



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

“Requerimientos Urbano-Arquitectónicos para exhibición y venta de artículos de primera necesidad para proponer un Mercado de Abastos, Las Lomas – Huanchaco.”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecta

AUTORA:

Guerra Vargas, Diana Carolina (ORCID: 0000-0002-8381-4346)

ASESOR:

Mg. Torres Mosqueira, Carlos Rafael (ORCID: 0000-0002-6699-5405)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectura

TRUJILLO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A DIOS por bendecirme con una familia que siempre me ha dado el apoyo para salir adelante.

A mis padres

Porque son mis modelos a seguir y por brindarme su apoyo constante.

A mis profesores

Agradezco a mis asesores y profesores quienes fueron maestros y amigos que me apoyaron en mi formación académica.

AGRADECIMIENTO

A mis docentes metodológicos Dr. Arq. Benjamín Núñez Simbort

Mg. Arq. Yanavilca Anticona Omar Cristhian y Dr. Arq. Zavala Bravo Italo quienes con su experiencia y conocimiento nos enfocaron para que sea posible la culminación del presente proyecto Arquitectónico.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	09
II. MÉTODO.....	18
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
2.2. Operacionalización y variables	19
2.3. Población, muestra y muestreo.....	21
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	21
2.5. Procedimiento.....	21
2.6. Método de análisis de datos.....	21
2.7. Aspectos éticos	22
III. RESULTADOS.....	22
IV. DISCUSIÓN.....	35
V. CONCLUSIONES.....	42
VI. RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS.....	54
ANEXOS.....	55
Anexo 1. Matriz de Objetivo-Conclusiones y Rcomendaciones.....	55
Anexo 2. Operalización de variables.....	70
Anexo 3. Formatos e instrumentos de variables.....	72
Anexo 4. Registro fotográfico.....	77
Anexo 5. Fichas de análisis de casos.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 “Cuadro de operacionalización de variables”.....	19
Tabla 2 “Cuadro del usuario comprador y sus actividades”.....	22
Tabla 3 “Cuadro del usuario vendedor y sus actividades”.....	23
Tabla 4 “Cuadro del usuario proveedor y sus actividades”.....	24
Tabla 5 “Cuadro del usuario administrador y sus actividades”.....	25

Tabla 6 “Cuadro del usuario seguridad y sus actividades”.....	26
Tabla 7 “Cuadro del usuario control de calidad y sus actividades”.....	27
Tabla 8 “Cuadro del usuario cargador y sus actividades”	27
Tabla 9 “Cuadro del personal de limpieza-recolector de basura”.....	28
Tabla 10 “Cuadro de tipos de rubros”	29
Tabla 11 “Cuadro de tipo de exhibición de pescados y mariscos”	30
Tabla 12 “Cuadro de tipo de exhibición de res y pollo”.....	31
Tabla 13 “Cuadro de tipo de exhibición de frutas, verduras y tubérculos”.....	32
Tabla 14 “Cuadro de tipo de exhibición de abarrotos”	33
Tabla 15 “Cuadro de tipos de rubros”.....	36
Tabla 16 “Cuadro de tipos de usuarios y zonas donde hacen sus actividades”	42
Tabla 17 “Cuadro de tipos de zonas”	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 “Porcentaje de tipo de rubros de productos”	29
Figura 2’ “Vías y accesos del Mercado de Abastos Valencia-España”	34
Figura 3 “Procesos de los productos de la Zona Húmeda”.....	37
Figura 4 “Procesos de los productos de la Zona Semi-Húmeda ”	38
Figura 5 “Proceso de los Residuos Sólidos”	39
Figura 6 “Dimensiones del recorrido del usuario comprador”	44
Figura 7 “Vías con acceso rápido a Mercado Central Valencia”	47
Figura 8 “Ubicación de área de pesado”	47
Figura 9 “Zonas de puesto de zona húmeda”	48
Figura 10 “Área de lavado en puesto de pescado”	48
Figura 11 “Material del puesto de pescado”	49
Figura 12 “Frigorífico dentro del puesto de pescados”	49
Figura 13 “Ambientes del puesto de pescados”	50

Figura 14 “distribuciones alternativas para puestos de frutas y verduras”.....	51
Figura 15 “Tipos de mobiliarios para puestos de frutas y verduras”	51
Figura 16 “Ambientes y medidas de frutas y verduras”	52
Figura 17 “Ubicación del almacén en puesto de fruta”	52
Figura 18 “Espacios y medidas del puesto de abarrotes”	53
Figura 19 “Comercio informal en el Mercado Zonal Palermo”.....	77
Figura 20 “Obstrucción en la circulación del Mercado Zonal Palermo”.....	77
Figura 21 “Productos perecibles expuestos a contaminación”.....	78
Figura 22 “Impedimento de ingreso debido a la aglomeración de vehículos- Huanchaco”.....	78
Figura 23 “No cuenta con zona de Carga y Descarga de los productos”.....	79
Figura 24 “Las pasillos tienen 1.70 generando molestias en los compradores al momento de circular”.....	79
Figura 25 “Fisuras en las paredes”.....	80
Figura 26 “Productos fuera sus puestos, disminuyendo y obstruyendo la circulación- Huanchaco”.....	80
Figura 27 “Techos en mal estado-Huanchaco”.....	81
Figura 28 “Ficha de análisis de caso- Zonificación”.....	82
Figura 2 “Ficha de análisis de caso- Aspectos Funcionales”.....	83
Figura 81 “Ficha de análisis de caso- Aspectos Tecnológicos”.....	84

RESUMEN

La presente tesis, abarca el tema de la propuesta de CENTRO DE ABASTOS MINORISTA en el sector Las Lomas de huanchaco.

Se desarrolló a través del método de Investigación Cualitativa por ser ésta de mayor compenetración social.

Esta investigación se organiza a partir de capítulos, en los cuales se desarrolló de manera específica los análisis Urbano-Arquitectónico del Mercado de Abastos de estudio, a través de los cuales se da a conocer con mayor exactitud la problemática y necesidades de los distintos usuarios

Así mismo se estudiaron casos aceptables exitosos en el País de España, que ha servido para evidenciar la situación de los mercados de Abastos.

Finalmente se plantearon conclusiones y recomendaciones las cuales han servido Para la determinación de la decisión Arquitectónico-Urbana que se ha tomado al realizar el proyecto del MERCADO DE ABASTOS para el sector Las Lomas- Huanchaco

Palabras clave: necesidades del usuario, mercado de abastos, mercado minorista.

ABSTRACT

This thesis, covers the subject of the proposal of CENTER OF ABASTOS RETAILER in the Las Lomas de Huanchaco sector.

And it was developed through the Qualitative Research method because it is one of greater social understanding.

This research is organized based on chapters, in which the Urban-Architectural analysis of the Food Market of study was specifically developed, through which the problems and needs of the different users are made known more accurately.

Also successful cases were studied in the country of Spain, which has served to highlight the situation of the markets.

Finally conclusions and recommendations were presented which have served

For the determination of the architectural-urban decision that has been taken when carrying out the ABASTOS MARKET project for the Las Lomas-Huanchaco sector

Keywords: user needs, food market, retail market.

I. INTRODUCCIÓN

Los Mercados de Abastos son espacios que poseen un carácter dinámico por las actividades que se efectúan en su interior, dichas acciones son llevadas a cabo por los vendedores y clientes, exhibiendo y vendiendo sus productos de la mejor manera posible y en condiciones apropiadas, como por ejemplo, teniendo un buen orden, mostrando higiene, exhibir productos de calidad, contar con una circulación amplia para poder tener un buen recorrido al momento de comprar los productos.

Sin embargo, esta realidad no se deja notar en los países de Latinoamérica, como es el caso de Perú, país subdesarrollado en el ámbito de comercio, los mercados tienen un déficit de 75%, según Aníbal F (2008), Gerente del Ministerio de Salud, observando falta de higiene, puestos informales, los productos se exhiben y venden en el suelo tomando como espacios los pasadizos, incluso en la parte exterior del mercado, los productos son colocados en sacos o cajas generando un mal aspecto al momento de exhibir, los productos son expuestos a la contaminación debido que no tienen el cuidado necesario.

De pronto en el departamento de La Libertad centrándonos exactamente en Trujillo, tomando como ejemplo El Mercado Zonal Palermo, se observa un 90% de deficiencia en el manejo de las actividades internas como externas (VER ANEXO N° 1), como por ejemplo, desorden, aglomeración, falta de higiene, puestos informales, infraestructura deteriorada, instalaciones eléctricas expuestas, coberturas deterioradas, e inseguridad social. (VER ANEXO 2.3.4.5). Estos problemas no solo se observan en los mercados de Trujillo, sino también en los 10 distritos como son: Laredo, Víctor Larco Herrera, El Porvenir, Florencia de Mora, Poroto, Simbal, Moche, Salaverry, La Esperanza y Huanchaco.

A nivel local tenemos a Huanchaco Bañerío, donde se observa un 85% de irregularidades en el desarrollo de actividades del mercado María del Socorro (VER ANEXO N°6). Este sector actualmente cuenta solo con un Mercado de Abastos que atiende a una población aproximada de 24,000 hab incluyendo sectores aledaños como: El Tablazo, Huanchaquito Alto y Bajo, Bello Horizonte, Las Lomas I y II. Su radio de influencia es de 1000 ml el cual no abastece ni cubre las necesidades de los pobladores ni sectores cercanos.

El Mercado María del Socorro-Huanchaco, no está abasteciendo a la población local y sectores aledaños, esto se debe al factor de crecimiento de la población, según datos de

Censos de Población y Vivienda de 1993 -2010 INEI. Para el cálculo de las proyecciones de crecimiento poblacional, ha adoptado una tasa de crecimiento intercensal de 5.5% anual, exhibida por el distrito de Huanchaco .

En cuanto a lo Urbano, según el plano de zonificación y uso de suelo de Huanchaco, el mercado María del Socorro se tipifica como M- (mercado de barrio), siendo este tipo de mercado insuficiente para atender el gran tamaño de la población, cuenta con un área de 1043.10m², la cual no cumple con el tipo de mercado que establece el PLAN DE DESARROLLO URBANO DEL SECTOR COSTERO DEL DISTRITO DE HUANCHACO (VER ANEXO N° 7), en el cuadro 3: Equipamiento Mínimo Requerido, el cual precisa un Mercado Zonal, cabe recalcar que ya para el año 2015 se requerían de 115 puesto en un área de 4000m² aproximadamente, actualmente solo cuentan con 53 puestos en un área de 1043m².

La ubicación del Mercado María del Socorro está situado a un extremo de los sectores que requieren de su abastecimiento, por tanto es un problema el extenso recorrido que tiene que efectuar el usuario comprador desde sus sectores como: Las Lomas, Huanchaquito Alto y Bajo, Bello Horizonte, El Tablazo, generando en ellos malestar debido a que tienen que desplazarse aproximadamente 3 kilómetros para llegar hasta el Mercado de Abastos, sumado a esto, se hace mucho más pesado el retorno, debido a que tienen que subir con cargas o bultos aproximadamente de 30 metros.

El mercado cuenta solo con un ingreso, que se da por la calle Pilcomayo, en esta vía se realizan varias actividades a la vez, como descarga de los productos, estacionamiento e ingresos del mercado, tiene un ancho de 5.10 metros, mismo que se encuentra obstruido por la presencia de comerciantes informales quienes impiden el paso, ocasionando que el espacio libre disminuya a 3 m, (VER ANEXO N° 8,9).

Es importante destacar que según el Esquema Vial del Plan de Desarrollo Urbano del sector costero del distrito de Huanchaco al año 2015 - A-1: Huanchaco Huanchaquito, donde precisa que la calle Pilcomayo es solo una vía local, llevando únicamente vehículos de tránsito liviano, por tanto complica el movimiento de las actividades que se realizan debido a su estrechez.

Por otro lado, el Mercado genera problemas adicionales en el tema ambiental, debido al deficiente manejo de sus residuos, de manera que son arrojados a los exteriores del

Mercado (Ca. Pilcomayo), todo ello por no contar con una zona destinada al depósito de residuos sólidos.

Por el lado arquitectónico está el tema de la infraestructura, circulaciones estrechas, fisuras en las paredes y pisos, instalaciones eléctricas expuestas, iluminación inadecuada, los puestos no se encuentran sectorizados, la actividad de carga y descarga de los productos se da en el ingreso principal, obstruyendo la circulación vehicular y peatonal. (VER ANEXO N° 10, 11, 12, 13).

Centrándonos exactamente en el sector Las Lomas, no cuenta con el equipamiento de un Mercado de Abastos que abastezca a la población de 5800 hab, en este sector el comercio menor (bodegas), son muy escasas, no cuentan con los productos necesarios para el consumo diario de los pobladores, por tal motivo se hace necesario proponer un Mercado en este sector Las Lomas, que satisfaga las necesidades antes mencionadas.

Según lo antes mencionado, y las investigaciones realizadas con respecto al tema, se toma como conceptos e ideas, los siguientes análisis.

CASTILLO, A (2010) en su investigación “Análisis de las necesidades comerciales de los pobladores de Sanlúcar de Barrameda para la creación del mercado de abastos en Sanlúcar de Barrameda, Cádiz, España”, su investigación tiene como objetivo Establecer una edificación pública comercial, que contribuya a un adecuado desempeño del comercio conjugando espacios adecuadamente organizados, articulados y funcionales

Llegando a la conclusión que para un adecuado desempeño comercial se necesita una zonificación previamente planificada según necesidades obtenidas en la recolección de información. La construcción de una edificación Comercial es muy beneficiosa para mejorar la comercialización, esto se debe a que el comprador interactúa dentro de espacios confortables, ambientes funcionales que complementen la cadena desde el ingreso de los productos hacia la venta; sobre todo que se sumarían espacios óptimos para la conservación de los productos.

Según la investigación recomienda que los ambientes deben tener un área donde alcance sus mobiliarios de venta y de almacén diario, de esta forma se evitan la obstrucción de circulaciones dentro del puesto de venta.

También se sugiere implementar un “área fría” en los puestos de venta de carnes, pollo, pescados y mariscos, para una mejor conservación de los productos. Identificar los accesos, diferenciarlos según actividad del usuario (comprador, vendedor), ingreso

vehicular (estacionamiento de comprador, patio de maniobras para (carga / descarga) de los productos mediante camiones. Identificar los espacios de almacén de desechos del día según orientación de los vientos e iluminación, obteniendo su propio ingreso y salida del camión de basura. De esta forma se evitaría cruzar actividades y se obtiene un orden, a esto sumarse la cantidad de ambientes necesarios y así se mejoraría la comercialización.

ALVAREZ, L (2011) en su tesis “PROPUESTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MERCADO CANTONAL EN LA ALDEA SAN JOSÉ, ZONA 10 DE MIXCO, GUATEMALA”, tiene como objetivo proponer la creación de un modelo arquitectónico que satisfaga las necesidades de los pobladores en cuanto a condiciones de espacio, áreas y puestos con instalaciones adecuadas, que requiera un Mercado de Abastos.

Llegando a la conclusión que La propuesta del mercado, evitará el crecimiento de las ventas callejeras, contribuyendo al orden y a la salud, mediante áreas y puestos con instalaciones adecuadas, mejorando la higiene y la calidad de los productos en venta para la población.

Se recomienda tener circulaciones amplias (entre 2.5 a 3m), los puestos venta deben contar con ambientes necesarios; en el caso de la zona húmeda (los puestos de carnes, pollo y pescados), debe tener un área de lavado, área de pesado, área de cortado y embolsado, espacio para la colocación de residuos sólidos. Para la zona semi-húmeda (puestos de frutas, verduras, tubérculos), requieren de un área para exhibición de forma escalonada, área para embolsado, y área para colocación de residuos; en la zona seca (abarrotes), se sugiere de área para estanterías, área de pesado y embolsado.

“SISTEMA NORMATIVO DE EQUIPAMIENTO URBANO 37 POR SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social).” (2003) Donde especifica que la capacidad de cada puesto es de 121 habitantes por local o puesto. Por tanto se emplea la población promedio total a la que servirá el mercado, definida en el punto anterior, y se le aplica el estándar obtenido. Este sistema nos permitirá saber cuántos puestos de venta tendrá el Mercado de Abastos a proponer, de acuerdo a la población que debe atender.

