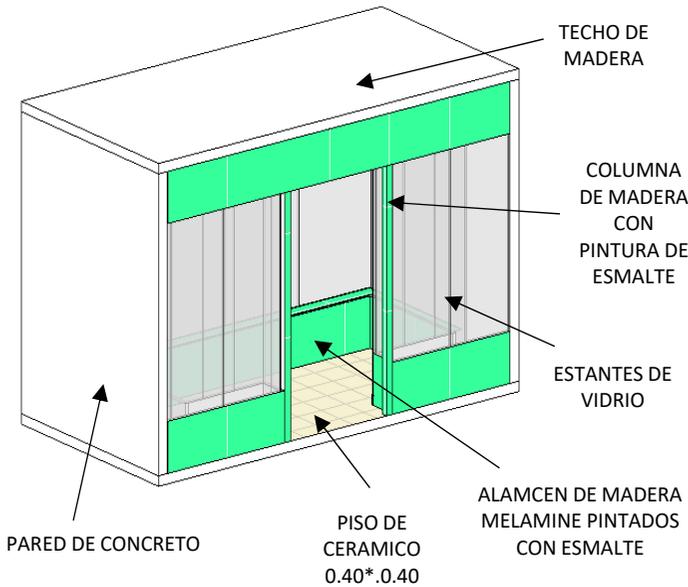
**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

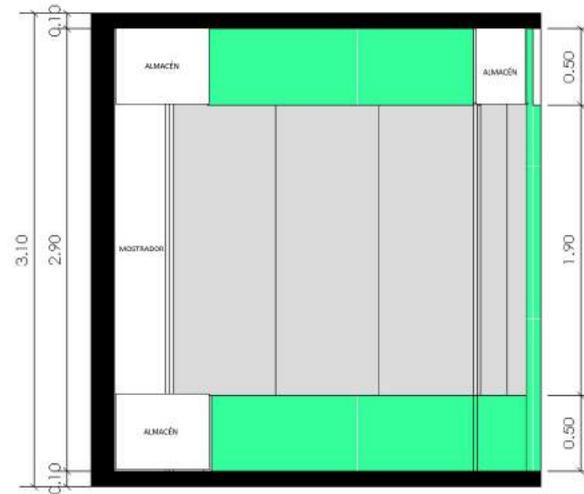
**A – 15**

➤ **Comentario:**

Estos puestos están dedicados netamente a la venta de zapatos se encuentran en un buen estado de conservación y es muy cómodo el área de trabajo estas no cuentan con un cuarto de almacenamiento por lo que guardan sus productos en cajones o suelen traerlos desde sus casas, estos puestos no cuentan con una iluminación natural lo cual suelen usar iluminación artificial su construcción es de material noble y su techo de material recuperable.



RUBRO	P.ZAPATOS / CARTERAS
	P.ROPA / MOCHILAS
ÁREA	18.00 M2
PERÍMETRO	18.00 ML
MATERIALES	PISO = CÉRAMICO
	PARED DE CONCRETO
	TECHO DE MADERA
	MOSTRADOR DE VIDRIO
ESTADO DE CONSERVACIÓN	BUENO
AFORO	10 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO MODELO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

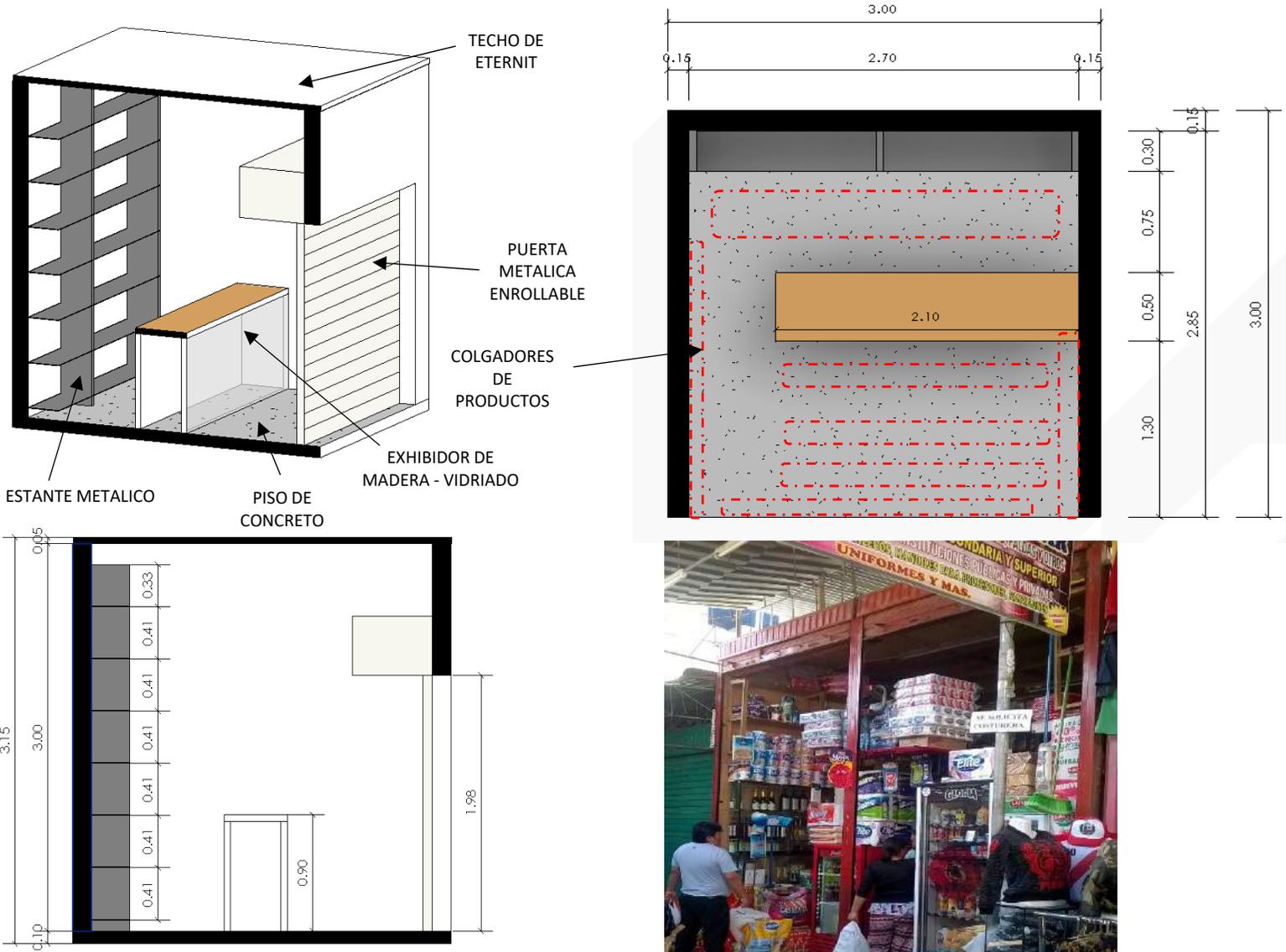
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 16**

➤ **Comentario:**

Estos puestos están dedicados a la venta de abarrotes y snacks, el área que cuenta es muy pequeña ya que no pueden tener sus productos en estantes para poder exhibirlos por lo que concurren en mostrarlos en colgadores a veces obstruyendo la vistas a otros productos que necesitan ser exhibidos y el techo que cuenta es de material recuperable (eternit) lo cual hace que el puesto tenga una mala imagen y lo hace muy sofocante ya sea también por la dimensión que tiene este puesto y la cantidad de productos que esta exhibe



RUBRO	P.ABARROTES
	P.SNACKS
ÁREA	9.00 M2
PERÍMETRO	12.00 ML
MATERIALES	PISO = CONCRETO PULIDO
	PARED DE CONCRETO
	TECHO DE ETERNIT
	MOSTRADOR DE VIDRIO
ESTADO DE CONSERVACIÓN	REGULAR
AFORO	5 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

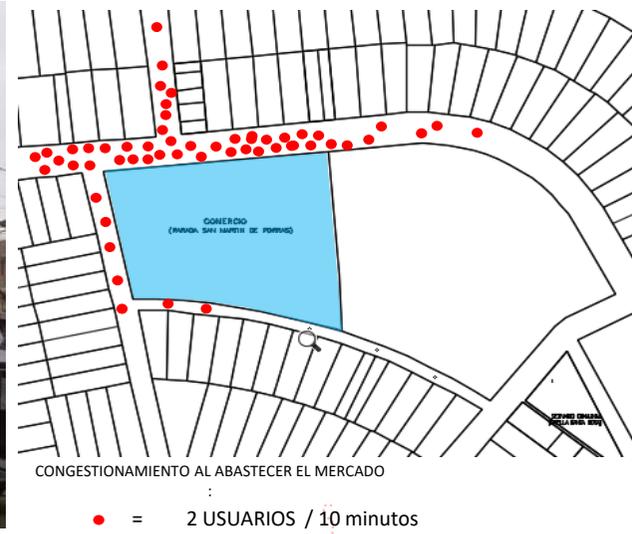
**CASO:** MERCADO MODELO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

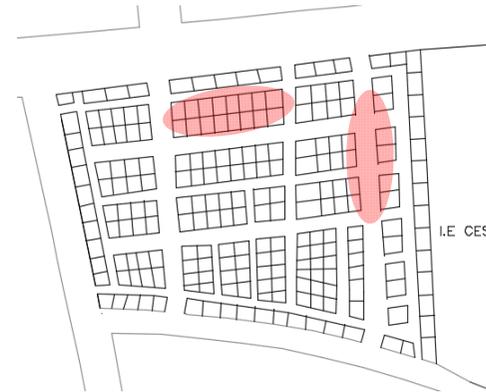
**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 17**

**REGISTRO VISUAL**



**RELACIÓN JERÁRQUICA**



➤ **Comentario:**  
En general el espacio más importante es toda la zona central del mercado ya que aquí encontramos la variedad de productos alimenticios.



Fuente : google maps, 2018



➤ **Comentario:**  
Frente a la fachada tenemos una vía principal un área de estacionamiento vehicular la cual no da una buena imagen urbana y que al mismo tiempo congestiona el área debido a su mínima anchura de las vías



➤ **Comentario:**  
También encontramos comercio a las afueras del mercado Modelo interrumpiendo el paso peatonal y generando una mala imagen urbana, estos puestos generan puntos de basura en donde esto se acumula dando un mal aspecto a este mercado.



➤ **Comentario:**  
Dentro de la zona comercial el espacio central es el de mayor jerarquía, espacialidad y por algún medio de circulación hacia otro nivel de piso , a la vez que es el lugar donde se concentra mas usuarios por el diverso productos alimenticios que se pueden encontrar o por espacios con áreas verdes donde los usuarios puedan descansar o pasar un momento agradable lo cual en el Mercado vemos que este espacio esta invadido por pequeñas zonas de ventas.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 10**

**INTERIOR – EXTERIOR**



➤ **Comentario:**  
El mercado cuenta con aberturas que permiten que ingresen las luces , pero también están expuestos directamente con los rayos solares lo que causa una molestia a los consumidores .

**PÚBLICO – PRIVADO**



➤ **Comentario:**  
La Calle peatonal en la que se encuentran mas puestos comerciales en el exterior del mercado crean conexión la cual invita al cliente ingresar a sus instalaciones.

LEYENDA:



**INGRESOS**



➤ **Comentario:**

. El ingreso principal e ingresos secundarios que están en frente en calles que no tienen una comunicación directa con las vías principales. De igual forma cuenta con comercio que da a la calle directamente lo que mejora la relación con el entorno y va creando desde fuera un ambiente propicio para que el comercio sea fluido



➤ **Comentario:**  
Esta se relaciona muy bien con el exterior el exterior , dado a que el comercio es fluido en los exteriores del Mercado esto hace que el consumidor pueda llegar a este mercado el cual no cuentan con ingresos que sean llamativas al usuario. .



➤ **Comentario:**  
Utilizando elementos que puedan cerrar estas aberturas (rejas) que permiten a la gente sentirse en un ambiente publico pero al mismo tiempo se sientan seguros de cualquier atentado hacia su persona ya que es un espacio que tiene cerramientos..



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

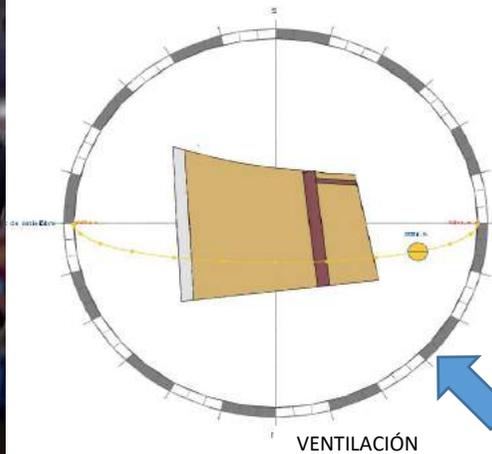
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

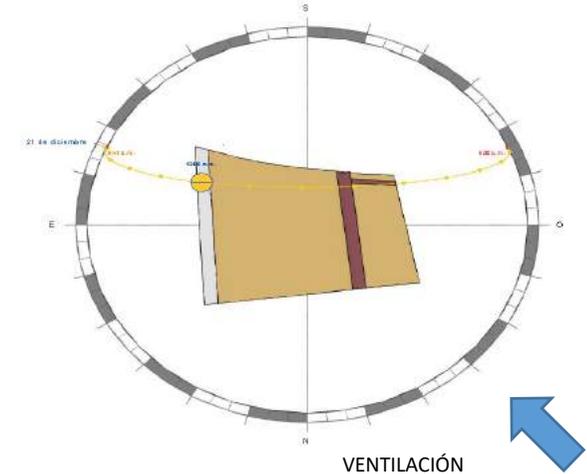
**A – 11**



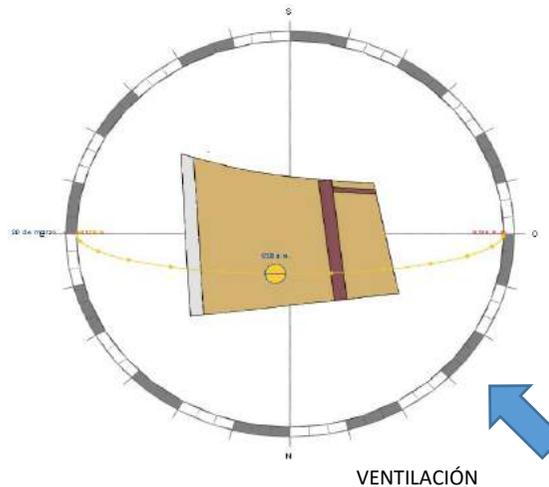
RECORRIDO DURANTE OTOÑO



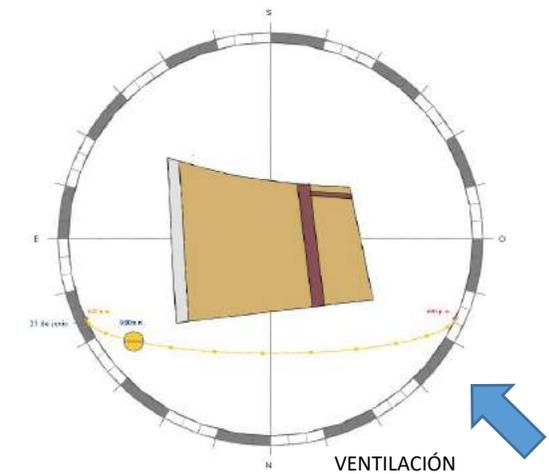
RECORRIDO DURANTE INVIERNO



RECORRIDO DURANTE PRIMAVERA



RECORRIDO DURANTE VERANO



**Comentario:**

- **ASOLEAMIENTO:** Las alturas de los edificios no obstruyen la luz solar hacia el mercado. Al comenzar el día el ángulo de los rayos del sol penetran el mercado por aberturas que tiene estas.
- **VENTILACIÓN:** El mercado no se ventila muy bien ya que el viento no ingresa directamente hacia el espacio interior, ya que este mercado está cercado por otras tiendas comerciales, dado así que el viento no fluye manteniendo un ambiente agradable.
- **ILUMINACIÓN:** El mercado se ilumina de una manera directa e indirecta aprovechando esta con aberturas que cuenta el mercado y por algunos sectores que cuentan con alguna cobertura que pueda cubrir de este sol sofocante.
- **ACÚSTICA:** El ruido se esparce ya que estos tienen espacios abiertos donde el ruido no puede ser tan incomodo para el comerciante como también para el usuario.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 12**

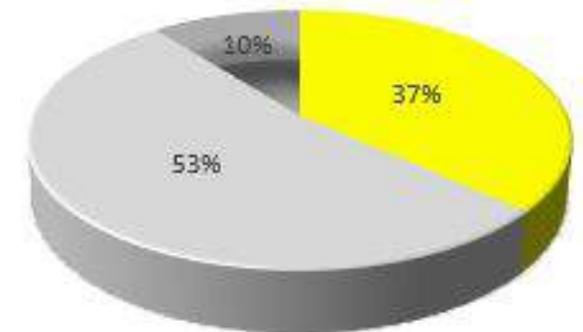


➤ **Comentario:**

Como podemos observar los puestos que se encuentran bien iluminados con luz natural se encuentran en los ingresos de los mercados ya que estos no están techados ya que el ingreso es directo en algunos puestos y indirectos en su mayoría. En el centro notamos que la luz natural no ingresa por lo que los comerciantes de esto puestos iluminan sus puestos mediante luz artificial.

**LEYENDA :**

- (76) LUZ NATURAL (MUCHO INGRESO)
- (109) LUZ NATURAL (POCO INGRESO)
- (22) LUZ ARTIFICIAL



Del 100%(220) de los puestos comerciales del Mercado Modelo el 53% tienen poco ingreso de luz natural ya sea por los techos que impiden el ingreso de luz, el 10% no tienen ingreso de luz natural estas se iluminan mediante luz artificial y el 37% sus puestos se iluminan mediante la luz natural ya que cuenta con espacios abiertos o los techos permiten un buen ingreso de esta.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

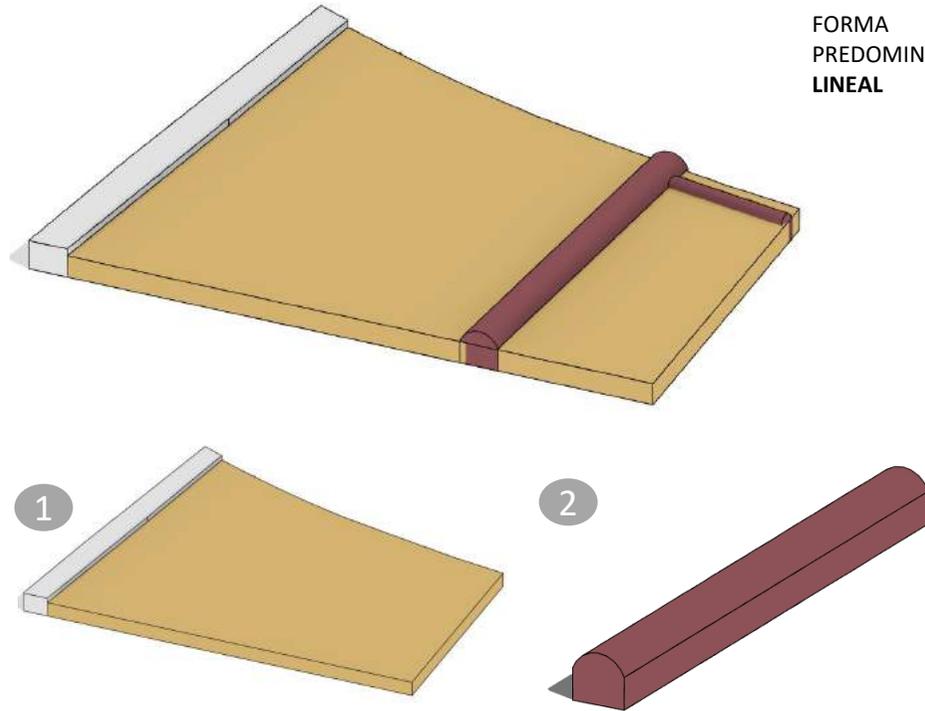
**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 13**

El Mercado SAN MARTÍN , diferenciando sus 3 en un cuerpo, el primer cuerpo con un lenguaje de forma irregular donde se realiza lo todo lo comercial y el 2 son unos volúmenes que marcan el ingreso.



1  
FORMA  
PREDOMINANTE :  
LINEAL

➤ **Comentario:**

De manera general el proyecto del Mercado genera un aporte socioeconómico y no arquitectónico para la ciudad de Casma, porque esta potencia el comercio de los productos de primera necesidad, esta da una identidad al sector con un Mercado se podría decir en mejores condiciones como el mercado la INDEPENDENCIA Y EL PALMO, sin embargo esta no tiene un mismo lenguaje arquitectónico con las edificaciones que la rodean solo vemos un imagen urbana desordenada.

➤ **Comentario:**

Un edificio de simpleza formal y constructivo pensando para una gran intensidad de uso comercial y como icono de lugar muy significativo de la ciudad. Asimismo intenta concebir nuevos modelos estructurales, que sean a su vez agradables y pueda enfatizar el espacio interior central.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 14**

➤ **Comentario:**

- El MERCADO EL PAMO un lugar con mucho significado para por comerciantes como también para las personas del distrito de Casma ya que gracias a esto se crearía el nuevo Mercado San Martín lo cual no paso por algunos usuarios que no quisieron dejar el lugar creando conflictos y cacos en la ciudad.
- Este mercado no cuenta con espacios agradables en el interior del mercado donde puedan recrearse y relajarse y ala vez realizar sus compras con mayor tranquilidad ya que el punto de donde parten los consumidores se encuentra invadido por mas comerciantes que con el tiempo ha ido creciendo el número de comerciantes.



➤ **Comentario:**

- El Mercado EL PALMO de ser uno de los de la ciudad tiene esa conexión con la ciudad y con los otros mercados por medio de un espacio que es el OVALO que puede entrelazar la ciudad y el mercado dando así también muestra otra imagen urbana mas atractiva hacia el usuario que quiera llegar a este mercado.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO “SAN MARTÍN DE PORRES”

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 15**

# MERCADO LA INDEPENDENCIA



**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA**





Se encuentra localizado en un predio rodeado por viviendas , institución educativa y el Estadio Municipal. El mercado LA INDEPENDENCIA se formo por medio de la invasión de la vía publica ya que el comercio comenzó a aumentar en el distrito y por la falta de un puesto comercial dentro de estos mercados decidieron invadir esta zona. LA INDEPENDENCIA a pesar de que no fue planificado , se trató que cumpla con todos los requisitos legales para el funcionamiento de este , no cumplen con las áreas adecuadas para los puestos comerciales tanto así que las áreas de estos puestos son demasiado grandes .Este mercado esta construido con material recuperable y no cuenta con una zona de área y descarga para que los comerciantes puedan abastecer su mercado

- ARQUITECTOS : MUNICIPALIDAD DE LA PROVINCIA DE CASMA
- UBICACIÓN : Av. Miraflores
- TIEMPO DE EJECUCIÓN : 1 MES
- ÁREA : 4 011.503 M2
- AÑO PROYECTO : 2007
- USO ACTUAL : COMERCIO
- PRESIDENTE : José Lomparte Mendoza



	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO LA INDEPENDENCIA		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 01</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

**PERFIL E IMAGEN URBANA**



➤ **Comentario:**

La mayoría de edificaciones que componen la manzana tienen de 1 a 2 pisos con excepciones de 3 pisos en diferentes puntos alrededor del mercado y el mismo mercado que cuenta con 1 piso. Las edificaciones cerca al mercado y frente a este son buenas y de material noble, y las edificaciones posteriores al mercado y alejadas también cuentan con material noble.



**FUERZAS DEL LUGAR**



➤ **Comentario:**

Este Mercado se caracteriza por estar entre las vías importantes de la ciudad de Casma y por lo que se encuentra en un área consolidada en la cual se encuentra cerca a otros mercados como la San Martín y el PALMO



I.E. MARISCAL LUZURIAGA



ESTADIO MUNICIPAL



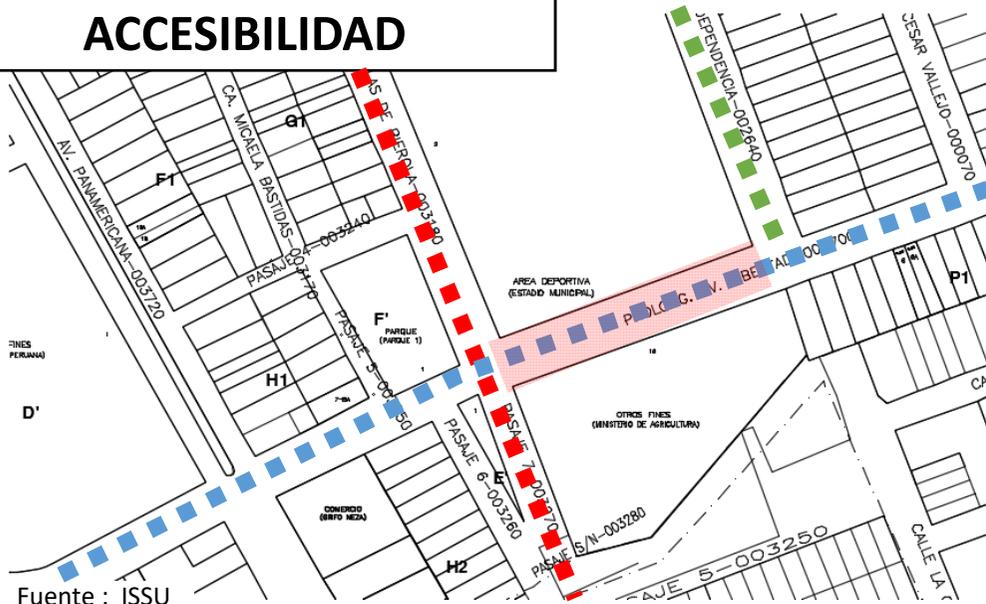
PODER JUDICIAL



LOSA DEPORTIVA «EL PALMO»

	<p>“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”</p>	<p><b>CASO:</b> MERCADO LA INDEPENDENCIA</p>		<p><b>LÁMINA N°:</b> <b>A – 02</b></p>
	<p><b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES</p>	<p><b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN</p>	<p><b>CICLO:</b> IX – 2018 I</p>	

**ACCESIBILIDAD**



Fuente : ISSU

**Vías Principales:**

- ■ ■ AV. NICOLAS DE PIEROLA
- ■ ■ PROLG. LA LIBERTAD

**Vías Secundarias :**

- ■ ■ CA. LA INDEPENDENCIA



**Comentario:**

El mercado es muy beneficiado ya que se encuentra en el casco urbano del distrito de Casma que cuenta con vías importantes de la ciudad lo cual hace mas fácil su accesibilidad a esta.



AV. N. DE PIEROLA  
(vehicular-peatonal)



PRO. LA LIBERTAD  
(vehicular-peatonal)



CA. LA INDEPENDENCIA  
(vehicular-peatonal)

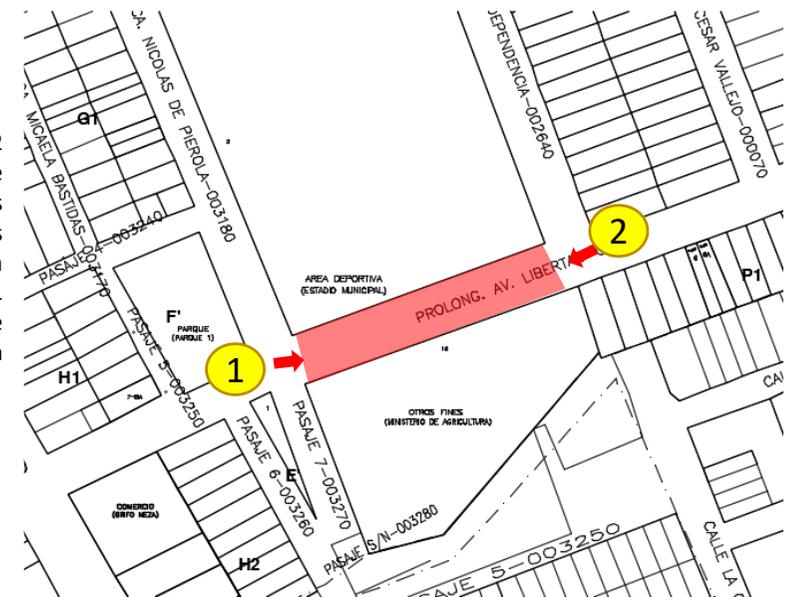
**INGRESOS**



**Comentario:**

El acceso 2 (secundario) se encuentra en una de las vías secundarias de la ciudad. El acceso 1 (Principal) se encuentra en la PROL. LA LIBERTAD.

➔ Ingresos



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

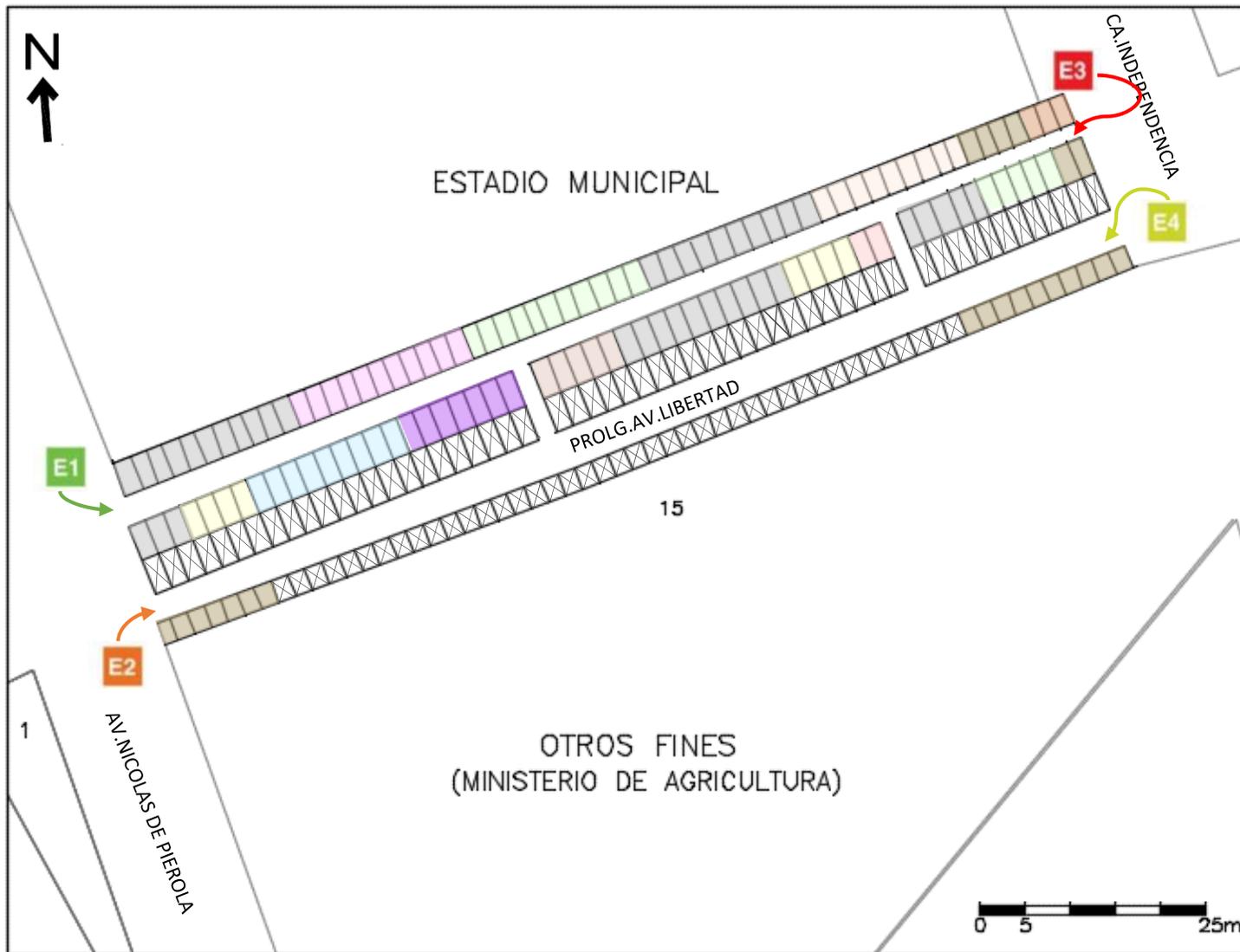
**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

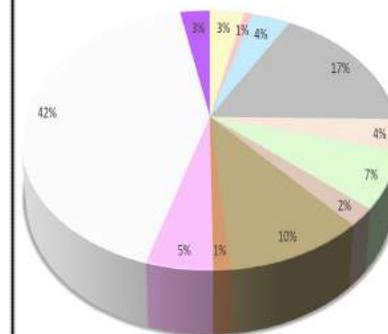
**LÁMINA N°:**  
**A – 03**



Comentario:

- Podemos ver que la distribución de los puestos se encuentran de una manera ordenada.
- Notamos el orden de los puestos mas el tipo de producto que están ofrecen no se encuentran sectorizados según el tipo de producto que estas ofrecen (ZONA HUMEDA-SEMI HUMEDA, SECA)
- El mercado no cuentan con un área de carga y descarga, esto suelen hacerlo en las afueras del ingreso principal del mercado.
- No cuentan con servicios higiénicos.

(08) PUESTO DE POLLO	(03) JUGUERIAS
(02) P. DE CARNE	(11) ZAPATOS/ ROPA
(09) P. PESCADO	(97) P. SIN USO
(39) P. DE ABARROTOS	(05) P. DE SNACKS
(09) P. DE FRUTAS.	(07) P. BISUTERIA
(16) P. DE VERDURAS	(23) P. DE COMIDA



De los puestos comerciales el que en mayor jerarquía encontramos con 42% son los puestos vacíos y en menor con 1% son los puestos de juguería.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
 ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

CASO:

MERCADO LA INDEPENDENCIA

ALUMNO:

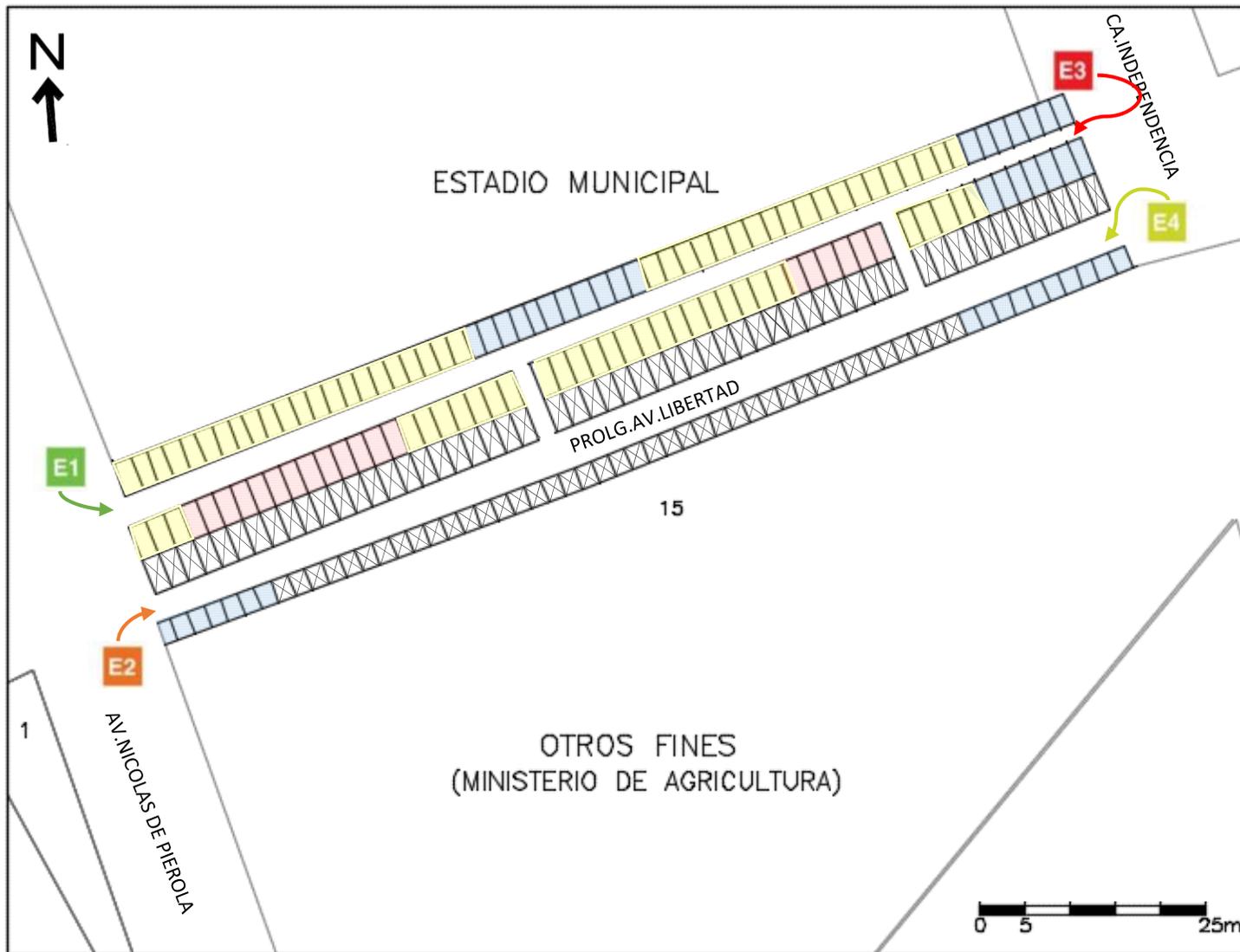
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

A – 04

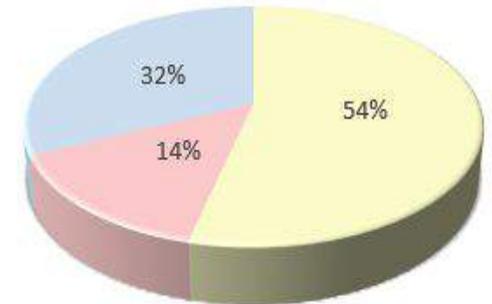


➤ **Comentario:**

Notamos que en la actualidad el mercado La independencia no se encuentra ordenadamente según las zonas que deberían contar (zona seca, zona húmeda y zona semi húmeda) ya que estos puestos comerciales con el tiempo han ido aumentando y se han ido desordenando lo cual ha generado este desorden . Esto hace que algunos puestos comerciales no sean visitados por otros usuarios ya que se encuentran distanciados de su zona y también tomar en cuenta que esto fue una invasión del la vía pública

**LEYENDA :**

- (71) ZONA SECA
- (19) ZONA HÚMEDA
- (42) ZONA SEMI HÚMEDA



Del 100%(132) de los puestos comerciales del Mercado La Independencia que están en uso el 14%(19) se encuentran en una zona húmeda, el 32%(42) se encuentran e una zona semi húmeda y el 54%(71) se encuentran en una zona seca.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

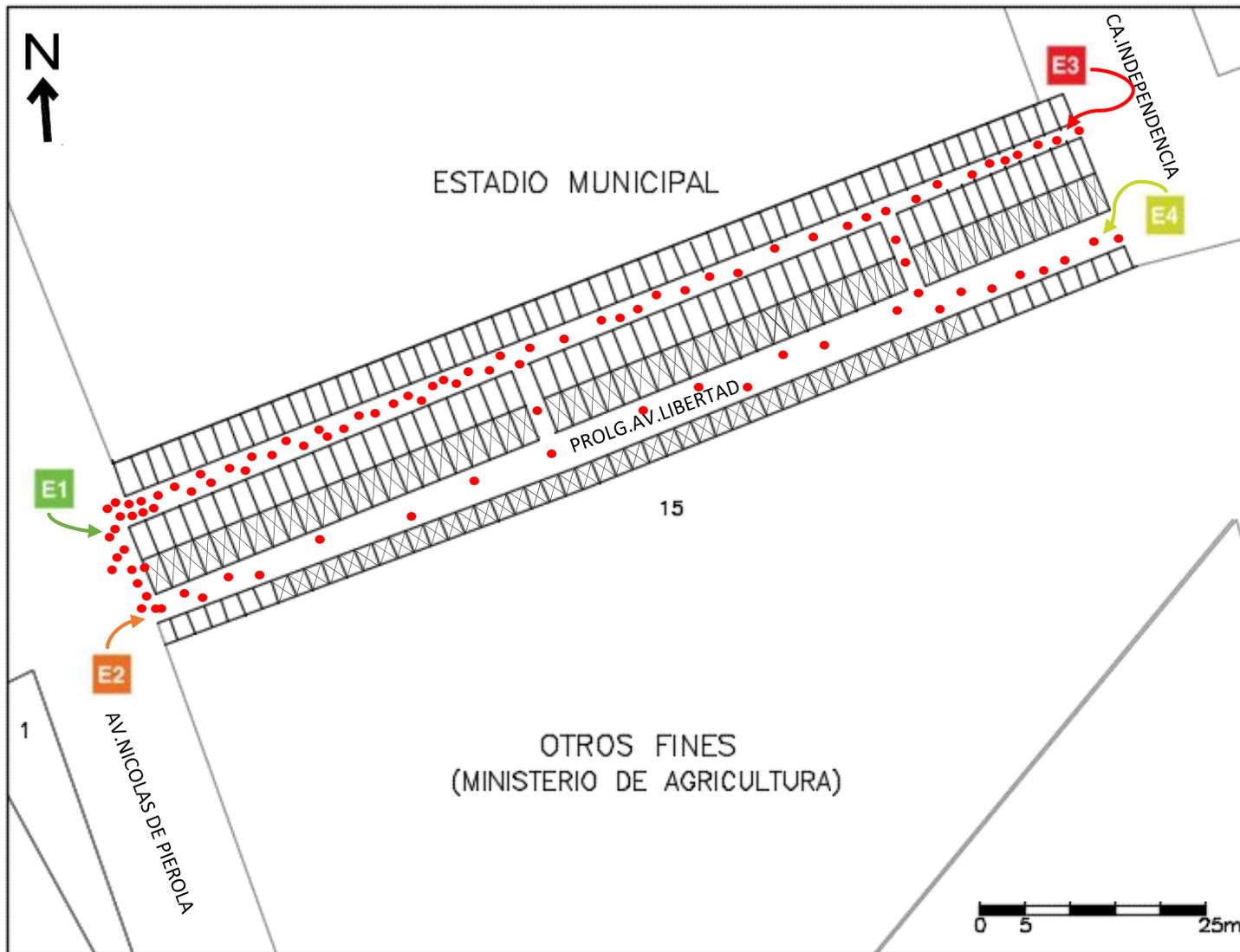
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 05**



➤ **Comentario:**

La circulación dada en el MERCADO LA INDEPENDENCIA es una CIRCULACION LINEAL estos ejes que se distribuyen de forma lineal son indispensables para integrar una circulación general y orientar al usuario a su recorrido hacia la zona principal y también son justamente los que relacionan los ingresos con el interior. Esta circulación no es continua pero no tiene interrupciones al momento de recorrer el mercado . Una de las cosas que también es importante recalcar es que estas circulación no tiene un centro de encuentro y la circulación no es ordenada.

**CIRCULACIONES PRINCIPALES :**

- E1 INGRESO PRINCIPAL
- E2 INGRESO SECUNDARIO
- E3 INGRESO SECUNDARIO
- E4 INGRESO SECUNDARIO

**ACUMULACIÓN DE USUARIOS :**

• = 2 USUARIOS / 10 minutos



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

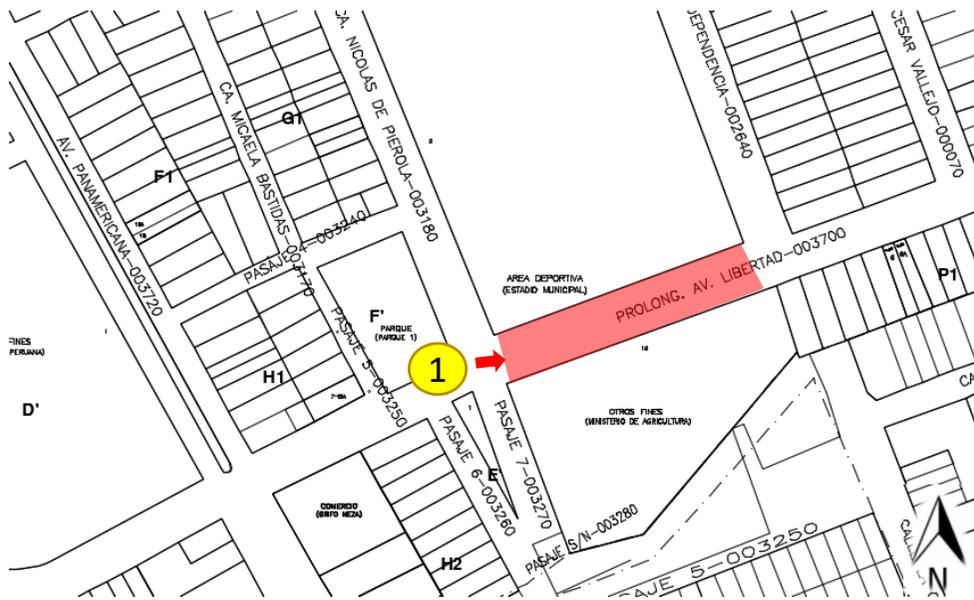
**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 06**



➤ **Comentario:**  
El ingreso Principal del mercado se encuentra marcado por la altura que tienes y por el único anuncio que tienen alrededor de todo el mercado, esta fachada no es aprovechada para poder mostrar al máximo los productos que ofrecen este mercado para poder así atraer a mas consumidores, en el lenguaje arquitectónico este no cumplen una función como a tractor la cual no tiene elementos que le pueden hacer notar mas interesante. Y

1

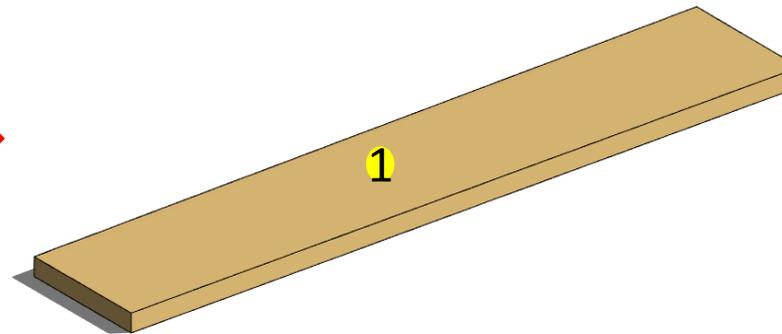


**ELEVACION 1**

Fuente : Elaboración propia



1



**VOLUMETRÍA DEL MERCADO**

Fuente : Elaboración propia

➤ **Comentario:**  
El mercado esta conformado por una forma irregular, con un solo ingreso Principal desde la vía principal y las otras que son por las calles secundarias de la ciudad.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 07**

**MATERIALIDAD**

MATERIALES EXTERIORES



CAÑA GUAYAQUIL

➤ **Comentario:**

Este material es utilizado para estructuras el mercado estas sirven como columnas y vigas.



ESTERAS

➤ **Comentario:**

Se usan esteras de carrizo para usarlas como muros del mercado y como la cubierta de esta misma.

MATERIALES INTERIORES



ASFALTO

➤ **Comentario:**

Este material se presente ya que el mercado esta ubicado en una vía vehicular.



ESTERA

➤ **Comentario:**

Encontrados en algunos puestos comerciales que se dedican a la venta de productos de carnes y otros puestos dedicados a la ropa.

➤ **Comentario:**

Como material predominante del mercado es la estera y también podemos notar algunos puestos que están cubiertos con materiales recuperables (plásticos, triplay).

