



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Arquitecto de
Interiores

**“Estudio de organización espacial y funcional del Mercado Central de la
Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato de acuerdo a las actividades
comerciales de los habitantes de la zona.”**

Autor:

Ulpo Carrera, Darío Javier

Tutor:

Ing.Mg. Viteri Medina, Galo Alejandro

Ambato-Ecuador

Marzo, 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Estudio de organización espacial y funcional del mercado central de la parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato de acuerdo a las actividades comerciales de los habitantes de la zona”, del alumno Darío Javier Ulpo Carrera, estudiante de la carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Marzo del 2018



EL TUTOR

Ing. Mg. Galo Alejandro Viteri Medina

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **“Estudio de organización espacial y funcional del mercado central de la parroquia santa rosa del cantón Ambato de acuerdo a las actividades comerciales de los habitantes de la zona.”** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, Marzo del 2018



EL AUTOR

Darío Javier Ulpo Carrera

C.C. N° 18040347941

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, confines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Marzo del 2018



EL AUTOR

Darío Javier Ulpo Carrera

C.C. N° 18040347941

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“Estudio de organización espacial y funcional del mercado central de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato de acuerdo a las actividades comerciales de los habitantes de la zona.”** presentado por el estudiante Darío Javier Ulpo Carrera, egresado de la Carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos, de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Marzo del 2018

Para constancia firman

PRESIDENTE

MIEMBRO CALIFICADOR

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Indudablemente dedico a mis padres con todo cariño, por ser quienes estuvieron presentes con su apoyo moral y económico en cada momento de mi vida gracias por ser el motor para seguir cumpliendo mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A TODOS LOS QUE ME HAN APOYADO.

Primeramente, quiero agradecer al ser supremo que me ha regalado la vida, la salud y la oportunidad de prepararme moralmente y académicamente cada día. Al igual agradezco a mis padres por inculcarme buenos valores y a mis tías Paquita y Betty quienes me fueron un pilar importante en mi vida. De la misma manera a mis amigos y docentes en especial al Ing.Mg. Galo Viteri quien fue mi tutor y me compartió sus conocimientos en esta etapa de preparación y evaluación.

ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.2. Análisis crítico.....	8
1.2.3. Pronóstico.....	9
1.2.4. Formulación del problema.....	9
1.2.5. Preguntas directrices.....	10
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	10
1.3. Justificación.....	10
1.4. Objetivos.....	11
1.4.1. Objetivo general.....	11
1.4.2. Objetivos específicos.....	11

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes investigativos.....	11
2.2. Fundamentación filosófica.....	16
2.3. Fundamentación legal.....	17
2.3. Categorías fundamentales.....	22
2.4. Señalamiento de variables.....	31

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque investigativo.....	31
3.2. Modalidad básica de la investigación.....	32
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	32
3.4. Población y muestra.....	33
3.5. Operacionalización de variables.....	34
3.6. Técnicas e instrumentos.....	37
3.7. Plan de recolección de la información.....	38
3.8. Plan de procesamiento de la información.....	38

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis del aspecto cuantitativo.....	39
4.2. Interpretación de resultados.....	39

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.....	47
5.2. Recomendaciones.....	47

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta.....	48
6.2. Datos informativos.....	48
6.3. Antecedentes de la propuesta.....	48
6.5. Justificación.....	51
6.6. Objetivos.....	52
6.6.1. Objetivo general.....	52
6.6.2. Objetivos específicos.....	52
6.7. Fundamentación	52
6.7.1. Memoria técnica	52
6.7.1.1. Estado actual	53
6.7.1.2. Análisis del contexto	58
6.7.1.3. Análisis de usuario	58
6.7.1.4. Análisis de normativas	64
6.7.2. Consideraciones básicas para la propuesta.....	66
6.7.2.1. Interpretación de condicionantes	66
6.7.2.2. Síntesis teórica.....	67
6.7.2.3. Análisis de referentes o repertorio tipológico.....	67
6.7.3. Memoria descriptiva.....	63
6.7.3.1. Características funcionales.....	63
6.7.3.2. Condiciones de confort	64
6.7.3.3. Características formales.....	65
6.7.3.4. Características técnicas.....	67
6.7.3.5. Materiales propuestos.....	70

6.7.3.6. Condiciones especiales.....	72
6.7.4. Cuadro de programación.....	74
6.8. Planos y/o síntesis gráfica.....	79
6.9. Presupuesto	86
Bibliografía.....	88
Anexos.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 1 Árbol de problemas.....	3
Gráfico N.- 2 Categorías fundamental.....	22
Gráfico N.- 3 Redes conceptuales V.I	23
Gráfico N.- 4 Redes conceptuales V.D.....	24
Gráfico N.- 5 Espacios designados para la venta	39
Gráfico N.- 6 Cambiar la distribución de puestos de venta.....	40
Gráfico N.- 7 Materiales existentes.....	41
Gráfico N.- 8 Mejorar espacios de trabajo.....	42
Gráfico N.- 9 Mejorar circulaciones del mercado.....	42
Gráfico N.- 10 Análisis previo a la construcción.....	43
Gráfico N.- 11 Iluminación artificial.....	44
Gráfico N.- 12 Falta de espacios de refrigeración.....	45
Gráfico N.- 13 Mejorar espacios de alimentos.....	46
Gráfico N.- 14 Remodelación del mercado.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.- 1 Variable independiente.....	34
Tabla N.- 2 Variable dependiente.....	36
Tabla N.- 3 Técnicas de recolección	37
Tabla N.- 4 Espacios designados para la venta.. ..	39
Tabla N.- 5 Cambiar la distribución de puestos de venta	40
Tabla N.- 6 Materiales existentes.....	41
Tabla N.- 7 Mejorar espacios de trabajo.....	42
Tabla N.- 8 Mejorar circulaciones del mercado... ..	42
Tabla N.- 9 Análisis previo a la construcción.....	43
Tabla N.- 10 Iluminación artificial.....	44
Tabla N.- 11 Falta de espacios de refrigeración	45
Tabla N.- 12 Mejorar espacios de alimentos.....	46
Tabla N.- 13 Remodelación del mercado	46
Tabla N.- 14 Características Técnicas	77
Tabla N.- 15 Cuadro de materiales.....	79
Tabla N.- 16 Cuadro de programación	83

RESUMEN EJECUTIVO

La actual investigación realizada amerita que se ponga mayor énfasis en la organización de los espacios para un correcto funcionamiento del mercado de abastos Nuestra Señora de la Elevación de la parroquia de Santa Rosa, tomando en cuenta las necesidades de los comerciantes y habitantes de la zona, cabe recalcar que los espacios existentes serán redistribuidos ya que la actual distribución no está bien planteada y genera mucho caos, conllevando a la creación de espacios aptos para las actividades que se realizaran en el mercado y así poder tener un mejor funcionamiento de cada uno de los espacios existentes dentro de este espacio.

El desarrollo de este rediseño sin lugar a duda permitirá mejorar la relación entre comerciantes, también optimizar la atención a los clientes que acuden cada fin de semana a este mercado, asimismo los comerciantes estarán motivados a mantener su lugar de trabajo en buenas condiciones para que de esta manera mejore el comercio de los diferentes negocios que existen actualmente. Finalmente, gracias a la investigación realizada se propone una solución técnica, funcional y estética enfocada a remediar las necesidades de un grupo objetivo mediante una organización espacial.

PALABRAS CLAVE: MERCADO DE ABASTOS, ORGANIZACIÓN ESPACIAL, REDISTRIBUCIÓN, COMERCIANTES, TRUEQUE.

ABSTRACT

The current research emphasis on the organization of spaces for a correct functioning of the market of NUESTRA SEÑORA DE LA ELVACIÓN of the parish of Santa Rosa, taking into account the needs of the merchants and inhabitants of the area, it should be emphasized that the existing spaces will be redistributed since the current distribution is were willing established and generates a lot of chaos, leading to the creation of spaces suitable for the activities to be carried out in the market and thus to have a better functioning of each one of the spaces within this space.

The development of this redesign will undoubtedly improve the relationship between merchants, also optimize the attention to customers who come every weekend to this market, and merchants will be motivated to keep their place of work in good condition so that this way improve the trade of the different businesses that currently exist. Finally, thanks to the research carried out, a technical, functional and aesthetic solution is proposed, aimed at remedying the needs of a target group through a spatial organization.

KEYWORDS: ABASTOS MARKET, SPATIAL ORGANIZATION, REDISTRIBUTION, TRADERS, BARTER.

INTRODUCCIÓN

El diseño interior es una disciplina que actualmente en el Ecuador no se ha desarrollado en su totalidad y no conocen la utilidad para solucionar problemas de la sociedad en esta investigación se busca implantar características, técnicas formales y funcionales para mejorar la funcionalidad del mercado de abastos “NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACIÓN” que se encuentra ubicado en la parroquia de Santa Rosa del cantón Ambato ya que lleva muchos años al servicio de la comunidad y no han presentado mejoras durante varios años y solo se ha limitado en establecer los espacios para la comercialización de los diferentes productos, pero estos espacios están mal organizados y generan mucho desorden además que las instalaciones se encuentran en condiciones desfavorables por eso con la propuesta interiorista que se va a desarrollar mejorará las condiciones para el progreso del mercado

CAPÍTULO I

1.1 Tema

“ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN ESPACIAL Y FUNCIONAL DEL MERCADO CENTRAL DE LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTON AMBATO DE ACUERDO A LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE LOS HABITANTES DE LA ZONA.”