Se indica las teorías tomadas por los siguientes investigadores.

Según Molinillo. M (2002) en su investigación “Rol del comercio tradicional en el desarrollo de las ciudades”

... “la actividad comercial contribuye a la calidad de vida en pueblos y ciudades, donde las tiendas constituyen el Mercado de muchas actividades humanas, ya que el comercio está absolutamente presente en el concepto de ciudad, sea como causa o como consecuencia”. La actividad comercial tiene una gran importancia en la vida cotidiana de las sociedades, hoy en día es difícil imaginarse sin una bodega, tienda o un Mercado de Abastos que refleja la diversidad y vitalidad cultural de nuestras ciudades.”

Según Loudon. D (2012) en su investigación “Comportamiento del consumidor”

“Muchos consumidores valoran un establecimiento basándose en el aspecto externo de su arquitectura y en los anuncios”.

“El diseño interior continua el proceso favorecedor de la imagen. Aspectos como la distribución de los espacios, la colocación de los pasillos y sus anchos, los pisos y la arquitectura, lo mismo que los servicios físicos (iluminación, ventilación, etc.) influyen en la evaluación del público”.

“Los que acuden a tiendas comerciales, buscan, ante todo, la diversidad de mercancía, factibilidad del proceso de compra y limpieza.”

Después de analizar el comportamiento del público se concluye que un establecimiento comercial, no solo se basa en lo que vende, también es muy importante la presencia y calidad de los productos, el lugar donde se vende, la limpieza con la que cuenta el local, la seguridad, las comodidades que puedan brindar el establecimiento a su público. Si logramos todas estas características ya mencionadas, podríamos garantizar una calidad de servicio al público consumidor, realizar el comercio en la zona, además de mejorar la imagen del lugar. El aspecto físico de los locales es importante, un lugar limpio inspira confianza al público para poder adquirir todo producto, el público busca alimentos frescos y de buena calidad”.

Según García. L (2003), en su investigación de “Puestos de venta ideales”

“los puestos de venta deben de estar presentado lo más impecablemente posible. De algún modo las instalaciones son un modelo del producto que pretendemos vender. La forma en que ordene, decore, y mantenga limpia su establecimiento es el reflejo del producto que se exhibe.”

Es muy importante que los compradores puedan observar y percibir que el producto exhibido este en buenas condiciones, de tal manera que pueda captar la atención usuario comprador.

Según Benites. C (2003), precisa que mientras menos involucrada este la vía de abastecimiento con el casco urbano es mucho mejor, de manera a que no afecta la tranquilidad de los pobladores.

Los conceptos a seguir en cuenta para la presente investigación, se llevan a cabo para fortalecer los puntos urbanos arquitectónicos resaltantes para suplir la problemática ya mencionada.

REQUERIMIENTOS URBANO-ARQUITECTÓNICOS: Son los lineamientos espaciales, funcionales, formales, tecnológicos, comerciales y sociales para conocer las cualidades que necesita un equipamiento

EXHIBICIÓN Y VENTA DE ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD: Consiste en dar a mostrar los productos de primera necesidad en lugares de venta mediante mobiliarios adecuados donde el producto cuente con condiciones para que capten la atención del cliente.

MERCADO DE ABASTOS: Es aquel lugar o equipamiento donde se desarrollan actividades de intercambio comercial como el compra y venta de algún producto primordial para el ser humano.

COMERCIO TRADICIONAL: La denominación del formato que se corresponde con este comercio es la de tienda tradicional, que se caracteriza por tener una localización variada, ya que pueden encontrarse tanto en los núcleos urbanos como en calles importantes o secundarias, y en la periferia.

ACTIVIDAD COMERCIAL: Proceso de hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. La comercialización involucra actividades como compra-venta al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento, entre otras.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades.

Los casos resaltantes como ejemplos para la consideración de espacios y funcionalidad de un mercado, que conllevan a un orden según labores y rutinas realizadas en un mercado son los siguientes.

El presente caso analizado de mercado contribuye de manera favorable para los criterios de diseños, teniendo como aportes más resaltantes los siguientes:

Mercado central Valencia

Ubicado en el centro de la ciudad de Valencia, España, al lado la plaza de la ciudad de brujas y la Lonja de la Seda. La Calle Vieja de la Paja separa el Mercado Central de la iglesia de los Santos Juanes. En el lado opuesto, el Mercado Central da a Las Bonitas calles de las Calabazas y Plaza en Gall.

Calle Palafox: Por esta vía se da el ingreso principal, la vía es de forma quebrada, con ello se ha permitido mantener la tranquilidad entre peatones y vehículos, ya que los vehículos se ven obligados a disminuir su velocidad por el quiebre de la vía, por otro lado también le proporciona a los peatones la tranquilidad de ingresar al mercado sin congestión alguno.

ASPECTO URBANO:

- Uso de suelo - zonificación: El uso de suelo del Mercado Central de Valencia, es netamente compatible con el uso residencial de su entorno.
- Perfil urbano: La planta del mercado se adapta a la forma del terreno, manteniendo también el lenguaje arquitectónico de su entorno. La altura se mantiene de acuerdo a los edificios ubicados alrededor del equipamiento.

ASPECTO FUNCIONAL:

Zonificación:

El mercado ocupará una superficie de 8160 m², dividida en dos zonas; la primera con una superficie de 6760m², en la cual se divide entre la zona semi-húmeda y zona seca, la otra es zona húmeda, lo cual está destinado a la pescadería, teniendo una extensión de 1400m².

Existen 3 tipos de zonas según los productos que ofrece el Mercado de Valencia, Zona Húmeda, Zona Semi Húmeda, Zona Semi Seca.

Rubros con los que cuenta el mercado:

La organización esta seccionada por zonas unidos por circulaciones horizontales, las zonas húmedas (carnes, aves), se encuentran bordeando una de las zonas del establecimiento, así también a lo largo del establecimiento en dos filas compartiendo con la zona semi húmeda.

La zona seca se encuentra dentro de este sector pero distribuido a ciertas distancias entre ellas, los puestos de pescados y mariscos están ubicados en otra zona, con ingreso directo de la Calle Vieja de la Paja.

ZONA HÚMEDA

Pescados y mariscos: Situado en una planta de forma octogonal con un área 1400 m², este sector está apartada de los demás rubros, con el fin de controlar los olores, facilitar la eliminación de desecho, y la instalación que requieren.

Carnes y pollo: Ubicado en la periferia del mercado, formando una cinta envolvente, que rodea a las demás zonas a excepción de la zona de pescados y mariscos que se encuentra apartada, esta zona es la más visitada, por ellos se encuentra al alcance de los usuarios compradores, desde cualquier ingreso.

ZONA SEMI-HÚMEDA

Frutas, verduras Y tubérculos: Ubicadas en un ambiente fresco y ventilado, en este caso están administrados en los espacios vacíos cerca de la zona húmeda. Ambos rubros tanto de frutas como de verduras, son colocados de forma escalonada para una mejor visual de los productos, sus balanzas son suspendidas y ubicadas cerca de los productos en exhibición.

ZONA SECA

Abarrotes: en este caso están administrados en los espacios vacíos cerca de la a un costados de la zona húmeda y semi-húmeda.

- Circulación:

Los puestos están ubicados de manera lineal, formándose de acuerdo a la circulación. Al presentar varios ingresos, se da una fluidez en las circulaciones, permitiendo al usuario comprador dar una mejor orientación en el interior del mercado.

Ante lo expuesto la problemática de la presente investigación es: ¿Cuáles son los requerimientos Urbano-Arquitectónicos que se necesitan para exhibición y venta de artículos de primera necesidad para la propuesta de un Mercado de Abastos en el sector Las Lomas I y II del distrito de Huanchaco?

Como justificación del estudio se divide en tres puntos.

Por su Relevancia Económica:

Se considera de relevancia económica debido a que generaría más trabajo para la población e ingreso económico en busca de un desarrollo Social.

Por su aporte teórico:

El valor teórico del presente estudio nos permite ofrecer alternativas concretas tendientes a cambiar una situación desfavorable, las que encontraran sustento en una investigación previa, además nos permitirá constatar realidades similares y nos permitirá corroborar la vigencia de anteriores teorías.

Por utilidad metodológica:

La investigación que se realiza en torno a este tema sirve como soporte a otras investigaciones relacionadas con el tema y puede ayudar a crear un nuevo instrumento para recolectar y/o analizar datos.

Como objetivo general: Identificar los requerimientos Urbano-Arquitectónicos para exhibir y vender artículos de primera necesidad para proponer un Mercado de Abastos en el sector Las Lomas I y II – Huanchaco.

Como objetivos específicos: Identificar el usuario y zonas donde se desempeñan las actividades en el Mercado de Abastos.

Identificar los procesos de exhibición y venta.

Identificar los requerimientos Urbano-Arquitectónicos a considerar en el mercado de abastos

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Por su tipo:

ES DESCRIPTIVA: porque se trabaja sobre la realidad de los hechos y sus características esenciales, es la interpretación correcta. Este tipo de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación del fenómeno del estudio, ya que su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la interpretación de ellos mismos. Morales (2014)

Por su diseño:

El diseño de investigación que se empleo fue NO EXPERIMENTAL con un método descriptivo propositivo

NO EXPERIMENTAL: "es aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Hernández (2004)."

ES PROPOSITIVA: "porque es una actuación crítica y creativa, caracterizado por planear opciones o alternativas de solución a los problemas suscitados por una situación. Morales (2014)."

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1:
Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
REQUERIMIENTOS URBANO-ARQUITECTÓNICO	Necesidades que tienen los vendedores para exhibir y exponer sus productos y conservarlos de la mejor forma posible, y los consumidores de adquirir un producto en buenas condiciones y que la llegada y recorrido no genere tensión ni cansancio.	Lugar donde se realiza la comercialización entre el demandante y el ofertante de los productos de primera necesidad	Condiciones urbanas	Accesibilidad zonificación emplazamiento	NOMINAL
					NOMINAL
					NOMINAL
			Condiciones arquitectónicas	Zonas de ventas	NOMINAL
				Circulación	NOMINAL
				Antropometría	NOMINAL
				Relación entre ambientes	NOMINAL

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1:
Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
EXHIBICIÓN Y VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD.	Es el espacio para hacer posible la exhibición y conservación de venta de productos en las mejores condiciones necesarias, que necesitan los consumidores para adquirir los productos.	Son las formas de exhibir y exponer los productos en las mejores condiciones para facilitar y atraer atención del usuario para la compra de productos de primera necesidad	exhibición	Tipos de exhibición	NOMINAL
			venta	Formas de vender	NOMINAL
				Publicidad	NOMINAL
				Decoración	NOMINAL

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población, muestra y muestreo

Según el tipo de investigación siendo esta cualitativa. Se plasmó la investigación en un Escenario de Estudio en el cual llega a un punto de saturación según (Bertaux, 1993).

2.4. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos, Validez Y Confiabilidad

Las técnicas:

Observación: "es la técnica de recolección de datos a través de la percepción directa de los hechos."

Entrevista: "es la técnica de recolección de datos a través de la información que nos proporciona las personas como gerentes de plantas de reciclaje."

Análisis de documentos: "consiste en el análisis cualitativo de los documentos"

Los instrumentos:

Guía de observación: "Listado de ítem por aspectos que guían la observación"

Guía de entrevista: "instrumentos que se emplean para la captación de datos a través de la aplicación de la técnica de la entrevista"

Guía de análisis de documentos: "información valorativa sobre documentos técnicas como análisis de casos de plantas de reciclaje."

Validez y confiabilidad:

Los instrumentos de recolección de datos que se aplicaran son entrevistas y ficha de observación, validados por arquitectos especializados en el tema.

2.5. Procedimiento

Se aplicaron mediante entrevistas, encuestas y análisis de caso para validar datos que permitan el estudio de las problemáticas actuales.

2.6. Método De Análisis De Datos

El método de análisis de los datos fue obtenido mediante un análisis descriptivo y se realizaron tablas, gráficos, esquemas mostrando los datos estadísticos.

2.7. Aspectos Éticos

La investigación muestra información que está respaldada con teorías relacionadas al tema, antecedentes que dan validez y veracidad, respetando la propiedad intelectual del autor; los temas se manejan con responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad.

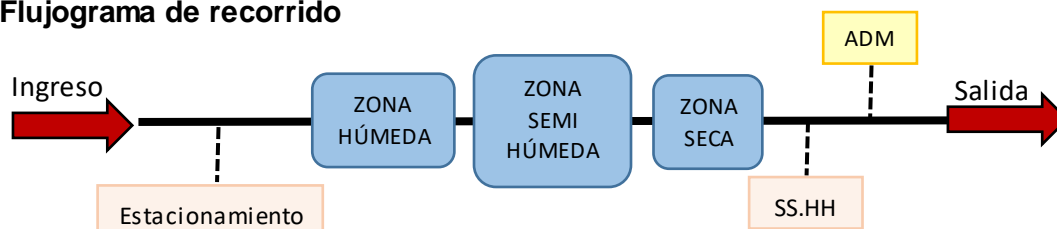
III. RESULTADOS

a) IDENTIFICAR EL USUARIO Y ZONAS DONDE SE DESEMPEÑAN LAS ACTIVIDADES EN EL MERCADO DE ABASTOS

Tabla 2:
Cuadro del usuario comprador y sus actividades

USUARIO	ACTIVIDAD
Comprador	persona que da vida al comerciante, está en constante movimiento para la elección de su producto que desea, las personas que llegan a comprar su productos vienen desde sectores aledaños como Las Lomas

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

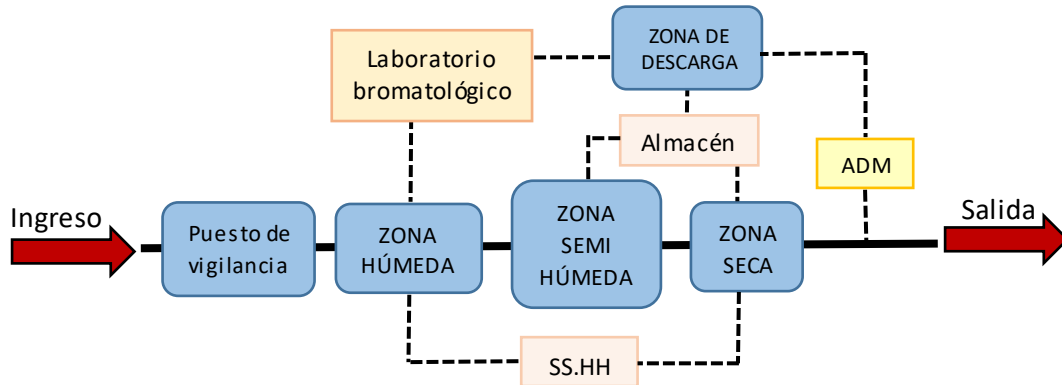
El usuario tiene como costumbre comprar primero las carnes y pescados (zona húmeda), seguidamente tubérculos frutas o pescados (zona semi-húmeda), finalmente comprar los abarrotes, condimentos (zona seca). Si tienen alguna consulta o reclamo hace uso del área de administración, se puede observar también que el comprador no tiene acceso a la zona de servicios o a la zona de descarga.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3:
Cuadro del usuario vendedor y sus actividades

USUARIO	ACTIVIDAD
Vendedor	encargada de ofrecer productos en buenas condiciones, está la mayor parte del tiempo en su puesto de venta

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

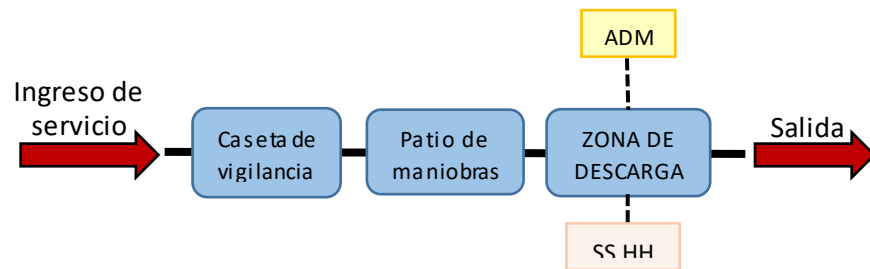
La zona de descarga tiene que tener relación directa con la zona húmeda, semi-húmeda y seca, para poder trasladar los productos directamente al puesto de venta, el área de administración se sitúa cerca de la zona de descarga para controlar los productos que ingresan.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4:
Cuadro del proveedor y sus actividades

USUARIO	ACTIVIDAD
Proveedor	Trae los productos al mercado de abastos.

