



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

“Requerimientos urbanos, arquitectónicos y necesidades comerciales de los ambulantes, para su reubicación en un mercado local, El Porvenir – Trujillo, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecto

AUTORES:

Asto Pinedo, Charo Elizabeth (ORCID: 0000-0002-4074-9468)

Huañap Rodríguez, Lenin Jherssy (ORCID: 0000-0002-7546-1296)

ASESOR:

Dr. Arteaga Avalos, Franklin Arturo (ORCID: 0000-0002-1830-9538)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectura

TRUJILLO – PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios por guiarme en el buen camino de la vida para así lograr todas mis metas y objetivos plasmados.

A mis padres Asto Pinedo, Alfonso y Pinedo Solano, Victoria de compartir el momento trascendental de nuestras vidas en el transcurso de mis estudios en poder lograr mi carrera profesional.

A todos mis hermanos que siempre me inculcaron buenos valores y me apoyaron incondicionalmente.

Elizabeth

A mis queridos padres por su apoyo, confianza y por enseñarme el valor del estudio y el sacrificio para poder ser un profesional.

A mi hija por mostrarme que ser padre no es un impedimento para culminar mis estudios superiores.

Lenin

Agradecimiento

A nuestros padres y familiares por sus consejos motivadores que siempre nos incentivaron a lograr nuestros sueños plasmados.

A nuestros docentes que con su asesoría contribuyeron para lograr desarrollar el proyecto de investigación.

Los autores

Página del jurado

Página del jurado

Declaratoria de Autenticidad

Nosotros, Asto Pinedo Charo Elizabeth y Huañap Rodriguez Lenin Jherssy, alumnos de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela académica profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo Trujillo (sede), declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulado “Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos y necesidades comerciales de los ambulantes, para su reubicación en un mercado local, El Porvenir – Trujillo, 2018” son:

1. De nuestra autoría.
2. La presente Tesis no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. La Tesis no ha sido publicado ni presentado anteriormente.
4. Los resultados presentados en la Tesis son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, 26 de agosto del 2020



.....
Asto Pinedo Charo Elizabeth

DNI: 61191922



.....
Huañap Rodriguez Lenin Jherssy

DNI: 72739807

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	vi
Índice	vii
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	14
2.1. Diseño de Investigación	14
2.2. Variables, Operacionalización	15
2.3. Población y Muestra	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	18
2.5. Métodos de análisis de datos.....	19
2.6. Aspectos éticos.....	20
III. RESULTADOS.....	21
IV. DISCUSIÓN.....	37
V. CONCLUSIONES.....	42
VI. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	47
ANEXOS	49
Anexo 1. Operacionalización de Variables	49
Anexo 2. Matriz de Objetivos, Conclusiones y Recomendaciones.....	50
Anexo 3. Formatos e instrumentos de Investigación.....	54
Anexo 4. Registro fotográfico	62
Anexo 5. Fichas de análisis de casos	65
Anexo 6. Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	79
Anexo 7. Captura de pantalla resultados del software Turnitin	80

Anexo 8. Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV.....	81
Anexo 9. Autorización de la Versión final de la Tesis.....	82

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	15
Tabla 2. Población y Muestra.....	17
Tabla 3. Muestra cualitativa	18
Tabla 4. Técnicas de recolección de datos	19
Tabla 5. Requerimientos urbanos para la propuesta de un mercado	21
Tabla 6. Rutina de compra al cual Ud. Accede y posteriormente	22
Tabla 7. Cantidad de personas con las que acude a realizar sus compras	23
Tabla 8. Medios de transporte para llegar a dicha zona	23
Tabla 9. Patio de carga y descarga de un mercado.....	24
Tabla 10. Tipología de c/u de los puestos de venta en un mercado	25
Tabla 11. Sistema constructivo para la propuesta de un mercado.....	27
Tabla 12. Edades de los comerciantes ambulantes.....	29
Tabla 13. Matriz de consistencia – Título, problemática y objetivos.....	49
Tabla 14. Matriz de consistencia – objetivos, conclusiones y recomendaciones.....	50
Tabla 15. Matriz instrumento de investigación, validación.....	54

Índice de Figuras

Figura 1. Servicio de carritos de compra.	22
Figura 2. Usuario vendedor de 20 a 40 años que tienen niños menores de 4 años.	29
Figura 3. Rubros de comercialización de los ambulantes.	30
Figura 4. Clasificación de rubros por zonas.	30
Figura 5. Cantidad de almacenamiento de carnes.	31
Figura 6. Cantidad de almacenamiento de verduras.	32
Figura 7. Cantidad de almacenamiento de fruta.	32
Figura 8. Cantidad de almacenamiento de abarrotes.	33
Figura 9. Cantidad de almacenamiento de tubérculos.	33
Figura 10. Cantidad de almacenamiento de ropa y calzado.	34
Figura 11. Cantidad de venta de comida.	34
Figura 12. Cantidad de ventas de otros rubros.	35
Figura 13. Ambientes complementarios que requiere el usuario Vendedor.	35
Figura 14. Ambientes complementarios que requiere el usuario – comprador.	36
Figura 15. Problema de congestionamiento vehicular (moto taxi) estacionados en calles del, sector La Unión Barrio 1, El porvenir – 2018.	62
Figura 16. Problema de congestionamiento vehicular y peatonal ocasionado por comerciantes informales que invaden el espacio público, sector La Unión Barrio 1, El porvenir – 2018.	62
Figura 17. Problemas de contaminación ambiental y visual, residuos que dejan los comerciantes ambulantes.	63
Figura 18. Aglomeración de comerciantes.	63
Figura 19. Los comerciantes realizan sus ventas en cualquier parte (calles, veredas y sardineles)	63
Figura 20. Problemas de congestionamiento y contaminación visual.	64
Figura 21. Venta de productos de desconocida procedencia.	64

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general “Determinar los requerimientos urbanos, arquitectónicos que satisfagan las necesidades comerciales de los ambulantes que ocupan el espacio público del Sector La Unión Barrio 1, para su reubicación en un mercado local en el distrito El Porvenir – Trujillo, 2018”. La investigación es de carácter No Experimental-Transversal y con un tipo de estudio descriptivo que comprende aspectos cuali-cuantitativos.

La recolección de datos se hizo por medio de encuestas al usuario (Comprador-Vendedor), entrevistas (Especialistas) y análisis de casos y ficha de observación, que ayudaron a identificar las necesidades comerciales que requieren el usuario comprador-vendedor para la propuesta de un mercado local donde serán reubicados y puedan realizar sus actividades de manera formal.

De cada instrumento de recolección de datos se obtuvieron resultados ayudando a los objetivos específicos y así llegar a la conclusión que los comerciantes ambulantes tienen diferentes necesidades comerciales en no tener un espacio y ambientes adecuados donde realizar sus actividades, ya que en su mayoría venden grandes cantidades de productos de diferentes rubros por ello que se recomienda ambientes adecuados de acuerdo a los rubros que comercializan, implementación de nuevos ambientes y sistema constructivo adecuado que brinden nuevos servicios al usuario comprador y vendedor.

Palabras Clave: Requerimientos, Urbanos, Arquitectónicos ,Necesidades Comerciales

ABSTRACT

The general objective of this research is "To determine the urban and architectural requirements that satisfy the commercial needs of the street vendors that occupy the public space of the Sector La Unión Barrio 1, for their relocation in a local market in the El Porvenir district – Trujillo, 2018". The research is of a Non-Experimental-Cross-sectional nature and with a descriptive type of study that includes qualitative-quantitative aspects.

The data collection was done through user surveys (Buyer-Seller), interviews (Specialists) and case analysis and observation sheet, which helped to identify the commercial needs that the buyer-seller user requires for the proposal of a local market where they will be relocated and can carry out their activities in a formal way.

From each data collection instrument, results were obtained helping the specific objectives and thus reaching the conclusion that street vendors have different commercial needs in not having adequate space and environments to carry out their activities, since they mostly sell large quantities of products of different categories, therefore, suitable environments are recommended according to the items they sell, implementation of new environments and an adequate construction system that provide new services to the buyer and seller.

Keywords: Requirements, Urban, Architectural , Commercial Needs

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la economía es una preocupación a nivel global, porque ha generado la existencia de comercio informal, surgiendo de diferentes formas, desde grandes y pequeñas empresas hasta trabajadores desempleados que para poder subsistir realizan sus actividades comerciales en condiciones de informalidad, generando problemas sociales y degradando la imagen urbana ocupando el espacio público para realizar sus actividades comerciales, lo cual ha generado grandes problemas que se da en todo el mundo hasta la actualidad, la falta de planificación y toma de conciencia de las personas que ocupan el espacio público generan distintos factores como desorden urbano y contaminación (visual, ambiental, sonora).

Las actividades comerciales de informalidad son una fuente importante de empleo para poder perdurar en Sudamérica, en Barranquilla – Colombia el problema del espacio público se centra en diferentes calles, principalmente en “Barranquillita” donde se encuentra la principal actividad comercial informal por parte de vendedores ambulantes que invaden el espacio público para realizar sus actividades, que por no haber sido reubicados se han convertido en un problema para la sociedad de Barranquilla, perjudicando el libre tránsito (peatonal y vehicular) ya que venden en veredas, calles y almacenes informales totalmente constituidos degradando la imagen urbana y paisajista de la ciudad.

A nivel nacional, el comercio informal se incrementó y se centra en el ámbito rural con un 95.7% y en tanto a la zona urbana subió 64.8% a 66.7%, mientras que el comercio formal sufrió una caída de 2.56% (Inei, 2017), es así que actualmente se encuentra congestionado por un gran porcentaje de comerciantes informales o ambulatorio tomando (veredas, vías, plazas, etc.) provocando desorden urbano. (Correo D. , 2018).

A nivel regional, La Libertad ha vuelto a ser la tercera región más importante en la economía del país, con un aporte del 6 % al Producto Bruto Interno (PBI, 2017), existe un fuerte crecimiento de comercio ambulatorio que su mayoría ocupan el espacio público, generando diferentes conflictos sociales y urbanos.

A nivel local, Trujillo es víctima del comercio ambulatorio el cuál ha generado problema social y con el pasar del tiempo este problema no ha podido ser solucionado, se han tomado medidas drásticas para reubicar y desalojar a los comerciantes ambulantes que invaden el espacio público, pero esto genera conflictos con las autoridades municipales.

Los ambulantes piden que las autoridades permitan que ellos realicen sus actividades ya que llevan más de 5 años que se dedican a este tipo de negocio.

Según el diario (Correo, 2016) “el comercio ambulatorio ha ido incrementando, antes eran solo el 25%, es decir 3,000 comerciantes ambulantes y hasta la actualidad aumento a un 50% y ahora son 6,000 vendedores que laboran de manera informal ocupando calles y partes de la avenida, provocando congestión peatonal y vehicular”.

Las autoridades intentan darle un reordenamiento al Centro Histórico de Trujillo y poder liberar espacios públicos que han sido ocupados por los comerciantes informales y así cambiarle la imagen urbana a la ciudad.

Por otra parte, los miles de comerciantes informales que se encuentran en las principales avenidas de Trujillo, argumentan que tratan de generar ingresos del día a día ofreciendo sus productos en cantidades pequeñas y que no hay un lugar donde puedan ser reubicados para posteriormente poder formalizarse y que ninguna autoridad les brinda las facilidades del caso. (Correo, 2016).

Actualmente El Porvenir es el Distrito más poblado de Trujillo, tiene una población de 192,002 mil habitantes y una tasa poblacional anual de 1.9 % (Inei, Población Distrito El Porvenir, 2017), se encuentra segmentado en 15 sectores.

La zona de intervención es el Sector La Unión Barrio 1, en donde está zonificado como Zona de Reglamentación Especial – Residencial Densidad Media - Comercio Vivienda (ZRE-RDM-CV).

Donde existe una fuerte actividad comercial informal, realizada en el espacio público por comerciantes ambulantes, ubicados en la av. Tomas Moscoso con Jr. Los Ángeles y calle. Ramírez de Arellano, En el sector La Unión Barrio 1 en el Distrito El Porvenir–Trujillo. Durante 12 años, 422 ambulantes han ido creciendo y tomando posesión del espacio público que a su vez denominaron “La Parada Nueva Santa Rosa” El Porvenir, donde realizan diferentes actividades comerciales de manera informal.

La ocupación del espacio público por ambulantes son personas de un nivel socioeconómico de clase C - D los cuales no cuentan con un trabajo fijo que les ayude a tener un negocio formal y se ven en la obligación de ocupar el espacio público para efectuar sus diferentes actividades de comercio, para así poder sustentar a sus familias ya

que estas personas no cuentan con ningún apoyo de ninguna identidad quien les pueda brindar una solución para poder formalizarse o tener una área de trabajo adecuado y de formalización en donde les den esas facilidades de poder tener un puesto de venta donde realicen sus actividades de manera formal y con un buen confort.

Los ambulantes que ocupan el espacio público del Sector la Unión Barrio 1 tienen diferentes necesidades comerciales, es por ellos que diariamente empiezan armar sus toldos para la protección de sus productos y empezar a realizar diferentes actividades a partir de las 5:00 am y concluyen con sus actividades de venta a partir de las 2:00 pm y retirando sus toldos, dejando las calles libres, pero generando contaminación de residuos sólidos en las veredas, sardineles y calles lo cual genera una contaminación visual y una imagen urbana desagradable.

Los comerciantes ambulantes no brindan garantía en los productos de venta para la población ya que se desconoce la procedencia de sus productos, pero aun así la gente concurre a realizar sus compras por precios bajos y por la variedad de productos de primera necesidad y está más cerca a sus viviendas.

Los comerciantes ambulantes no cuentan con los requerimientos urbanos arquitectónicos de tener un espacio de trabajo y almacenamiento para sus productos, zona de carga y descarga, zona de desechos, es por ello que todos los días existe una aglomeración que dificulta la circulación del usuario comprador y vendedor.

En la zona de intervención existe Vivienda Comercio y el Mercado “Víctor Larco” quienes realizan sus actividades comerciales de manera formal y son perjudicados por los comerciantes ambulantes, porque no pagan ningún servicio.

Presidente de la Asociación de comerciantes ambulantes “La Parada Nueva Santa Rosa” mencionó que no cuentan con apoyo de ninguna identidad pública que es la Municipalidad Distrital del Porvenir, donde presentó documentación en el año 2015 para que les brinden apoyo con una área de terreno destinado para realizar sus actividades de manera formal, pero hasta la actualidad el alcalde no toma importancia en apoyar o buscar una solución para los comerciantes ambulantes para su reubicación de dicho Sector.

Jefe de Licencias “Municipalidad Distrital del Porvenir” mencionó que buscan su reubicación de los ambulantes sin generar un conflicto social y a su vez les proporcionaran seguridad “serenazgo” y limpieza pública por parte de la Municipalidad Distrital del Porvenir que si están de acuerdo de poder ayudar a dichos ambulantes para que así puedan ser reubicados y puedan realizar sus actividades de manera formal y se recupere también el espacio público que está invadido por los comerciantes informales. Los comerciantes ambulantes al no contar con los requerimientos urbanos arquitectónicos para satisfacer sus necesidades comerciales, seguirán ocupando otras calles de dicha zona, generando conflictos sociales, congestión vial (vehicular y peatonal) contaminación (visual, sonora y ambiental) en el cual se está generando una imagen urbana desagradable, es por ello que deben ser reubicados a un nuevo mercado y así poder realizar sus actividades de manera adecuada y tener un buen confort.

A continuación, luego de realizar pesquisas bibliográficas, se encontró la siguiente información sobre proyectos arquitectónico para un mejor estudio de la investigación.

Cassiani (2014) Este proyecto tiene como finalidad buscar un lugar para la reubicación de los comerciantes de fruta que se encuentran ubicados en el centro de la ciudad de Cartagena, respetando los parámetros urbanos y que se conecte con el entorno, el medio ambiente, la accesibilidad y la población. Para que realicen sus actividades sin ocupar el espacio público, mejorando la movilidad, seguridad y el entorno de la ciudad.

La reubicación de los vendedores ambulantes se considerar como parte de un proceso prolongado de ordenamiento urbano sin generar conflictos sociales.

Es por ello, que se tiene en cuenta reubicarlos en plazoletas seleccionadas para comercio donde los ambulantes puedan realizar sus actividades comerciales sin invadir el espacio público, mejorando la asociatividad, fomentando cultura y convivencia ciudadanas en el espacio público.

Rivarola (2015) proyecto de investigación, para obtener el título profesional de arquitecto, lleva por título, “Mercado en el Distrito de Magdalena del Mar”, que como objetivo es proyectar un nuevo mercado tradicional sumándole actividades complementarias y organizando cada rubro de comercialización en diferentes zonas. En cuanto a sus rubros se encontró que en su mayoría (32%) verduras y hortalizas, seguido (18%) venta de abarrotes, (16%) venta de carnes y (11%) venta de frutas. Los porcentajes

menores corresponden a (10%) venta de comida rápida, (8%) venta de ropa - calzado y (5%) otros. De acuerdo a su clasificación por zonas. Con mayor porcentaje Zona Húmeda (59%), seguido Zona Semi - Húmeda (28%) y con menor porcentaje Zona Seca (13%).

Al investigar diversos proyectos de comercio a nivel global, su objetivo del proyecto es proponer un nuevo mercado tradicional dándole un plus moderno y comercial con nuevos servicio y ambientes que complementen la actividad del mercado.

El proyecto esta caracterizado por manejo de grandes cubiertas metálicas que unifican el proyecto utilizando triples alturas, el mercado se conecta con una plaza central y un boulevard que brinda fácil accesibilidad peatonal. El proyecto se desarrolla en dos niveles distribuidas en diferentes zonas con un majeo de alturas en la parte central, también cuenta con sótano para estacionamientos y zona de servicio complementarios.

Hallo (2015) proyecto de investigación que tiene como título, “Estudio para la propuesta del Mega Mercado de abastos, La Libertad - 2015”, La informalidad de los comerciantes ambulantes que ocupan el espacio público se da por no contar con ningún control, que vienen causando desorden e inseguridad, generando daños en el contexto urbano. Es por ello, que tiene como objetivo, “Determinar los diferentes requerimientos arquitectónicos y urbanos para la propuesta del Mega-Mercado de Abastos”

El Mercado de Abastos se concentra en forma segura, funcional y ordenada a los locales dedicados a este rubro, de acuerdo al volumen de comercialización Zona Semi – Húmeda con mayor almacenamiento el rubro de verduras 80% (más de 40 jabas), en el rubro de frutas 60% (más de 30 jabas), tubérculos 50% (más de 20 sacos), seguido Zona Húmeda su almacenamiento de cada rubro es, carnes 65% (más de 20 jabas), comida rápida 70 % (más de 200 unid.) y con menor almacenamiento Zona Seca el rubro de ropa 85% (más de 2 saca).

Mayhua (2014) tesis para aspirar al título profesional de arquitecto “Mercado de Abastos en Huaral” se basó en nuevas tendencias de los proyectos comerciales, beneficiando a todas las actividades de comercio que se puedan realizar en él y los clasificó de la siguiente forma: Por su extensión y distribución (Mayorista y minoristas), por su tipo de gestión (cooperativas y municipales), por su especialización (de flores, de frutas y artesanales) y por su temporalidad (ferias y sobre ruedas).

Dando así una alternativa donde el usuario comprador-vendedor y visitantes cuenten con espacios amplios, acogedores y que el usuario sienta un buen confort y que responda a sus necesidades comerciales, es por ello, que se tiene en cuenta determinar las zonas principales que son: zona húmeda, semihúmeda, seca, zona de carga-descarga y almacenamiento e implementar nuevos ambientes complementarios con los que puede contar un mercado de abastos, con mayor porcentaje 50% una guardería para personas que laboran con sus niños de menor edad seguido de 30% optaron por tener un patio de comida y por último con menor porcentaje 20% almacén general para sus productos.

Torres (2016) en su tesis “Mercado de productos perecibles para la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas” este proyecto al estar implantado en un ambiente netamente natural desarrolla conceptos de sostenibilidad, protección al entorno y aprovechamiento de las visuales, la vinculación del objeto arquitectónico con el entorno inmediato se da a través de dos vías: la primera con la generación de espacios verdes que ingresan en el objeto arquitectónico y la segunda con la orientación de las volumetrías dirigidas hacia el paisaje, creando miradores de tal manera se aprovechara las diferentes vistas que tiene el terreno donde se implanta el objeto arquitectónico. Este proyecto cuenta con características de flexibilidad, transparencia, permeabilidad y filtros de luz que prevalece del contexto. El proyecto tiene un dominio natural del paisaje el cual se ha aprovechado para generar caminerías, terrazas accesibles miradores y ventanales haciendo más interactivo el paseo y la estancia en el proyecto.

El proyecto maneja aspectos funcionales y espaciales brindando nuevos servicios como el uso de carritos de compra que en su mayoría el 70% requiere de este servicio porque realizan sus compras sin compañía o en compañía de una persona, en cuanto a las rutinas de compra del usuario, en su mayoría el 60% accede a la zona semi - húmeda seguido 30% zona húmeda y con menor porcentaje 10% zona seca.

Las siguientes teorías a tomar en cuenta son para un mayor enfoque de la investigación. Salcedo (2016) “Un Centro de Abastos no solo debe contar con ambientes de comercialización también se le debe implementar nuevos ambientes que brinden diferentes servicios para el usuario, vendedor y comprador, es por ello, que se debe tener en cuenta una programación de ambientes para establecer una adecuada funcionalidad para el cual fue proyectado, esto implica diversos conceptos, como escala, proporción, forma y armonía que le dará un plus para que se diferencie del mercado tradicional”.