**COLOR**

ANTERIORMENTE



Fuente : Google

FACHADA

ACTUALMENTE



FACHADA

➤ **Comentario:**

Como podemos notar este Mercado cuenta con el color natural del material que se esta utilizando que es esteras y con algunas parte que cuenta con material de concreto donde esta tiene pinturas o logos de partidos políticos aquí no se aprecia un color significativo para este mercado o para la Ciudad



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

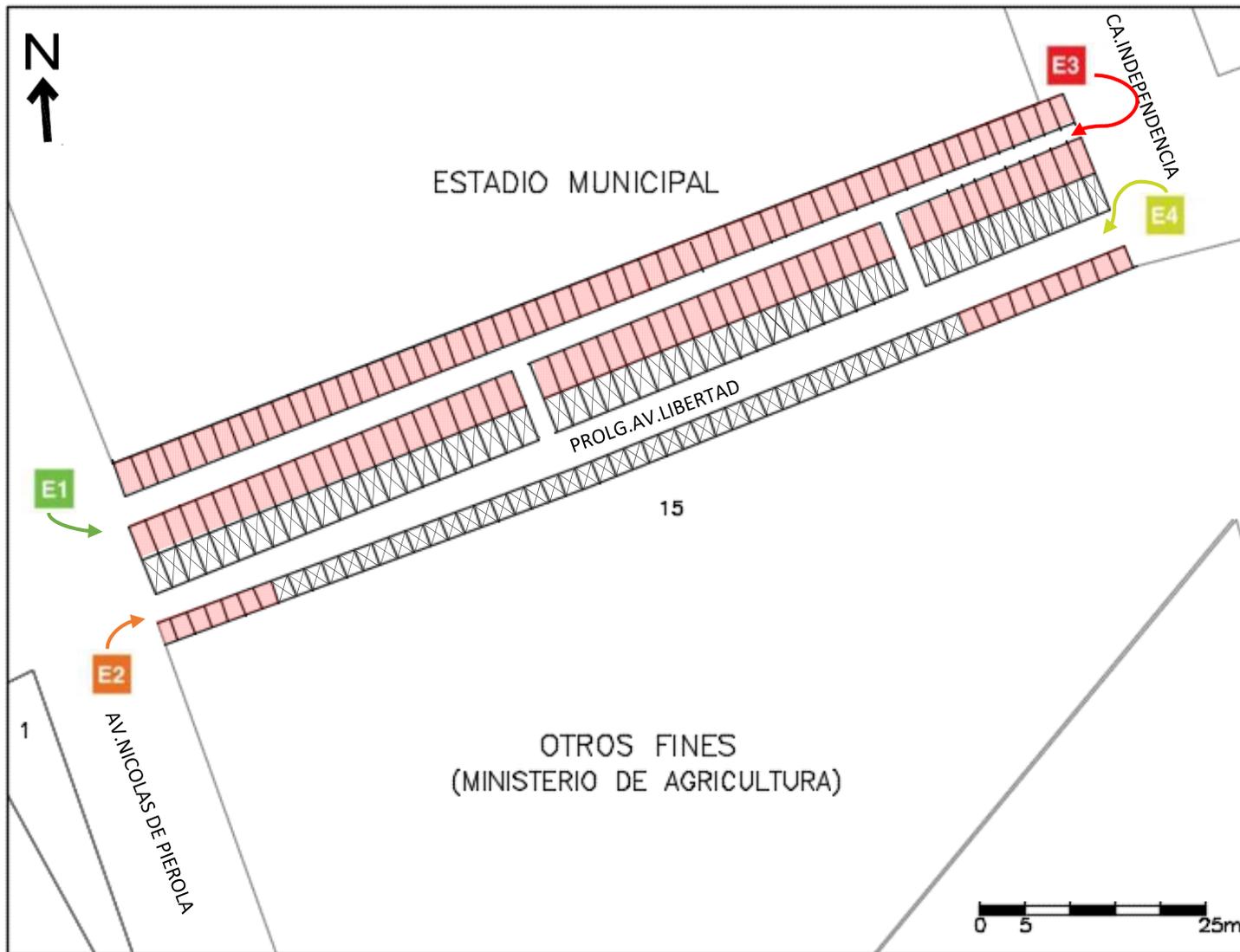
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 08**

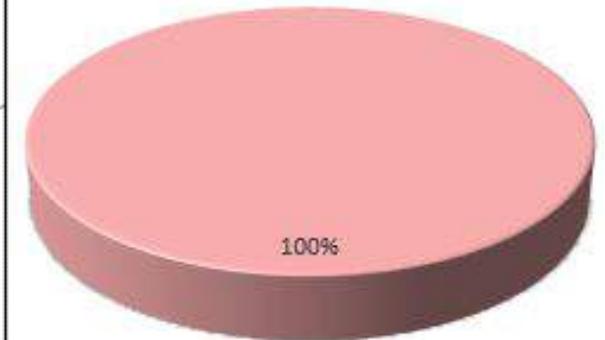


➤ Comentario:

Podemos observar que el estado de conservación en que se encuentra el mercado es MALO ya que está construido con material recuperable (caña, esteras y palos) y ya que debido a que es una invasión de la vía pública y con la posibilidad de poder desalojados sus construcciones han sido de estos materiales..

LEYENDA :

- (0) BUENO
- (05) REGULAR
- (132) MALO



Del 100%(229) de los puestos comerciales del mercado la INDEPENDENCIA el 42%(97) puestos comerciales se encuentran vacíos y también estas construidos de un material recuperable y el 58% (132) de los puestos que están en uso que también se encuentran con un material recuperable.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

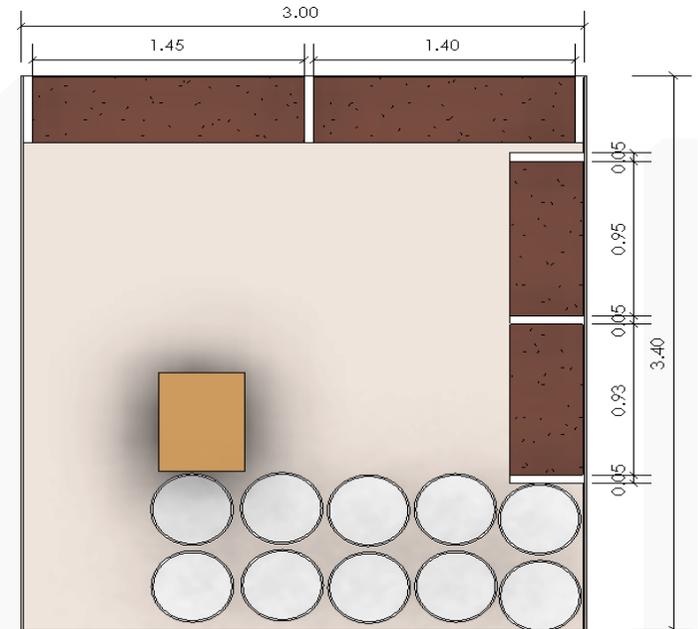
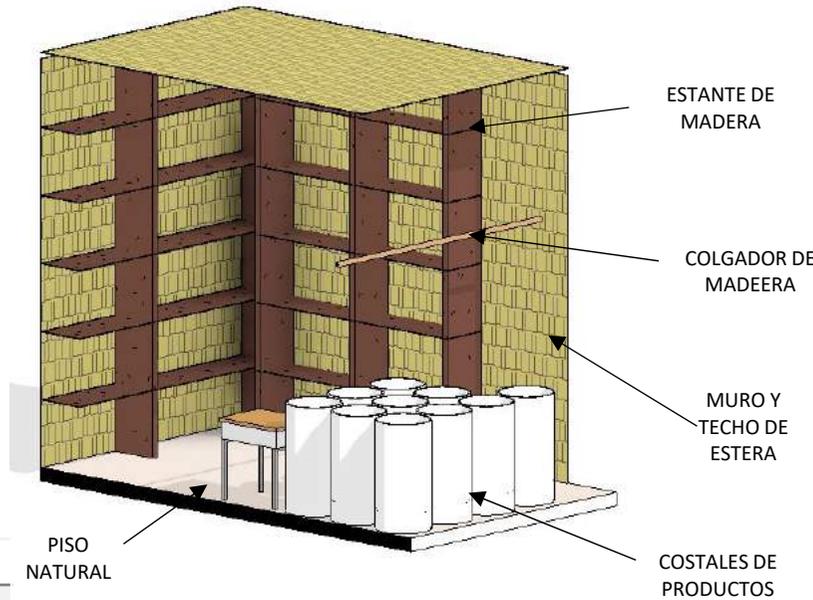
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

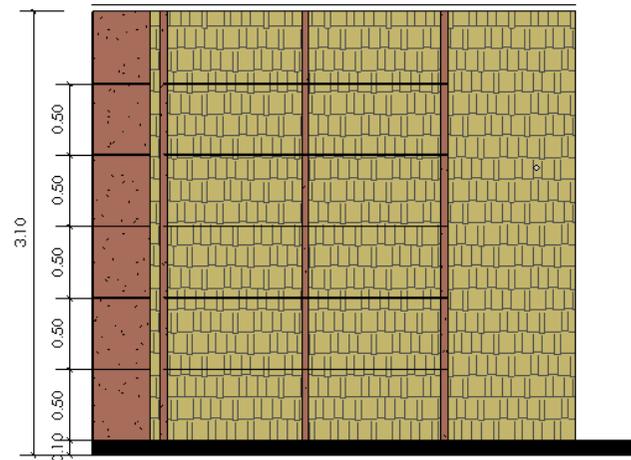
**A – 09**

➤ **Comentario:**

Los puestos de abarrotos se encuentran en un mal estado de conservación y el área con la cuentan es insuficiente por la variedad tipo de productos que ofrecen y por la cantidad de producto que exhiben, estos puestos no cuentan con ningún tipo de almacén y el área de circulación del vendedor es muy angosto.



RUBRO	ABARROTES SNACKSCA
ÁREA	10.20 M2
PERÍMETRO	12.40 ML
MATERIALES	PISO = SUELO NATURAL TECHO DE MATERIAL RECUPERABLE
ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO
AFORO	1 USUARIO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

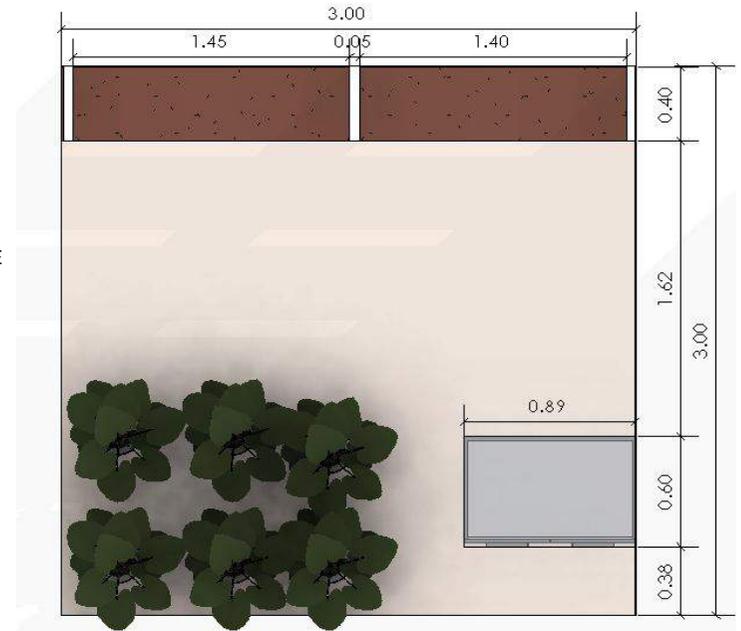
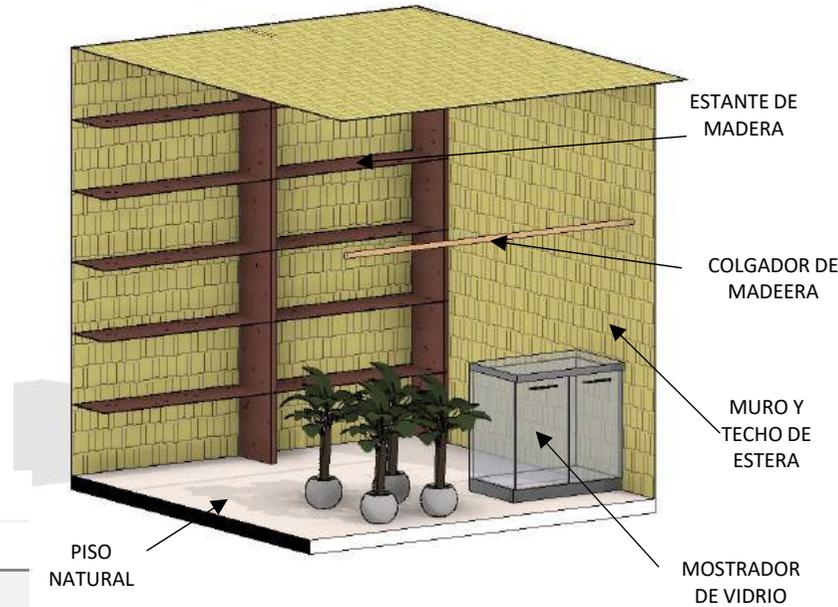
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

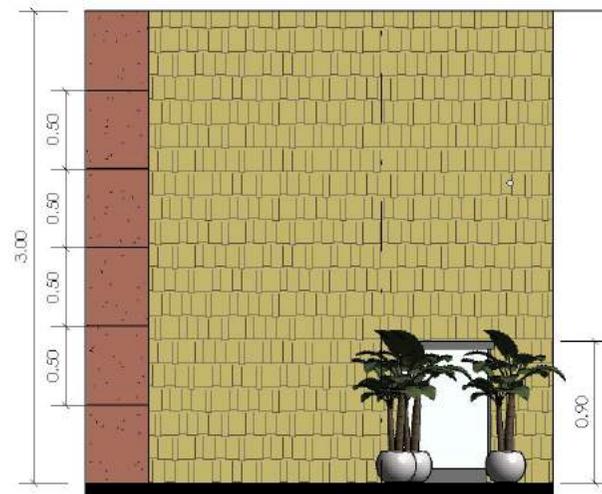
**A – 13**

➤ **Comentario:**

Estos puestos se encuentran en un mal estado de conservación que crea inseguridad al comerciante y no cuentan con un área adecuada para poder hacerles mantenimiento a sus plantas, el área es incomoda al momento de circular el puesto.



RUBRO	FLORES PLANTAS MEDICINALES
ÁREA	9.00 M2
PERÍMETRO	1200 ML
MATERIALES	PISO = SUELO NATURAL TECHO Y MUROS DE MATERIAL RECUPERABLE
ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO
AFORO	1 USUARIO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

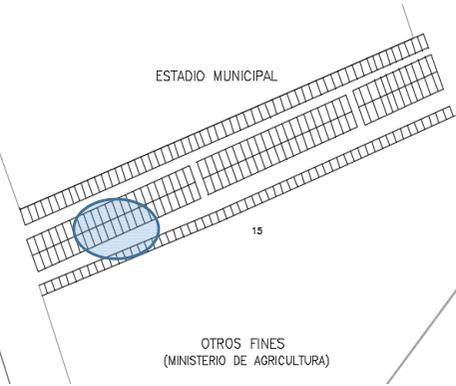
**LÁMINA N°:**

**A – 14**

**REGISTRO VISUAL**



**RELACIÓN JERÁRQUICA**



➤ **Comentario:**  
En general el espacio mas importante es toda la zona central del mercado ya que aquí encontramos la variedad de productos alimenticios.



Fuente : google maps, 2018



➤ **Comentario:**

Frente a la fachada tenemos una vía principal un área de estacionamiento de moto taxis la cual no da una buena imagen urbana y el área de estacionamiento no es reglamentario.



➤ **Comentario:**

También encontramos comercio a las afueras del mercado interrumpiendo el paso peatonal y generando congestión de la zona, generando un caos urbano y comercial



➤ **Comentario:**

Dentro de la zona comercial el espacio central es el de mayor jerarquía, espacialidad a la vez que es el lugar donde se concentra mas usuarios por el diverso productos alimenticios que se pueden encontrar o por espacios con áreas verdes donde los usuarios puedan descansar o pasar un momento agradable lo cual en el Mercado vemos que este espacio esta invadido por pequeñas zonas de ventas.

	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO LA INDEPENDENCIA		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 10</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

INTERIOR – EXTERIOR



➤ **Comentario:**  
El mercado cuenta con aberturas que permiten que ingresen las luces , que no están expuestos directamente con los rayos solares lo que ocasiona una luz natural e indirecta .

PÚBLICO – PRIVADO



➤ **Comentario:**  
La Calle peatonal con la que cuentan no tiene un acabado y no cuenta con algún área verde o algún otro espacio publico ya que el área es de suelo natural.

LEYENDA:



INGRESOS



➤ **Comentario:**  
Este mercado ya que no ha tenido un planeamiento fue una invasión por parte la población del Distrito de casma tomando la vía vehicular de la Pro.La Libertad a causado a que se genere un caos poblacional. A pesar de ello este mercado cuenta con comercio que da a la calle directamente lo que mejora la relación con el entorno y va creando desde fuera un ambiente propicio para que el comercio sea fluido



➤ **Comentario:**  
Esta se relaciona muy bien con el exterior el exterior , dado a que el comercio es fluido en los exteriores del Mercado esto hace que el consumidor pueda llegar a este mercado el cual no cuentan con ingresos que sean llamativas al usuario y sus ingresos secundarios no se encuentran a la vista del usuario.



➤ **Comentario:**  
Utilizando elementos que puedan cerrar los ingresos(esteras) que permiten dar seguridad a los usuarios pero también este material no da una seguridad completa a los comerciantes ya que es un material muy fácil de abrir .



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

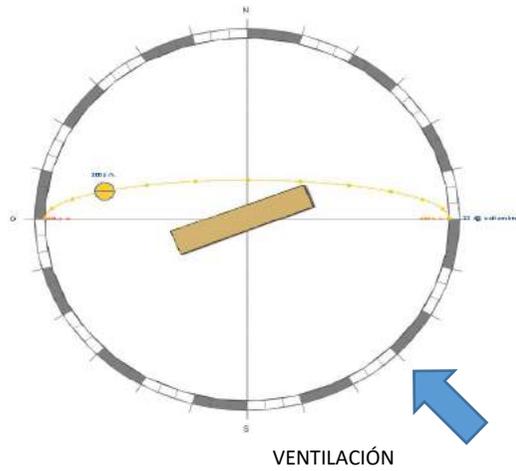
**A – 11**



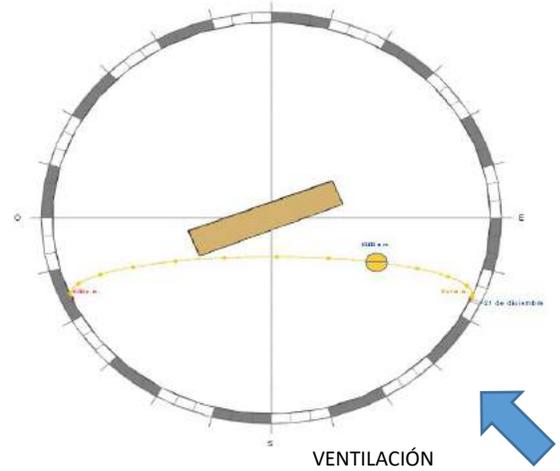
➤ **Comentario:**

- **ASOLEAMIENTO:** Las alturas de los edificios no obstruyen la luz solar hacia el mercado Al comenzar el día el ángulo de los rayos del sol penetran el mercado por aberturas que tiene estas.
- **VENTILACIÓN :** El mercado no se ventila muy bien ya que el viento no ingresa directamente hacia el espacio interior, ya que este mercado esta cercado por otras tiendas comerciales dado así que el viento no fluye manteniendo un ambiente agradable.
- **ILUMINACIÓN:** El mercado se ilumina de una manera directa e indirecta aprovechando esta con aberturas que cuenta el mercado y por algunos sector que con cuentan con alguna cobertura que pueda cubrir de este sol sofocante.
- **ACÚSTICA:** El ruido se esparce ya que esta tienen espacios abiertos donde el ruido no puede ser tan incomodo para el comerciante como también para el usuario.

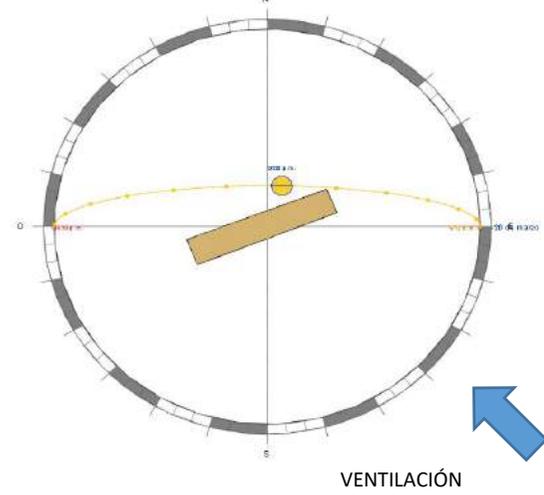
RECORRIDO DURANTE OTOÑO



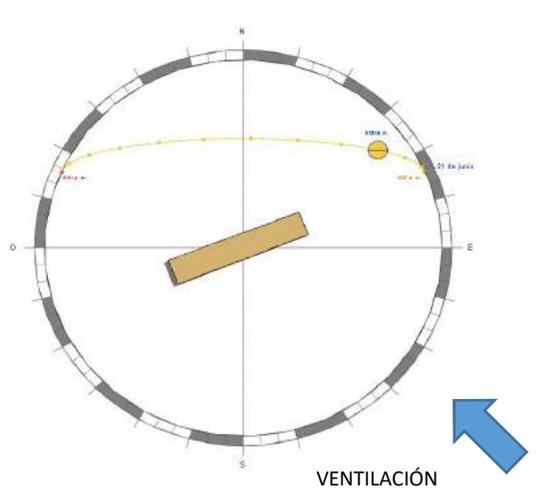
RECORRIDO DURANTE INVIERNO



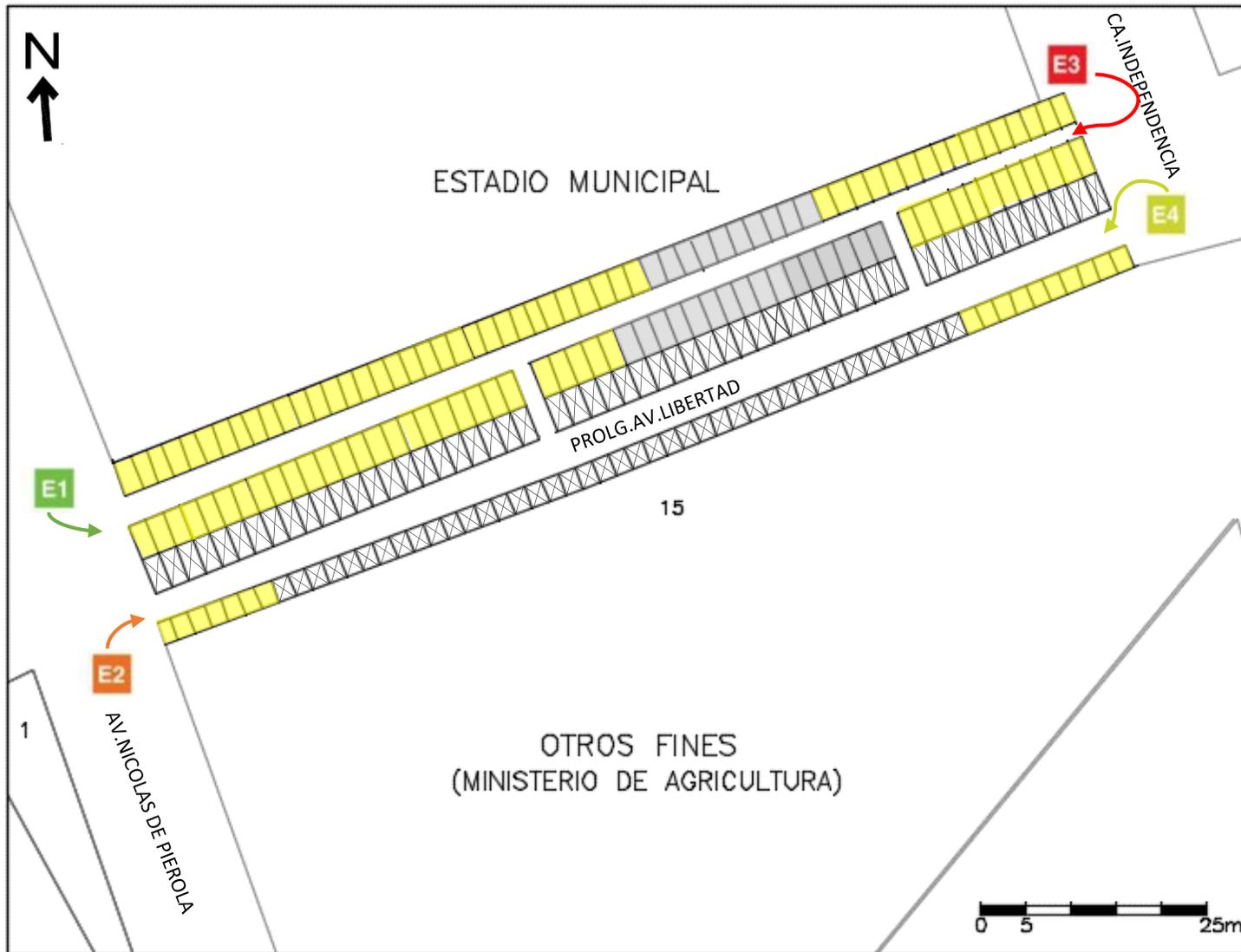
RECORRIDO DURANTE PRIMAVERA



RECORRIDO DURANTE VERANO



	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO LA INDEPENDENCIA		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 12</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

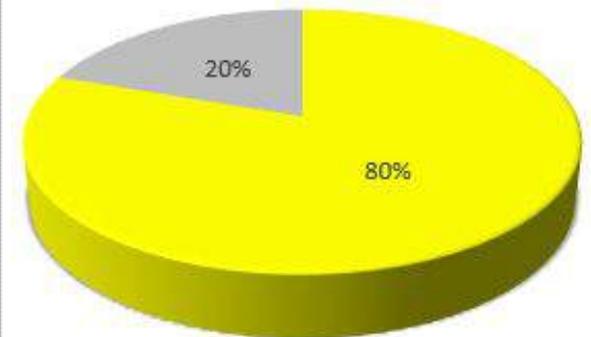


**Comentario:**

Como podemos observar los puestos que se encuentran bien iluminados con luz natural se encuentran en los ingresos de los mercados ya que estos no están techados y en el centro del mercado ya que el ingreso es directo en algunos puestos y indirectos en su mayoría, por ambos sectores aprovechan lo que es la iluminación natural.

**LEYENDA :**

- (106) LUZ NATURAL (MUCHO INGRESO)
- (26) LUZ NATURAL (POCO INGRESO)
- (0) LUZ ARTIFICIAL



Del 100%(229) de los puestos comerciales del Mercado LA INDEPENDENCIA el 20% tienen poco ingreso de luz natural ya sea por los techos que impiden el ingreso de luz o por una mal diseño del puesto y el 80% sus puestos se iluminan mediante la luz natural ya que cuenta con espacios abiertos o los techos permiten un buen ingreso de luz.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

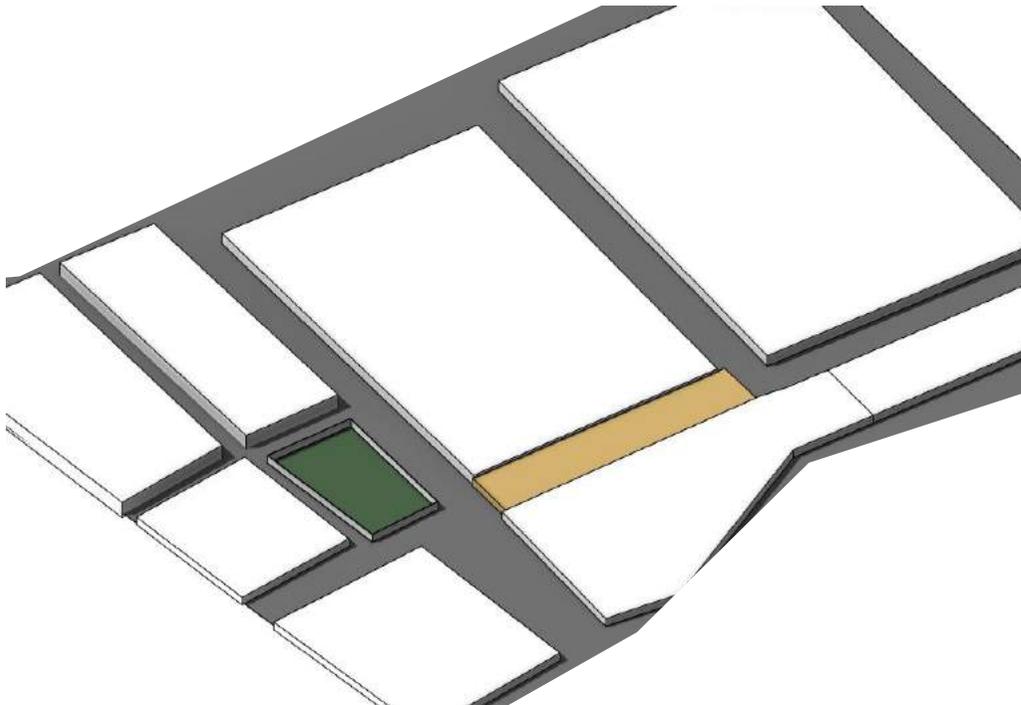
**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 13**

El Mercado, cuenta con una forma irregular donde esta se da por la forma del terreno y por conseguir ingresos secundarios el cual están cerca a la losa deportiva .



➤ **Comentario:**

De manera general el proyecto del Mercado genera un aporte socioeconómico y no arquitectónico para la ciudad de Casma, porque esta potencia el comercio de los productos de primera necesidad, esta da una identidad al sector con un Mercado que refugio algunas usuarios que no contaban con un centro de ventas.

➤ **Comentario:**

Una edificación de simpleza formal y constructivo pensado para una gran intensidad de uso comercial este mercado no tiene un significado relevante para la ciudad de Casma ya que solo este fue creado para la reubicación de algunos de los comerciantes con la intención de mejorar el Mercado LA INDEPENDENCIA.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 14**

➤ **Comentario:**

- El MERCADO LA INDEPENDENCIA un lugar con mucho significado para por comerciantes como también para las personas del distrito de Casma ya que gracias a esto se alberga a muchos comerciantes que no tuvieron una dentro de los Mercados del Distrito de Casma (mercado Modelo y San Martin).
- Este mercado no cuenta con espacios agradables en el interior del mercado donde puedan recrearse y relajarse y ala vez realizar sus compras con mayor tranquilidad ya que el punto de donde parten los consumidores se encuentra invadido por mas comerciantes que con el tiempo ha ido creciendo el número de comerciantes.



➤ **Comentario:**

- El Mercado LA INDEPENDENCIA de ser uno de los de la ciudad tiene esa conexión con la ciudad y con los otros mercados por medio de un espacio que es el OVALO que puede entrelazar la ciudad y el mercado dando así también muestra otra imagen urbana mas atractiva hacia el usuario que quiera llegar a este mercado.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO LA INDEPENDENCIA

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 15**

# MERCADO EL PALMO



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CASMA





Se encuentra localizado en un predio rodeado por viviendas formado por 1 un volumen. El mercado El Palmo se formo con la idea de reubicar algunos comerciantes del Mercado la Parada San Martin para la remodelación de este. El mercado El Palmo a pesar de que no fue planificado , se trató que cumpla con todos los requisitos legales para el funcionamiento de este , no cumplen con las áreas adecuadas para los puestos comerciales tanto así que las áreas de estos puestos son demasiado grandes .Este mercado esta construido con material recuperable y no cuenta con una zona de área y descarga para que los comerciantes puedan abastecer su mercado

- ARQUITECTOS : MUNICIPALIDAD DE LA PROVINCIA DE CASMA
- UBICACIÓN : Av. Miraflores
- TIEMPO DE EJECUCIÓN : 1 MES
- ÁREA : 4 011.503 M2
- AÑO PROYECTO : 2007
- USO ACTUAL : COMERCIO
- PRESIDENTE : José Lomparte Mendoza



	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO EL PALMO		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 01</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

**PERFIL E IMAGEN URBANA**



Fuente : Google maps,2018,

**Comentario:**

La mayoría de edificaciones que componen la manzana tienen de 1 a 2 pisos con excepciones de 3 pisos en diferentes puntos alrededor del mercado y el mismo mercado que cuenta con 1 piso. Las edificaciones cerca al mercado y frente a este son buenas y de material noble, y las edificaciones posteriores al mercado y alejadas también cuentan con material noble.



**FUERZAS DEL LUGAR**



**Comentario:**

Este Mercado se caracteriza por estar entre las vías importantes de la ciudad de Casma y por lo que se encuentra en un área consolidada en la cual se encuentra cerca a otros mercados como la San Martín y La Independencia.



I.E. MARISCAL LUZURIAGA



ESTADIO MUNICIPAL



PODER JUDICIAL



LOSA DEPORTIVA «EL PALMO»



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 02**

**ACCESIBILIDAD**



➤ **Comentario:**

El mercado EL PALMO es muy beneficiado ya que se encuentra en el casco urbano del distrito de Casma que cuenta con vías importantes de la ciudad lo cual hace mas fácil su accesibilidad a esta.



AV. RESERVORIO  
(vehicular-peatonal)

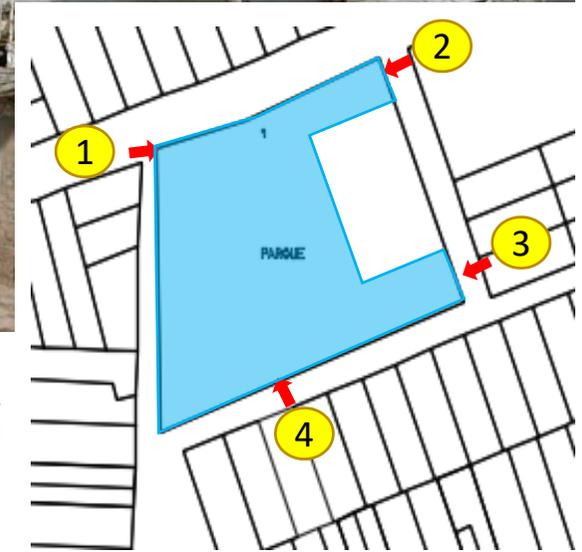


AV. MIRAFLORES  
(vehicular-peatonal)



AV. INDEPENDENCIA  
(vehicular-peatonal)

**INGRESOS**



➤ **Comentario:**

El acceso 2 y el 3 (secundario) se encuentra en unos de los pasajes del PALMO .

El acceso 1 (Principal) se encuentra en la Av. MIRAFLORES.

El acceso 4 (secundario) se ingresa desde la AV. HUARAZ que también forma parte de uno de los pasajes del PALMO

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**LÁMINA N°:**

**A – 03**

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

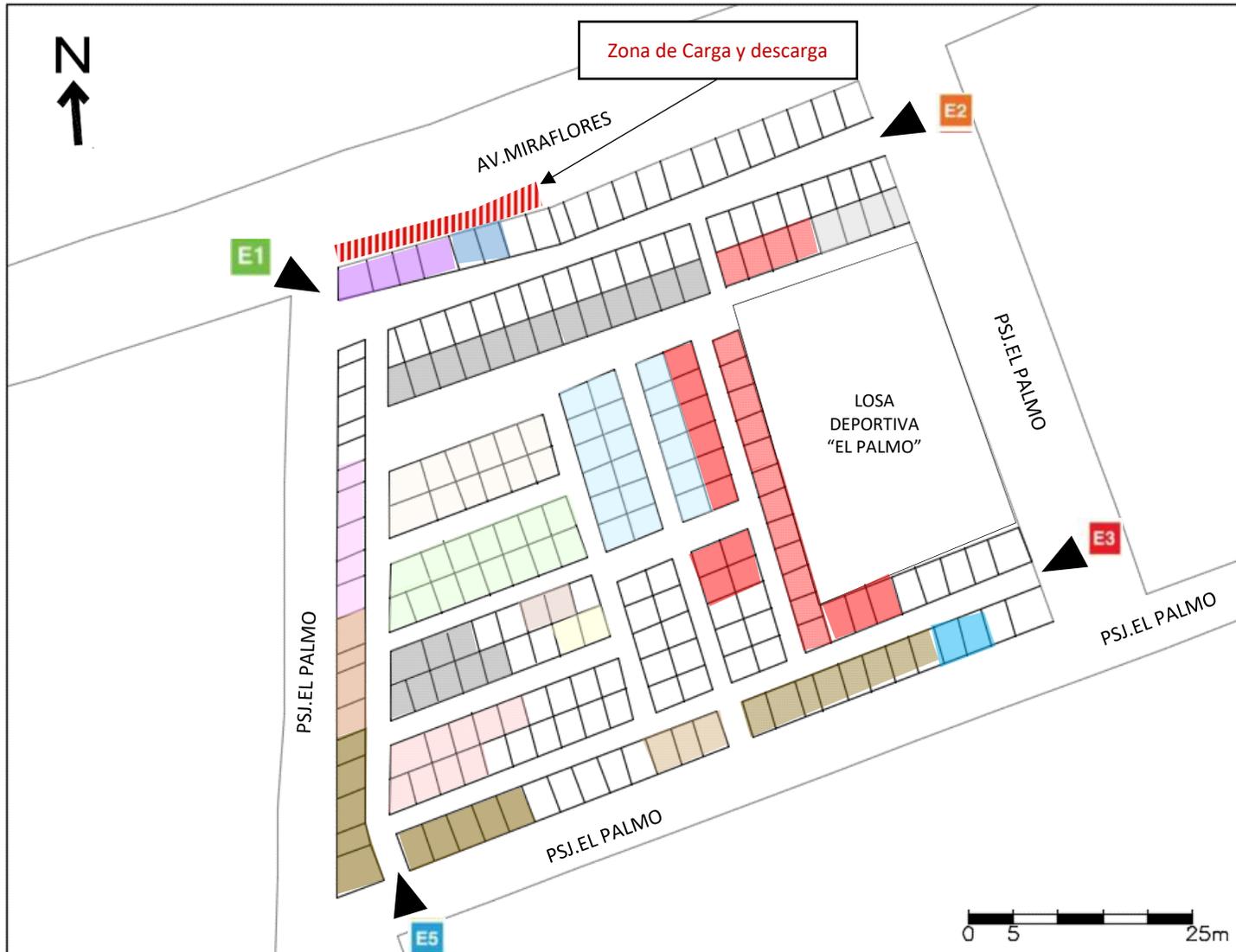
IX – 2018 I



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL

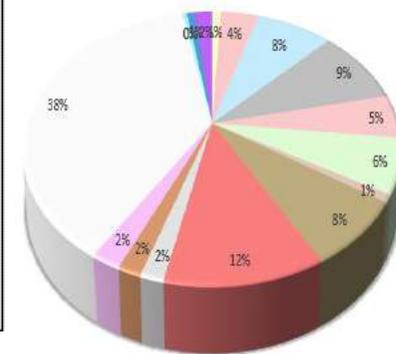
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES



**Comentario:**

- Podemos ver que la distribución de los puestos se encuentran de una manera ordenada.
- Notamos el orden de los puestos mas el tipo de producto que están ofrecen no se encuentran sectorizados según el tipo de producto que estas ofrecen (ZONA HUMEDA-SEMI HUMEDA, SECA)
- El uso de los puestos se dan en un 62% en este piso, ya que el 38% se encuentran vacíos.
- El mercado no cuentan con un área de carga y descarga, esto suelen hacerlo en las afueras del ingreso principal del mercado.

(02) PUESTO DE POLLO	(04) UTENSILIOS PARA EL HOGAR
(09) P. DE CARNE	(04) JUGUERIAS
(18) P. DE PLANTAS MEDICINALES	(05) ZAPATOS/ROPA
(21) P. DE ABARROTOS	(88) P. SIN USO
(12) P. DE FRUTAS.	SS.HH
(15) P. DE VERDURAS	(02) UTILES ESCOLARES
(02) P. DE SNACKS	(04) P. BISUTERIA
(18) P. DE COMIDA	
(27) P. DE FLORES	



De los puestos comerciales el que en mayor jerarquía encontramos con 12% puesto de flores y en menor con 1% puestos de pollo y snacks



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

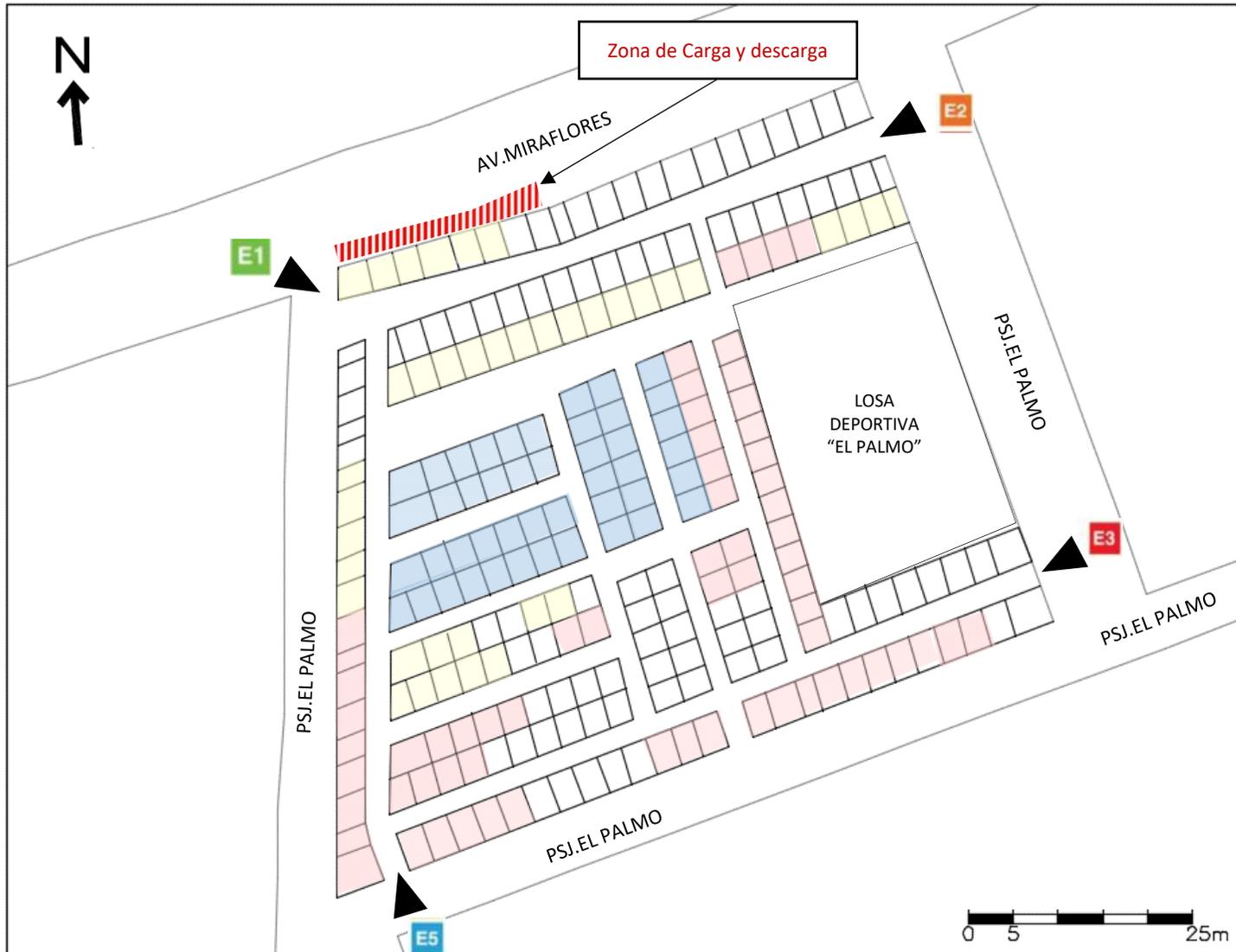
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 04**

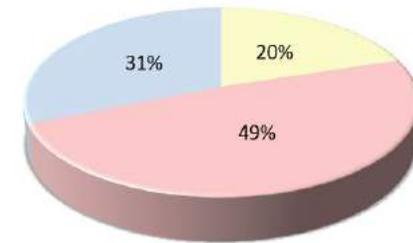


➤ **Comentario:**

Se puede evidenciar que en la actualidad el mercado El Palmo, no cumple con las especificaciones técnicas de zonificación (zona seca, zona húmeda y zona semi húmeda), esto es producto del pasar del tiempo, ya que poco a poco los puestos comerciales han ido en aumento, causando el desorden entre los mismos.

**LEYENDA :**

- (29) ZONA SECA
- (70) ZONA HÚMEDA
- (45) ZONA SEMI HÚMEDA



Del 100%(220) de los puestos comerciales del Mercado el Palmo el 49%(70) se encuentran en una zona húmeda, el 31%(45) se encuentran en una zona semi húmeda y el 20%(29) se encuentran en una zona seca.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

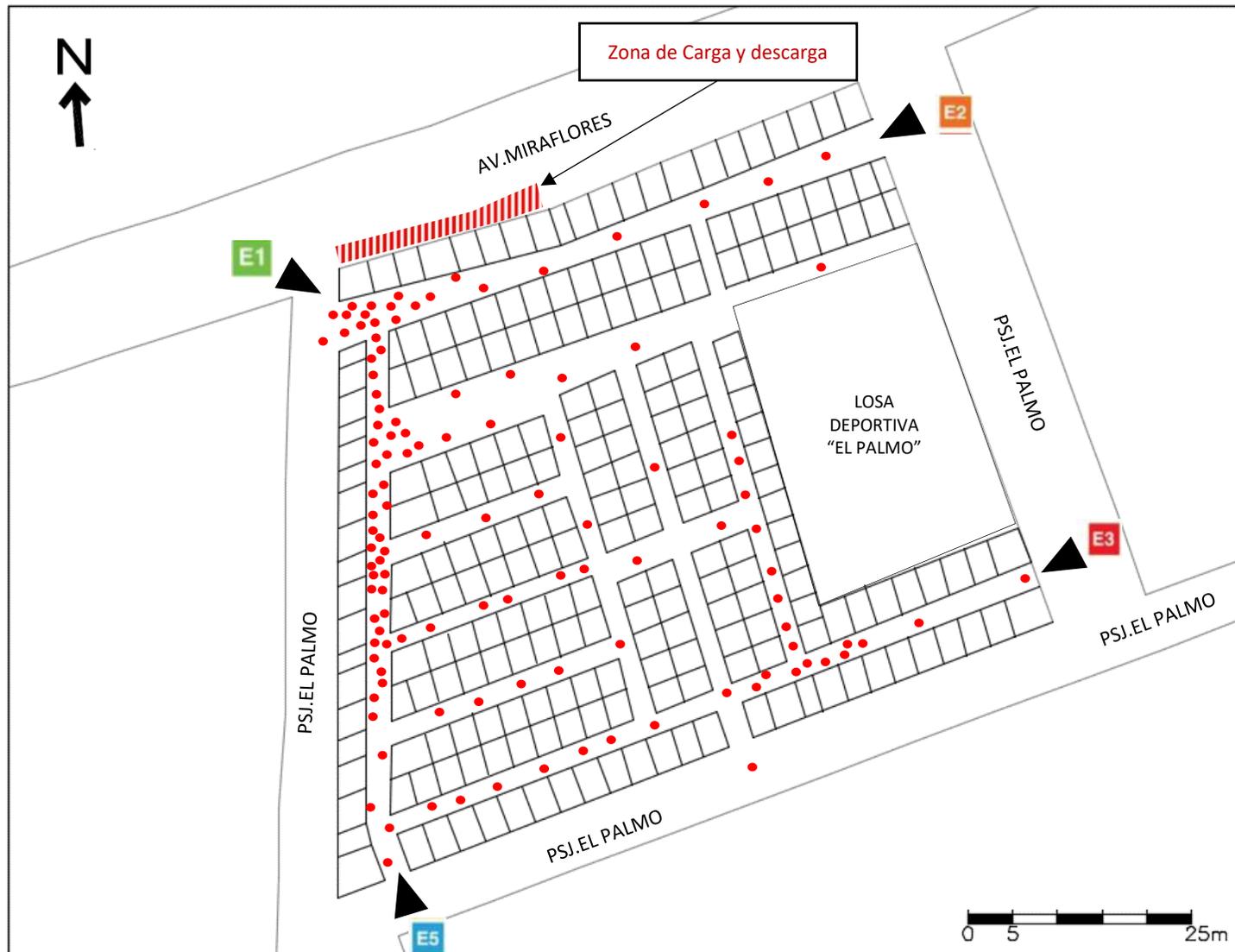
**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 05**



➤ **Comentario:**

La circulación dada en el MERCADO EL PALMO es una CIRCULACION LINEAL estos ejes que se distribuyen de forma lineal son indispensables para integrar una circulación general y orientar al usuario a su recorrido hacia la zona principal y también son justamente los que relacionan los ingresos con el interior. Esta circulación no es continua pero no tiene interrupciones al momento de recorrer el mercado .

Una de las cosas que también es importante recalcar es que estas circulación no tiene un centro de encuentro y la circulación no es ordenada.