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

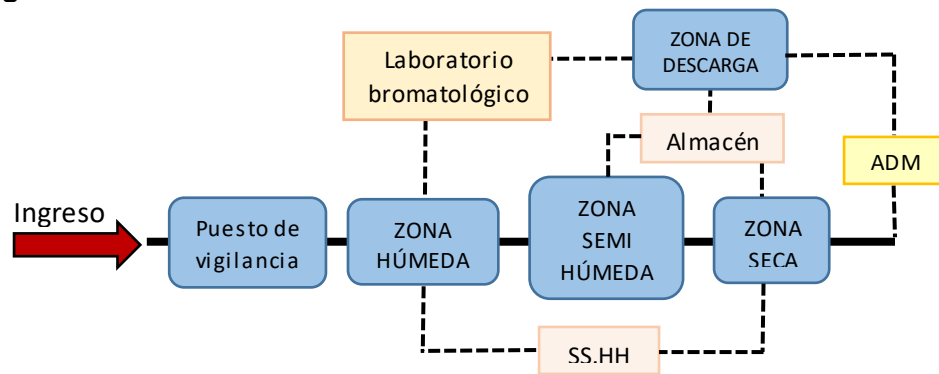
En la zona de descarga entran hasta 2 camiones a la misma vez para hacer sus descargas, La movilidad para los productos como pescados y mariscos son traídos en camiones frigoríficos, los productos como frutas, verduras, tubérculos y abarrotes son traídos en camiones, en jabas de plástico o madera.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5:
Cuadro del usuario administrador y sus actividades

USUARIO	ACTIVIDAD
Administrador	persona que se encarga del control de ingreso de los productos, que lleguen en buen estado y a la hora determinada, recorrer y observar dentro del mercado, también encargada del personal del servicio

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

Este usuario recorre por todas las zonas, como: z. húmeda, z. semi-húmeda, z. seca, servicios complementarios, zona de servicios, zona administrativa, y zonas de descarga.

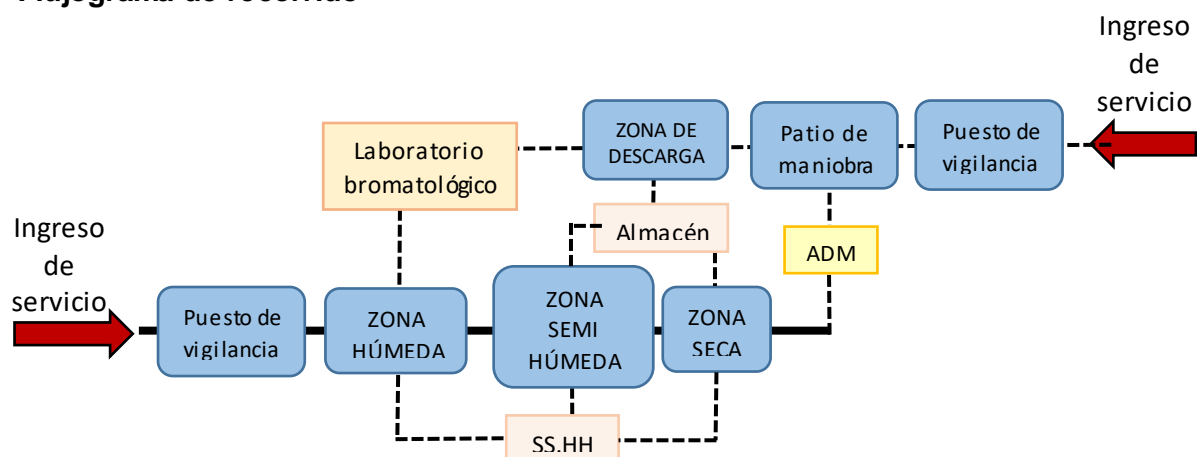
Fuente: Elaboración propia.

Como personal de servicio existen 4 usuarios: Seguridad, Control de calidad, recolector de basura, cargador

Tabla 6:
Cuadro del usuario seguridad y sus actividades

USUARIO	ACTIVIDAD
Seguridad	Encargado de vigilar el mercado en su horario correspondiente.

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

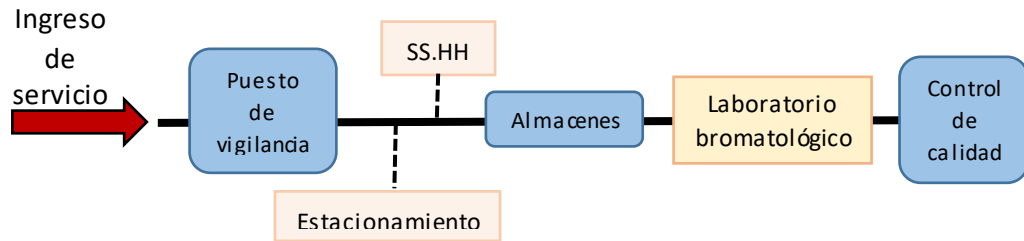
Este usuario recorre por todas las zonas, como: z. húmeda, z. semi-húmeda, z. seca, servicios complementarios, zona de servicios, zona administrativa, y zonas de descarga.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7:
Cuadro del usuario control de calidad y sus actividades

USUARIO	ACTIVIDAD
Control de calidad	Persona encargada del control de los productos, brindar un registro de que los productos están para el consumo.

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

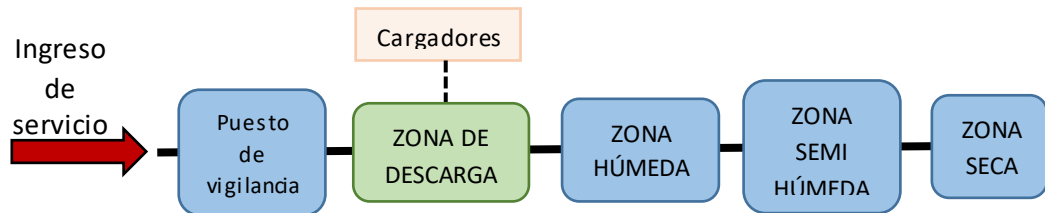
Este usuario trabaja de lunes a sábados, una vez realizada su actividad brinda un registro para ver si el producto puede ser consumido.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8:
Cuadro del usuario cargador y sus actividades

USUARIO	ACTIVIDAD
cargador	Persona encargada de trasladar los productos a su destino.

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

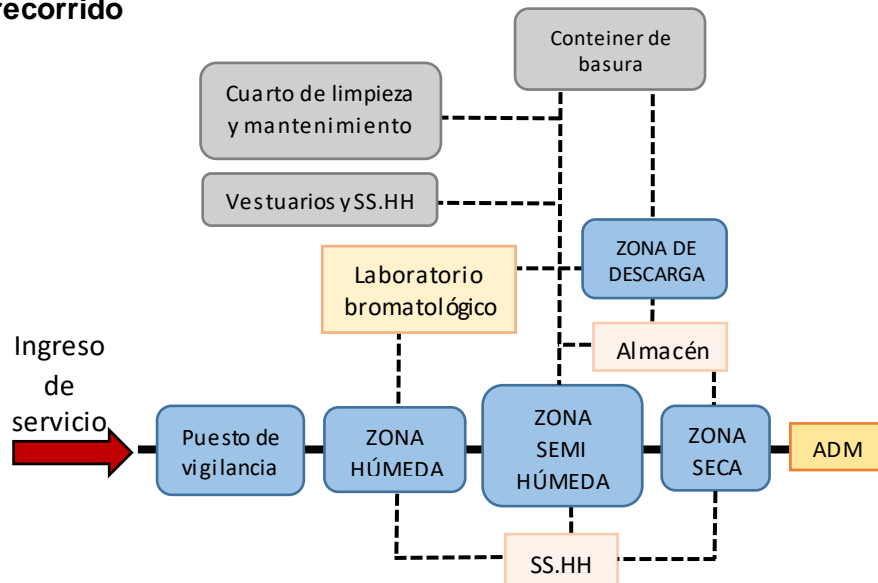
Estos usuarios se encargan de trasladar los productos desde la zona de descarga, hasta los puestos de venta, recorren toda la zona húmeda, semi-húmeda, zona seca.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9:
Cuadro del personal de limpieza-recolector de basura

USUARIO	ACTIVIDAD
Personal de limpieza y recolector de basura	Encargado de la limpieza del mercado tanto de los servicios higiénicos, como los ambientes de administración y recolectar la basura.

Flujograma de recorrido



INTERPRETACIÓN:

En el caso del recolector de basura, se encarga de recoger cada desperdicio del puesto de venta para luego ser llevado al container.

Fuente: Elaboración propia.

Tipos de rubros

Tabla 10:
Cuadro de tipo de rubros

ZONA	RUBROS	N° DE PUESTOS
ZONA HÚMEDA	Carne roja	4
	pollo	7
	Pescados-mariscos	8
ZONA SEMI- HÚMEDA	Verduras	7
ZONA SECA	Frutas	8
	jugueterías	4
ZONA SEMI-SECA	abarrotes	11
ZONA SEMI-SECA	Tubérculos y granos	7

Fuente: Elaboración Propia (Entrevista) 2017

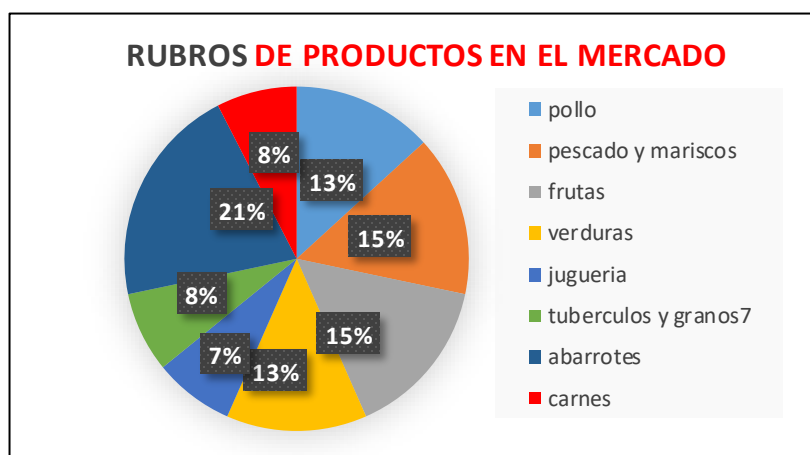


Figura 1: Porcentajes de Tipo de Rubros de Productos
Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Conforme a las costumbres del mercado Huanchaco, según el gráfico, el producto con más porcentaje es el de abarrotes con un 21%, luego están los rubros de frutas y pescados con un 15%, seguidamente está el pollo y verduras con 13%, y por último están los rubros de carnes, jugueterías, tubérculos y granos con un 8%, estos datos van a servir para calcular maso menos la cantidad de puestos según rubros y la preferencia y costumbres del usuario comprador.

b) IDENTIFICAR LOS TIPOS DE EXHIBICIÓN Y VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD

En lo arquitectónico están los siguientes requerimientos:

Tabla 11:
Cuadro de tipo de exhibición de pescados y mariscos

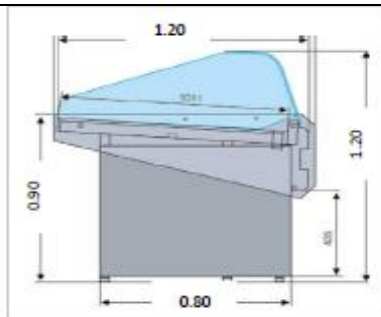
ZONA HÚMEDA

PESCADO

MARISCOS

- Requieren de una mayor área del puesto, entre 8 a 10 m², al tratarse de un puestos de zona húmeda, por higiene las paredes deben ser de cerámica y los muebles de acero inoxidable, el uso de un mostrador vidriado para una mejor conservación del producto, hacer usos de accesorios adecuados para una mejor venta, contar con un ambiente de almacenamiento.

MOSTRADOS VIDRIADO SEMI CERRADO

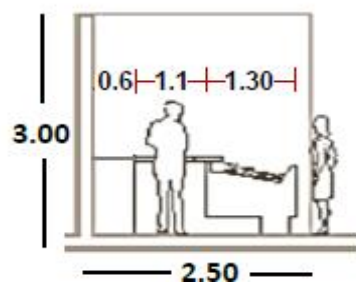


ACCESORIO



Balanza suspendida

ANTROPOMETRÍA



Área total del puesto: 10 m²

Dimensiones

- Puesto: 2.5 x 3 m
- Zona de depósito(cámaras frías) : 2.00
- lavado: 1.00 x 0.80
- Zona de pesado: 0.50 x 0.90
- Exhibición de productos en pendiente: 0.90 x

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12:
Cuadro de tipo de exhibición de res y pollo

ZONA HÚMEDA

RES	- Requieren de una mayor área del puesto, mesada de acero inoxidable, mostrador vidriado para una mejor conservación del producto, a condicionar y decorar el puesto y la manera como exhibir para captar la atención del comprador, hacer usos de accesorios adecuados para una mejor venta
POLLO	

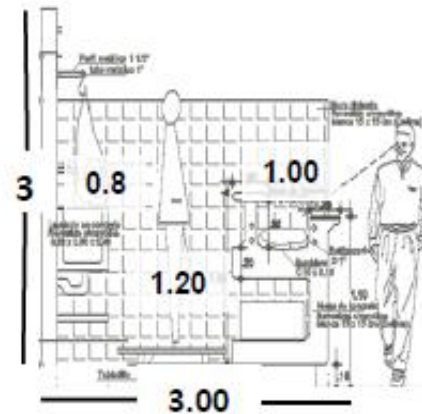
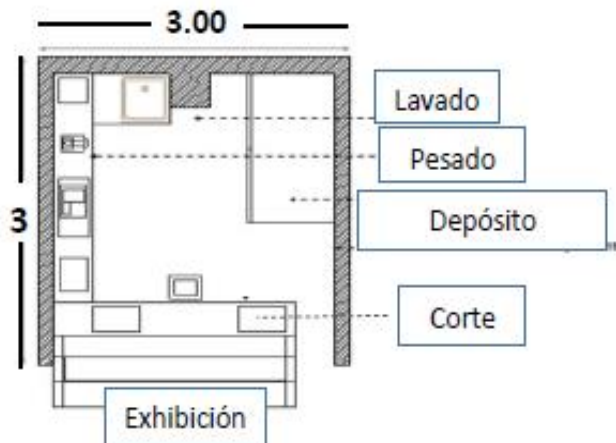
MOSTRADOS VIDRIADO CERRADO



ACCESORIOS



ANTROPOMETRÍA



Área total del puesto: 9 m²
Dimensiones

- Puesto: 3 x 3 m
- Zona de depósito(cámaras frías) : 1.50 x 1.00
- Zona de lavado: 1.50 x 0.80
- Zona de pesado: 2.00 x 0.50
- Exhibición de productos en pendiente: 0.90 x 2.50



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13:
Cuadro de tipo de exhibición de frutas verduras y tubérculos

ZONA SEMI-HÚMEDA

FRUTAS	VERDURAS	TUBÉRCULOS
<ul style="list-style-type: none"> • Requieren de una mayor área para exhibir sus productos: 8 a 10 m² • Hacer uso de mobiliario de manera escalonada o con cierta inclinación para captar la atención del comprador. • Acondicionar y decorar el puesto de venta, y mostrar los productos de una manera ordenada para una fácil elección del comprador. • Tener un ambiente de almacenaje. 		