1.2 Planteamiento del problema

En la parroquia de Santa Rosa perteneciente al cantón Ambato se evidencia el deterioro del Mercado Central, en el que se desarrolla actividades de comercialización de productos de consumo humano, dirigido para la comunidad y para personas que vienen de otros sectores. Las actividades de comercialización de este mercado fomentan el desarrollo económico de la comunidad.

Las autoridades desean mejorar la imagen del mercado y que los comerciantes organicen de mejor manera los puestos de venta que existen actualmente. Esto se quiere lograr motivando primero a los vendedores a que sean más organizados y colaboren con la imagen del espacio, de esta manera se logrará mejorar la atención a los usuarios y se reactivará la economía de la comunidad ya que se está perdiendo porque las personas están optando por irse a otros mercados a realizar sus compras y el objetivo es motivarles a que regresen.

El proyecto a ser desarrollado propone brindar beneficios a las personas que ocupan este espacio, además se mejorara la exhibición de los productos que se venden en el mercado esto se lograra proponiendo una organización espacial que sea funcional y que se adapte a las necesidades tanto de los comerciantes como de los usuarios.

Otra problemática es que los comerciantes no respetan las normas de uso de los puestos de venta, por ejemplo, invaden otros puestos y arrojan la basura en el piso lo que genera un mal estar en los usuarios y por ende dan una pésima imagen al mercado y en si a la parroquia, a causa de esto ha provocado la pérdida de clientes.

Se analizó las problemáticas del mercado y las necesidades de los comerciantes, con lo cual se pudo realizar una propuesta para mejorar la distribución de los puestos de venta, se implementó servicios adicionales que el mercado no

contaba y que le hacía mucha falta, además de estas mejoras se propuso un cubículo de venta ya que los comerciantes no lo tienen, también se diseñó nuevos puestos de venta para las comidas preparadas y para la venta de carnes y mariscos con estas adecuaciones se espera que el mercado mejore totalmente su imagen y sobre todo la economía de los comerciantes y habitantes de la zona.

1.2.1 Contextualización

1.2.2. Árbol de problemas.

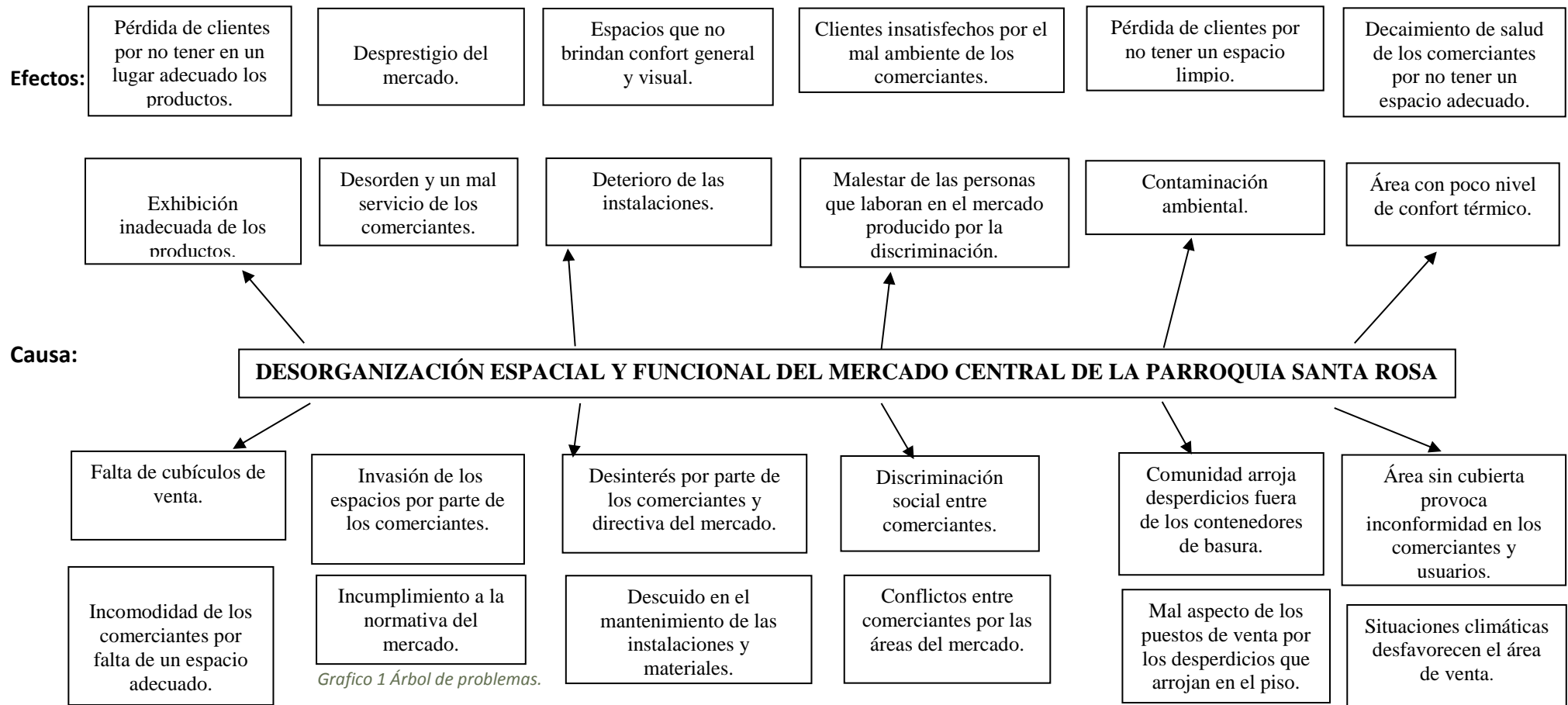


Grafico 1 Árbol de problemas.

1.2.2. Macro

En Europa hay un sin número de mercados tradicionales los cuales casi todos han mantenido su tradición, como por ejemplo en España existen varios mercados muy reconocidos como el de Cataluña al cual se lo conoce como la Boqueria ya que tiene una rica historia, este establecimiento se conoce que desde 1217 ya tenía su presencia en la ciudad pues existían varios mercantes pero su actividad lo realizaban en la calle, en 1840 aparece ya el mercado el que era un terreno donde antes fue un convento el de Sant Josep, desde ese entonces ha tenido varios cambios hasta ser el mercado que es hoy.

Otro mercado representativo es el de Santa Caterina el que se ubica en Barcelona España, este mercado aparece en 1845 se lo construye donde antes fue un convento, este espacio fue creado con el fin de abastecer a las personas que vivían en el sector y a las ciudades vecinas ya que por la posguerra vivieron momentos duros y por esta razón se evidencio la falta de alimentos por lo cual se crea este mercado. En el año 2005 se lo remodela con el fin de que sea un lugar atractivo, pero se respetó su estilo neoclásico en las fachadas.

En Europa hay una gran variedad de mercados tradicionales los cuales han pasado por varios cambios pero que son un emblema y orgullo donde se encuentran ubicados, como por ejemplo mencionare los mercados que se los considera como los más conocidos en este continente.

En Róterdam existe un mercado el markthal es muy llamativo por su estructura en forma de arco y sus colores muy vivos lo cual lo hace que sea un espacio donde acuden muchas personas nacionales y extranjeras, pero no solo acuden por su belleza sino también por la calidad de sus productos. (Roeleveld, 2015)

Otro mercado muy conocido se ubica en Budapest el Nagycsarnok este espacio se lo conoce por sus frutas y verduras además que es el mercado más antiguo de Hungría, tuvo varias restauraciones ya que en la segunda guerra mundial fue muy dañado, se lo logró restaurar ahora es un espacio muy emblemático por su estructura de metal y cristal, es un lugar muy visitado por los turistas.

Unos de los mercados más antiguos es el de Estambul donde se puede encontrar cualquier especie y frutos secos, se lo construyó en el año de 1663 su forma es de L, en aquella época este mercado distribuía sus productos a toda Europa, es uno de los mercados más visitados en mundo y esto se debe por su gran calidad de productos, olores, colores, sabores etc. pero no solo por eso sino también por su gran cultura. (Soliño, 2016.)

Los mercados a nivel mundial han marcado una gran historia donde estos espacios se encuentran ubicados, los cuales han evolucionado pero la mayoría de estos han tratado de no perder su esencia la cual es ser un lugar lleno de cultura y tradición y han llegado hacer un patrimonio del pueblo.