**CIRCULACIONES PRINCIPALES :**

- E1 INGRESO PRINCIPAL
- E2 INGRESO SECUNDARIO
- E3 INGRESO SECUNDARIO
- E4 INGRESO SECUNDARIO
- E5 INGRESO SECUNDARIO

**ACUMULACIÓN DE USUARIOS EN 10 MIN:**

• = 2 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

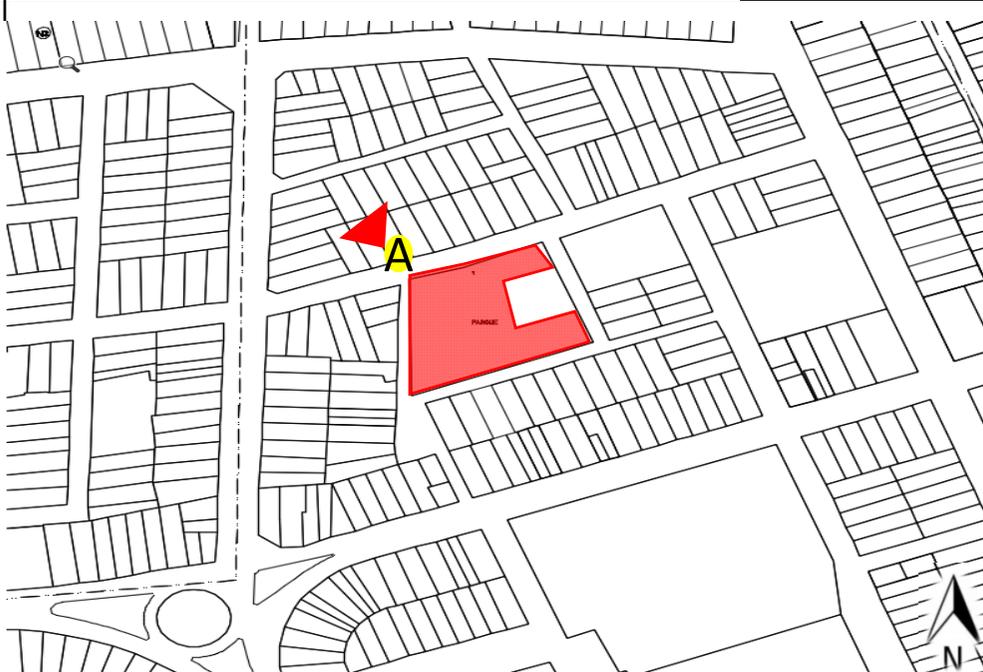
**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 06**



➤ **Comentario:**

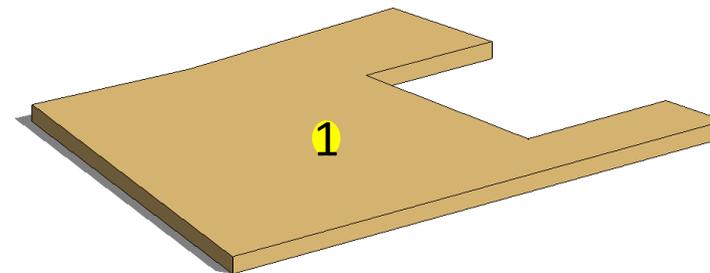
El ingreso Principal del mercado se encuentra marcado por la altura que tienes y por el único anuncio que tienen alrededor de todo el mercado, esta fachada no es aprovechada para poder mostrar al máximo los productos que ofrecen este mercado para poder así atraer a más consumidores, en el lenguaje arquitectónico este no cumple una función como a tractor la cual no tiene elementos que le pueden hacer notar más interesante. Y

**A**



**ELEVACION A**

Fuente : Elaboración propia



**VOLUMETRÍA DEL MERCADO**

Fuente : Elaboración propia

➤ **Comentario:**

El mercado está conformado por una forma irregular, con un solo ingreso principal desde la vía principal y las otras que son por los pasajes del Palmo.

Esta es de un nivel donde se realizan todas las actividades comerciales, en este mercado se encuentran comerciantes del Mercado La Parada San Martín



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 07**

**MATERIALIDAD**

MATERIALES EXTERIORES



MATERIALES INTERIORES



CONCRETO

➤ **Comentario:**

Empleados en muros del edificio, tanto en el primer nivel de la fachada como espacios interiores.

Este material ofrece la libertad de realizar las ideas y las formas mas caprichosas en la arquitectura



CONCRETO

➤ **Comentario:**

Encontrados en la losa y en los acabados interiores.



CAÑA GUAYAQUIL

➤ **Comentario:**

Este material es utilizado para estructuras el mercado estas sirven como columnas y vigas.



ESTERA

➤ **Comentario:**

Encontrados en algunos puestos comerciales que se dedican a la venta de productos de carnes y otros puestos dedicados a la ropa.



ESTERAS

➤ **Comentario:**

Se usan esteras de carrizo para usarlas como muros del mercado y como la cubierta de esta misma.

➤ **Comentario:**

Como material predominante del mercado es la estera y también podemos notar algunos puestos que están cubiertos con materiales recuperables (plásticos, triplay).

**COLOR**

ANTERIORMENTE



FACHADA

ACTUALMENTE



FACHADA

➤ **Comentario:**

Como podemos notar este Mercado cuenta con el color natural del material que se esta utilizando que es esteras y con algunas parte que cuenta con material de concreto donde esta tiene pinturas o logos de partidos políticos aquí no se aprecia un color significativo para este mercado o para la Ciudad



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

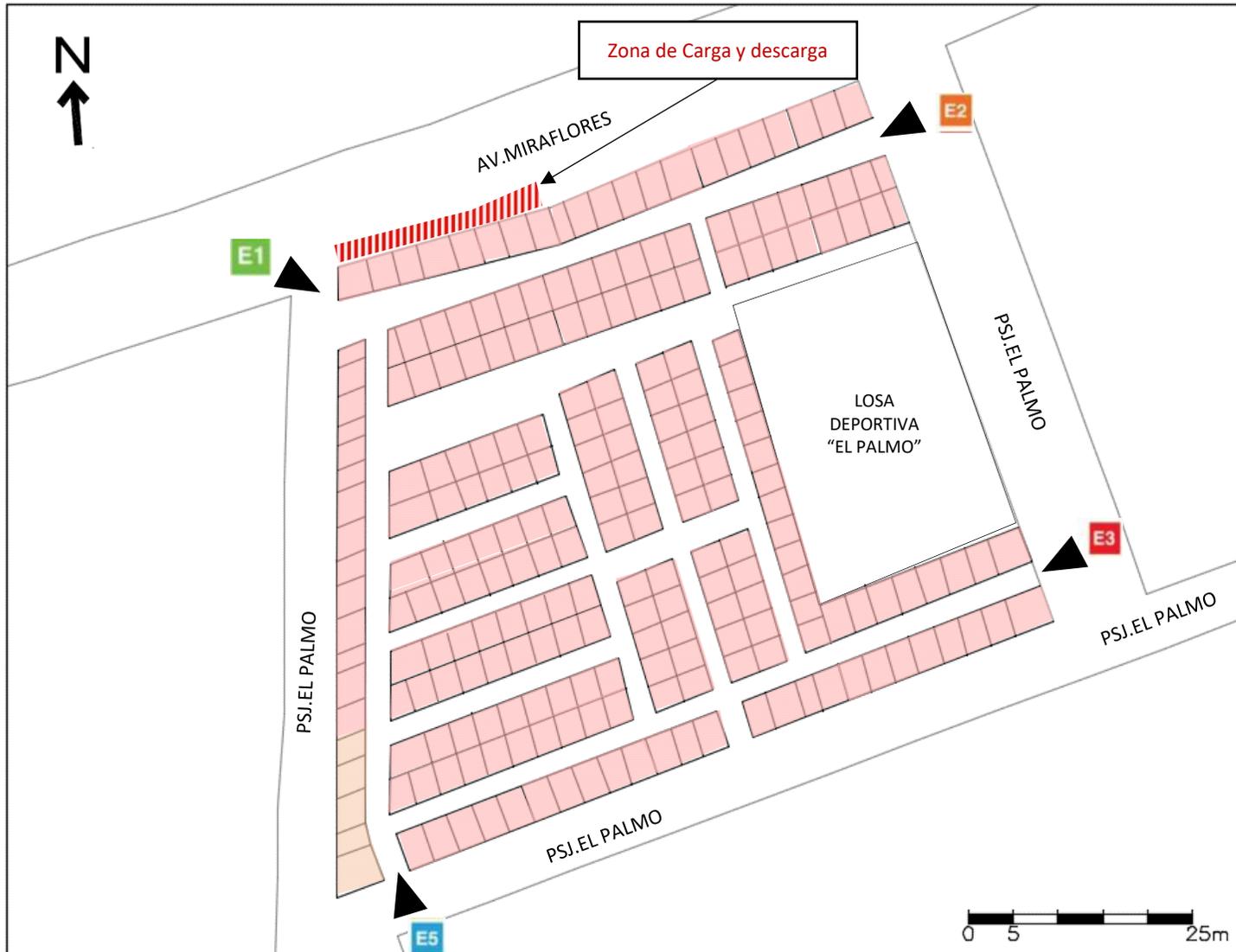
EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 08**

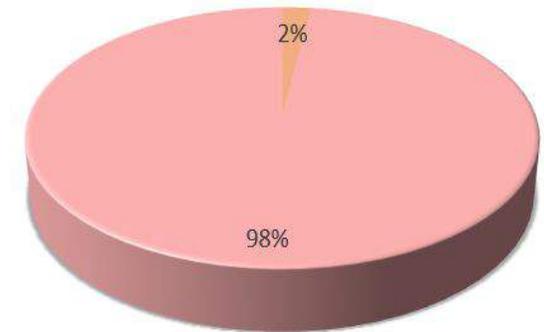


**Comentario:**

Podemos observar que el estado de conservación que predomina es MALO ya que esta construido con material recuperable (caña, esteras y palos) esto se debe porque este mercado solo iba a ser temporal, vemos que estos mercados no cuentan con una infraestructura que es segura para los comerciantes como también para los usuarios.

**LEYENDA :**

- (0) BUENO
- (05) REGULAR
- (227) MALO



Del 100%(232) de los puestos comerciales del Mercado el PALMO el 98% de los puestos se encuentran en mal estado de conservación y el 2% se encuentran en un estado regular.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

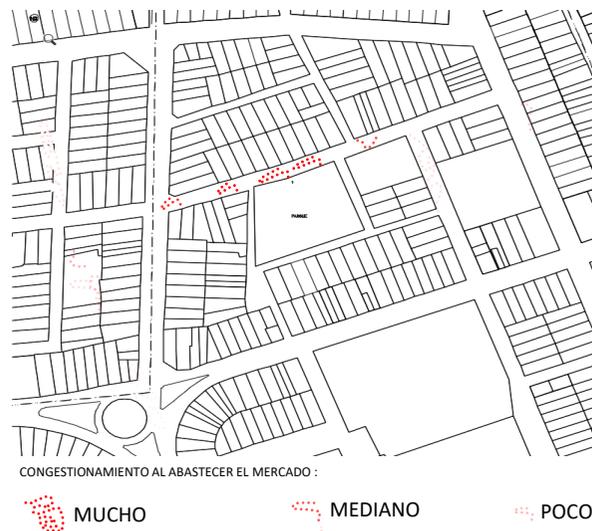
**CICLO:**

IX – 2018 I

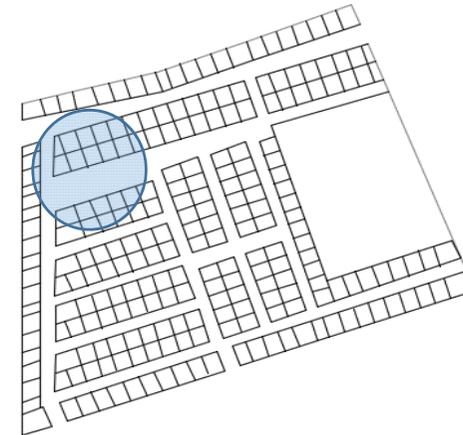
**LÁMINA N°:**

**A – 09**

**REGISTRO VISUAL**



**RELACIÓN JERÁRQUICA**



➤ **Comentario:**  
En general el espacio mas importante es toda la zona central del mercado ya que aquí encontramos la variedad de productos alimenticios.



➤ **Comentario:**

Frente a la fachada tenemos una vía principal un área de estacionamiento de moto taxis la cual no da una buena imagen urbana y el área de estacionamiento no es reglamentario.

➤ **Comentario:**

También encontramos comercio a las afueras del mercado El Palmo interrumpiendo el paso peatonal y generando congestión de la zona, generando un caos urbano y comercial.



➤ **Comentario:**

Dentro de la zona comercial el espacio central es el de mayor jerarquía, espacialidad a la vez que es el lugar donde se concentra mas usuarios por el diverso productos alimenticios que se pueden encontrar o por espacios con áreas verdes donde los usuarios puedan descansar o pasar un momento agradable lo cual en el Mercado El Palmo vemos que este espacio esta invadido por pequeñas zonas de ventas.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 10**

**INTERIOR – EXTERIOR**



Fuente : google maps, 2018



➤ **Comentario:**  
El mercado cuenta con aberturas que permiten que ingresen las luces , que no están expuestos directamente con los rayos solares lo que ocasiona una luz natural e indirecta .

**PÚBLICO – PRIVADO**



➤ **Comentario:**  
La Calle peatonal con la que cuentan no tiene un acabado y no cuenta con algún área verde o algún otro espacio publico ya que el área es de suelo natural.

LEYENDA:

**INGRESOS**



➤ **Comentario:**  
Para una mejor relación con el entorno el mercado tiene su ingreso principal en la esquina, donde se cruzan las vías . Y el ingreso principal e ingresos secundarios que están en los bordes de la losa deportiva El Palmo De igual forma en los bordes del mercado exactamente en el ingreso principal se forman puestos de ventas el cual atrae al consumidor ya que cuentan con todo tipo de productos alimentarios por mayor y menor.



➤ **Comentario:**  
Esta se relaciona muy bien con el exterior el exterior , dado a que el comercio es fluido en los exteriores del Mercado esto hace que el consumidor pueda llegar a este mercado el cual no cuentan con ingresos que sean llamativas al usuario y sus ingresos secundarios no se encuentran a la vista del usuario.



➤ **Comentario:**  
Utilizando elementos que puedan cerrar los ingresos(esteras) que permiten dar seguridad a los usuarios pero también este material no da una seguridad completa a los comerciantes ya que es un material muy fácil de abrir .



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 11**

➤ **Comentario:**

El sistema constructivo : En el perímetro tenemos muros portantes y en el interior tenemos una bóveda con columnas en el perímetro.

La estructura del mercado EL PALMO está formada por una estructura de material recuperable , que se apoyan a su vez, en vigas y pilares de carrizos de Guayaquil. Una edificación no moderna pero que da seguridad y genera un espacio agradable para las personas que transcurren en este mercado a pesar del material que esta cuenta.



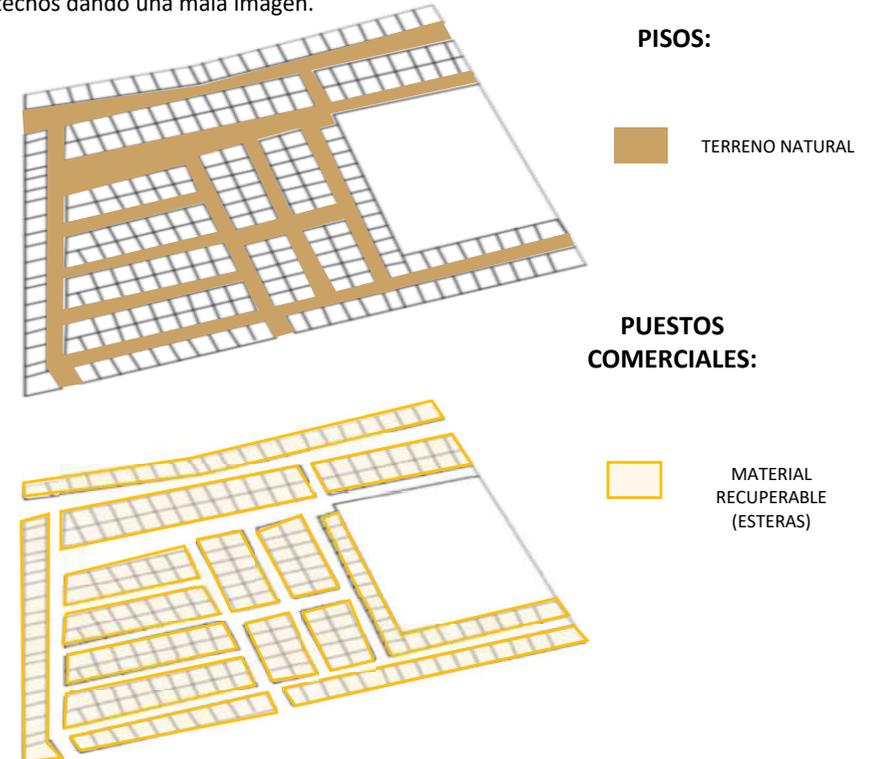
**MATERIALES**

➤ **Comentario:**

Estos materiales hacen notar al proyecto como algo casual algo que vemos a diario pero cuando un sector es invadido o algo provisional.

Los materiales que vemos en las siguientes imágenes son aquellos materiales que se encuentran en los pisos, estos materiales son muy comunes, es algo más económico pero que cumplen con su función principal.

También podemos apreciar los materiales que cuentan algunos puestos comerciales en sus techos dando una mala imagen.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

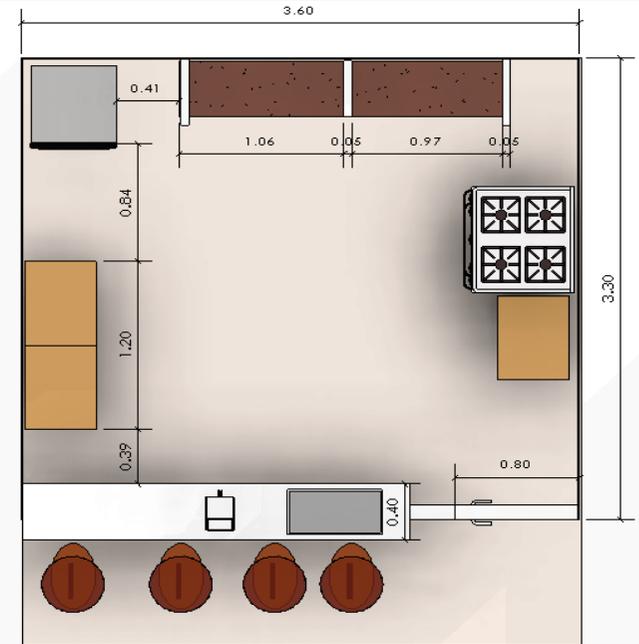
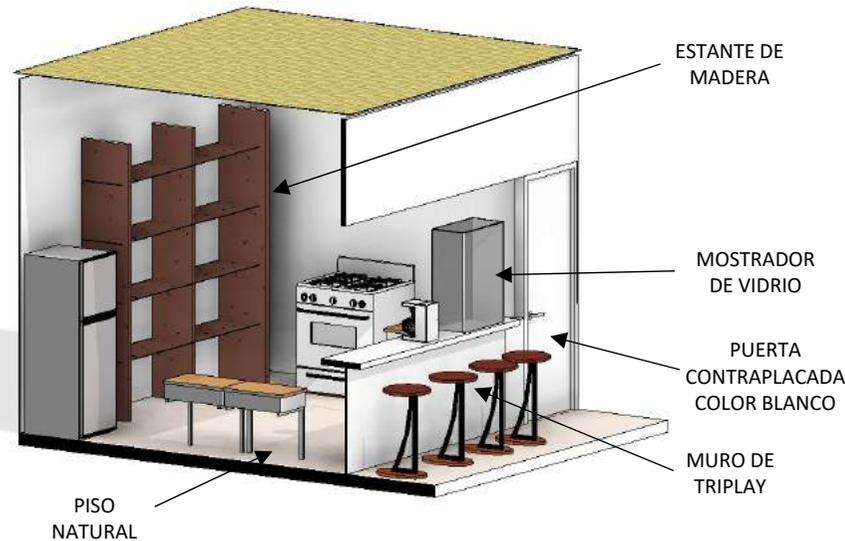
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 12**

➤ **Comentario:**

El área de este puesto es cómodo ya que tiene un área confortable para el vendedor los materiales se encuentran en un estado regular . Estas tienen una mala distribución. Y no cuentan con todos los implementos adecuados para la realización de sus productos.



RUBRO	JUGUERIAS
ÁREA	11.88 M2
PERÍMETRO	13.80 ML
MATERIALES	PISO = SUELO NATURAL
	MUROS DE TRIPLAY
	TECHO DE MATERIAL RECUPERABLE
ESTADO DE CONSERVACIÓN	REGULAR
AFORO	1 USUARIO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

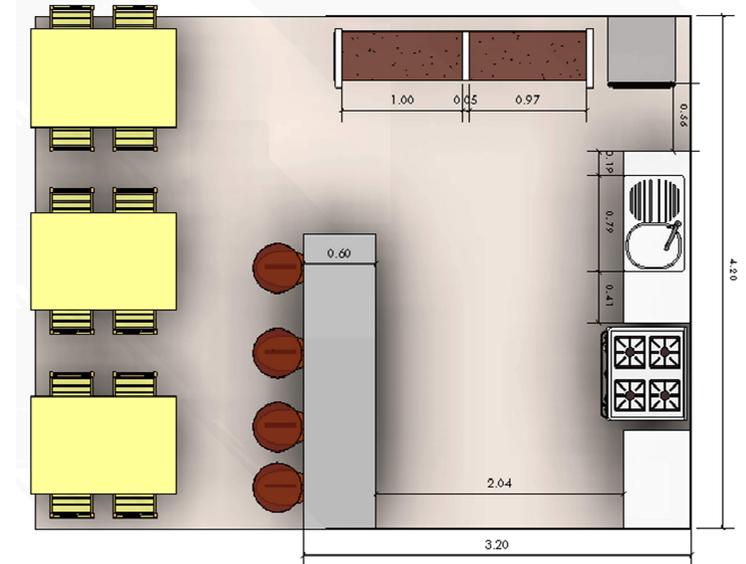
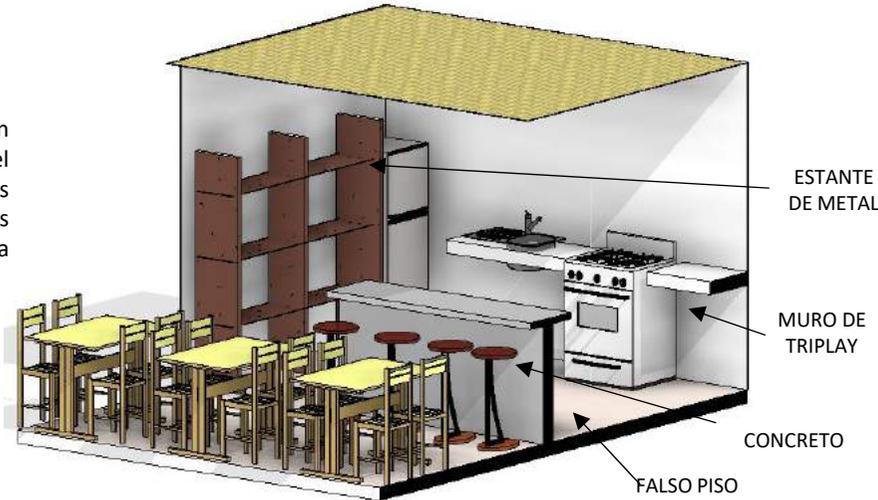
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

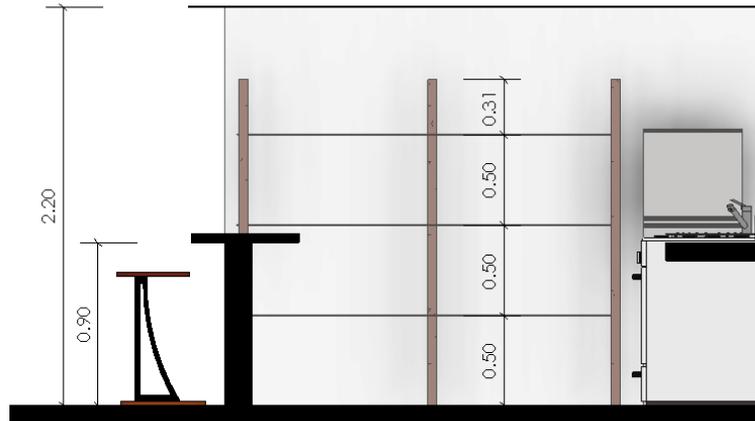
**A – 15**

➤ **Comentario:**

Estos puestos de comida se encuentran un estado de conservación regular, el área de circulación de la cocina no es reglamentaria y no cuentan con los implementos necesarios para la elaboración de su producto .



RUBRO	PUESTO DE COMIDA
ÁREA	13.44 M2
PERÍMETRO	14.80 ML
MATERIALES	FALSO PISO
	MURO DE TRIPLAY
	TECHO DE MATERIAL RECUPERABLE
ESTADO DE CONSERVACIÓN	REGULAR
AFORO	3 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

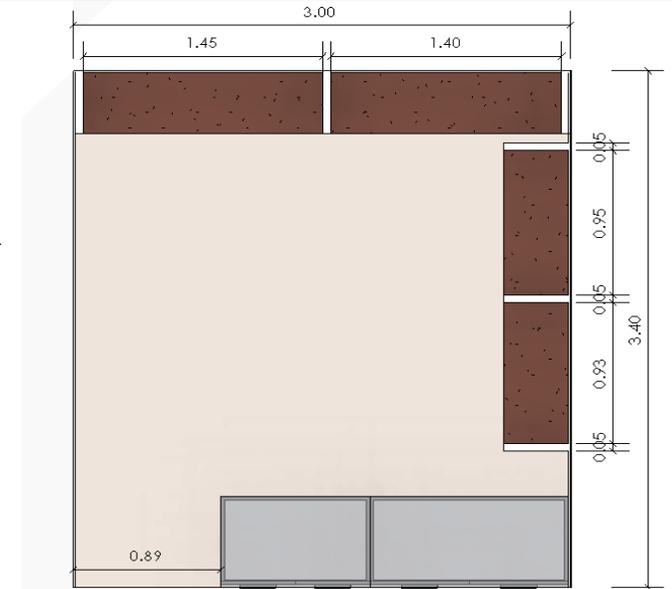
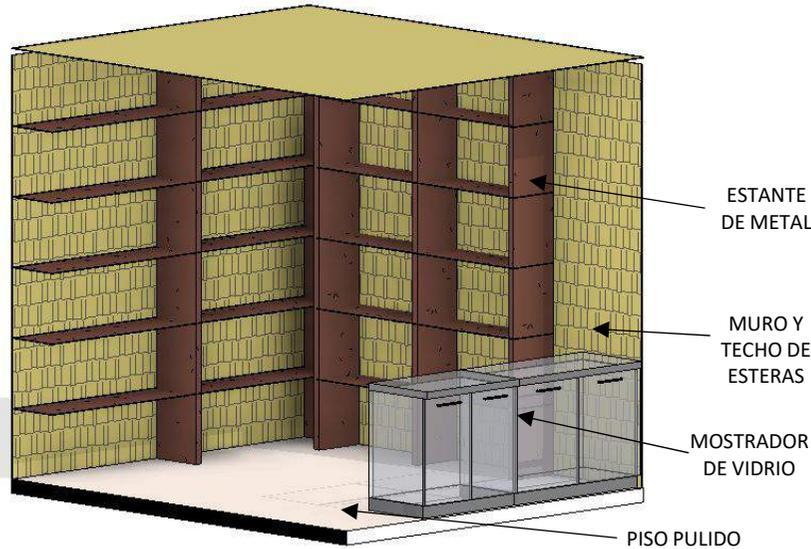
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

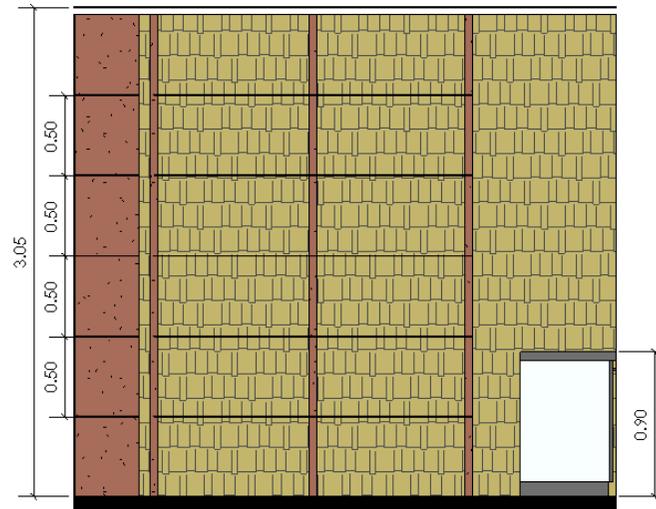
**A – 16**

➤ **Comentario:**

Los puestos de bazar se encuentran en mal estado de conservación, no cuentan con implementos para que el cliente pueda probarse el productos; el área de circulación es cómoda.



RUBRO	ROPA/ZAPATOS
	P. BISUTERIA
	P. UTILES ESCOLARES
	P. UTENSILIOS PARA EL HOGAR
ÁREA	10.20 M2
PERÍMETRO	12.40 ML
MATERIALES	PISO = CONCRETO
	MURO Y TECHO DE MATERIAL RECUPERABLE
ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO
AFORO	2 USUARIOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

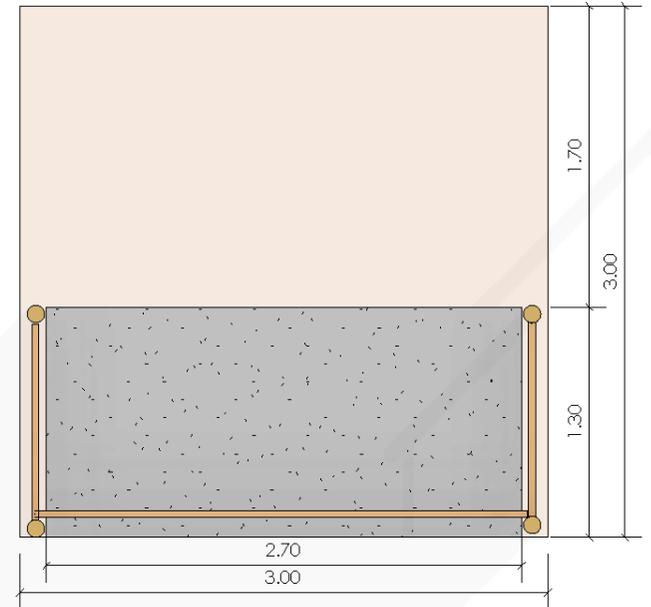
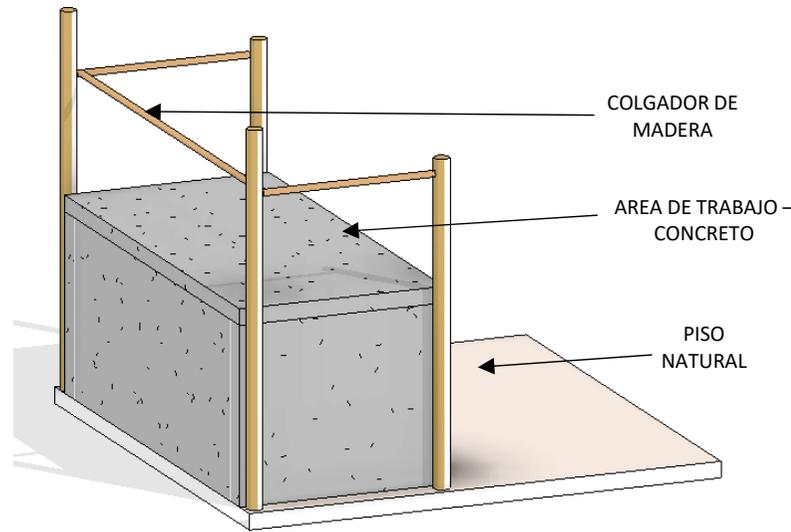
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

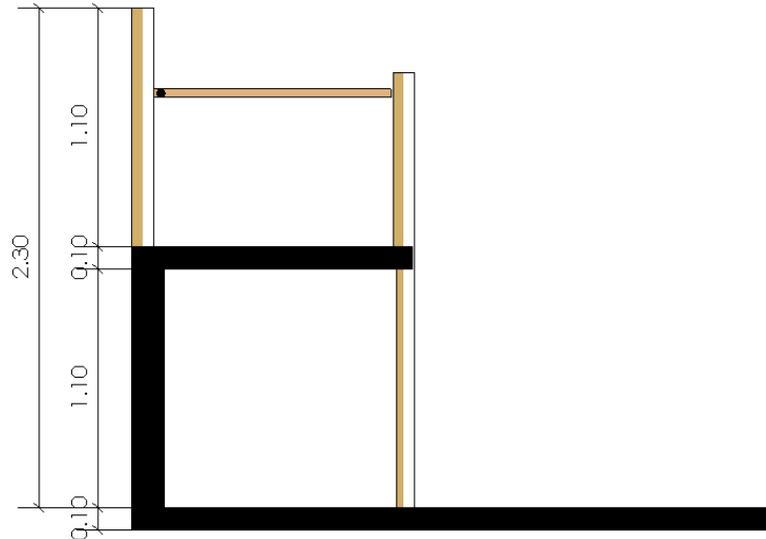
**A – 17**

➤ **Comentario:**

Los puestos de carnes se encuentran en un MAL estado de conservación y es un área necesaria para la venta de sus productos, estos no cuentan con implementos adecuados para el productos que ofrecen y no tienen un área adecuada para el corte o limpieza de la carne que ofrecen.



RUBRO	P.CARNES
	P.POLLO
ÁREA	9.00 M2
PERÍMETRO	12.00 ML
MATERIALES	PISO = TERRENO NATURAL
	SIN TECHO
ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO
AFORO	1 USUARIO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

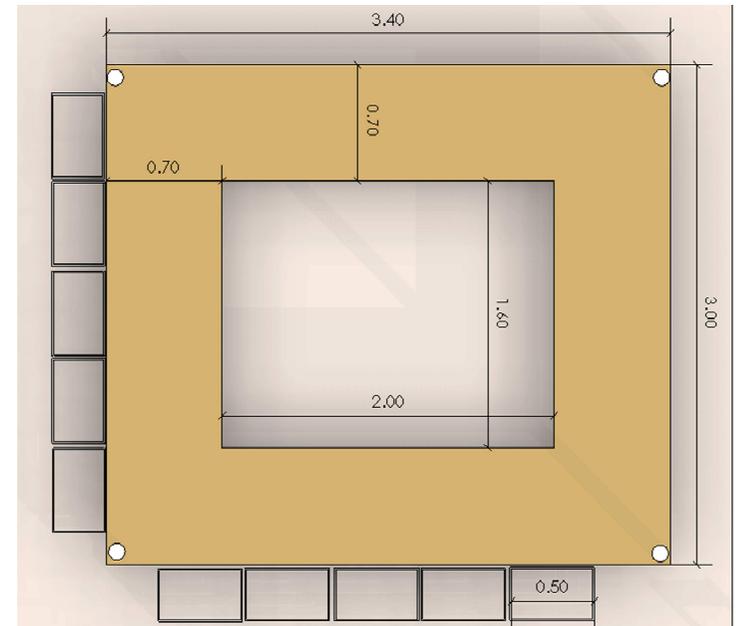
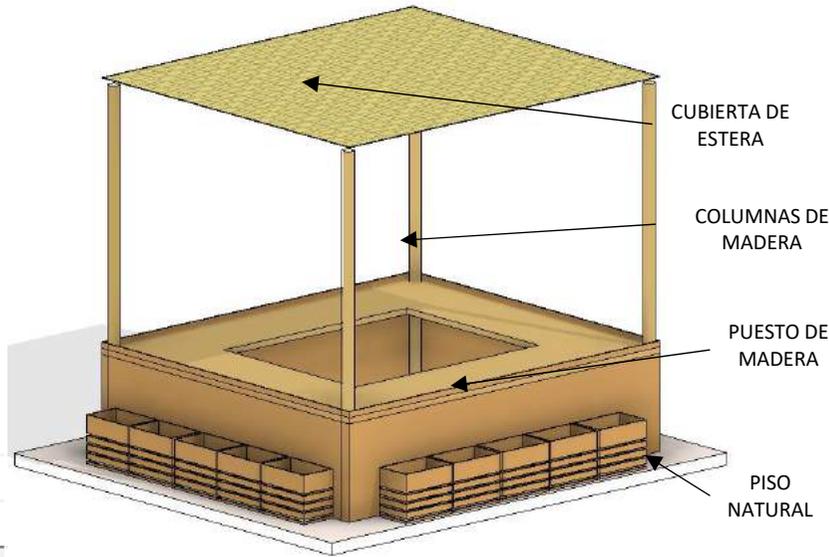
IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

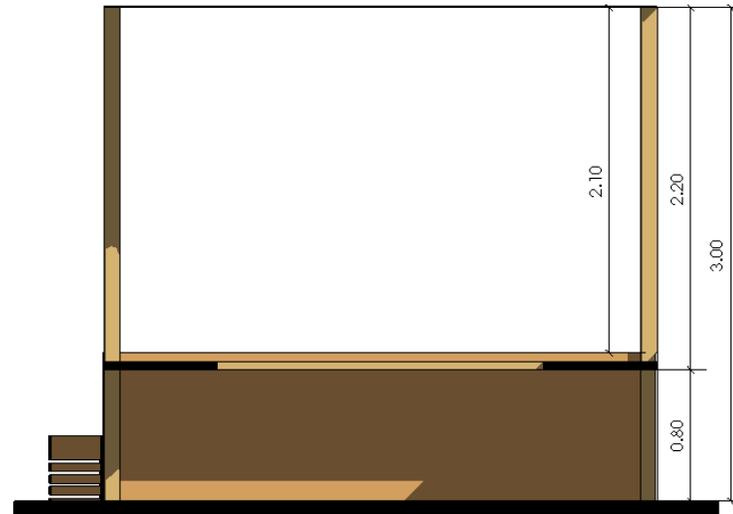
**A – 18**

➤ **Comentario:**

Los puestos de FRUTAS se encuentran en un MAL estado de conservación, su área de circulación es cómoda y el material de este productos no se encuentran en buenas condiciones.



RUBRO	P.FRUTAS
	P.VERDURAS
	P.CONDIMENTOS
ÁREA	10.20 M2
PERÍMETRO	12.80 ML
MATERIALES	PISO = TERRENO NATURAL
	PUESTO DE MADERA
	CUBIERTA DE MATERIAL RECUPERABLE
ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO
AFORO	1 USUARIO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

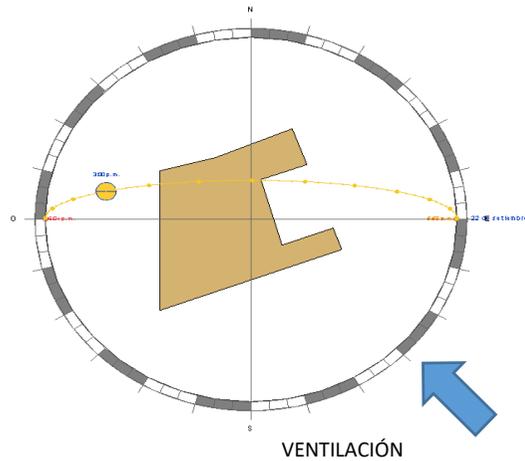
**A – 19**



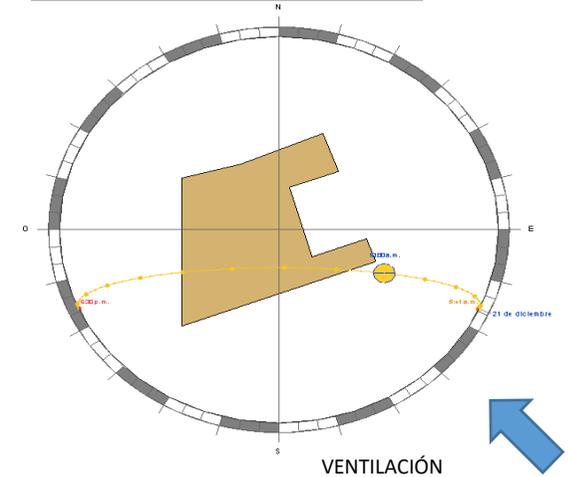
➤ **Comentario:**

- **ASOLEAMIENTO:** Las alturas de los edificios no obstruyen la luz solar hacia el mercado. Al comenzar el día el ángulo de los rayos del sol penetran el mercado por aberturas que tiene estas.
- **VENTILACIÓN:** El mercado no se ventila muy bien ya que el viento no ingresa directamente hacia el espacio interior, ya que este mercado está cercado por otras tiendas comerciales dado así que el viento no fluye manteniendo un ambiente agradable.
- **ILUMINACIÓN:** El mercado se ilumina de una manera directa e indirecta aprovechando esta con aberturas que cuenta el mercado y por algunos sectores que cuentan con alguna cobertura que pueda cubrir de este sol sofocante.
- **ACÚSTICA:** El ruido se esparce ya que esta tienen espacios abiertos donde el ruido no puede ser tan incomodo para el comerciante como también para el usuario.

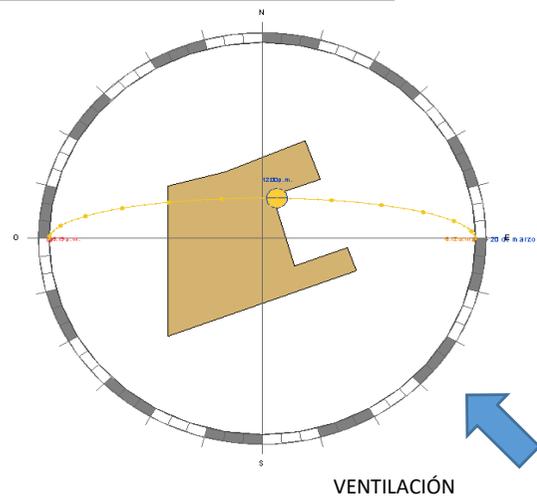
RECORRIDO DURANTE OTOÑO



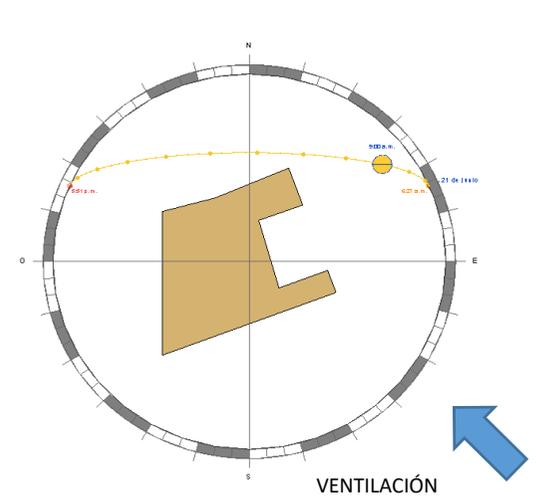
RECORRIDO DURANTE INVIERNO



RECORRIDO DURANTE PRIMAVERA



RECORRIDO DURANTE VERANO



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:** MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:** IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**  
**A – 20**

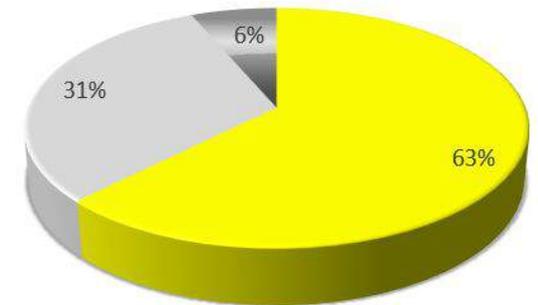


**Comentario:**

Como podemos observar los puestos que se encuentran bien iluminados con luz natural se encuentran en los ingresos de los mercados ya que estos no están techados ya que el ingreso es directo en algunos puestos y indirectos en su mayoría. En algunos puestos no ingresa la luz natural por lo que los comerciantes de estos puestos iluminan sus puestos mediante luz artificial, esto se da a un mal diseño del puesto comercial o porque los puestos están ubicados en lugares cerrados

**LEYENDA :**

- (145) LUZ NATURAL (MUCHO INGRESO)
- (72) LUZ NATURAL (POCO INGRESO)
- (15) LUZ ARTIFICIAL



Del 100%(232) de los puestos comerciales del Mercado Modelo el 31% tienen poco ingreso de luz natural ya sea por los techos que impiden el ingreso de luz o por un mal diseño del puesto, el 6% no tienen ingreso de luz natural estas se iluminan mediante luz artificial y el 63% sus puestos se iluminan mediante la luz natural ya que cuenta con espacios abiertos o los techos permiten un buen ingreso de luz.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

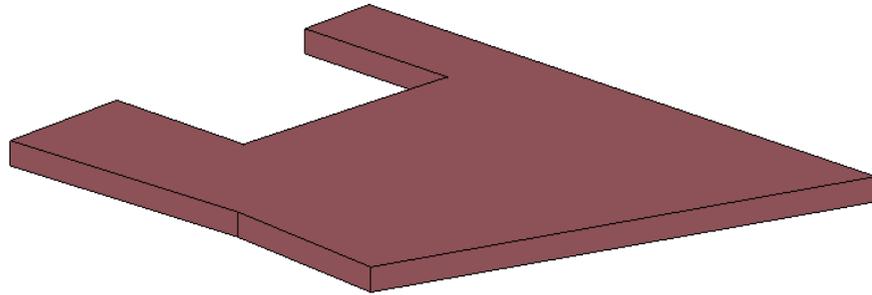
**LÁMINA N°:**

**A – 21**

El Mercado El Palmo , cuenta con una forma irregular donde esta se da por la forma del terreno y por conseguir ingresos secundarios el cual están cerca a la losa deportiva .

1

FORMA  
PREDOMINANTE :  
LINEAL

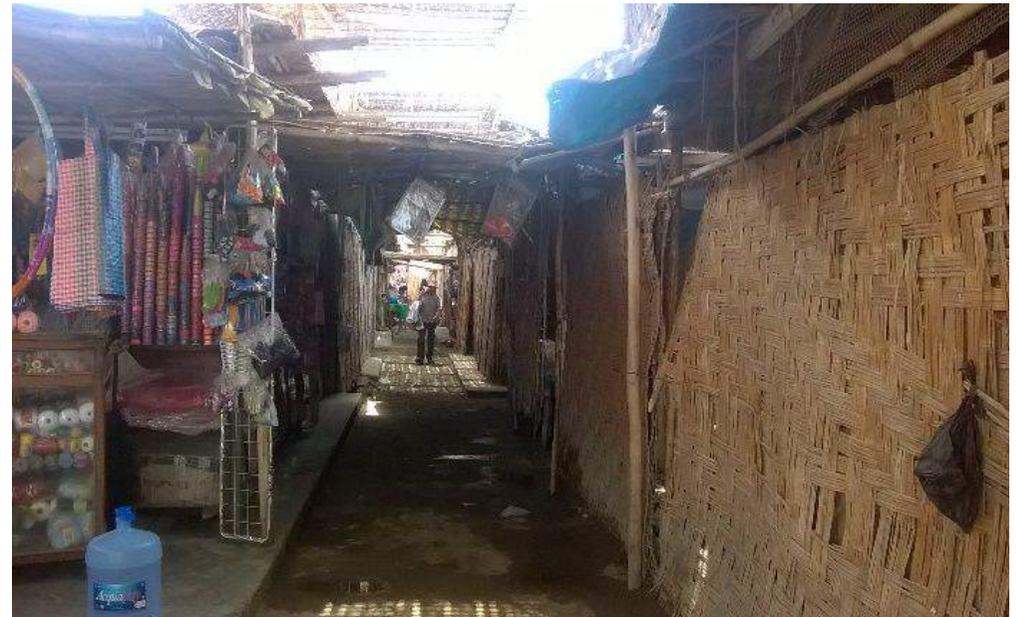


➤ **Comentario:**

De manera general el proyecto del Mercado El Palmo genera un aporte socioeconómico y no arquitectónico para la ciudad de Casma, porque esta potencia el comercio de los productos de primera necesidad, esta da una identidad al sector con un Mercado se podría decir en mejor condición que el Mercado la Independencia , sin embargo esta no tiene un mismo lenguaje arquitectónico con las edificaciones que la rodean solo vemos un imagen urbana desordenada.