MODELOS DE MOBILIARIOS



ANTROPOMETRÍA



Área total del puesto: 9 m²
Dimensiones

- Puesto: 3 x 3 m
- Zona de depósito: 1.00 x 0.70
- Zona de lavado: 1.00 x 0.70
- Zona de pesado: 1.00 x 0.70
- Exhibición de productos: 1.20 x 2.00



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14:
Cuadro de tipo de exhibición de abarrotes

ZONA SECA

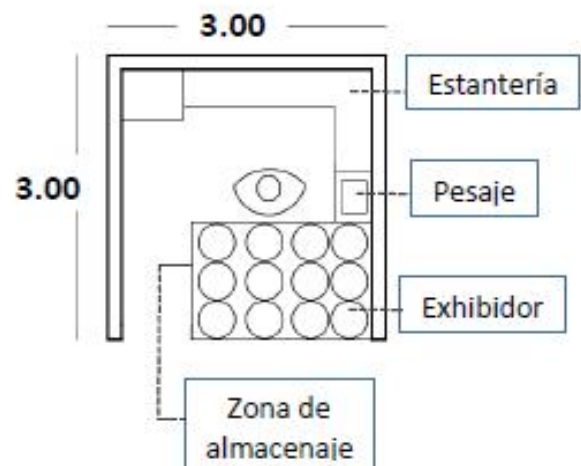
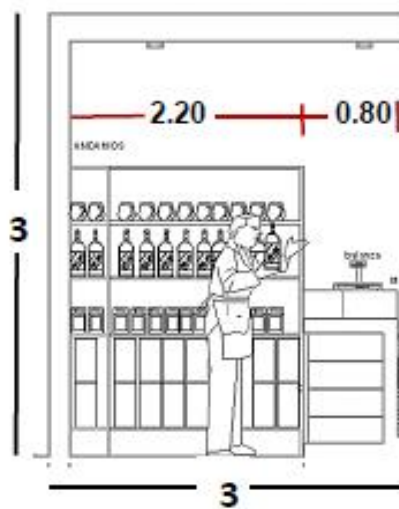
ABARROTOS

- Requieren de una mayor área para exhibir sus productos: **8 a 10 m²**
- Hacer uso de mobiliario de manera escalonada o con cierta inclinación para captar la atención del comprador.
- Acondicionar y decorar el puesto de venta, y mostrar los productos de una manera ordenada para una fácil elección del comprador.
- Tener un ambiente de almacenaje.

MODELOS DE MOBILIARIOS



ANTROPOMETRÍA



Área total del puesto: 9 m²
Dimensiones

- Puesto: 3 x 3 m
- Zona de depósito: 0.90 x 2.40
- Zona de pesado: 1.00 x 0.90
- Exhibición de productos: 2.20 x 0.50

Fuente: Elaboración propia.

C) Identificar los requerimientos Urbano-Arquitectónicos a considerar en el Mercado de abastos

Se determinaron los requerimientos urbanas a partir del análisis del caso análogo “Mercado Central de Valencia” donde se obtuvo información que se contrasto con el terreno escogido, que cumplan con la normativa del según el “Plan de Desarrollo Urbano del sector costero del distrito de Huanchaco al año 2015”, llegándose a identificar el terreno apropiado para un mercado de abastos.

Como referencia está el caso análogo del Mercado Central de Valencia, donde el abastecimiento del mercado se da por la Calle Vieja de la Paja, que es una vía secundaria que está conectada a una avenida principal llamada AV. Oeste, esto es beneficioso ya que esta calle es la menos concurrida y está ubicada en la parte posterior de los ingresos principales, lo cual conviene también porque la salida de los desechos sólidos se da también por esa misma calle.

En cuanto accesos se dan por las calles más transitadas los ingresos de servicios se dan también por la Calle Vieja de la Paja, evitando tener un cruce con el usuario comprador.

En lo arquitectónico, se requieren de circulaciones amplias para una mejor circulación, todas las zonas identificadas tienen que tener relación entre ellas

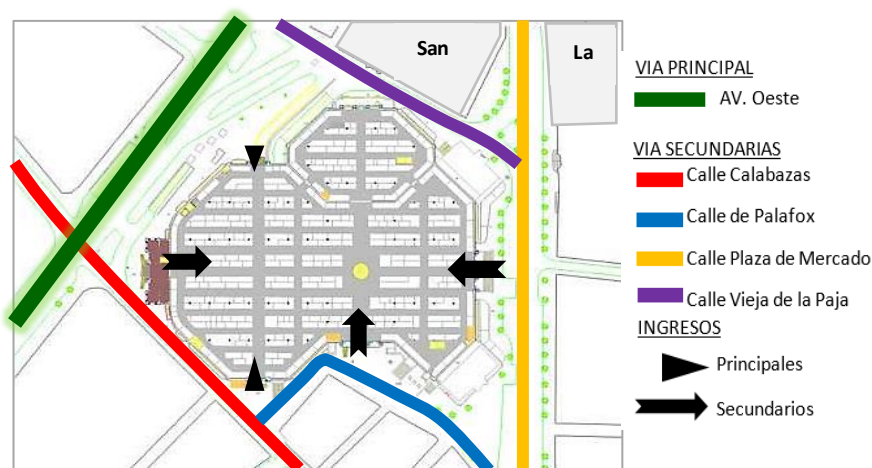


Figura 2: Vías y accesos del Mercado de Abastos Valencia-España
Fuente: propia

IV. DISCUSIÓN

En referencia al objetivo que corresponde a **identificar el usuario y zonas donde se realizan las actividades en el Mercado de Abasto**, de acuerdo a los datos obtenidos que se realizó al área de administración del mercado María Del Socorro, dentro de los usuarios de más magnitud y cantidad son los vendedores y compradores, donde el mercado cuenta con alrededor de 56 vendedores, en cuanto a compradores llegan sectores aledaños como El Tablazo, Las Lomas, Huanchaquito Alto y Bajo, San Carlos, Bellamar, Bello Horizonte, Villa Aeropuerto, de tal manera que atiende aproximadamente un total de 24000 habitantes, donde casi el 70% de personas acuden al mercado de Huanchaco,

En el caso del usuario comprador lo cual en su gran mayoría llegan en micro, moto taxi o caminando, al hacer sus compras dan a notar la preferencia por los productos perecible que vienen hacer las carnes, pollos o pescados, debido a que se agotan más rápido o en algunos casos quedan partes que no desean, luego continúan con los productos semi-perecibles que vienen hacer verduras frutas, para finalmente comprar productos no perecibles como condimentos sal o azúcar. Conocer las costumbres y hábitos para comprar, nos permite saber qué es lo que cliente busca en primer lugar en un mercado, para poder relacionar los rubros y zonas e inclusive tener en cuenta este aspecto para facilitar y agilizar sus compras. Esta misma estrategia se refleja en el caso análogo de “mercado de Valencia” donde los rubros de carnes, pollos y pescados están ubicado en la periferia del mercado, formando una cinta envolvente que rodea a las demás zonas a excepción de la zona de pescados y mariscos que se encuentra apartada, esta zona es la más visitada, por ello se encuentra al alcance de los usuarios compradores, desde cualquier ingreso.

Estos usuarios al momento de culminar sus compras sienten molestias al regresar a sus hogares, una de ellas es el peso con el que tiene que cargar, debido a que no existe algún medio de transporte cerca al mercado y tiene que caminar un promedio de 50 metro para poder hacer uso de un mototaxi o micro.

También está el usuario proveedor, que es el encargado de traer los productos al mercado, en el caso de los productos perecibles que viene hacer las carnes, pollo, pescados y mariscos, llegan los 7 días de la semana, en el caso de los productos no perecibles, llegan 2 veces por semana, estos productos son traídos de cinco a seis de la

mañana. Este dato se contrasta con el análisis de “Mercado de Valencia”, donde su horario de abastecer es el mismo, esto se debe a que en ese horario no hay tráfico y ni personas transitando.

Por otro lado está el usuario administrativo, que esta constantemente recorriendo el mercado, su horario de trabajo es toda la semana, se encarga de ver que los productos lleguen a la exacta y en buen estado, también está el usuario de servicio que viene hacer las personas que limpian los ambientes como los servicio higiénicos y las áreas de administración, el usuario de recolector de basura que se encarga toda la semana de recoger los desperdicios orgánicos de cada puesto de venta, para luego ser llevado aun container de basura y finalmente ser recogido por el camión de basura que pasa alrededor de las 8 pm, se incluye también el usuario cargador, que se encarga de llevar los productos a su destino, por último está el usuario vigilante, que se encarga del cuidado del mercado, hay 2 vigilantes, uno ubicado en el ingreso de servicio y el otro dentro del mercado, trabajan de 5 am – 3 pm.

En cuanto a los rubros que se presentan son los siguientes:

Tabla 15:

Cuadro de tipo de rubros

ZONA	RUBROS	N° DE PUESTOS
	Carne roja	4
ZONA	pollo	7
HÚMEDA	Pescados y mariscos	8
ZONA	Verduras	7
SEMI-	Frutas	8
HÚMEDA	juguerias	4
ZONA SECA	abarrotes	11
ZONA	Tubérculos y granos	7
SEMI-SECA		

Fuente: Elaboración propia.

Habiendo indicado los rubros, las zonas como: **zona húmeda**, la cual tiene que tener un tratamiento especial debido a que en ello se encuentran productos de fácil descomposición como son los productos perecibles, estos deben estar a una temperatura promedio de 8 ° C, **zona semi-húmeda** en ello se encuentran productos semi-perecibles que deben estar a una temperatura de 18 ° C, **zona seca** aquí se ubican productos como los abarrotes el cual no necesitan una temperatura para mantenerse. Esto guarda relación con el análisis del caso análogo del “Mercado de Valencia”, donde tiene como condición especial separar físicamente la zona húmeda de la semi-húmeda y seca, de tal manera q la zona húmeda mantenga una temperatura diferente a las otras zonas debido a su rápida descomposición,

Una vez identificado los usuarios, rubros y las zonas donde se realizan estas, es necesario **identificar los procesos de abastecimiento de productos desde el acopio hasta su comercialización.**

PROCESO DESDE QUE LLEGAN LOS PRODUCTOS HASTA LOS PUESTOS DE VENTA (CARNES, POLLO, PESCADOS Y MARISCOS)

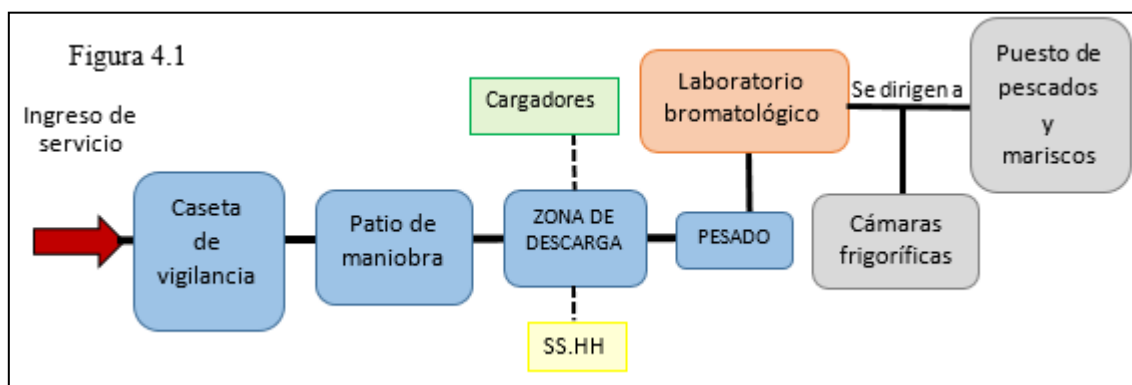


Figura 3: Proceso de los productos de zona húmeda
Fuente: Elaboración propia

Los productos son traídos en camiones frigoríficos, pasan por un control de ingreso, luego se dirigen a la a la zona de descarga, donde los productos son pesados, seguidamente pasan al laboratorio, donde revisan el producto para luego hacer un registro de calidad, donde se sabrá si el producto está apto para el consumo, seguidamente los productos son llevados, mediante el usuario cargado con el uso de un carrito móvil, al puesto de venta.

- Una vez llegado el producto al puesto de venta el usuario vendedor realiza las siguientes actividades:
 1. Coloca los productos al exhibidor.
 2. Los productos que no alcanzan en el exhibidor, son colocados en un ambiente de almacenaje (cámaras frías).

PROCESO DESDE QUE LLEGAN LOS PRODUCTOS HASTA LOS PUESTOS DE VENTA (FRUTAS, VERDURAS, TUBÉRCULOS)

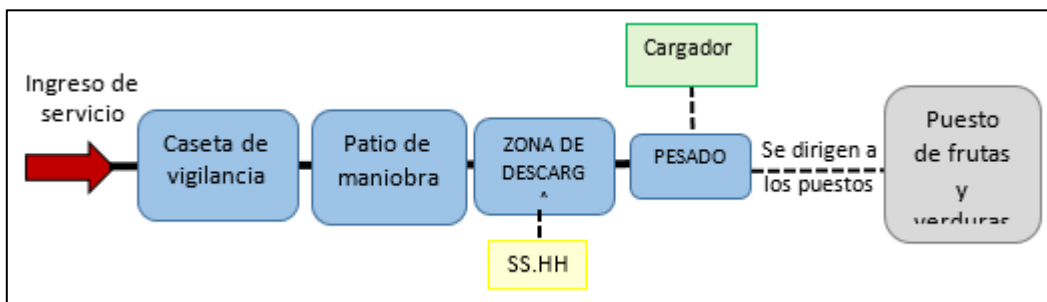


Figura 4: Proceso de los productos de zona semi-húmeda, y zona seca
Fuente: Elaboración propia

En el caso de los productos de la zona semi-húmeda, son traídos en camiones con jabas de madera o plástico, pasan por un control de ingreso, luego se dirigen a la zona de descarga, donde los productos son pesados y entregados a los comerciantes, mediante una lista de pedidos, para luego ser llevados a los puestos de venta, con la ayuda de un cargador mediante un carrito móvil

Una vez llegado el producto al puesto de venta, el usuario vendedor realiza las siguientes actividades:

1. Coloca los productos en un exhibidor de manera escalonada.
2. Los productos que no alcanzan en el exhibidor, son colocados en un ambiente de almacenaje, que pueden ser colocados debajo del exhibidor para ahorrar espacio.

Estos procesos tienen similitud con el caso análogo analizado “Mercado central de Valencia”, donde el proceso que siguen sus productos son similares, y tiene el mismo flujo de recorrido al momento de llevar los productos a sus puestos de venta, en cuanto a la zona húmeda tiene el mismo proceso, solo que en este caso tiene grandes frigoríficos donde se guardan los productos para ser conservados, en la zona semi húmeda y seca el proceso sigue el mismo proceso

PROCESO QUE REALIZA EL USUARIO DE LIMPIEZA DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS

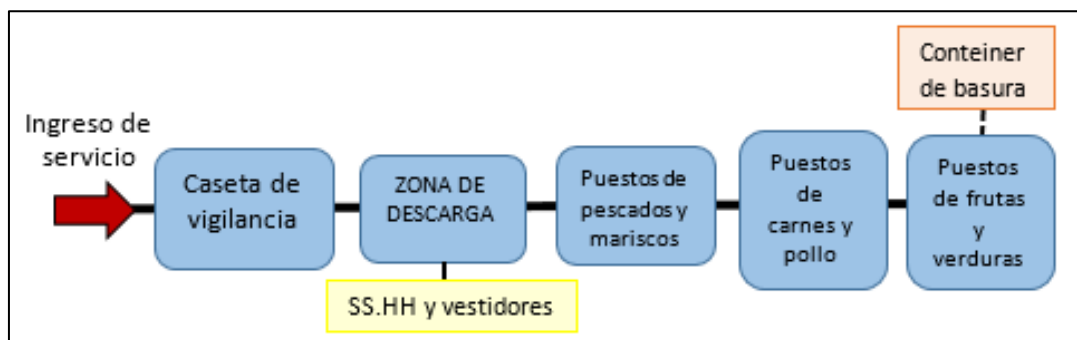


Figura 5: Proceso de los residuos sólidos
Fuente: Elaboración propia

En el caso de los residuos orgánicos, este proceso se realiza de 4 a 5 pm, el vendedor deja sus desperdicios fuera del puesto de venta, la persona encargada de la limpieza pasa por cada puesto recogiendo cada desecho, para luego ser llevado aun container de basura ubicado fuera del mercado y finalmente ser recogido por el camión de basura que pasa alrededor de las 8 pm.