Maurici (2016) el libro narra sobre la historia del Mercado de la Barceloneta desde sus inicios en 1884 y como su reciente remodelación ha sabido rescatar las principales características del espacio. El libro presenta un despliegue completo del proyecto de remodelación lo que permite entender muchos aspectos de esta tipología de puestos de venta en un mercado. (p.176).

Broto (2014) "Los accesos a los diferentes niveles deben ser fácil de acceder y no ser un problema que pueda perjudicar al usuario, se debe tener en cuenta escaleras (eléctricas), ascensores y rampas para facilitar la circulación vertical ya que al mismo tiempo se convierten en un medio de diseño fundamental". La centralidad espacial es fundamental en un mercado porque ayuda a tener una distribución y circulación fluida, fácil de acceder a las zonas comerciales. (p.148).

Prieto (2013) "El espacio público debe ser de fácil transitar, es por ello que se debe respetar los parámetros urbanos para que exista una integración con el entorno, el medio ambiente, una adecuada accesibilidad, fomentando la integración social y de recreación en el espacio público".

Molinillo (2012) "Origen y evolución de los mercados de abastos" del punto de vista arquitectónico, con énfasis en sus características estructurales y en la gestión para su correcto funcionamiento, implementando nuevos servicios que satisfaga las necesidades del usuario comprador y vendedor, brindando canastillas y carritos de compras, y así poder acceder con facilidad a realizar sus compras, se tiene que al tener estos servicios las dimensiones para la circulación serán más amplias.

Dicken (2011) Los centros de abastos, dentro de los cuales se encuentran los Mercados Municipales de abastos cuyo interior funcionan "Puestos de Venta", cuentan con una distribución y zonificación de la siguiente manera: Zona de expendio conformada por (zona húmeda, semihúmeda y seca), también zona complementaria (Administración y otros servicios) y zona de almacenamiento (cámaras frías, depósito, carga y descarga) los principales usuarios de este establecimiento comprador-vendedor y se proyecta teniendo en cuenta su comodidad".

Castro (2013) "Analiza la tipología y el sistema constructivo de los mercados desde sus aspectos teóricos y prácticos, al mismo tiempo que toma como referencia diferentes

proyectos que han planteado soluciones acertadas como respuesta a las exigencias de esta tipología, para saber qué tipo de proyecto se debe realizar se tiene en cuenta la población las necesidades del usuario, el sistema constructivo debe ser ligero y seguro, y debe ayudar en la estética del proyecto”.

Se presenta conceptos más relevantes sobre el proyecto de investigación.

Mercado Local: Es un equipamiento comercial de entorno urbano o rural, donde se desarrollan actividades comerciales de compra y venta donde se encuentra variedades de productos de primera necesidad.

Urbano Ambiental: Está orientado al análisis y diseño de ambientes interiores, espacios públicos, urbanos, mejorando la sociabilidad con la vida saludable y el medio ambiente. (Márquez, 2015)

Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos: Es el estudio del entorno mediato e inmediato aplicando instrumentos técnicos y normativos que se utiliza para regular las condiciones urbanas.

Necesidades Comerciales: Son necesidades vinculadas a algún espacio que logre una mejor calidad y confort al usuario, donde puedan desarrollar sus actividades sin ningún inconveniente.

Vendedor Ambulante: Trabajador informal que comercializa sus productos, deambulando por diferentes partes de una ciudad, en otros casos se sitúa en veredas, calles generando problemas urbanos y sociales. (Fuente: <https://dle.rae.es/ambulante>)

Toldo: Se denomina toldo a la lona que se emplea para impedir el paso del sol, se coloca al ingreso de una vivienda o para el uso comercial para proporcionar sombra.

Producto de Primera Necesidad: Es la necesidad vital de los seres humanos para poder subsistir, es por ello, que adquieren solo los principales productos como, (bebidas sin alcohol, medicamentos, artículos de limpieza).

Perfil Urbano: Es el estudio de la ciudad y su desarrollo urbano en su entorno, su morfología de suelos, alturas de edificación y tipologías de edificación.

Residuos Sólidos: Material que se desecha después de ser utilizado, se trata de algo que no sirve y se convierte en basura, los residuos se pueden reciclar obteniendo un nuevo uso.

Invasión: Ocupar un espacio sin ningún permiso y tomarlo como propiedad propia sin respetar a los verdaderos dueños lo que genera un conflicto social.

Comercio: Es la actividad económica de compra y venta de productos, y lo conforman los vendedores y compradores para poder satisfacer sus necesidades comerciales.

Comercio Informal: Es la actividad comercial que incumple con los reglamentos establecidos, es por ello, que las personas ocupan el espacio público y laboran de manera informal.

Comercio Ambulatorio: Es la actividad comercial realizada en calles y vías, deambulando o en un lugar fijo, ocupado durante determinadas horas, este tipo de comercio brinda productos de desconocida procedencia.

Reubicación: Trasladar de un lugar a otras personas, construcciones, para mejor seguridad de las personas en el caso de estar ubicados en una zona de emergencia, también para recuperar espacios públicos que son invadidos y que generan conflictos sociales.

Espacio Público: Es el lugar en el cual cualquier persona puede estar y circular sin ningún impedimento, donde se vea reflejado los diferentes grupos de la sociedad.

Economía Informal: Actividades económicas que desarrollan los trabajadores, pero, que no cumplen con los requisitos para poder sus actividades. Está compuesta por los comerciantes informales. (Inei, 2014).

Sector Informal: Personas que cuentan con un negocio pero que no están registradas y no pagan sus servicios en la SUNAT. En este caso sectores productivos como la (Agricultura, Pesca y Minería) no están constituidas en sociedad, por eso se dice que pertenecen al sector informal. (ONU, 2009) - (Inei, 2014).

Empleo Informal: Se denomina a la actividad laboral que no cuenta con los beneficios pactados por una ley, como el de tener un seguro social abonado por el empleador, vacaciones remuneradas, indemnización por accidente, entre otros. Las personas que se dedican a este empleo son trabajadores desempleados. (Inei, 2014).

A continuación, se considera casos exitosos internacionales, nacionales y se realizarán en fichas técnicas de análisis de caso considerando lo siguiente: (ver anexos)

Análisis Contextual - (Ficha nº1)

Análisis Formal – Espacial y Funcional - (Ficha nº2)

Análisis Ambiental y Constructivo - (Ficha nº3)

Caso nº01:

- Proyecto: Mercado Palhano
- Ubicación: Londrina - Paraná – Brasil
- Arquitectos: Studio Guilherme Torres
- Área del Terreno: 11,000.00m².
- Año: 2011
- Puestos de venta: 100 puestos.
- Pisos del proyecto: 02 Pisos + Semisótano

Concepto:

El proyecto de Mercado tiene como objetivo establecer un hito, en arquitectura sostenible, el proyecto está bajo la certificación (Leed, 2017) El proyecto tiene en cuenta conceptos de flujos de vientos e iluminación natural, así también como el uso de recursos reciclables que no degraden el medio ambiente.

Caso nº02:

- Proyecto: Mercado del Ninot
- Ubicación: Calle Mallorca 135, Barcelona – España.
- Arquitecto: Josep Lluís Mateo
- Cliente: IMMB-Instituto. Municipal de Mercats de Barcelona
- Superficie: 16,184.00m².
- Año de Remodelación: 2010 – 2015.

Según (Mateo, 2015) "No modificamos el volumen que se percibe, modificamos las superficies que lo cierran, y así perfeccionar los aspectos espaciales y funcional, controlando el ingreso de luz y organizar el espacio."

La nave está formada por un cuerpo central y tres cuerpos a cada lado. Las dos fachadas del cuerpo central, que dan a la calle de Mallorca y al pasaje interior, son de obra vista y

presentan un vitral enorme en forma de arco. Estas dos vidrieras son las entradas de luz natural más importantes.

El resto de la fachada está hecha con paneles de hierro con aperturas estrechas que permiten el paso del aire. Estos paneles de hierro se apoyan sobre un cierre perimetral de obra vista. En los lados de la entrada principal de la calle de Mallorca hay dos patios, a los que se puede acceder por los chaflanes.

Caso n°03:

- Proyecto: Mercado de Santa Caterine
- Ubicación: Distrito de Cuitat Vella Barcelona – España.
- Arquitecto: Josep Lluís Mateo
- Cliente: Enric Miralles y Benedetta Tagliabue
- Superficie: 10,456.00m².
- Año de Remodelación: 2001 – 2005.

La idea que se propone en el proyecto es un modelo que permita adaptarse al lugar y su contexto, que no sea tan fácil distinguir entre nueva construcción y rehabilitación, a su vez recuperar el color y vigor de las antiguas plazas griegas y romanas para la ciudad.

La cubierta emana los colores de las variedades de productos que se encuentran en el interior del mercado. Además, su estructura utilizando madera que le genera flexibilidad al proyecto, manejando grandes alturas.

La formulación del problema de la investigación es:

¿Cuáles son los Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos que satisfagan las necesidades comerciales de los ambulantes que ocupan el espacio público del Sector La Unión Barrio 1 para su reubicación en un mercado local en el distrito El Porvenir – Trujillo, 2018?

La investigación se acredita y justifica de la siguiente manera.

El proyecto de investigación tiene como finalidad buscar alternativas de solución para recuperación del espacio público ocupado por comerciantes ambulantes ubicados en el Sector la Unión Barrio 1, y determinar las necesidades comerciales que requieren los ambulantes.

La propuesta está orientada a una estrategia de reubicación de los comerciantes ambulantes a un lugar propicio donde puedan realizar sus actividades sin ocupar el espacio público ni generar conflictos sociales ya que no cuentan con apoyo por parte de la Municipalidad del Porvenir, y que la única solución es desalojarles generando conflictos sociales.

Por relevancia, el presente proyecto de investigación beneficiara a todos los comerciantes ambulantes del sector La Unión Barrio 1-El Porvenir que permitirá hacer sus actividades adecuadas en dónde puedan tener un espacio adecuado y un puesto de venta formal que les permita trabajar en condiciones apropiadas de infraestructura, en donde se reduzca la contaminación, incrementar el control de seguridad para el bienestar de las personas.

Por contribución, la propuesta, contribuirá a los comerciantes informales del Sector la Unión Barrio 1 - El Porvenir para Determinar los Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos y las Necesidades Comerciales de los ambulantes que ocupan el espacio público, en aportar soluciones para recuperar el espacio público no solo depende entidades públicas si no depende de los ocupantes que invaden las vías, calles en querer también contribuir y buscar solución de lograr recuperar el espacio público y que ellos tengan un espacio adecuado en donde les facilite realizar sus diferentes actividades.

Por valor teórico, la finalidad de este estudio servirá a los investigadores que desean aplicar esta propuesta, los requerimientos urbanos, arquitectónicos y necesidades comerciales de los ambulantes en donde la metodología se propone buscar espacios de concertación y sensibilización en búsqueda constante de soluciones pacíficas, para mejorar las condiciones de vida y así poder recuperar el espacio público ocupado por los ambulantes.

Por utilidad metodológica, Mediante esta investigación se empleó instrumentos de recolección de datos y así identificar las variables que son objeto de estudio para posteriormente ser utilizar los datos como ayuda y aportes para conocer, los requerimientos urbanos, arquitectónicos y necesidades comerciales de los ambulantes en donde se busca solución y determinar un espacio adecuado para la población en donde puedan realizar sus actividades sin ninguna perturbación al espacio público.

Por implicación práctica, la información que se obtendrá en la investigación se aplicará en la propuesta para Determinar los Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos y las

Necesidades Comerciales de los ambulantes que ocupan el espacio público del Sector La Unión Barrio 1 para su reubicación en un mercado local en el distrito El Porvenir con la finalidad de recuperar el espacio público ocupada por ambulantes en la Av. Tomas Moscoso con Jr. Los Ángeles y calle. Ramírez de Arellano en donde realizan sus diferentes actividades comerciales.

Como objetivo general de la investigación es “Determinar los Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos que satisfagan las necesidades comerciales de los ambulantes que ocupan el espacio público del Sector La Unión Barrio 1, para su reubicación en un mercado local en el distrito El Porvenir – Trujillo 2018”

Para un mejor enfoque de investigación se suscitó los diferentes objetivos específicos.

1. Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir 2018.
2. Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir 2018.
3. Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir 2018.
4. Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

Descriptivo: El propósito es observar y describir los diferentes aspectos de una situación que ocurre de forma natural y así poder intervenir para su pronta solución de los problemas existentes de la ocupación del espacio público por los comerciantes ambulantes, en el Sector La Unión Barrio 1 - distrito El Porvenir 2018.

“Al diseño de investigación se denominó No Experimental; es decir se trató de una investigación en la que no se había variado intencionalmente la variable independiente, por lo tanto, se observa el fenómeno tal y como se plantea en el contexto natural, sin intervenir en su desarrollo para después analizarlo”. (Hernandez, 2014)

“La investigación no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o las condiciones”. (Kelinger, 2003)

Transversal: En este tipo de diseño se adjuntas datos que se dan en un solo momento. Su intención es describir o caracterizar el fenómeno, a través de las variables, en un momento dado.

2.2. Variables, Operacionalización

Tabla 1
Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ESC. DE MEDICIÓN
REQUERIMIENTOS URBANOS ARQUITECTÓNICOS (Var. Dependiente)	Es el estudio de la ciudad aplicando instrumentos técnicos y normativos que se utilizará para ordenar el uso de suelo y regular las condiciones urbanas.	Se determina mediante el análisis de investigación	REQUERIMIENTOS URBANOS	EMPLAZAMIENTO	Accesibilidad Localización	Nominal.
		REQUERIMIENTOS URBANOS (emplazamiento e imagen urbana)	REQUERIMIENTOS ARQUITECTÓNICOS	IMAGEN URBANA	Configuración urbana Morfología funcional Vía Alternativa - Escala	
		REQUERIMIENTOS ARQUITECTÓNICOS (Tipos de zonas, circulaciones, accesibilidad, composición espacial, confort ambiental, sistema constructivo) determinado mediante un análisis de investigación.	REQUERIMIENTOS ARQUITECTÓNICOS	FUNCIÓN	Zonificación Distribución Circulación según el usuario. Accesos principales y secundarios. Espacios principales	
			REQUERIMIENTOS ARQUITECTÓNICOS	ACCESIBILIDAD	Relaciones espaciales Doble altura	
				COMPOSICIÓN ESPACIAL	Lumínica Acústica Térmica	
				SISTEMA CONSTRUCTIVO	Porticado de concreto Porticado de Madera Porticado de Acero	

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ESC. DE MEDICIÓN
			USUARIO	PERFIL DEL USUARIO	-Tipos de rubros de comercialización. -Cantidad de usuarios.	
NECESIDADES COMERCIALES (Var. Independiente)	Son necesidades vinculadas a algún espacio que logre una mejor calidad y confort al usuario, donde desarrollen sus actividades de manera fluida y ordenada.	Para comercializar es necesario exhibir los productos para obtener potencial en clientes, a su vez comercializar productos en volúmenes necesarios en base a su producción y la conservación de los mismos	CALIDAD DE SERVICIO	ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN	-Volumen de productos. -Tipos de productos por rubros de comercialización. - Temperatura. -Aspectos tecnológicos.	Nominal.
				ABASTECIMIENTO	-Medio de abastecimiento. -Equipos de movilización. -Volumen de productos.	
				LIMPIEZA E HIGIENE	-Áreas y procesamiento para residuos sólidos. -Volumen de residuos. -Clasificación de residuos.	

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y Muestra

Población:

Se encuentra establecido de 422 ambulantes inscritos en el padrón de asociación de comerciantes, todos realizan sus ventas de manera informal, ocupando el espacio público ubicada en la av. Tomas Moscoso con Jr. Los Ángeles y calle. Ramírez de Arellano. En el sector La Unión Barrio 1 en el distrito El Porvenir–Trujillo, 2018.

Muestra:

Enfoque Mixto

Cuantitativo:

Probabilística: Patrón de muestra de los ambulantes que realizan sus actividades en el espacio público.

N= Población.

Formula estratificada: No es homogénea es heterogenia.

Tabla 2

Población y muestra de los comerciantes ambulantes del Distrito el Porvenir.

POBLACIÓN		%		CANTIDAD
422 inscritos	422	100%	422/100	27
Total = 422	422	100%	422	27

Fuente: Elaboración propia.

Habitantes:

N= Población.

Z= Grado de confianza 90%=Significancia10%=0.10.

P= Probabilidad 50=0.50.

E= Error que fija el investigador =0.10.

$$N = \frac{N * Z^2 * P * (1 - P)}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P (1 - P)}$$
$$N = \frac{422 * 1.65^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{0.1^2 (422 - 1) + 1.65^2 * 0.5 (1 - 0.5)} = 27$$

Cualitativo: No probabilístico.

Tabla 3
Muestra Cualitativo.

SUJETO	CARACTERÍSTICA
PRESIDENTE DE ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES (Mercado la parada Nuevo Santa Rosa)	Conocimiento sobre ocupación del espacio público y trámites de reubicación.
AMBULANTE (comerciante informal)	Realizan sus actividades comerciales durante 12 años de manera informal ocupando el espacio público.
USUARIO	Realiza sus compras de productos de primera necesidad.
ARQUITECTO (Municipalidad Distrital El Porvenir)	Teniendo la experiencia en el trámite de licencia y catastro urbano.

Fuente: Elaboración propia.

Se preguntará a la población que son objeto de estudio que en este caso son todos los comerciantes ambulantes que realizan sus actividades de manera informal ocupando el espacio público, con el fin de adquirir resultados variados del tema en forma deliberada y espontánea.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Se elabora técnicas e instrumentos de recolección de datos para obtener resultados que brinden soluciones para su reubicación de los comerciantes y para la propuesta de un mercado local.

- Encuestas: Permitirá determinar las necesidades comerciales de los usuarios vendedor y comprador, por medio de esta técnica se obtendrá resultados que nos servirá de información sobre cuáles son los requerimientos urbanos arquitectónicos para las necesidades comerciales de los ambulantes.
 - Usuario comerciante
 - Usuario comprador

- Entrevistas: Nos ayudará a determinar los requerimientos urbanos arquitectónicos, para la propuesta de un mercado local y así satisfacer las necesidades comerciales de los ambulantes.

Especialista Arquitecto

- Fichas técnicas de análisis de casos
- Otros instrumentos

Registros fotográficos.

Ficha de observación.

Tabla 4.

Técnicas de recolección de datos

TÉCNICAS	OBSERVACIÓN
Encuestas	Guías de encuesta
Entrevistas	Guías de entrevista
Fichas Técnica de análisis de casos	Ficha técnica

Fuente: Elaboración propia.

- Validez:

Para determinar la validez del contenido se ha sometido los cuestionarios a profesionales conocedores del tema y procediendo a modificar las preguntas según las recomendaciones y observaciones.

- Confiabilidad:

Para esta investigación métodos confiables, datos obtenidos mediante fichas de técnica de análisis de casos, entrevistas y encuestas al usuario ambulantes – compradores y a profesionales de la Municipalidad Distrital El Porvenir.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el procedimiento de nuestros datos se aplicará el tipo de análisis descriptivo es cuando la información recolectada generará cambios el entorno.

En el proyecto de investigación en los datos se muestra de forma numérica en el caso de la población y la muestra.

2.6. Aspectos éticos

En el proyecto de investigación tienen una relación sobre todo con el conocimiento recolectado y la privacidad hacia los sujetos (el anonimato de la identidad del informante tanto como la confidencialidad de los datos de entrega) así mismo el respeto a sus valores, creencias y costumbres, protegiendo el bienestar físico y psicológico de los entrevistados dando de saber sobre el objetivo de estudio y el método de investigación y la importancia que tendrá para la población, dejándole en claro que podrá abandonar cuando fuese necesario.

III. RESULTADOS

Objetivo 1: Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

Tabla 5

Requerimientos urbanos para la propuesta de un nuevo mercado.

REQUERIMIENTOS URBANOS PARA LA PROPUESTA DE UN NUEVO MERCADO	PARÁMETROS	CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
RELACIÓN CON EL ENTORNO	<p>Integración del entorno respetando el perfil urbano, la morfología del lugar y su contexto mediato e inmediato.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espacios públicos. - Edificaciones cercanas y colindantes. - Zonificación y compatibilidad con usos de suelos. 	 <p>Fuente: Manual de diseño urbano.</p>	
RELACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE	<p>Se debe tener en cuenta áreas verdes y materiales que no degrade el medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aire / Agua / Suelo / Residuos sólidos y líquidos. 	 <p>Fuente: Manual de diseño urbano.</p>	
RELACIÓN CON TRANSPORTE Y VIABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Abastecimiento. - Carga y descarga. - Estacionamientos. 	 <p>Fuente: Mercado de Santa Caterina.</p>	
RELACIÓN CON LA POBLACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Plan concertado. - Defensa al consumidor. - Tradiciones y costumbres. 	 <p>Fuente: Mercado de Santa Caterina.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Según resultados obtenidos de la tabla 5, para establecer los parámetros para la reubicación de los comerciantes ambulantes se deben tener en cuenta, la relación con el entorno donde logre integrarse con las características de dicha zona, también tener en

cuenta la relación con el medio ambiente, transporte y viabilidad y relación con la población.