➤ **Comentario:**

Una edificación de simpleza formal y constructivo pensado para una gran intensidad de uso comercial este mercado no tiene un significado relevante para la ciudad de Casma ya que solo este fue creado para la reubicación de algunos de los comerciantes con la intención de mejorar el Mercado San Martín.



	"ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"	<b>CASO:</b> MERCADO EL PALMO		<b>LÁMINA N°:</b>  <b>A – 22</b>
	<b>DOCENTE:</b> MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL <b>ASESOR:</b> ARQ. MARIO PARODI MORALES	<b>ALUMNO:</b> EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN	<b>CICLO:</b> IX – 2018 I	

➤ **Comentario:**

- El MERCADO EL PALMO un lugar con mucho significado para por comerciantes como también para las personas del distrito de Casma ya que gracias a esto se crearía el nuevo Mercado San Martín lo cual no paso por algunos usuarios que no quisieron dejar el lugar creando conflictos y cacos en la ciudad.
- Este mercado no cuenta con espacios agradables en el interior del mercado donde puedan recrearse y relajarse y ala vez realizar sus compras con mayor tranquilidad ya que el punto de donde parten los consumidores se encuentra invadido por mas comerciantes que con el tiempo ha ido creciendo el número de comerciantes.



➤ **Comentario:**

- El Mercado EL PALMO de ser uno de los de la ciudad tiene esa conexión con la ciudad y con los otros mercados por medio de un espacio que es el OVALO que puede entrelazar la ciudad y el mercado dando así también muestra otra imagen urbana mas atractiva hacia el usuario que quiera llegar a este mercado.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**CASO:**

MERCADO EL PALMO

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 23**

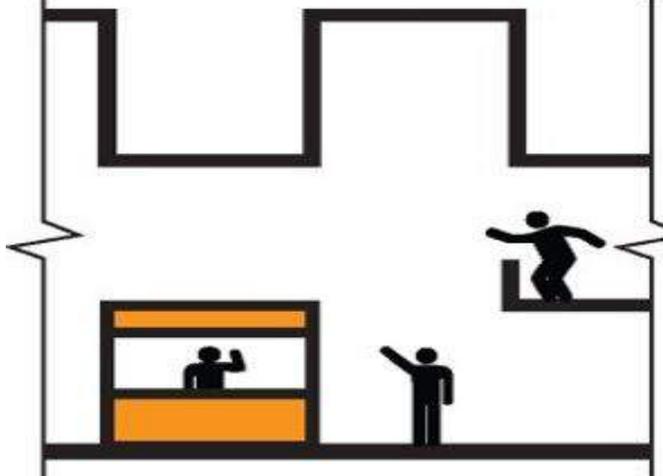
#### 4.1.2. OBJETIVO 2

- Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.

#### Cuadro Resumen

OBJETIVO ESPECIFICO 2			
VARIABLE	HERROMIENTAS DE RECOLECCIÓN	NÚMERACIÓN	NOMBRE
MERCADO DE ABASTOS	FICHA DE ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO	OB2.-1	<b>Interrelación social</b> - Ambientes de relación - Relación con el exterior - Relación Comercial - Identidad
		OB2.-2	<b>Interrelación comercial</b> - Criterios climáticos - Criterios espaciales - Espacios de comercialización
		OB2.-3	<b>Espacialidad</b> - Capacidad de Personas - Estándares dimensionales
		OB2.-4	<b>Diseño de puestos comerciales:</b> - Decoración - Ambientación - Motivación - Relación en el interior - Equilibrio entre los aspectos estéticos - Experiencia del usuario

**RELACIÓN COMERCIAL**



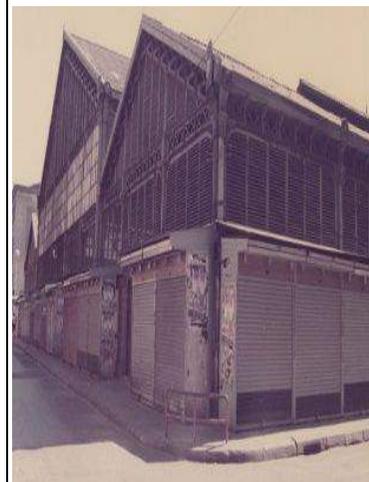
➤ **Comentario:**  
La constante relación entre los espacios públicos y el mercado es una característica tangente en todos los mercados, esta relación se enfatiza con la visual. Se recomienda emplear las visuales como elemento vinculador ya que esta invita a la curiosidad y a recorrer el espacio por completo

**AMBIENTES DE RELACIÓN**



➤ **Comentario:**  
La actividad comercial sin duda necesita de un espacio dinámico donde las personas realizan sus relaciones sociales, por ello se recomienda valerse de un espacio agradable donde puedan ayudarse mediante sus materiales, la claridad de las circulaciones para tener una visión exacta de las entradas y salidas, y el mobiliario adecuado para que el consumidor se sienta de una manera agradable.

**IDENTIDAD**



➤ **Comentario:**  
El mercado se perfila más allá de un intercambio de bienes, como un lugar en el que confluyen diversos grupos de nuestra sociedad produciéndose un sincretismo cultural en el que también tienen cabida los turistas extranjeros (López, 2013).  
El mercado tiene que ser un hito importante para la ciudad con la que la gente se sienta identificado ya que esta está arraigado con las personas de la localidad por la historia que tiene con el pueblo y por lo que fue el primer mercado en el distrito de Casma.

Esta identidad también se genera a un material, color, o algo simbólico de la ciudad que se encuentran en los Mercados de la ciudad con las que las personas se sientan identificados. Por ejemplo este caso el Mercado la Barceloneta con las que muchas personas se sienten identificadas ya que este mercado ha formado parte de sus vidas de una manera económica y cultural por lo que siente una identidad fuerte hacia este equipamiento



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**VARIABLE:**

MERCADO DE ABASTOS

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

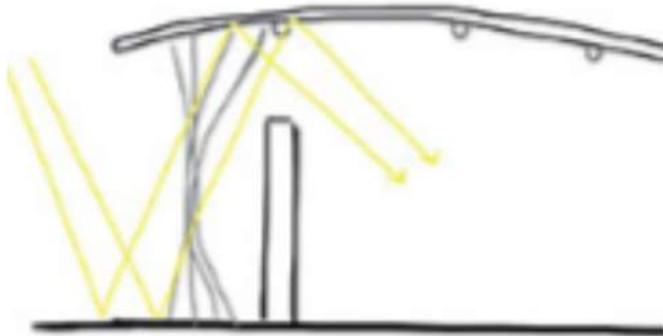
**LÁMINA N°:**

**A – 01**

ILUMINACIÓN

➤ Comentario:

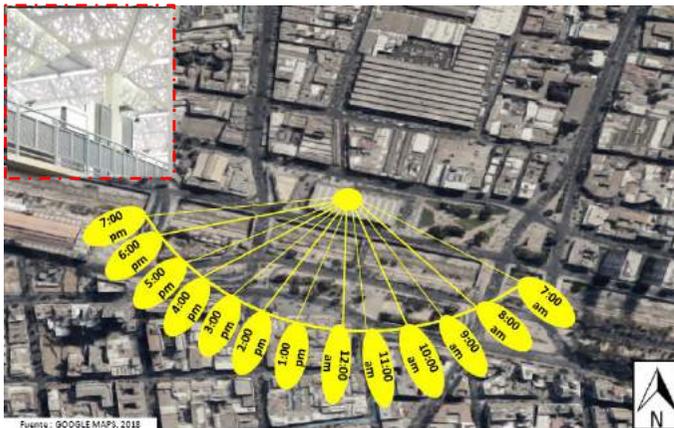
Sin duda la mejor opción para iluminar un equipamiento es la natural, sin embargo se tiene que tener cuidado con el nivel de exposición pues muchos productos pueden malograrse por la excesiva luz solar, ya que se recomienda trabajar con una iluminación indirecta o iluminación artificial. En los almacenes, el ingreso de luz debe ser muy controlado, se recomiendan vanos de alfeizar alto.



ASOLEAMIENTO

➤ Comentario:

Definitivamente no se quiere una incidencia directa, por lo que se recomienda seguir una orientación adecuada para mantener un grado de temperatura agradable para el comerciantes así mismo para el consumidor y también para los puestos comerciales ya que los diferentes productos que se ofrecen en el mercado tienen diferente tipo de reacción al calor



ZONA DE CALMA

➤ Comentario:

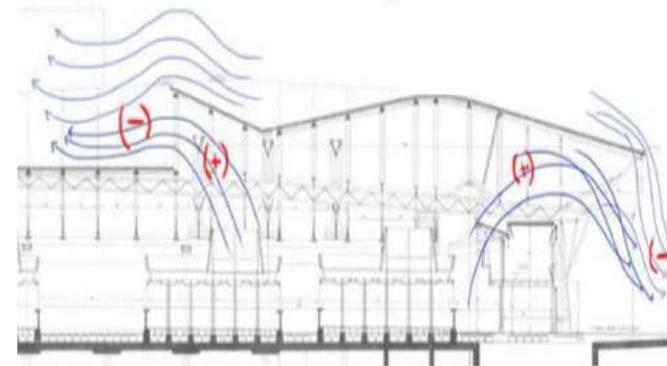
Dado que el terreno no cuenta con árboles, varios de los terrenos circundantes aún están baldíos y las edificaciones aledañas no son de gran altura, el terreno se encuentra bien expuesto a los vientos, por esta razón se recomienda que el ingreso se de por la zona de calma, es decir aquella zona mas protegida de los vientos que en este caso seria la fachada Noreste que da al pasaje 27



VENTILACIÓN

➤ Comentario:

Se recomienda garantizar una ventilación cruzada, pues esta va a permitir la evacuación de los olores que se dan en los mercados y mantener un ambiente ventilado y agradable. Para ello se debe tener vanos en la cubierta y seguir la dirección de los vientos mejor dicho orientarse para conseguir esta ventilación .



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
 ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

VARIABLE:

MERCADO DE ABASTOS

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX - 2018 I

LÁMINA N°:

A - 02

**FORMA**



➤ **Comentario:**

**ESPACIO DE LOCALES COMERCIALES:**

Se recomienda que sea un espacio más flexible, la forma puede ser variable e irregular. Se debe notar la diferencia entre el espacio para el público y aquel destinado para el comercio.

**FORMA DEL EQUIPAMIENTO:**

Se recomienda que la forma sea funcional y agradable a la vista de las personas para un mejor funcionamiento y atracción.

**VÓLUMETRIA**

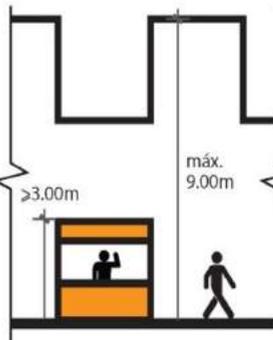


➤ **Comentario:**

La volumetría es el principal atractivo de acuerdo al análisis esta se debe diferenciar en el entorno urbano y ser reconocible a la distancia.

Dado que las edificaciones aledañas al terreno son de una volumetría muy regular y prismática; se recomienda jugar con los volúmenes y formas en especial en la cubierta que es de acuerdo a los referentes analizados el elemento que define la volumetría y caracteriza al mercado como un HITO.

**ESCALA**



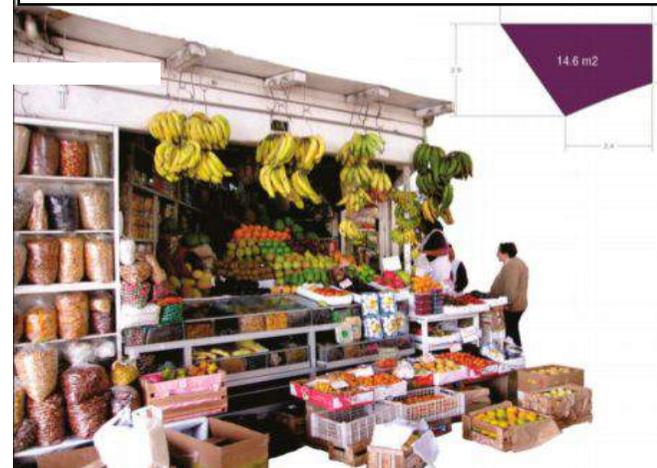
➤ **Comentario:**

- Se concluye que la tipología maneja en su mayoría dos escalas.

- Para los puestos de venta se recomienda tomar una medida mayor o igual a 3m de altura.

Mientras que para la zona de circulación la altura mínima deberá ser de 9 m.

**PUESTOS DE VENTAS**



➤ **Comentario:**

Estos son parte de la arquitectura comercial, deberán ser modulados (se recomiendan 4m x 3m mínimo) y tener un tratamiento propio. Se recomienda que se jueguen con los colores para crear un código que los unifique tomando en cuenta el producto que se venda en el puesto.

El espacio debe permitir la circulación del vendedor y el cliente de una manera agradable.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**VARIABLE:**

MERCADO DE ABASTOS

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 03**

**CAPACIDAD DE PERSONAS**

➤ **Comentario:**

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
Galería comercial	2.0 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)	10.0 m2 por persona

➤ **Comentario:**

- Las edificaciones para restaurantes estarán provistas de servicios sanitarios:

Número de empleados	Hombres	Mujeres
De 1 a 5 empleados	1L, 1u, 1I	
De 6 a 20 empleados	1L, 1u, 1I	1L, 1I
De 21 a 60 empleados	2L, 2u, 2I	2L, 2I
De 61 a 150 empleados	3L, 3u, 3I	3L, 3I
Por cada 100 empleados adicionales	1L, 1u, 1I	1L, 1I

- Adicionalmente a los servicios sanitarios para los empleados se provean servicios sanitarios para el público.

Número de personas	Hombres	Mujeres
De 1 a 16 personas (público)	No requiere	No requiere
De 17 a 50 personas (público)	1L, 1u, 1I	1L, 1I
De 51 a 100 personas (público)	2L, 2u, 2I	2L, 2I
Por cada 150 personas adicionales	1L, 1u, 1I	1L, 1I

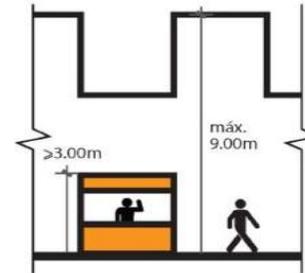
L = lavatorio, u= urinario, I = Inodoro

**ESTÁNDARES DIMENSIONALES**

**MERCADO**

➤ **Comentario:**

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



➤ **Comentario:**

Las puertas de acceso hacia la azotea deberán disponer de mecanismos de apertura a presión, en el sentido de la evacuación.

- El ancho mínimo de los pasajes será de 2.40 m
  - Los pasajes principales deberán tener un ancho mínimo de 3.00 m
- Los pasajes de circulación pública deben estar intercomunicados entre si mediante circulaciones verticales, escaleras y/o ascensores,

➤ **Comentario:**

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:

- Los anchos mínimos de los vanos en que instalaran puertas serán:

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

- La altura mínima será de 2.1 m

**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.
- Diseño de las instalaciones apropiado para la exhibición y la comercialización de alimentos de forma que no haga un daño físico o moral.
- Con zona para la mercadería ligera
- Instalaciones eléctricas y sanitario en caso lo exija la actividad comercial a desarrollar.
- Distribución de las secciones será por tipo de producto.

**ÁREAS MINIMAS DE LOS PUESTOS**

- Carnes, pescados y productos perecibles : 6.00 m2
- Abarrotes, mercería y cocina : 8.00m2
- Otros productos : 6.00 m2



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**VARIABLE:**

MERCADO DE ABASTOS

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 04**

## CARACTERÍSTICAS:

ANCHO MÍNIMO DE PASILLO COMERCIAL: 2.40M

ALTURA DE PASILLO ADYACENTE A PUESTOS: 2.40M

ALTURA DE PATIO CENTRAL: DOBLE ALTURA O TRIPLE ALTURA ( EN EL CASO DEL MERCADO DE SURQUILLO CUENTA CON UNA BÓVEDA)

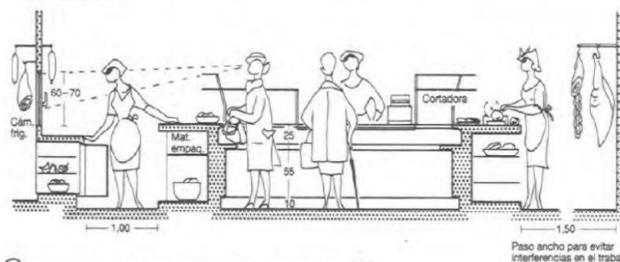
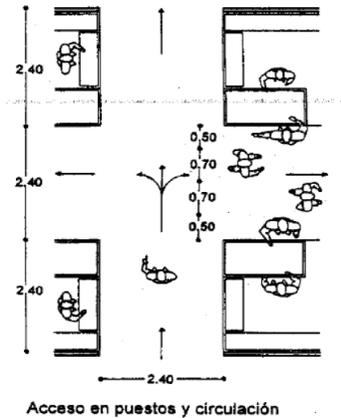
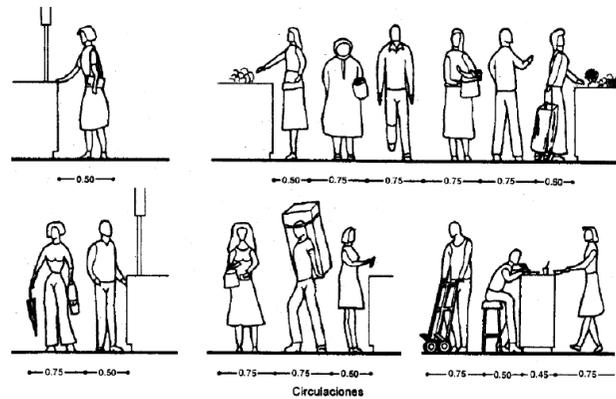
LA CANTIDAD DE PASILLOS ESTARÁ SUJETO AL NUEVO DISEÑO DEL MERCADO GASTRONÓMICO

## ESCALERAS:

- PASANDO LOS 2.40 M DE LONGITUD TENDRÁN PASAMANO CENTRAL
- TIPOS DE ESCALERA: INTEGRADA ( ≤ 3 PISOS); EVACUACIÓN ( >3 PISOS)
- PASO MÍNIMO:
  - COMERCIO: 0.28 M
  - LOCALES DE ALTA INFLUENCIA: 0.30 M

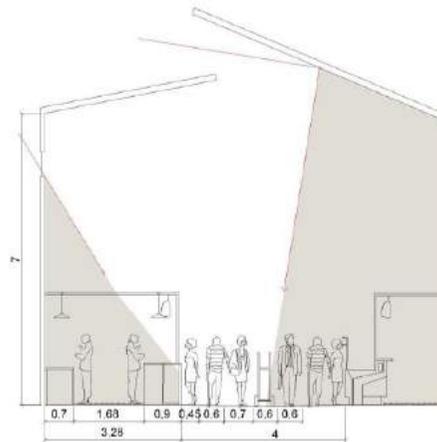
## BARANDAS DE CIRCULACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL

- 0.90 M DE ALT. < A 11M SOBRE EL SUELO < 1.00 M DE ALT.
- LOS ARRIOSTRES Y BALAUSTRES NO DEBEN DEJAR PASAR UNA ESFERA DE 0.13 M



## MOBILIARIO:

- BARRAS ADYACENTES A LOS BORDES PARA UN COMPLETO USO DEL ESPACIO
- PANELES INFORMATIVOS DE LA UBICACIÓN EN DONDE SE ENCUENTRA
- PANELES QUE BRINDEN INFORMACIÓN SOBRE LO QUE CONSUME



## EQUIPAMIENTO:

- LUMINARIAS COLGANTES O ADHERIDAS AL CIELO RASO

## CARACTERÍSTICAS

- FUNCIONALES: PISO IMPERMEABLE, DE FÁCIL LAVADO. EL COLOR ESTARÁ RELACIONADO CON EL DISEÑO. LOS PUESTOS DEBERÁN SER VISUALMENTE PERMEABLES A LA CIRCULACIÓN COMERCIAL Y EN ALGUNOS CASOS, LA CIRCULACIÓN PODRÁ ENTRAR AL PUESTO DE VENTA
- MOBILIARIO DE MATERIAL LAVABLE O DE TABLEROS DE MADERA.
- AMBIENTALES:
  - a) EVITAR RADIACIÓN DIRECTA DEL SOL
  - b) BUENA VENTILACIÓN POR CANTIDAD DE PERSONAS Y PUESTOS



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

DOCENTE: MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
ASESOR: ARQ. MARIO PARODI MORALES

VARIABLE:

DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL

ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

CICLO:

IX – 2018 I

LÁMINA N°:

A – 05

## PUESTOS DE PESCADO

### ACTIVIDADES Y NECESIDADES DE LOS USUARIOS

#### CONSUMIDOR



#### COMERCIANTE



**USUARIOS :** **EVENTUAL**  
:Personas de todas las edades ya sean consumidores, chefs, estudiantes.  
**PERMANENTE:** Personas que brindan los productos y su atención al público en general puede ser el dueño del puesto o auxiliar

#### HORARIO :

El horario depende del funcionamiento del mercado. En el caso de mercado de abastos, siendo de 8 am a 12pm. En los puestos de Mercado, se podrá trabajar de 8am a 4 pm



#### NÚMERO:

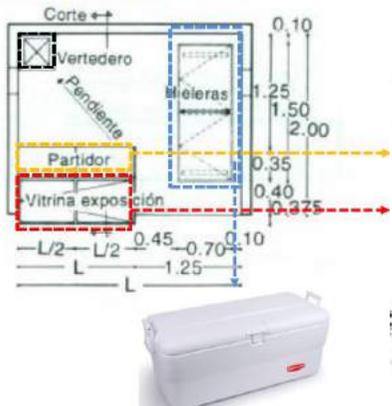
La atención en el puesto de pescado es de 1 o 2 personas por puesto. La cantidad de personas que atiende estará vinculado al aforo del mercado



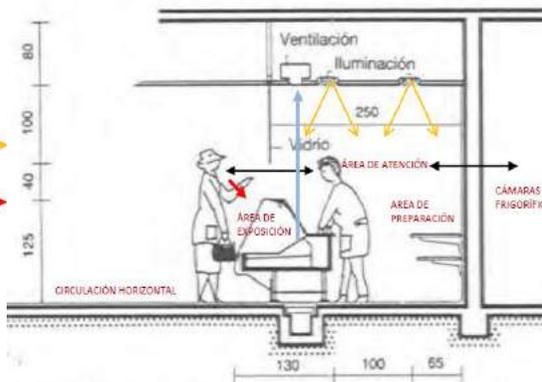
#### FUNCIONES DE LOS AMBIENTES:

- ÁREA DE EXPOSICIÓN
- ÁREA DE PREPARACIÓN
- AMBIENTES ANEXOS
  - PUESTOS DE CARNES
  - PUESTOS DE POLLOS
  - PUESTOS DE CONGELADOS
  - PUESTO DE CERDO
  - CÁMARAS FRIGORÍFICAS
  - ÁREA DE PREPARACIÓN

#### PLANTA



#### CORTE



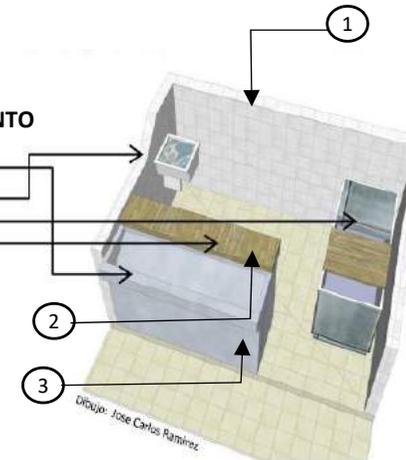
#### MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO

- MOSTRADOR REFRIGERADO EXPUESTO
- LAVADERO CON ESCURRIDOR
- HIELERAS DE ALUMINIO
- TABLA DE CORTE
- BALANZA
- MAQUINA DE EMPAQUETADO
- VITRINAS
- LAMPARAS COLGANTES O SPOTLIGHTS

#### MATERIAL Y CARACTERÍSTICAS:

- 1 CERÁMICO
- 2 MADERA
- 3 VIDRIO

Estos materiales deben ser de materiales fácilmente lavable. Piso impermeable, fácil lavado con pendiente y sumideros. Evitar radiación directa del sol Buena Ventilación



#### COLOR

El color es un factor importante en el momento del diseño de puesto se convierte en un elemento para atraer la atención de los clientes, en este ejemplo podemos ver la forma creativa de emplear el color y justamente hace uso de los colores..



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

#### VARIABLE:

MERCADO DE ABASTOS

#### ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

#### CICLO:

IX – 2018 I

#### LÁMINA N°:

**A – 06**

## PUESTOS DE FRUTAS Y VERDURAS

### ACTIVIDADES Y NECESIDADES DE LOS USUARIOS

#### CONSUMIDOR



#### COMERCIANTE



#### USUARIOS :

**EVENTUAL**  
:Personas de todas las edades ya sean consumidores, chefs, estudiantes.

**PERMANENTE:**  
Personas que brindan los productos y su atención al público en general puede ser el dueño del puesto o auxiliar



#### HORARIO :

El horario depende del funcionamiento del mercado. En el caso de mercado de abastos, siendo de 8 am a 12pm. En los puestos de Mercado, se podrá trabajar de 8am a 6 pm



#### NÚMERO:

La atención en el puesto de pescado es de 2 A 3 personas por puesto.  
La cantidad de personas que atiende estará vinculado al aforo del mercado



#### FUNCIONES DE LOS AMBIENTES:

- ÁREA DE EXPOSICIÓN
- ÁREA DE PREPARACIÓN
- AMBIENTES ANEXOS
  - PUESTOS DE SNACKS
  - PUESTOS DE LEGUMBRES
  - ABARROTOS
  - INGRESO PRINCIPAL

#### COLOR

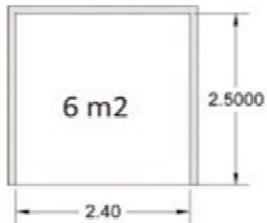
El color es un factor importante en el momento del diseño de puesto se convierte en un elemento para atraer la atención de los clientes, en este ejemplo podemos ver la forma creativa de emplear el color y justamente hace uso de los colores..



#### CARACTERÍSTICAS

- Funcionales: piso impermeable, de fácil lavado con sumideros para limpieza.
- Mobiliario: Ninguna en especial, depende del diseño del mercado.
- Ambientales : Evitar radiación solar
- Psicológicas : Circulación amplia y escala monumental que reducen el efecto estresante de la actividad y una mejor libertad de flujo

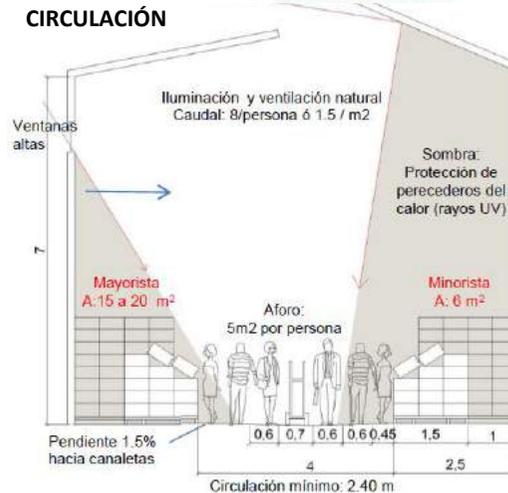
#### PLANTA



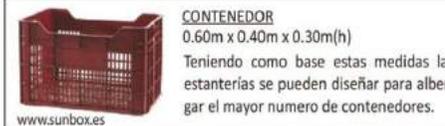
#### CORTE



#### CIRCULACIÓN



#### MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO



#### VARIABLE:

MERCADO DE ABASTOS

#### LÁMINA N°:

A - 07

#### ALUMNO:

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

#### CICLO:

IX - 2018 I

## PUESTOS DE CARNE

### ACTIVIDADES Y NECESIDADES DE LOS USUARIOS

#### CONSUMIDOR



#### USUARIOS :



**EVENTUAL**  
:Personas de todas las edades ya sean consumidores, chefs, estudiantes.

**PERMANENTE:**  
Personas que brindan los productos y su atención al público en general puede ser el dueño del puesto o auxiliar

#### HORARIO :

El horario depende del funcionamiento del mercado. En el caso de mercado de abastos, siendo de 8 am a 12pm. En los puestos de Mercado, se podrá trabajar de 8 am a 1 pm



#### NÚMERO:

La atención en el puesto de pescado es de 1 A 2 personas por puesto.  
La cantidad de personas que atiende estará vinculado al aforo del mercado



#### COMERCIANTE



#### FUNCIONES DE LOS AMBIENTES:

- ÁREA DE EXPOSICIÓN
- ÁREA DE PREPARACIÓN
- AMBIENTES ANEXOS
  - PUESTOS DE CARNES
  - PUESTOS DE POLLOS
  - PUESTOS DE CONGELADOS
  - PUESTO DE CERDO
  - CÁMARAS FRIGORÍFICAS
  - ÁREA DE PREPARACIÓN

#### COLOR

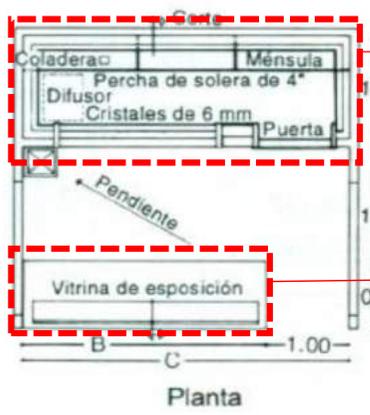
El color es un factor importante en el momento del diseño de puesto se convierte en un elemento para atraer la atención de los clientes, en este ejemplo podemos ver la forma creativa de emplear el color y justamente hace uso de los colores..



#### CARACTERÍSTICAS:

- Estos materiales deben ser de materiales fácilmente lavable.
- Piso impermeable, fácil lavado con pendiente y sumideros.
- Evitar radiación directa del sol
- Buena Ventilación

#### PLANTA

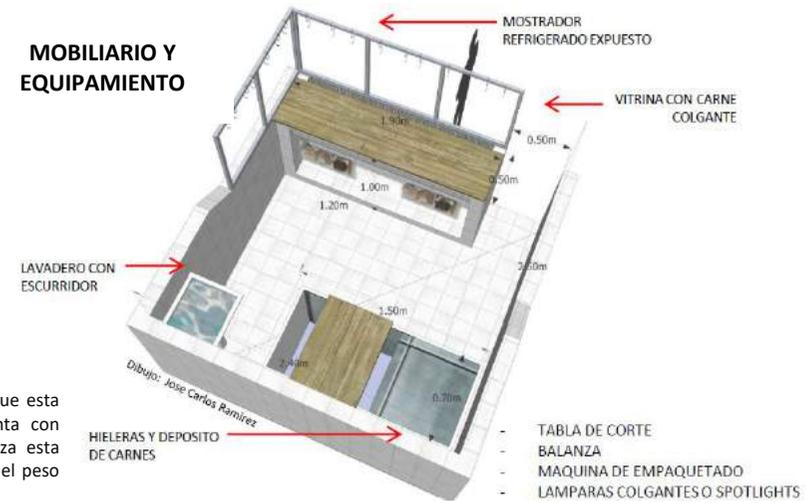


#### CORTE

CÁMARA FRIGORIFICA DE CARNE EN COLGADORES CON AREA DE CORTE Y MENSULAS



#### MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO



Área de exposición es la mas importante ya que es la que esta frete a la circulación del consumidor. Esta área cuenta con mostradores que pueden ser vidriados o no. La balanza esta ubicada sobre el mostrador para que el consumidor vea el peso exacto



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**VARIABLE:** MERCADO DE ABASTOS

**ALUMNO:** EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**LÁMINA N°:**  
**A - 08**

**CICLO:** IX - 2018 I

## PUESTOS DE COMIDA PREPARADA

### ACTIVIDADES Y NECESIDADES DE LOS USUARIOS

#### CONSUMIDOR



**USUARIOS :** **EVENTUAL**  
:Personas de todas las edades ya sean consumidores, chefs, estudiantes.  
**PERMANENTE:**  
Personas que brindan los productos y su atención al público en general puede ser el dueño del puesto o auxiliar

**HORARIO :**  
El horario depende del funcionamiento del mercado. En el caso de mercado de abastos, siendo de 8 am a 12pm. En los puestos de preparación de comida se trabajara distintos horarios, depende de la comida que se prepara.

**NÚMERO:**  
La atención en el puesto de pescado es de 2 A 3 personas por puesto. La cantidad de personas que atiende estará vinculado al aforo del mercado



#### FUNCIONES DE LOS AMBIENTES:

- ÁREA DE EXPOSICIÓN
- ÁREA DE PREPARACIÓN
- AMBIENTES ANEXOS
  - PUESTOS DE COMIDAS
  - JUGUERIAS
  - COMEDOR
  - RESTAURANTES
  - CÁMARAS FRIGORIFICAS
  - ÁREA DE PREPARACIÓN

#### COMERCIANTE



#### PLANTA

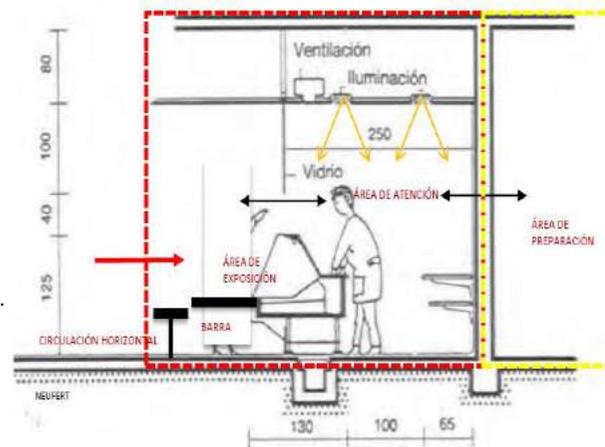


#### MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO

- Mostrador refrigerado expuesto.
- Barra y sillas.
- Lavadero con escurridor.
- Hielera de aluminio
- Tabla de corete
- Lámparas colgantes .



#### CORTE



#### COLOR

El color es un factor importante en el momento del diseño de puesto se convierte en un elemento para atraer la atención de los clientes, en este ejemplo podemos ver la forma creativa de emplear el color y justamente hace uso de los colores..



#### CARACTERISTICAS

- Funcionales: piso impermeable, de fácil lavado.
- Mobiliario: de material lavable.
- Ambientales : Evitar radiación solar
- Psicológicas : Circulación amplia y escala monumental para una buena experiencia gastronómica.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**VARIABLE:**

MERCADO DE ABASTOS

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 09**

### 4.1.3. OBJETIVO 3

- Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.

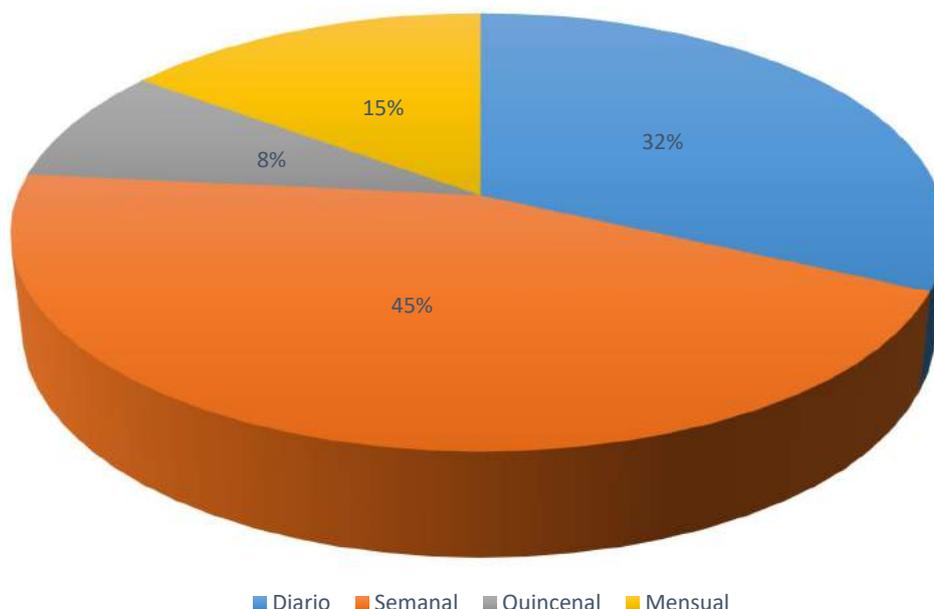
### CUADRO RESUMEN

OBJETIVO ESPECIFICO 2			
VARIABLE	HERROMIENTAS DE RECOLECCIÓN	NÚMERACIÓN	NOMBRE
DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL	ENCUESTA	OB3.-1	<b>Ambiental:</b> - Seguridad ambiental - Contaminación ambiental - Lugares apropiado para el depósito de basura
			<b>Entorno social:</b> - Entorno Familiar - Entorno Amical - Entorno próximo
	ENTREVISTA	OB3.-2	<b>Característica económica:</b> - Realidad económica - Estabilidad
			<b>Comercialización</b> - Informalidad - Desbordamiento - Ambulatorio
	FICHA DE ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN	OB3.-3	<b>Vialidad:</b> - Flujos vehicular / peatonal - Señalización - infraestructura
			<b>Abastecimiento:</b> - Informal - Improvisado

## ENCUESTA (CONSUMIDORES)

### GRÁFICO N° 01

¿Cada cuánto tiempo realiza sus compras?



Fuente: Ciudadanos de Casma

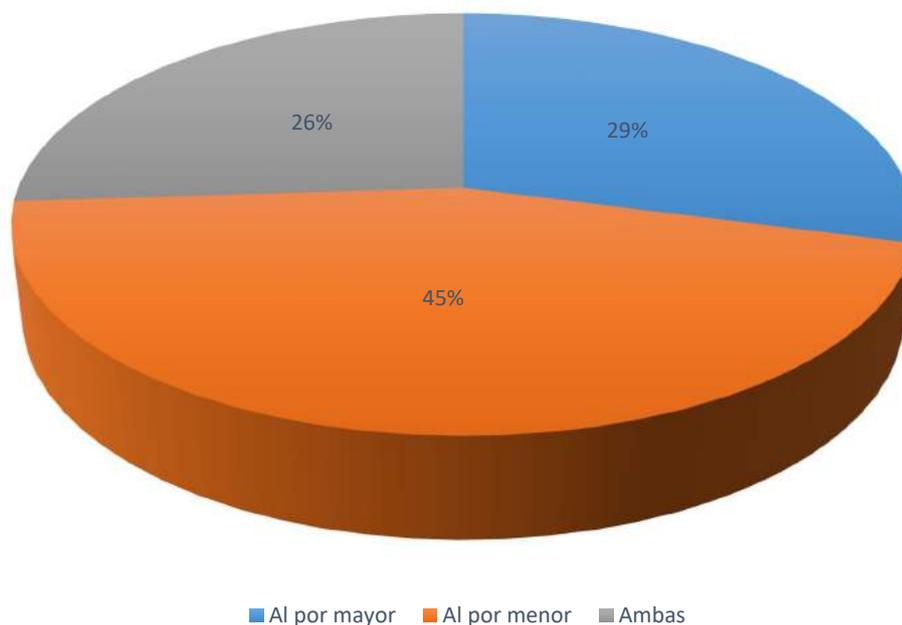
#### **INTERPRETACIÓN:**

Del 100% de los encuestados, el 45% Realizan sus compras Semanal, el 32% realizan sus compras a Diario, el 15% realizan sus compras cada fin de mes y el 8% realizan sus compras cada quincena del mes.

Se puede notar que el 45% de los ciudadanos del distrito de Casma realizan sus compras Semanalmente ya que estas personas suelen cobrar los fines de semana o por que los alimentos que compran les duran solo una semana.

## GRÁFICO N° 02

¿Cuál es el tipo de compra que usted realiza?



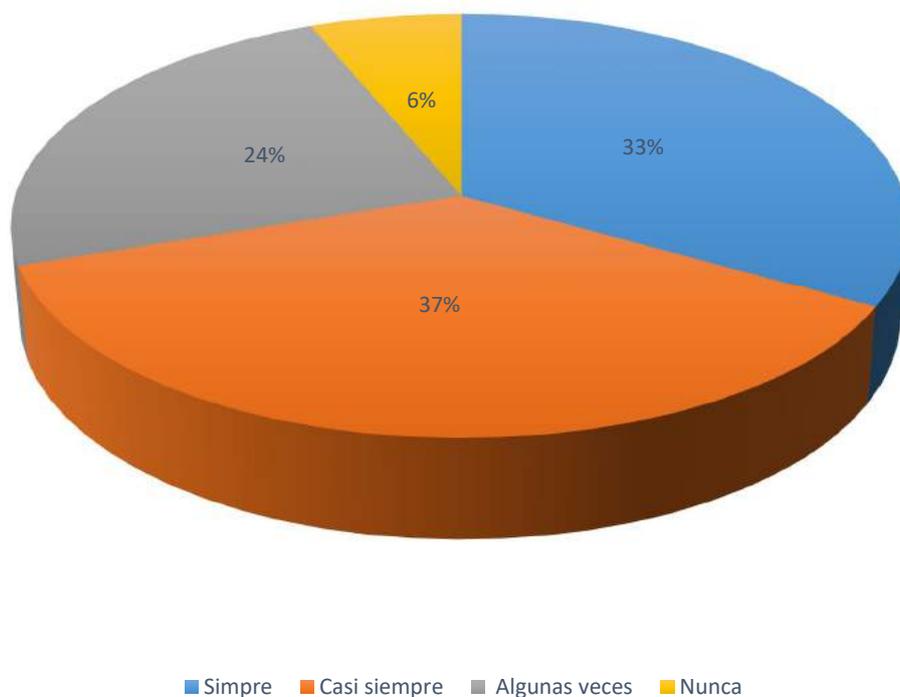
Fuente: Ciudadanos de Casma

### INTERPRETACIÓN:

Del 100% de los encuestados, el 45% suelen realizar sus compras Al por menor ya que es únicamente para el consumo propio y otra razón es que si compran al por mayor generalmente suele malograrse, el 29% suele comprar productos al por mayor ya que cuentan con una tienda, puestos de comida o por el número de personas que viven en una vivienda y el 26% Comprar sus productos en ambas formas como al por mayor ya que algunos productos(tubérculos , fideos, arroz, etc.) son más utilizados en las comidas del día a día o para abastecer una tienda o para su centro de trabajo y al por menor ya que son productos que se consumen en pocas cantidades(verduras) o porque es suficiente para el consumo diario o de una semana.

### GRÁFICO N° 03

**¿Usted realiza sus compras acompañado de un familiar?**



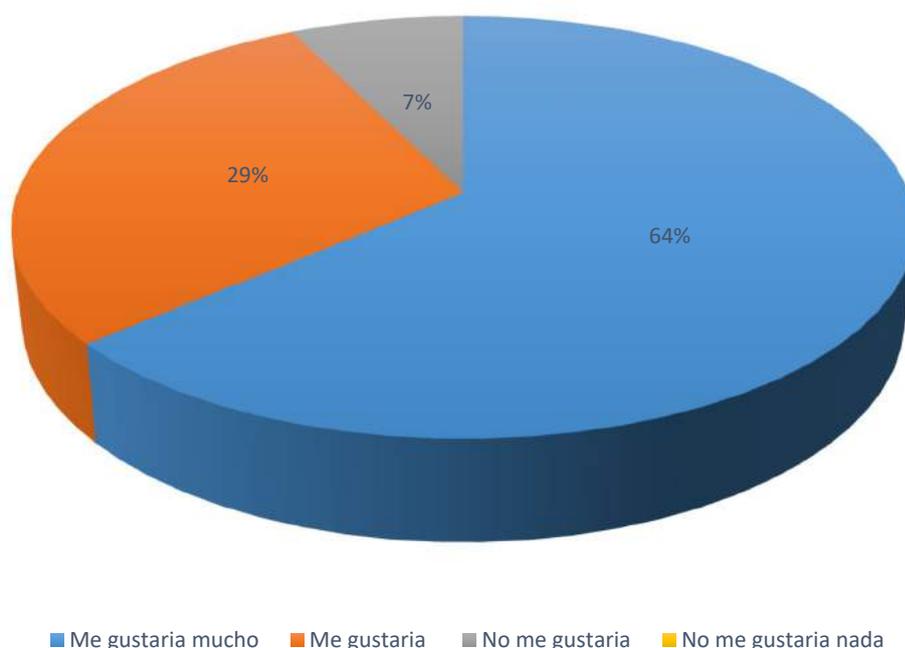
**Fuente: Ciudadanos de Casma**

#### INTERPRETACIÓN

Del 100%(96) de los encuestados, el 37% Realiza sus compras acompañado de un familiar ya que suelen pasearse antes o después de haber realizado sus compras, el 33% realizan sus compras casi siempre (4 de 5 veces que va al mercado) de un familiar, el 24% algunas veces (3 de 5 veces que va al mercado) realiza sus compras acompañado de un familiar y el 6%. Siempre realizan sus compras sin compañía.

#### GRAFICO N° 04

**¿Le gustaría que los mercados que usted visita tuvieran áreas verdes o algún área para sentarse?**



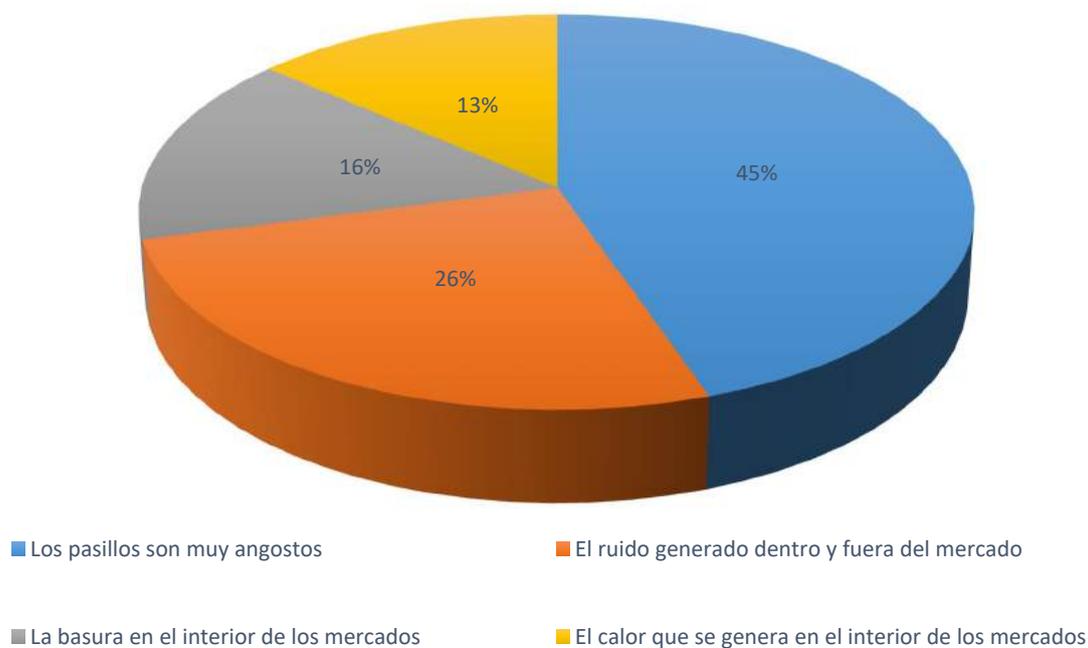
**Fuente: Ciudadanos de Casma**

#### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 64% les gustaría mucho que los mercados que visiten cuenten con áreas verdes y lugares para poder sentarse; ya que muchas veces suelen ir al mercado acompañado de un familiar para poder pasearse y pasar un momento agradable en familia, el 29% Le gustaría que los mercados que visita cuente con áreas verdes y espacios para poder sentarse y el 7% No le gustaría porque afirman de que esos espacios con el tiempo se deja de hacer su mantenimiento apropiado y llegan a convertirse en puntos para la basura.

## GRAFICO N° 05

¿Cuál de estos aspectos es el que más le incomoda al momento de realizar sus compras?