1.2.3. Meso

América Latina

En nuestro continente los mercados tienen mucha historia ya que desde la época incaica ya existían estos espacios los cuales eran plazas espacios abiertos donde llegaban a intercambiar sus productos esta actividad se la conocía como tianguis o trueque como lo conocemos en la actualidad, pero con el pasar del tiempo esta actividad cambio con la llegada de los españoles ellos llegaron a imponer su cultura a nuestros ancestros, uno de sus decretos fue que los comerciantes de aquella época no podían vender sus productos libremente es decir que si realizaban sus actividades comerciales fuera de la plaza serían castigados, otro impedimento es que la feria se la realizaría una vez por semana y el cambio más drástico fue que se terminó el intercambio de productos por la moneda en vez de cambiar tenían que vender. (Sheila, 2014)

Los mercados de aquella época en la mayoría han tratado de mantener su tradición y sobre su ubicación pocos han cambiado de lugar ya que donde se ubicaban eran plazas y puntos estratégicos en los se realizaban actividades cívicas y hasta esta época se realiza estas actividades, pero no todos han quedado como plazas si no se han transformado en parques.

La primera idea de plaza se puede interpretar, como: El núcleo principal de la vida urbana, en numerosos pueblos y ciudades. Un espacio ancho y espacioso dentro de un poblado, al que suelen concurrir varias calles. Unos cuantos años antes del Descubrimiento y Conquista de América, se planteaban a manera de cada arquitecto la ciudad Ideal.

Este punto de uso mixto, se volvió tan particular, que dio la oportunidad de convertirse en el lugar, para reunión de comerciantes de distintos productos, conformando de esta manera en la plaza Mayor, acciones de trueque entre productos alimenticios, vestido, muebles, animales, entre otros; conformando de esta manera, los primeros mercados ambulantes como escenario central de los pueblos y ciudades, en donde la gran mayoría de ventas, era fuera de cualquier tipo de estructura fija. (Jiménez, 2010, pág. 11)

1.2.4. Micro

Las plazas y mercados fueron fundados por los españoles para poder tener una fuente de ingreso y hacer un lugar comercial donde se ubicaba dicho espacio. Estas plazas o mercados son fundamentales para Latinoamérica y nuestro país, pero su objetivo primordial es de abastecer y comercializar productos de primera necesidad para la población.

Algo muy importante de estos lugares es que para las personas acudir a un mercado es algo tradicional algo que con el pasar del tiempo se está perdiendo en nuestro país.

En Ecuador se conoce que el primer mercado nace en Quito específicamente en la plaza San Francisco que es hoy en la actualidad, esta locación aparece en los tiempos pre-colombinos cuando el reino Quito se acento en nuestro país, según la historia de este mercado se dice que fue muy importante, esto fue antes de la llegada de los incas ya que las tribus Caranquis y Panzaleos se asentaron en Quito alrededor de una plaza mayor la que funcionaba como un gran mercado que se lo conocía como el tianguis o tiánguez a este lugar llegaban de todas partes para intercambiar sus productos, con el pasar de los tiempos y la llegada de los españoles este mercado se lo traslada a otro sector de Quito y se lo denomina mercado de Santa Clara aparte de ser el primer mercado pasa a ser el primero en tener una cubierta metálica ya que el gobierno francés dona esta estructura y así nace nuestro primer mercado de abastos en nuestro país (Robles, 2014)

Según el diario La Hora

El parque Cevallos ha sido testigo y protagonista del desarrollo histórico de Ambato desde cuando era un espacio abierto de la villa fundada por los conquistadores españoles.

En agosto de 1909, en el centenario de la libertad, se cambió el nombre de plaza San Bartolomé por plaza 10 de agosto y de la pila instalada allí brotó agua potable para servicio de la ciudadanía. En la plaza 10 de agosto se despachaba todo tipo de ganado, además productos como sal, cacao, arroz, algodón, madera, mantecas, cebos y otros artículos.

En 1940 el Concejo Municipal emprendió la habilitación y mejoramiento de las plazas Primero de Mayo, Colombia y 10 de agosto. Decidieron que las actividades de la Plaza 10 de agosto se trasladaran a la plaza Colombia en consideración de la presencia de los edificios del Colegio Nacional Bolívar y La Providencia. (Anónimo, 2006)

En Ambato hay varios mercados que se han restaurado y son los principales de la ciudad estos son el mercado Colón y el Urbina los cuales se ubican en el centro de la ciudad.

Mercado Colón

Este mercado inició sus actividades en 1970 siendo una explanada donde expendía sus productos, con el pasar del tiempo y de diferentes autoridades como de comerciantes esta explanada se fue convirtiendo en la plaza Colón, la cual tuvo modificaciones con el transcurso del tiempo hasta convertirse lo que es hoy en la actualidad en el mercado Colón el que fue inaugurado el 24 de septiembre del 2014. (Heraldo, 2014)

Mercado Urbina

Este mercado o plaza como lo fue hace muchos años atrás empezó sus actividades en el año 1920 hasta los años 70 con la venta específica de papas y frutas. Esta plaza después del terremoto acogió a los moradores que se lograron salvar de aquella tragedia.

La construcción de la cubierta se da en el año 1987 gracias a las gestiones de las autoridades de esa época, se formó un castillo con la estructura metálica y la cubierta en hierro corrugado en Eternit dando una apariencia de un parasol y así de esta manera nace el mercado Urbina pero tuvo una modificación más la cual consistió en hacer un parqueadero subterráneo, un centro de expendio con instalaciones modernas y por último la construcción de una plaza cívica todo esto se logró y se pudo mantener la forma circular, esta última restauración se la inauguro en el 14 de agosto del 2009. (Hora, 2009)

1.2.2 Análisis crítico

Un mercado o una plaza es un lugar de mucha tradición donde acuden cualquier tipo de personas, estos espacios son una fuente esencial de tradición ya que estos son muy ricos en información sobre la historia del sitio donde este se ubique. Por eso es fundamental saber sobre un mercado, además que son muy concurridos por personas nacionales a los que les llama más la atención los mercados son a los turistas porque a ellos les parece un lugar muy llamativo y esto se debe a que en este lugar ellos van a encontrar cosas nuevas.

Hoy en día existen micro mercados los cuales están tomando el lugar de los mercados tradicionales en lo que se encuentran productos frescos y no está guardados, antes la mayoría de personas en especial las mujeres madrugaban para ir de compras al mercado de su localidad y la que llegaba temprano conseguía los mejores productos como las carnes los cuales se terminaban rápidamente.

El mercado es un lugar donde se regatea donde los compradores están negociando un producto con el afán de llevarse el mejor producto a un precio que este a su alcance y los comerciantes no les queda de otra que bajar de precio para no perder a su cliente.

Los mercados deberían seguir siendo lugares abiertos para que la gente que pase por sus alrededores puede apreciar los productos que se vende y no solo eso, un mercado es lleno de vida ya que con la mezcla de productos se resalta mucho los colores de estos y eso llama mucha la atención de las personas y provoca a que acudamos a ver que se vende dentro de estos establecimientos.

1.2.3 Prognosis

Con esta investigación se pretende lograr mejorar la situación actual del mercado para llegar a una mejora se tuvo que hacer un análisis de la situación actual, en la que se pudo evidenciar muchas problemáticas sobre todo en lo social dentro de este espacio, estos problemas se dio a causa de la mala organización, mal uso de los espacios, desinterés de los comerciantes y por la apropiación ilícita de personas que no son socios del mercado, todos estos problemas fueron analizados y con este estudio que se está llevando a cabo tiene como finalidad mejorar los espacios de ventas.

El objetivo principal es que los comerciantes tengan un mejor espacio para poder realizar sus actividades y sobre todo reubicarles a los vendedores que no tiene un lugar específico para poder vender sus productos es decir que se quiere llegar a que estas personas tengan un confort al momento de realizar su trabajo, pero no solo eso es el objetivo también es que con la mejora y la organización espacial se llegue a que los comerciantes dejen de tener problemas entre ellos y que se termine la discriminación que existe entre los vendedores de ciertas zonas, una vez que se solucione estas problemáticas las condiciones del mercado cambiarán para bien y los clientes ya que se sentirán más a gusto al ir de compras y obviamente la imagen del mercado de la parroquia Santa Rosa mejorará notablemente lo cual beneficiará con la economía de los comerciantes y de los habitantes de la zona.

1.2.4 Formulación del problema

¿De qué manera influye la organización espacial y funcional del mercado central de la parroquia Santa Rosa en el desarrollo de las actividades de los comerciantes de los habitantes de la zona del cantón Ambato provincia de Tungurahua?

1.2.5 Preguntas directrices

Cuál es la importancia de mejorar el mercado de abastos para los comerciantes y moradores de la zona, además que problemáticas sociales existe dentro del mercado de abastos y como se solucionaría con el mejoramiento de la organización espacial y

funcional a este problema. Cómo se solucionaría la falta de compromiso de los comerciantes por mejorar el espacio de trabajo

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

Campo:	Arquitectura Interior.
Área:	Diseño de espacios comerciales.
Aspecto:	Parámetros de diseño arquitectónico.
Espacial:	Mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa.
Provincia:	Tungurahua.
Cantón:	Ambato.
Temporal:	Período lectivo 2017.