Objetivo 2: Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

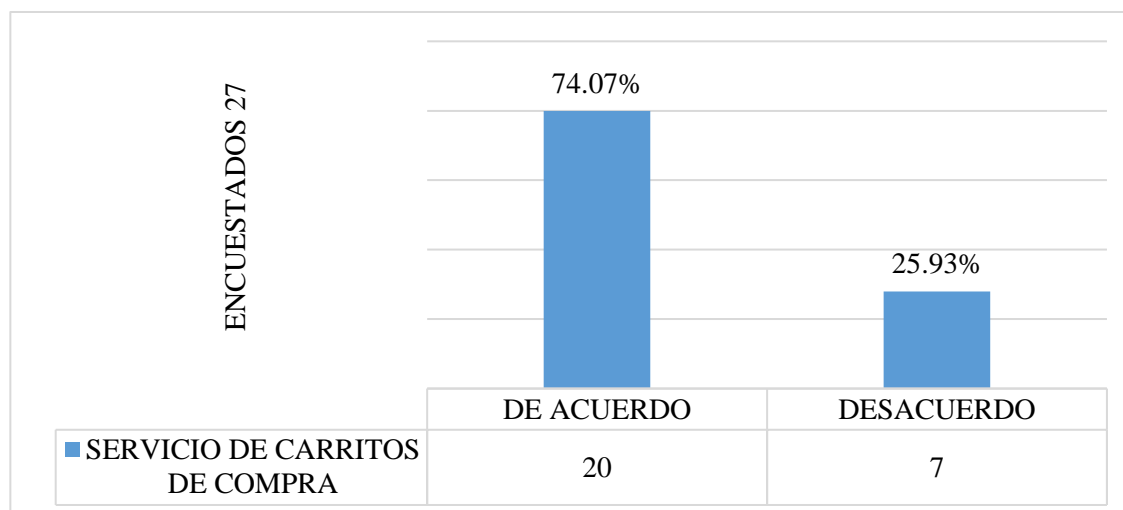


Figura 1. Servicio de carritos de compra.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 1, según los resultados adquiridos de las encuestas efectuadas a los comerciantes ambulantes, el 74.07% indicaron que están de acuerdo con el servicio de carritos de compra para mayor facilidad de compra y venta, y el 25.93% indicaron que no era necesario porque ocasionaría un congestionamiento peatonal al usuario.

Tabla 6

Rutina de compra al cual Ud. accede primero y posteriormente.

ENCUESTADOS	Carnes	Otros	Verduras	Abarrotes	Frutas	Total
Usuario						
Comprador =27	37.04%	29.63%%	22.22%	7.41%	3.70%	100%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la Tabla 6, según los resultados obtenidos de la encuesta realizada al usuario comprador el 37.04% accede a comprar carnes rojas, carnes blancas y pescados -mariscos, el 29.63% accede a comprar condimentos, menestras cocinadas, el 22.22% verduras y

tubérculos, el 7.41% abarrotes y el 3.70% frutas. Esto nos ayudará para una zonificación adecuada, circulación y recorrido que se debe plantear en la propuesta de un mercado.

Tabla 7

Cantidad de personas con las que acude a realizar sus compras.

ENCUESTADOS	Solo	1 personas	2 personas	TOTAL
Usuario				
Comprador =27	55.55%	33.34%	11.11%	100%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la Tabla 7, según los resultados obtenidos de la encuesta realizada al usuario comprador el 55.55% acude a dicho lugar solo a realizar sus compras, el 33.34% el usuario realiza sus compras en compañía de 1 personas y el 11.11% el usuario realiza sus compras acompañado por 2 miembros de su familia.

Tabla 8

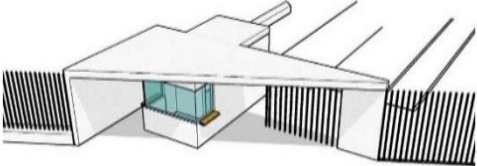
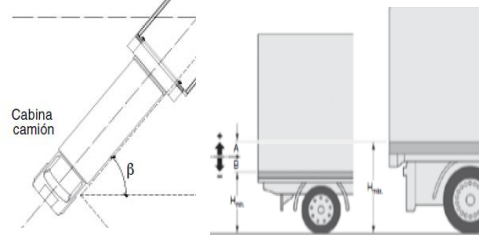


Medios de transporte para llegar a dicha zona.

ENCUESTADOS	Moto taxi	Micro	Taxi	Peatonal	TOTAL
Usuario					
Comprador =27	44.44%	25.92%	18.53%	11.11%	100%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la Tabla 8, según los resultados obtenidos de la encuesta realizada al usuario comprador el 44.44% de usuarios se transportan en moto taxi por estar más cerca a dicha zona, el 25.92% de usuarios acceden a dicho lugar en micro y el 18.53% se transportan peatonal y el 11.11% en taxi por tener un negocio propio y compran artos productos.

Tabla 9
Patio de carga y descarga de un mercado.

FORMA IDEAL DE UN PATIO DE CARGA Y DESCARGA DE UN MERCADO			
ZONA	AMBIENTES	CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
PATIO DE CARGA Y DESCARGA	CASETA DE CONTROL	<ul style="list-style-type: none"> - Control de vehículo antes de ingresar al patio de maniobras. - Inspección de productos. 	 <p>Fuente: Notas Técnicas de Prevención</p>
	PATIO DE MANIOBRAS	<ul style="list-style-type: none"> - Se tiene en cuenta el radio de giro. - Los camiones de llegada al mercado tendrán una longitud de 12mts de largo. - Fácil circulación. 	 <p>Fuente: Notas Técnicas de Prevención</p>
	ÁREA DE CARGA Y DESCARGA	<ul style="list-style-type: none"> - La plataforma de descarga será un ambiente de gran escala. - Tendrá un espacio para el estacionamiento de montacargas. - El área de la plataforma de descarga será proporcional al área de almacenes y cámaras frías. 	 <p>Fuente: Notas Técnicas de Prevención</p>
	ALMACÉN GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> - El almacén general de productos el cual pertenece a la zona de depósitos de mercado, es de acceso restringido. - Es un ambiente que tiene conexión directa con la plataforma de carga y descarga y cámaras frías. 	 <p>Fuente: Mercado Modelo</p>

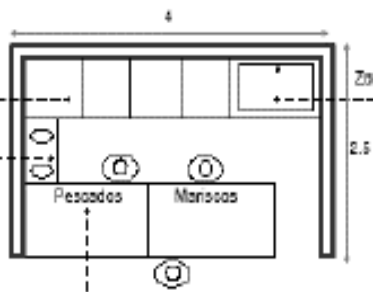
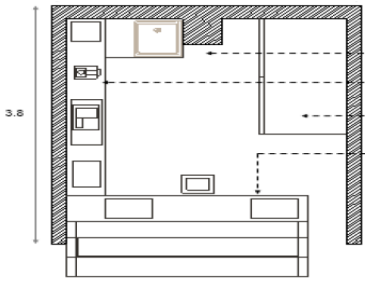
Fuente: Elaboración Propia.

Según la tabla 9, se determina que el patio de carga y descarga debe de tener una secuencia funcional y espacial adecuada para el buen funcionamiento teniendo en cuenta la reglamentación, la forma ideal es tener una caseta de control de para el ingreso de camiones, luego un patio de maniobras, luego el patio de descarga donde se descargan en los diferentes tipos de zonas diversos tipos de productos para luego llevarlos a un almacén general.

Tabla 10

Tipología de c/u de los puestos de venta en un mercado.

TIPOLOGÍA DE C/U DE LOS PUESTOS DE VENTA DE UN MERCADO

ZONAS	DENOMINACIÓN	CRITERIOS	DIMENSIONES	IMÁGENES
ZONA HÚMEDA	<p>Puesto de Pescado -lácteos y embutidos -carnes -aves</p>	<p>De preferencia el puesto de pescado y mariscos, el cual corresponde a la zona húmeda, deberá ser la zona de mejor acceso al mercado, teniendo una prioridad de accesibilidad (1) en relación con la zona semihúmeda (2) y seca (3). Este puesto tendrá relación directa con los puestos como el de carnes, aves, lácteos y embutidos.</p> <p>CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buenas características tecnológicas. - Se necesita una altura para una mejor ventilación natural y así evitar los malos olores. - Iluminación natural y artificial. - Equipamientos de acero inoxidable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Puesto: 2.5 x 4 - Zona de depósito (cámaras frías) y lavado: 3.85 x 0.80 - Zona de pescado: 0.50 x 0.90 - Exhibición de la mercadería en pendiente: 0.90 x 3.30 <p>ALTURA MÍNIMA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mayor a 3m para facilitar la ventilación y evitar los malos olores. 	
	<p>Puesto de Carnes -pescado y mariscos -carnes -aves</p>	<p>El puesto de carnes, el cual corresponde a la zona húmeda, deberá ser la zona de mejor acceso al mercado, teniendo una prioridad de accesibilidad (1) en relación a la zona semi – húmeda (2) y seca (3). Este puesto tendrá relación directa con puestos como el de pescados, aves, lácteos y embutidos.</p> <p>CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los módulos podrán juntarse para obtener una mayor área. - Se necesita una altura para una mejor ventilación natural y así evitar los malos olores. - Iluminación natural y artificial. - Equipamientos de acero inoxidable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Puesto: 3.20 x 3.80 - Mesada para corte: 1.90 x 1.80 - Zona de lavado: 0.60 x 0.50 - Exhibición de la mercadería en pendiente: 2.50 x 1.50 <p>ALTURA MÍNIMA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mayor a 3m para facilitar la ventilación y evitar los malos olores. 	



Fuente: Mercado del Ninot/Barcelona



Fuente: Mercado del Ninot/Barcelona


TIPOLOGÍA DE C/U DE LOS PUESTOS DE VENTA DE UN MERCADO

ZONAS	DENOMINACIÓN	CRITERIOS	DIMENSIONES	IMÁGENES
ZONA SEMI-HÚMEDA	Puesto de frutas -panadería y otros -huevos verduras	<p>El puesto de frutas, el cual pertenece a la zona semi - húmeda, tiene una prioridad de accesibilidad (2) en relación a la zona húmeda (1) y seca (3). Este puesto tendrá relación directa con puestos como el de verduras, huevos, panadería, dulce, comida para animales y naturistas.</p> <p>CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se recomienda acabados de materiales de fácil limpieza y mantenimiento. - Se necesita una altura para una mejor ventilación natural y así evitar los malos olores. - Iluminación natural y artificial. - Las características del ambiente son similares a los demás puesto de la zona semi - húmeda (puesto de verduras, huevos, panadería y otros). 	<ul style="list-style-type: none"> - Puesto: 3.50 x 4.00 - Zona de depósito: 1.20 x 0.80 - Zona de lavado y pesado: 1.20 x 0.80 - Exhibición de la mercadería en pendiente: 2.00 x 2.80 (2 módulos). <p>ALTURA MÍNIMA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se recomienda una altura mayor a 2.80 m. 	 
	Fuente: Mercado del Ninot-Barcelona			
ZONA SECA	Puesto de ropa -zapatería -mercería -plásticos	<p>El puesto de ropa, el cual pertenece a la zona seca del mercado, tiene una prioridad de accesibilidad (3) en relación a la zona húmeda (1) y semi - húmeda (2). Este puesto tendrá relación directa con puestos como el de zapatería, mercería y plásticos.</p> <p>CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - El ambiente será acondicionado de acuerdo al propietario. - Puesto de fácil circulación para el consumidor. - Los módulos podrán juntarse para obtener una mayor área. - Iluminación natural y artificial. - Ventilación natural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Puesto: 5.00 X 5.00 - Zona de depósito: 5.00 X 1.00 - Exhibición de la mercadería perimetral: 25ml x 0.80 - 50% de circulación <p>ALTURA MÍNIMA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se recomienda una altura mayor a 2.80m. 	 
Fuente: Mercado del Ninot-Barcelona				

Fuente: Elaboración Propia.

Conforme a la Tabla 10, la tipología de cada puesto de venta por zonas, la zona húmeda, debe ser la zona de mejor acceso al mercado, teniendo una prioridad de accesibilidad en relación a la zona SEMI – HÚMEDA y SECA, este puesto tendrá relación directa con los puestos como el de carnes, aves, lácteos y embutidos, la zona semi - húmeda, tiene una prioridad de accesibilidad en el mercado en relación a la zona HÚMEDA y SECA, este puesto tendrá relación directa con los puestos como el de verduras, panadería, huevos, dulces, comida para animales, naturistas y por último la zona seca del mercado, tiene una prioridad de accesibilidad en relación a la zona HÚMEDA y SEMI-HÚMEDA, este puesto tendrá relación directa con los puestos como la zapatería, mercería y plásticos.

Tabla 11
Sistema constructivo para la propuesta de un Mercado.

SISTEMA CONSTRUCTIVO PARA LA PROPUESTA DE UN MERCADO			
SISTEMA CONSTRUCTIVO	DEFINICIÓN	CARACTERÍSTICAS	IMÁGENES
APORTICADO DE CONCRETO	<p>Sistema constructivo porticado de concreto armado en el cual es más utilizado en columnas, vigas peraltadas y vigas chatas, etc. El cual cumplen la función de soportar las cargas muertas y sísmicas del porticado, conocido como esqueleto de concreto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Solidez, la naturaleza y durabilidad. -Consisten en vigas y columnas. - Resistentes en las dos direcciones principales del análisis (X e Y). -No se puede fijar en límite de altura. <p>SISTEMA APORTICADO DE CONCRETO, ESTRUCTURAS DE ACERO Y HORMIGON QUE INTEGRA UNA ORGANIZACIÓN FUNCIONAL CON UNA MISIÓN CONSTRUCTIVA COMÚN DE SOPORTE Y PROTECCIÓN DE LOS ESPACIOS COMERCIALES.</p>	 <p>Fuente: Mercado Palhano -Brasil</p>

APORTICADO
DE
MADERA

Elemento estructural de madera teniendo la clasificación de compresión paralela y flexión estática que estos elementos se aprecian en viguetas, columnas de madera, tijerales y arcos de madera tensados para grandes luces que den forma a la cubierta y diseño son resistentes cuyos ejes longitudinales paralelas.

- Compresión paralela
- Compresión normal a las fibras
- Flexión estática
- La guadua no debe ponerse en contacto con el suelo
- La mampostería y el concreto la guadua se apoya sobre metal u otro impermeable.

ARCOS DE MADERA ,QUE DAN FORMA A LA CUBIERTA ARCOS TENSADOS PARA NO TENER APOYO EN LA PARE CENTRAL.



Fuente: Mercado de Santa Caterine-Barcelona

APORTICADO
DE
ACERO

Elemento estructural simple o compuesto que es más utilizado en parte de una estructura, cumpliendo principales funciones en tracción. En el cual está compuesta para las construcciones pesadas y livianas en perfil laminado o perfil soldado en donde se aprecia también las estructuras metálicas en tijerales, cubiertas para grandes luces.

- Pilares verticales articulares
- Pilares inclinados
- Biarticulado
- Empotrado
- Grandes luces
- Cubiertas

ESTRUCTURA METÁLICA EN LA CUAL ESTA COMPUESTA EN TIJERALES METÁLICOS.



Fuente: Mercado de Santa Caterine-Barcelona

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 11, el tipo de sistema constructivo más utilizados son, porticado de concreto (que forman unidades del edificio que integran una organización funcional con una misión constructiva común de soporte y protección de los espacios comerciales), porticado de madera (se utiliza para grandes cubiertas, fachadas dando ligereza en la estructura) y acero (para grandes luces, mejor ventilación e iluminación natural).

Objetivo 3: Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

Tabla 12

Edades de los Comerciantes Ambulantes.

GÉNERO	EIDADES			Encuestados	Porcentaje %
	20 – 40 Años	40 – 60 Años	60 a más años		
Masculino	3 = 11.11%	2 = 7.40%	1 = 3.70%	6	22.22%
Femenino	10 = 37.04%	8 = 29.64%	3 = 11.11%	21	77.78%
Total %	13 = 48.15%	10 = 37.04%	4 = 14.81%	27	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la Tabla 12, según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a 27 comerciantes ambulantes de ambos géneros el 48.15% que se dedican a la comercialización, son personas de edad entre 20-40 años, el 37.04% de comerciantes lo realizan personas de edad entre 40-60 años y el 14.81 % de comerciantes que realizan estas actividades son de 60 años a más.

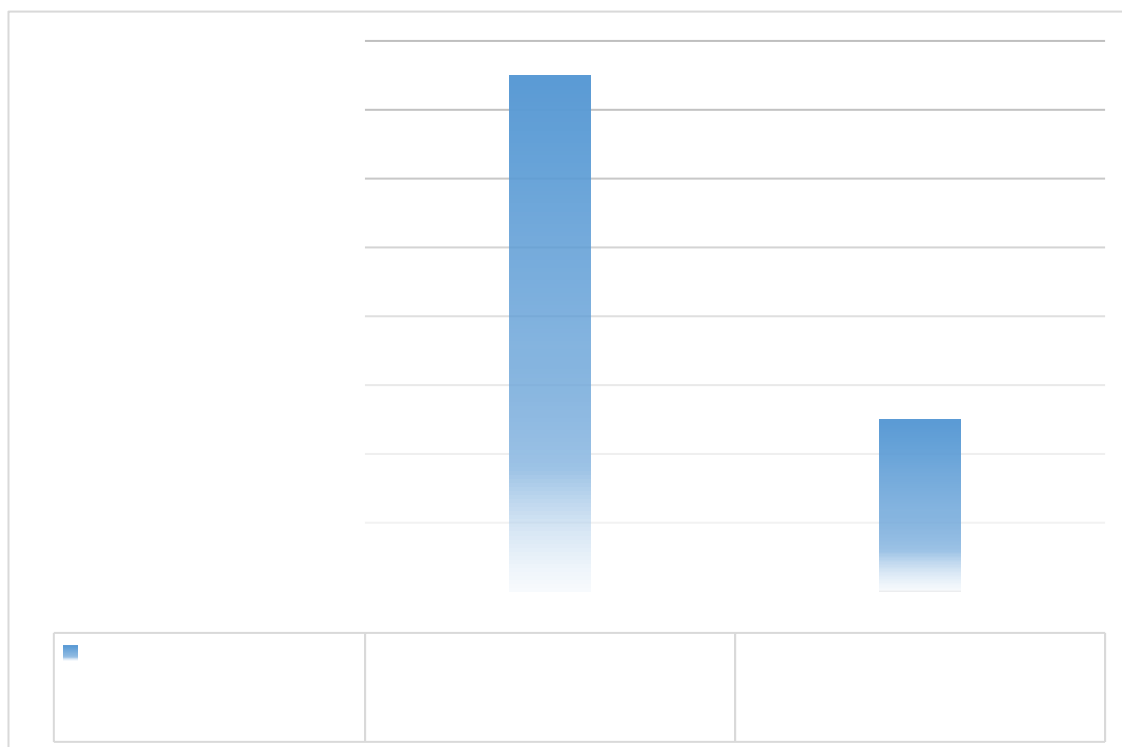


Figura 2. *Usuario vendedor de 20 a 40 años que tienen niños menores de 4 años.*

Fuente: Elaboración propia

En la figura 2, de acuerdo a las encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes de edad entre 20 a 40 años de ambos géneros, el 55.56% realiza sus actividades comerciales con sus niños menores de 4 años y el 15.52% tienen niños mayores a 4 años.

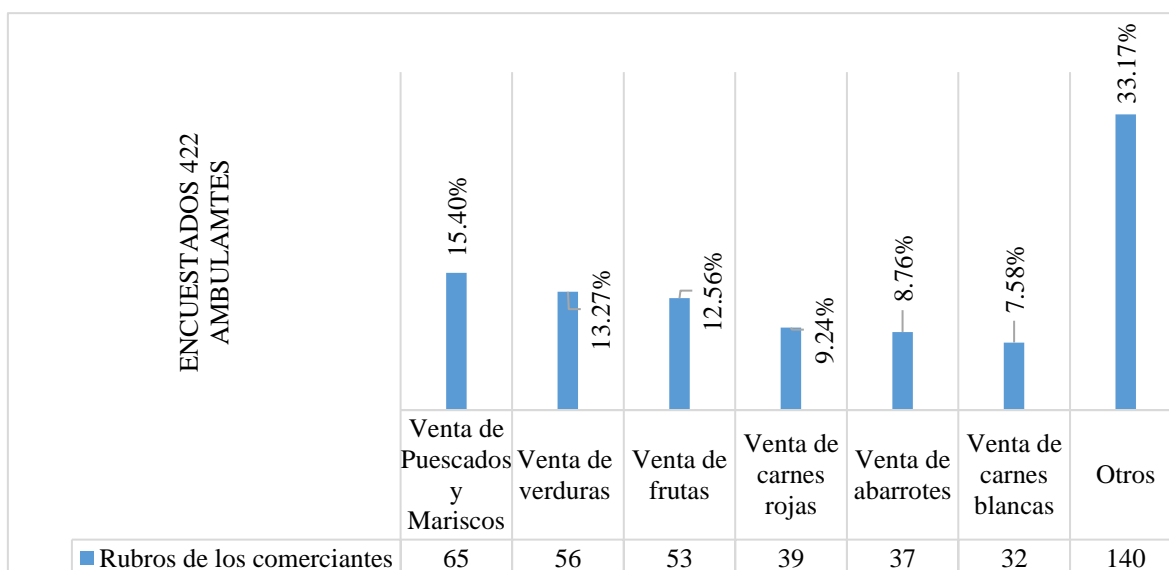


Figura 3. Rubros de comercialización de los ambulantes.

Fuente: Elaboración propia.