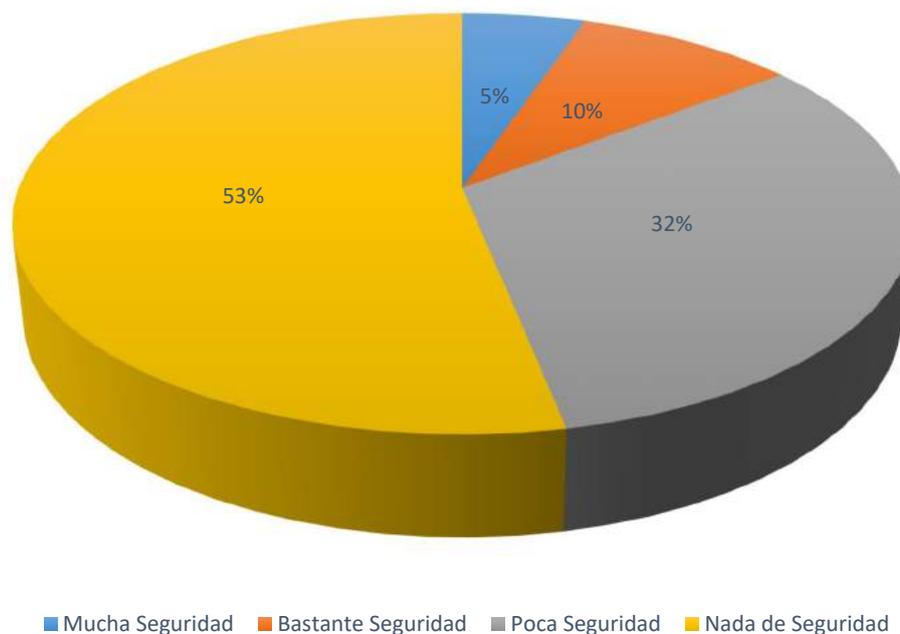
Fuente: Ciudadanos de Casma

### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 45% indica que los pasillos son muy angostos al momento de recorrer el mercado lo cual llega hacer un muy incómodo al momento de realizar las compras, el 26% indica que el ruido generado dentro y fuera del mercado es muy incómodo por la bulla de los vehículos que se dan en el exterior o al borde del mercado, el 16% indica que la basura que se encuentra en el interior de los mercados causa incomodidad por los malos olores que esta genera y el 13% indican que el calor que se genera en el interior de los mercados también es uno de los que causa mucha incomodidad ya que en fechas de verano esta llega ser muy sofocante.

## GRAFICO N° 06

**¿Le genera seguridad la infraestructura (techos, paredes y pisos) de los Mercados que usted visita?**



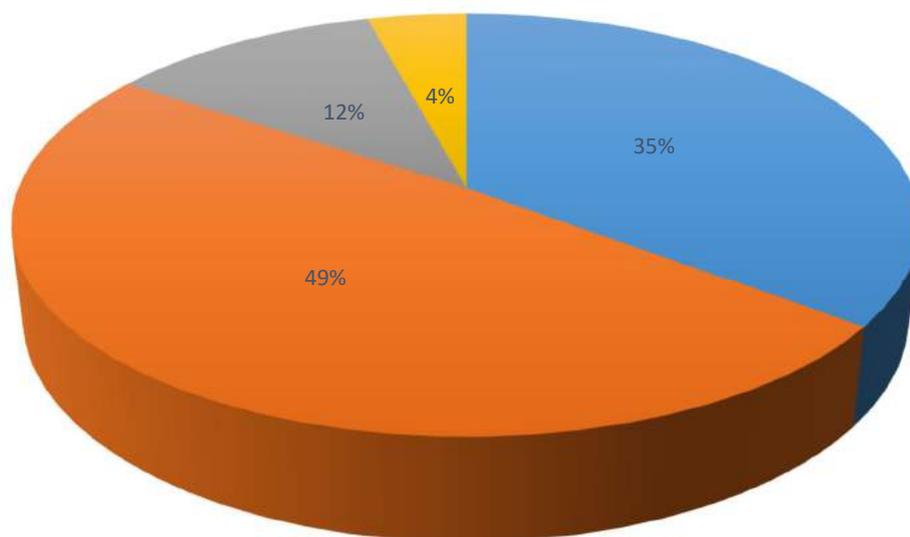
**Fuente: Ciudadanos de Casma**

### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 53% indican que los mercados que visitan no le generan nada de seguridad debido a que se encuentran en pésimas condiciones de infraestructura y el estado de conservación en la que se encuentran, el 32% indica que los mercados que visitan que le generan Poca seguridad ya que algunos sectores del mercado (Mercado Modelo) se encuentra en buen estado de conservación y con una mejor infraestructura, el 10% indican que los mercados que visitan le generan bastante seguridad (esto solo se indicó del mercado Modelo) y el 5% indican que los mercados que visitan le generan Mucha seguridad. (Solo en el mercado Modelo)

## GRAFICO N° 07

¿Usted encuentra congestión vehicular en los mercados que visita?



■ Mucho Congestionamiento ■ Bastante Congestionamiento  
■ Poca Congestionamiento ■ Nada de Congestionamiento

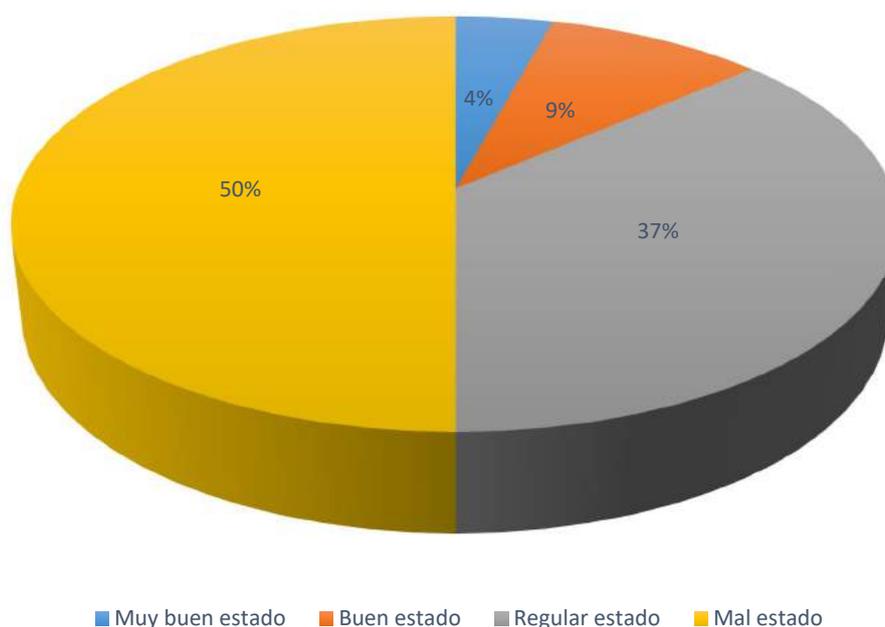
**Fuente: Ciudadanos de Casma**

### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 49% indican que encuentran Bastante Congestionamiento vehicular cuando visitan los mercados, el 35% indica encuentran Mucho congestión vehicular los días que hacen sus compras (sábados y Domingos), el 12% indican que encuentran Poca congestión vehicular (esto sucede en el Mercado Modelo) y el 4% indican que no encuentran nada de congestión vehicular (esto sucede en el Mercado Modelo)

## GRAFICO N° 08

**¿Los puestos comerciales que usted visita se encuentran en un buen estado de conservación?**



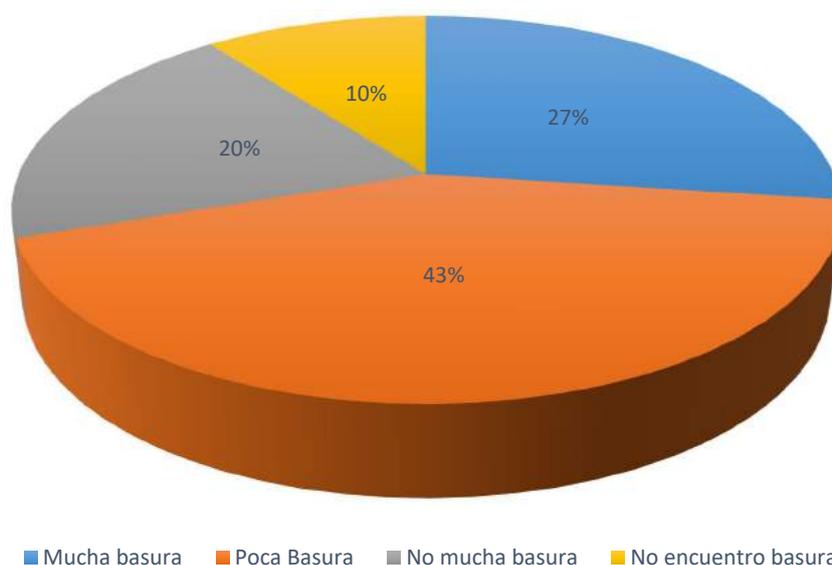
**Fuente: Ciudadanos de Casma**

### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 50% indican que los puestos comerciales que han visitado se encuentran en mal estado de conservación ya que algunos materiales(madera , pintura) tienen mucho tiempo de antigüedad, el 37% indica que los puestos comerciales que visitan dentro del mercado se encuentran en un estado regular , el 9% indican que los puestos comerciales se encuentran en un buen estado de conservación y el 4% de los puestos comerciales se encuentran en muy buen estado de conservación ya que algunos puestos se han construido recientemente por los mismos comerciantes.

## GRAFICO N° 09

¿Encuentra basura dentro y fuera de los mercados que usted visita?



Fuente: Ciudadanos de Casma

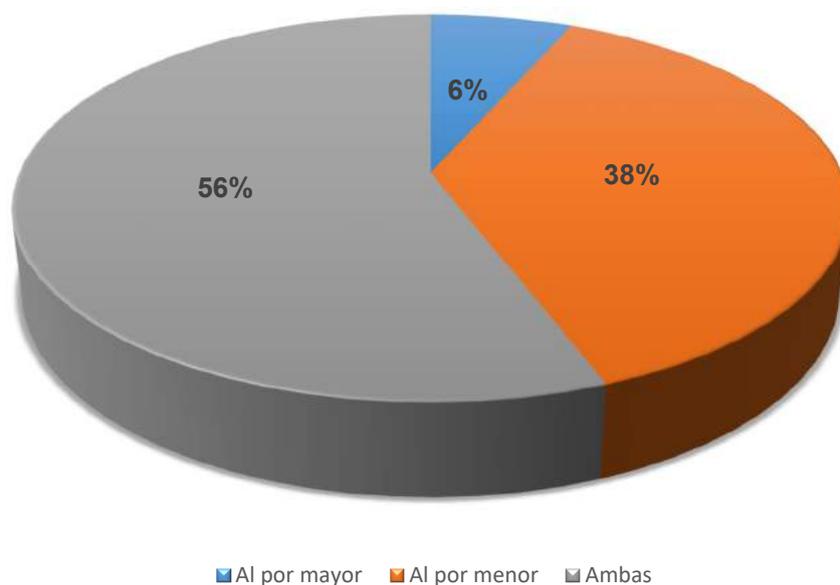
### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 43% indican que las personas que visitan el mercado No encuentra basura, el 27% indican que las personas que visitan el mercado encuentran Mucha basura ya que esto suele encontrarse en los mercados como La independencia, San Martin y El Palm ya que no cuentan con un lugar donde recolectar su basura, el 20% indican las personas que No encuentran mucha basura dentro de los Mercados , esto suele pasar en el Mercado el Palmo y Modelo ya que los recolectores municipales suelen visitar el mercado para llevarse la basura y el 10% indican las personas que no encuentran basura esto se registró de los usuarios encuestados en el Mercado Modelo.

## ENCUESTA (COMERCIANTES)

GRÁFICO N° 01

¿Cuál es el tipo de venta que usted realiza?



**Fuente: Comerciantes de los Mercados del distrito de Casma**

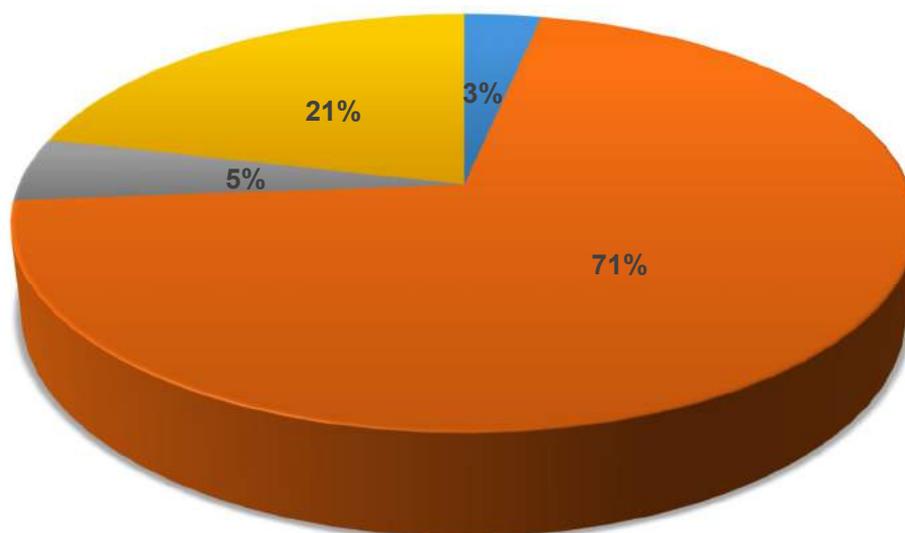
### **INTERPRETACIÓN:**

Del 100% de los encuestados, el 6% Venden productos al por mayor ya que se dedican netamente a ese rubro comercial, ellos son los que venden a usuarios las cuales tienen pequeñas tiendas comerciales en la ciudad de Casma y otros consumidores fuera del distrito de Casma, el 38% Venden productos al por menor como por ejemplo carnes, ropa, vegetales entre otros, los cual es lo que mayor mente se vende en el distrito y el 56% venden productos al por mayor y menor en el Mercado Modelo estos comerciantes que se dedican más a este tipo de ventas son los que venden abarrotes y snacks.

Como se ver La venta que mayor se realiza en estos mercados de abasto el Al por mayor y menor

## GRÁFICO N° 02

### ¿Dónde realizan la Carga y Descarga de sus productos?



- Tengo un lugar propio.
- Utilizan un área de las vías de tránsito
- Utilizan el área de estacionamiento del mercado.
- El mercado cuenta con un área de C y D.

**Fuente: Comerciantes de los Mercados del distrito de Casma**

#### INTERPRETACION:

Del 100% de los encuestados, el 3% cuentan con un lugar propio para la Carga y descarga de sus productos estos comerciantes suelen descargar sus productos en sus viviendas luego los trasladan en un vehículo hasta su centro de trabajo, el 71% Invaden las vías de tránsito para poder Cargar y descargar sus productos ya que no cuentan con una zona donde puedan cargar y descargar su mercadería , el 5% utilizan la zona de estacionamiento para cargar y descargar sus productos esto sucede únicamente en el Mercado Modelo ya que la zona de carga y descarga no es suficientemente amplia para descargar o también por la distancia en la que se encuentra de sus puestos de venta y el 21% realizan su carga y descarga en el mercado ya que esta cuenta con esta zona esto ocurre únicamente en el Mercado Modelo ya que este mercado si fue planificado pues cuenta con los servicios necesarios para el comerciante.

### GRAFICO N° 03

¿Cómo abastece su puesto de ventas?



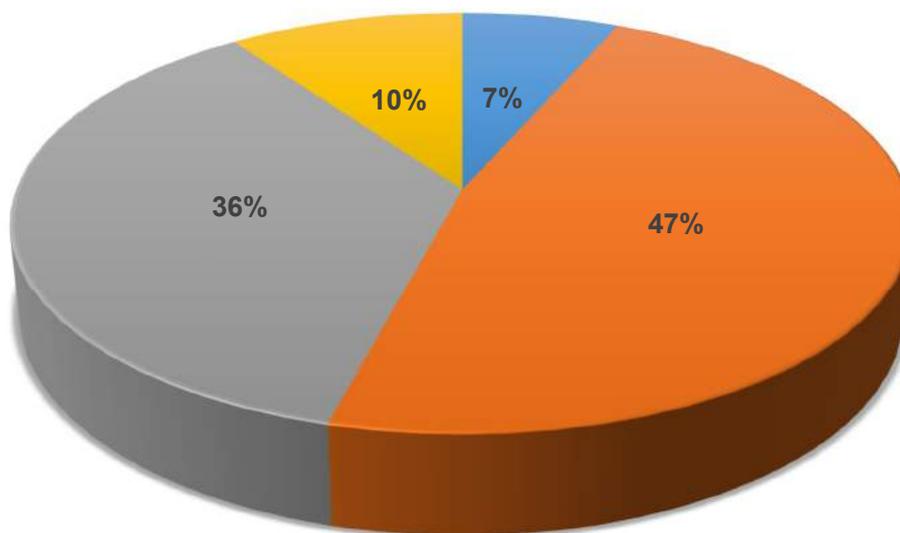
Fuente: Comerciantes de los Mercados del distrito de Casma

#### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 28% abastece sus productos mediante un camión ya que suelen traer productos al por mayor desde otra provincia como son tubérculos o materiales como plástico, mochilas, etc., el 28% abastecen sus productos mediante un triciclo ya que suelen traer productos desde su almacenamiento propio el cual está cerca al Mercado Modelo, el 26% abastece su puesto comercial usando carretas estos son los comerciantes que se dedican a los abarrotos y el 18% tienen otro método de abastecer sus productos .

**GRAFICO N° 04**

**¿Cómo es la conservación de sus productos?**



■ Por congelación ■ Por cajas ■ Por costales ■ Por empaquetado(bolsas)

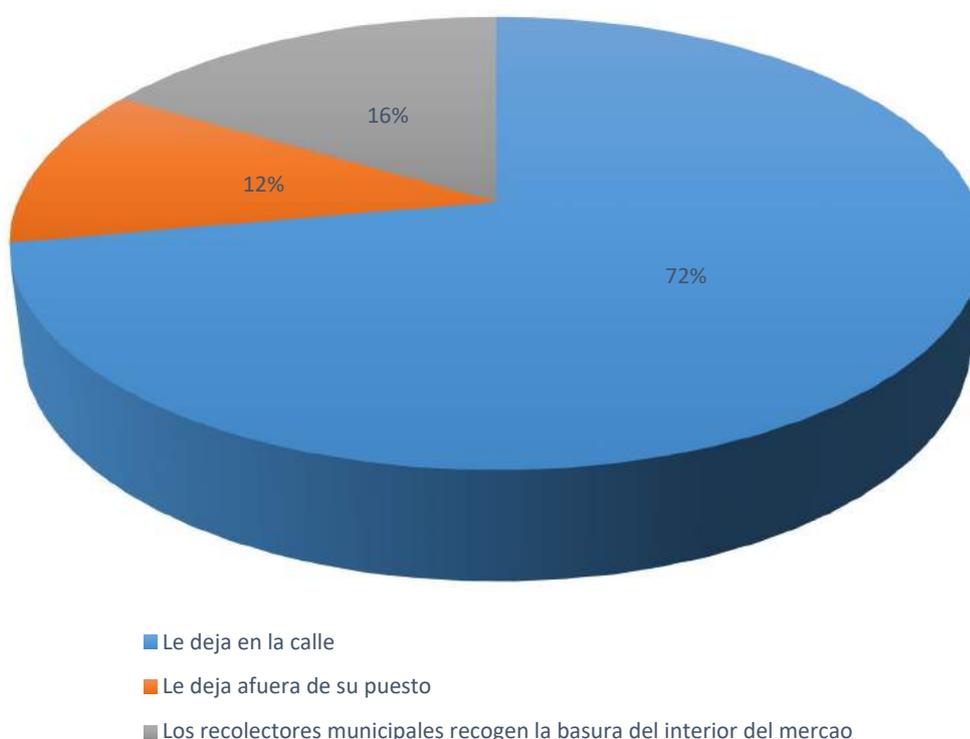
**Fuente: Comerciantes de los Mercados del distrito de Casma**

### **INTERPRETACIÓN**

Del 100% de los encuestados, el 7% Conserva sus productos mediante la congelación como son lo que están dedicados a la venta de Carnes (pescado, res y pollo), etc. , el mercado no cuenta con una zona de refrigeración por lo cual los mismo comerciantes suelen llevarse los productos a sus viviendas para poder refrigerarlas, el 47% Conserva sus productos por medio de cajas como son las frutas y abarrotes, el 36% conserva sus productos mediante costales como vienen a ser la papas u otro tubérculo y el 10% empaqueta sus productos usando bolsas plásticas como son los vegetales.

## GRAFICO N° 05

### ¿Cómo eliminan la basura de su puesto?



**Fuente: Comerciantes del Mercado Modelo**

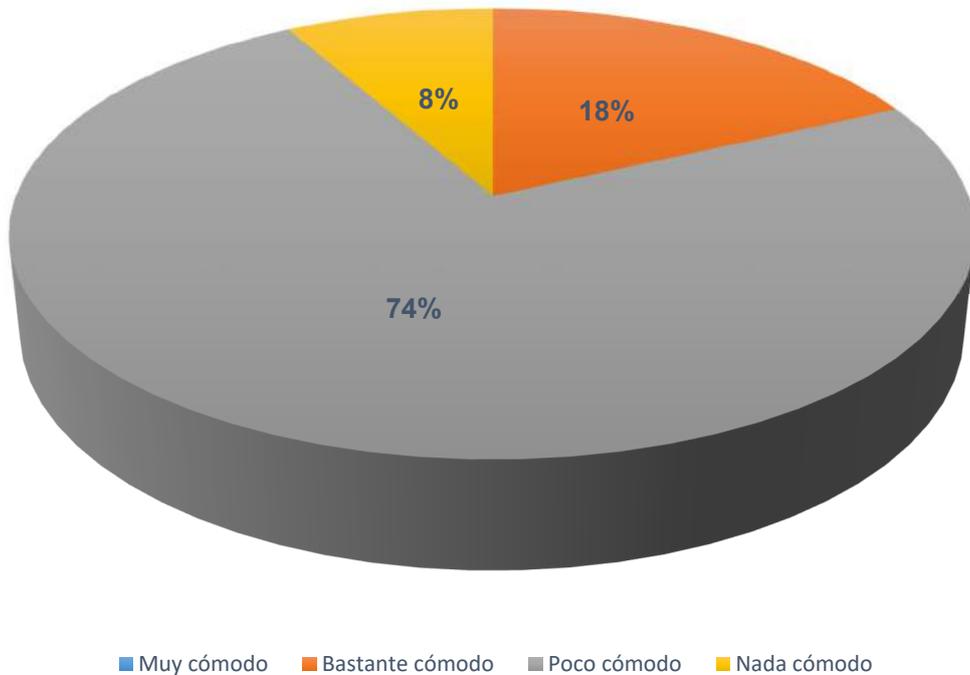
### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 72% para eliminar la basura que se les acumula en sus puestos proceden en dejarla en la calle ya que no tienen una zona o depósitos donde dejar su basura, el 11% dejan la basura en bolsas afuera de su puesto de ventas y el 16% indican que los recolectores de basura de la municipalidad llegan a llevarse la basura esto sucede únicamente en el Mercado modelo ya que este mercado se encuentra en todo el casco urbano.

Como se puede notar los mercados de abastos excepto el mercado Modelo no cuentan con una zona donde puedan recolectar la basura y también aseguran que los recolectores de basura no llegan al lugar a llevarse los desperdicios o basuras que suele acumularse.

## GRAFICO N° 06

¿El área de su puesto es cómodo para realizar sus ventas?



Fuente: Comerciantes del Mercado Modelo

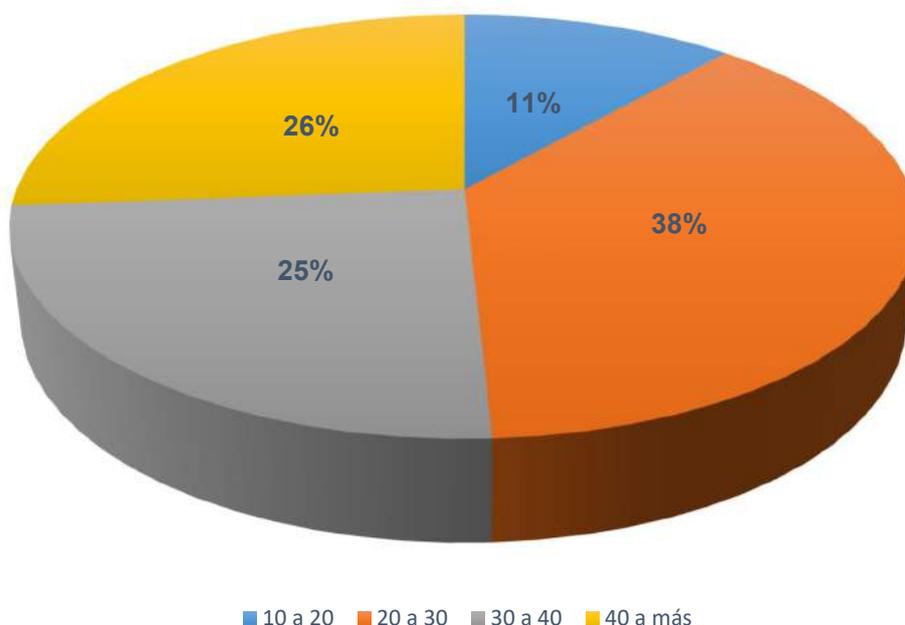
### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 0% indica que su puesto es muy cómodo para realizar sus ventas, el 18% indica que su puesto es bastante cómodo para realizar sus ventas, el 74% indica que su puesto comercial es poco cómodo para realizar sus ventas y que el 8% indican que su puesto de ventas es nada cómodo para realizar sus ventas.

Como se puede notar el 74% de los comerciantes siente poca comodidad ya que el área que se les asignó es muy angosta o muy pequeña para el producto que ellos ofrecen, como también 18% de comerciantes aseguran que se sienten bastante cómodos ya que tienen 2 puestos juntos o que el área que ellos cuentan son amplios.

## GRAFICO N° 07

¿Cuántas personas al día llegan a su puesto?



Fuente: Comerciantes del Mercado Modelo

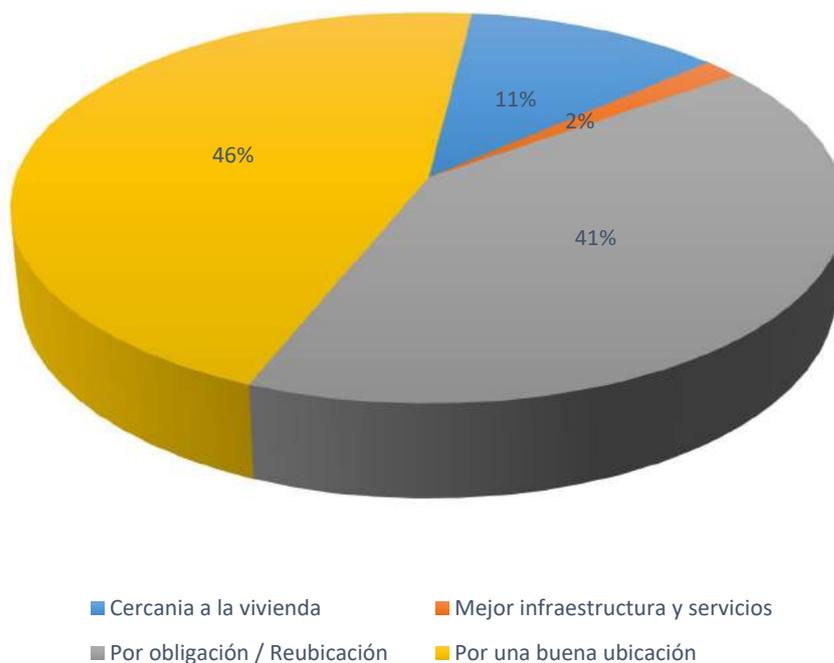
### INTERPRETACIÓN

Del 100%(61) de los encuestados, el 11% indica que de 10 a 20 usuarios llegan al día a su puesto de ventas, el 38% indica que de 20 a 30 personas llegan al día a su puesto de ventas, el 25% indica que de 30 a 40 personas al día llegan a su puesto de ventas y el 26% indica que de 40 a más personas llegan al día a su puesto de ventas.

Como se puede observar al día llegan mayormente entre 20 a 30 personas al día, esto ocurre mayormente en los Mercados Parada San Martín y La independencia ya que tienen precios más accesibles y también tienen una buena accesibilidad y el mínimo número que es de 10 a 20 n° de personas que llegan a estos puestos son del Mercado El Palmo ya que con el tiempo ha decaído sus ventas por el poco producto que ofrecen y por los precios que son mucha más alto.

## GRAFICO N° 08

### ¿Por qué opto por ubicarse en este Mercado?



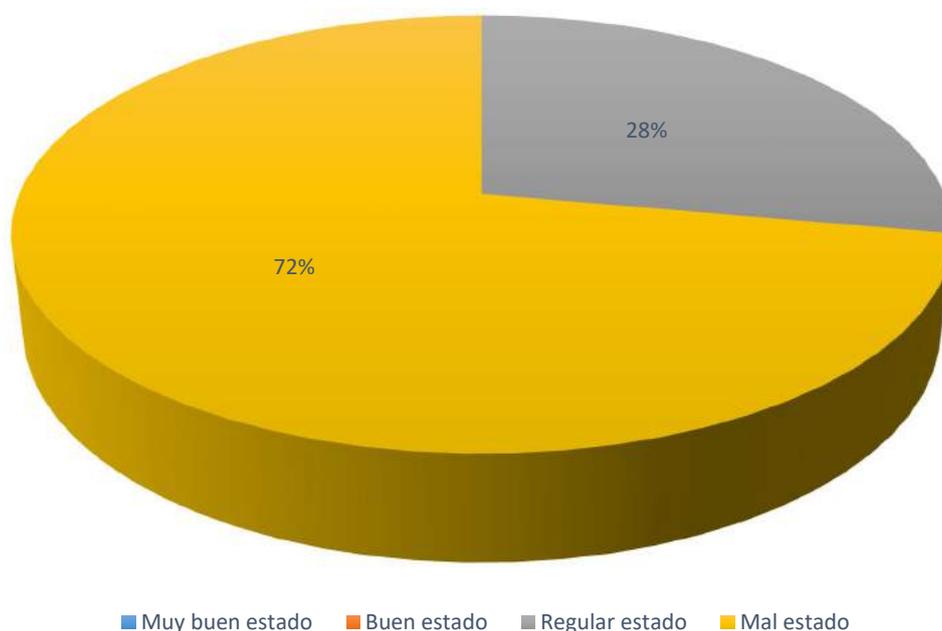
**Fuente: Comerciantes del Mercado Modelo**

### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 11% indica que opto ubicarse en este mercado porque se encuentran más cerca de su vivienda y se le hace mucha más fácil de poder trasladarse, el 2% indica que los comerciantes optaron por ubicarse en este mercado por la mejor infraestructura y servicios, el 41% indica que se encuentran en este mercado porque fueron reubicados/ obligados ya que esto sucede con los comerciantes ubicados en los Mercados El Palmo y La independencia y el 46% opto por ubicarse en este mercado por una buena ubicación que tiene este mercado lo cual les genera mucho más ganancias.

## GRAFICO N° 09

¿Cómo calificaría el estado de infraestructura (piso, paredes y techos) que cuenta el mercado?



**Fuente: Comerciantes del Mercado La Independencia**

### INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 0% califica al mercado como muy buen estado, el 0% califica al mercado como buen estado, el 17% califica al mercado que se encuentra en un regular estado y el 44% califica al mercado que se encuentra en Mal estado.

Los 4 Mercados como se puede notar se encuentran en mal estado de infraestructura ya que los pisos están con rajaduras y las cubiertas están a punto de colapsar ya que tiene muchos años de antigüedad.

## **ENTREVISTA:**

### **CARACTERÍSTICA ECONÓMICA:**

- Realidad Económica:

Esto generó todos los mercados ya que ayudó mucho a la economía de los pobladores del distrito de Casma ya que personas por querer superarse económicamente abrieron puestos comerciales invadiendo las vías de tránsito ya que no tenían un puesto dentro de estos mercados (Mercado San Martín, El Palmo y Mercado Modelo) y que cada fin de semana suelen vender el 80% de los productos que estos ofrecen dado al mejor precio y la calidad de producto que ofrecen esto ha ayudado mucho en la economía de estos pobladores.

- Estabilidad:

La estabilidad económica se ha mantenido desde que se abrió este mercado de abasto informal dado a las grandes ventas que se generan en este que está conformada por habitantes del distrito de Casma que dan productos frescos y de calidad a un precio accesibles a cualquier realidad económica.

### **COMERCIALIZACIÓN:**

- Informalidad

Muchos de los comerciantes se encuentran disconformes e incómodos por la noticia de que pueden ser desalojados ya que invaden una vía pública del lugar, donde ellos venden sus productos a diario, ya que estos comerciantes no tienen un mercado estable donde puedan realizar sus ventas dado a que la municipalidad no le brinda un lugar estable y formal, con los implementos necesarios. Esto se da a que llegan también comerciantes de fuera del distrito.

- Desbordamiento

Esto se ve en todos los mercados del Distrito de Casma ya que encontramos puestos que se crean fuera de los mercados por personas que no cuentan con un puesto propio dentro de esta, ya que invaden un

lugar tratando de vender sus pocos productos que ofrecen creando un puesto improvisado por ellos mismo logrando que sus productos se muestren para poder atraer a mucha clientela logrando vender todo lo que llevan en un solo día (fin de semana).

- Ambulatorio:

La venta ambulatoria para varias personas del distrito de Casma es una forma de poder comercializar y se les ha buscado un medio de ayuda por medio de un almacén donde puedan ellos guardar sus cosas o equipamiento que traigan ellos (triciclo, puestos armables, entre otros).

## ACCESIBILIDAD



Fuente : ISSU

■ Vías Principales    ■ Vías secundarias    ■ MERCADO

### Comentario:

La accesibilidad a un mercado de abastos debe encontrarse ubicado en un lugar donde encontremos vías principales de la ciudad, donde podemos notar un fácil acceso hacia este sin ocasionar congestionamiento vehicular tanto como peatonales así mismo es de suma importancia debido a las funciones de abastecimiento.

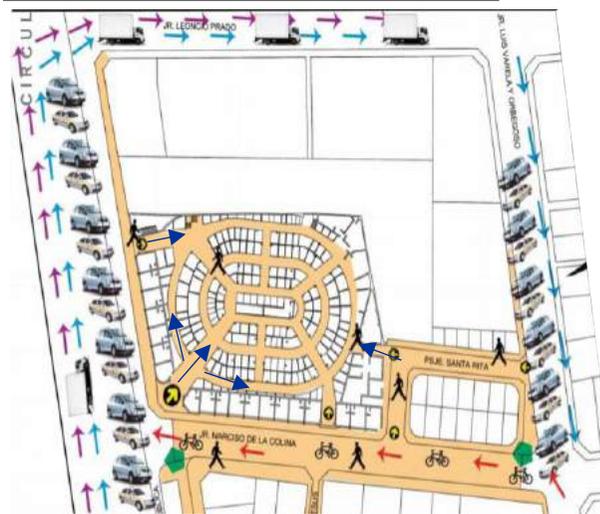
## EMPLAZAMIENTO



### Comentario:

Un buen emplazamiento es parte del desarrollo funcional del proyecto, en la cual se resuelven problemas de iluminación y ventilación importantes en un Mercado de Abastos. Sin embargo esto también genera aporte a la ciudad, evitando tráfico y caos urbano..

## FLUJOS



- Zona Peatonal
- Uso de Bicicletas
- Tránsito Carretillas
- Flujo Camiones
- Zona Bicicletas
- Uso de Auto Propio
- Tránsito Peatonal
- Flujo Taxi + Auto Propio
- Uso de Carretillas
- Uso de Taxis
- Entradas
- Flujo Bicicletas
- Flujo Carretillas
- Uso de Camiones de Proveedore

### Comentario:

Las circulaciones de un Mercado de Abastos son protagonista por 2 usuarios principales: El comprador y el vendedor (público y privado).  
 - Generalmente los flujos de los usuarios, se generan a través de un eje o calle principal, repartiendo a los usuarios hacia los flujos secundarios o de apoyo.  
 - Los flujos para el vendedor se presentan dentro de módulos o puestos de venta ya que es donde realizan la mayor actividad en todo el tiempo que trabajan dentro de un mercado..

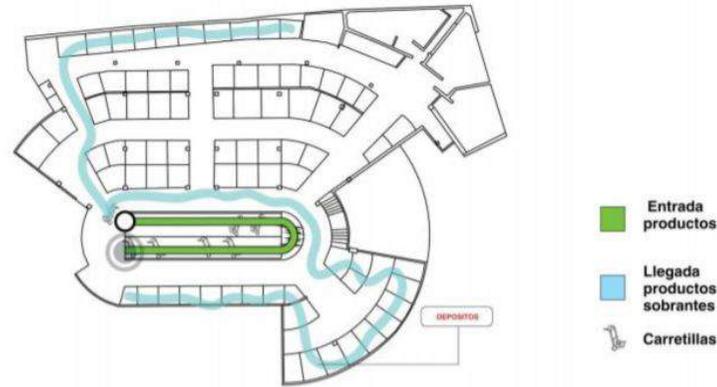
## INGRESOS



### Comentario:

Los ingresos deben estar ubicados de una manera estratégica ya que gracias a esta puede distribuir de una manera ordenada a los usuarios que desean visitar el mercado, es también importante considerar las vías principales donde se encuentra emplazado el mercado ya que gracias a esto puede atraer a muchas personas invitando el ingreso de una manera agradable. Por lo general la actividad comercial para el público se da a través de un vía importante.

## ANÁLISIS DEL FLUJO DE LLEGADA DE PRODUCTOS

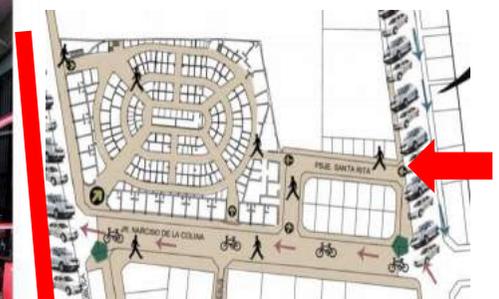
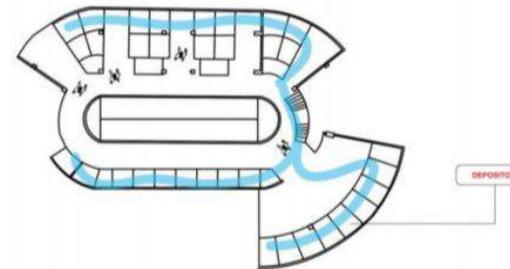
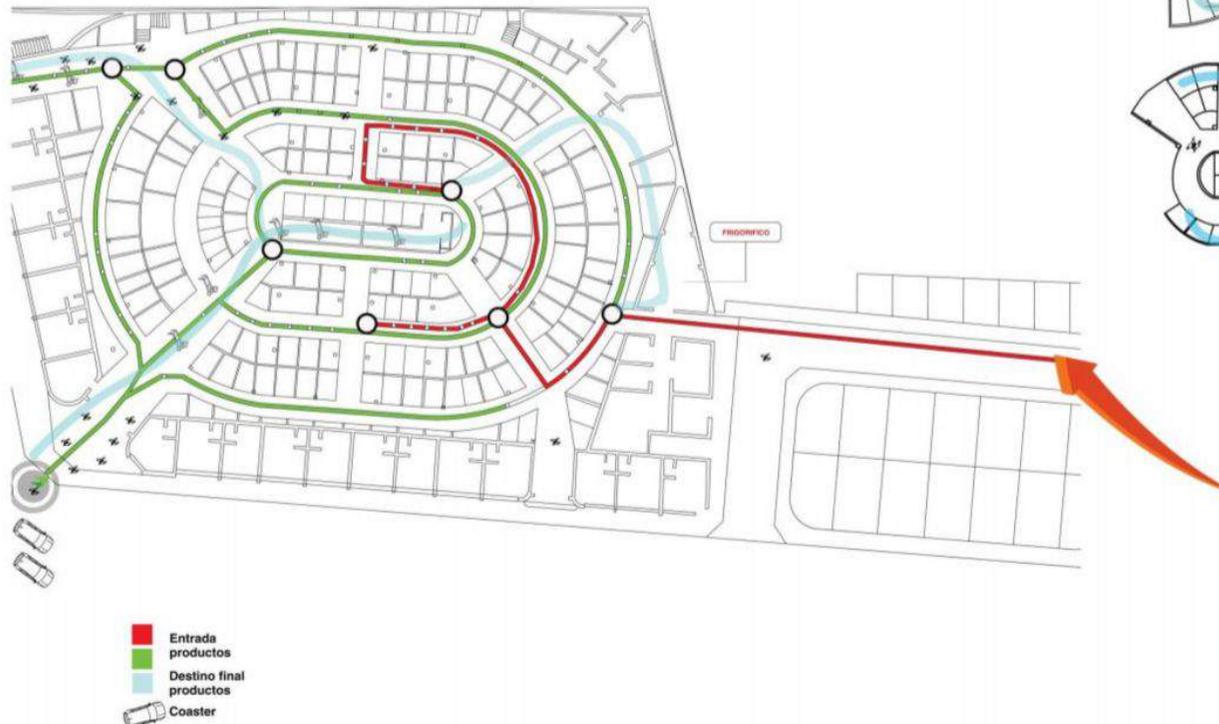


### COMENTARIO:

La forma del terreno juega un papel importante en el funcionamiento del mercado ya que el acceso para el abastecimiento tendrá que ser diferente al de ingreso de los usuarios principales como son el vendedor y comprador, por lo que por lo general se necesitan calles con diferentes accesos siempre y cuando tengan ingresos por diferentes calles..

### ABASTECIMIENTO:

Se da de una manera ordenada sin tener un cruce con el público, sin invadir una vía vehicular o las vías peatonales ya que esto suelen causar muchos problemas vehiculares como son el congestionamiento vehicular, dado a este problema se recomienda tener un ingreso propio de una manera estratégica para poder abastecer el mercado.



“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**DOCENTE:** MSC. ARQ. ROMERO ÁLAMO ISRAEL  
**ASESOR:** ARQ. MARIO PARODI MORALES

**VARIABLE:**

DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL

**ALUMNO:**

EST. ARQ. RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

**CICLO:**

IX – 2018 I

**LÁMINA N°:**

**A – 02**

## 4.2. Discusión de Resultados

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### OBJETVO ESPECIFICO 1

**Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.**

Las características físicas, espaciales y funcionales de los mercados del Distrito de Casma no cumplen con el reglamento establecido en cada uno de estos puntos, ya que estos mercados no han tenido una creación a base de un reglamento si no fue construido por su propio criterio de los comerciantes; excepto el Mercado Modelo el cual si fue planificado por la municipalidad de la Provincia de Casma en el cual se trató de cumplir con las normas reglamentarias que exige el reglamento nacional de Edificaciones para un Mercado de abastos.

#### • Características Físicas:

Este punto es de mucha importancia, porque se ha identificado por medio de las fichas de observación que los mercados de abastos del Distrito de Casma se encuentran en un estado físico de conservación Malo como es el caso de los Mercados La independencia, El Palmo y La Parada San Martín, dado a que estos se encuentran con un material que no es apto para un mercado y el Mercado Modelo se encuentra en un estado Regular dado a que está construido de material noble, pero esta construcción es precaria y no se ha tenido ningún tipo de mantenimiento a este mercado.

Según la teoría de Cera (2011) que aquello que le da vida o permanencia y sustentabilidad a una entidad es el material, ya que esta también le da una imagen agradable a la ciudad.

Según Norman (2004), el diseño atractivo de las cosas funciona mejor, siendo la arquitectura comercial el punto a tractor de clientes, que debe lograr a través del diseño emocional y comercializador. Sim embargo los mercados en el distrito de Casma, no cumplen con lo antes mencionados, según las fichas y complementadas con las entrevistas

realizadas, son estas que presentan más problemas en cuanto a su arquitectura, sin un diseño que aporte a la imagen urbana, trabajando de manera informal e independiente, sin un plan integrador que resulte para la mejora de la zona donde se ubican, creando un caos vehicular y peatonal, debido a la conexión directa entre el exterior y el interior, sumado el comercio ambulancia presente en las veredas.

• **Características Espaciales:**

Según los datos recopiladores sobre la variedad de usos en los espacios interiores y exteriores de los mercados, estos usos influyen en estos espacios ya que ayudan a dinamizar el espacio de los mercados, por lo cual es importante que se incorpore a la variedad de zonas que tiene un mercado, un espacio público o social.

Según la teoría de Bentley (1999) un espacio público que presenta diferentes usos importantes va a lograr la mayor concurrencia de las personas ya que estas encontrarán una variedad de opciones donde puedan realizar sus actividades.

De la misma manera para que los mercados tengan una mejor atracción hacia las personas y sean más frecuentados, necesitan de espacios agradables donde las personas puedan interactuar e compartir de sus ideas y culturas. Ya que dinamizan y dan vitalidad a un mercado de abastos. Conforme a la teoría de Pérez (2002) los espacios públicos dan una mejor vitalidad a un entorno cercano, ya que las funciones y actividades que se da en ellos influyen a incrementar su tiempo de uso la mayor parte del día.

Así mismo, de acuerdo a las fichas de observación realizadas, los espacios donde las personas realizan sus relaciones sociales dentro de los mercados deben ser confortables; además otro aspecto importante es la escala ya que el usuario podrá transitar libremente de un lugar a otro y sentirse en confort. Según la teoría de Villagrán (1988) las dimensiones (antropometría) son importantes para mantener la vitalidad en el espacio, ya que el ser humano va a poder habitar y circular en el

sin dificultad, además dichos lugares, deben estar en relación con las actividades que van a realizar los ciudadanos.

Otro punto importante es la espacialidad con la que cuenta los puestos comerciales de los mercados, ya que según los datos obtenidos mediante la encuesta y las fichas de observación algunos de estos puestos no son cómodos, ya que esto se debe por la altura o el área. Según la Norma A.070 Comercio, nos dice que estos puestos deben tener una medida mínima reglamentaria la cual les proporciona una calidad espacial y funcional.

• **Características Funcionales:**

Según la norma A.070 Comercio, el mercado tienen que contar con una zona húmeda, zona semi húmeda, zona seca y que los puestos deberán organizarse por sectores según sea el producto de venta (carnes y lácteos, frutas y verduras, ropa, et) para que este sea un espacio más ordenado y facilite su funcionamiento.

Sin embargo, de acuerdo a los datos obtenidos mediante las fichas de observación y las entrevistas realizadas, estas no respetan con lo antes mencionados por lo que se ocasiona un desorden interior de los puestos generando así una molestia por algunos comerciantes por las pocas ingresos económicos que estos tienen, ya que se encuentran distanciados de otros puestos de ventas dedicados al mismo rubro, esto se da ya que los consumidores suelen comprar en un sector donde se genera la mayor actividad de comercio.

## **OBJETVO ESPECIFICO 2**

**Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.**

### **•Dinámica Urbana.**

Según Filgueiras (2006), la dinámica urbana se da a través de la vida cotidiana en una urbe, lo considera como un sistema donde se interactúan tres elementos básicos que es la industria, la población y la vivienda, ya que por medio de este se genera un equilibrio urbano. De acuerdo a los datos obtenidos por medio de las encuestas nos damos cuenta que en los mercados de abastos del distrito de Casma se genera una dinámica urbana fluida tanto que los fines de semana se genera un caos vehicular y peatonal cerca a estos centros de abastos, está también afecta algún espacio público, ya que algunos comerciantes se apoderan de esta área para poder volverla un punto más de comercio, dejando así de lado la recreación e identidad y espacio donde se genera un encuentro ciudadano.

Las utilizaciones de los espacios públicos generan conflictos con los vecinos y los usuarios del distrito. También se dan, entre otros problemas como la dificultad de acceso algunas viviendas y en general un deterioro significativo en la zona donde se instale la actividad comercial.

### **•Dinámica Comercial**

El comercio minorista, se convierte en un potencial de desarrollo local cuando los comerciantes adquieren la capacidad de acumular recursos para reinvertirlos en las mejoras de sus negocios, generando diversas articulaciones al interior del sector, constituyéndose en polos de desarrollo en distintos puntos de la ciudad. Sin embargo, son muchos los retos que deben superar los comerciantes ya que en primer lugar deberían modernizarse para hacerle frente a la enorme competencia de productos y servicios de grandes cadenas empresariales, que operan principalmente con capitales externos. Por medio de las encuestas y entrevistas podemos saber que algunas personas del distrito de Casma suelen viajar a otros distritos como es la ciudad de Chimbote ya que no encuentran productos o cosas modernas dentro del distrito de Casma.

### **OBJETVO ESPECIFICO 3**

#### **Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.**

Los mercados de abastos logran tener en su mayoría grandes impactos positivos y negativos en sus zonas, así como en sus ciudades la lógica del mercado y la potencialidad de los espacios centrales, esta jerarquía comercial se encuentra ligada totalmente ligada al orden urbano, coincidiendo las áreas centrales de la ciudad con las principales áreas comerciales, definidas tanto por el número de establecimientos como por significado y valor dentro del área espacial de referencia.