Referente al objetivo 03 **Identificar los requerimientos Urbano-Arquitectónicos a considerar en el Mercado de Abastos.**

Para identificar el terreno para un mercado en Las Lomas, deberá tener las siguientes condiciones, el terreno deberá ser compatible con su entorno, la vía la cual va abastecer deberá tener una conexión directa con una vía principal y la menor implicación con el centro poblado para así no traer problemas con el traslado de mercadería y la tranquilidad de las personas, según el caso exitoso “Mercado central de valencia”, donde precisa que un terreno debe cumplir con las siguientes condiciones: el acceso de abastecimiento debe ser por una vía que sea menos transitada, debe estar conectada a una avenida principal. A la vez se contrasta con el estudio de Benites. C (2003), donde nos dice que mientras menos involucrada este la vía de abastecimiento con el

casco urbano, es de suma importancia, debido a que no perturbara la tranquilidad de los pobladores.

En concordancia con las conclusiones y resultados, se presentan los siguientes requerimientos arquitectónicos:

Puestos de carne–pollo: requieren de un área para almacenar los productos, otra para el lavado de utensilios, área para exhibición de los productos, cerca de esta área debe ubicarse un espacio donde cortar y pesar las carnes, el material del puesto de venta debe ser de mayólica para una mejor limpieza, un área para ubicar los residuos sólidos. Cuyas características y condiciones se dan como las que se observa en el (Anexo)

Puestos de pescados y mariscos: requieren de un ambiente para almacenar los producto, un ambiente de lavado, una área para exhibir el producto ubicada en la parte posterior del puesto de venta, cerca de ello ubicar un ambiente donde filetear el pescado, necesitan también de un lugar donde pesar, el material del puesto de venta debe ser de mayólica para una mejor limpieza o de acero. Cuyas características y condiciones se dan como las que se observa en el (Anexo).

Puestos de frutas – verduras – tubérculos: requieren de un área donde almacenar los productos, área de pesaje y embolsado, contar con un área de exhibición de manera escalonada o con cierta inclinación ubicado en la parte posterior del puesto. Cuyas características y condiciones se dan como las que se observa en el (Anexo).

Puestos de abarrotos: requieren de un lugar para almacenaje de los productos, un área para exhibir sus productos, un área para colocar sus estanterías en la parte última del puesto, un lugar de pesaje ubicado cerca al área de exhibición. Cuyas características y condiciones se dan como las que se observa en el (Anexo).

Esto guarda relación con el caso analizado del Mercado Central de Valencia, donde los productos de la zona húmeda, que son las carnes, pollos, pescados y mariscos, son exhibidos en un mobiliario vidriado para una mejor conservación e higiene del producto, así como también un frigorífico para la conservación del producto y los de la zona semi-húmeda cuentan con un ambiente de almacenaje, tienen mobiliario de madera en forma escalonada, en el caso de la zona seca hacen uso de estantería grandes de madera aproximadamente de 3 metros de ancho. Esto a su vez se contrasta con la teoría de Loudon. D (2012) en su investigación “Comportamiento del consumidor” donde dice que “no solo se basa en lo que vende, también es muy importante la

presencia y calidad de los productos, el lugar donde se vende, la limpieza con la que cuenta el local, Si logramos todas estas características ya mencionadas, podríamos garantizar una calidad de servicio al público consumidor. A su vez se contrasta con el estudio de análisis de trabajos previo donde CASTILLO, A (2010) en su investigación “análisis de las necesidades comerciales de los pobladores de Sanlúcar de Barrameda Cádiz, España los ambientes deben tener un área donde alcance sus mobiliarios de venta y de almacén diario, de esta forma se evitarían el cruce de circulaciones. Se recomienda implementar un “área fría” en la zona húmeda, donde se encuentra las cámaras frigoríficas para la conservación de los productos.

V.CONCLUSIONES

Referente al objetivo 01 identificar el usuario y zonas donde se realizan las actividades en el mercado de abasto

Se logró identificar 10 tipos de usuarios:

Tabla 16:
Cuadro de tipos de usuario y zonas donde realizan las actividades

USUARIO	ZONA
Comprador	z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca
Vendedor	z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca
Proveedor	Zona de descarga
Administrador	Zona de administración
Control de calidad	Zona de servicio
Vigilante	zona de descarga / z. de puestos
Cargador	Zona de descarga
Recolector de basura	Zona de servicio
Personal de Limpieza	Zona de servicio
Personal de mantenimiento	Zona de servicio
Personal de guardería	Zona de servicio de guardería

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a zonas se presentan los siguientes:

Tabla 17:
Cuadro de tipos de zonas

ZONA	AMBIENTES
ZONA HÚMEDA	Carne roja pollo Pescados y mariscos
ZONA SEMI-HÚMEDA	Verduras Frutas Juguerías
ZONA SECA	abarrotes
ZONA ADMINISTRATIVA	Recepción – oficinas – ss.hh
ZONA DE DESCARGA	Patio de maniobras – anden de descarga - control de pesos
ZONA DE SERVICIO	control de calidad - Cuarto de limpieza y mantenimiento – acopio de basura
ZONA COMPLEMENTARIAS	Guardería - áreas de descanso – cajeros

Fuente: Elaboración propia

Referente al objetivo 02 identificar los tipos de exhibición y venta de artículos de primera necesidad.

En el caso de la zona húmeda, se concluye que, para una mejor exhibición del producto, debe ser a través de elementos vidriados, para una mejor higiene y conservación de ello. En el caso de la zona seca se concluye utilizar mobiliarios de forma escalonada o con cierta inclinación para que se pueda observar todos los productos.

En el tema de venta se concluye que, para atraer la compra de productos exhibidos, deben utilizarse estrategias como publicidad, decoración y ofertas, como es en el caso análogo estudiado, donde los mejores productos son exhibidos en la parte delantera.

Objetivo 03 identificar los requerimientos Urbano-Arquitectónicos a considerar en el Mercado de Abastos

En lo urbano

Se concluye que para abastecer al mercado, las vías más adecuadas son las menos transitadas, del punto de vista urbano la vía de abastecimiento debe estar conecta a una avenida principal.

En lo arquitectónico

En cuanto a la función, se requiere circulaciones amplias sin obstrucciones que antropométricamente puedan circular de 2 a 3 personas, se concluye también que las zonas húmeda y seca tengan relación entre ellas.

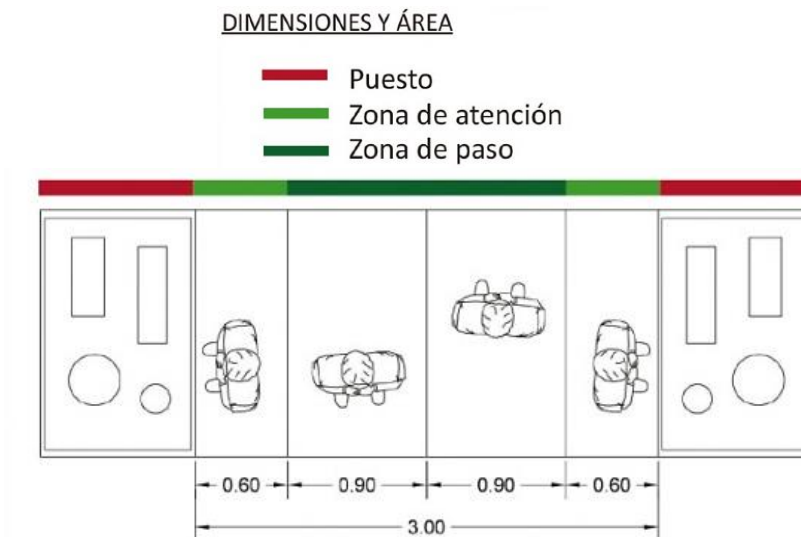
VI. RECOMENDACIONES

Objetivo 01 identificar el usuario y zonas donde se realizan las actividades en el mercado de abasto

Según los datos y en concordancia con la conclusión se sugiere lo siguiente:

Usuario comprador

- se recomienda un recorrido más amplio para una mejor circulación con una medida de 3 metros, y en función a sus costumbres, ubicando la zona húmeda como las carnes, pollo y pescados cerca de los ingresos.



*Figura 6: Dimensiones del recorrido del usuario comprador
Fuente: Elaboración propia*

- se recomienda contar con espacios de reposo, ya que normalmente cuando terminan de realizar sus compras buscan un lugar donde conversar y descansar

Usuario vendedor

- se sugiere contar con estacionamientos para bicicletas y mototaxis, ya que llegan al mercado en este tipo de movilidad.
- Se recomienda que el ingreso del usuario vendedor no sea el mismo que el del usuario de servicio, para no tener cruce de circulaciones.

Usuario proveedor

- Deberá tener un espacio amplio para poder estacionarse y descargar los productos.

Usuario administrador

- Debe contar con oficinas para realizar sus actividades, y ss,hh.

Usuario vigilante

- Se recomienda que la caseta de seguridad este en la entrada de la zona de abastecimiento a lado de la puerta con lunas amplias para mejor registro visual y baño incluido para no tener que descuidar sus labores.

Usuario cargador

- Se recomienda contar con vestidores y duchas para los usuarios de servicio.
- Debe contar con implementos y moviidades necesarias para trasladar los productos.

Usuario recolector de basura - Usuario limpieza - usuario mantenimiento

- Deberá contar con áreas de vestidores y duchas.
- Se sugiere contar con implementos necesarios para realizar sus actividades.

Objetivo 02 identificar los procesos de abastecimiento de productos desde su acopio hasta su comercialización.

Considerando el flujo de cada tipo de producto es conveniente lo siguiente:

Se debe contar con una zona donde se encuentre un amplio patio de maniobras y un área de descarga, para permitir el acceso de dos camiones a la vez, cerca de esta zona debe ubicarse una área donde estén ubicados los carritos móviles o carretillas para desplazar los producto a su ambiente respectivo,

En el caso de los productos perecible como las canes, pollo, pescados y mariscos, estos deben tener un espacio especial en la zona de maniobras, para que inmediatamente su descarga vayan al laboratorio para el control de calidad del producto, luego son llevados al depósito respectivo, en este caso un frigorífico, seguidamente son llevadas

a los puestos de venta mediante una carretilla o alguna movilidad, donde el usuario vendedor se encarga de ubicar y ordenar donde corresponda a los espacios definidos. En el caso los semi perecibles como frutas y verduras, deberán contar con una área en la zona de descarga, donde los productos sean bajados ordenadamente mediante un montacargas o con ayuda de los usuarios cargadores, una vez descargados pasan a una área de pesado para luego ser llevados directamente al puesto de venta mediante un carrito móvil, ya en el puesto el usuario vendedor ordena sus productos en sus espacios correspondientes.

En el caso de los productos secos, como los abarrotados, deberán también contar con una zona de descarga, cerca de ello ubicar un área donde se encuentren los montacargas o carritos móviles para trasladar los productos, una vez descargados son llevados directamente al puesto de venta mediante un carrito móvil, ya en el puesto el vendedor ubica los productos.

Proceso de eliminación de los residuos sólidos

- Se recomienda una zona dentro del mercado donde lleguen todos los residuos del mercado, este espacio debe estar cerrado y orientado con respecto al viento por los malos olores.
- Se sugiere que esta zona este cerca de la zona de descarga, para que el camión de la basura tenga fácil acceso a él.
- El camión entrara al mercado teniendo un patio de maniobras para su desplazamiento el radio de giro será de 7.0 m, se considerara un área de 40m² para el estacionamiento del camión de basura

Objetivo 03 requerimientos del puesto de venta para exhibir y vender artículos de primera necesidad.

Según los datos y en concordancia con la conclusión se recomienda lo siguiente:

- en la parte urbana se sugiere que las vías que conecten más fácilmente hacia el centro poblado, sean consideradas como las vías principales de acceso al mercado por parte del usuario poblador,
- Se recomienda que las vías de acceso del abastecimiento sean por vías de rápido acceso hacia otras ciudades y que estas vías estén lo más alejado posible del casco urbano



Figura 7: Vías con acceso rápido al Mercado de Abastos Valencia-España
Fuente: Elaboración propia

ZONA HÚMEDA

CARNES:

- se recomienda que el ingreso del puestos de carne este a un costado para tener un circulación práctica.
- Se sugiere también que los productos sean ubicados en un exhibidor vidriado para mejor higiene, considerar también que el área de pesado este ubicado cerca a la parte de exhibidor.



Figura 8: Ubicación de área de pesado
Fuente: Elaboración propia

- El puesto debe contar con un punto de agua, como mínimo un recipiente para los desperdicios, cercano al área de trabajo (corte de carne), en el área de trabajo se dejara un espacio llano, para que el comerciante pueda hacer uso de sus herramientas de corte

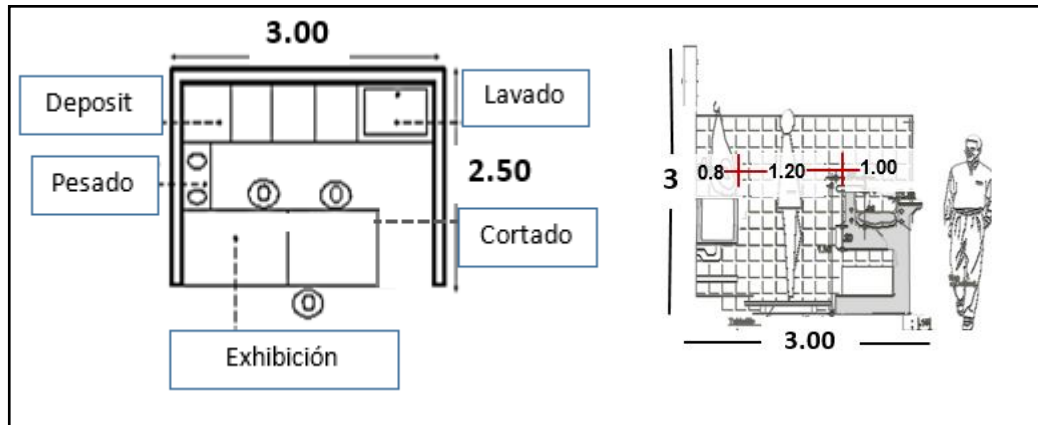


Figura 9: zonas de puesto de zona húmeda
Fuente: Elaboración propia

Área total del puesto: 9 m²

Dimensiones

- Puesto: 3 x 3 m
- Zona de depósito(cámaras frías) : 1.50 x 1.00
- Zona de lavado: 1.50 x 0.80
- Zona de pesado: 2.00 x 0.50
- Exhibición de productos en pendiente: 0.90 x 2.50

PESCADOS:

- sugiere colocar un área de lavado en la parte última del puesto.



Figura 10: Área de lavado en puesto de pescado

Fuente: Mercado Central Valencia-España.

recuperado de: (<http://valencia.blogspot.pe/2009/07/mercado> de abastos valencia.html)

- Se recomienda que los puestos de venta sean de mayólica o acero inoxidable.



Figura 11: Material del puesto de pescado

Fuente: Mercado Central Valencia-España.

recuperado de: (<http://valencia.blogspot.pe/2009/07/mercado> de abastos valencia.html)

- No es necesario un frigorífico si no que se recomienda usar tan solo un frigider ubicado dentro del mismo puesto.



Figura 12: Área de frigorífico en puesto de pescado

Fuente: Mercado Central Valencia-España.

recuperado de: (<http://valencia.blogspot.pe/2009/07/mercado> de abastos valencia.html)

- La mesa de exhibición del producto tendrá un ángulo de inclinación de 11°

- Deberá contar con los siguientes ambientes y medidas.