Según resultados obtenidos de la figura 3, de las encuestas realizadas a 422 comerciantes ambulantes que se dedican a diferentes rubros el que más prevalece con un 15.40% es la venta de pescados y mariscos, seguido el 13.27% que se dedican a la venta verduras, el 12.56% realizan la venta de frutas, el 9.24% a la venta de carnes rojas, el 8.76% a la venta abarrotos, el 7.58% a la venta de carnes blancas y el 33.17%, es la sumatoria de todos los productos de se dedican a otros rubros como (venta de tubérculos, huevos, flores, plástico, ferretería, granos, alimento de animales, lácteos, embutidos, productos naturales, condimentos, comida, jugos, pastelería, mercería, etc.

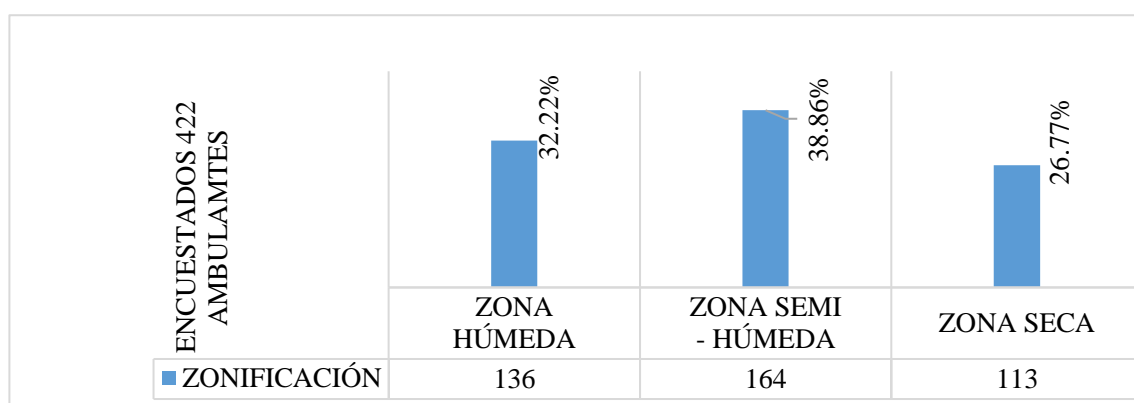


Figura 4. Clasificación de rubros por zonas.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Se obtuvo los resultados de los diferentes rubros se clasificó en diferentes zonas.

De acuerdo a la figura 4 se clasificó los rubros en sus diferentes zonas: Zona húmeda con rubros de (pescados y mariscos, carnes blancas y carnes rojas) obteniendo un 32.22%, zona semihúmeda cuenta con los rubros de (frutas, verduras, huevos, prod. naturistas, embutidos, lácteos, flores, condimentos) con un 38.86% y zona seca con diferentes rubros (ferretería, ropa, zapatería, mercería, plásticos, abarrotes, granos, alimento de animales, pastelería y tubérculos) con un menor porcentaje 26.77%.

Objetivo 4: Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

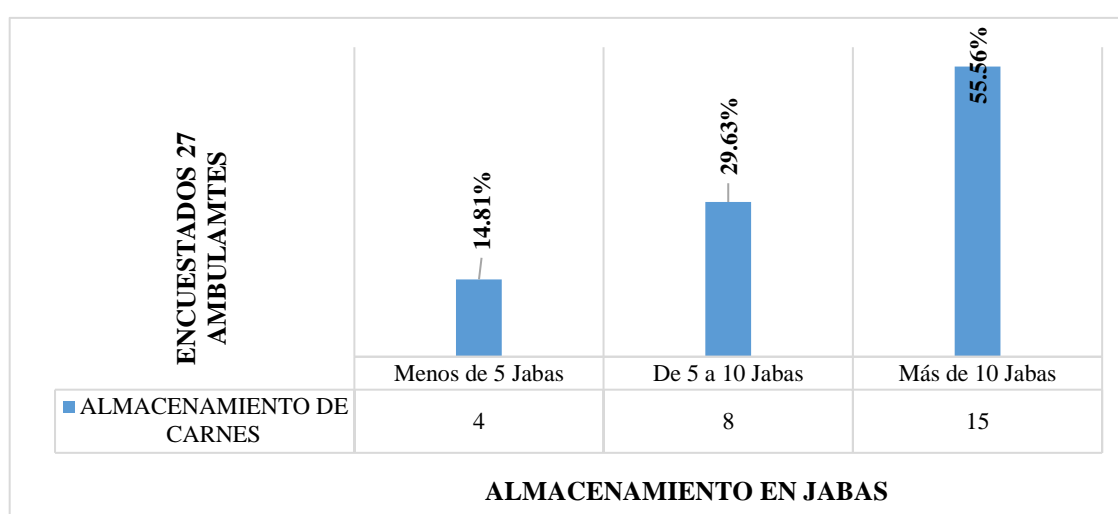


Figura 5. Cantidad de almacenamiento de carnes.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Jabas de 20kg. C/u - dimensiones 0.80 x 0.45 x 0.26cm.

En la figura 5, según los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas a 27 comerciantes ambulantes, el 55.56% almacena más de 10 jabas de variedad de carne para su venta diaria (200kg. Aprox.) Un 29.63 % almacena entre 5 a 10 jabas y el 14.81% almacena menos de 5 jabas de carne (100kg. Aprox.)

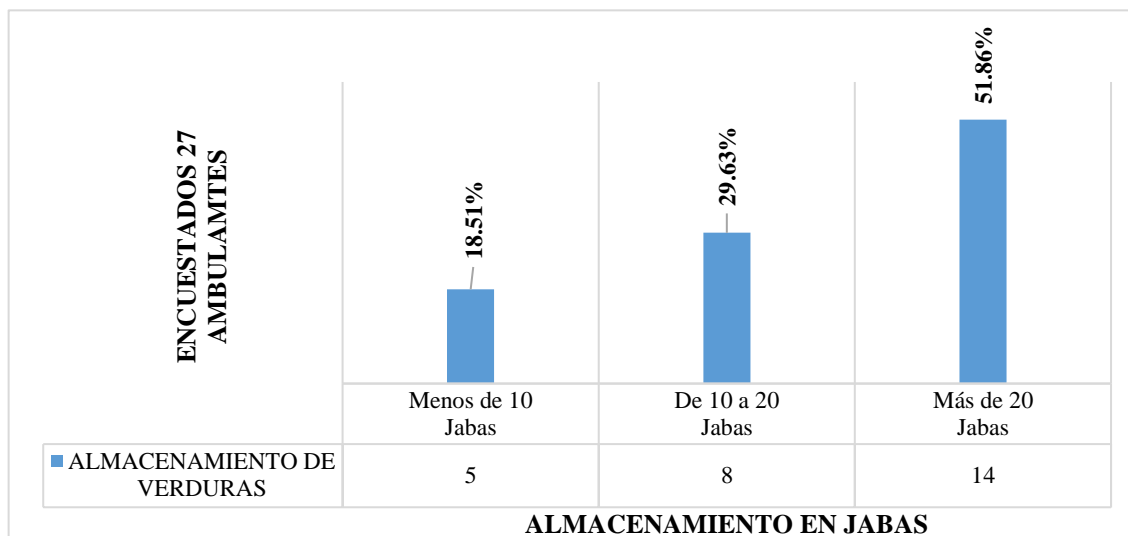


Figura 6. Cantidad de almacenamiento de verduras.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Jabas de 20kg. C/U-dimensiones 0.54 x 0.34 x 0.30cm

De acuerdo a la figura 6, según los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas de a 27 comerciantes ambulantes, el 51.86% se abastece con más de 20 jabas de variedades de verduras al día (400kg. Aprox.) Un 29.63 % se abastece entre 10 a 20 jabas de variedades de verduras y el 18.51% se abastece con menos de 10 jabas de variedades de verduras (200kg. Aprox.)

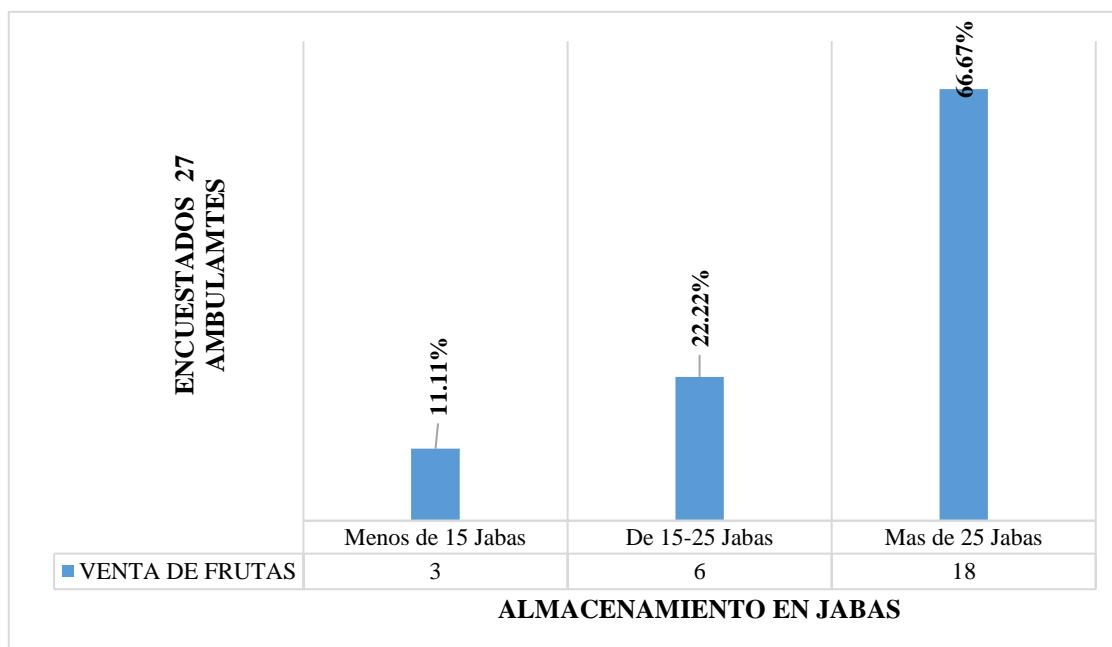


Figura 7. Cantidad de almacenamiento de fruta.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Jabas de 12 kg. C/U- dimensiones 0.50 x 0.30 x 0.15cm.

De acuerdo a la figura 7, según los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas a 27 comerciantes ambulantes, el 66.67% almacena más de 25 jabas de variedades de frutas al día (300kg. Aprox.) Un 22.22 % almacena entre 15 a 25 jabas de variedades de frutas y el 11.11% almacena menos de 15 jabas de variedades de frutas (180kg. Aprox.)

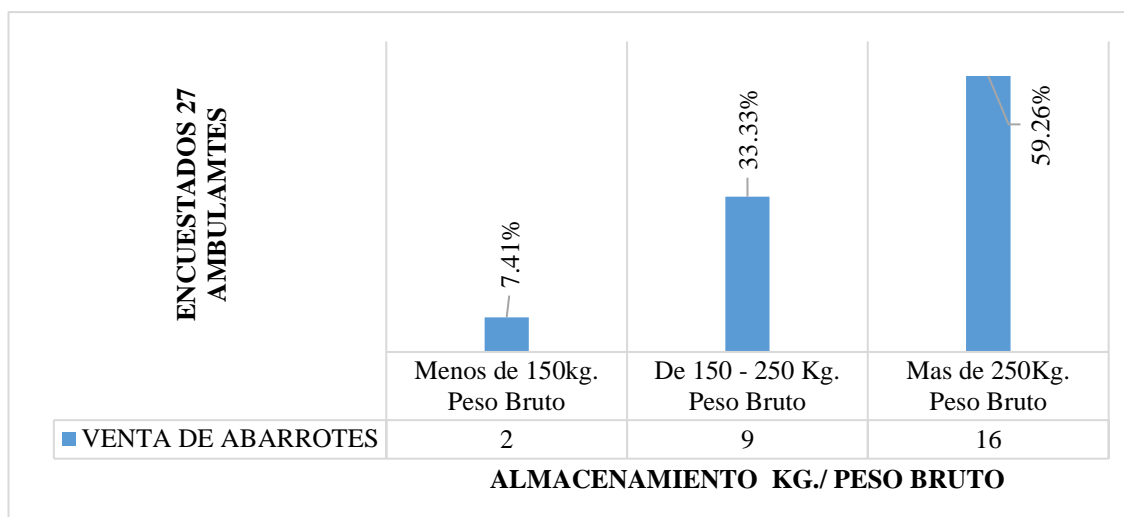


Figura 8. Cantidad de almacenamiento de abarrotos.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la figura 8, según los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas a 27 comerciantes ambulantes, el 59.26% almacena más de 250 Kg. Aprox. de variedades de productos, el 33.33% vende entre 150 a 250kg y el 7.41% realiza ventas menores a los 150Kg.

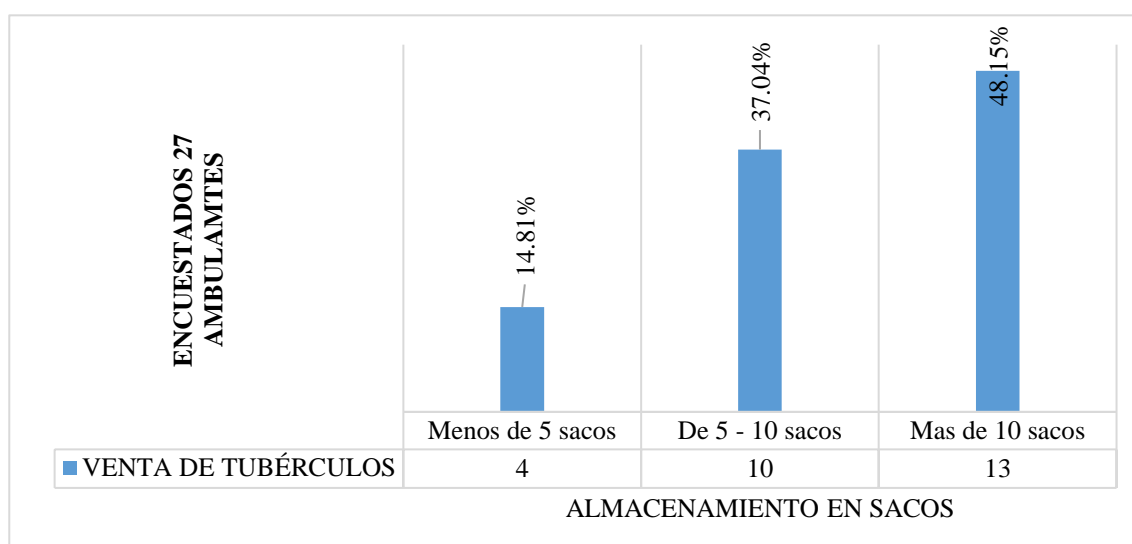


Figura 9. Cantidad de almacenamiento de tubérculos.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Sacos de 80 kg. C/U- dimensiones 1.00 x 0.60cm.

De acuerdo a la figura 9, según los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas a 27 comerciantes ambulantes, el 48.15% almacena más de 10 sacos de variedades de tubérculos (800kg. Aprox.), el 37.04% acopia entre 5 a 10 sacos y el 14.81% acopia menos de 5 sacos de variedades de tubérculos (400kg. Aprox.)

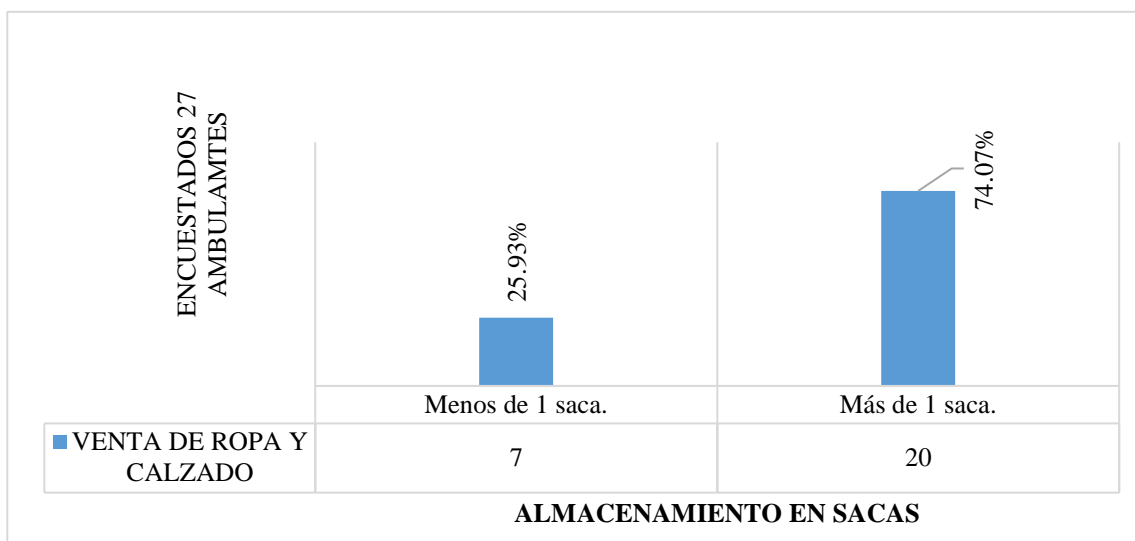


Figura 10. Cantidad de almacenamiento de ropa y calzado.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Sacas de 150 kg. C/U- dimensiones 1.50 x 0.80cm.

En la figura 10, de 40 comerciantes ambulantes encuestados el 74.07% acopia más de una saca de ropa y calzado y el 25.93% restante acopian menos de una saca de ropa y calzado.

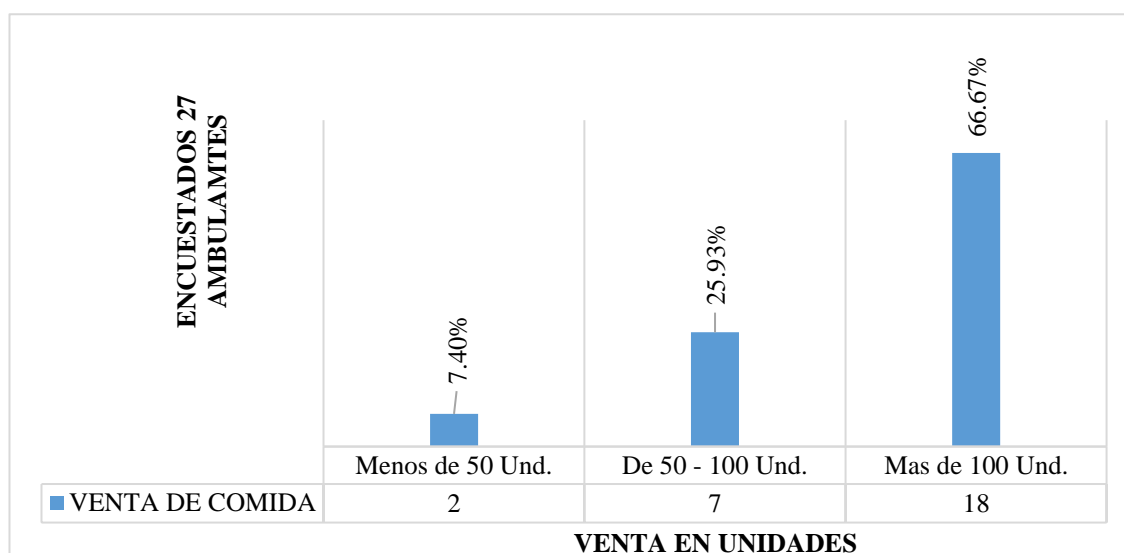


Figura 11. Cantidad de venta de comida.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al a figura 11, de 40 comerciantes ambulantes encuestados el 66.67% venda más de 100 unidades de diferentes platos de comida, el 25.93% comercializa entre 50 a 100 platos de comida y el 7.40% tienes venta menor de 50 platos de comida.

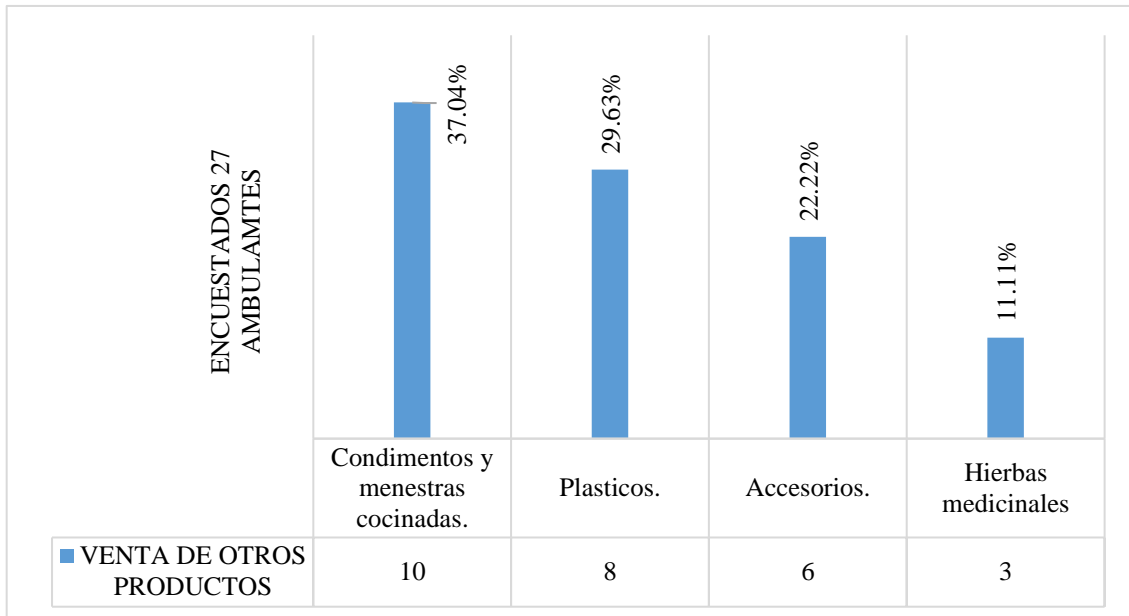


Figura 12. Cantidad de ventas de otros rubros.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 12, conforme a los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas a los comerciantes ambulantes que se dedican a otros tipos de rubros, el 37.04% se dedica a la venta de condimentos y menestras cocinadas, el 29.63% a la venta de plásticos, 22.22% a la venta de accesorios y el 11.11% a la venta de hierbas medicinales.