Según Tamayo (2012) La inclusión social significa integrar a la vida comunitaria a todos los miembros de la sociedad independientemente de su origen, de su actividad, de su condición socio-económica o de su pensamiento. Esto se refiere al momento en que la materia en este caso los mercados generan una alteración en características del elemento puesto con su entorno esto se refiere a como el equipamiento afecta a la zona y a su población en distintos a ámbitos, se genera un impacto tanto para los pobladores de la zona, pero también a la imagen urbana que esté representa como un gran modo de la ciudad.

Según Aldo Rosi (1992). La arquitectura es el punto fundamental para una correcta lectura e interpretación de la ciudad, siendo el urbanismo el estudio de estas, donde busca valorizar las ciudades buscando en la memoria colectiva de sus ciudadanos, elementos históricos para crear monumentos y un valor único a cada ciudad. Los mercados de abasto que se estudiaron a través de unas fichas de observación, encuesta y entrevista nos da a conocer de qué manera este equipamiento en la ciudad y en la zona, arroja un gran flujo e intercambio económico en a su manera creando construcciones altas netamente de comercio dando una imagen nueva a la ciudad.

Según Yagüe (2010) uno de los puntos importantes es la revitalización ya que es un instrumento global para recuperar una ciudad ya que involucra aspectos urbanos, sociales y económicos, abogando por la sostenibilidad, la defensa de la ciudad compacta, la mejora de las condiciones de

habitabilidad y la identidad de los vecinos con su barrio y su ciudad. Lo que llegamos a determinar es como los mercados hacen permanecer viva en las zonas donde se encuentran ubicados ayudando al abastecimiento de la gente y crea una imagen positiva, y a la vez negativa en menores aspectos perjudicando a la ciudad en aspectos como la imagen urbana que generan o problemas como la acumulación de basura que estos mercados generan o el congestionamiento vehicular que estas ocasionan.

Además, por medio de las fichas de observación nos damos cuenta que algunos Mercados fueron acertados por la ubicación, como vemos el Mercado Modelo se encuentra cerca las vías importantes consolidándose así por muchos años uno de los mayores abastecedores del distrito de Casma y con un número de visitas diarias muy altas así como el Mercado San Martín y El Mercado la independencia , así mismo por medio de la entrevista sabemos que el Mercado El Palmo ha disminuido sus ventas por los proyectos municipales (pistas y veredas) que se generan alrededor de estas.

Por lo cual estos mercados son muy importantes para el distrito pero que no aportan mucho en cuanto una imagen a la ciudad porque no tiene una arquitectura atractiva.

En resumen, se entiende que los mercados de abastos de esta magnitud afectan considerablemente a su población cercana, este equipamiento crea una nueva economía que potencia la ciudad como a los pobladores dando mayores puestos trabajos, pero a su vez crea unos puntos en contra siendo los principales problemas la basura, el comercio ambulatorio entre otros. Perjudicando a la población que ve a su alrededor por lo cual es importante determinar a los lugares estratégicos de la ubicación de los mercados de abastos de nivel distrital para no afectar en gran magnitud a la población y traer mayores beneficios a la ciudad.

### 4.3. Conclusiones y Recomendaciones

<p>PREGUNTA DERIVADA 1</p>	<p>¿Cuáles son las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma?</p>	
<p>OBJETIVO ESPECIFICO 1</p>	<p>Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.</p>	
<p>HIPOTESIS</p>	<p>CONCLUSIONES</p>	<p>RECOMENDACIONES</p>
<p>Los mercados de abasto del distrito de Casma se encuentran actualmente en malas condiciones como son <b>Físicas</b> (Mala infraestructura), <b>Espaciales</b> (Las áreas inadecuadas de los puestos comerciales y el ancho antirreglamentario por la cual transcurren las personas dentro del mercado) y <b>Funcionales</b> (La mala circulación y mal abastecimiento que se realizan en los mercados)</p>	<p>• El estado físico en que se encuentran los mercados es MALO debido a que están construido con materiales (material recuperable e inflamable) que no son aptos para un mercado y que dan una mala imagen a la ciudad.</p> <p>• Los puestos comerciales no cuentan con el área lo cual causa incomodidad en algunos comerciantes y también los materiales con los que está construido el puesto no son aptos para el tipo de producto que ofrecen</p> <p>• Los puestos comerciales dentro de los mercados no se encuentran sectorizados (zona húmeda, semi húmeda y zona seca), y la circulación que se encuentra en estos mercados son malos.</p> <p>• Se concluye en que estos mercados de abastos del distrito no tienen áreas apropiadas para el abastecimiento de sus productos y que también no cuentan con un área de almacenamiento y conservación de sus productos</p>	<p>• Se recomienda tener un mercado donde se reubiquen a esos comerciantes que invaden las vías públicas, donde todos los puestos de ventas se encuentren bien implementados.</p> <p>• Se sugiere buscar la comodidad de los usuarios(consumidores-comerciantes) para crear ambientes y puestos de ventas con características físicas y espaciales adecuadas.</p>

PREGUNTA DERIVADA 2	¿Cómo un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad?	
OBJETIVO ESPECIFICO 2	Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.	
<p data-bbox="438 1638 470 1795"><b>HIPOTESIS</b></p> <p data-bbox="649 1533 1112 1900">Los mercados de abastos no cuentan con espacios adecuados para el esparcimiento de las personas como dentro y fuera de estos mercados ya que estas áreas son invadidas por comerciantes informales lo cual genera un caos comercial y urbano.</p>	<p data-bbox="438 1008 470 1249"><b>CONCLUSIONES</b></p> <ul data-bbox="479 735 1274 1522" style="list-style-type: none"> <li>• Se concluye que hoy en día los mercados de abastos no cuentan con espacios públicos en el interior de estas y el exterior, donde las personas puedan interactuar, ya que sus espacios exteriores e interiores se encuentran invadidos por la venta ambulatoria.</li> <li>• Se identificó que hay suficiente concentración de usuarios alrededor de los mercados debido a que hay un comercio ambulatorio o puestos comerciales que se abren alrededor de estas y también notamos que se encuentra ubicado cerca de equipamientos urbanos a los cuales le genera problemas ambientales y también le brinda una mala imagen.</li> <li>• Los mercados tienen mucho impacto positivo en la parte económica y negativo en la parte de imagen que esta da hacia la ciudad, dado también por lo que algunos puesto que están instalados afuera de los mercados invadiendo las zonas públicas, lo cual hace que se ocasiona un caos poblacional y comercial.</li> </ul>	<p data-bbox="438 304 470 598"><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul data-bbox="479 178 1031 714" style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda que los mercados cuenten con una zona publica atractiva para que los habitantes permanezcan más tiempo, puedan relacionarse e interactuar.</li> <li>• Se recomienda tener un estricto control de la administración y autoridades municipales de los mercados para no permitir la colocación de puestos de ventas en las afueras de los mercados y cause problemas de congestionamiento vehicular y peatonal.</li> </ul>

<b>PREGUNTA DERIVADA 3</b>	¿Cuál es el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma?	
<b>OBJETIVO ESPECIFICO 3</b>	Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.	
<b>HIPOTESIS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>
Estos mercados del distrito de Casma han generado contaminación ambiental, congestión vehicular (falta de estacionamientos estratégicos), peatonal y caos poblacional por la mala gestión y distribución de estos mercados dentro de la ciudad y el no contar con áreas de estacionamiento para poder abastecer sus productos lo cual causa un disturbio entorno a este.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se concluye que por la falta de un área de estacionamiento vehicular en los mercados y por la falta de una zona de carga y descarga, lleva a que lo vehículos de transporte se estacionen en las afueras de estos invadiendo las zonas públicas o interfiriendo en la vía vehicular generando un congestionamiento ocasionando así un caos poblacional y comercial.</li> <li>• Estos mercados se convierten en hitos de la ciudad según su importancia debido a su masiva concentración de consumidores y comerciantes logrando de esta manera una nueva imagen hacia la ciudad debido a la dinámica urbana.</li> <li>• Se genera problemas por la mala ubicación de estos equipamientos metropolitanos que en el caso del mercado La Independencia que ha causado un congestionamiento en toda la zona en la que se ubica dado a que invade una vía vehicular, y que cada vez esta va a creciendo generando problemas urbanos del distrito de Casma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se sugiere crear estrategias para poder controlar grandes problemas de desorden, basura e inseguridad ciudadana.</li> <li>• Se recomiendan que los mercados deben contar con un área reglamentaria para poder abastecer sus productos con normalidad y con un área de estacionamiento.</li> <li>• Se sugiere tener un plan donde se debe ubicar un mercado de abastos sabiendo el impacto que genere en la ciudad.</li> </ul>

PREGUNTA GENERAL	¿Qué problemas arquitectónicos tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial en la ciudad?	
OBJETIVO GENERAL	Analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial de la ciudad.	
<b>HIPOTESIS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>
<p>Los mercados de abastos del distrito de Casma no son suficientemente adecuados para el uso comercial ya que estás no cumplen con las necesidades actuales y futuras para el consumidor como también para el distribuidor; estas no cuentan con espacios adecuados para el esparcimiento de las personas .</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los mercados de abastos del distrito de Casma no cumplen con los requisitos reglamentarios.</li> <li>• Los puestos comerciales de los mercados (El Palmo, La independencia y La Parada San Martín) no cumplen con los requisitos reglamentario (función y circulación.), y la infraestructura no es la adecuada debido al rubro que se dedican (frutas, carnes, peces, comida, etc.)</li> <li>• Se concluye que los mercados de abastos del distrito de Casma no cuentan con un área de carga y descarga por lo que generalmente suelen invadir las vías vehiculares, causando un caos poblacional.</li> <li>• Los mercados de abastos del distrito de Casma no cuentan con áreas públicas en el interior como en el exterior de su establecimiento, ya que estas áreas destinadas para la área publica son invadidas por otros comerciantes que no cuentan un puesto de ventas, por lo que no le hace un ambiente social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda realizar la construcción de un nuevo Mercado de Abastos donde se puedan ubicar a los comerciantes del Mercado la Parada San Martín, el Mercado la independencia y el Mercado el Palmo; realizando un proyecto moderno donde el diseño de los diferentes stands o puestos de venta que conformaran el mercado tengan todos los servicios; se buscara la comodidad de los usuarios (comerciantes y clientes) para crear ambientes y puestos de ventas con características físicas, espaciales y funcionales adecuada:</li> </ul>

	<p>donde se intercambian ideas , donde también puedes pasar un momento agradable en familia.</p>	<p><b>Físicas:</b> Con formas y materiales según el rubro al que está destinado, haciéndolas confortables y seguras respectivamente no olvidando los materiales que puedan soportar la magnitud del asolamiento en el distrito de Casma.</p> <p><b>Espacial:</b> Con dimensiones de acuerdo a la necesidad comercial de almacenamiento, exhibición venta de productos según los rubros y el área de venta.</p> <p><b>Funcional:</b> Con áreas reglamentarias según el rubro al cual está dirigido el puesto comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda que el mercado de abastos debe contar con espacios públicos en el interior como en el exterior para atracción de más usuarios y hacerlo no solo un área de compra y venta sino también un lugar donde las personas puedan interactuar.</li> </ul>
--	--	---

**V. FACTORES VINCULO ENTRE  
INVESTIGACIÓN Y  
PROPUESTA SOLUCIÓN  
(PROYECTO  
ARQUITECTÓNICO)**

## **5.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

### 5.1.1. Nombre del Proyecto Arquitectónico

- REMODELACIÓN DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CASMA

### 5.1.2. Tipología

- COMERCIO

### 5.1.3. Objetivos del Proyecto Arquitectónico

#### 5.1.3.1. Objetivo General

- Tener un mercado de abastos que cumpla con todos los requisitos reglamentarios, que garantice que la actividad comercial se desarrolle de forma ordenada y fluida como también ofrezca una mejor comodidad para el comerciante y al consumidor, así mismo con esto contribuir al desarrollo económico, al esparcimiento y ocio de los habitantes del Distrito de Casma.

#### 5.1.3.2. Objetivos Específicos

- Proveer de espacios arquitectónicos agradables que cumplan con los requerimientos funcionales y formales, así como satisfacer las principales necesidades de los usuarios tanto compradores como vendedores.
- Crear el diseño de una infraestructura estética y funcional adecuada para garantizar la actividad comercial.

### 5.1.4. Justificación del Proyecto Arquitectónico

#### 5.1.4.1. Por su correspondencia con la investigación

Este proyecto ayudara a un comercio ordenado, funcional respetando las normas y reglamentos que se investigaron para la realización de este informe de investigación, así mismo este proyecto ayudad a que no se genere problemas ambientales y congestionamiento vehicular y peatonal, como vemos hoy en día en el distrito de Casma por medio de las investigaciones realizadas en el distrito a los mercados de abastos.

#### 5.1.4.2. Por su aporte social

El proyecto busca ser un ícono de la ciudad, donde no solo se centrará la diversificación comercial, la justificación más importante es la de saber que el edificio brindará los aportes necesarios para la ciudad y los habitantes mediante espacios públicos carentes dentro del mercado de abastos.

#### 5.1.4.3. Por su aporte arquitectónico-urbanístico

En lo urbano el diseño aportará a la falta de espacios públicos que hay dentro de los mercados y fuera de ellos. Y en lo arquitectónico será un mercado funcional y espacial que cumplan con los requisitos reglamentarios dando una comodidad al comerciante como al consumidor.

## 5.2. DEFINICIÓN DEL USUARIO

### 5.2.1. Descripción general del usuario

El usuario principal en este mercado son las personas de la localidad y los comerciantes ya que ellos son los que le dan vida a un mercado, y también donde encontramos usuarios de todas las clases sociales, géneros, edades y grupos étnicos.

Este equipamiento puede asistir todo tipo de usuarios, sin discriminación ya que también el usuario cumple un rol importante dentro del funcionamiento del equipamiento y fuera de esta.

### 5.2.2. Alcance del Proyecto Arquitectónico / Radio de Influencia

El Proyecto influirá en todo el distrito del Distrito de Casma.

### 5.2.3. Tipos de Usuarios:

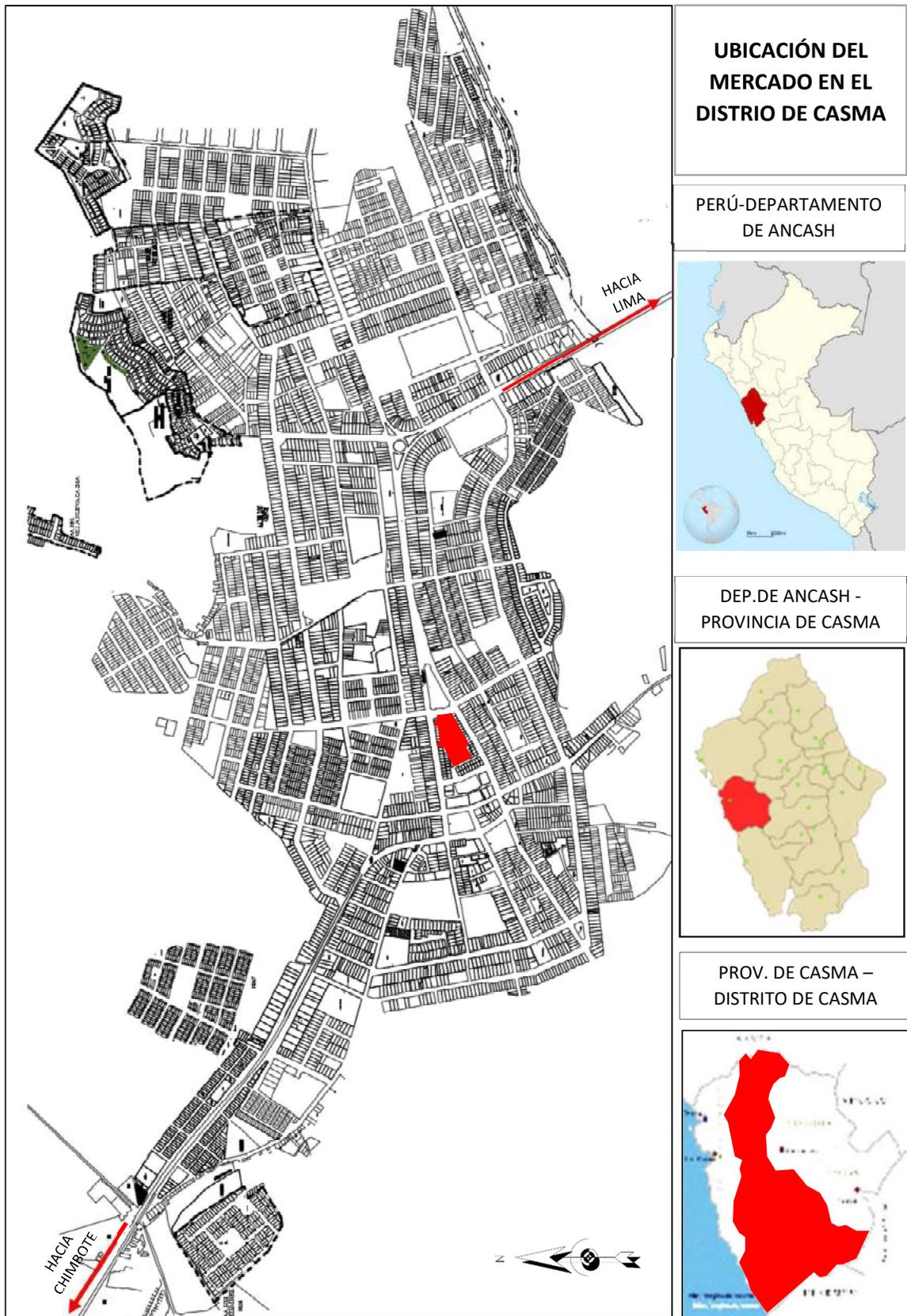
TIPO DE USUARIOS				
USUARIO	FRECUENCIA DE USO	EDAD	LUGAR DE PROCEDENCIA	HORARIO DE PERMANENCIA DEL LUGAR
Comerciantes	Permanente	27-50	Distrito de Casma y aledaños	12 horas
Personal de Mantenimiento	Permanente	18 - 40	Distrito de Casma	12 horas
Personal Administrativo	Permanente	21-50	Distrito de Casma	12 horas
Estibadores	Temporal	32-55	Distrito de Casma	Variable
Turistas	Temporal	Todas	Exterior del País	Variable
Compradores	Ama de casa	Temporal	Distrito de Casma y aledaños	Variable
	Chef	Temporal	Distrito de Casma	Variable
	Estudiantes de Cocina	Temporal	Distrito de Casma	Variable
	Niños	Temporal	Distrito de Casma	Variable
Proveedores	Temporal	18-30	Lugares aledaños	Variable
Personal de Seguridad	Permanente	22-35	Lugares aledaños	12 horas

### 5.2.4. Número de Usuarios:

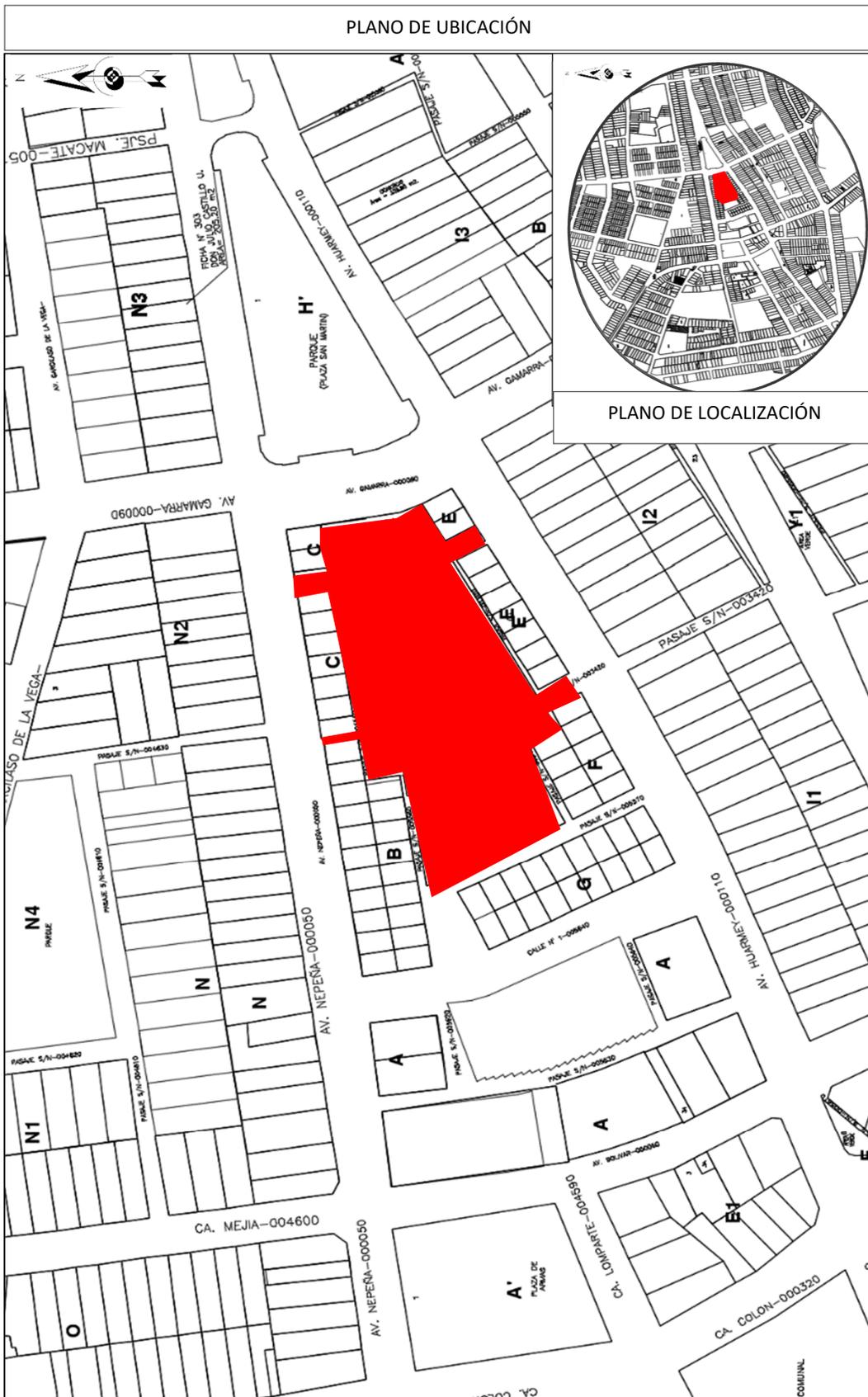
NÚMERO DE USUARIOS POR TIPO		
TIPO DE USUARIO		CANTIDAD
Comerciante		150
Personal	P.Mantenimiento	15
	P.Administrativo	15
	P.Seguridad	5
Compradores	Ama de Casa	100
	Chef	15
	Estudiantes de Cocina	30
	niños	30
Estibadores		20
Turistas		20
Proveedores		10

### 5.3. DEFINICIÓN DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN

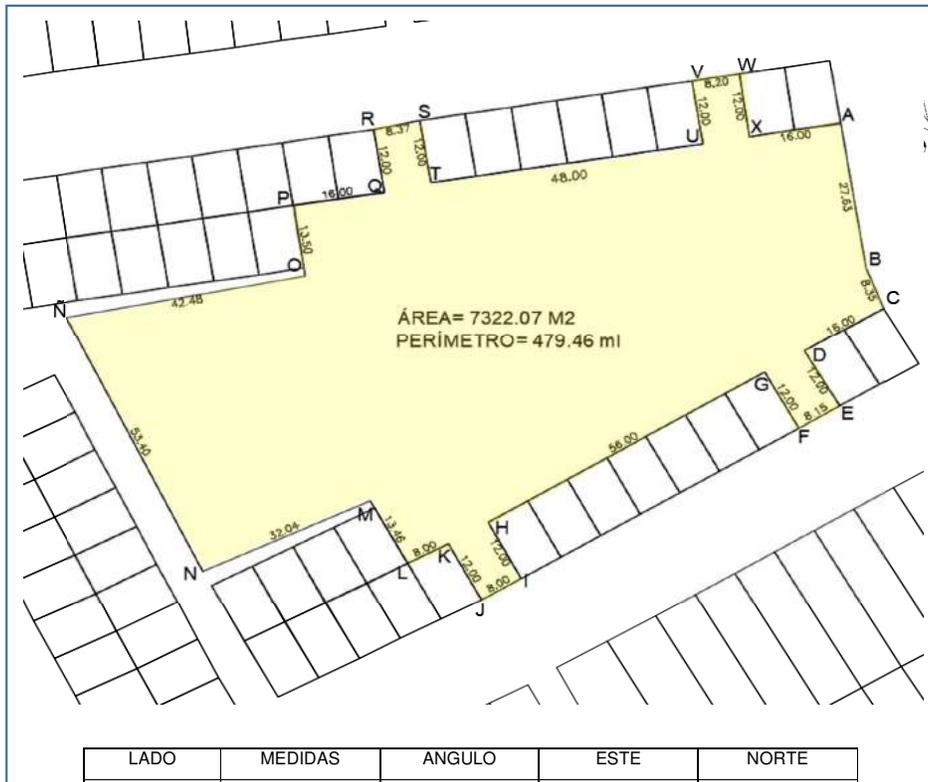
#### 5.3.1. Plano de Localización:



### 5.3.2. Plano de Ubicación



### 5.3.3. Plano Perimétrico:



LADO	MEDIDAS	ANGULO	ESTE	NORTE
A-B	27.63	75°	796741.7725	8954587.0758
B-C	8.35	75°	796741.7725	8954587.0758
C-D	16.00	75°	796741.7725	8954587.0758
D-E	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
E-F	8.15	75°	796741.7725	8954587.0758
F-G	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
G-H	56.00	75°	796741.7725	8954587.0758
H-I	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
I-J	8.00	75°	796741.7725	8954587.0758
J-K	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
K-L	8.00	75°	796741.7725	8954587.0758
L-M	13.46	75°	796741.7725	8954587.0758
M-N	32.04	75°	796741.7725	8954587.0758
N-N	53.40	75°	796741.7725	8954587.0758
N-O	42.40	75°	796741.7725	8954587.0758
O-P	13.50	75°	796741.7725	8954587.0758
P-Q	16.00	75°	796741.7725	8954587.0758
Q-R	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
R-S	8.37	75°	796741.7725	8954587.0758
S-T	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
T-U	48.00	75°	796741.7725	8954587.0758
U-V	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
V-W	8.20	75°	796741.7725	8954587.0758
W-X	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
X-A	16.00	75°	796741.7725	8954587.0758

### 5.3.5. Parámetros Urbanos del Área de Intervención

Zonificación	: <b>RDM</b>
Usos permitible y compatible	: <b>comercio intensivo.</b>
Coeficiente máximo de edificación	: <b>2.10</b>
Porcentaje mínimo de área libre:	: <b>No exigible para uso comercial</b>
Altura permisible	: <b>1.5 (via+retiro)</b>
Frente mínimo	: <b>Según proyecto.</b>
Área de lote normativo	: <b>Según proyecto.</b>
Densidad neta	: <b>1 300 Hab/ HA</b>
Índice de espacios de estacionamiento:	: <b>1@ 75m2.</b>

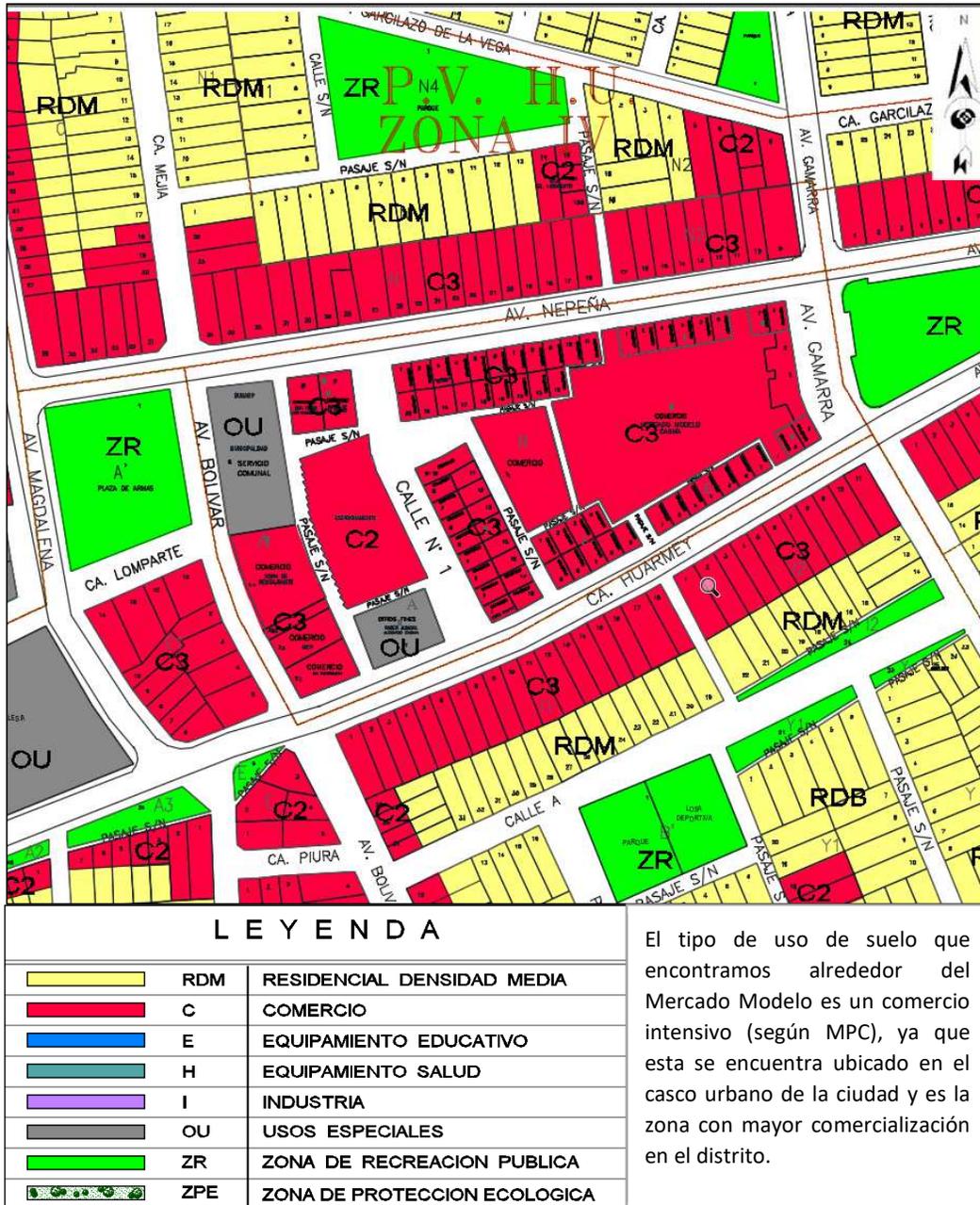
\*NO SE PERMITE VOLADIZOS FUERA DE LÍMITE DE FACHADA

### 5.3.6. Análisis del Contexto:

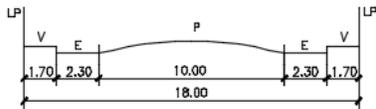
- **ACCESIBILIDAD:**



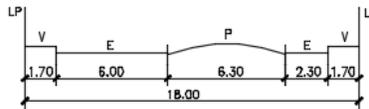
- ZONIFICACIÓN Y USO DE SUELO:



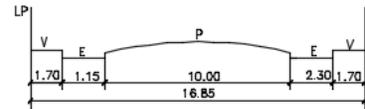
• SECCIONES VIALES:



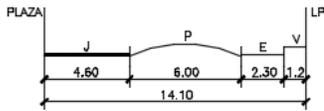
SECCION B-B



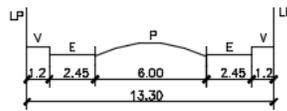
SECCION C-C



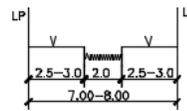
SECCION D-D



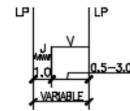
SECCION E-E



SECCION F-F



SECCION G-G



SECCION H-H

## 5.4 PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

### 5.4.1 Programación y cuadro de área por ambientes

ZONA	AMBIENTE	SUB AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	AREA POR PERSONA	AFORO	CANTIDAD DE AMBIENTES	AREA PARCIAL
ZONA ADMINISTRATIVA	RECEPCIÓN	INFORMES	Informar	mueble	1.00	1	1	1.00
		SALA DE ESPERA	Esperar	Sillones, mesas	1.00	3	1	3.00
	ADMNISTRACIÓN	PRESIDENCIA	Organizar, Controlar	Escritorio, silla, archivador	10.00	1	1	10.00
		OFICINA ADMINISTRATIVA	Organizar, Controlar	Escritorio, silla, archivador	10.00	2	1	20.00
		TESORERIA	Organizar, Controlar	Escritorio, silla, archivador	10.00	1	1	10.00
		SECRETARIA	Servir, Organizar	Escritorio, silla, archivador	10.00	1	1	10.00
		SALA DE REUNION	Conversar	Archivador, silla, mesa	1.00	6	1	6.00
	ARCHIVO Y DEPÓSITO	A. DE ARCHVOS	Depositar	Archivador, silla, mesa	10.00	1	1	10.00
		A. DE DEPOSITO	Depositar	Archivador	10.00	1	1	10.00
	SERVICIOS	SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio ,tasa y urinario	2.40	1	1	2.40
SS.HH DAMAS		Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	1	1	2.40	
ZONA DE PUESTOS COMERCIALES	ÁREA HÚMEDA	CARNES	Vender	Lavamanos, Estantería y Frigoríficos	6.00	2	7	84.00
		AVES	Vender		6.00	2	7	84.00
		PECES	Vender		6.00	2	7	84.00
		EMBUTIDOS	Vender		6.00	2	7	84.00
	ÁREA SEMI HUMEDA	FRUTAS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00

		VERDURAS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00	
		FLORERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00	
		PASTELERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00	
		LÁCTEOS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	3	36.00	
	ÁREA SECA		CONDIMENTOS	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	3	48.00
			GRANOS Y LEGUMBRES	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			ABARROTES	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			DULCERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			LICORERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			PANADERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			UTENSILIOS DE COCINA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			PLÁSTICOS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			LIBRERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			COSMETICOS	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			COSTURERIA	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			P. DE ROPA	Vender	Estantería, mostradores y probadores	6.00	10	8	480.00
			P. DE CALZADOS	Vender		6.00	10	8	480.00
			JUGUETERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	10	5	300.00
			P. DE MOCHILAS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	10	5	300.00
			REPARACIÓN DE CALZADO	Vender	Tablero de trabajo y estantería	6.00	10	5	300.00
		R. DE ELECTRODOMÉSTICOS	Vender	6.00		10	5	300.00	
ZONA DE COMIDA	JUGUERIA / CAFETERIA	Vender- Preparar	Cocina, frigorífico y	8.00	12	5	480.00		

ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PREPARADA	COMIDA AL PASO	Vender - Preparar	estantería	8.00	4	5	160.00
		MENÚ / CEVICHERIA	Vender- Preparar		8.00	12	5	480.00
		ZONA DE MESAS	Comer- Conversar	Mesas y sillas	1.50	60	5	450.00
	GUARDERIA	OFICINA + SS.HH	Dirigir - Higiene	Lavatorio ,tasa	2.40	2	1	4.80
		CUNA	Cuidar	Alfombra, sillones y cunas	2.00	5	1	10.00
		SALA DE JUEGOS	Jugar	Alfombra, sillones y estantes	1.00	10	1	10.00
		SALA DE NIÑOS	Entretenerse		1.00	10	1	10.00
		SALA DE NIÑAS	Entretenerse		1.00	10	1	10.00
	TÓPICO	RECEPCIÓN	Esperar	sillones	1.00	5	1	5.00
		SALA DE REPOSO	Descansar	Camilla , silla	2.00	2	1	4.00
		CONSULTORIO MÉDICO	Curar- Diagnosticar	Mesa, silla y estantería	3.00	2	1	6.00
		SS.HH	Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	1	1	2.40
	CENTRO DE PAGOS	AREA DE LUZ	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		TELEFONO	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		INTERNET	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		CABLE	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		AREA DE AGUA	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		SS.HH	Higiene personal	Lavatorio y tasa	10.00	2	2	40.00
		SALA DE REUNIÓN	Conversar	Mesa y Sillas	10.00	2	1	20.00
	REUBICADOS		Vender	-	6.00	20	1	120.00
	GIMNASIO	RECEPCIÓN	Esperar	mueble	4.00	5	1	20.00
AREA DE BATIDOS		Alimentarse	Mesas y sillas	1.50	6	1	9.00	
A. DE AEROBICOS		Ejercicios	Maquinas	4.00	20	1	80.00	
AREA DE EJERCICIOS		Ejercicios	Maquinas	4.00	20	1	80.00	
NUTRICIONISTA		Recetar	Mesas y sillas	10.00	1	1	10.00	

		VESTIDORES	Vestirse	-	4.00	6	2	48.00	
		SS.HH DAMAS	Higiene personal	Lavatorio, tasa	2.40	6	1	14.40	
		SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio, tasa y urinario	10.00	6	1	60.00	
		LOCALES COMERCIALES	Vender	Estantes	5.00	8	10	400.00	
		CAJEROS AUTOMÁTICOS	Retirar dinero	Cajeros	1.00	4	1	4.00	
		CONSESIONARIOS	Preparar	Mesas y estante	6.00	2	6	72.00	
		PATIO DE COMIDA	Comer- Conversar	Mesas y sillas	1.50	30	1	45.00	
		SUM	KITCHENET	Preparar	Mesas y estante	1.50	1	1	1.50
			AREA DE BANQUETES	Comer- Conversar	Mesas	1.50	10	1	15.00
			FOYER	Esperar	-	1.00	30	1	30.00
			SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio, tasa y urinario	2.40	6	1	14.40
			SUM	EXPONER	Sillas	1.50	30	2	90.00
			SS.HH DAMAS	Higiene personal	Lavatorio, tasa y urinario	2.40	6	1	14.40
		CENTRO GASTRONOMICO	AULAS TEORICAS	Aprender	Mesas y sillas	1.20	30	3	108.00
			TALLERES DE PRÁCTICAS	Aprender	Mesas y sillas	5.00	15	10	750.00
			AREA DE EXPOSICIÓN	Explicar	Sillas , mesas	1.20	15	1	18.00
	AREA ADMINISTRATIVA		Organizar, Controlar	Sillas , mesas	1.00	1	1	1.00	
ZONA DE SERVICIOS	SERVICIOS HIGIENICOS	SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio ,tasa y urinario	2.40	6	1	14.40	
		SS.HH DAMAS	Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	6	1	14.40	
	CONTROL DE CALIDAD	CONTROL Y REGISTRO	Analizar	Escritorio, estantería y mesa.	1.50	3	1	4.50	
		ÁREA DE MUESTRAS	Analizar		1.50	3	1	4.50	
		LABORATORIO DE BRAMATOLOGIA	Analizar		5.00	3	1	15.00	
	LIMPIEZA Y PREPARACIÓN	AVES	Limpiar y preparar	Mesa de trabajo , lavamanos y estantería	5.00	4	1	20.00	
		CARNES	Limpiar y preparar		5.00	4	1	20.00	

		FRUTAS Y VERDURAS	Limpiar y preparar		5.00	4	1	20.00
	ALMACEN	PROD. REFRIGERDAOS CARNES	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		PROD. REFRIGERDAOS AVES	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		REFR. EMBUTIDOS	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		FRUTAS	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		VERDURAS	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		ABARROTES	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
		LÁCTEOS	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
		ROPA	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
		ZAPATOS	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
MOCHILAS		Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00	
DEPÓSITOS	D. DE CARRETILLAS	Guardar	Estantes	1.90	1	1	1.90	
	D. DE BASURA ORGANICA	Guardar	Botes de basura	1.90	1	1	1.90	
	D. DE BASURA INORGANICA	Guardar	Botes de basura	1.90	1	1	1.90	
ÁREA TÉCNICA	CUARTO DE LIMPIEZA	Guardar-Almacenar	-	1.80	1	1	1.80	
	CISTERNA	Almacenar Agua	-	3.50	1	1	3.50	
	CISTERNA CONTRA INCEDIOS	Agua de emergencia	-	3.50	1	1	3.50	
	CUARTO DE TABLEROS	Monitorear	-	3.50	1	1	3.50	
	CUARTO DE BOMBAS	Monitorear	-	3.50	1	1	3.50	
	CUARTO DE EXTRACCIONES	Extraer Humo	-	3.50	1	1	3.50	
	GRUPO ELECTROGENO	Generar energía	-	3.50	1	1	3.50	
ZONA PUBLICA	AREA DE EXPOSICIONES	Exponer	-	2.00	10	2	40.00	
	AREA VERDE	Descansar	Bancas	2.00	0	0	0.00	
	TIANGUIS	Vender	Frigoríficos y estantes	6.00	2	5	60.00	

	ÁREA SOCIAL		Conversar		2.00	15	0	0.00
	JUEGO PARA NIÑOS		Jugar	-	2.50	15	1	37.50
ZONA DE CARGA Y DESCARGA	SEGURIDAD	SALA DE REUNIONES	Conversar	Mesa, sillas y estante	1.00	1	1	1.00
		ZONA DE ARCHIVOS	Depositar	Mesa, sillas y estante	1.00	1	1	1.00
		PUESTO DE VIGILANCIA	Vigilar	Mesa, sillas y estante	1.00	1	1	1.00
		SS.HH	Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	1	1	2.40
	CARGA Y DESCARGA	ZONA INTERNA (patio de maniobras)	Descargar y cargar	-	18.00	3	1	54.00
		ZONA EXTERNA (estacionamiento)	Descargar y cargar	-	18.00	3	1	54.00
DEPOSITO DE MAQUINAS PARA DESCARGAR		Deposito	Estantería	3.00	1	1	3.00	
ZONA DE ESTACIONAMIENTO	ESTACIONAMIENTO PÚBLICO		Estacionar vehículos	-	6.00	1	20	120.00
	ESTACIONAMIENTO PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO		Estacionar vehículos	-	6.00	1	10	60.00
	ESTACIONAMIENTO PARA COMERCIANTES		Estacionar vehículos	-	18.00	1	10	180.00
<b>SUB TOTAL DE ÁREA</b>								<b>8,834.90</b>
<b>30% DE CIRCULACIÓN</b>								<b>2,650.47</b>
<b>TOTAL DE AREA</b>								<b>11,485.37</b>

5.4.2 Programación y cuadro de áreas general.

<b>ZONAS</b>	<b>ÁREA</b>
ZONA ADMINISTRATIVA	<b>84.80</b>
ZONA DE PUESTOS COMERCIALES	<b>5478.00</b>
ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	<b>2326.90</b>
ZONA DE SERVICIOS	<b>331.30</b>
ZONA PÚBLICA	<b>137.50</b>
ZONA DE CARGA Y DESCARGA	<b>116.40</b>
ZONA DE ESTACIONAMIENTO	<b>360.00</b>
<b>SUB TOTAL DE AREA</b>	<b>8,834.90</b>
<b>30% DE CIRCULACIÓN</b>	<b>2,650.47</b>
<b>TOTAL DE ÁREA</b>	<b>11,485.37</b>

## **5.5. CRITERIOS DE DISEÑO**

### 5.5.1. Dimensión Contextual

- Se tomarán en cuenta las vías principales para el ingreso del peatón, y las vías secundarias para el ingreso vehicular y evitar así la congestión vehicular y peatonal.
- Asimismo, se tomará en cuenta el perfil urbano del sector, los parámetros urbanísticos dado por la Municipalidad Provincial de Casma y el R.N.E para la creación de un nuevo mercado que cumpla con todos los requisitos reglamentarios.

### 5.5.2. Dimensión Funcional:

- Una de las herramientas muy importantes es el Reglamento Nacional de Edificaciones, norma A.070 Comercio, para lograr un funcionamiento óptimo del mercado de abastos.
- Para los puestos comerciales se tomará en cuenta las medidas reglamentarias para un mejor funcionamiento y circulación dentro de ella.

### 5.5.3. Dimensión Formal:

- Mediante las formas físicas se va a aprovechar al máximo las condiciones ambientales que nos brinda la ciudad.
- El mercado tendrá una forma agradable a la vista del usuario al que los pobladores se puedan identificar y que sea un icono importante del distrito.

### 5.5.4. Dimensión Espacial

- El espacio interior de los puestos comerciales dispondrá de un ambiente óptimo y reglamentario, que cumplan las especificaciones técnicas normadas para que así el comerciante se sienta cómodo en el interior de su puesto de trabajo.
- Esta también contará con un espacio público donde el usuario pueda desarrollar sus relaciones sociales y disfrutar de un ambiente agradable y espacioso.

#### 5.5.5. Dimensión Constructiva-Estructural

- Se tendrá en cuenta el sistema constructivo y los materiales aptos para construcción de un mercado de abastos que genere la sensación de seguridad tanto a los comerciantes y a al consumidor.
- Además, se tomarán en cuenta los materiales adecuados para el tipo de puesto comercial como son la zona húmeda, semi húmeda y zona seca, para un fácil mantenimiento.

#### 5.5.6. Dimensión Tecnológica-Ambiental

Para la realización de un nuevo mercado de abastos se tomará en cuenta los aspectos climáticos propios de la Ciudad de Casma (Iluminación, ventilación)

Se debe aprovechar las condiciones ambientales:

- Iluminación: Aprovechar mediante paneles solares, desniveles de techos para poder aprovechar de la mejor manera la radiación solar que se da en la ciudad de Casma para así brindar energía eléctrica al mercado de abastos.
- Ventilación: Aprovechar la ventilación mediante desniveles de techos para así poder extraer los malos olores del interior del mercado.

#### 5.5.7. Dimensión Simbólica

- Es importante tomar en cuenta a la población para la creación de un mercado dado a que ellos se sentirán identificados con esta.
- Así mismo también, tomar en cuenta los materiales o formas, con el cual la población de Casma se siente identificada, y también que forme parte representativa de la Ciudad de Casma.

### **5.6. PARTIDO ARQUITECTÓNICO**

#### 5.6.1. Conceptualización

- Este mercado se adaptará a las necesidades óptimas del usuario, así como también del vendedor de una manera ordenada y funcional, aprovechando las condiciones ambientales para un confort agradable en el interior y exterior del mercado.

#### 5.6.2. Idea Rectora

Este proyecto busca generar una identidad para la población del distrito de Casma tomando en cuenta su contexto y beneficios climáticos.

### 5.6.3. Esquema preliminar general

- El terreno a intervenir es el mercado modelo que se encuentra en las vías más importantes de la ciudad, lo que lo hace a este proyecto más accesible de manera vehicular y peatonal.

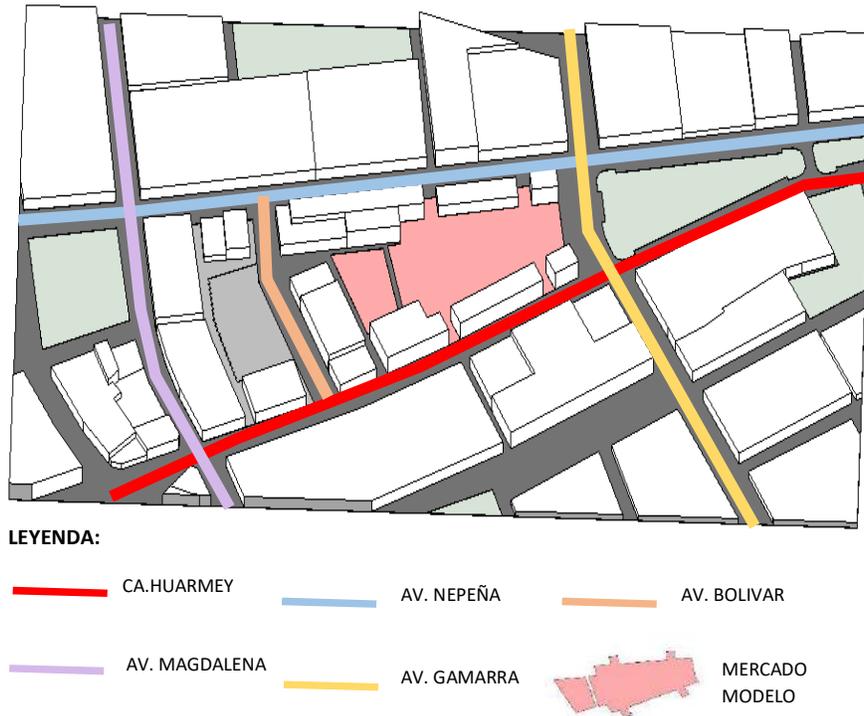


GRAFICO 16 Partido Arquitectónico-1

Fuente: Elaboración Propia

- Este mercado está rodeado de espacios públicos como son la plaza de armas y el boulevard como principales sitios de reunión social y familiar ya que gracias a estos espacios existentes se puede hacer que en este mercado se cree un espacio público interior para que estos se conecten entre ellos generando un solo recorrido peatonal agradable con zonas verdes y zonas comerciales , por lo tanto esto crea a una dinámica urbana y comercial ordenada en el mercado Modelo para que las personas puedan socializarse y distraeré de un ambiente agradable, como se busca en la investigación.