Unidades de observación: Se escogió como unidad de investigación al Mercado central de la parroquia Santa Rosa, debido a su mala organización espacial y funcional en el que se encuentra actualmente.

1.3 Justificación

El mercado central de la parroquia Santa Rosa en la actualidad se encuentra en un estado inadecuado para el uso de la comunidad y de las personas que usan sus instalaciones para trabajar, con un total descuido y deterioro. Al momento de ser rehabilitado se generarán espacios adecuados como cubículos aptos para el uso de las personas que venden sus productos y de esta manera tendrán un nuevo orden de espacios, con lo que podrán satisfacer las necesidades de los consumidores que acuden a este establecimiento para adquirir los productos.

La importancia del presente proyecto radica en la readecuación y rehabilitación con la mejora de diseño del espacio interior para el funcionamiento de las actividades que servirá para la comodidad de las personas de la parroquia, pues, esto ayudará a mejorar el sector productivo de la comunidad.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

ORGANIZAR EL ESPACIO Y LA FUNCION DEL MERCADO CENTRAL DE LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTON AMBATO DE ACUERDO A LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE LOS HABITANTES DE LA ZONA.

1.4.2 Objetivos específicos

- Investigar los problemas de las instalaciones actuales para identificar las posibles soluciones que ayude a mejorar la calidad de vida de las personas que laboren en el mercado.
- Analizar un nuevo sistema de funcionamiento a las actividades de compraventa y circulación que realizan los usuarios.
- Proponer un rediseño interior, basadas en las necesidades de las personas que laboran en el mercado.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes investigativos

Para la realización de la investigación de mi proyecto tomare algunos proyectos de tesis que han sido un gran aporte.

TEMA: “Diseño del espacio interior de los módulos de venta de la Asociación 9 de octubre del Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato y su incidencia en la satisfacción del cliente al momento de adquirir el producto el producto en el año 2016”,

AUTOR: Francisco Moya

LUGAR: Universidad Técnica de Ambato

AÑO: 2016

CONCLUSIONES:

Para el estudio y diseño de los módulos de venta de la Asociación “9 de Octubre” se considerará como aspecto fundamental la innovación y funcionalidad de los espacios interiores que satisfagan las necesidades tanto de comerciantes como de compradores que acuden cada fin de semana.

El diseño del módulo de venta permitirá a los socios que poseen dos o más módulos tener sus espacios amplios a través de la ubicación de mobiliario versátil que se puede acoplar a la necesidad además de implementar zonas de exhibición para el producto. (Moya, 2016, pág. 52)

De acuerdo a este trabajo de investigación hace énfasis en que se debe tener un espacio adecuado para que los comerciantes puedan realizar sus labores adecuadamente y de esta manera podrán brindar un mejor servicio a la comunidad.

TEMA: “Mercado la Ofelia”

AUTOR: Daniel Martínez

LUGAR: Pontificia Universidad Católica del Ecuador

CONCLUSIONES:

El diseño de un mercado para la ciudad de Quito, se da por la importancia que conllevan estos espacios, a través de su historia y siendo tomados como referentes turísticos en otro lugar del mundo. Siendo un punto de gran acumulación de gente y actividad para una ciudad, se convierte en un espacio de grandes necesidades.

Por lo que el proyecto arquitectónico del Mercado de La Ofelia tiene como fin solucionar las problemáticas encontradas, y generadas en el lugar de intervención por el mal uso de este espacio en la actualidad, para que a su vez este espacio funcione como un punto de referencia en la urbe. (Martínez, 2014, pág. 41)

Este proyecto menciona que los mercados son muy importantes no solo porque generan dinero sino también por su importancia cultural e histórica, ya que un espacio de estos tiene varias décadas brindando servicio a la comunidad, gracias a estos aspectos los mercados son muy tradicionales los cuales son muy visitados por turistas nacionales o extranjeros.

TEMA: “Rediseño de Mercado Ñaquito”

AUTOR: Camila Reyes

LUGAR: Universidad San Francisco de Quito

CONCLUSIONES:

A través de varios estudios y análisis tanto en el funcionamiento de espacios comerciales, como en la parte conceptual se propone una remodelación del mercado Ñaquito que brinda bienestar al usuario y al cliente de este establecimiento. En este caso, se utilizó como parámetro principal generar un vínculo muy fuerte entre el ser humano y el espacio. De esta manera se logra generar un estímulo sensorial con diferentes elementos para que todos los usuarios del mercado puedan tener su propia percepción tanto del espacio como de la experiencia de visitar este lugar. En conclusión, al fusionar los parámetros de estimulación sensorial con el funcionamiento adecuado para este establecimiento se puede demostrar que el diseño interior es aplicable e importante en cualquier tipo de espacio. (Reyes, 2015, pág. 54)

Cada espacio de trabajo debe tener un lazo con la persona que vaya hacer un uso frecuente en él, por esta razón las personas debemos tener un estímulo con los diferentes elementos que exista en nuestro alrededor para que se genere un buen ambiente de trabajo.

TEMA: “Rediseño del mercado de Chuquiribamba del Cantón y Provincia de Loja.”

AUTOR: Cristina Carrión

LUGAR: Universidad Internacional del Ecuador

CONCLUSIONES:

Los principales problemas del equipamiento son la subutilización del mismo, por la falta de uso de forma permanente, el desorden tanto dentro y fuera del mercado, debido a que no cuenta con los espacios adecuados para el correcto desarrollo de las actividades comerciales y el deterioro de sus instalaciones por la falta de mantenimiento del mismo. (Carrión, 2010, pág. 115)

La mayoría de mercados sufren de una desorganización espacial y esto debe por la falta de espacios apropiados y la falta de equipamiento lo cual ayuda que avance el desarrollo de estos espacios peor el de las los comerciantes que laboran en ellos.

Los mercados o plazas de abastos son espacios cerrados y cubiertos con estructuras metálicas, se ubican en la ciudad los principales mercados lo hacen en el centro, otros se ubican en sectores aledaños, su objetivo principal es el de abastecer a la ciudadanía con productos frescos como frutas, hortalizas, carnes, lácteos etc.

Espacios de compra y venta y de interacción con una mezcla de tradiciones y culturas, las historias de estos espacios datan D.C con las ferias persas, griegas y romanas estas ferias fueron las primeras que existieron. En Roma se crea el primer mercado cubierto con 150 puestos en que se comercializaba verduras, ganado, aceites etc. Este mercado es el Trajano el que se construyó en los años 100 y 110 por el Arq. Apolodoro hoy en la actualidad este espacio es un museo.

2.2. Fundamentación filosófica

La siguiente investigación según la revista Bitácora el espacio público es ante todo un concepto urbano, es decir que está y ha estado relacionado con la ciudad, pues es allí donde surgió. Es en la ciudad, lugar de la civilización y la cultura, aquel dispositivo topográfico y social capaz de hacer eficaz al máximo el encuentro y el intercambio entre los hombres»¹ donde aparece, puesto que es precisamente el espacio que posibilita el encuentro y el intercambio, actividades que están en el seno mismo de la definición de una colectividad, de una sociedad. Podemos deducir entonces que el espacio público, o de una manera más amplia y articulada, el espacio colectivo, es o debe ser el espacio más importante en la ciudad, puesto que allí se realiza la

actividad fundamental para la colectividad que la habita. De otra manera podríamos decir que es el espacio público el que hace la ciudad y la diferencia de una simple agrupación de casas y edificios. (Samper, 2003, pág. 13)

Hay varios espacios públicos donde las personas pasan la mayoría de su tiempo, un espacio muy común son los mercados o plazas, en estos lugares existe mucha historia donde se puede saber sobre nuestras raíces es decir los espacios públicos tienen varias décadas ahí en donde se asentaron por primera vez y vivieron mucho, como cuando los primeros habitantes que eran los Incas en nuestro continente ocupaban estos sitios para intercambiar sus productos luego llegaron los españoles los que cambiaron las tradiciones como la del trueque, por esta razón son lugares llenos de una rica historia y tradición, algunos fueron trasladados a otros lugares pero eso no importa porque su historia no se la va olvidar.

Un mercado de verdad es donde va la gente del barrio a comprar patatas y naranjas, es la plaza de toda la vida donde las materias primas están tan frescas y lozanas que te dan ganas de llevártelas todas. Y en España quedan muchos mercados de abastos de verdad, cuya visita es tan recomendable y benéfica para un viajero como la de la más excelsa de las catedrales. Además, en muchos de ellos también dan de comer, pero sin perder su esencia. (Nadal, 2015, pág. blog)

Los mercados no deberían perder su esencia el cual es un espacio donde se pueda apreciar todos los productos que nos ofrece la naturaleza, un mercado es vida tiene muchos colores, aromas etc. Los mercados son los lugares más visitados no importa la clase social todos acuden a este espacio para abastecerse de los productos que solo en este lugar se los encuentra, además que a los extranjeros les gusta visitar un mercado tradicional ya que en este lugar pueden llegar a conocer muchas cosas que jamás antes hayan visto en otros lugares.