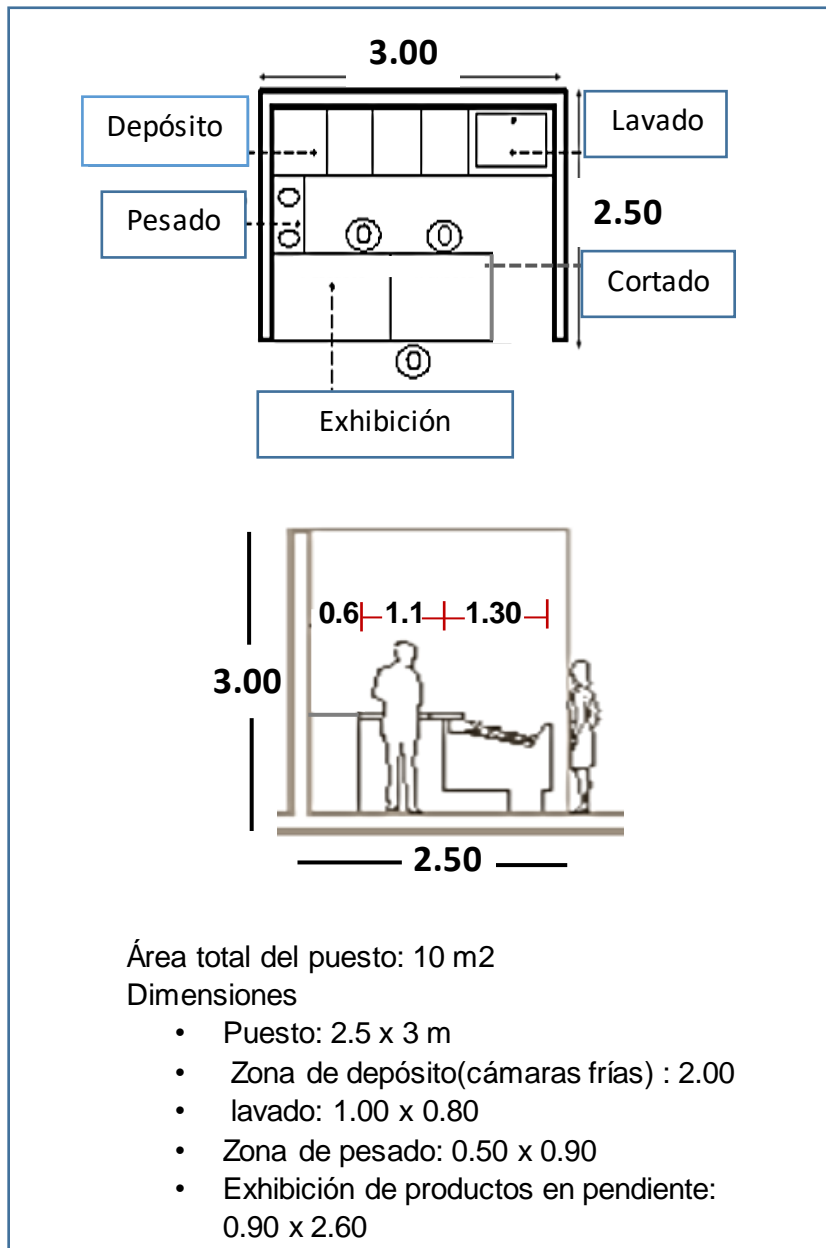


Figura 13: Área de lavado en puesto de pescado
 Fuente: Elaboración propia

ZONA SEMI-HÚMEDA

Frutas y verduras

- La ubicación de los puestos de verduras deben ser orientados con el recorrido del viento y también deberá procurarse que las ventanas sean lo más grandes posibles para una mejor y mayor ventilación.
- Se recomienda para su distribución las siguientes alternativas:

Distribución lateral con un pase

distribución lateral con pase central



Figura 14: Tipos de distribuciones alternativas para puestos de frutas y verduras
Fuente: Elaboración propia

- Debe contar con mobiliario de forma escalonada.



Figura 15: Tipos de distribuciones alternativas para puestos de frutas y verduras
Fuente: Elaboración propia

- Deberá contar con los siguientes ambientes y medidas.

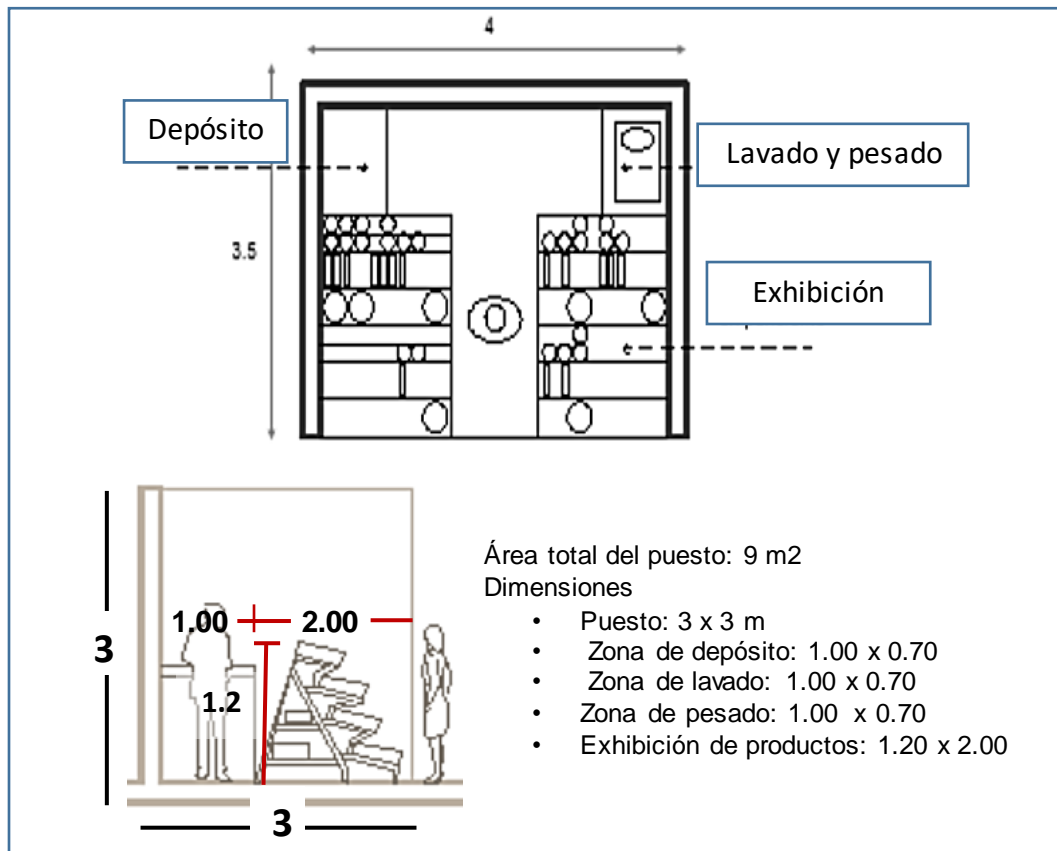


Figura 16: Ambientes y medidas de puesto de frutas y verduras
 Fuente: Elaboración propia

- El almacén en el puesto se puede dar de 2 formas; debajo de la mesa del mostrador donde se adecua un espacio lo suficientemente amplio para almacenar parte del producto del comerciante, también se puede dejar un espacio más amplio que sirva como almacén general del puesto.

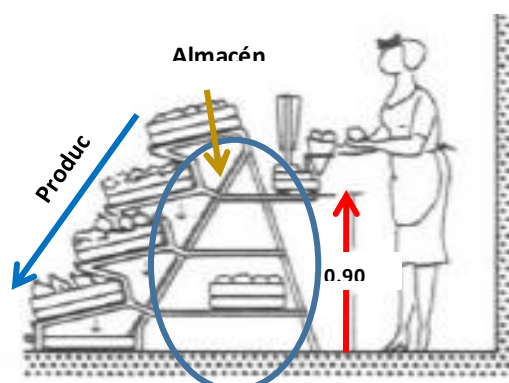


Figura 17: Ubicación de almacén en puesto de fruta
 Fuente: Elaboración propia

ZONA SECA

Abarrotes

- Deberá contar con los siguientes espacios y medidas

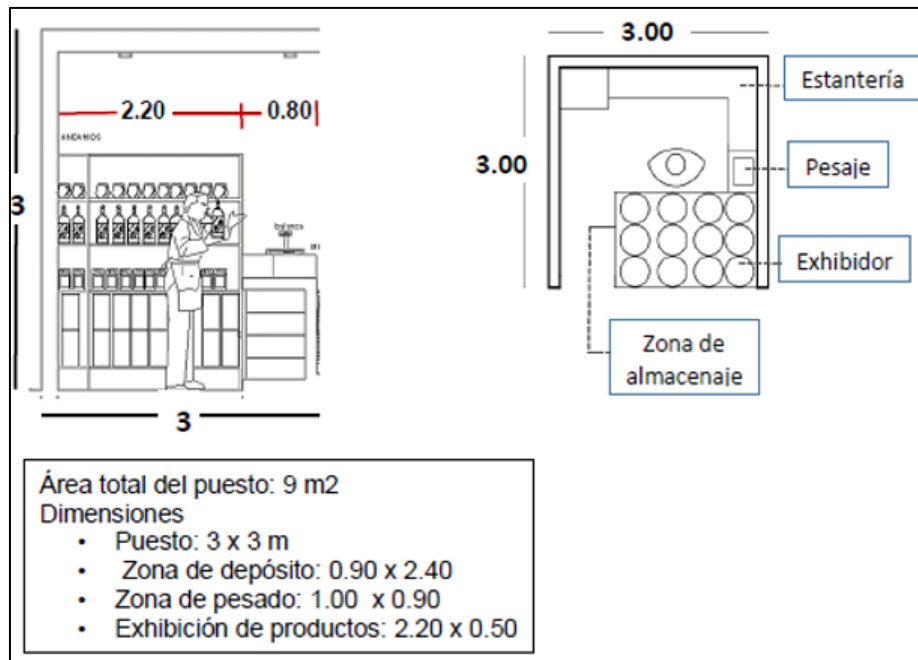


Figura 18: Espacios y medidas de puesto de abarrotes

Fuente: Elaboración propia

- El área recomendada para un puesto de abarrotes será de 9.00m². considerando todas las área antes mencionadas para un puesto de abarrotes.

ZONA ADMINISTRATIVA

- Recomienda que esta zona sea ubicada en un espacio que sea menos visible
- Deberá contar con oficinas para realizar sus actividades.

ZONA DE DESCARGA

- Se considerara 38m² por cada camión que descargue teniendo a 2 camiones como promedio descargando al mismo tiempo; el área de descarga será de 76 sin contar con el patio de maniobras.
- Se recomienda que la zona de descarga cuente con un ambiente de pesado, teniendo en cuenta que la balanza tiene como mínimo 15m², considerando que las dimensiones de una balanza promedio son de 0.80mx1.30x1.50m.

REFERENCIAS

- Castillo A. (2010), “Recopilación y análisis de las necesidades comerciales de los pobladores de Sanlúcar de Barrameda para la creación del mercado de abastos en Sanlúcar de Barrameda, Cádiz, España”
- Alvarez L. y Chávez F. (2011). “Propuesta Para La Construcción De Un Mercado Cantonal En La Aldea San José, Zona 10 De Mixco, Guatemala”
- Angelucci, R. (2006). Conferencia del director de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires.
- “Rol del comercio tradicional en el desarrollo de las ciudades” (Molinillo 2002: 21)
- Loudon. D (2012) “Comportamiento del consumidor”
- garcia.L(2003), “El mercado como espacio público”
- FAO (2012), Puestos para comerciantes minoristas.
<http://www.fao.org/3/a-i0096s.pdf>
- FAO (2012), Diseño de los puestos del mercado
<http://www.fao.org/docrep/x5056s/x5056S06.htm>
- Mariano Seoanez Calvo (2010). *Mercado de Abastos* (1ª edición). España: Mundi Presa.
- José Alvarado Ruiz(2005). Requerimientos de *Mercado de Abastos*.españa-valencia

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Objetivos-Conclusiones y Recomendaciones

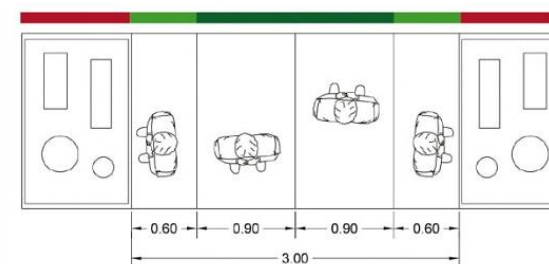
Cuadro de matriz de correspondencia

OB JETIVO 01	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES																							
Identificar el usuario y zonas donde se desempeñan las actividades en el Mercado de Abastos	Se logró identificar 10 tipos de usuarios:	Según los datos y en concordancia con la conclusión se sugiere lo siguiente:																							
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>USUARIO</th> <th>ZONA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Comprador</td> <td>z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca</td> </tr> <tr> <td>Vendedor</td> <td>z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca</td> </tr> <tr> <td>Proveedor</td> <td>Zona de descarga</td> </tr> <tr> <td>Administrador</td> <td>Zona de administración</td> </tr> <tr> <td>Control de calidad</td> <td>Zona de servicio</td> </tr> <tr> <td>Vigilante</td> <td>zona de descarga / z. de puestos</td> </tr> <tr> <td>Cargador</td> <td>Zona de descarga</td> </tr> <tr> <td>Recolector de basura</td> <td>Zona de servicio</td> </tr> <tr> <td>Personal de Limpieza</td> <td>Zona de servicio</td> </tr> <tr> <td>Personal de mantenimiento</td> <td>Zona de servicio</td> </tr> </tbody> </table>	USUARIO	ZONA	Comprador	z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca	Vendedor	z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca	Proveedor	Zona de descarga	Administrador	Zona de administración	Control de calidad	Zona de servicio	Vigilante	zona de descarga / z. de puestos	Cargador	Zona de descarga	Recolector de basura	Zona de servicio	Personal de Limpieza	Zona de servicio	Personal de mantenimiento	Zona de servicio	<p><u>Usuario comprador</u></p> <p>Se recomienda un recorrido más amplio para una mejor circulación con una medida de 3 metros, y en función a sus costumbres, ubicando la zona húmeda como las carnes, pollo y pescados cerca de los ingresos.</p>
	USUARIO	ZONA																							
	Comprador	z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca																							
	Vendedor	z.húmeda, z.semi-húmeda, z.seca, z.semi-seca																							
	Proveedor	Zona de descarga																							
	Administrador	Zona de administración																							
	Control de calidad	Zona de servicio																							
	Vigilante	zona de descarga / z. de puestos																							
	Cargador	Zona de descarga																							
Recolector de basura	Zona de servicio																								
Personal de Limpieza	Zona de servicio																								
Personal de mantenimiento	Zona de servicio																								

Fuente: Elaboración Propia (Entrevista) 2001

DIMENSIONES Y ÁREA

- █ Puesto
- █ Zona de atención
- █ Zona de paso



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro de matriz de correspondencia