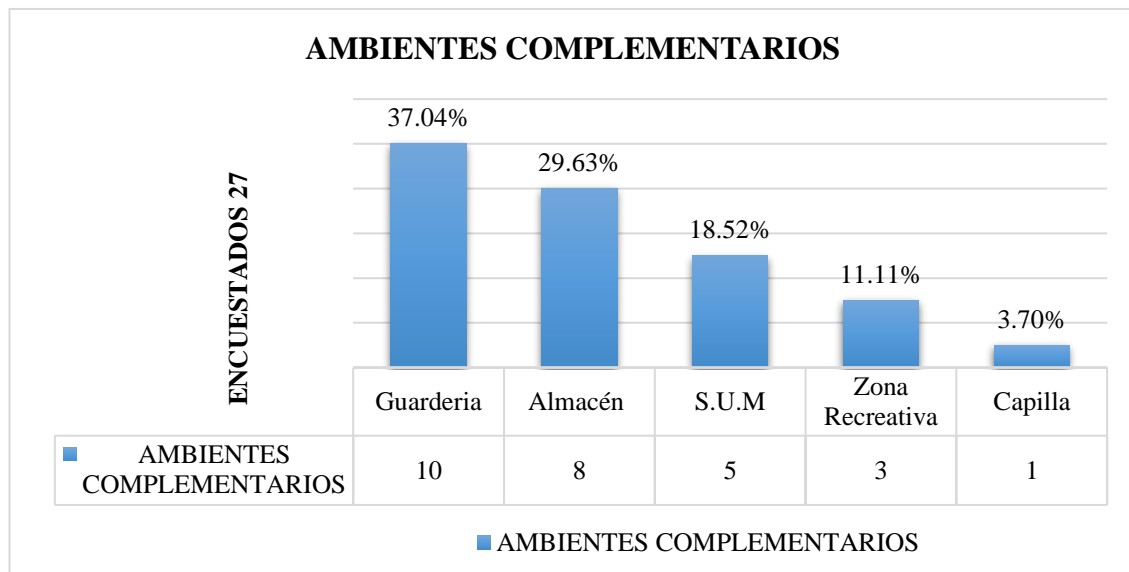


Figura 13. Ambientes complementarios que requiere el usuario Vendedor.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura 13, según los resultados obtenidos de la encuesta efectuadas a los comerciantes ambulantes el 37.04% optaron por la implementación de una guardería para brindarles un mejor comodidad a las personas que realizan sus actividades con sus menores de edad y la implementación de una guardería sería la solución para estas personas, el 29.63% optan por un almacén general para sus productos de abastecimiento, un 18.52% requieren un servicio de un S.U.M para realizar diferentes eventos y capacitaciones, el 11.11% optaron por una zona recreativa y el que menor porcentaje con 3.70% eligieron una capilla.

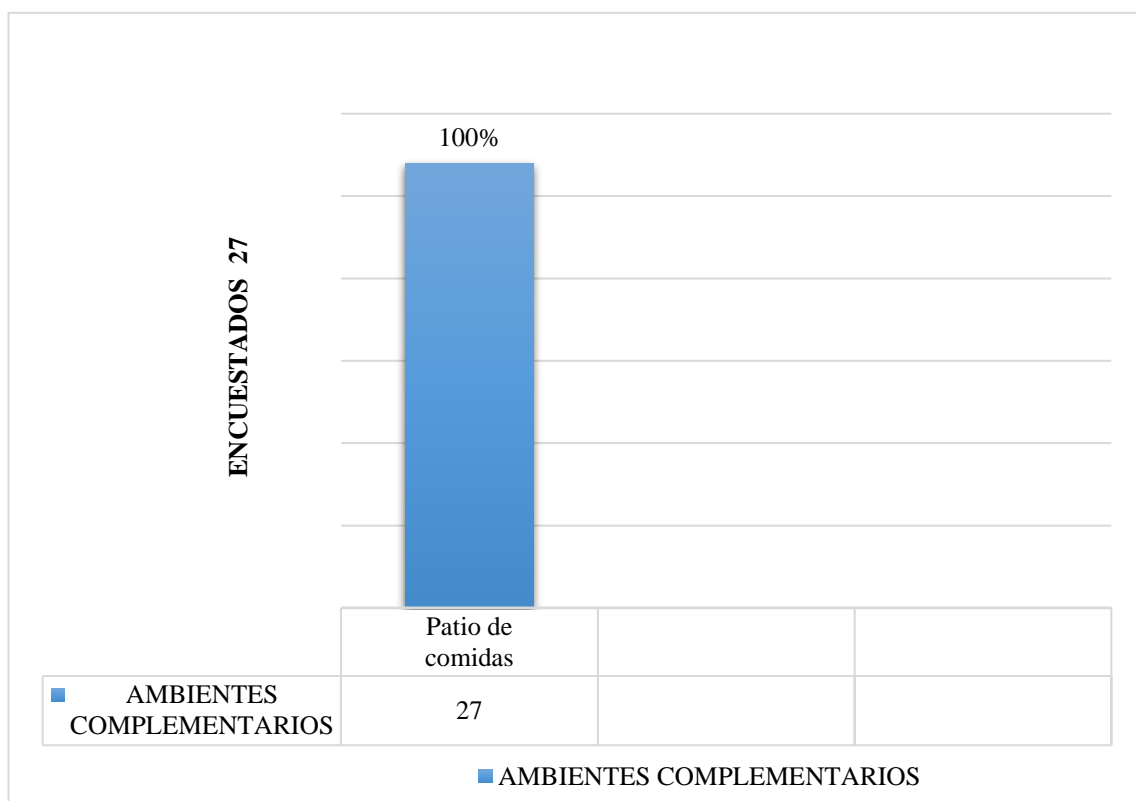


Figura 14. *Ambientes complementarios que requiere el usuario – comprador.*

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura 14, conforme a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al usuario comprador el 100% optaron por la implementación de un ambiente de patio de comidas para el beneficio de los comerciantes ambulantes y también de los usuarios compradores en hacerle más factible de poder consumir un producto dentro del establecimiento.

IV. DISCUSIÓN

Objetivo 1: Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

De acuerdo a los resultados obtenidos, para determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un Mercado Local se debe considerar la relación con el contexto donde logre relacionarse con las características de la zona, teniendo en cuenta (el uso de suelo, edificaciones colindantes y morfología urbana), debe tener conexión con el medio ambiente (viento, agua, suelo y residuos sólidos) sin degradarlo y a su vez relacionarse con la accesibilidad y por último impulsar la asociatividad con la población. Estos resultados son similares a (Cassiani, 2014) “Requerimientos urbanos para la propuesta de un mercado en la ciudad de Cartagena de Indias 2014”, Este proyecto tiene como finalidad de buscar un lugar para la reubicación de los comerciantes de fruta del centro de la ciudad de Cartagena, respetando los parámetros urbanos teniendo relación con el entorno, el medio ambiente, la accesibilidad y la población. Para el desarrollo de sus actividades sin ocupar el espacio público, mejorando la movilidad, seguridad y el entorno de la ciudad. La reubicación de los comerciantes ambulantes se considera como parte de un proceso prolongado de ordenamiento urbano sin generar conflictos sociales. Es por ello que se tiene en cuenta reubicarlos en plazoletas seleccionadas para comercio donde los ambulantes puedan realizar sus actividades comerciales sin invadir el espacio público, mejorando la relación de la sociedad, fomentando cultura y convivencia ciudadana en el espacio público.

Sin embargo, según (Prieto, 2013) “El espacio público debe ser de fácil transitar, es por ello que se debe respetar los parámetros urbanos para que exista una integración con el entorno, el medio ambiente, una adecuada accesibilidad, fomentando la integración social y de recreación en el espacio público”.

De acuerdo a la triangulación de resultados, el establecer parámetros para la reubicación de los ambulantes es muy importante, ya que se toman en cuenta aspectos muy importantes como el entorno, perfil y morfología urbano además del medioambiente, todo esto con visión de mejora de la población que la ocupa.

Objetivo 2: Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

De acuerdo a los datos obtenidos se determinó, el 74.07% requiere el servicio de carritos de compra porque realizan sus compras sin compañía, en cuanto a las rutinas de compra del usuario, en su mayoría el 37.04% accede a la zona húmeda seguido 29.63% zona semi – húmeda y con menor porcentaje 7.41% zona seca. Luego de realizar sus compras el 44.44% usa el medio de transporte de moto taxi.

En cuanto a las condiciones funcionales para un patio de carga y descarga se deben tener en cuenta un ambiente de gran escala, tendrá un espacio de estacionamiento de montacargas, debe tener relación directa con el patio de maniobras y su acceso a esta zona es restringida. Referente a la tipología de cada puesto de venta cada zona cuenta con diferentes tipologías y sus dimensiones varían, pero cada puesto debe tener una altura adecuada para ventilación e iluminación natural, de preferencia en la zona húmeda donde se generan malos olores. Estos datos tienen similitud con lo que dice (Torres, 2016) en su tesis “Mercado de productos perecibles para la ciudad de santo domingo de los Tsáchilas” el proyecto maneja aspectos funcionales y espaciales brindando nuevos servicios como el uso de carritos de compra que en su mayoría el 70% requiere de este servicio porque realizan sus compras sin compañía o en compañía de una persona, en cuanto a las rutinas de compra del usuario, en su mayoría el 60% accede a la zona semihúmeda seguido 30% zona húmeda y con menor porcentaje 10% zona seca. En cuanto al tipo de sistema constructivo más utilizados son, porticado de concreto (que generan seguridad en la zona comercial), porticado de madera (se utiliza para grandes cubiertas, fachadas dando ligereza en la estructura) y porticado de acero (para grandes luces, mejor ventilación e iluminación natural).

Según (Molinillo, 2012) “origen y evolución de los mercados de abastos” del punto de vista arquitectónico, con énfasis en sus características estructurales y en la gestión para su correcto funcionamiento, implementando nuevos servicios que satisfaga las necesidades del usuario comprador y vendedor, brindando canastillas y carritos de compras, y así poder acceder con facilidad a realizar sus compras, se tiene en cuenta que al tener estos servicios las dimensiones para la circulación serán más amplias.

Según (Broto, 2014), "Los accesos a los diferentes niveles deben ser fácil de acceder y no ser un problema que pueda perjudicar al usuario, se debe tener en cuenta escaleras (eléctricas), ascensores y rampas para facilitar la circulación vertical ya que al mismo tiempo se convierten en un medio de diseño fundamental". La centralidad espacial es fundamental en un mercado porque ayuda a tener una distribución y circulación fluida, fácil de acceder a las zonas comerciales. (p.148).

Según (Castro, 2013), "Analiza la tipología y el sistema constructivo de los mercados desde sus aspectos teóricos y prácticos, al mismo tiempo que toma como referencia diferentes proyectos que han planteado soluciones acertadas como respuesta a las exigencias de diferentes tipologías de mercados como: (mayoristas, minoristas, municipales y privados), para saber qué tipo de proyecto cuenta la población las necesidades del usuario, en cuanto al sistema constructivo, debe ser ligero y seguro, y debe ayudar en la estética del proyecto, utilizando nuevas tecnologías".

De acuerdo a la triangulación de resultados existen dos aspectos a tomar en cuenta, como la función y espacio, las dimensiones para circulaciones deben ser las adecuadas para que no genere un conflicto al momento de circular, las dimensiones de cada puesto de venta deben ser las adecuadas, las alturas de cada ambiente deben diferenciarse de acuerdo al rubro de venta, en cuanto al sistema constructivo, existen tecnologías constructivas que no deterioran el medio ambiente y brindan seguridad y confort, a su vez es una fuente muy importante como parte del diseño estructuran ya que se pueden trabajar en grandes luces y alturas.

Objetivo 3: Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

De acuerdo a los datos obtenidos se identificó los diferentes rubros que comercializan los ambulantes, se encontró que la mayoría (15.40%) comercializan pescado y mariscos, seguido (13.27%) venta de verduras, (12.56%) venta de frutas, (9.24%) venta de carnes rojas. Los porcentajes menores corresponden a (8.76%) venta de abarrotes, (7.58%) venta de carnes blancas y (33.17%) es la sumatoria de todos los puestos de venta de otros productos como venta de tubérculos, huevos, flores, plásticos, ferretería, granos, alimento

de animales, lácteos, embutidos, productos naturales, condimentos, comida, jugos, pastelería y mercería.

Luego de identificar los diferentes rubros, se clasificó por zonas. Con mayor porcentaje Zona semi – húmeda (38.86%), seguido Zona húmeda (32.22%) y con menor porcentaje Zona seca (26.77%), estos datos se asemejan a los resultados de (Rivarola, 2015) en su tesis “Mercado en el Distrito de Magdalena del Mar”, tiene como objetivo desarrollar un nuevo mercado tradicional sumándole actividades complementarias, y organizando cada rubro de comercialización en diferentes zonas. En cuanto a sus rubros se encontró que en su mayoría (32%) verduras y hortalizas, seguido (18%) venta de abarrotes, (16%) venta de carnes y (11%) venta de frutas. Los porcentajes menores corresponden a (10%) venta de comida rápida, (8%) venta de ropa - calzado y (5%) otros. De acuerdo a su clasificación por zonas. Con mayor porcentaje Zona Húmeda (59%), seguido Zona Semi - Húmeda (28%) y con menor porcentaje Zona Seca (13%).

Sin embargo, según (Dicken, 2011) “los centros de abastos, dentro de los cuales se encuentran los Mercados Municipales de abastos cuyo interior funcionan “puestos de venta”, están distribuidos y zonificados de la siguiente manera: Zona de expendio conformada por (zona húmeda, semihúmeda y zona), también zona complementaria (Administración y otros servicios) y zona de almacenamiento (cámaras frías, depósito, carga y descarga) los principales involucrados de este establecimiento son el usuario comprador-vendedor y se proyecta teniendo en cuenta su comodidad”.

De acuerdo a la triangulación de resultados, es necesario identificar los rubros de comercialización para conocer cuál es el que más prevalece, y poder realizar una zonificación adecuada que se relacione con las diferentes zonas, y haya una fluidez en cuanto a distribución y circulación.

Objetivo 4: Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

Según los datos obtenidos, se identificó el volumen de comercialización de los productos de cada rubro por zonas. Zona Semi – Húmeda con mayor almacenamiento el rubro de verduras 51.86% (más de 20 jabas), frutas 66.67% (más de 25 jabas), tubérculos 48.15% (más de 10 sacos), seguido Zona Húmeda su almacenamiento de cada rubro es, carnes

66.56% (más de 10 jabas), comida rápida 66.67% (más de 100 unid.) y con menor almacenamiento Zona Seca el rubro de ropa 74.07% (más de 1 saca) y abarrotes 59.26%. Estos datos son semejantes a los resultados de (Hallo, 2015), en su tesis “Estudio para el diseño de un Mega-Mercado de abastos, La Libertad 2015”, que es necesario la propuesta de un nuevo Mercado de Abastos que se consolide en forma segura, ordenada y funcional para los locales dedicados a esta actividad, de acuerdo al volumen de comercialización Zona Semi – Húmeda con mayor almacenamiento el rubro de verduras 80% (más de 40 jabas), en el rubro de frutas 60% (más de 30 jabas), tubérculos 50% (más de 20 sacos), seguido Zona Húmeda su almacenamiento de cada rubro es, carnes 65% (más de 20 jabas), comida rápida 70 % (más de 200 unid.) y con menor almacenamiento Zona Seca el rubro de ropa 85% (más de 2 saca).

Según (Maurici, 2016), narra sobre la historia del Mercado de la Barceloneta ha sabido rescatar las principales características del espacio, permite entender muchos aspectos de esta tipología de puestos de venta en un mercado, cada puesto debe contar con cierto dimensionamiento para el almacenamiento de sus productos, cada zona cuenta diferentes rubros y el almacenamiento es diferente de cada zona, también se debe considerar un almacén general para el mercado.

Se comparó el volumen de comercialización de productos que oferta el usuario vendedor con otros resultados teniendo la similitud en teorías y antecedentes que se asemejan al objetivo.

De acuerdo a la triangulación de resultados, Identificar el volumen de comercialización de productos es indispensable para la propuesta de un mercado, ya que ayuda a proporcionar las dimensiones que debe tener cada puesto de venta, y a la diferenciación por cada rubro.

V. CONCLUSIONES

Objetivo 1: Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

Los requerimientos urbanos para el desarrollo del proyecto están en relación con el entorno, el medio ambiente y la población de comerciantes formales e informales. Cuyo objetivo es la de renovar la imagen urbana del distrito El Porvenir.

Objetivo 2: Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

Los requerimientos arquitectónicos para el funcionamiento del proyecto son:

- Los tipos de acceso al proyecto a través de jerarquización de ingresos, recorridos verticales y horizontales, se diferenciará el ingreso para el abastecimiento de la mercadería, el ingreso de personal administrativo, personal de servicio, vendedores y compradores.
- La zonificación de rubros de comercialización (Zona seca, semihúmeda y húmeda); así como la zona administrativa, zona de servicios complementarios y generales.
- La normativa vigente para el diseño óptimo que logre el confort del comerciante y la población beneficiada (Áreas y dimensiones mínimas).
- El tipo de sistema constructivo es mixto, aplicando las estructuras de concreto y estructuras metálicas, por su resistencia, flexibilidad, seguridad, generando ambientes acogedores y sin degradar el medio ambiente.
- El tipo de diseño, el cual se opta por una doble altura para la zona húmeda en la cual, ayudara con la ventilación e iluminación y los sistemas de acondicionamiento, sanitarios, eléctricos y vigilancia.

Objetivo 3: Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

La cantidad aproximada de usuarios comerciantes es de 800 personas.

Los rubros de comercialización son:

A. Los rubros de la zona húmeda son:

- Venta de Carnes blancas, Carnes rojas y Pescados-Mariscos
- Venta en puestos de comida
- Venta de lácteos y embutidos
- Venta de flores

B. Los rubros de la zona semihúmeda son:

- Venta de frutas y verduras
- Venta de productos naturistas

C. Los rubros de la zona Seca son:

- Venta de mercería, ropa y zapatos
- Venta de abarrotos y alimentos de animales
- Venta de ferretería y plásticos
- Venta de pan y dulces

Objetivo 4: Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

- La calidad de servicio para la zona húmeda y semihúmeda, involucra el almacenamiento de venta en jabas, sacos y su almacenamiento de conservación en cámaras frigoríficas y paneles térmicos ubicados en zonas complementarias de uso común. Los mismo que tendrán áreas sépticas de ingreso y salida para el personal, con ello se pretende ofrecer al usuario un producto en óptimas condiciones de salubridad y poder así competir con los grandes supermercados de la provincia.
- Mientras que los productos de la zona seca, se tendrá en consideración su almacenamiento en los almacenes generales, los cuales tendrán una ventilación natural y áreas sépticas para el ingreso y salida de los productos.
- La zona húmeda, semihúmeda y seca, tendrán un acceso y circulación directa entre ellas, para así facilitar al comprador- vendedor su libre desplazamiento en todo el establecimiento, aprovechando de esta manera los servicios complementarios propuestos para los usuarios.

VI. RECOMENDACIONES

Objetivo 1: Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

- Se recomienda tener en cuenta los parámetros urbanísticos que brinde la municipalidad distrital de El Porvenir, donde norme las condiciones de diseño urbano.
- Se recomienda visualizar el contexto y perfil urbano, las edificaciones colindantes, accesibilidad, medio ambiente y la población. De tal modo que satisfagan con las necesidades de los comerciantes formales e informales, garantizando un desarrollo urbano ordenado, minimizando el impacto negativo como (ocupar el espacio público, aglomeración vehicular - peatonal, contaminación visual y ambiental), fomentando conflictos sociales.
- Se recomienda realizar un estudio de impacto ambiental, en donde se proponga un sistema de reciclaje, que elimine la contaminación ambiental generada por la evacuación de los desechos generados por el usuario.

Objetivo 2: Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuadas para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

- Se recomienda, que los ambientes pertenecientes a la zona seca, tendrán una altura mayor a 2.80 metros para facilitar la ventilación e iluminación de forma natural. Mientras que los ambientes de la zona húmeda y semihúmeda, tendrán una altura mayor a 3 metros para facilitar la ventilación natural y evitar malos olores.
- Se recomienda ubicar las zonas del mercado propuesto de acuerdo a la jerarquía y a las condiciones climáticas de su orientación. De esta manera proponer aleros u otros elementos arquitectónicos que permitan el redireccionamiento de los rayos solares.
- Se recomienda tener un espacio central principal que conecte y dirija al usuario a las distintas zonas proyectadas.
- Se recomienda incorporar sistemas constructivos tecnológicos que no deterioren el medio ambiente y brinden la seguridad, salubridad y confort al usuario

(vendedor y comprador). Siendo estas partes fundamentales del diseño del proyecto.