En América especialmente en México en la época prehispánica aparece el mercado o el tianguis como se lo conocía en aquella época, estos mercados tenían como funcionalidad de abastecer y de intercambiar productos básicos además que esta práctica era un deber que tenían con los dioses. Esta práctica se la realizaba cada 5 días, pero esta tradición fue cambiada con la llegada de los españoles ellos dictaminaron que si el tianguis caía en domingo ningún indígena podía asistir a misa. También existían reglas en estos mercados las cuales eran que no podían vender fuera

del establecimiento, también creían que si vendían fuera tendrían mala suerte, estos mercados se realizaban en plazas públicas las cuales tenían muros esto servía para mantener el orden y poder controlar el ingreso de las personas. (Ortiz, 2014)

Hoy en día, tianguis es el mexicanismo utilizado para designar un mercadillo público mexicano ambulante (o no fijo) que se instala en las calles de una ciudad. Es conocido, en algunos lugares del norte, como mercado sobre ruedas. De manera no oficial se dice que el tianguis más grande del mundo se encuentra en la colonia San Felipe de Jesús, al norte de la ciudad de México. Por su enorme dimensión destaca también el tianguis El Baratillo, en Guadalajara, Jalisco. Otros de los tianguis más populares y grandes son el del barrio de Tepito del D.F, el de las vías, en la zona de La Raza, el de autopartes y cucharas de salado. (Thalía, 2012, pág. 1)

Los mercados de esta época especialmente en América Latina aún mantienen algo de aquella época y es el vender sus productos en plazas abiertas eso existe aún, pero eso está cambiando ya que este tipo de mercados están siendo cambiados a espacios cerrados y ya no son ferias libres, los están convirtiendo en centros comerciales y de esta forma pierden la esencia de un verdadero mercado. Las personas dejan de acudir a este tipo de espacios ya que a la mayoría de personas les gusta lo tradicional por esta razón se debería mantener a este tipo de espacios abiertos para que las personas desde afuera puedan apreciar los productos que hay en estos lugares y de esa forma sean atraídos por la variedad que existe en un mercado.

Los mercados en nuestro país han sido fundamentales para el desarrollo económico más para nuestra zona ya que estamos en el centro del país y por aquí pasa toda clase de productos los cuales son repartidos a las diferentes regiones de nuestra nación, pero esto no sucedería si no existiría estos establecimientos denominados mercados o plazas, donde las personas acuden para negociar y a veces para intercambiar lo que tenemos por lo que queremos. La función de un mercado es la de intercambiar productos entre varias personas o quienes desean adquirir y quien desea vender y esto se lo hace libremente esa es la función básica de los mercados.

Los mercados de abastos son edificios en su mayoría sin valor arquitectónico reconocido cuando representan nuestra cultura, nuestra evolución histórica y nuestra manera de vivir.

Hablamos de una de las construcciones públicas más “públicas”, comunes a todo el pueblo, en las que se produce el mayor intercambio entre las personas: intercambio de dinero, de alimentos, de sonrisas, de charla, de luz, de relación, de encuentro, de evolución...suelen ser edificios que guardan mucha historia...suelen ocupar antiguas plazas del mercado donde se producían todos estos intercambios, pero al aire libre y de manera insalubre o solares desamortizados. (Sheila, 2014, pág. 1)

Hoy en día en pocos países los mercados son tomados como un lugar cultural esto se ve más en Europa en este continente se toman muy en serio en mantener estos lugares en buenas condiciones tratando de que no se pierda esa esencia de lo que es un verdadero mercado.

Un sistema eficiente de mercadeo está en capacidad de fijar mejores precios para productores y de mejorar la disponibilidad de productos agrícolas para los consumidores a precios competitivos. En algunos casos, mercados nuevos o mejoras en mercados existentes en las zonas rurales pueden ayudar a superar muchos de los problemas de comercialización que se enfrentan. También menciona que los mercados deben tener gran espacio para la venta, cubiertas para proteger de las lluvias y del sol, cámaras frigoríficas etc. White (Tracey-White, 2004, pág. 14)

En la actualidad la mayoría de mercados cuentan con una cubierta, pero no con un cerramiento esto hace que aun siga viva la esencia de cómo eran los mercados de antes los cuales era una gran explanada de tierra y sin cubierta mucho menos un cerramiento, así era un verdadero mercado de abastos, hoy en día los nuevos mercados por mencionarlos así más parecen centros comerciales.

2.3. Fundamentación legal

ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGULA EL FUNCIONAMIENTO DE PLAZAS, FERIAS POPULARES, MERCADOS Y/O CENTROS COMERCIALES POPULARES MINORISTAS DEL CANTÓN AMBATO (2013).

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- La presente Ordenanza tiene por objeto regular, controlar y autorizar el uso, servicio y arrendamiento de puestos, cubículos y/o locales de las plazas, mercados y/o centros comerciales populares Municipales en el Cantón Ambato; así como ferias populares, parroquiales o cualquier manifestación comercial que utilice para este fin el espacio público.

Art. 2.- Los mercados municipales son centros de comercio de servicio público que se destinan a la venta al por menor de artículos alimenticios, servicios y otras clases de mercaderías lícitas; garantizando la inocuidad de sus productos en un ambiente idóneo como mercados saludables;

Art. 3.- Las plazas, mercados y/o centros comerciales populares, son espacios que han sido destinados, construidos, establecidos y financiados total o parcialmente por la Municipalidad en los que se concede a los comerciantes y vendedores la utilización de puestos, cubículos y/o locales para el ejercicio del comercio minorista, mediante el pago de una tarifa previamente establecida, que la municipalidad cobra como regalía para financiar los gastos de administración, operación y mantenimiento mayor de los mismos;

Art. 4.- Las plazas municipales, son espacios abiertos donde se permite la comercialización de productos y mercaderías lícitas. Su ocupación no es definitiva por parte de los adjudicatarios, por lo tanto, están sujetos a cambios y modificaciones.

Art. 5.- La Municipalidad de Ambato dispone que, para el buen funcionamiento y operación de estos centros, la administración será ejercida a través de la Dirección de Servicios Públicos, con el talento humano y presupuesto correspondiente.

CAPÍTULO II OBJETIVOS

- a. Construir cubiertas de estructura metálica o losas de hormigón, en plazas, mercados y/o centros comerciales populares, adecuados en tamaño, estructura, ubicación y distribución interna, para entender unos de los aspectos básicos del equipamiento comunitario.
- b. Ofrecer facilidades de acceso, estacionamiento, carga, descarga y seguridad para las mercaderías y quienes participan en su manejo: productores, transportistas, comerciantes y compradores.

- c. Ofrecer a los ciudadanos puestos, cubículos y/o locales acondicionados a sus necesidades, mercados saludables, higiénicos, ventilados e iluminados, para que puedan trabajar con comodidad, exhibir adecuadamente sus productos y obtener mejores ventas.
- d. Ofrecer a los compradores sitios adecuados especialmente construidos, limpios y funcionales, en donde encuentren seguridad y comodidad junto con una amplia variedad de productos de buena calidad, exhibidos en forma atractiva y a precios razonables.

INEN (2013)

4. REQUISITOS

4.1 Requisitos relativos a la infraestructura

4.1.1 Localización, diseño y construcción

4.1.1.1 El mercado debe estar alejado de fuentes de contaminación que representen riesgo para la inocuidad de los alimentos, en particular de zonas propensas a inundaciones y zonas industriales,

4.1.1.2 El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas, así como otros elementos del ambiente exterior como polvo y materias extrañas, con la finalidad de mantener las condiciones sanitarias.

4.1.1.3 La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos,

4.1.1.4 El mercado debe brindar facilidades para la higiene personal.

4.1.1.5 El diseño y la distribución del mercado debe permitir un mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura que minimice el riesgo de contaminaciones.

4.1.1.6 El diseño y construcción de la edificación debe facilitar el control de plagas y evitar el refugio de las mismas.

4.1.1.7 El mercado debe contar con una guardería para el cuidado de los hijos de los trabajadores/as de los mercados.

4.1.1.8 El mercado debe contar con un sistema de drenaje para las aguas lluvias y las aguas residuales.

4.1.2 *Área y estructuras internas*

4.1.2.1 El mercado debe ser distribuido y señalizado de manera que facilite el flujo de trabajo siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia delante. La señalización debe realizarse de acuerdo a la NTE INEN 439.

4.1.2.2 Las áreas internas del mercado deben estar divididas en zonas o giros según el nivel de higiene dependiendo de los riesgos de contaminación y de los alimentos.

4.1.2.3 Los pisos, paredes y techos deben ser contruidos de materiales impermeables, no porosos que permitan la limpieza y mantenimiento.

4.1.2.4 Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable hasta una altura mínima de 2 m.

4.1.2.5 En las áreas donde se manipulan y preparan los alimentos, las uniones entre las paredes y los pisos, deben ser cóncavas (redondeadas) para facilitar su limpieza y desinfección.

4.1.2.6 Las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, deben ser de materiales que no contengan sustancias tóxicas y deben estar diseñados para el uso previsto, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar.