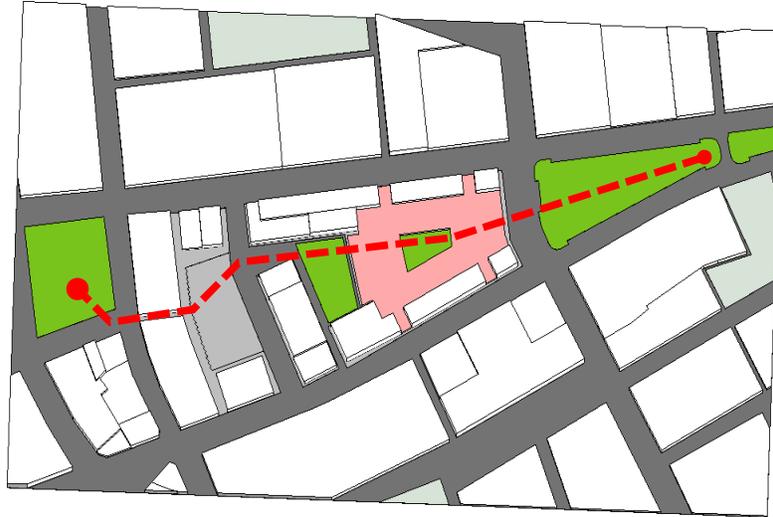


GRAFICO 17 Partido Arquitectónico-2

Fuente: Elaboración Propia

- Este Mercado cuenta con dos frentes: una que da hacia el boulevard y otro que da hacia la Av. Bolívar, pero como podemos ver esta visual esta obstruida por viviendas y su única visual que se puede rescatar es por medio del ingreso a algunas viviendas o locales comerciales que se encuentran en el interior de esta.

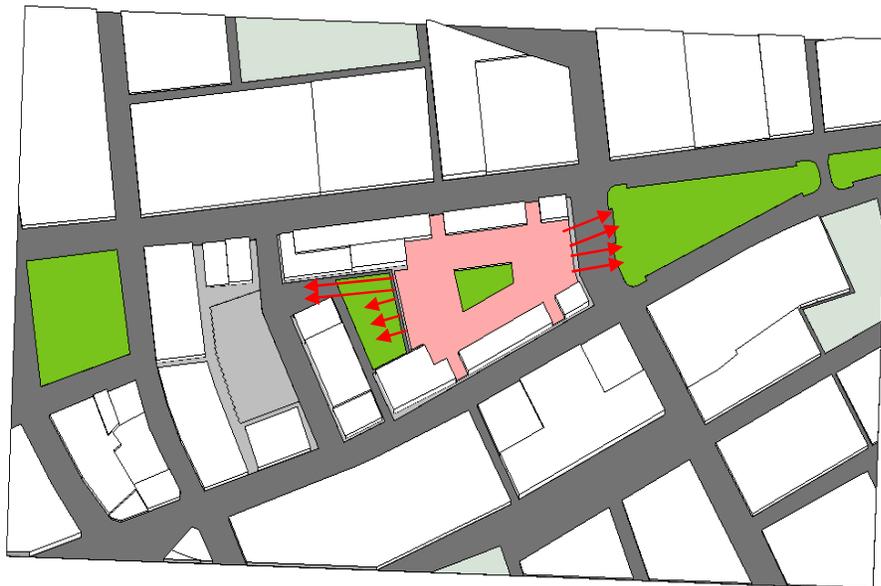


GRAFICO 18 Partido Arquitectónico-3

Fuente: Elaboración Propia

- El edificio tendrá 3 niveles en el cual el primer y segundo nivel será la parte comercial, y el 3° nivel será la parte administrativa + usos complementarios.

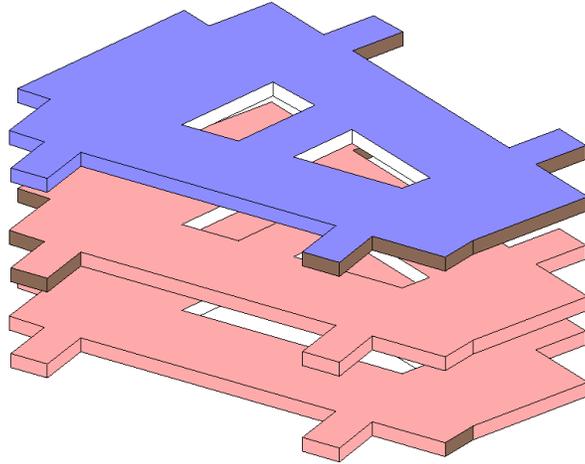


GRAFICO 19 Partido Arquitectónico-4

Fuente: Elaboración Propia

- Otro punto en tomar en cuenta es el grado de asoleamiento que tiene el distrito de Casma por el cual en el proyecto se pretende manejar un juego de techos para poder aprovechar o por medio de aberturas.

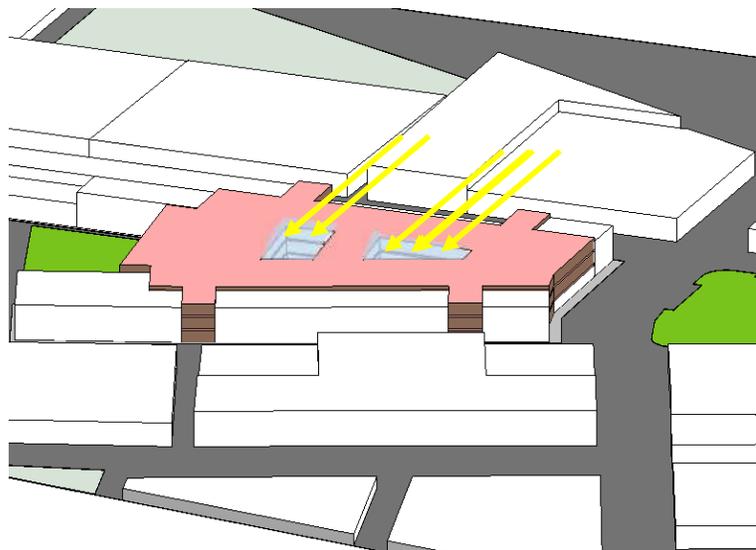


GRAFICO 20 Partido Arquitectónico-5

Fuente: Elaboración Propia

# **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

- Arnheim, R. (2005). *Arte y Percepción Visual*. Madrid: Alianza.
- Berroeta, T., Rodrigo, H., & Vidal, M. (2012). *Una propuesta Multimétodo para un abordaje transaccional del Espacio Público en la escala de Barrio*. Barcelona: Athenea Digital.
- Burdek, B. (1994). *Diseño*. España: Gustavo Gili.
- Cachay, R., & Rivera, A. (2015). *Peatonalización de calles comerciales*. Obtenido de Peatonalización de calles comerciales: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RMUjQfoo820J:www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2304/1/huam\\_an\\_m.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RMUjQfoo820J:www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2304/1/huam_an_m.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe)
- Cera, E. (2011). *Materialidad en Arquitectura*. Obtenido de Cera y Asociados: <http://cerayasociados.blogspot.com/2011/02/materialidad-en-arquitectura.htm>
- Charleson, A. (2007). *La estructura como arquitectura*. Barcelona: Reverte.
- Ching, F. D. (1984). *Arquitectura: Forma, Espacio y Orden*. México: Ediciones G. Gili, SA .
- Cotado, I. (2012). *La Arquitectura Comercial es un medio, no el fin*. Obtenido de IVANCOTADO: <https://ivancotado.es/arquitectura/arquitectura-comercial-vanidad-calidad/>
- De la Cruz, R. C. (2001). *Integración en la arquitectura*. Obtenido de Arqhys: <http://www.arqhys.com/construccion/integracion-arquitectura.html>
- Definista. (2011). *ConceptoDefinicion.DE*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Eco, H. (1973). *Introducción al estructuralismo*. España: Alianza.
- Fernanda, A. P. (2016).

- Fernández, B. T. (1989). *La Teoría General de Sistemas, Modelos Urbanos y Planificación*. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Filgueiras, B. (2013). Obtenido de [http://teses.ufrj.br/IPPUR\\_M/BeatrizSilveiraCastroFilgueiras.pdf](http://teses.ufrj.br/IPPUR_M/BeatrizSilveiraCastroFilgueiras.pdf)
- Frampton, E. (1965). *Estudios sobre Cultura Tectónica*. Madrid: Akal.
- Garcá, J. (1980). *La Arquitectura en el Virreynato y la Republica*. Lima: Juan Mejia Baca.
- Garcia, C. L. (s.f.). *El Mercado de barrio hace ciudad*. Obtenido de Urbano: [www.urbano.org.pe/.../El%20Mercado%20de%20barrio%20hace%20ciudad](http://www.urbano.org.pe/.../El%20Mercado%20de%20barrio%20hace%20ciudad)
- Garland, L. M. (2003). *Diseño Arquitectónico*. Perú: El Comercio S.A.
- Geographic, N. (2002). 15-16.
- KENNETH, F. (1997). *Estudios sobre cultura tectónica*. Madrid: Akal.
- Kurniawati, W. (2011). *El espacio público para las personas marginales*. Obtenido de Procedia: Ciencias del comportamiento.: <http://search.proquest.com/pqcentral/docview/376922580/abstract/13DE9AE5B65633D4D21/2?a>
- Leonardo, G. (2003). *Manual Elemental de Servicios municipales. AMUNICe INIFOM.*, 20.
- Morales, J. R. (1984). *ARQUITECTONICA*. Santiago de Chile: San Francisco 454.
- Mynor, L. C. (1988). *Arquitectura de Mercados de altiplano Occidental de Guatemala*. Guatemala.
- Norberg Schulz, C. (s.f.). *Existencia, espacio y arquitectura*.
- Oscar, V. B. (2017). *Reglamento nacional de edificaciones*. Lima, Peru: Oscar Vasquez SAC.

- Pereira, A. F. (2016). *Tesis : Nuevo Mercado Minorista en la ciudad de Ilo.* Obtenido de Repositorio Academico: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/621203/5/Cybertesis+Fernanda+Armas.pdf>
- *Plan Maestro y Estudio de prefactibilidad de mercados minoristas.* (1998).
- Roberto, F. R. (2000). *Alternativas estrategicas para los Mercados Minoristas Tradicionales.* Obtenido de Mercasa: [http://www.mercasa.es/files/multimedios/1309182687\\_DYC\\_1999\\_49\\_41\\_57.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1309182687_DYC_1999_49_41_57.pdf)
- SEDUMA. (2012). *Seduma secretaria de desarrollo urbano y medio ambiente.* Obtenido de <http://www.seduma.yucatan.gob.mx/desarrollo-urbano/index.php>
- Vázquez, G. C. (2009). *Revitalización de centros históricos. Construir en lo construido.* Mexico: Centro cultural de España.
- Yague, J. M. (2010). *Revitalizacion vs Rehabilitacion.* Valencia: IE Universidad.
- Yurimar, Y. H. (2015). *La comunicacion para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado Santa Rosa de Chorillos.* Obtenido de REPOSITORIO: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xUAYf5VXdD4J:tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6124/YARANGA\\_HERNANDEZ\\_YAMILE\\_MERCADOS\\_POPULARES.pdf%3Fsequence%3D1+%&cd=10&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xUAYf5VXdD4J:tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6124/YARANGA_HERNANDEZ_YAMILE_MERCADOS_POPULARES.pdf%3Fsequence%3D1+%&cd=10&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe)

# ANEXOS

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES

Reciba usted mi cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación al aportar datos mediante las preguntas del presente cuestionario, a través del cual me permitirá analizar mi Tesina cuyo título es: “ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**Encuestador:** Rodríguez Casana Efraín

**Fecha:**

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una “X” la alternativa correcta (solo una):

### I. DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL

**1. ¿Cuál es el tipo de venta que usted realiza?**

- a) Al por mayor
- b) Al por menor
- c) Ambas

**2. ¿Dónde realizan la Carga y Descarga de sus productos?**

- a) Tengo un lugar propio.
- b) Utilizan un área de las vías de tránsito
- c) Utilizan el área de estacionamiento del mercado.
- d) El mercado cuenta con un área de C y D.

**3. ¿Cómo abastece su puesto de ventas?**

- a) En camión
- b) En triciclo
- c) En carreta
- d) Otro

**4. ¿Cómo es la conservación de sus productos?**

- a) Por congelación
- b) Por Cajas
- c) Por costales
- d) Por empaquetado(bolsas)

**5. ¿Cómo eliminan la basura de su puesto?**

- a) Le deja en la calle.
- b) Le deja afuera de su puesto
- c) Los recolectores municipales recogen la basura del interior del mercado

**6. ¿El área de su puesto es cómodo para realizar sus ventas?**

- a) Muy cómodo
- b) Bastante Cómodo
- c) Poco cómodo
- d) Nada cómodo

**7. ¿Cuántas personas al día llegan a su puesto?**

- a) 10-20
- b) 20-30
- c) 30-40
- d) 40 a más

**8. ¿Por qué opto por ubicarse en este Mercado?**

- a) Cercanía a la vivienda
- b) Mejor infraestructura y servicios
- c) Por obligación / Reubicación
- d) Por una buena ubicación

**9. ¿Cómo calificaría el estado de infraestructura (piso, paredes y techos) que cuenta el mercado?**

- a) Muy buen estado
- b) Buen estado
- c) Regular estado
- d) Mal Estado

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

Reciba usted mi cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación al aportar datos mediante las preguntas del presente cuestionario, a través del cual me permitirá analizar mi Tesina cuyo título es: "ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"

**Encuestador:** Rodríguez Casana Efraín

**Fecha:**

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una "X" la alternativa correcta (solo una):

### II. DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL

1. **¿Cada cuánto tiempo realiza sus compras?**
  - a) A Diario
  - b) Semanal
  - c) Quincenal
  - d) Mensual
2. **¿Cuál es el tipo de compra que usted realiza?**
  - a) Al por mayor
  - b) Al por menor
  - c) Ambas
3. **¿Usted realiza sus compras acompañado de un familiar?**
  - a) Siempre
  - b) Casi Siempre
  - c) Algunas veces
  - d) Nunca
4. **¿Les gustaría que los Mercados que usted visita tuvieran áreas verdes o algún área para sentarse?**
  - a) Me gustaría mucho
  - b) Me gustaría
  - c) No me gustaría
  - d) No me gustaría nada
5. **¿Cuál de estos aspectos es el que más le incomoda al momento de realizar sus compras?**
  - a) Los pasillos son muy angostos
  - b) El ruido generado dentro y fuera del mercado.
  - c) La basura dentro de los mercados
  - d) El calor que se genera dentro del mercado
6. **¿Le genera seguridad la infraestructura (techos, paredes y pisos) de los Mercados que usted visita?**
  - a) Mucha Seguridad
  - b) Bastante Seguridad
  - c) Poca Seguridad
  - d) Nada de Seguridad
7. **¿Usted encuentra tráfico en los Mercados que visita?**
  - a) Mucho tráfico
  - b) Bastante tráfico
  - c) Poca tráfico
  - d) Nada de tráfico
8. **¿Los puestos comerciales que usted visita se encuentran en un buen estado de infraestructura?**
  - a) Muy buen estado
  - b) Buen estado
  - c) Regular estado
  - d) Mal estado
9. **¿Encuentra basura dentro y fuera de los mercados que usted visita?**
  - a) Mucha basura
  - b) Bastante basura
  - c) Poca Basura
  - d) Nada de Basura

## ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRIGENTE DEL MERCADO

Reciba usted mi cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación al aportar datos mediante las preguntas del presente cuestionario, a través del cual me permitirá analizar mi Tesina cuyo título es: "ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"

**Cargo:**

**Fecha:**

### I. PREGUNTAS:

1. ¿De qué manera abastecen sus productos los comerciantes de este mercado según el producto que ofrecen?
2. ¿Cuentan con un sistema de limpieza particular o del estado? ¿Cómo es el recojo?
3. ¿Cree usted que las condiciones de la infraestructura en que se encuentra el Mercado genera seguridad a sus comerciantes y a sus clientes? ¿Por qué?
4. ¿Cómo esta sectorizado el mercado según el tipo de producto que ofrecen? ¿Por qué se encuentra así?

---

MODERADOR

---

ENTREVISTADO

ENTREVISTA	MERCADO MODELO	MERCADO LA INDEPENDENCIA	MERCADO EL PALMO	MERCADO LA PARADA SAN MARTÍN
¿De qué manera abastecen sus productos los comerciantes de este mercado según el producto que ofrecen?	La mayoría de los comerciantes suelen abastecer su puesto de ventas con carretas o muchas veces los mismas personas que traen el producto suelen abastecer el puesto para el que están descargando , estas personas descargan sus productos en el exterior del mercado ya que el área de descarga del mercado es muy pequeña	Los buses suelen estacionarse en la vías de tránsito ya de la prolg.La libertad ya que este lugar no cuenta con un área para él la carga y descarga , y suelen abastecer mediante triciclos, carretas, o algunas veces por camión.	No cuenta con un área de carga y descarga de los productos que traen por lo que algunos trabajadores suelen traer ellos mismos los productos desde otros puntos de venta por medio de una moto taxi y abastecen su puesto por triciclos o carretas	Suelen estacionarse invadiendo las vías de tránsito y peatonales para la descarga y también como otros mercados usan el triciclo o carreta para abastecer sus puestos de ventas
¿Cuentan con un sistema de limpieza particular o del estado? ¿Cómo es el recojo?	La limpieza lo realizan los trabajadores municipales y ellos mismos recolectan la basura del interior del mercado	No contamos con ningún tipo de sistema de limpieza, por lo general las personas suelen dejar su basura fuera de sus puestos o lo dejan en las esquinas o postes pero algunos si recolectan su	Suelen dejar la basura en cerca de los postes de luz al exterior del mercado, pero los recolectores municipales suelen recogerlas en las noches .	Los recolectores municipales no llegan a la hora de limpieza del mercado por lo que suelen dejarlo en las calles, en las noches lo recoge.
¿Cree usted que las condiciones de la infraestructura en que se encuentra el Mercado genera seguridad a sus comerciantes y a sus clientes?	La infraestructura es precaria y algunas paredes se están desmoronando por lo que es un peligro para los comerciantes y consumidores.	Este mercado no causa seguridad por los materiales son inflamables y peligrosos por lo que no se encuentran seguros de algún accidente o tragedia que pueda suceder ya que algunas redes eléctricas tampoco se encuentran n buen estado y puede causar algún incendio	Este mercado al igual que la independencia son de material inflamable y cualquier accidente eléctrico o incendio podría ocasionar alguna tragedia.	Este mercado tienen dos tipos de materiales :material noble que se encuentra en malas condiciones y el material recuperable que también es un material inflamable y peligroso para los consumidores como para los mismos
¿Cómo esta sectorizado el mercado según el tipo de producto que ofrecen? ¿Por qué se encuentra así?	Este mercado fue planificado y fue sectorizado pero con el pasar del tiempo se a desordenado por nuevos comerciantes que no se han ordenado según la zona en la que debería estar.	Los puestos comerciales se encuentran desordenados ya que no hubo un planeamiento para la creación de estos mercados y el aumento de comerciantes ha hecho que esto siga creciendo de una manera desordenada.		

Yo, Juan César Israel Romero Álamo, docente de la Facultad de arquitectura y Escuela Profesional de arquitectura de la Universidad César Vallejo Chimbote, revisor (a) de la tesis titulada:

“Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial”, del estudiante Rodriguez Casana Efrain, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Nuevo Chimbote, 30 de abril del 2018



Firma

Arq. Juan César Israel Romero Álamo

DNI: 45627561



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

**ARQUITECTURA**

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**RODRIGUEZ CASANA EFRAIN**

INFORME TÍTULADO:

**“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

**ARQUITECTO**

SUSTENTADO EN FECHA: **08 DE FEBRERO DEL 2019**

NOTA O MENCIÓN: **18.00**

 *[Handwritten Signature]*  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Rodríguez Casana Efrain  
D.N.I. : 48145704  
Domicilio : Asent.H. 2 de mayo mz. G1Lt.1A  
Teléfono : Fijo : 043 238535 Móvil : 974079359  
E-mail : rodriguez.c25@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Arquitectura  
Escuela : Arquitectura  
Carrera : Arquitectura  
Título : Arquitecto

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....  
Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

Título de la tesis:

Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma  
para la mejora de su dinámica urbana y comercial.

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :  .....

Fecha : .....

## 4.2. Discusión de Resultados

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### OBJETVO ESPECIFICO 1

**Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.**

Las características físicas, espaciales y funcionales de los mercados del Distrito de Casma no cumplen con el reglamento establecido en cada uno de estos puntos, ya que estos mercados no han tenido una creación a base de un reglamento si no fue construido por su propio criterio de los comerciantes; excepto el Mercado Modelo el cual si fue planificado por la municipalidad de la Provincia de Casma en el cual se trató de cumplir con las normas reglamentarias que exige el reglamento nacional de Edificaciones para un Mercado de abastos.

#### • Características Físicas:

Este punto es de mucha importancia, porque se ha identificado por medio de las fichas de observación que los mercados de abastos del Distrito de Casma se encuentran en un estado físico de conservación Malo como es el caso de los Mercados La independencia, El Palmo y La Parada San Martín, dado a que estos se encuentran con un material que no es apto para un mercado y el Mercado Modelo se encuentra en un estado Regular dado a que está construido de material noble, pero esta construcción es precaria y no se ha tenido ningún tipo de mantenimiento a este mercado.

Según la teoría de Cera (2011) que aquello que le da vida o permanencia y sustentabilidad a una entidad es el material, ya que esta también le da una imagen agradable a la ciudad.

Según Norman (2004), el diseño atractivo de las cosas funciona mejor, siendo la arquitectura comercial el punto a tractor de clientes, que debe lograr a través del diseño emocional y comercializador. Sim embargo los mercados en el distrito de Casma, no cumplen con lo antes mencionados, según las fichas y complementadas con las entrevistas

realizadas, son estas que presentan más problemas en cuanto a su arquitectura, sin un diseño que aporte a la imagen urbana, trabajando de manera informal e independiente, sin un plan integrador que resulte para la mejora de la zona donde se ubican, creando un caos vehicular y peatonal, debido a la conexión directa entre el exterior y el interior, sumado el comercio ambulancia presente en las veredas.

• **Características Espaciales:**

Según los datos recopiladores sobre la variedad de usos en los espacios interiores y exteriores de los mercados, estos usos influyen en estos espacios ya que ayudan a dinamizar el espacio de los mercados, por lo cual es importante que se incorpore a la variedad de zonas que tiene un mercado, un espacio público o social.

Según la teoría de Bentley (1999) un espacio público que presenta diferentes usos importantes va a lograr la mayor concurrencia de las personas ya que estas encontrarán una variedad de opciones donde puedan realizar sus actividades.

De la misma manera para que los mercados tengan una mejor atracción hacia las personas y sean más frecuentados, necesitan de espacios agradables donde las personas puedan interactuar e compartir de sus ideas y culturas. Ya que dinamizan y dan vitalidad a un mercado de abastos. Conforme a la teoría de Pérez (2002) los espacios públicos dan una mejor vitalidad a un entorno cercano, ya que las funciones y actividades que se da en ellos influyen a incrementar su tiempo de uso la mayor parte del día.

Así mismo, de acuerdo a las fichas de observación realizadas, los espacios donde las personas realizan sus relaciones sociales dentro de los mercados deben ser confortables; además otro aspecto importante es la escala ya que el usuario podrá transitar libremente de un lugar a otro y sentirse en confort. Según la teoría de Villagrán (1988) las dimensiones (antropometría) son importantes para mantener la vitalidad en el espacio, ya que el ser humano va a poder habitar y circular en el

sin dificultad, además dichos lugares, deben estar en relación con las actividades que van a realizar los ciudadanos.

Otro punto importante es la espacialidad con la que cuenta los puestos comerciales de los mercados, ya que según los datos obtenidos mediante la encuesta y las fichas de observación algunos de estos puestos no son cómodos, ya que esto se debe por la altura o el área. Según la Norma A.070 Comercio, nos dice que estos puestos deben tener una medida mínima reglamentaria la cual les proporciona una calidad espacial y funcional.

• **Características Funcionales:**

Según la norma A.070 Comercio, el mercado tienen que contar con una zona húmeda, zona semi húmeda, zona seca y que los puestos deberán organizarse por sectores según sea el producto de venta (carnes y lácteos, frutas y verduras, ropa, et) para que este sea un espacio más ordenado y facilite su funcionamiento.

Sin embargo, de acuerdo a los datos obtenidos mediante las fichas de observación y las entrevistas realizadas, estas no respetan con lo antes mencionados por lo que se ocasiona un desorden interior de los puestos generando así una molestia por algunos comerciantes por las pocas ingresos económicos que estos tienen, ya que se encuentran distanciados de otros puestos de ventas dedicados al mismo rubro, esto se da ya que los consumidores suelen comprar en un sector donde se genera la mayor actividad de comercio.

## **OBJETVO ESPECIFICO 2**

**Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.**

### **•Dinámica Urbana.**

Según Filgueiras (2006), la dinámica urbana se da a través de la vida cotidiana en una urbe, lo considera como un sistema donde se interactúan tres elementos básicos que es la industria, la población y la vivienda, ya que por medio de este se genera un equilibrio urbano. De acuerdo a los datos obtenidos por medio de las encuestas nos damos cuenta que en los mercados de abastos del distrito de Casma se genera una dinámica urbana fluida tanto que los fines de semana se genera un caos vehicular y peatonal cerca a estos centros de abastos, está también afecta algún espacio público, ya que algunos comerciantes se apoderan de esta área para poder volverla un punto más de comercio, dejando así de lado la recreación e identidad y espacio donde se genera un encuentro ciudadano.

Las utilizaciones de los espacios públicos generan conflictos con los vecinos y los usuarios del distrito. También se dan, entre otros problemas como la dificultad de acceso algunas viviendas y en general un deterioro significativo en la zona donde se instale la actividad comercial.

### **•Dinámica Comercial**

El comercio minorista, se convierte en un potencial de desarrollo local cuando los comerciantes adquieren la capacidad de acumular recursos para reinvertirlos en las mejoras de sus negocios, generando diversas articulaciones al interior del sector, constituyéndose en polos de desarrollo en distintos puntos de la ciudad. Sin embargo, son muchos los retos que deben superar los comerciantes ya que en primer lugar deberían modernizarse para hacerle frente a la enorme competencia de productos y servicios de grandes cadenas empresariales, que operan principalmente con capitales externos. Por medio de las encuestas y entrevistas podemos saber que algunas personas del distrito de Casma suelen viajar a otros distritos como es la ciudad de Chimbote ya que no encuentran productos o cosas modernas dentro del distrito de Casma.

### **OBJETVO ESPECIFICO 3**

#### **Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.**

Los mercados de abastos logran tener en su mayoría grandes impactos positivos y negativos en sus zonas, así como en sus ciudades la lógica del mercado y la potencialidad de los espacios centrales, esta jerarquía comercial se encuentra ligada totalmente ligada al orden urbano, coincidiendo las áreas centrales de la ciudad con las principales áreas comerciales, definidas tanto por el número de establecimientos como por significado y valor dentro del área espacial de referencia.

Según Tamayo (2012) La inclusión social significa integrar a la vida comunitaria a todos los miembros de la sociedad independientemente de su origen, de su actividad, de su condición socio-económica o de su pensamiento. Esto se refiere al momento en que la materia en este caso los mercados generan una alteración en características del elemento puesto con su entorno esto se refiere a como el equipamiento afecta a la zona y a su población en distintos a ámbitos, se genera un impacto tanto para los pobladores de la zona, pero también a la imagen urbana que esté representa como un gran modo de la ciudad.

Según Aldo Rosi (1992). La arquitectura es el punto fundamental para una correcta lectura e interpretación de la ciudad, siendo el urbanismo el estudio de estas, donde busca valorizar las ciudades buscando en la memoria colectiva de sus ciudadanos, elementos históricos para crear monumentos y un valor único a cada ciudad. Los mercados de abasto que se estudiaron a través de unas fichas de observación, encuesta y entrevista nos da a conocer de qué manera este equipamiento en la ciudad y en la zona, arroja un gran flujo e intercambio económico en a su manera creando construcciones altas netamente de comercio dando una imagen nueva a la ciudad.

Según Yagüe (2010) uno de los puntos importantes es la revitalización ya que es un instrumento global para recuperar una ciudad ya que involucra aspectos urbanos, sociales y económicos, abogando por la sostenibilidad, la defensa de la ciudad compacta, la mejora de las condiciones de

habitabilidad y la identidad de los vecinos con su barrio y su ciudad. Lo que llegamos a determinar es como los mercados hacen permanecer viva en las zonas donde se encuentran ubicados ayudando al abastecimiento de la gente y crea una imagen positiva, y a la vez negativa en menores aspectos perjudicando a la ciudad en aspectos como la imagen urbana que generan o problemas como la acumulación de basura que estos mercados generan o el congestionamiento vehicular que estas ocasionan.

Además, por medio de las fichas de observación nos damos cuenta que algunos Mercados fueron acertados por la ubicación, como vemos el Mercado Modelo se encuentra cerca las vías importantes consolidándose así por muchos años uno de los mayores abastecedores del distrito de Casma y con un número de visitas diarias muy altas así como el Mercado San Martín y El Mercado la independencia , así mismo por medio de la entrevista sabemos que el Mercado El Palmo ha disminuido sus ventas por los proyectos municipales (pistas y veredas) que se generan alrededor de estas.

Por lo cual estos mercados son muy importantes para el distrito pero que no aportan mucho en cuanto una imagen a la ciudad porque no tiene una arquitectura atractiva.

En resumen, se entiende que los mercados de abastos de esta magnitud afectan considerablemente a su población cercana, este equipamiento crea una nueva economía que potencia la ciudad como a los pobladores dando mayores puestos trabajos, pero a su vez crea unos puntos en contra siendo los principales problemas la basura, el comercio ambulatorio entre otros. Perjudicando a la población que ve a su alrededor por lo cual es importante determinar a los lugares estratégicos de la ubicación de los mercados de abastos de nivel distrital para no afectar en gran magnitud a la población y traer mayores beneficios a la ciudad.

### 4.3. Conclusiones y Recomendaciones

<p>PREGUNTA DERIVADA 1</p>	<p>¿Cuáles son las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma?</p>	
<p>OBJETIVO ESPECIFICO 1</p>	<p>Describir las características físicas, espaciales y funcionales con las que cuenta los mercados de abastos del distrito de Casma.</p>	
<p>HIPOTESIS</p>	<p>CONCLUSIONES</p>	<p>RECOMENDACIONES</p>
<p>Los mercados de abasto del distrito de Casma se encuentran actualmente en malas condiciones como son <b>Físicas</b> (Mala infraestructura), <b>Espaciales</b> (Las áreas inadecuadas de los puestos comerciales y el ancho antirreglamentario por la cual transcurren las personas dentro del mercado) y <b>Funcionales</b> (La mala circulación y mal abastecimiento que se realizan en los mercados)</p>	<p>• El estado físico en que se encuentran los mercados es MALO debido a que están construido con materiales (material recuperable e inflamable) que no son aptos para un mercado y que dan una mala imagen a la ciudad.</p> <p>• Los puestos comerciales no cuentan con el área lo cual causa incomodidad en algunos comerciantes y también los materiales con los que está construido el puesto no son aptos para el tipo de producto que ofrecen</p> <p>• Los puestos comerciales dentro de los mercados no se encuentran sectorizados (zona húmeda, semi húmeda y zona seca), y la circulación que se encuentra en estos mercados son malos.</p> <p>• Se concluye en que estos mercados de abastos del distrito no tienen áreas apropiadas para el abastecimiento de sus productos y que también no cuentan con un área de almacenamiento y conservación de sus productos</p>	<p>• Se recomienda tener un mercado donde se reubiquen a esos comerciantes que invaden las vías públicas, donde todos los puestos de ventas se encuentren bien implementados.</p> <p>• Se sugiere buscar la comodidad de los usuarios(consumidores-comerciantes) para crear ambientes y puestos de ventas con características físicas y espaciales adecuadas.</p>

PREGUNTA DERIVADA 2	¿Cómo un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad?	
OBJETIVO ESPECIFICO 2	Evaluar como un mercado de abastos puede mejorar la dinámica urbana y comercial de una ciudad.	
<p data-bbox="438 1638 470 1795"><b>HIPOTESIS</b></p> <p data-bbox="649 1533 1112 1900">Los mercados de abastos no cuentan con espacios adecuados para el esparcimiento de las personas como dentro y fuera de estos mercados ya que estas áreas son invadidas por comerciantes informales lo cual genera un caos comercial y urbano.</p>	<p data-bbox="438 1008 470 1249"><b>CONCLUSIONES</b></p> <ul data-bbox="479 735 1274 1522" style="list-style-type: none"> <li>• Se concluye que hoy en día los mercados de abastos no cuentan con espacios públicos en el interior de estas y el exterior, donde las personas puedan interactuar, ya que sus espacios exteriores e interiores se encuentran invadidos por la venta ambulatoria.</li> <li>• Se identificó que hay suficiente concentración de usuarios alrededor de los mercados debido a que hay un comercio ambulatorio o puestos comerciales que se abren alrededor de estas y también notamos que se encuentra ubicado cerca de equipamientos urbanos a los cuales le genera problemas ambientales y también le brinda una mala imagen.</li> <li>• Los mercados tienen mucho impacto positivo en la parte económica y negativo en la parte de imagen que esta da hacia la ciudad, dado también por lo que algunos puesto que están instalados afuera de los mercados invadiendo las zonas públicas, lo cual hace que se ocasiona un caos poblacional y comercial.</li> </ul>	<p data-bbox="438 304 470 598"><b>RECOMENDACIONES</b></p> <ul data-bbox="479 178 1031 714" style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda que los mercados cuenten con una zona publica atractiva para que los habitantes permanezcan más tiempo, puedan relacionarse e interactuar.</li> <li>• Se recomienda tener un estricto control de la administración y autoridades municipales de los mercados para no permitir la colocación de puestos de ventas en las afueras de los mercados y cause problemas de congestionamiento vehicular y peatonal.</li> </ul>

<b>PREGUNTA DERIVADA 3</b>	¿Cuál es el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma?	
<b>OBJETIVO ESPECIFICO 3</b>	Interpretar el impacto que ha generado la formación de estos mercados de abastos en el distrito de Casma.	
<b>HIPOTESIS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>
Estos mercados del distrito de Casma han generado contaminación ambiental, congestión vehicular (falta de estacionamientos estratégicos), peatonal y caos poblacional por la mala gestión y distribución de estos mercados dentro de la ciudad y el no contar con áreas de estacionamiento para poder abastecer sus productos lo cual causa un disturbio entorno a este.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se concluye que por la falta de un área de estacionamiento vehicular en los mercados y por la falta de una zona de carga y descarga, lleva a que lo vehículos de transporte se estacionen en las afueras de estos invadiendo las zonas públicas o interfiriendo en la vía vehicular generando un congestionamiento ocasionando así un caos poblacional y comercial.</li> <li>• Estos mercados se convierten en hitos de la ciudad según su importancia debido a su masiva concentración de consumidores y comerciantes logrando de esta manera una nueva imagen hacia la ciudad debido a la dinámica urbana.</li> <li>• Se genera problemas por la mala ubicación de estos equipamientos metropolitanos que en el caso del mercado La Independencia que ha causado un congestionamiento en toda la zona en la que se ubica dado a que invade una vía vehicular, y que cada vez esta va a creciendo generando problemas urbanos del distrito de Casma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se sugiere crear estrategias para poder controlar grandes problemas de desorden, basura e inseguridad ciudadana.</li> <li>• Se recomiendan que los mercados deben contar con un área reglamentaria para poder abastecer sus productos con normalidad y con un área de estacionamiento.</li> <li>• Se sugiere tener un plan donde se debe ubicar un mercado de abastos sabiendo el impacto que genere en la ciudad.</li> </ul>

PREGUNTA GENERAL	¿Qué problemas arquitectónicos tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial en la ciudad?	
OBJETIVO GENERAL	Analizar los problemas arquitectónicos que tienen los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de la dinámica urbana y comercial de la ciudad.	
<b>HIPOTESIS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>
<p>Los mercados de abastos del distrito de Casma no son suficientemente adecuados para el uso comercial ya que están no cumplen con las necesidades actuales y futuras para el consumidor como también para el distribuidor; estas no cuentan con espacios adecuados para el esparcimiento de las personas .</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los mercados de abastos del distrito de Casma no cumplen con los requisitos reglamentarios.</li> <li>• Los puestos comerciales de los mercados (El Palmo, La independencia y La Parada San Martín) no cumplen con los requisitos reglamentario (función y circulación.), y la infraestructura no es la adecuada debido al rubro que se dedican (frutas, carnes, peces, comida, etc.)</li> <li>• Se concluye que los mercados de abastos del distrito de Casma no cuentan con un área de carga y descarga por lo que generalmente suelen invadir las vías vehiculares, causando un caos poblacional.</li> <li>• Los mercados de abastos del distrito de Casma no cuentan con áreas públicas en el interior como en el exterior de su establecimiento, ya que estas áreas destinadas para la área publica son invadidas por otros comerciantes que no cuentan un puesto de ventas, por lo que no le hace un ambiente social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda realizar la construcción de un nuevo Mercado de Abastos donde se puedan ubicar a los comerciantes del Mercado la Parada San Martín, el Mercado la independencia y el Mercado el Palmo; realizando un proyecto moderno donde el diseño de los diferentes stands o puestos de venta que conformaran el mercado tengan todos los servicios; se buscara la comodidad de los usuarios (comerciantes y clientes) para crear ambientes y puestos de ventas con características físicas, espaciales y funcionales adecuada:</li> </ul>

	<p>donde se intercambian ideas , donde también puedes pasar un momento agradable en familia.</p>	<p><b>Físicas:</b> Con formas y materiales según el rubro al que está destinado, haciéndolas confortables y seguras respectivamente no olvidando los materiales que puedan soportar la magnitud del asolamiento en el distrito de Casma.</p> <p><b>Espacial:</b> Con dimensiones de acuerdo a la necesidad comercial de almacenamiento, exhibición venta de productos según los rubros y el área de venta.</p> <p><b>Funcional:</b> Con áreas reglamentarias según el rubro al cual está dirigido el puesto comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda que el mercado de abastos debe contar con espacios públicos en el interior como en el exterior para atracción de más usuarios y hacerlo no solo un área de compra y venta sino también un lugar donde las personas puedan interactuar.</li> </ul>
--	--	---

**V. FACTORES VINCULO ENTRE  
INVESTIGACIÓN Y  
PROPUESTA SOLUCIÓN  
(PROYECTO  
ARQUITECTÓNICO)**

## **5.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

### 5.1.1. Nombre del Proyecto Arquitectónico

- REMODELACIÓN DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CASMA

### 5.1.2. Tipología

- COMERCIO

### 5.1.3. Objetivos del Proyecto Arquitectónico

#### 5.1.3.1. Objetivo General

- Tener un mercado de abastos que cumpla con todos los requisitos reglamentarios, que garantice que la actividad comercial se desarrolle de forma ordenada y fluida como también ofrezca una mejor comodidad para el comerciante y al consumidor, así mismo con esto contribuir al desarrollo económico, al esparcimiento y ocio de los habitantes del Distrito de Casma.

#### 5.1.3.2. Objetivos Específicos

- Proveer de espacios arquitectónicos agradables que cumplan con los requerimientos funcionales y formales, así como satisfacer las principales necesidades de los usuarios tanto compradores como vendedores.
- Crear el diseño de una infraestructura estética y funcional adecuada para garantizar la actividad comercial.

### 5.1.4. Justificación del Proyecto Arquitectónico

#### 5.1.4.1. Por su correspondencia con la investigación

Este proyecto ayudara a un comercio ordenado, funcional respetando las normas y reglamentos que se investigaron para la realización de este informe de investigación, así mismo este proyecto ayudad a que no se genere problemas ambientales y congestionamiento vehicular y peatonal, como vemos hoy en día en el distrito de Casma por medio de las investigaciones realizadas en el distrito a los mercados de abastos.

#### 5.1.4.2. Por su aporte social

El proyecto busca ser un ícono de la ciudad, donde no solo se centrará la diversificación comercial, la justificación más importante es la de saber que el edificio brindará los aportes necesarios para la ciudad y los habitantes mediante espacios públicos carentes dentro del mercado de abastos.

#### 5.1.4.3. Por su aporte arquitectónico-urbanístico

En lo urbano el diseño aportará a la falta de espacios públicos que hay dentro de los mercados y fuera de ellos. Y en lo arquitectónico será un mercado funcional y espacial que cumplan con los requisitos reglamentarios dando una comodidad al comerciante como al consumidor.

## 5.2. DEFINICIÓN DEL USUARIO

### 5.2.1. Descripción general del usuario

El usuario principal en este mercado son las personas de la localidad y los comerciantes ya que ellos son los que le dan vida a un mercado, y también donde encontramos usuarios de todas las clases sociales, géneros, edades y grupos étnicos.

Este equipamiento puede asistir todo tipo de usuarios, sin discriminación ya que también el usuario cumple un rol importante dentro del funcionamiento del equipamiento y fuera de esta.

### 5.2.2. Alcance del Proyecto Arquitectónico / Radio de Influencia

El Proyecto influirá en todo el distrito del Distrito de Casma.