Objetivo 3: Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

- Se recomienda tener una señalización adecuada y precisa, tanto visual como comunicativa para el desplazamiento del usuario (vendedor y comprador) en el establecimiento. Desde el punto de vista de seguridad y evacuación, el aforo identificado en cada sector o zona será indispensable ante cualquier evento sísmico o de identificación del peligro. Del mismo modo la cantidad de 800 usuarios aproximadamente determinará la dotación mínima para el diseño de las instalaciones sanitarias y de baterías de baños, así como las salidas de emergencia.
- Se recomienda clasificar los rubros de comercialización por zonas y/o sectores que faciliten al usuario su desplazamiento, de acuerdo al acceso a los servicios complementarios y generales proyectados.
- Se recomienda manejar una tipología arquitectónica para cada puesto de venta que lo diferencie según el rubro de comercialización, pero a su vez tener una relación directa con los diferentes rubros de venta, permitiendo que el usuario comprador identifique fácilmente el tipo de rubro de venta al que va a acceder a realizar sus compras.
- La zona húmeda, semihúmeda y seca, deberá contar con un fácil acceso a la zona de almacenamiento, diferenciándose y señalizándose los recorridos independientes de acuerdo al rubro; evitando así, confusión y aglomeración al momento de la entrada y salida de los productos.

Objetivo 4: Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

- Se recomienda realizar fichas antropométricas para el diseño de cada puesto proyectado, ambiente complementario y de servicio general, indicando las dimensiones del mobiliario y/o equipamiento a usarse, y el libre recorrido de usuario tanto interior como exterior.
- Se recomienda zonificar el área de almacenes, los mismo que deberán cumplir con las condiciones mínimas de seguridad, salubridad y accesibilidad; tal y como lo indica la normativa vigente y las recomendaciones de la DIRESA. Así también, estos ambientes deberán tener áreas sépticas de salida y entrada, ventilaciones mecanizadas, un drenaje diferenciado con trampas de grasa en su recorrido antes de ser evacuados a la red de alcantarillado.
- Integrar las zonas principales proyectadas (zona húmeda, semihúmeda y seca) con las zonas complementarias.
- Tener en cuenta ambientes complementarios que brinden nuevos servicios como (guardería, almacén y patio de comidas), y que cumpla con las necesidades del usurario comprador y vendedor. De este modo proyectar un establecimiento competente con los grandes supermercados de la provincia.

REFERENCIAS

- Borja. (2008). La Globalización Económica y La Revolución Informal.
- Broto. (2014). Análisis Funcional Espacial.
- Cassiani. (2014). “Requerimientos urbanos para la propuesta de un mercado en la ciudad de Cartagena de Indias”. Cartajena - Colombia.
- Castro. (2013). Análisis de la Tipología de los Mercados.
- Correo. (07 de Octubre de 2016). El comercio ambulatorio se incrementa en 50% en Trujillo. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/edicion/la-libertad/trujillo-el-comercio-ambulatorio-se-incrementa-en-50-en-trujillo>.
- Correo, D. (16 de Febrero de 2018). Informalidad en el 2017. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/economia/informalidad>.
- Dicken. (2011). Centro de Abastos. BOGOTA: 88 EDITORIAL ESCALA.
- Hallo. (2015). Estudio para el diseño de un mega-mercado de abastos, La libertad 2015.
- Hernandez, F. Y. (2014). Diseño e Investigación.
- Inei. (2014). Empleo Informal. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/>.
- Inei. (2014). Sector Informal. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/>.
- Inei. (2017). Población Distrito El Porvenir. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/>.
- Jaramillo, T. (2004). La Recuperación y Protección de los Espacios Públicos.
- Kelinger. (2003). Metodología de Investigación. Obtenido de http://emas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/biologia/resources/PDFContent/689/metodocientifico.pdf.
- Leed. (2017). Obtenido de Liderazgo en Diseño Energético y Ambiental.
- Márquez, M. d. (2015). Criterios de diseño urbano Ambiental. Obtenido de <http://www.lahas.org/wp-content/uploads/2016/09/Criterios-de-ise%C3%B1o-urbano-ambiental.pdf>.
- Mateo, J. L. (2015). Mercado del Ninot. Barcelona-España. Obtenido de <https://www.floornature.es/mateo-arquitectura-realiza-la-remodelacion-del-mercado-del-ninot-en-barcelona-11117/>
- Maurici. (2016). Historia del Mercado Barceloneta. Actar. Obtenido de <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/es/content/el-mercado-de-la-barceloneta>
- Mayhua. (2014). Propuesta del mercado de abastos en Huaral.

- Molinillo. (2012). Origen y evolución de los mercados de abastos. Editorial (2002) 204-205 pág.
- OIT. (2014). Organización Internacional de Trabajo. Obtenido de <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/world-of-work/2014/lang--es/index.htm>
- ONU. (2009). Sector Informal. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2018/04/1432462>
- Orrego. (2006). "La reubicación de 3,200 comerciantes ambulantes del centro historico a una playa de estacionamientos ubicada a espaldas del Palacio de Gobierno". Lima - Perú.
- PBI. (2017). Obtenido de Producto Bruto Interno. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/pib/peru>
- Pereira. (2005). Conservación y Recuperación de los Espacios Públicos.
- Petit. (2015). "El impacto de la recuperación de los Espacios Públicos en la Seguridad Ciudadana: el caso del ex Mercado Mayorista de La Parada" Tesis para optar el grado de Magíster en "Ciencias Políticas y Gobierno, con mención en Gestión Pública y Políticas Públicas". Lima - Perú.
- Prieto. (2013). El Espacio Público. Obtenido de http://www.institutodeestudiosurbanos.info/dmdocuments/cendocieu/coleccion_digital/Espacio_Publico/Estado_Arte_Espacio_Publico-UN-2005.pdf
- Qintero.E. (2015). "Espacio público y derecho a la ciudad, análisis de las ventas informales ambulantes del centro de Bogotá". Bogotá - Colombia.
- Remedi. (2000). Reorganización de los Espacios.
- Rivarola. (2015). "Nuevo Mercado para el Distrito de Magdalena del Mar".
- Salcedo. (2009). "El sistema estructural como generador de espacios arquitectónicos".
- Salcedo. (2016). Obtenido de "Recuperación y organización del espacio público en la Ciudad de Cúcuta".
- Soto, H. D. (1986). El Otro Sendero - La Revolución Informal. EL BARRANCO.
- Suárez. (2007). Expresión, Reunión y la Apropiación Social por Excelencia.
- Torres. (2016). Mercado de productos perecibles para la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11659/1/52T00394.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Operacionalización de Variables

Tabla 13

Matriz de Consistencia – Título, Formulación del Problema, Objetivos y Variables

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES
<p>“REQUERIMIENTOS URBANOS, ARQUITECTÓNICOS Y NECESIDADES COMERCIALES DE LOS AMBULANTES, PARA SU REUBICACIÓN UN MERCADO LOCAL, EL PORVENIR - TRUJILLO, 2018”</p>	<p>¿Cuáles son los Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos que satisfagan las necesidades comerciales de los ambulantes que ocupan el espacio público del Sector La Unión Barrio 1, para su reubicación en un mercado local en el distrito El Porvenir – Trujillo, 2018?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>“Determinar los Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos que satisfagan las necesidades comerciales de los ambulantes que ocupan el espacio público del Sector La Unión Barrio 1, para su reubicación en un mercado local en el distrito El Porvenir – Trujillo 2018”</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018. 2. Identificar Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018. 3. Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018. 4. Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018. 	<p>Var. Independiente:</p> <p>- Necesidades Comerciales.</p> <p>Var. Dependiente:</p> <p>- Requerimientos Urbanos, Arquitectónicos.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. Matriz de Objetivos, Conclusiones y Recomendaciones.

Tabla 14

Matriz de consistencia – objetivos, conclusiones y recomendaciones.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES
¿Qué requerimientos urbanos adecuados se debe determinar para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018?	Los requerimientos urbanos para el desarrollo del proyecto están en relación con el entorno, el medio ambiente y la población de comerciantes formales e informales. Cuyo objetivo es la de renovar la imagen urbana del distrito El Porvenir	<ul style="list-style-type: none">- Se recomienda visualizar el contexto y perfil urbano, las edificaciones colindantes, accesibilidad, medio ambiente y la población. De tal modo que satisfagan con las necesidades de los comerciantes formales e informales, garantizando un desarrollo urbano ordenado, minimizando el impacto negativo como (ocupar el espacio público, aglomeración vehicular - peatonal, contaminación visual y ambiental), fomentando conflictos sociales.- Se recomienda tener en cuenta el impacto generado con la reubicación de los comerciantes informales, proponiendo una alternativa arquitectónica vial a las vías liberadas del comercio informal.- Se recomienda realizar un estudio de impacto ambiental, en donde se proponga un sistema de reciclaje, que contrarreste la contaminación ambiental generada por la evacuación de los desechos generados por el proyecto.

2. Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir 2018.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES
<p>¿Qué requerimientos arquitectónicos adecuados se debe determinar para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018??</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los tipos de acceso al proyecto: que, a través de jerarquías, recorridos verticales y horizontales; se diferenciara, el ingreso para el abastecimiento de la mercadería, el ingreso de personal administrativo, personal de servicio, vendedores y compradores. - La zonificación de tipos de comercio (Zona seca, semihúmeda y húmeda); así como, la zona administrativa, zona de servicios complementarios y generales. - La normativa vigente para el diseño optimo que logre el confort del comerciante y la población beneficiada (Áreas y dimensiones mínimas). - El tipo de sistema constructivo es mixto, aplicando las estructuras de concreto y estructuras metálicas, por su resistencia, flexibilidad, seguridad, generando ambientes acogedores y sin degradar el medio ambiente. - El tipo de diseño, el cual se opta por una doble altura para la zona húmeda en la cual, ayudara con la ventilación e iluminación y los sistemas de acondicionamiento, sanitarios, eléctricos y vigilancia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se recomienda, que los ambientes pertenecientes a la zona seca, tendrán una altura mayor a 2.80 metros para facilitar la ventilación e iluminación de forma natural. Mientras que los ambientes de la zona húmeda y semihúmeda, tendrán una altura mayor a 3 metros para facilitar la ventilación natural y evitar malos olores. - Se recomienda, ubicar las zonas del mercado propuesto, de acuerdo a la jerarquía y a las condiciones climáticas de su orientación. De esta manera, proponer aleros u otros elementos arquitectónicos, que permitan el re direccionamiento de los rayos solares. - Se recomienda incorporar sistemas constructivos tecnológicos que no deterioren el medio ambiente y brinden la seguridad, salubridad y confort al usuario (vendedor y comprador). Siendo estos partes fundamentales del diseño del proyecto.

3. Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES
<p>¿Cuál es la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018?</p>	<p>La cantidad aproximada de usuarios comerciantes es de 800 personas.</p> <p>Los rubros de comercialización son:</p> <p>A. Los rubros de la zona húmeda son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Venta de Carnes blancas, Carnes rojas y Pescados-Mariscos - Venta en puestos de comida - Venta de lácteos y embutidos - Venta de flores <p>B. Los rubros de la zona semihúmeda son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venta de frutas y verduras - Venta de productos naturistas <p>C. Los rubros de la zona Seca son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venta de mercería, ropa y zapatos - Venta de abarrotos y alimentos de animales - Venta de ferretería y plásticos - Venta de pan y dulces. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se recomienda que, desde el punto de vista de seguridad y evacuación, el aforo identificado en cada sector o zona será indispensable ante cualquier evento sísmico o de identificación del peligro. Del mismo modo, la cantidad de 800 usuarios aproximadamente determinara la dotación mínima para el diseño de las instalaciones sanitarias y de baterías de baños; así como, las salidas de emergencia. - Se recomienda manejar una tipología arquitectónica para cada puesto de venta, que lo diferencie según el rubro de comercialización, pero a su vez tener una relación directa con los diferentes rubros de venta, permitiendo que el usuario comprador identifique fácilmente el tipo de rubro de venta al que va a acceder a realizar sus compras. - La zona húmeda, semihúmeda y seca, deberá contar con un fácil acceso a la zona de almacenamiento, diferenciándose y señalizándose los recorridos independientes de acuerdo al rubro; evitando así, confusión y aglomeración al momento de la entrada y salida de los productos.

4. Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES
<p>¿Qué condiciones de calidad de servicio se debe tener en cuenta para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018?</p>	<p>La calidad de servicio para la zona húmeda y semihúmeda, involucra el almacenamiento de venta en jabas, sacos y su almacenamiento de conservación en cámaras frigoríficas y paneles térmicos ubicados en zonas complementarias de uso común. Los mismo que tendrán áreas sépticas de ingreso y salida para el personal. Con ello se pretende ofrecer al usuario un producto en óptimas condiciones de salubridad y poder así competir con los grandes supermercados de la provincia.</p> <p>Mientras que los productos de la zona seca, se tendrá en consideración su almacenamiento en los almacenes generales, los cuales tendrán una ventilación mecánica y áreas sépticas para el ingreso y salida de los productos.</p> <p>La zona húmeda, semihúmeda y seca, tendrán un acceso y circulación directa entre ellas, para así facilitar al comprador-vendedor su libre desplazamiento en todo el establecimiento, aprovechando de esta manera los servicios complementarios propuestos para los usuarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se recomienda realizar fichas antropométricas para el diseño de cada puesto proyectado, ambiente complementario y de servicio general, indicando las dimensiones del mobiliario y/o equipamiento a usarse, y el libre recorrido de usuario tanto interior como exterior. - Se recomienda zonificar el área de almacenes, los mismo que deberán cumplir con las condiciones mínimas de seguridad, salubridad y accesibilidad; tal y como lo indica la normativa vigente y las recomendaciones de la DIRESA. Así también, estos ambientes deberán tener áreas sépticas de salida y entrada, ventilaciones mecanizadas, un drenaje diferenciado con trampas de grasa en su recorrido antes de ser evacuados a la red de alcantarillado. - Integrar las zonas principales proyectadas (zona húmeda, semihúmeda y seca) con las zonas complementarias. - Tener en cuenta ambientes complementarios que brinden nuevos servicios como (guardería, almacén y patio de comidas), y que cumpla con las necesidades del usurario comprador y vendedor. De este modo proyectar un establecimiento competente con los grandes supermercados de la provincia.

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 3. Formatos e instrumentos de Investigación

Tabla 15.

Matriz de instrumentos de investigación, validación.

VARIABLES	INDICADORES	ENTREVISTADO	INSTRUMENTOS	OBJETIVOS	
REQUERIMIENTOS URBANOS ARQUITECTÓNICOS	Accesibilidad Localización		¿Qué requerimientos urbanos y arquitectónicos son adecuados para la propuesta de un nuevo mercado?	OBJETIVO N° 1: Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir 2018.	
	Configuración Urbana Morfología Funcional Vía Alternativa Escala		¿Cuál es la forma ideal de un patio de carga y descarga en un mercado?		
	Zonificación Distribución Circulación según el usuario.	según	Especialista Arquitecto	¿Cuál es la tipología de c/u de los puestos de venta en un mercado?	
	Accesos principales secundarios.	y		¿Cuál es la forma ideal para obtener un buen confort ambiental en un mercado?	OBJETIVO N° 2: Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir 2018.
	Espacios principales Relaciones espaciales Doble altura			¿Qué tipo de sistema constructivo es la adecuada para la propuesta de un Mercado local?	
	Lumínica Acústica Térmica			¿Cuáles son las zonas principales en un mercado?	
	Aporticado de concreto Aporticado de madera Aporticado de acero				

VARIABLES	INDICADORES	ENCUESTADO	INSTRUMENTOS	OBJETIVOS
NECESIDADES COMERCIALES	-Tipos de rubros de comercialización	Vendedor	- ¿A qué rubro Ud. se dedica en el mercado?	OBJETIVO N° 3: Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir 2018.
	- Cantidad de usuarios.		- ¿Qué cantidad de productos vende usted al día?	
	- Volumen de productos.		- ¿Ud. Cree que es necesario brindar el servicio de carritos de compra?	
	-Tipos de productos por rubros de comercialización.		- ¿Usted tiene niños menores de 4 años?	
	- Temperatura.		- ¿Qué ambiente complementario requiere para la propuesta de un mercado?	
	-Aspectos tecnológicos.	Comprador	- ¿Qué tipo de capacitación requiere usted para un beneficio en sus actividades comerciales?	OBJETIVO N° 4: Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir 2018.
	-Medio abastecimiento.		- ¿Durante la rutina de compra de sus productos, cuáles son los que accede Ud. Primero y cuáles posteriormente?	
	-Equipos movilización.		- ¿Con que frecuencia hace sus compras?	
	- Volumen productos.		- ¿En compañía de cuantas personas se dirige usted a realizar sus compras?	
	-Áreas y procesamiento para residuos sólidos.		- ¿Qué servicio complementario cree usted que debe tener un mercado?	
- Volumen de residuos.	- ¿Qué medios de transporte utiliza para llegar a dicha Zona?	- ¿Qué cantidad de productos vende usted al día?		
- Clasificación de residuos.				

Fuente: Elaboración Propia.

ENCUESTA AL AMBULANTE

Precisar la cantidad de usuarios comerciantes y los diferentes rubros de comercialización, para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

FECHA: __/__/__

EDAD:

GENERO: Masculino - Femenino **Marque con una (X)**

1. ¿A qué rubro Ud. se dedica en el mercado?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Venta de fruta. | <input type="checkbox"/> Venta de pescado. |
| <input type="checkbox"/> Venta de verduras. | <input type="checkbox"/> Venta de ropa y calzado. |
| <input type="checkbox"/> Venta de abarrotes. | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida. |
| <input type="checkbox"/> Venta de carnes rojas y blancas. | <input type="checkbox"/> Otros..... |

2. ¿Qué cantidad de productos vende usted al día? Marque (X)

- () **Venta de fruta**
 Menos de 15 Jabas. De 15-25 Jabas. Más de 25 Jabas.
- () **Venta de verduras**
 Menos de 10 Jabas. De 10-05 Jabas. Más de 20 Jabas.
- () **Venta de abarrotes**
 Menos de 150Kg. (P.B) De 150 a 250Kg. (P.B) De 250 a más Kg. (P.B)
- () **Venta de carnes rojas y blancas**
 Menos de 5 Jabas. De 05 a 10 Jabas. De 10 a más Jabas.
- () **Venta de tubérculos**
 Menos de 5 sacos. De 05 a 10 sacos. De 10 a más sacos.
- () **Venta de ropa y calzado**
 Menos de 1 Saca. Más de 1 Saca.
- () **Venta de comida rápida**
 Menos de 50 unid. Más de 50-100 unid. Mas de 100 unid.
- Otros.....

3. ¿Ud. Cree que es necesario brindar el servicio de carritos de compra?

Si.

No.

¿Por qué?.....

4. ¿Usted tiene niños menores de 4 años? "X"

SI

NO

Cantidad.....

1 año

2 años

3 años

4 años

5. ¿Qué ambiente complementario requiere para la propuesta de un mercado?

Guardería.

Almacén para los productos.

Zona de Recreación (Pasiva y Activa).

S.U.M.

Capilla.

6. ¿Qué tipo de capacitación requiere usted para un beneficio en sus actividades comerciales?

Formación en ventas.

Técnicas y principios para incrementar las ventas.

Negociación afectiva en ventas.

Motivación para ventas.

ENCUESTA AL COMPRADOR

Identificar las condiciones de calidad de servicio para las actividades de comercialización dentro de un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

FECHA: __/__/__

EDAD:

GENERO: Masculino - Femenino Marque con una (X)

1. ¿Durante la rutina de compra de sus productos, cuáles son los que accede Ud. Primero y cuáles posteriormente? (Enumere)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Compra de fruta. | <input type="checkbox"/> Compra de abarrotes. |
| <input type="checkbox"/> Compra de ropa y calzado. | <input type="checkbox"/> Compra de pescados. |
| <input type="checkbox"/> Compra de verduras. | <input type="checkbox"/> Compra de carnes rojas y blancas. |
| <input type="checkbox"/> Compra de comida. | <input type="checkbox"/> Otros..... |

2. ¿Con que frecuencia hace sus compras?

- Diario.
 Inter diario.
 Semanal.

3. ¿En compañía de cuantas personas se dirige usted a realizar sus compras?

- Solo (a).
 Con 1 persona.
 Con 2 personas
 Otros.....

4. ¿Qué servicio complementario cree usted que debe tener un mercado?

Feria Gastronómica.

Estética.

Electrodomésticos.

5. ¿Qué medios de transporte utiliza para llegar a dicha Zona?

Moto taxi.

Taxi.

Micro.

Movilidad propia.

6. ¿Qué cantidad de productos compra usted al día?

Unidad.

Kilogramos.

Arrobas

ENTREVISTA ESPECIALISTA ARQUITECTO

Determinar los requerimientos urbanos adecuados para la propuesta de un mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

Determinar los requerimientos arquitectónicos adecuados para un buen funcionamiento de las actividades de comercialización en un nuevo mercado local en el distrito El Porvenir, 2018.

FECHA: __/__/__

- 1. ¿Qué requerimientos urbanos y arquitectónicos son adecuados para la propuesta de un nuevo mercado?**

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- 2. ¿Cuál es la forma ideal de un patio de carga y descarga en un mercado?**

.....
.....
.....
.....
.....

- 3. ¿Cuál es la tipología de c/u de los puestos de venta en un mercado?**

.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. ¿Cuál es la forma ideal para obtener un buen confort ambiental en un mercado?

.....
.....
.....
.....
.....

5. ¿Qué tipo de sistema constructivo es la adecuada para la propuesta de un Mercado local?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. ¿Cuáles son las zonas principales en un mercado?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Anexo 4. Registro fotográfico



Figura 15. Problema de congestión vehicular (moto taxi) estacionados en calles del, sector La Unión Barrio 1, El porvenir – 2018.