4.1.2.7 Los pisos deben ser de material antideslizante y liso, resistente a los golpes, libres de roturas y grietas.

4.1.2.8 Los pisos deben tener una pendiente mínima de 2 % que permita el drenaje de efluentes líquidos provenientes de la limpieza.

4.1.2.9 Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada, ser conducidos por cañerías y estar diseñados de forma tal que se permita su

limpieza y mantenimiento. Donde sea requerido deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza.

4.1.2.10 Los techos, falsos techos e instalaciones suspendidas deben estar contruidos de manera que eviten la acumulación de suciedad, condensación, formación de mohos, desprendimiento de partículas y además faciliten su limpieza y mantenimiento.

4.1.2.11 Las ventanas y aberturas deben ser contruidas de manera que eviten la acumulación de polvo o suciedad y en caso de comunicación con el exterior estar provistas de malla contra insectos.

4.1.2.12 Las puertas deben tener una superficie lisa y no absorbente de fácil limpieza y cuando sea necesario desinfección.

4.1.2.13 Debe repararse inmediatamente toda superficie estropeada o irregular, así como cualquier rotura o desperfecto, tales como grietas, golpes u otra irregularidad, que facilitan la acumulación de restos de alimentos y suciedades.

4.1.2.14 Los pasillos no deben ser utilizados como áreas de almacenamiento.

4.1.3 Iluminación y ventilación

4.1.3.1 La iluminación puede ser natural y/o artificial, debe ser adecuada para permitir la realización de las tareas para que no comprometa la higiene de los alimentos y no alterar la visión de los colores de los alimentos que se venden.

4.1.3.2 El sistema eléctrico debe estar en buen estado y contar con un generador alterno de energía eléctrica de encendido automático de acuerdo a los requerimientos energéticos del mercado.

4.1.3.3 La ventilación puede ser natural o artificial, directa o indirecta para reducir al mínimo la contaminación de los alimentos transmitida por el aire.

4.1.4 Instalaciones sanitarias

4.1.4.1 El mercado debe contar con instalaciones sanitarias como servicios higiénicos, duchas y vestidores dotados de facilidades higiénicas, en cantidad suficiente e independiente para hombres y mujeres de acuerdo a lo detallado en el Anexo A y con accesibilidad para personas con discapacidad según la NTE INEN 2293.

4.1.4.2 Las instalaciones sanitarias deben mantenerse permanentemente limpias, ventiladas y con una provisión suficiente de agua e insumos de higiene personal (papel higiénico, jabón líquido, gel desinfectante, toallas desechables o secadores eléctricos). **INEN (INEN, 2013, pág. 7)**

2.4. Categorías fundamentales

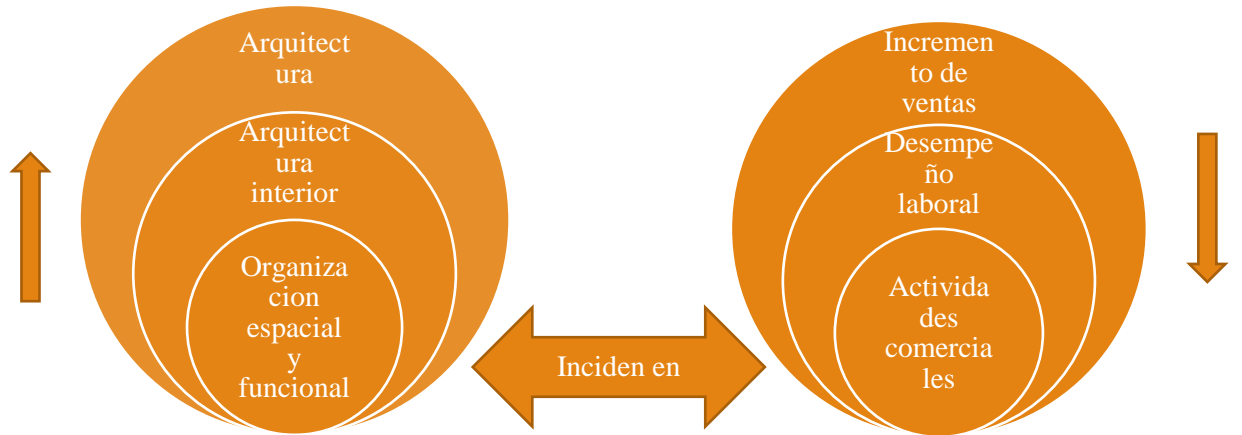


Grafico 2 Categorías fundamentales.

V. Independiente

V. Dependiente

Redes conceptuales

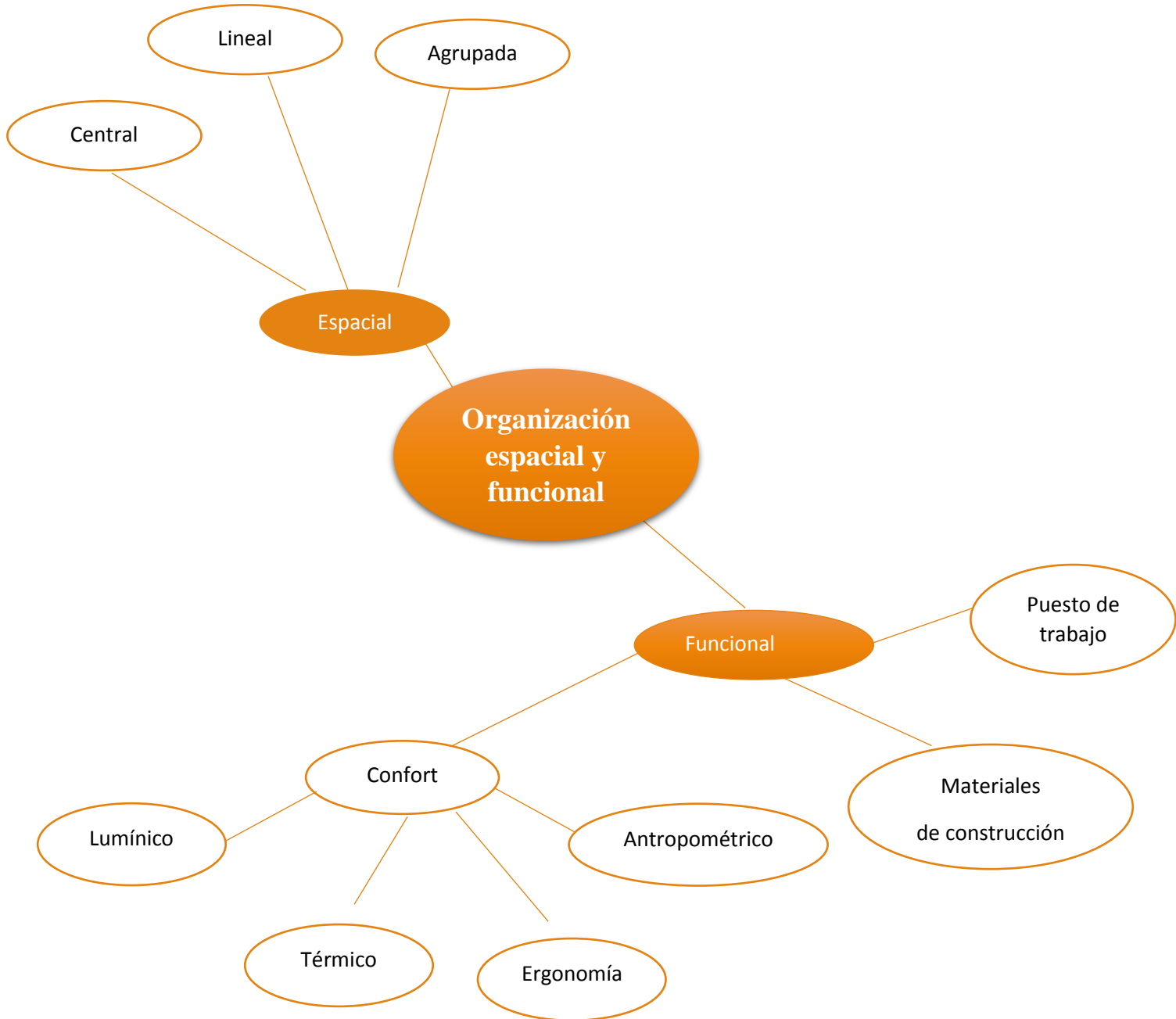


Grafico 3 Redes Conceptuales V.I.