OB JETIVO 01	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES																							
Identificar el usuario y zonas donde se desempeñan las actividades en el Mercado de Abastos	Se logró identificar 10 tipos de usuarios:	-Se recomienda contar con espacios de																							
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="645 395 1070 443">USUARIO</th> <th data-bbox="1070 395 1406 443">ZONA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="645 443 1070 571">Comprador</td> <td data-bbox="1070 443 1406 571">z.húmeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 571 1070 699">Vendedor</td> <td data-bbox="1070 571 1406 699">z.húmeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 699 1070 746">Proveedor</td> <td data-bbox="1070 699 1406 746">Zona de descarga</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 746 1070 794">Administrador</td> <td data-bbox="1070 746 1406 794">Zona de administración</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 794 1070 842">Control de calidad</td> <td data-bbox="1070 794 1406 842">Zona de servicio</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 842 1070 922">Vigilante</td> <td data-bbox="1070 842 1406 922">zona de descarga / z. de puestos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 922 1070 970">Cargador</td> <td data-bbox="1070 922 1406 970">Zona de descarga</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 970 1070 1018">Recolector de basura</td> <td data-bbox="1070 970 1406 1018">Zona de servicio</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 1018 1070 1066">Personal de Limpieza</td> <td data-bbox="1070 1018 1406 1066">Zona de servicio</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 1066 1070 1114">Personal de mantenimiento</td> <td data-bbox="1070 1066 1406 1114">Zona de servicio</td> </tr> <tr> <td data-bbox="645 1114 1406 1347"> <i>Fuente:</i> Elaboración Propia (Entrevista) 2001 </td> <td data-bbox="1406 395 1993 1347"> cuando terminan de realizar sus compras buscan un lugar donde conversar y descansar <u>Usuario vendedor</u> -Se sugiere contar con estacionamientos para bicicletas y mototaxis, ya que llegan al mercado en este tipo de movilidad. -Se recomienda que el ingreso del usuario vendedor no sea el mismo que el del usuario de servicio, para no tener cruce de circulaciones. <u>Usuario proveedor</u> -Deberá tener un espacio amplio para poder estacionarse y descargar los productos. <u>Usuario administrador</u> -Debe contar con oficinas para realizar sus actividades, y ss.hh. </td> </tr> </tbody> </table>	USUARIO	ZONA	Comprador	z.húmeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca	Vendedor	z.húmeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca	Proveedor	Zona de descarga	Administrador	Zona de administración	Control de calidad	Zona de servicio	Vigilante	zona de descarga / z. de puestos	Cargador	Zona de descarga	Recolector de basura	Zona de servicio	Personal de Limpieza	Zona de servicio	Personal de mantenimiento	Zona de servicio	<i>Fuente:</i> Elaboración Propia (Entrevista) 2001	cuando terminan de realizar sus compras buscan un lugar donde conversar y descansar <u>Usuario vendedor</u> -Se sugiere contar con estacionamientos para bicicletas y mototaxis, ya que llegan al mercado en este tipo de movilidad. -Se recomienda que el ingreso del usuario vendedor no sea el mismo que el del usuario de servicio, para no tener cruce de circulaciones. <u>Usuario proveedor</u> -Deberá tener un espacio amplio para poder estacionarse y descargar los productos. <u>Usuario administrador</u> -Debe contar con oficinas para realizar sus actividades, y ss.hh.
	USUARIO	ZONA																							
	Comprador	z.húmeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca																							
	Vendedor	z.húmeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca																							
	Proveedor	Zona de descarga																							
	Administrador	Zona de administración																							
	Control de calidad	Zona de servicio																							
	Vigilante	zona de descarga / z. de puestos																							
	Cargador	Zona de descarga																							
Recolector de basura	Zona de servicio																								
Personal de Limpieza	Zona de servicio																								
Personal de mantenimiento	Zona de servicio																								
<i>Fuente:</i> Elaboración Propia (Entrevista) 2001	cuando terminan de realizar sus compras buscan un lugar donde conversar y descansar <u>Usuario vendedor</u> -Se sugiere contar con estacionamientos para bicicletas y mototaxis, ya que llegan al mercado en este tipo de movilidad. -Se recomienda que el ingreso del usuario vendedor no sea el mismo que el del usuario de servicio, para no tener cruce de circulaciones. <u>Usuario proveedor</u> -Deberá tener un espacio amplio para poder estacionarse y descargar los productos. <u>Usuario administrador</u> -Debe contar con oficinas para realizar sus actividades, y ss.hh.																								

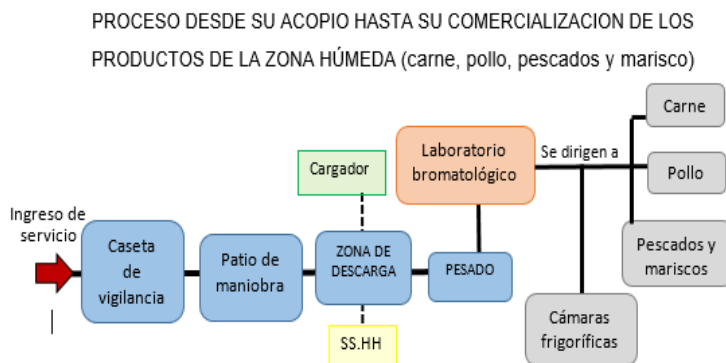
Fuente: Elaboración propia.

Cuadro de matriz de correspondencia

OBJETIVO 01	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES	
Identificar el usuario y zonas donde se desempeñan las actividades en el Mercado de Abastos	Se logró identificar 10 tipos de usuarios:	<u>Usuario vigilante</u>	
	USUARIO	ZONA	-Se recomienda que la caseta de seguridad este en la entrada de la zona de abastecimiento a lado de la puerta, con lunas amplias para mejor registro visual y baño incluido para no tener que descuidar sus labores.
	Comprador	z.húmeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca	
	Vendedor	z.humeda, z.seca, z.semi-húmeda, z.semi-seca	<u>Usuario cargador</u>
	Proveedor	Zona de descarga	-Se recomienda contar con vestidores y duchas para los usuarios de servicio.
	Administrador	Zona de administración	
	Control de calidad	Zona de servicio	-Debe contar con implementos y movilidades necesarias para trasladar los productos.
	Vigilante	zona de descarga / z. de puestos	
	Cargador	Zona de descarga	<u>Usuario recolector de basura - Usuario limpieza - usuario mantenimiento</u>
	Recolector de basura	Zona de servicio	
Personal de Limpieza	Zona de servicio	-Deberá contar con áreas de vestidores y duchas.	
Personal de mantenimiento	Zona de servicio		
<i>Fuente: Elaboración Propia (Entrevista) 201</i>		-Se sugiere contar con implementos necesarios para realizar sus actividades.	

Fuente: Elaboración propia.

Identificar los procesos de abastecimiento de productos desde su acopio hasta su comercialización.

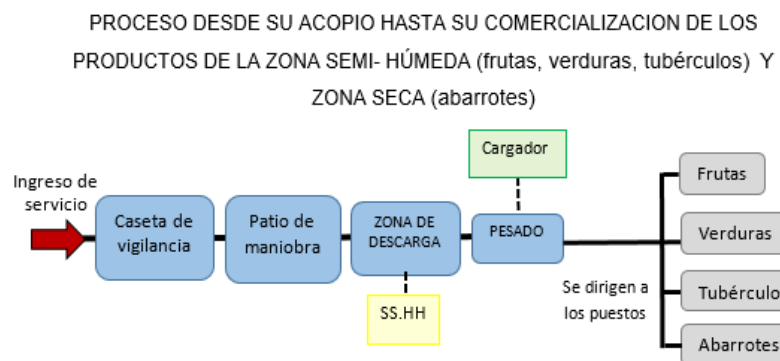


Considerando el flujo de cada tipo de producto es conveniente lo siguiente:

Se debe contar con una zona donde se encuentre un amplio patio de maniobras y un área de descarga, para permitir el acceso de dos camiones a la vez, cerca de esta zona, se sugiere ubicarse una área donde estén colocados los carritos móviles o carretillas para desplazar los productos a su ambiente respectivo,

En el caso de los productos perecibles como las carnes, pollo, pescados y mariscos, estos deben tener un espacio especial en la zona de maniobras, para que inmediatamente su descarga vayan al laboratorio para el control de calidad del producto, luego son llevados al depósito respectivo, en este caso un frigorífico, seguidamente son llevadas a los puestos de venta mediante una carretilla o alguna movilidad, donde el usuario vendedor se encarga de ubicar y ordenar donde corresponda a los espacios definidos.

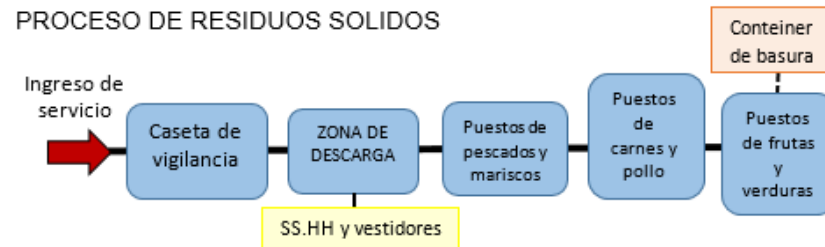
Identificar los procesos de abastecimiento de productos desde su acopio hasta su comercialización.



En el caso los semi perecibles como frutas y verduras, deberán contar con una área en la zona de descarga, donde los productos seas bajados ordenadamente mediante un montacargas o con ayuda de los usuarios cargadores, una vez descargados pasan a una área de pesado para luego ser llevados directamente al puesto de venta mediante un carrito móvil, ya en el puesto el usuario vendedor ordena sus productos en sus espacios correspondientes.

En el caso de los productos secos, como los abarrotes, deberán también contar con una zona de descarga, cerca de ello ellos ubicarse un área donde estén ubicados los montacargas o carritos móviles para trasladar los productos, una vez descargados son llevados directamente al puesto de venta mediante un carrito móvil, ya en el puesto el vendedor ubico los productos.

Identificar los procesos de abastecimiento de productos desde su acopio hasta su comercialización.



- Se recomienda una zona dentro del mercado donde lleguen todos los residuos, este espacio debe estar cerrado y orientado con respecto al viento por los malos olores.

- Se sugiere que esta zona este cerca de la zona de descarga, para que el camión de la basura tenga fácil acceso a él.

- El camión entrara al mercado teniendo un patio de maniobras para su desplazamiento, el radio de giro será de 7.0 ml, se considerara un área de 40m2 para el estacionamiento del camión de basura.

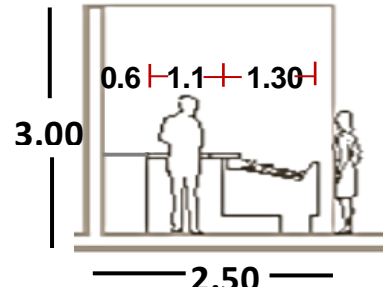
Identificar los requerimientos urbano-arquitectónicos a considerar en el mercado de abastos

Según los datos obtenidos por el resultado, se concluye en cuanto a lo urbano, que el uso de suelo debe ser compatible con la zonificación (RDM), teniendo una accesibilidad por una avenida que se conecte a una carretera principal, y a su vez esté conectada a las vías de los demás sectores, para las vías de abastecimiento y salida de residuos sólidos, debe contar con una vía independiente, lo más alejada del casco urbano y al mismo tiempo debe estar conectada con una vía principal.

en la parte urbana se sugiere que las vías que conecten más fácilmente hacia el centro poblado, sean consideradas como las vías principales de acceso al mercado por parte del usuario poblador,

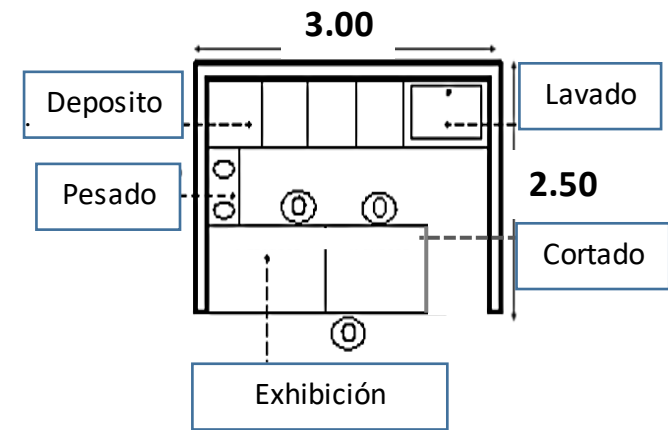
-Se recomienda que las vías de acceso del abastecimiento sean por vías de rápido acceso hacia otras ciudades y que estas vías estén lo más alejado posible del casco urbano



OBJETIVO 02	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIONES
<p>Identificar los requerimientos Urbano-Arquitectónicos a considerar en el Mercado de Abastos</p>	<p>REFERENTE A LOS REQUERIMIENTOS ARQUITECTÓNICO</p> <p><u>En cuanto a los puestos de venta:</u></p> <p>ZONA HÚMEDA</p> <p>✓ PESCADO: Se requiere de espacios para su almacenamiento, asimismo para la venta se necesitan espacios para el trozado, descamado y fileteado, un lavadero para el lavado de los utensilios y finalmente el área de exhibición, también un espacio para los residuos sólidos, el material del puesto de venta debe ser de mayólica o de acero inoxidable.</p>	<p>-Sugiere colocar un área de lavado en la parte última del puesto.</p> <p>-Se recomienda que los puestos de venta sean de mayólica o acero inoxidable.</p> <p>-No es necesario un frigorífico, si no que se recomienda usar tan solo un frigidier ubicado dentro del mismo puesto.</p> <p>-La mesa de exhibición del producto tendrá un ángulo de inclinación de 11°</p> <p>Deberá contar con los siguientes ambientes y medidas:</p> 

Fuente: Elaboración propia.

- La mesa de exhibición del producto tendrá un ángulo de inclinación de 11°
- Deberá contar con los siguientes ambientes y medidas:



Área total del puesto: 10 m²

Dimensiones

- Puesto: 2.5 x 3 m
- Zona de depósito(cámaras frías) : 2.00
- lavado: 1.00 x 0.80
- Zona de pesado: 0.50 x 0.90
- Exhibición de productos en pendiente: 0.90 x 2.60

CONCLUSIÓN

RECOMENDACIONES

-
- | | |
|--|---|
| <p>✓ CARNE: Deben contar con un área de exhibición, cerca de ello un espacio para cortar, área de pesado y embolsado, también necesitan de un lavadero para la limpieza de las herramientas y un espacio para colocar los residuos sólidos, material del puesto de venta mayólica.</p> <p>✓ POLLO: Se requiere espacio para el pesado y embolsado del producto, un área de lavadero y para exhibir los productos, material del puesto de venta mayólica.</p> | <p>-Se recomienda que el ingreso del puestos de carne este a un costado para tener un circulación práctica.</p> <p>-Se sugiere también que los productos sean ubicados en un exhibidor vidriado para mejor higiene, considerar también que el área de pesado este ubicado cerca a la parte de exhibidor.</p> <p>- El puesto debe contar con un punto de agua como mínimo, un recipiente para los desperdicios cercano al área de trabajo (corte de carne), en el área de trabajo se dejara un espacio llano, para que el comerciante pueda hacer uso de sus herramientas de corte</p> |
|--|---|

Identificar los requerimientos Urbano-Arquitectónicos a considerar en el Mercado de Abastos

ZONA SEMI-HÚMEDA

- ✓ FRUTAS- VERDURAS: requieren de un área de exhibición de forma escalona, un espacio de almacenaje ubicado en la parte inferior del exhibidor, área de pesado y embolsado, área para los residuos sólidos.

Área total del puesto: 9 m2

Dimensiones

- Puesto: 3 x 3 m
- Zona de depósito(cámaras frías) : 1.50 x 1.00
- Zona de lavado: 1.50 x 0.80
- Zona de pesado: 2.00 x 0.50
- Exhibición de productos en pendiente: 0.90 x 2.50

-La ubicación de los puestos de verduras deben ser orientados con el recorrido del viento y también deberá procurarse que las ventanas sean lo más grandes posibles para una mejor y mayor ventilación.

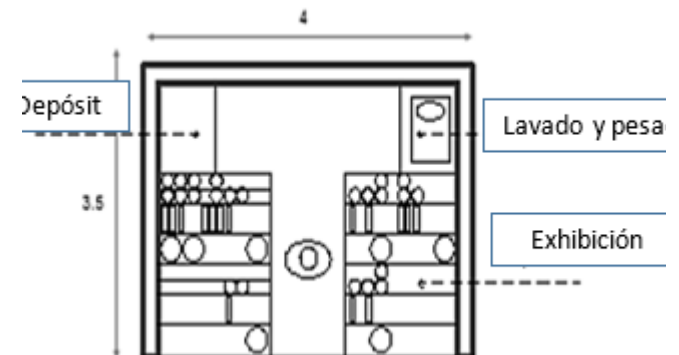
Se recomienda para su distribución las siguientes alternativas:

distribución lateral con pase central



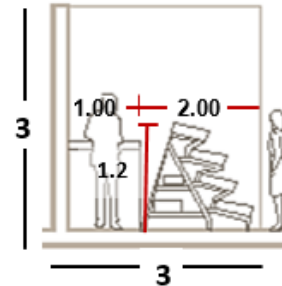
-Debe contar con mobiliario de forma escalonada

-Deberá contar con los siguientes ambientes y medidas:



ZONA SECA

- ✓ **ABARROTÉS:** área para estanterías, área para exhibición delantera, área de almacenaje, área de residuos sólidos y área de pesaje y embolsado, área para los residuos sólidos.