### 5.2.3. Tipos de Usuarios:

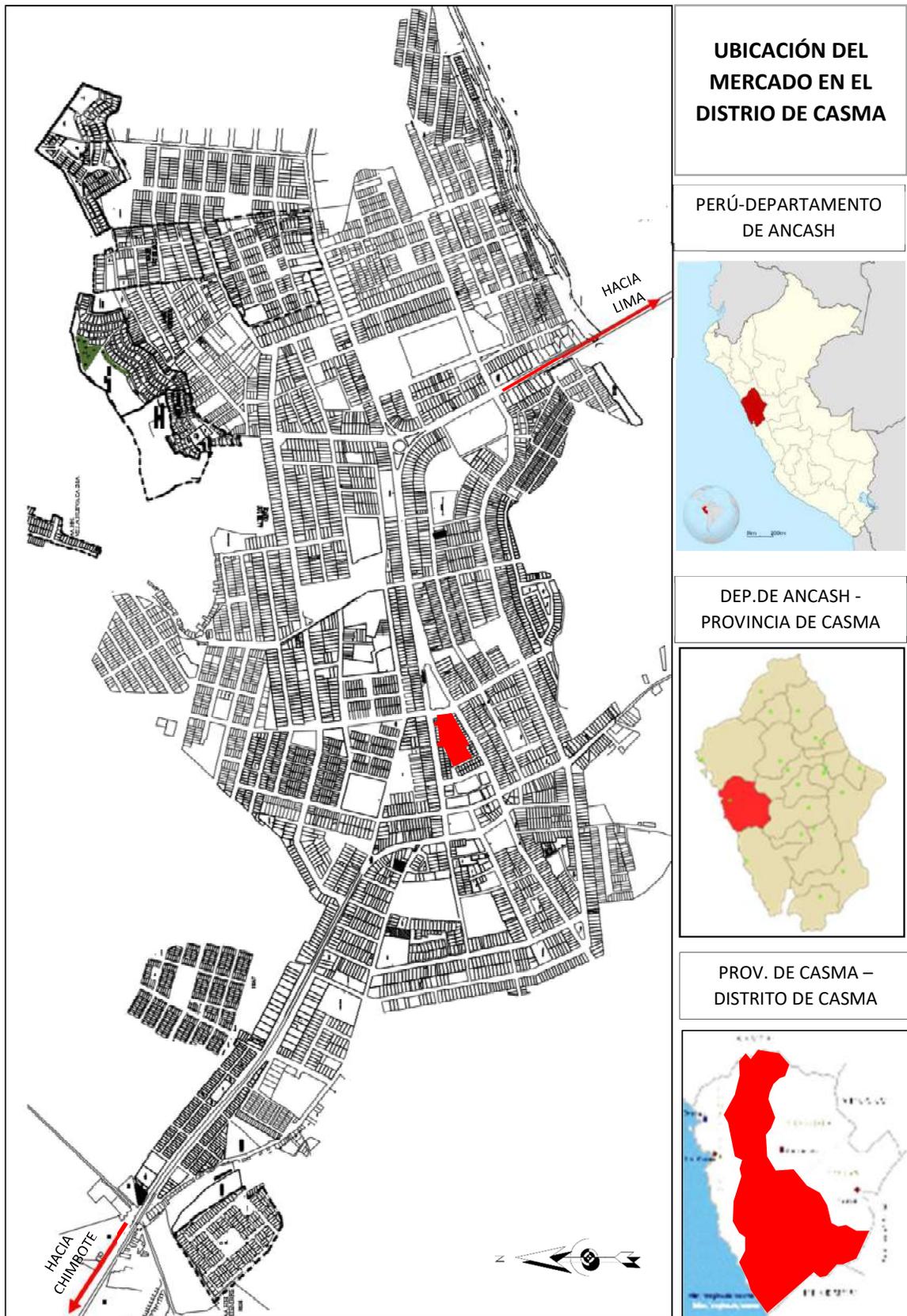
TIPO DE USUARIOS				
USUARIO	FRECUENCIA DE USO	EDAD	LUGAR DE PROCEDENCIA	HORARIO DE PERMANENCIA DEL LUGAR
Comerciantes	Permanente	27-50	Distrito de Casma y aledaños	12 horas
Personal de Mantenimiento	Permanente	18 - 40	Distrito de Casma	12 horas
Personal Administrativo	Permanente	21-50	Distrito de Casma	12 horas
Estibadores	Temporal	32-55	Distrito de Casma	Variable
Turistas	Temporal	Todas	Exterior del País	Variable
Compradores	Ama de casa	Temporal	Distrito de Casma y aledaños	Variable
	Chef	Temporal	Distrito de Casma	Variable
	Estudiantes de Cocina	Temporal	Distrito de Casma	Variable
	Niños	Temporal	Distrito de Casma	Variable
Proveedores	Temporal	18-30	Lugares aledaños	Variable
Personal de Seguridad	Permanente	22-35	Lugares aledaños	12 horas

### 5.2.4. Número de Usuarios:

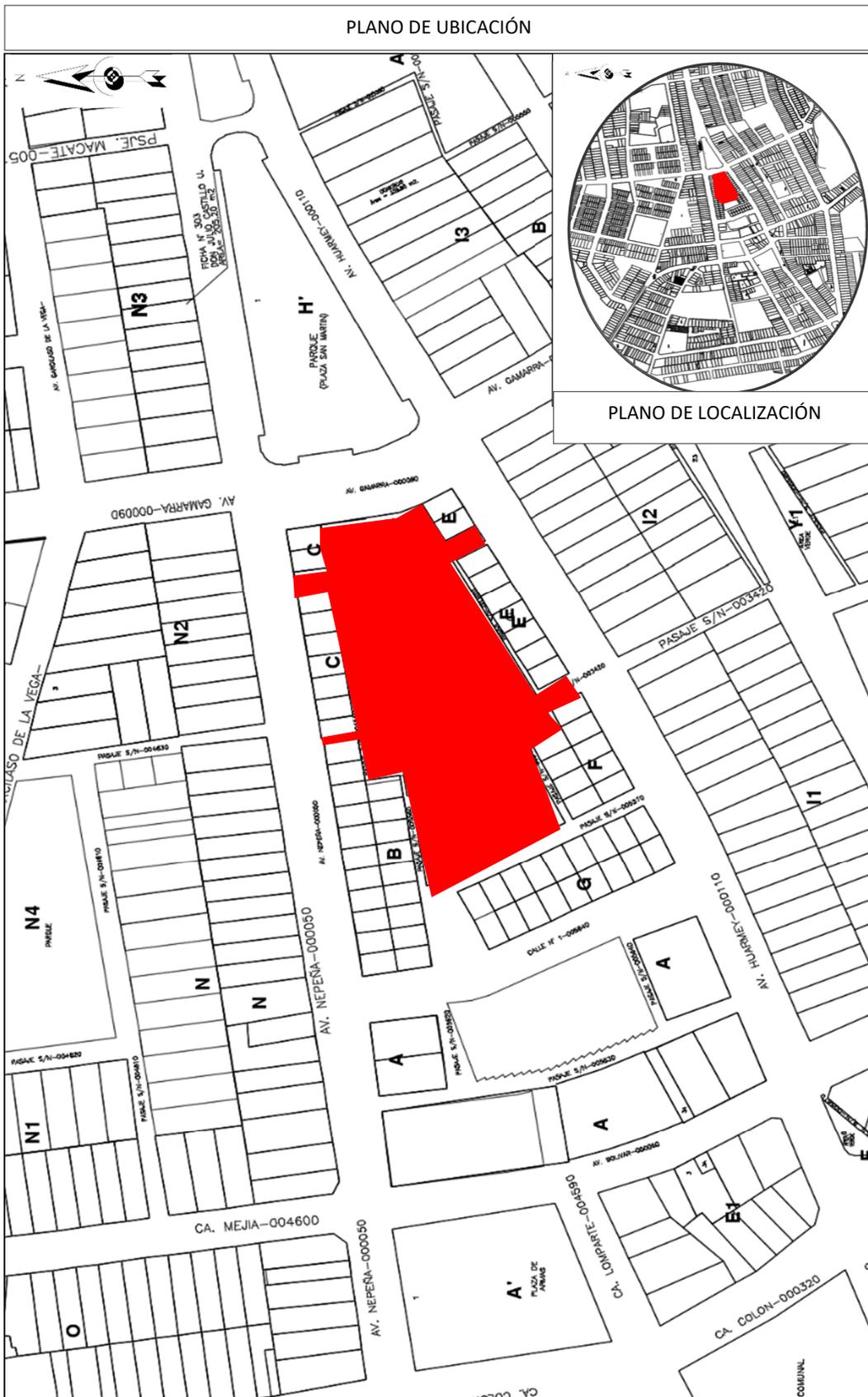
NÚMERO DE USUARIOS POR TIPO		
TIPO DE USUARIO		CANTIDAD
Comerciante		150
Personal	P.Mantenimiento	15
	P.Administrativo	15
	P.Seguridad	5
Compradores	Ama de Casa	100
	Chef	15
	Estudiantes de Cocina	30
	niños	30
Estibadores		20
Turistas		20
Proveedores		10

### 5.3. DEFINICIÓN DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN

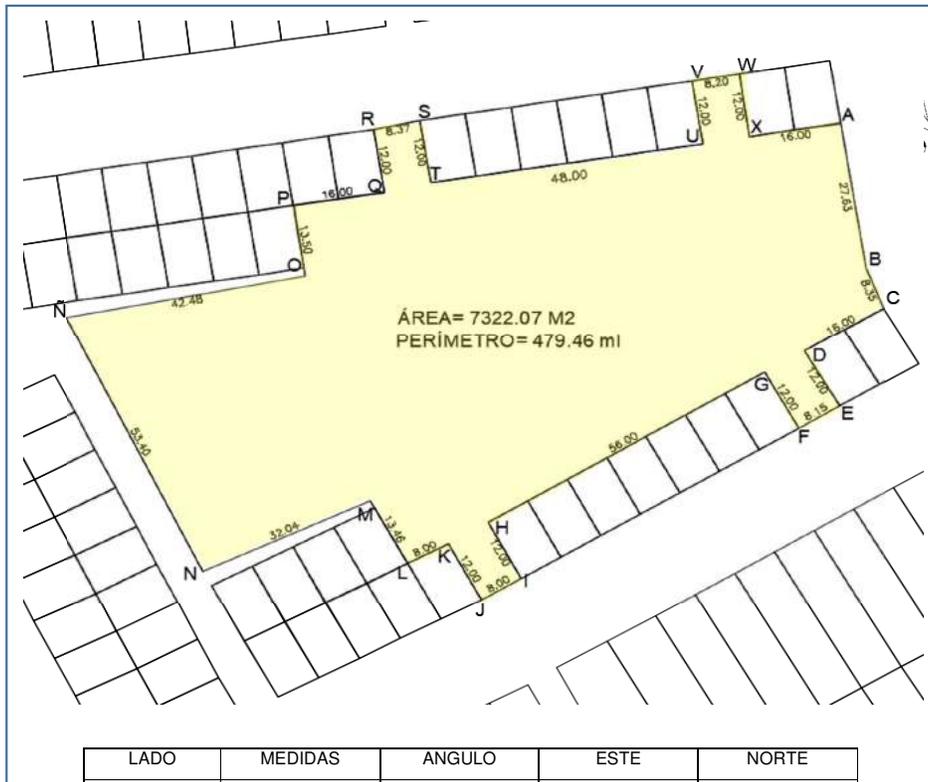
#### 5.3.1. Plano de Localización:



### 5.3.2. Plano de Ubicación



### 5.3.3. Plano Perimétrico:



LADO	MEDIDAS	ANGULO	ESTE	NORTE
A-B	27.63	75°	796741.7725	8954587.0758
B-C	8.35	75°	796741.7725	8954587.0758
C-D	16.00	75°	796741.7725	8954587.0758
D-E	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
E-F	8.15	75°	796741.7725	8954587.0758
F-G	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
G-H	56.00	75°	796741.7725	8954587.0758
H-I	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
I-J	8.00	75°	796741.7725	8954587.0758
J-K	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
K-L	8.00	75°	796741.7725	8954587.0758
L-M	13.46	75°	796741.7725	8954587.0758
M-N	32.04	75°	796741.7725	8954587.0758
N-N	53.40	75°	796741.7725	8954587.0758
N-O	42.40	75°	796741.7725	8954587.0758
O-P	13.50	75°	796741.7725	8954587.0758
P-Q	16.00	75°	796741.7725	8954587.0758
Q-R	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
R-S	8.37	75°	796741.7725	8954587.0758
S-T	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
T-U	48.00	75°	796741.7725	8954587.0758
U-V	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
V-W	8.20	75°	796741.7725	8954587.0758
W-X	12.00	75°	796741.7725	8954587.0758
X-A	16.00	75°	796741.7725	8954587.0758

### 5.3.5. Parámetros Urbanos del Área de Intervención

Zonificación	: <b>RDM</b>
Usos permitible y compatible	: <b>comercio intensivo.</b>
Coeficiente máximo de edificación	: <b>2.10</b>
Porcentaje mínimo de área libre:	: <b>No exigible para uso comercial</b>
Altura permisible	: <b>1.5 (via+retiro)</b>
Frente mínimo	: <b>Según proyecto.</b>
Área de lote normativo	: <b>Según proyecto.</b>
Densidad neta	: <b>1 300 Hab/ HA</b>
Índice de espacios de estacionamiento:	: <b>1@ 75m2.</b>

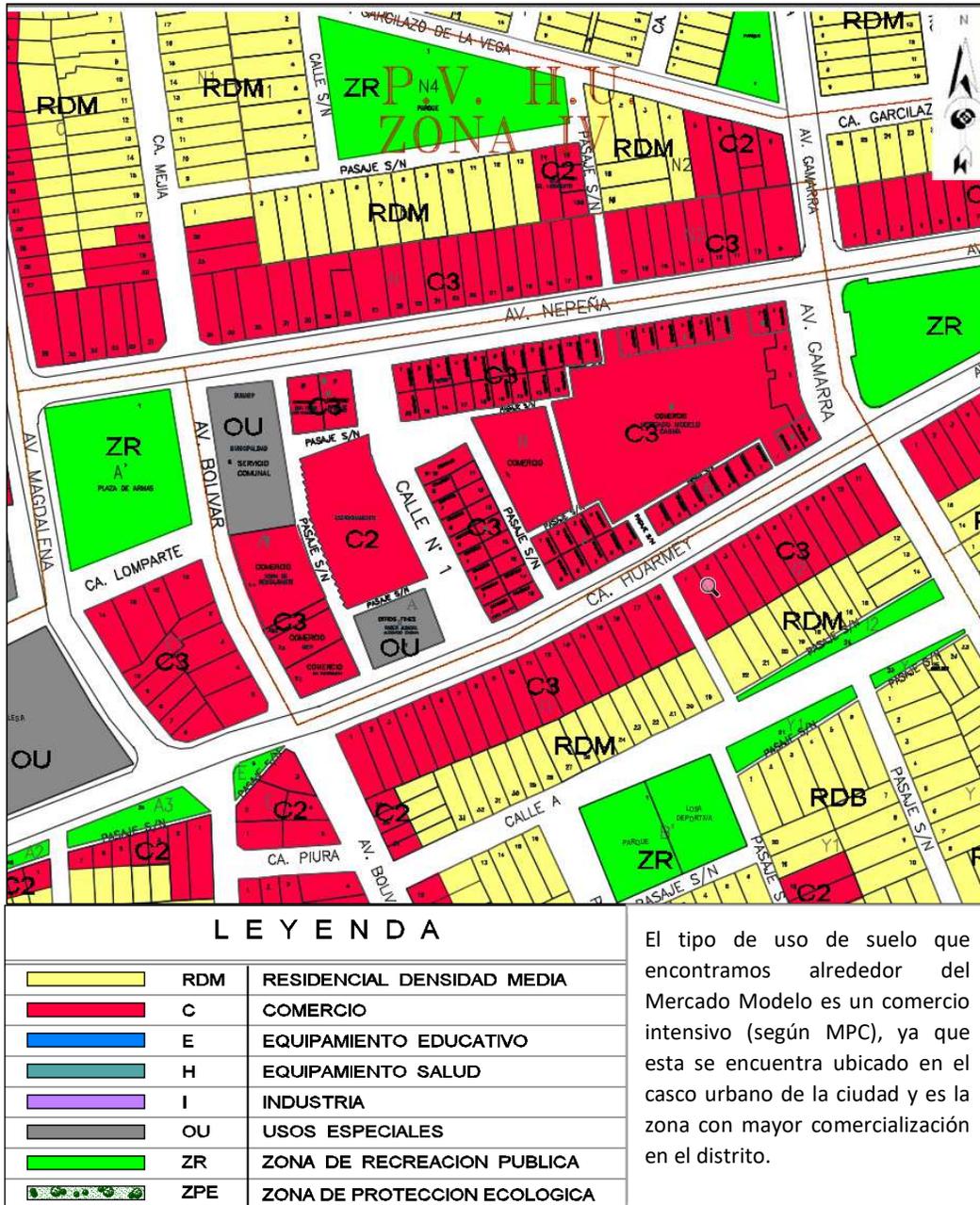
\*NO SE PERMITE VOLADIZOS FUERA DE LÍMITE DE FACHADA

### 5.3.6. Análisis del Contexto:

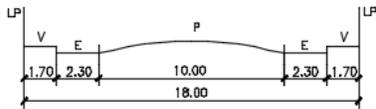
- **ACCESIBILIDAD:**



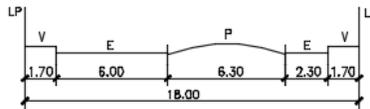
- ZONIFICACIÓN Y USO DE SUELO:



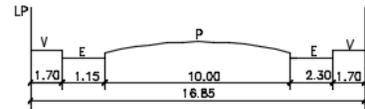
• SECCIONES VIALES:



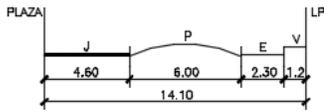
SECCION B-B



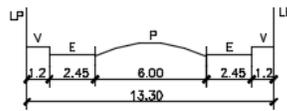
SECCION C-C



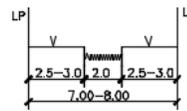
SECCION D-D



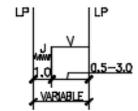
SECCION E-E



SECCION F-F



SECCION G-G



SECCION H-H

## 5.4 PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

### 5.4.1 Programación y cuadro de área por ambientes

ZONA	AMBIENTE	SUB AMBIENTE	ACTIVIDAD	MOBILIARIO	AREA POR PERSONA	AFORO	CANTIDAD DE AMBIENTES	AREA PARCIAL
ZONA ADMINISTRATIVA	RECEPCIÓN	INFORMES	Informar	mueble	1.00	1	1	1.00
		SALA DE ESPERA	Esperar	Sillones, mesas	1.00	3	1	3.00
	ADMNISTRACIÓN	PRESIDENCIA	Organizar, Controlar	Escritorio, silla, archivador	10.00	1	1	10.00
		OFICINA ADMINISTRATIVA	Organizar, Controlar	Escritorio, silla, archivador	10.00	2	1	20.00
		TESORERIA	Organizar, Controlar	Escritorio, silla, archivador	10.00	1	1	10.00
		SECRETARIA	Servir, Organizar	Escritorio, silla, archivador	10.00	1	1	10.00
		SALA DE REUNION	Conversar	Archivador, silla, mesa	1.00	6	1	6.00
	ARCHIVO Y DEPÓSITO	A. DE ARCHVOS	Depositar	Archivador, silla, mesa	10.00	1	1	10.00
		A. DE DEPOSITO	Depositar	Archivador	10.00	1	1	10.00
	SERVICIOS	SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio ,tasa y urinario	2.40	1	1	2.40
		SS.HH DAMAS	Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	1	1	2.40
ZONA DE PUESTOS COMERCIALES	ÁREA HÚMEDA	CARNES	Vender	Lavamanos, Estantería y Frigoríficos	6.00	2	7	84.00
		AVES	Vender		6.00	2	7	84.00
		PECES	Vender		6.00	2	7	84.00
		EMBUTIDOS	Vender		6.00	2	7	84.00
	ÁREA SEMI HUMEDA	FRUTAS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00

		VERDURAS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00	
		FLORERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00	
		PASTELERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	5	60.00	
		LÁCTEOS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	3	36.00	
	ÁREA SECA		CONDIMENTOS	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	3	48.00
			GRANOS Y LEGUMBRES	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			ABARROTES	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			DULCERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			LICORERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			PANADERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			UTENSILIOS DE COCINA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			PLÁSTICOS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			LIBRERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	2	8	96.00
			COSMETICOS	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			COSTURERIA	Vender	Estantería y mostradores	8.00	2	8	128.00
			P. DE ROPA	Vender	Estantería, mostradores y probadores	6.00	10	8	480.00
			P. DE CALZADOS	Vender		6.00	10	8	480.00
			JUGUETERIA	Vender	Estantería y mostradores	6.00	10	5	300.00
			P. DE MOCHILAS	Vender	Estantería y mostradores	6.00	10	5	300.00
			REPARACIÓN DE CALZADO	Vender	Tablero de trabajo y estantería	6.00	10	5	300.00
		R. DE ELECTRODOMÉSTICOS	Vender	6.00		10	5	300.00	
ZONA DE COMIDA	JUGUERIA / CAFETERIA	Vender- Preparar	Cocina, frigorífico y	8.00	12	5	480.00		

ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PREPARADA	COMIDA AL PASO	Vender - Preparar	estantería	8.00	4	5	160.00
		MENÚ / CEVICHERIA	Vender- Preparar		8.00	12	5	480.00
		ZONA DE MESAS	Comer- Conversar	Mesas y sillas	1.50	60	5	450.00
	GUARDERIA	OFICINA + SS.HH	Dirigir - Higiene	Lavatorio ,tasa	2.40	2	1	4.80
		CUNA	Cuidar	Alfombra, sillones y cunas	2.00	5	1	10.00
		SALA DE JUEGOS	Jugar	Alfombra, sillones y estantes	1.00	10	1	10.00
		SALA DE NIÑOS	Entretenerse		1.00	10	1	10.00
		SALA DE NIÑAS	Entretenerse		1.00	10	1	10.00
	TÓPICO	RECEPCIÓN	Esperar	sillones	1.00	5	1	5.00
		SALA DE REPOSO	Descansar	Camilla , silla	2.00	2	1	4.00
		CONSULTORIO MÉDICO	Curar- Diagnosticar	Mesa, silla y estantería	3.00	2	1	6.00
		SS.HH	Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	1	1	2.40
	CENTRO DE PAGOS	AREA DE LUZ	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		TELEFONO	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		INTERNET	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		CABLE	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		AREA DE AGUA	Pagar	Mesas y sillas	10.00	2	2	40.00
		SS.HH	Higiene personal	Lavatorio y tasa	10.00	2	2	40.00
		SALA DE REUNIÓN	Conversar	Mesa y Sillas	10.00	2	1	20.00
	REUBICADOS		Vender	-	6.00	20	1	120.00
	GIMNASIO	RECEPCIÓN	Esperar	mueble	4.00	5	1	20.00
AREA DE BATIDOS		Alimentarse	Mesas y sillas	1.50	6	1	9.00	
A. DE AEROBICOS		Ejercicios	Maquinas	4.00	20	1	80.00	
AREA DE EJERCICIOS		Ejercicios	Maquinas	4.00	20	1	80.00	
NUTRICIONISTA		Recetar	Mesas y sillas	10.00	1	1	10.00	

		VESTIDORES	Vestirse	-	4.00	6	2	48.00	
		SS.HH DAMAS	Higiene personal	Lavatorio, tasa	2.40	6	1	14.40	
		SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio, tasa y urinario	10.00	6	1	60.00	
		LOCALES COMERCIALES	Vender	Estantes	5.00	8	10	400.00	
		CAJEROS AUTOMÁTICOS	Retirar dinero	Cajeros	1.00	4	1	4.00	
		CONSESIONARIOS	Preparar	Mesas y estante	6.00	2	6	72.00	
		PATIO DE COMIDA	Comer- Conversar	Mesas y sillas	1.50	30	1	45.00	
		SUM	KITCHENET	Preparar	Mesas y estante	1.50	1	1	1.50
			AREA DE BANQUETES	Comer- Conversar	Mesas	1.50	10	1	15.00
			FOYER	Esperar	-	1.00	30	1	30.00
			SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio, tasa y urinario	2.40	6	1	14.40
			SUM	EXPONER	Sillas	1.50	30	2	90.00
			SS.HH DAMAS	Higiene personal	Lavatorio, tasa y urinario	2.40	6	1	14.40
		CENTRO GASTRONOMICO	AULAS TEORICAS	Aprender	Mesas y sillas	1.20	30	3	108.00
			TALLERES DE PRÁCTICAS	Aprender	Mesas y sillas	5.00	15	10	750.00
			AREA DE EXPOSICIÓN	Explicar	Sillas , mesas	1.20	15	1	18.00
	AREA ADMINISTRATIVA		Organizar, Controlar	Sillas , mesas	1.00	1	1	1.00	
ZONA DE SERVICIOS	SERVICIOS HIGIENICOS	SS.HH VARONES	Higiene personal	Lavatorio ,tasa y urinario	2.40	6	1	14.40	
		SS.HH DAMAS	Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	6	1	14.40	
	CONTROL DE CALIDAD	CONTROL Y REGISTRO	Analizar	Escritorio, estantería y mesa.	1.50	3	1	4.50	
		ÁREA DE MUESTRAS	Analizar		1.50	3	1	4.50	
		LABORATORIO DE BRAMATOLOGIA	Analizar		5.00	3	1	15.00	
	LIMPIEZA Y PREPARACIÓN	AVES	Limpiar y preparar	Mesa de trabajo , lavamanos y estantería	5.00	4	1	20.00	
		CARNES	Limpiar y preparar		5.00	4	1	20.00	

		FRUTAS Y VERDURAS	Limpiar y preparar		5.00	4	1	20.00
	ALMACEN	PROD. REFRIGERDAOS CARNES	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		PROD. REFRIGERDAOS AVES	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		REFR. EMBUTIDOS	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		FRUTAS	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		VERDURAS	Almacenar	Frigoríficos	9.50	2	1	19.00
		ABARROTOS	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
		LÁCTEOS	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
		ROPA	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
		ZAPATOS	Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00
MOCHILAS		Almacenar	Estantes	9.50	2	1	19.00	
DEPÓSITOS	D. DE CARRETILLAS	Guardar	Estantes	1.90	1	1	1.90	
	D. DE BASURA ORGANICA	Guardar	Botes de basura	1.90	1	1	1.90	
	D. DE BASURA INORGANICA	Guardar	Botes de basura	1.90	1	1	1.90	
ÁREA TÉCNICA	CUARTO DE LIMPIEZA	Guardar-Almacenar	-	1.80	1	1	1.80	
	CISTERNA	Almacenar Agua	-	3.50	1	1	3.50	
	CISTERNA CONTRA INCEDIOS	Agua de emergencia	-	3.50	1	1	3.50	
	CUARTO DE TABLEROS	Monitorear	-	3.50	1	1	3.50	
	CUARTO DE BOMBAS	Monitorear	-	3.50	1	1	3.50	
	CUARTO DE EXTRACCIONES	Extraer Humo	-	3.50	1	1	3.50	
	GRUPO ELECTROGENO	Generar energía	-	3.50	1	1	3.50	
ZONA PUBLICA	AREA DE EXPOSICIONES	Exponer	-	2.00	10	2	40.00	
	AREA VERDE	Descansar	Bancas	2.00	0	0	0.00	
	TIANGUIS	Vender	Frigoríficos y estantes	6.00	2	5	60.00	

	ÁREA SOCIAL		Conversar		2.00	15	0	0.00
	JUEGO PARA NIÑOS		Jugar	-	2.50	15	1	37.50
ZONA DE CARGA Y DESCARGA	SEGURIDAD	SALA DE REUNIONES	Conversar	Mesa, sillas y estante	1.00	1	1	1.00
		ZONA DE ARCHIVOS	Depositar	Mesa, sillas y estante	1.00	1	1	1.00
		PUESTO DE VIGILANCIA	Vigilar	Mesa, sillas y estante	1.00	1	1	1.00
		SS.HH	Higiene personal	Lavatorio ,tasa	2.40	1	1	2.40
	CARGA Y DESCARGA	ZONA INTERNA (patio de maniobras)	Descargar y cargar	-	18.00	3	1	54.00
		ZONA EXTERNA (estacionamiento)	Descargar y cargar	-	18.00	3	1	54.00
DEPOSITO DE MAQUINAS PARA DESCARGAR		Deposito	Estantería	3.00	1	1	3.00	
ZONA DE ESTACIONAMIENTO	ESTACIONAMIENTO PÚBLICO		Estacionar vehículos	-	6.00	1	20	120.00
	ESTACIONAMIENTO PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO		Estacionar vehículos	-	6.00	1	10	60.00
	ESTACIONAMIENTO PARA COMERCIANTES		Estacionar vehículos	-	18.00	1	10	180.00
<b>SUB TOTAL DE ÁREA</b>								<b>8,834.90</b>
<b>30% DE CIRCULACIÓN</b>								<b>2,650.47</b>
<b>TOTAL DE AREA</b>								<b>11,485.37</b>

5.4.2 Programación y cuadro de áreas general.

<b>ZONAS</b>	<b>ÁREA</b>
ZONA ADMINISTRATIVA	<b>84.80</b>
ZONA DE PUESTOS COMERCIALES	<b>5478.00</b>
ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	<b>2326.90</b>
ZONA DE SERVICIOS	<b>331.30</b>
ZONA PÚBLICA	<b>137.50</b>
ZONA DE CARGA Y DESCARGA	<b>116.40</b>
ZONA DE ESTACIONAMIENTO	<b>360.00</b>
<b>SUB TOTAL DE AREA</b>	<b>8,834.90</b>
<b>30% DE CIRCULACIÓN</b>	<b>2,650.47</b>
<b>TOTAL DE ÁREA</b>	<b>11,485.37</b>

## **5.5. CRITERIOS DE DISEÑO**

### 5.5.1. Dimensión Contextual

- Se tomarán en cuenta las vías principales para el ingreso del peatón, y las vías secundarias para el ingreso vehicular y evitar así la congestión vehicular y peatonal.
- Asimismo, se tomará en cuenta el perfil urbano del sector, los parámetros urbanísticos dado por la Municipalidad Provincial de Casma y el R.N.E para la creación de un nuevo mercado que cumpla con todos los requisitos reglamentarios.

### 5.5.2. Dimensión Funcional:

- Una de las herramientas muy importantes es el Reglamento Nacional de Edificaciones, norma A.070 Comercio, para lograr un funcionamiento óptimo del mercado de abastos.
- Para los puestos comerciales se tomará en cuenta las medidas reglamentarias para un mejor funcionamiento y circulación dentro de ella.

### 5.5.3. Dimensión Formal:

- Mediante las formas físicas se va a aprovechar al máximo las condiciones ambientales que nos brinda la ciudad.
- El mercado tendrá una forma agradable a la vista del usuario al que los pobladores se puedan identificar y que sea un icono importante del distrito.

### 5.5.4. Dimensión Espacial

- El espacio interior de los puestos comerciales dispondrá de un ambiente óptimo y reglamentario, que cumplan las especificaciones técnicas normadas para que así el comerciante se sienta cómodo en el interior de su puesto de trabajo.
- Esta también contará con un espacio público donde el usuario pueda desarrollar sus relaciones sociales y disfrutar de un ambiente agradable y espacioso.

#### 5.5.5. Dimensión Constructiva-Estructural

- Se tendrá en cuenta el sistema constructivo y los materiales aptos para construcción de un mercado de abastos que genere la sensación de seguridad tanto a los comerciantes y a al consumidor.
- Además, se tomarán en cuenta los materiales adecuados para el tipo de puesto comercial como son la zona húmeda, semi húmeda y zona seca, para un fácil mantenimiento.

#### 5.5.6. Dimensión Tecnológica-Ambiental

Para la realización de un nuevo mercado de abastos se tomará en cuenta los aspectos climáticos propios de la Ciudad de Casma (Iluminación, ventilación)

Se debe aprovechar las condiciones ambientales:

- Iluminación: Aprovechar mediante paneles solares, desniveles de techos para poder aprovechar de la mejor manera la radiación solar que se da en la ciudad de Casma para así brindar energía eléctrica al mercado de abastos.
- Ventilación: Aprovechar la ventilación mediante desniveles de techos para así poder extraer los malos olores del interior del mercado.

#### 5.5.7. Dimensión Simbólica

- Es importante tomar en cuenta a la población para la creación de un mercado dado a que ellos se sentirán identificados con esta.
- Así mismo también, tomar en cuenta los materiales o formas, con el cual la población de Casma se siente identificada, y también que forme parte representativa de la Ciudad de Casma.

### **5.6. PARTIDO ARQUITECTÓNICO**

#### 5.6.1. Conceptualización

- Este mercado se adaptará a las necesidades óptimas del usuario, así como también del vendedor de una manera ordenada y funcional, aprovechando las condiciones ambientales para un confort agradable en el interior y exterior del mercado.

#### 5.6.2. Idea Rectora

Este proyecto busca generar una identidad para la población del distrito de Casma tomando en cuenta su contexto y beneficios climáticos.

### 5.6.3. Esquema preliminar general

- El terreno a intervenir es el mercado modelo que se encuentra en las vías más importantes de la ciudad, lo que lo hace a este proyecto más accesible de manera vehicular y peatonal.

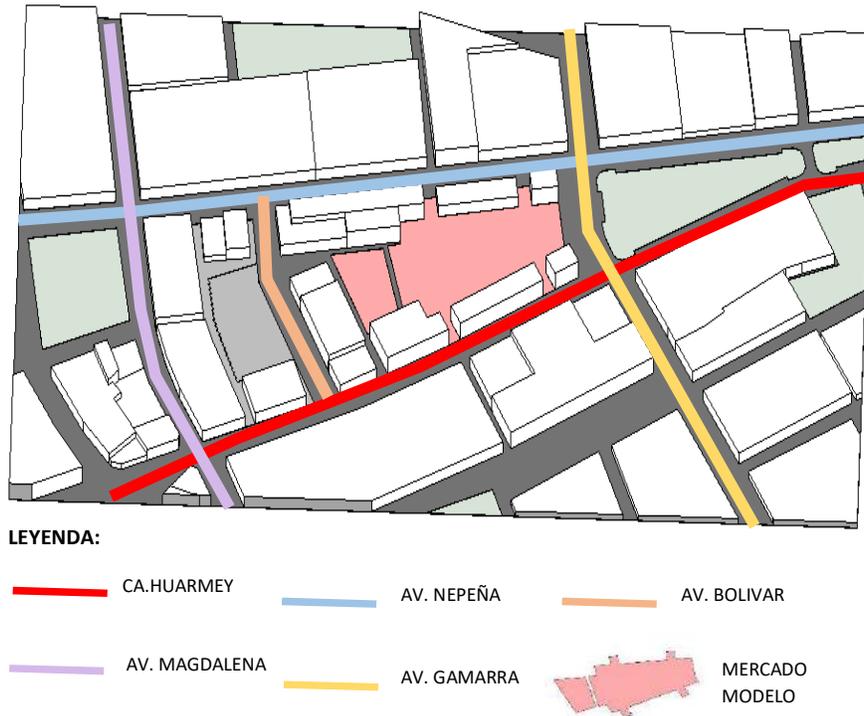


GRAFICO 16 Partido Arquitectónico-1

Fuente: Elaboración Propia

- Este mercado está rodeado de espacios públicos como son la plaza de armas y el boulevard como principales sitios de reunión social y familiar ya que gracias a estos espacios existentes se puede hacer que en este mercado se cree un espacio público interior para que estos se conecten entre ellos generando un solo recorrido peatonal agradable con zonas verdes y zonas comerciales , por lo tanto esto crea a una dinámica urbana y comercial ordenada en el mercado Modelo para que las personas puedan socializarse y distraeré de un ambiente agradable, como se busca en la investigación.



GRAFICO 17 Partido Arquitectónico-2

Fuente: Elaboración Propia

- Este Mercado cuenta con dos frentes: una que da hacia el boulevard y otro que da hacia la Av. Bolívar, pero como podemos ver esta visual esta obstruida por viviendas y su única visual que se puede rescatar es por medio del ingreso a algunas viviendas o locales comerciales que se encuentran en el interior de esta.

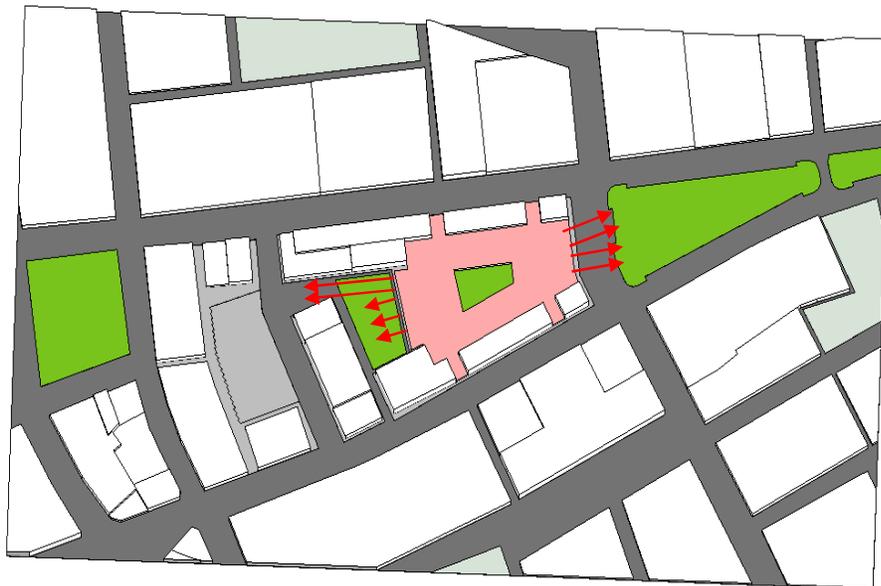


GRAFICO 18 Partido Arquitectónico-3

Fuente: Elaboración Propia

- El edificio tendrá 3 niveles en el cual el primer y segundo nivel será la parte comercial, y el 3° nivel será la parte administrativa + usos complementarios.

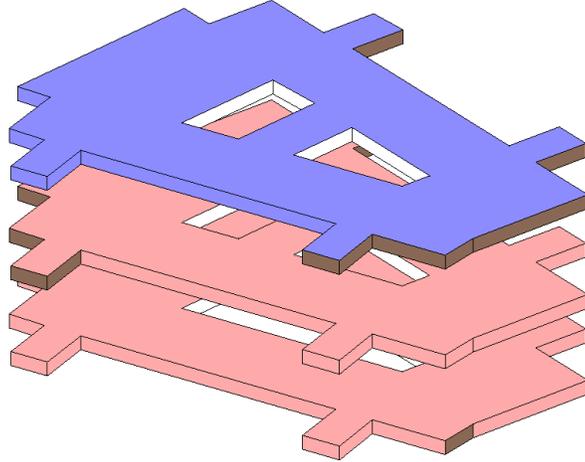


GRAFICO 19 Partido Arquitectónico-4

Fuente: Elaboración Propia

- Otro punto en tomar en cuenta es el grado de asoleamiento que tiene el distrito de Casma por el cual en el proyecto se pretende manejar un juego de techos para poder aprovechar o por medio de aberturas.

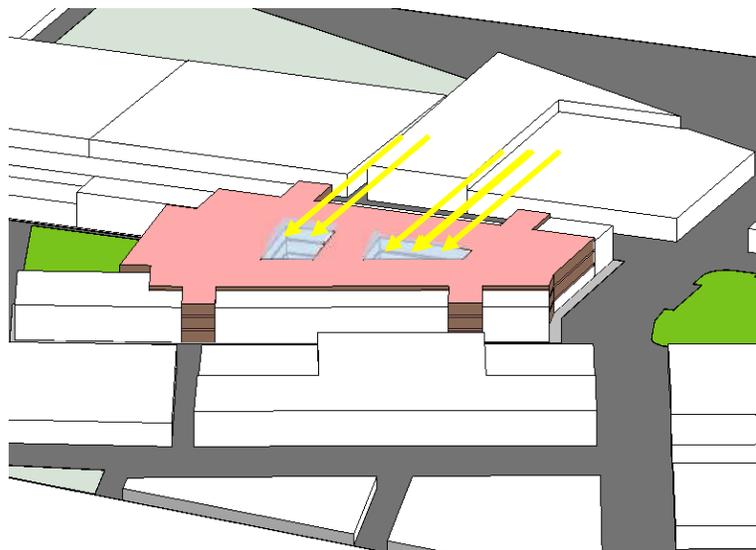


GRAFICO 20 Partido Arquitectónico-5

Fuente: Elaboración Propia

# **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

- Arnheim, R. (2005). *Arte y Percepción Visual*. Madrid: Alianza.
- Berroeta, T., Rodrigo, H., & Vidal, M. (2012). *Una propuesta Multimétodo para un abordaje transaccional del Espacio Público en la escala de Barrio*. Barcelona: Athenea Digital.
- Burdek, B. (1994). *Diseño*. España: Gustavo Gili.
- Cachay, R., & Rivera, A. (2015). *Peatonalización de calles comerciales*. Obtenido de Peatonalización de calles comerciales: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RMUjQfoo820J:www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2304/1/huam\\_an\\_m.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RMUjQfoo820J:www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2304/1/huam_an_m.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe)
- Cera, E. (2011). *Materialidad en Arquitectura*. Obtenido de Cera y Asociados: <http://cerayasociados.blogspot.com/2011/02/materialidad-en-arquitectura.htm>
- Charleson, A. (2007). *La estructura como arquitectura*. Barcelona: Reverte.
- Ching, F. D. (1984). *Arquitectura: Forma, Espacio y Orden*. México: Ediciones G. Gili, SA .
- Cotado, I. (2012). *La Arquitectura Comercial es un medio, no el fin*. Obtenido de IVANCOTADO: <https://ivancotado.es/arquitectura/arquitectura-comercial-vanidad-calidad/>
- De la Cruz, R. C. (2001). *Integración en la arquitectura*. Obtenido de Arqhys: <http://www.arqhys.com/construccion/integracion-arquitectura.html>
- Definista. (2011). *ConceptoDefinicion.DE*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Eco, H. (1973). *Introducción al estructuralismo*. España: Alianza.
- Fernanda, A. P. (2016).

- Fernández, B. T. (1989). *La Teoría General de Sistemas, Modelos Urbanos y Planificación*. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Filgueiras, B. (2013). Obtenido de [http://teses.ufrj.br/IPPUR\\_M/BeatrizSilveiraCastroFilgueiras.pdf](http://teses.ufrj.br/IPPUR_M/BeatrizSilveiraCastroFilgueiras.pdf)
- Frampton, E. (1965). *Estudios sobre Cultura Tectónica*. Madrid: Akal.
- Garcá, J. (1980). *La Arquitectura en el Virreynato y la Republica*. Lima: Juan Mejia Baca.
- Garcia, C. L. (s.f.). *El Mercado de barrio hace ciudad*. Obtenido de Urbano: [www.urbano.org.pe/.../El%20Mercado%20de%20barrio%20hace%20ciudad](http://www.urbano.org.pe/.../El%20Mercado%20de%20barrio%20hace%20ciudad)
- Garland, L. M. (2003). *Diseño Arquitectónico*. Perú: El Comercio S.A.
- Geographic, N. (2002). 15-16.
- KENNETH, F. (1997). *Estudios sobre cultura tectónica*. Madrid: Akal.
- Kurniawati, W. (2011). *El espacio público para las personas marginales*. Obtenido de Procedia: Ciencias del comportamiento.: <http://search.proquest.com/pqcentral/docview/376922580/abstract/13DE9AE5B65633D4D21/2?a>
- Leonardo, G. (2003). *Manual Elemental de Servicios municipales. AMUNICe INIFOM.*, 20.
- Morales, J. R. (1984). *ARQUITECTONICA*. Santiago de Chile: San Francisco 454.
- Mynor, L. C. (1988). *Arquitectura de Mercados de altiplano Occidental de Guatemala*. Guatemala.
- Norberg Schulz, C. (s.f.). *Existencia, espacio y arquitectura*.
- Oscar, V. B. (2017). *Reglamento nacional de edificaciones*. Lima, Peru: Oscar Vasquez SAC.

- Pereira, A. F. (2016). *Tesis : Nuevo Mercado Minorista en la ciudad de Ilo.* Obtenido de Repositorio Academico: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/621203/5/Cybertesis+Fernanda+Armas.pdf>
- *Plan Maestro y Estudio de prefactibilidad de mercados minoristas.* (1998).
- Roberto, F. R. (2000). *Alternativas estrategicas para los Mercados Minoristas Tradicionales.* Obtenido de Mercasa: [http://www.mercasa.es/files/multimedios/1309182687\\_DYC\\_1999\\_49\\_41\\_57.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1309182687_DYC_1999_49_41_57.pdf)
- SEDUMA. (2012). *Seduma secretaria de desarrollo urbano y medio ambiente.* Obtenido de <http://www.seduma.yucatan.gob.mx/desarrollo-urbano/index.php>
- Vázquez, G. C. (2009). *Revitalización de centros históricos. Construir en lo construido.* Mexico: Centro cultural de España.
- Yague, J. M. (2010). *Revitalizacion vs Rehabilitacion.* Valencia: IE Universidad.
- Yurimar, Y. H. (2015). *La comunicacion para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado Santa Rosa de Chorillos.* Obtenido de REPOSITORIO: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xUAYf5VXdD4J:tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6124/YARANGA\\_HERNANDEZ\\_YAMILE\\_MERCADOS\\_POPULARES.pdf%3Fsequence%3D1+%&cd=10&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xUAYf5VXdD4J:tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6124/YARANGA_HERNANDEZ_YAMILE_MERCADOS_POPULARES.pdf%3Fsequence%3D1+%&cd=10&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe)

# ANEXOS

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES

Reciba usted mi cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación al aportar datos mediante las preguntas del presente cuestionario, a través del cual me permitirá analizar mi Tesina cuyo título es: “ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”

**Encuestador:** Rodríguez Casana Efraín

**Fecha:**

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una “X” la alternativa correcta (solo una):

### I. DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL

**1. ¿Cuál es el tipo de venta que usted realiza?**

- a) Al por mayor
- b) Al por menor
- c) Ambas

**2. ¿Dónde realizan la Carga y Descarga de sus productos?**

- a) Tengo un lugar propio.
- b) Utilizan un área de las vías de tránsito
- c) Utilizan el área de estacionamiento del mercado.
- d) El mercado cuenta con un área de C y D.

**3. ¿Cómo abastece su puesto de ventas?**

- a) En camión
- b) En triciclo
- c) En carreta
- d) Otro

**4. ¿Cómo es la conservación de sus productos?**

- a) Por congelación
- b) Por Cajas
- c) Por costales
- d) Por empaquetado(bolsas)

**5. ¿Cómo eliminan la basura de su puesto?**

- a) Le deja en la calle.
- b) Le deja afuera de su puesto
- c) Los recolectores municipales recogen la basura del interior del mercado

**6. ¿El área de su puesto es cómodo para realizar sus ventas?**

- a) Muy cómodo
- b) Bastante Cómodo
- c) Poco cómodo
- d) Nada cómodo

**7. ¿Cuántas personas al día llegan a su puesto?**

- a) 10-20
- b) 20-30
- c) 30-40
- d) 40 a más

**8. ¿Por qué opto por ubicarse en este Mercado?**

- a) Cercanía a la vivienda
- b) Mejor infraestructura y servicios
- c) Por obligación / Reubicación
- d) Por una buena ubicación

**9. ¿Cómo calificaría el estado de infraestructura (piso, paredes y techos) que cuenta el mercado?**

- a) Muy buen estado
- b) Buen estado
- c) Regular estado
- d) Mal Estado

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

Reciba usted mi cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación al aportar datos mediante las preguntas del presente cuestionario, a través del cual me permitirá analizar mi Tesina cuyo título es: "ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"

**Encuestador:** Rodríguez Casana Efraín

**Fecha:**

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una "X" la alternativa correcta (solo una):

### II. DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL

1. **¿Cada cuánto tiempo realiza sus compras?**
  - a) A Diario
  - b) Semanal
  - c) Quincenal
  - d) Mensual
2. **¿Cuál es el tipo de compra que usted realiza?**
  - a) Al por mayor
  - b) Al por menor
  - c) Ambas
3. **¿Usted realiza sus compras acompañado de un familiar?**
  - a) Siempre
  - b) Casi Siempre
  - c) Algunas veces
  - d) Nunca
4. **¿Les gustaría que los Mercados que usted visita tuvieran áreas verdes o algún área para sentarse?**
  - a) Me gustaría mucho
  - b) Me gustaría
  - c) No me gustaría
  - d) No me gustaría nada
5. **¿Cuál de estos aspectos es el que más le incomoda al momento de realizar sus compras?**
  - a) Los pasillos son muy angostos
  - b) El ruido generado dentro y fuera del mercado.
  - c) La basura dentro de los mercados
  - d) El calor que se genera dentro del mercado
6. **¿Le genera seguridad la infraestructura (techos, paredes y pisos) de los Mercados que usted visita?**
  - a) Mucha Seguridad
  - b) Bastante Seguridad
  - c) Poca Seguridad
  - d) Nada de Seguridad
7. **¿Usted encuentra tráfico en los Mercados que visita?**
  - a) Mucho tráfico
  - b) Bastante tráfico
  - c) Poca tráfico
  - d) Nada de tráfico
8. **¿Los puestos comerciales que usted visita se encuentran en un buen estado de infraestructura?**
  - a) Muy buen estado
  - b) Buen estado
  - c) Regular estado
  - d) Mal estado
9. **¿Encuentra basura dentro y fuera de los mercados que usted visita?**
  - a) Mucha basura
  - b) Bastante basura
  - c) Poca Basura
  - d) Nada de Basura

## ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRIGENTE DEL MERCADO

Reciba usted mi cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación al aportar datos mediante las preguntas del presente cuestionario, a través del cual me permitirá analizar mi Tesina cuyo título es: "ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL"

**Cargo:**

**Fecha:**

### I. PREGUNTAS:

1. ¿De qué manera abastecen sus productos los comerciantes de este mercado según el producto que ofrecen?
2. ¿Cuentan con un sistema de limpieza particular o del estado? ¿Cómo es el recojo?
3. ¿Cree usted que las condiciones de la infraestructura en que se encuentra el Mercado genera seguridad a sus comerciantes y a sus clientes? ¿Por qué?
4. ¿Cómo está sectorizado el mercado según el tipo de producto que ofrecen? ¿Por qué se encuentra así?

---

MODERADOR

---

ENTREVISTADO

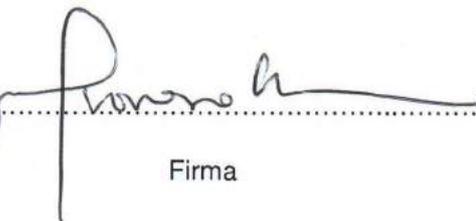
ENTREVISTA	MERCADO MODELO	MERCADO LA INDEPENDENCIA	MERCADO EL PALMO	MERCADO LA PARADA SAN MARTÍN
¿De qué manera abastecen sus productos los comerciantes de este mercado según el producto que ofrecen?	La mayoría de los comerciantes suelen abastecer su puesto de ventas con carretas o muchas veces los mismas personas que traen el producto suelen abastecer el puesto para el que están descargando , estas personas descargan sus productos en el exterior del mercado ya que el área de descarga del mercado es muy pequeña	Los buses suelen estacionarse en la vías de tránsito ya de la prolg.La libertad ya que este lugar no cuenta con un área para él la carga y descarga , y suelen abastecer mediante triciclos, carretas, o algunas veces por camión.	No cuenta con un área de carga y descarga de los productos que traen por lo que algunos trabajadores suelen traer ellos mismos los productos desde otros puntos de venta por medio de una moto taxi y abastecen su puesto por triciclos o carretas	Suelen estacionarse invadiendo las vías de tránsito y peatonales para la descarga y también como otros mercados usan el triciclo o carreta para abastecer sus puestos de ventas
¿Cuentan con un sistema de limpieza particular o del estado? ¿Cómo es el recojo?	La limpieza lo realizan los trabajadores municipales y ellos mismos recolectan la basura del interior del mercado	No contamos con ningún tipo de sistema de limpieza, por lo general las personas suelen dejar su basura fuera de sus puestos o lo dejan en las esquinas o postes pero algunos si recolectan su	Suelen dejar la basura en cerca de los postes de luz al exterior del mercado, pero los recolectores municipales suelen recogerlas en las noches .	Los recolectores municipales no llegan a la hora de limpieza del mercado por lo que suelen dejarlo en las calles, en las noches lo recoge.
¿Cree usted que las condiciones de la infraestructura en que se encuentra el Mercado genera seguridad a sus comerciantes y a sus clientes?	La infraestructura es precaria y algunas paredes se están desmoronando por lo que es un peligro para los comerciantes y consumidores.	Este mercado no causa seguridad por los materiales son inflamables y peligrosos por lo que no se encuentran seguros de algún accidente o tragedia que pueda suceder ya que algunas redes eléctricas tampoco se encuentran n buen estado y puede causar algún incendio	Este mercado al igual que la independencia son de material inflamable y cualquier accidente eléctrico o incendio podría ocasionar alguna tragedia.	Este mercado tienen dos tipos de materiales :material noble que se encuentra en malas condiciones y el material recuperable que también es un material inflamable y peligroso para los consumidores como para los mismos
¿Cómo esta sectorizado el mercado según el tipo de producto que ofrecen? ¿Por qué se encuentra así?	Este mercado fue planificado y fue sectorizado pero con el pasar del tiempo se a desordenado por nuevos comerciantes que no se han ordenado según la zona en la que debería estar.	Los puestos comerciales se encuentran desordenados ya que no hubo un planeamiento para la creación de estos mercados y el aumento de comerciantes ha hecho que esto siga creciendo de una manera desordenada.		

Yo, Juan César Israel Romero Álamo, docente de la Facultad de arquitectura y Escuela Profesional de arquitectura de la Universidad César Vallejo Chimbote, revisor (a) de la tesis titulada:

“Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial”, del estudiante Rodriguez Casana Efrain, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Nuevo Chimbote, 08 de febrero del 2019



Firma

Arq. Juan César Israel Romero Álamo

DNI: 45627561



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

**ARQUITECTURA**

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**RODRIGUEZ CASANA EFRAIN**

INFORME TÍTULADO:

**“ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL DISTRITO DE CASMA PARA LA MEJORA DE SU DINÁMICA URBANA Y COMERCIAL”**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

**ARQUITECTO**

SUSTENTADO EN FECHA: **08 DE FEBRERO DEL 2019**

NOTA O MENCIÓN: **18.00**



*[Handwritten signature]*  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Rodriguez Casana Efrain  
D.N.I. : 48145704  
Domicilio : Asent.H. 2 de mayo mz. G1Lt.1A  
Teléfono : Fijo : 043 238535 Móvil :974079359  
E-mail : rodriguez.c25@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Arquitectura  
Escuela : Arquitectura  
Carrera : Arquitectura  
Título : Arquitecto

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

RODRIGUEZ CASANA EFRAIN

Título de la tesis:

Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial.

Año de publicación : 2019

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

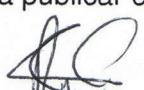
A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :  .....

Fecha : junio del 2019