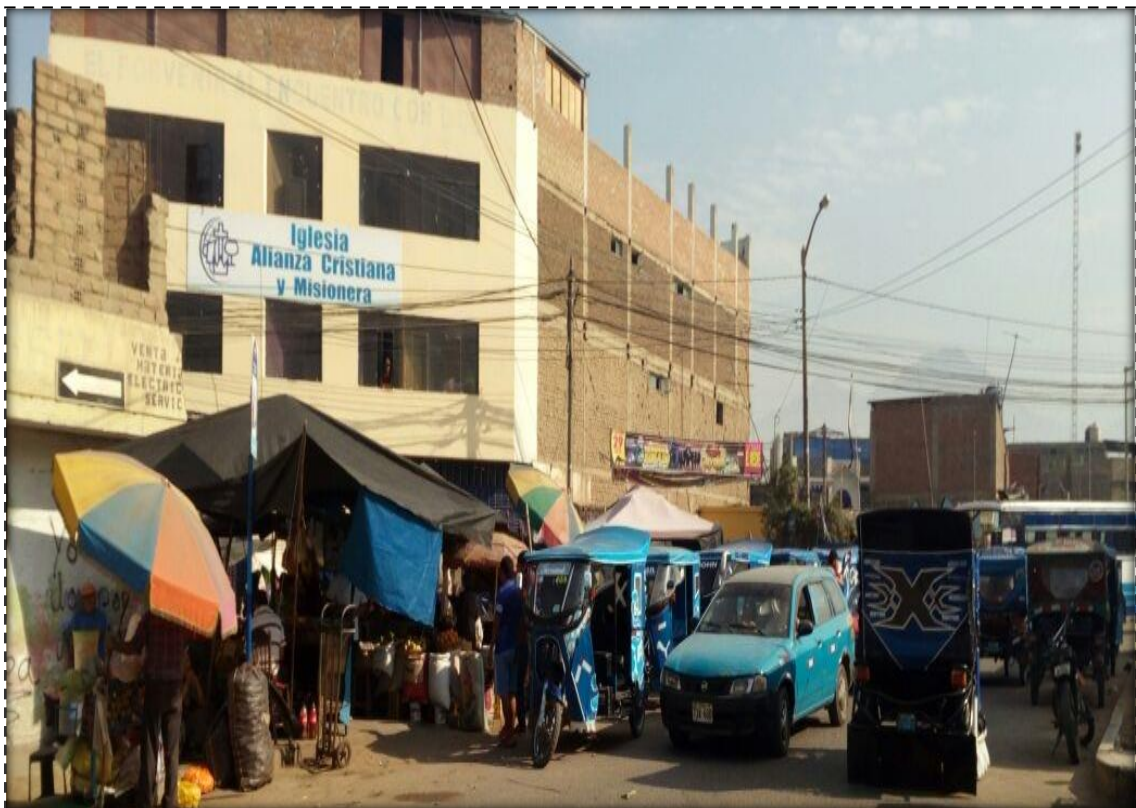


Figura 16. Problema de congestión vehicular y peatonal ocasionado por comerciantes informales que invaden el espacio público, sector La Unión Barrio 1, El porvenir – 2018.



Figura 17. *Problemas de contaminación ambiental y visual, residuos que dejan los comerciantes ambulantes.*



Figura 18. *Aglomeración de comerciantes.*



Figura 19. *Los comerciantes realizan sus ventas en cualquier parte (calles, veredas y sardineles)*







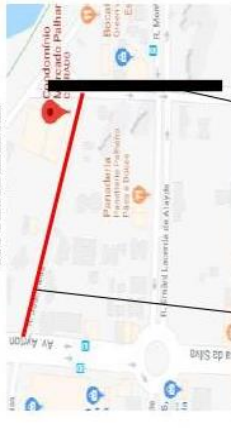


Figura 20. *Problemas de congestionamiento y contaminación visual.*

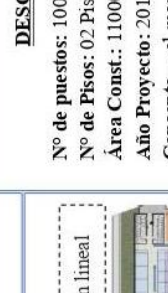

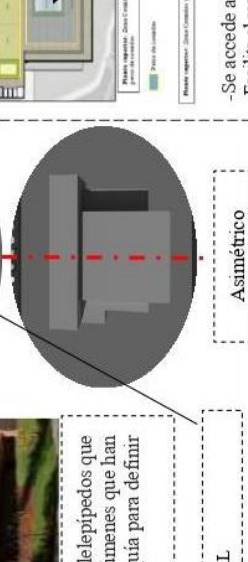

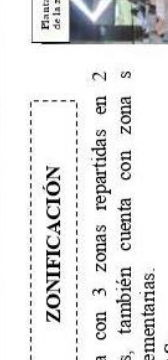
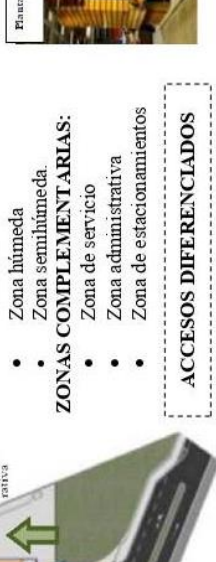


Figura 21. *Venta de productos de desconocida procedencia.*

Anexo 5. Fichas de análisis de casos

ANÁLISIS CONTEXTUAL		INDICADORES	
EMPLAZAMIENTO	FLUJOS	SUB DIMEN.	DIMENSIÓN
 <p>Ubicado en lugar estratégico, cerca de calles y avenidas.</p>	 <p>VÍAS PRINCIPALES - Av. Ayrton Senna Da Silva VÍAS SECUNDARIAS - Av. Rua Joad.</p>	<p>Emplazamiento</p>	<p>Localización Entorno</p>
	 <p>ENTORNO DIRECTO</p> <p>Edificios multifamiliares.</p> <p>Centros comerciales.</p> <p>Visuales hacia el lago.</p> <p>Zona residencial y comercial – visuales con la naturaleza.</p>	<p>Imagen Urbana</p>	<p>Configuración urbana Morfología – accesos – flujos.</p>
<p>CONFIGURACIÓN URBANA MORFOLOGÍA URBANA</p>  <p>Plano Irregular</p>	<p>FLUJOS</p>  <p>Mayores flujos vehiculares en avenidas principales y nodos.</p>	<p>ACCESIBILIDAD</p> 	<p>REQUERIMIENTOS URBANOS</p>
<p>CASO N° 01</p> <p>N° de puestos: 100 puestos de venta. N° de Pisos: 02 Pisos + Semisótano Área Const.: 11000.0 m2 Año Proyecto: 2011</p> <p>Concepto. - el mercado fue concebido con el objetivo de crear un hito para la ciudad y un referente en arquitectura sostenible, el proyecto está bajo la certificación LEED (Liderazgo en Diseño Energético y Ambiental) El proyecto aplica conceptos de iluminación y ventilación natural, así como el uso de materiales y recursos locales en donde toda la economía energética y el uso racional del agua están implementado.</p>		<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA</p> <p>PROYECTO: "MERCADO PALHANO"</p> <p>UBICACIÓN:</p> <p>Altitud: Media 610 msnm. Clima: Subtropical. Población: Total 1 537,566 hab. Densidad: 309,36 hab/km²</p> <p>LONDRINA - PARANA - BRAZIL</p> <p>ARQUITECTOS: STUDIO GUILHERME TORRES</p> <p>ÁREA DEL TERRENO: 11.000.00 M2</p> <p>FICHA N°: 1</p> <p>AÑO: 2011</p>	

Fuente: Elaboración Propia.

ANÁLISIS FORMAL – ESPACIAL - FUNCIONAL	
<p>COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA</p>  <p>Se basa en la intersección de 3 paralelepípedos que van formando una sola unidad, volúmenes que han tomado expresión, carácter y jerarquía para definir las zonas existentes.</p> <p>VOLUMEN PRINCIPAL</p>	<p>COMPOSICIÓN ESPACIAL</p> <p>Distribución lineal con una fácil circulación hacia un espacio central, para una rápida lectura y dominio del ambiente.</p>  <p>Organización lineal</p> <p>Espacio central</p> <p>Asimétrico</p> <p>-Se accede a través de circulaciones lineales logrando fluidez. -Facilita el recorrido a diferentes zonas del mercado.</p>
<p>COMPOSICIÓN FUNCIONAL</p>  <p>Zona seca Zona semi-húmeda Zona húmeda Zona Comidas y bebidas Zona Administrativa Zona nativa</p> <p>Acceso vehicular a estacionamiento Acceso peatonal público comercial y servicio.</p>	<p>ZONIFICACIÓN</p> <p>Cuenta con 3 zonas repartidas en 2 niveles, también cuenta con zonas complementarias.</p> <p>ZONAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona seca • Zona húmeda • Zona semi-húmeda. <p>ZONAS COMPLEMENTARIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona de servicio • Zona administrativa • Zona de estacionamientos <p>ACCESOS DIFERENCIADOS</p>
<p>COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA</p>  <p>Se basa en la intersección de 3 paralelepípedos que van formando una sola unidad, volúmenes que han tomado expresión, carácter y jerarquía para definir las zonas existentes.</p> <p>VOLUMEN PRINCIPAL</p>	<p>COMPOSICIÓN ESPACIAL</p> <p>Distribución lineal con una fácil circulación hacia un espacio central, para una rápida lectura y dominio del ambiente.</p>  <p>Organización lineal</p> <p>Espacio central</p> <p>Asimétrico</p> <p>-Se accede a través de circulaciones lineales logrando fluidez. -Facilita el recorrido a diferentes zonas del mercado.</p>
<p>COMPOSICIÓN FUNCIONAL</p>  <p>Zona seca Zona semi-húmeda Zona húmeda Zona Comidas y bebidas Zona Administrativa Zona nativa</p> <p>Acceso vehicular a estacionamiento Acceso peatonal público comercial y servicio.</p>	<p>ZONIFICACIÓN</p> <p>Cuenta con 3 zonas repartidas en 2 niveles, también cuenta con zonas complementarias.</p> <p>ZONAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona seca • Zona húmeda • Zona semi-húmeda. <p>ZONAS COMPLEMENTARIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona de servicio • Zona administrativa • Zona de estacionamientos <p>ACCESOS DIFERENCIADOS</p>
<p>REQUERIMIENTOS ARQUITECTÓNICOS</p> <p>C. Volumétrica – Ejes C. Espacial</p> <p>C. Funcional</p>	<p>INDICADORES</p> <p>Jerarquización – V. principal Jerarquización - R. espaciales Zonificación - Circulación Accesos principales – secundarios y de servicios.</p>
<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Nº de puestos: 100 puestos de venta. Nº de Pisos: 02 Pisos + Semisótano Área Const.: 11000.0 m2 Año Proyecto: 2011</p> <p>Concepto. - el mercado fue concebido con el objetivo de crear un hito para la ciudad y un referente en arquitectura sostenible, el proyecto está bajo la certificación LEED (Liderazgo en Diseño Energético y Ambiental) El proyecto aplica conceptos de iluminación y ventilación natural, así como el uso de materiales y recursos locales en donde toda la economía energética y el uso racional del agua están implementado.</p>	<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</p> <p>PROYECTO: "MERCADO PALHANO"</p> <p>UBICACIÓN:</p> <p>Altitud: Media 610 msnm. Clima: Subtropical. Población: Total 1 537,566 hab. Densidad: 3 09,36 hab/km²</p> <p>LONDRINA - PARANA - BRAZIL</p> <p>ARQUITECTOS: STUDIO GUILHERME TORRES</p> <p>ÁREA DEL TERRENO: 11,000.00 M2</p> <p>FICHA Nº: 2</p> <p>AÑO: 2011</p>

Fuente: Elaboración Propia.

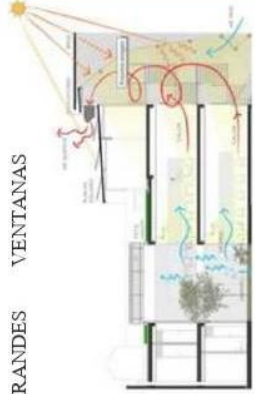
ANÁLISIS AMBIENTAL / SISTEMA CONSTRUCTIVO



SISTEMA DE VENTILACIÓN ILUMINACIÓN Y ASOLEAMIENTO

-VENTILACIÓN NATURAL A TRAVEZ DE JARDINES INTERNOS.

-ILUMINACIÓN NATURAL - GRANDES VENTANAS HORIZONTALES



SISTEMA APORTICADO



Estructura de acero y hormigón o concreto formando el conjunto de elementos como zapatas columnas y las vigas con materiales que forman unidades del edificio que integran una organización funcional con una misión constructiva común de soporte y protección de los espacios comerciales.

LOSA RETICULAR CELULAR: Se caracteriza porque debajo se ven muchos cuadrados de concreto.



DESCRIPCIÓN

Nº de puestos: 100 puestos de venta.

Nº de Pisos: 02 Pisos + Semisótano

Área Const.: 11000,0 m²

Año Proyecto: 2011

Concepto. - el mercado fue concebido con el objetivo de crear un hito para la ciudad y un referente en arquitectura sostenible, el proyecto está bajo la certificación LEED (Liderazgo en Diseño Energético y Ambiental) El proyecto aplica conceptos de iluminación y ventilación natural, así como el uso de materiales y recursos locales en donde toda la



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROYECTO: "MERCADO PALHANO"

UBICACIÓN:

Altitud: Media 610 msnm.

Clima: Subtropical.

Población: Total 1 537,566 hab.

Densidad: 309,36 hab/km²

LONDRINA - PARANA - BRAZIL

ARQUITECTOS:

STUDIO GUILHERME TORRES

DIMENSIÓN

SUB DIMEN.

Confort ambiental
Sistema constructivo

INDICADORES

Ventilación - iluminación
Asoleamiento
Sistema porticado

ÁREA DEL TERRENO:

11,000.00 M2



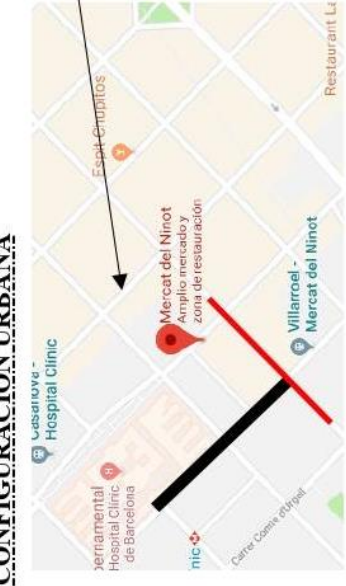

FICHA N°:

3

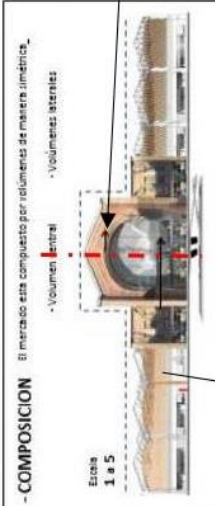
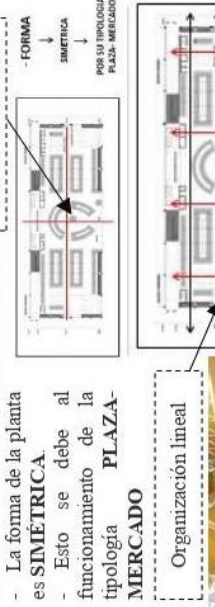
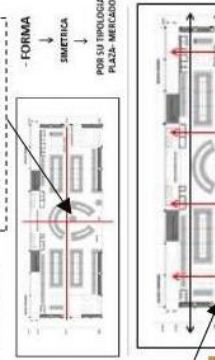


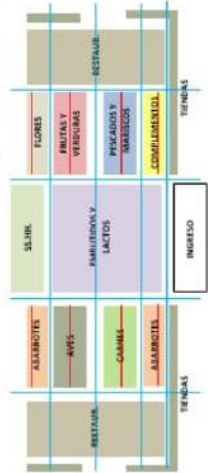
AÑO:

2011







Fuente: Elaboración Propia.

EMPLAZAMIENTO		ANÁLISIS CONTEXTUAL		CASO Nº 02	
		 <p>Ubicado en lugar estratégico, cerca de calles y avenidas.</p> <p>Facilidad de llegada al usuario, ubicado en avenida principal.</p>		<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</p> <p>PROYECTO: "MERCADO DEL NINOT"</p> <p>UBICACIÓN: BARCELONA - ESPAÑA</p> <p>CONTRATISTA: INMB-Institut Municipal de Mercats de Barcelona.</p> <p>ARQUITECTO: JOSEP LLUÍS MATEO</p>	
<p>CONFIGURACIÓN URBANA</p> 		 <p>Plano Ortogonal</p>		<p>MORFOLOGÍA</p>	
<p>FLUJOS</p> <p>Mayores flujos vehiculares en avenidas principales.</p>		<p>INDICADORES</p>		<p>ÁREA DEL TERRENO: 16,184.00 m²</p> <p>FICHA Nº: 1</p>	
<p>DIMENSIÓN</p> <p>Requerimientos Urbanos</p>		<p>SUB DIMEN.</p> <p>Emplazamiento</p> <p>Imagen Urbana</p>		<p>Localización Entorno</p> <p>Configuración urbana</p> <p>Morfología – accesos – flujos.</p>	

Fuente: Elaboración Propia.

ANÁLISIS FORMAL – ESPACIAL - FUNCIONAL	
<p>COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA</p> <p>- COMPOSICIÓN El mercado está compuesto por volúmenes de manera simétrica.</p> <p>- Volumen Central</p> <p>- Volumen laterales</p> <p>Escala 1:5</p>  <p>- COMPOSICIÓN ESPACIAL</p> <p>- La forma de la planta es SIMÉTRICA.</p> <p>- Esto se debe al funcionamiento de la tipología PLAZA-MERCADO</p> <p>Organización lineal</p>  <p>La forma de la planta es SIMÉTRICA.</p> <p>FORMA SIMÉTRICA</p> <p>POR SU INCLUSIÓN PLAZA-MERCADO</p>  <p>La proporción del espacio por ser SIMÉTRICO genera beneficios en SU FUNCIONAMIENTO - FLUJOS</p> <p>COMPOSICIÓN FUNCIONAL</p> <p>ZONA HÚMEDA</p> <p>LATERAL IZQUIERDO</p> <p>AVES - CARNES - BARROTES</p> <p>ZONA SECA</p> <p>ESPACIO CENTRAL</p> <p>GRANOS - LACTEOS - PANADERÍA</p> <p>ZONA SEMI-HÚMEDA</p> <p>LATERAL DERECHO</p> <p>PESCADO - FLORES - FRUTAS</p> <p>BOUTIQUE</p> <p>TIENDAS</p> <p>Se basa en una composición simétrica se emplaza de manera horizontal. Tiene un volumen central que jerarquiza el proyecto y dos volúmenes laterales.</p> <p>Volumen central</p> <p>TIENDAS</p>  <p>CIRCULACIÓN LINEAL</p> <p>fácil circulación a través de una PLAZA PRINCIPAL.</p> <p>- ESQUEMA PLAZA-MERCADO</p> <p>PARQUE CALLE UTILIZANDO</p>  <p>- ESQUEMA PLAZA-MERCADO</p> <p>FLORES FRUTAS Y VERDURA RESTAURANTE</p> <p>ALIBROTOS AVES CARNES BARROTES</p> <p>SEMI- PANADERIA Y LACTEOS</p> <p>INGRESO</p> 	<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Concepto. – El proyecto está formada por un cuerpo central y tres cuerpos a cada lado. Las dos fachadas del cuerpo central, que dan a la calle de Mallorca y al pasaje interior, son de obra vista y presentan un vitral enorme en forma de arco. Estas dos vidrieras son las entradas de luz natural más importantes.</p>
<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p> <p>FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</p> <p>PROYECTO: “MERCADO DEL NINOT”</p> <p>UBICACIÓN: BARCELONA - ESPAÑA</p> <p>CONTRATISTA: IMMB-Institut Municipal de Mercats de Barcelona</p> <p>ARQUITECTO: JOSEP LLUÍS MATEO</p>	<p>ÁREA DEL TERRENO: 16,184.00 m²</p> <p>AÑO: 2010 - 2015</p> <p>FICHA N.º: 2</p>
<p>DIMENSIÓN</p> <p>Requerimientos Arquitectónico</p> <p>SUB DIMEN.</p> <p>C. Volumétrica – Ejes C. Espacial</p> <p>C. Funcional</p> <p>INDICADORES</p> <p>Jerarquización – V. principal</p> <p>Jerarquización - R. espaciales</p> <p>Zonificación - Circulación</p> <p>Accesos principales – secundarios y de servicios.</p>	



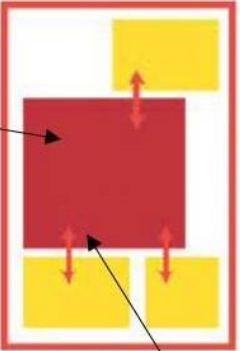
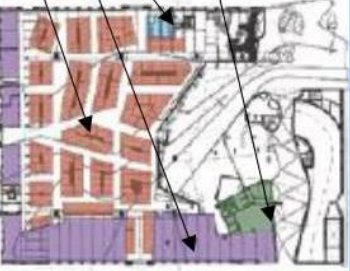
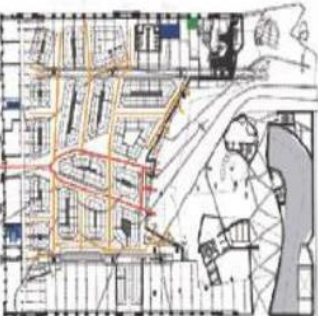
Fuente: Elaboración Propia.