- Área total del puesto: 9 m²
Dimensiones
- Puesto: 3 x 3 m
 - Zona de depósito: 1.00 x 0.70
 - Zona de lavado: 1.00 x 0.70
 - Zona de pesado: 1.00 x 0.70
 - Exhibición de productos: 1.20 x 2.00

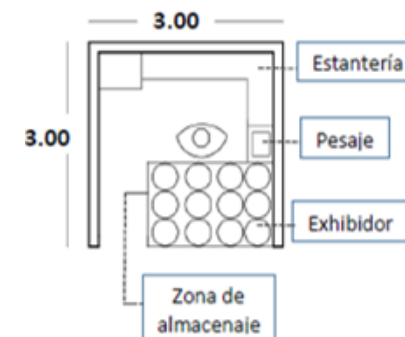
-El almacén en el puesto se puede dar de 2 formas; debajo de la mesa del mostrador, donde se adecua un espacio lo suficientemente amplio para almacenar parte del producto del comerciante, también se puede dejar un espacio más amplio que sirva como almacén general del puesto.

En cuanto a la zona administrativa: Requieren de un espacio propio y exclusivo para este usuario, esta zona debe estar ubicada cerca de la zona de descarga y puestos de venta, requieren también de servicios complementarios, como un área de descanso.

En cuanto a zona de servicio:

- ✓ **Control de calidad:** Requieren de un área para el control de registro, área para el pesaje, área para laboratorio bromatológico, un ambiente de una cámara frigorífica
- ✓ **Acopio de basura:** Requieren de un espacio para un contenedor, un área donde colocar la movilidad para movilizar los desperdicios.
- ✓ **Cuarto de limpieza y mantenimiento:** Área de colocar los utensilios de limpieza, área de lavado.

-Deberá contar con los siguientes espacios y medidas



Área total del puesto: 9 m²
 Dimensiones

- Puesto: 3 x 3 m
- Zona de depósito: 0.90 x 2.40
- Zona de pesado: 1.00 x 0.90
- Exhibición de productos: 2.20 x 0.50

-El área recomendada para un puesto de abarrotes será de 9.00m². Considerando todas las áreas antes mencionadas para un puesto de abarrotes.

- Recomienda que esta zona sea ubicada en un espacio que sea menos visible

CONCLUSIÓN

RECOMENDACIONES

En cuanto a zona de descarga: Requieren un área exclusiva para ello, con los implementos necesarios como un monta carga o una grúa en caso los productos sean muy pesados, esta zona debe estar ubicada de manera estratégica donde los usuarios compradores no tengas visual a ello, requieren de puestos de vigilancia, requieren también de vestidores para los usuarios de servicio.

En cuanto a zona complementaria: requieren de espacio donde puedan descansar, un área para el estacionamiento.

-Deberá contar con oficinas para realizar sus actividades.

-Deberá contar con vestidores y duchas.

-Esta zona deberá estar ubicada cerca de la zona de descarga.

-Se considerara 38m² por cada camión que descargue teniendo a 2 camiones| como promedio descargando al mismo tiempo; el área de descarga será de 76 sin contar con el patio de maniobras.

-se recomienda que la zona de descarga con un ambiente de pesado, teniendo en cuenta que la balanza tiene como mínimo 15m², considerando que las dimensiones de una balanza promedio son de 0.80mx1.30x1.50m

Anexo 2. Operacionalización de Variables

Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
REQUERIMIENTOS URBANO-ARQUITECTÓNICO	Necesidades que tienen los vendedores para exhibir y exponer sus productos y conservarlos de la mejor forma posible, y los consumidores de adquirir un producto en buenas condiciones y que la llegada y recorrido no genere tensión ni cansancio.	Lugar donde se realiza la comercialización entre el demandante y el ofertante de los productos de primera necesidad	Condiciones urbanas	Accesibilidad	NOMINAL
				zonificación	NOMINAL
				emplazamiento	NOMINAL
			Condiciones arquitectónicas	Zonas de ventas	NOMINAL
				Circulación	NOMINAL
				Antropometría	NOMINAL
Relación entre ambientes	NOMINAL				

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
EXHIBICIÓN Y VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD.	Es el espacio para hacer posible la exhibición y conservación de venta de productos en las mejores condiciones necesarias, que necesitan los consumidores para adquirir los productos.	Son las formas de exhibir y exponer los productos en las mejores condiciones para facilitar y atraer atención del usuario para la compra de productos de primera necesidad	exhibición	Tipos de exhibición	NOMINAL
			venta	Formas de vender	NOMINAL
				Publicidad	NOMINAL
				Decoración	NOMINAL

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3. Formatos e Instrumentos de Investigación Validación

ENTREVISTADO: Usuario Vendedor

1. ¿Cuál es la mayor incomodidad en su puesto al momento de realizar sus actividades?

2. ¿Qué espacios desearía mejorar dentro de su puesto de venta?

3. ¿Cómo y de qué manera le gustaría a usted exhibir sus productos hacia el comprador?

4. ¿Qué actividades realiza Ud. Para vender su producto?

5. ¿Qué volumen de residuos orgánicos acumula diariamente en su puesto de venta?

ENTREVISTADO: Usuario Vendedor

1. ¿Cuál es la mayor incomodidad en su puesto al momento de realizar sus actividades?

2. ¿Qué espacios desearía mejorar dentro de su puesto de venta?

3. ¿Cómo y de qué manera le gustaría a usted exhibir sus productos hacia el comprador?

4. ¿Qué actividades realiza Ud. Para vender su producto?

5. ¿Qué volumen de residuos orgánicos acumula diariamente en su puesto de venta?

ENTREVISTADO: Usuario comprador

1. ¿Qué medio de transporte utiliza para venir al mercado?

2. ¿Cómo usted acostumbra hacer sus compras?

3. ¿Qué elemento utiliza usted para hacer sus compras?

4. ¿cómo le gustaría a usted que mostraran los productos los vendedores?

5. ¿Qué tipo de espacios o mobiliarios le gustaría que brinden el mercado para su comodidad?

7. ¿Cuándo usted se retira del mercado que medio de transporte utiliza?

1. ¿De qué manera es que llegan los productos al centro de abastos?

2. ¿Para trasladar los productos los puestos en que lo hacen?

3. ¿Cómo se realiza el proceso de descarga de productos por rubro en el centro de abastos?

4. ¿Cómo hace el control de la llegada de los productos?

5. ¿Qué ambientes cree usted que son necesarios para la conservación y el control de los productos?

ENTREVISTADO: Usuario de Servicio

1. ¿Cuál es el recorrido que usted hace desde la zona de descarga hasta el puesto?

2. ¿De qué manera y donde se almacenan los productos?

4. ¿Cuál es el volumen promedio de desechos de residuos sólidos que se desecha a diario en el mercado?

5. ¿De qué manera se viene eliminando los desechos sólidos en el centro de abastos?

Anexo 4. Registro Topográfico



*Figura 19: Comercio informal en el Mercado Zonal Palermo
Fuente: Elaboración propia*



*Figura 20: Obstrucción en la circulación del Mercado Zonal Palermo
Fuente: Elaboración propia*



Figura 21: Productos perecibles expuestos a contaminación- Mercado Zonal Palermo
Fuente: Elaboración propia



Figura 22: Impedimento de ingreso debido a la aglomeración de vehículos- Huanchaco
Fuente: Elaboración propia



*Figura 23: No cuenta con zona de carga y descarga de los productos- Huanchaco
Fuente: Elaboración propia*



*Figura 24: Los pasillos tienen 1.70 generando molestias en los compradores al momento de circular.
Fuente: Elaboración propia*



*Figura 25: Fisuras en las paredes- Huanchaco
Fuente: Elaboración propia*

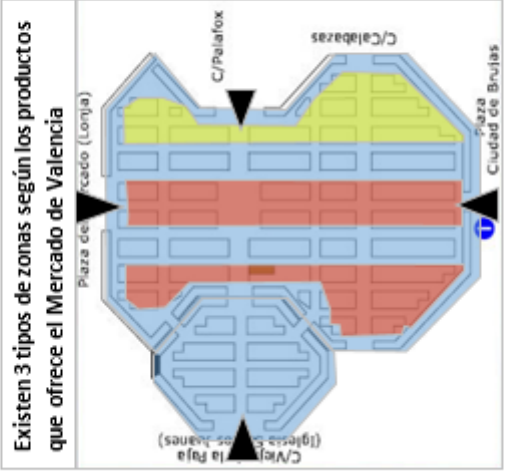
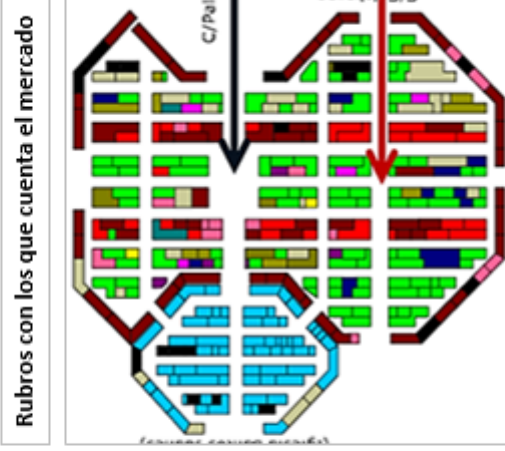


*Figura 26: Producto fuera de sus puestos, disminuyendo y obstruyendo la circulación - Huanchaco
Fuente: Elaboración propia*


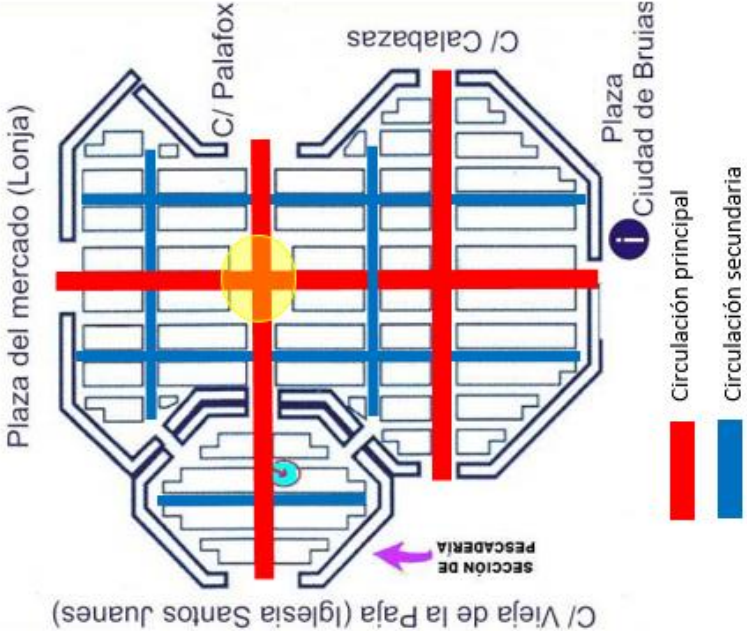





Figura 27: Techos en mal estado - Huanchaco
Fuente: Elaboración propia



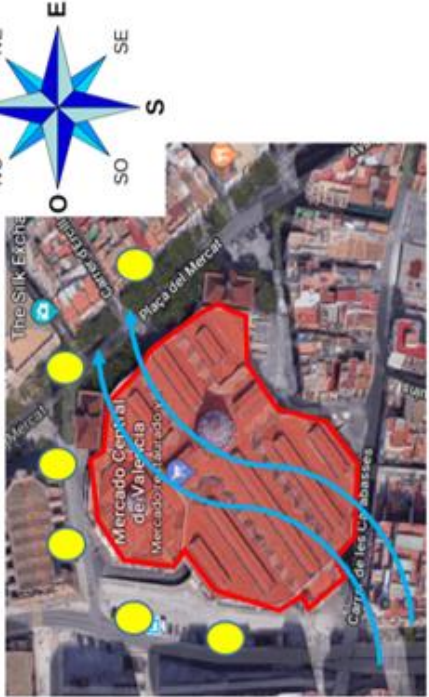
Anexo 5. Ficha de Análisis de Caso

FICHAS DE ANALISIS DE CASOS	
<p>CASO ANALIZADO: Mercado Tirso de Molina</p>	<p>TEMA ANALIZADO: ASPECTO FUNCIONAL: ZONIFICACIÓN</p>
<p>Existen 3 tipos de zonas según los productos que ofrece el Mercado de Valencia</p>  <p style="text-align: center;"> ● ZONA HUMEDA ● ZONA SEMI-HUMEDA ● ZONA SECA </p>	<p>Rubros con los que cuenta el mercado</p>  <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Aves y Derivados <input type="checkbox"/> Carnes y Charcutería <input type="checkbox"/> Caracoles <input type="checkbox"/> Congelados <input type="checkbox"/> Droguería y Perfumería <input type="checkbox"/> Especias <input checked="" type="checkbox"/> Frutos Secos <input type="checkbox"/> Frutas y Verduras <input type="checkbox"/> Panadería Bollería <input type="checkbox"/> Parafarmacia <input type="checkbox"/> Pescados y Mariscos <input type="checkbox"/> Salazones y Encurtidos </p>
<p>Pescados y mariscos</p> <p>ZONA HUMEDA</p> <p>Ubicado en una planta de forma octogonal con un área 1400 m², este sector está apartada de los demás rubros, con el fin de controlar los olores, facilitar la eliminación de desecho, y la instalación que requieren.</p>	<p>Carnes y pollo</p> <p>Ubicado en la periferia del mercado, formando una cinta envolvente, que rodea a las demás zonas a excepción de la zona de pescados y mariscos que se encuentra apartada, esta zona es la más visitada, por ellos se encuentra al alcance de los usuarios compradores, desde cualquier ingreso.</p>
<p>Frutas, verduras y</p> <p>ZONA SEMI-HÚMEDA</p> <p>Ubicadas en un ambiente fresco y ventilado, en este caso están administrados en los espacios vacíos cerca de la zona húmeda.</p>	<p>Abarrotes, pan</p> <p>ZONA SECA</p> <p>En este caso están administrados en los espacios vacíos cerca de la a un costado de la zona húmeda y semi-húmeda</p>

Fuente: Elaboración propia

FICHAS DE ANALISIS DE CASOS		
CASO ANALIZADO:	TEMA ANALIZADO:	
Mercado Tirso de Molina	ASPECTO FUNCIONAL: CIRCULACIÓN	
		
<p>Al presentar varios ingresos, se da una fluidez en las circulaciones, permitiendo al usuario comprador dar una mejor orientación en el interior del mercado.</p>		
		<p>Circulaciones principales, varían entre 3.50 a 4 m</p> <p>Circulaciones secundarias, varían de 3 a 4 m</p>
<p>Tiene un punto central de encuentro, del cual se puede observar todas las zonas, y tener un traslado claro y limpio.</p>		
		
		<p>El hall central tiene 10 metros de ancho</p>

Fuente: Elaboración propia

FICHAS DE ANALISIS DE CASOS		UNIVERSIDAD UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
CASO ANALIZADO: Mercado Tirso de Molina	TEMA ANALIZADO: ASPECTO TECNOLÓGICO	<p data-bbox="470 280 678 1041">La ventilación se da a través de varios sistemas, una de ellas es la cúpula central, el cual ilumina gran parte la zona semi-húmeda, donde se encuentra las frutas y verduras manteniéndola así los productos frescos.</p>   

Fuente: Elaboración propia

Yo, **Carlos Rafael Torres Mosqueira**, docente de la Facultad de Ingeniería y arquitectura y Escuela Profesional arquitectura de la Universidad César Vallejo filial Trujillo, revisor (a) de la tesis titulada "**Requerimientos Urbano-Arquitectónicos para exhibición y venta de artículos de primera necesidad para proponer un Mercado de Abastos, Las Lomas – Huanchaco.**", del (de la) estudiante **Diana Carolina Guerra Vargas**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Trujillo 17 de julio del 2019



CARLOS RAFAEL TORRES MOSQUEIRA

DNI: 18073912

Revisó	Vicerrectorado de Investigación/ DEVAC /Responsable del SGC	Aprobó	Rectorado
--------	--	--------	------------------