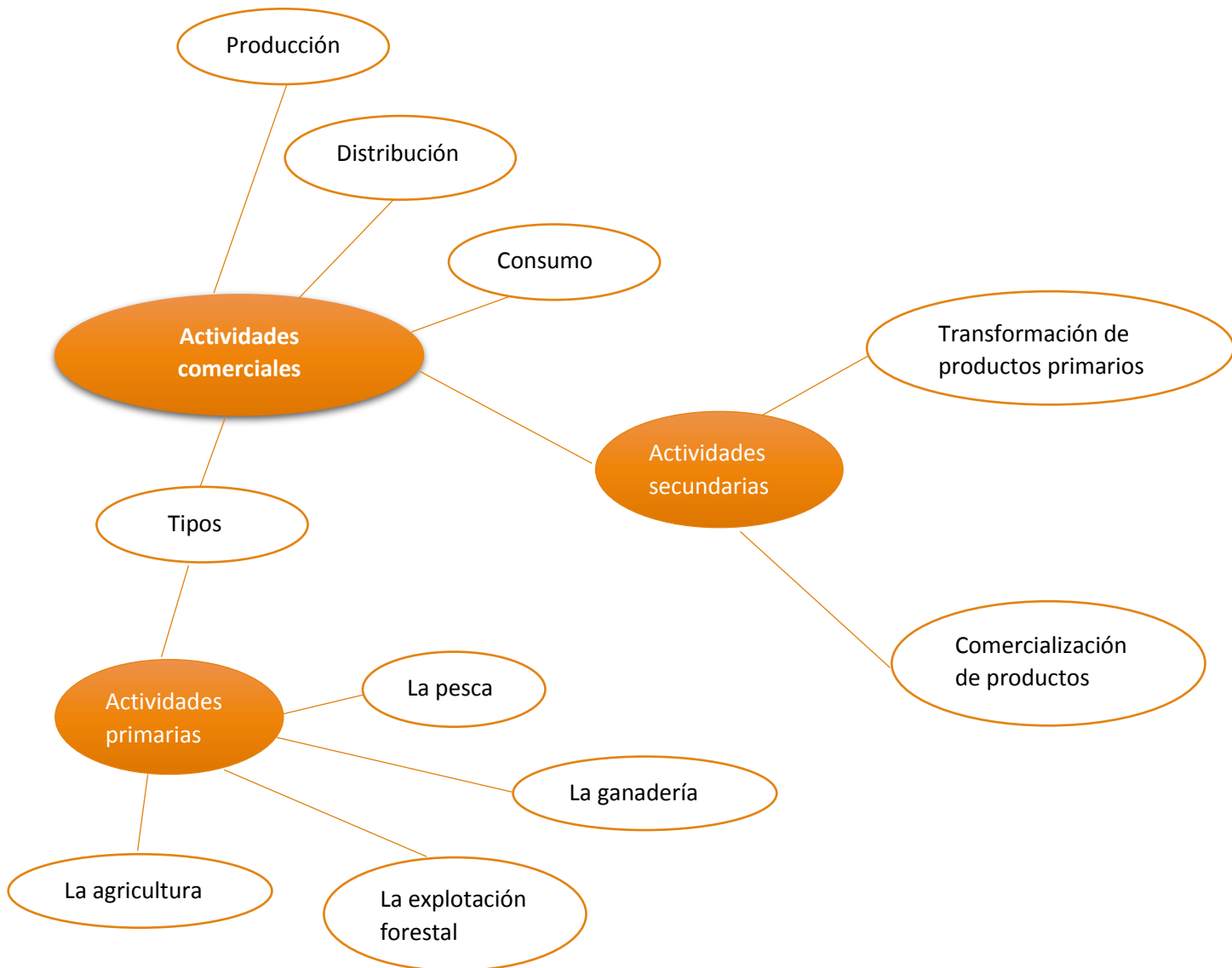


Grafico 4 Redes conceptuales V.D.

2.4.1. Organización espacial

Según (Gutierrez, 2009)

La organización espacial se puede definir como la forma en que espacios se encuentran relacionados entre sí y la forma en la que el hombre la entiende.

Los espacios deben ser totalmente funcionales de acuerdo a su forma y la relación que tengan con los demás espacios.

2.4.1.1. Tipos

2.4.1.2. Lineal

Según Gutiérrez (2009)

Esta composición consiste básicamente en una serie de elementos independientes relacionados entre sí. Aquellos espacios que sean importantes, funcional o simbólicamente dentro de esta organización, pueden ocupar cualquier lugar en la secuencia lineal y mostrar su relevancia mediante sus dimensiones y su forma.

Una organización lineal se refiere a un espacio importante el cual debe ser prácticamente funcional en dimensiones y sus formas.

2.4.1.3. Central

La arquitectura central es una estructura que se congrega dentro de un entorno el cual domina a todos los espacios secundarios (Vallina, 2014).

2.4.1.4. Agrupada

Este tipo de arquitectura se vale de la cercanía de los espacios los cuales se puede reunir junto a un campo o volumen espacial definido que sea solamente importante por su tamaño, forma, orientación y modelo (Perez, Fundamentos del diseño , 2011).

2.4.1.5. Funcional

La funcionalidad en la arquitectura es un principio básico ya que se debe diseñar en función a las necesidades del espacio, las cuales deben tener una lógica con lo exterior y lo interior es decir que exista una interacción y de esta manera se cumpla con los requerimientos que el hombre necesita para tener un lugar acorde a sus requerimientos (Herrera, 2011).

2.4.1.6. Puestos de trabajo

Es el lugar o el área que se encuentra ocupado por una persona que está dentro de una organización, empresa o entidad, en la que desarrolla varias actividades con el objetivo de satisfacer necesidades y garantizar productos y servicios (Salazar, 2012).

2.4.1.7. Materiales de construcción

El material de construcción es un elemento con más frecuencia a un producto manufacturado, el cual se lo emplea en la construcción de edificios o casas. Los materiales naturales sin procesar como la arcilla, arena, mármol, son los materiales denominados materias primas, mientras que los productos elaborados a partir de ellas son el ladrillo, cerámica, vidrio y a estos se los denomina materiales de construcción (Anónimo, 2010).

2.4.1.8. Confort

El confort es simplemente comodidad, bienestar el cual se puede obtener con el uso de un objeto físico como por ejemplo un sillón, pero también el confort depende de las condiciones climáticas de un espacio, del lugar en sí que sea un ambiente silencioso seguro etc. Todos estos factores hacen que exista un confort dentro de un espacio (Velazquez, 2016).

2.4.1.9. Confort lumínico

Se refiere a la percepción a través del sentido de la vista. Se hace notar que el confort lumínico difiere de la visual, ya que el primero se refiere de manera preponderante a los aspectos físicos, fisiológicos y psicológicos relacionados con la luz, mientras que el segundo principalmente a los aspectos psicológicos relacionados con la percepción espacial y de los objetos que rodean al individuo. (Tapia, 2014, pág. 4)

El confort debe satisfacer las necesidades de las personas en este caso un espacio bien iluminado deberá dar un confort al sentido visual, pero para tener una buena iluminación hay que saber la cantidad de luces y su ubicación, de esta manera se podrá tener un buen confort lumínico.

2.4.2.1. Confort térmico

Este confort debe brindar una sensación de satisfacción a las personas que se encuentren dentro de un espacio, pero esto depende de algunos factores uno de ellos es de mantener su interior a una temperatura de 37°C ya que tiene que disipar el calor y lo hace por medio de conducción, convección, radiación y evaporación. Pero una de las funciones primordiales de los espacios es el de proveer ambientes interiores que sean térmicamente confortables porque hay que entender las necesidades de las personas y sobre todo las corporales por esta razón el confort es indispensable para el diseño interior con lo cual podrán satisfacer necesidades de los usuarios ya sea que se use equipo mecánico o un sistema natural (Blender, 2015).

2.4.2.2. Confort acústico

El confort acústico tiene que ver mucho con el cuidado del ambiente y con el entorno de las personas, ya que tiene relación con los ruidos exteriores y esto hace que se tome varias medidas con los materiales de construcción al momento de crear un espacio y de este modo se podrá evitar ruidos o sonidos no deseados dentro de un espacio (Msagel, 2013).

2.4.2.3. Confort ergonómico

Es la complacencia del ser humano de acuerdo al nivel de educación de las instalaciones y espacios, limitaciones y necesidades de las personas (Cuberos, 2008).

2.4.2.4. Confort antropométrico

Es el método que trata con las medidas del cuerpo humano, esto se realiza para diseñar espacios de trabajo, considerando las capacidades y límites físicos del cuerpo humano (Cuberas, 2008).

2.4.2.5. Actividades comerciales

La actividad comercial es el acto de intercambiar productos entre comerciante y consumidor con lo cual el dinero es el medio de cambio, con este medio las personas pueden adquirir ciertos productos la mayoría serán de primera necesidad (Gardey, 2015).

2.4.2.6. Producción

Es el acto de fabricar, elaborar para poder obtener productos, la producción requiere un proceso complejo y de tres factores los que son tierra, capital, trabajo.

De la tierra se obtiene los recursos naturales y eso lo convierte en un factor productivo, el trabajo es la mano de obra prestada por el hombre para la creación y el capital es el derivado de los dos factores anteriores.

2.4.2.7. Distribución

Consiste en hacer llegar el producto al consumidor, pero para que esto se haga realidad el producto debe estar siempre disponible para el consumidor. La distribución tiene un proceso el cual es que el producto debe estar siempre listo y en el lugar indicado ya que siempre va a ver gente esperando por los productos (Merino, 2010).