ANÁLISIS AMBIENTAL / SISTEMA CONSTRUCTIVO		DESCRIPCIÓN
 <p>MUROS CORTINA - CELOSÍAS DE LAMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Regulan la radiación solar directa. Permiten el flujo de aire hacia el mercado. <p>ESTRUCTURA LIBERADA</p> <p>Estructura central del mercado elevada a 3 metros permite mayor iluminación y ventilación natural.</p> <p>ILUMINACIÓN - VENTILACIÓN</p> 		<p>Concepto. – El proyecto está formada por un cuerpo central y tres cuerpos a cada lado. Las dos fachadas del cuerpo central, que dan a la calle de Mallorca y al pasaje interior, son de obra vista y presentan un vitral enorme en forma de arco. Estas dos vidrieras son las entradas de luz natural más importantes.</p>
<p>ASP. CONSTRUCTIVOS</p> <p>SISTEMA ESTRUCTURAL</p> <p>Este sistema brinda luces hasta de 40 m. en este proyecto y está compuesto de 3 cuerpos.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 cuerpo central + alto. 2 cuerpos laterales <p>Con este sistema estructural se manejó a una escala monumental.</p>  <p>ESTRUCTURA METÁLICA</p> <p>La estructura de encaballadas metálicas es una ESTRUCTURA LIBERADA la cual está compuesta por tuercales metálicos.</p> 		 <p>SISTEMA DE ENCABALLADAS METÁLICAS</p>
DIMENSIÓN	SUB DIMEN.	INDICADORES
Requerimientos Arquitectónico	Confort ambiental	Ventilación - iluminación
	Sistema constructivo	Asoleamiento
		Sistema porticado
ÁREA DEL TERRENO:		FICHA Nº:
16,184.00 m ²		3
AÑO:		
2010 - 2015		
 <p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</p>		<p>PROYECTO: "MERCADO DEL NINOT"</p> <p>UBICACIÓN: BARCELONA - ESPAÑA</p> <p>CONTRATISTA: IMMB-Institut. Municipal de Mercats de Barcelona.</p> <p>ARQUITECTOS: JOSEP LLUÍS MATEO</p>





Fuente: Elaboración Propia.

ANÁLISIS CONTEXTUAL		CASO N° 03	
<p>EMPLAZAMIENTO</p>  <p>Ubicada en una av. Principal. Zona estratégica</p>		<p>Sin duda, el elemento estrella del proyecto fue la cubierta de mosaico del mercado, la cual tenía como objetivo representar los colores de las frutas y verduras de las antiguas paradas de venta en las plazas. De esta forma vemos una clara influencia de Gaudí, arquitecto modernista que se inspiraba, sobre todo, en los elementos de la naturaleza para la creación de sus obras, siendo el mejor ejemplo de ello la inacabada Sagrada Familia.</p>	
<p>CONFIGURACIÓN URBANA</p>  <p>FLUJOS</p> <p>Mayores flujos en av. Principal.</p>		<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</p> <p>PROYECTO: "MERCADO DE SANTA CATERINA"</p> <p>UBICACIÓN: DISTRITO DE CIUTAT VELLA BARCELONA - ESPAÑA</p> <p>ARQUITECTO: Enric Miralles y Benedetta Tagliabue</p>	
<p>DIMENSIÓN</p> <p>Requerimientos Urbanos</p>		<p>INDICADORES</p> <p>Localización Entorno Configuración urbana Morfología – accesos – flujos.</p>	
<p>SUB DIMEN.</p> <p>Emplazamiento Imagen Urbana</p>		<p>ÁREA DEL TERRENO: 10,456.00 m²</p> <p>AÑO: 2001 - 2005</p> <p>FICHA N°: 1</p>	

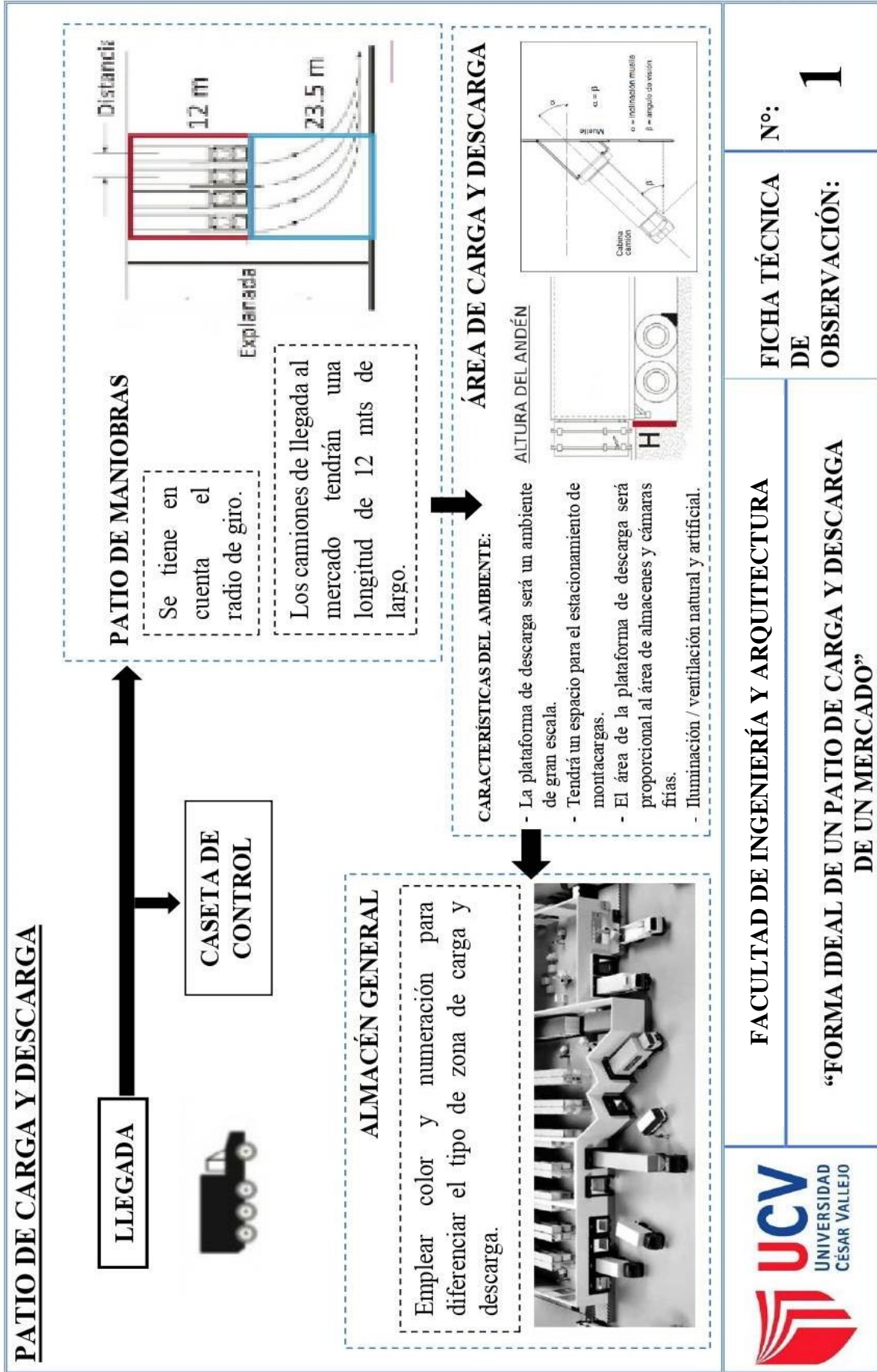
Fuente: Elaboración Propia.

ANÁLISIS FORMAL – ESPACIAL - FUNCIONAL		DESCRIPCIÓN	
<p>Composición Formal</p>  <p>ASIMÉTRICO</p> <p>La volumetría está definida por la cubierta ondulada que cubre todo el mercado y le da unidad.</p> <p>La cubierta es la pieza fundamental que toma protagonismo y le da cierto ritmo.</p>	<p>COMPOSICIÓN ESPACIAL</p>  <p>Organización agrupada</p>	<p>PLAZA CENTRAL</p>  <p>Se organiza a través de una zona de puestos de ventas. Jerarquizándola dándole así mayor importancia.</p> <p>FUNCIONAMIENTO - FLUJOS</p>	<p>Sin duda, el elemento estrella del proyecto fue la cubierta de mosaico del mercado, la cual tenía como objetivo representar los colores de las frutas y verduras de las antiguas paradas de venta en las plazas. De esta forma vemos una clara influencia de Gaudí, arquitecto modernista que se inspiraba, sobre todo, en los elementos de la naturaleza para la creación de sus obras, siendo el mejor ejemplo de ello la inacabada Sagrada Familia.</p>
<p>Composición Funcional</p>  <p>ZONIFICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> PUESTOS DE VENTAS RESTAURANTES ZONA DE SERVICIOS ALMACENES, CARGA Y DESCARGA <p>Se jerarquizó la parte principal de los puestos de venta.</p>	<p>CIRCULACIÓN LINEAL</p> 	<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</p> <p>PROYECTO: "MERCADO DE SANTA CATERINA"</p> <p>UBICACIÓN: DISTRITO DE CIUTAT VELLA BARCELONA - ESPAÑA</p> <p>ARQUITECTO: Enric Miralles y Benedetta Tagliabue</p> <p>FICHA Nº: 2</p>	
<p>DIMENSIÓN</p> <p>Requerimientos Arquitectónico</p>	<p>SUB DIMEN.</p> <p>C. Volumétrica – Ejes C. Espacial</p>	<p>INDICADORES</p> <p>Jerarquización – V. principal Jerarquización - R. espaciales</p>	<p>ÁREA DEL TERRENO: 10.456.00 m²</p> <p>AÑO: 2001 - 2005</p>
<p>C. Funcional</p>	<p>Zonificación - Circulación Accesos principales – secundarios y de servicios.</p>		

Fuente: Elaboración Propia.

ANÁLISIS AMBIENTAL / SISTEMA CONSTRUCTIVO		DESCRIPCIÓN	
<p>ILUMINACIÓN - VENTILACIÓN  </p> <p>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.</p> <p>La cubierta genera sombras en los ingresos. La fachada tiene celosillas de madera para controlar el ingreso de los rayos solares.</p> 	<p>SISTEMA APOICADO</p> 	<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</p> <p>PROYECTO: "MERCADO DE SANTA CATERINA"</p> <p>UBICACIÓN: DISTRITO DE CIUTAT VELLA BARCELONA - ESPAÑA</p> <p>ARQUITECTOS: Enric Miralles y Benedetta Tagliabue</p>	<p>FICHA Nº: 3</p>
<p>DIMENSIÓN</p> <p>Requerimientos Arquitectónico</p>	<p>SUB DIMEN.</p> <p>Confort ambiental</p> <p>Sistema constructivo</p>	<p>INDICADORES</p> <p>Ventilación - iluminación</p> <p>Asoleamiento</p> <p>Sistema porticado</p>	<p>ÁREA DEL TERRENO: 10,456.00 m²</p> <p>AÑO: 2001 - 2005</p>

Fuente: Elaboración Propia.



ZONA HÚMEDA

Puesto de pescado

CARNES

LÁCTEOS Y EMBUTIDOS

AVES



Fuente: Mercado del Ninot/Barcelona

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS:

De preferencia el puesto de pescado y mariscos, el cual pertenece a la zona húmeda, deberá ser la zona de mejor acceso al mercado, teniendo una prioridad de accesibilidad (1) en relación con la zona semihúmeda (2) y seca (3). Este puesto tendrá relación directa con los puestos como el de carnes, aves, lácteos y embutidos.

CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE:

- Buenas características tecnológicas.
- Se necesita una altura para una mejor ventilación natural y así evitar los malos olores.
- Iluminación natural y artificial.
- Equipamientos de acero inoxidable.

CONSIDERACIONES:

EQUIPAMIENTO: Mueble de mercadería en pendiente, balanza, pequeño estante – depósito.

Número de usuarios en puestos:

- Vendedores: 2
- Compradores: 4

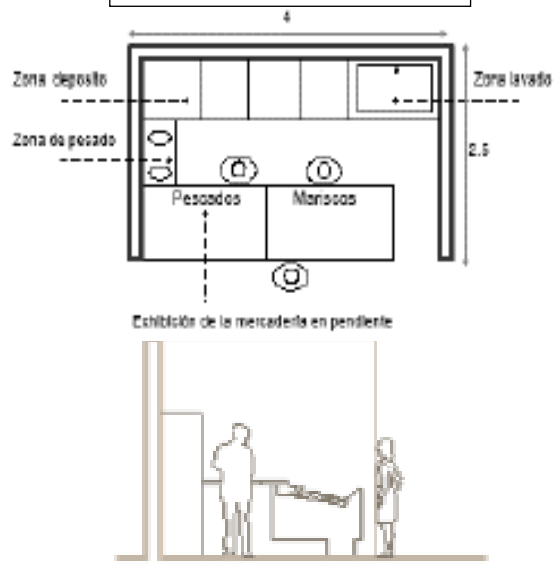
m² por persona:

- 2 m² por personal del área de exposición del producto.

Altura mínima:

- Se recomienda una altura mayor a 3 m. para facilitar a la ventilación y evitar los malos olores.

ANTROPOMETRÍA



Fuente: Mercado del Ninot/Barcelona

ÁREA TOTAL DEL PUESTO 10 m²

DIMENSIONES:

- Puesto: 2.5 x 4
- Zona de depósito (cámaras frías) y lavado: 3.85 x 0.80
- Zona de pescado: 0.50 x 0.90
- Exhibición de la mercadería en pendiente: 0.90 x 3.30



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

“TIPOLOGÍA DE C/U DE LOS PUESTOS DE VENTA DE UN MERCADO”

Ficha técnica de observación:

Nº:

2

Fuente: Elaboración Propia.

ZONA HÚMEDA

Puesto de carnes	CARNES
Pescados y mariscos	AVES



Fuente: Mercado del Ninot/Barcelona

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS:

El puesto de carnes, el cual pertenece a la zona húmeda, deberá ser la zona de mejor acceso al mercado, teniendo una prioridad de accesibilidad (1) en relación a la zona semi – húmeda (2) y seca (3). Este puesto tendrá relación directa con puestos como el de pescados, aves, lácteos y embutidos.

CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE:

- Los módulos podrán juntarse para obtener una mayor área.
- Se necesita una altura para una mejor ventilación natural y así evitar los malos olores.
- Iluminación natural y artificial.
- Equipamientos de acero inoxidable.

CONSIDERACIONES:

EQUIPAMIENTO: Mueble de mercadería en pendiente, balanza, pequeño estante – depósito.

Número de usuarios en puestos:

- Vendedores: 2
- Compradores: 2

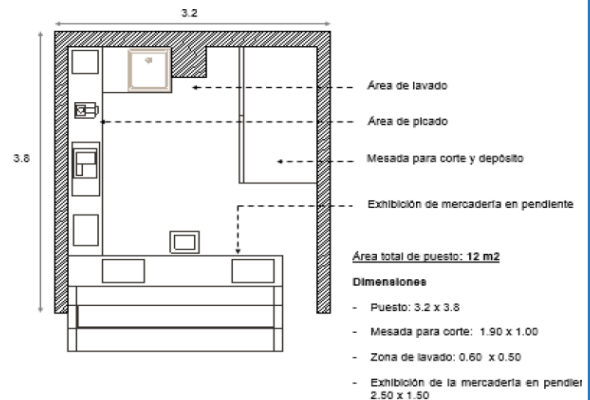
m² por persona:

- 2 m² por personal del área de exposición del producto.

Altura mínima:

- Se recomienda una altura mayor a 3 m. para facilitar a la ventilación y evitar los malos olores.

ANTROPOMETRÍA



Fuente: Mercado del Ninot/Barcelona

ÁREA TOTAL DEL PUESTO 12 m²

DIMENSIONES:

- Puesto: 3.20 x 3.80
- Mesada para corte: 1.90 x 1.80
- Zona de lavado: 0.60 x 0.50
- Exhibición de la mercadería en pendiente: 2.50 x 1.50



**FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

“TIPOLOGÍA DE C/U DE LOS PUESTOS
DE VENTA DE UN MERCADO”

**Ficha técnica
de observación:**

Nº:

3

Fuente: Elaboración Propia.

ZONA SEMI - HÚMEDA

Puesto de frutas

HUEVOS

PANADERIA Y OTROS

VERDURAS



Fuente: Mercado del Ninot/ Barcelona

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS:

El puesto de frutas, el cual pertenece a la zona semi - húmeda, tiene una prioridad de accesibilidad (2) en relación a la zona húmeda (1) y seca (3). Este puesto tendrá relación directa con puestos como el de verduras, huevos, panadería, dulce, comida para animales y naturistas.

CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE:

- Se recomienda acabados de materiales de fácil limpieza y mantenimiento.
- Se necesita una altura para una mejor ventilación natural y así evitar los malos olores.
- Iluminación natural y artificial.
- Las características del ambiente son similares a los demás puesto de la zona semi - húmeda (puesto de verduras, huevos, panadería y otros).

CONSIDERACIONES:

EQUIPAMIENTO: Mueble de mercadería en pendiente, balanza, pequeño estante - depósito.

Número de usuarios en puestos:

- Vendedores: 2
- Compradores: 4

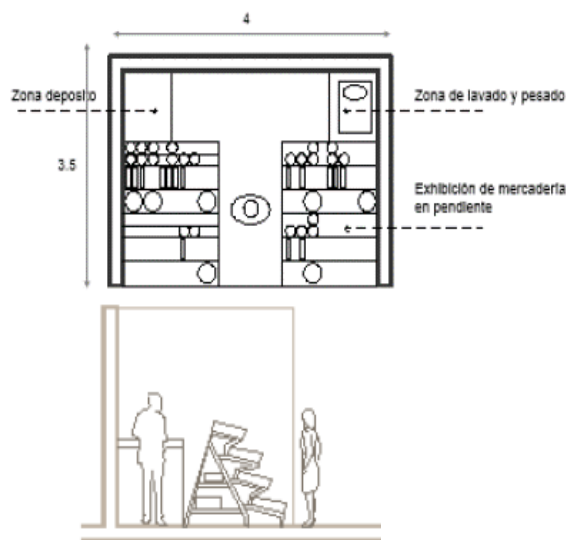
m² por persona:

- 2 m² por personal del área de exposición del producto.

Altura mínima:

- Se recomienda una altura mayor a 2.80 m.

ANTROPOMETRÍA



Fuente: Mercado del Ninot/ Barcelona

ÁREA TOTAL DEL PUESTO 14 m²

DIMENSIONES:

- Puesto: 3.50 x 4.00
- Zona de depósito: 1.20 x 0.80
- Zona de lavado y pesado: 1.20 x 0.80
- Exhibición de la mercadería en pendiente: 2.00 x 2.80 (2 módulos).



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

Ficha técnica de observación:

“TIPOLOGÍA DE C/U DE LOS PUESTOS DE VENTA DE UN MERCADO”

Nº:

4

Fuente: Elaboración Propia.

ZONA SECA

Puesto de ropa	MERCERIA
ZAPATERIA	PLÁSTICOS



Fuente: Mercado del Ninot/ Barcelona

Número de usuarios en puestos:

- Vendedores: 2
- Compradores: 2

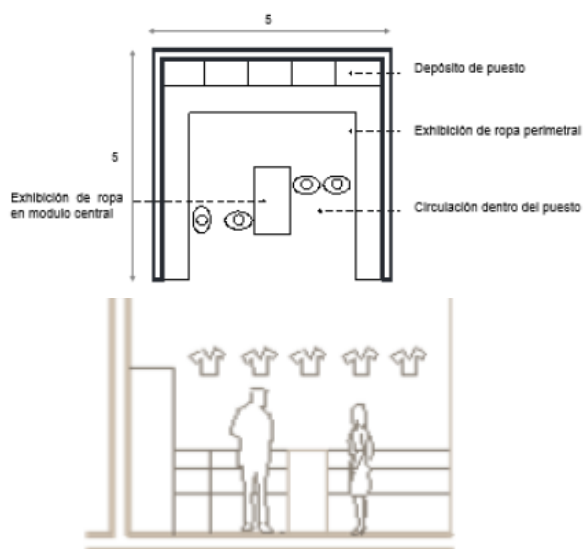
m² por persona:

- 2 m² por personal del área de exposición del producto.

Altura mínima:

- Se recomienda una altura mayor a 2.80 m.

ANTROPOMETRÍA



Fuente: Mercado del Ninot/ Barcelona

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS:

El puesto de ropa, el cual pertenece a la zona seca del mercado, tiene una prioridad de accesibilidad (3) en relación a la zona húmeda (1) y semi - húmeda (2). Este puesto tendrá relación directa con puestos como el de zapatería, mercería y plásticos.

CARACTERÍSTICAS DEL AMBIENTE:

- El ambiente será acondicionado de acuerdo al propietario.
- Puesto de fácil circulación para el consumidor.
- Los módulos podrán juntarse para obtener una mayor área.
- Iluminación natural y artificial.
- Ventilación natural.

CONSIDERACIONES:

EQUIPAMIENTO: Módulo de atención del cliente, estantes para el depósito del puesto.

ÁREA TOTAL DEL PUESTO 25 m²

DIMENSIONES:

- Puesto: 5.00 X 5.00
- Zona de depósito: 5.00 X 1.00
- Exhibición de la mercadería perimetral: 25ml x 0.80
- 50% de circulación



**FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

“TIPOLOGÍA DE C/U DE LOS PUESTOS
DE VENTA DE UN MERCADO”

**Ficha técnica
de observación:**

Nº:

5