2.4.2.8. Consumo

Quiere decir que es la capacidad que tiene una persona en consumir un producto, esta acción tiene un proceso en que el consumidor adquiere un producto basándose en sus necesidades de consumirlo. Por esta razón la empresa se dedica a producir los productos que cubran con las necesidades del consumidor (Anonimo, 2014).

2.4.2.9. Transformación de productos primarios

Los procesos Productivos son una Secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto (bienes o servicios). Esta definición “sencilla” no lo es tanto, pues de ella depende en alto grado la productividad del proceso. Generalmente existen varios caminos que se pueden tomar para producir un producto, ya sea este un bien o un servicio. Pero la selección cuidadosa de cada uno de sus pasos y la secuencia de ellos nos ayudarán a lograr los principales objetivos de producción. (Olague, 2012, pág. 2)

Para transformar un producto hay que realizar un proceso el cual deberá tener varios pasos y cada uno de ellos debe ser preciso para que el producto final tenga las garantías necesarias y sea de calidad, así de esta manera se satisfacer a al consumidor de dicho producto.

2.4.3.1. Comercialización de productos

Es el acto que se enfoca a comercializar productos, bienes o servicios, las diferentes técnicas de comercialización proceden de manera eficiente para introducir los productos en el sistema de distribución. Por lo que comercializar es el suceso de planear y ordenar varias actividades necesarias que permita poner en un lugar indicado y en momento preciso una mercancía o un servicio logrando que los clientes conozcan lo que consumen (Bello, 2007).

2.4.3.2. La agricultura

Esta actividad que se ocupa del cultivo de la tierra, de la recolección de los frutos, explotación de bosques, cría y desarrollo de todo tipo de ganado. Esta actividad es del sector primario siendo unos de los recursos más importantes del hombre para

poder subsistir, los productos agrícolas se los consume de la siguiente manera una porción es consumida directamente y otra parte es proporcionada para el sector industrial la cual procesara el producto y se obtendrán alimentos, materiales y químicos (Villazana, 2014).

2.4.3.3. La ganadería

Es la actividad que se encarga de cuidar y criar animales domésticos con el fin de usarlos en varias actividades, especialmente es para la agricultura, obtención de productos como carne, huevos, pieles etc. La ganadería abarca algunas disciplinas como la agricultura la cual se difunde por todo el planeta y la mayoría de personas se dedica a esta actividad y todo a que se dedique a la cría y cuidado de animales que sean domésticos, la mayoría de personas piensan que la ganadería es una actividad económica con fines productivos (Padial, 2015).

2.4.3.4. La pesca

Es el acto de sacar peces y otros animales del agua, esta actividad es una de las más antiguas que el hombre ha practicado con el fin de abastecerse de alimentos, hoy en día la pesca es una de las actividades económicas del mundo.

Existen dos tipos de pesca como la industrial es la que se realiza con el fin de obtener grandes cantidades de mariscos, y la pesca artesanal es que usa métodos tradicionales, sin usar la tecnología este tipo de pesca es destinada para el autoconsumo en su mayor parte, pero también se la puede comercializar (Pérez, 2009).

2.4.3.5. La explotación forestal

Esta actividad lamentablemente se ha extendido por todo nuestro planeta la cual su función es la de obtener recursos como la madera, frutos entre otros. Esta actividad ha estado dañando a nuestro ecosistema por la manera que se la ejecuta, es decir que la explotación forestal se la realiza de manera descontrolada y no preserva los recursos lo cual en futuro lo estaremos lamentando porque nuestro ecosistema ya no podrá brindarnos los recursos necesarios para nuestro bienestar (Ucha, 2017).

2.5. Señalamiento de variables

Variable independiente

Organización espacial y funcional

Variable dependiente

Actividades comerciales

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque investigativo

3.1.1. Cualitativo

El enfoque cualitativo nos permite a usar técnicas que ayuden analizar todos los resultados que se obtengan durante la investigación esto se lo obtendrá mediante encuestas, todo esto se lo realiza con el fin de analizar el espacio y que ayude al bienestar de los comerciantes y usuarios.

3.1.1.1. Cuantitativo

Este método enfatiza en el análisis de datos medibles, confirmando en la medición numérica, con datos previamente obtenidos y la utilización de elementos estadísticos con los cuales se llegará a establecer patrones sobre el espacio a estudiar.

3.1.2. Modalidad básica de la investigación

Se realizar la investigación de este proyecto se basará en las siguientes modalidades.

3.1.2.1. Investigación bibliográfica

La siguiente investigación se basó en artículos publicados por diferentes revistas de arquitectura y artículos científicos, tesis de grado, libros entre otros documentos que han aportado con información valiosa para la realización de esta investigación.

3.2. Investigación de campo

Este modelo de investigación se basa en la obtención de datos del sector, permitiendo que al momento de investigar la información sea real y esta información se la obtiene mediante encuesta y entrevistas todo esto se lo realiza con el fin de ayudar a los comerciantes y usuarios del mercado.

3.3. Nivel o tipo de investigación

Los tipos de investigación para el proyecto son:

3.3.1. Exploratoria

Este método se lo aplica cuando no se conoce acerca del problema o se conoce muy poco, los resultados de este método ayudan a tener una mejor visión de lo que se está investigando ya que si se aplica esta metodología permitirá encontrar información suficiente y necesaria para realizar un análisis profundo y de esta manera podremos encontrar soluciones a los problemas que se presenten en la investigación.

3.3.2. Descriptiva

Este método consiste en ver los detalles con profundidad de un objeto, un grupo objetivo para poder analizar sus problemas, pero hay que analizarlos a detalle para que la solución que presentemos sea la adecuada para poder remediar el problema que se está estudiando.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población para la presente investigación se realizará a todos los comerciantes del mercado de Santa Rosa que son los interesados de elaborar el proyecto.

3.4.2. Muestra

Al encontrarnos con un universo de estudio pequeño, los instrumentos de investigación se aplicó a toda la población involucrada.

3.5. Operacionalización de variables

3.5.1. Variable independiente

Tabla 1.

Variable independiente

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Organización espacial y funcional</p> <p>La organización espacial se puede definir como la forma en que espacios se encuentran relacionados entre sí y la forma en la que el hombre la entiende</p>	-Espacial	<p>Central</p> <p>Lineal</p> <p>Agrupada</p>	<p>1. ¿Piensa usted que los espacios designados para la venta de los productos se encuentran debidamente ordenados?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	Encuesta
	-Funcional	Puesto de trabajo	<p>2. ¿Cree usted que al momento de cambiar la distribución de los puestos de venta mejorara la organización del mercado?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	
		Materiales de construcción	<p>3. ¿Piensa usted que los materiales existentes del mercado brindan las condiciones adecuadas para mantener los productos frescos?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	
	-Confort	Ergonómico	<p>4. ¿Cree usted que es necesario mejorar el espacio de trabajo para que los comerciantes puedan brindar un mejor servicio?</p>	Encuesta

			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
	-Confort	Antropométrico	5. ¿Cree usted que es necesario mejorar las circulaciones del mercado y así poder tener un mejor desenvolvimiento? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
		Térmico	6. ¿Piensa usted que es importante mejorar el acondicionamiento térmico del mercado para optimizar las condiciones de vida de los comerciantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
		Lumínico	7. ¿Cree usted que la iluminación brinda las condiciones adecuadas para poder brindar un buen servicio? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	

3.5.2. Variable dependiente:

Tabla 2.

Variable dependiente

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Actividades comerciales	Actividades primarias	Pesca Agricultura Ganadería	8. ¿Piensa usted que los productos orgánicos que se venden en este mercado necesitan un espacio adecuado de refrigeración para mantenerlos frescos? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Encuesta
	Actividades secundarias	Transformación de productos primarios	9. ¿Cree usted que es necesario mejorar la calidad de los espacios de alimentación para poder brindar alimentos de calidad? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
		Comercialización de productos	10. ¿Considera usted que con la remodelación del mercado la venta de los productos mejora? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	

3.6. Técnicas de recolección de datos

Esta técnica examina estrategias metodológicas solicitadas por objetivos e hipótesis de la investigación, esto se debe de acuerdo al enfoque que se escogió, para lo cual hay que responder las siguientes preguntas:

Tabla 3:

Técnicas de recolección

a) ¿Para qué?	Determinar espacios adecuados para la comercialización de productos del mercado de la parroquia Santa Rosa
b) ¿De qué personas u objetos?	Para los comerciantes del mercado de Santa Rosa.
c) ¿Sobre qué aspectos?	Espacios interiores y cubículos de venta para los comerciantes del mercado.
d) ¿Quién o quiénes?	Investigador, Darío Ulpo
e) ¿A quiénes?	Comerciantes del mercado de Santa Rosa
f) ¿Cuándo?	El desarrollo del trabajo de campo se realizó durante el primer semestre del 2017
g) ¿Dónde?	Mercada de la parroquia Santa Rosa, provincia de Tungurahua, Cantón Ambato.
h) ¿Cuántas veces?	Se aplicará solo una vez mediante encuestas reales, por tratarse de una investigación de carácter transaccional.
i) ¿Cómo?	Encuestas
j) ¿Con qué instrumentos?	Cuestionario estructurado

3.6.1. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Una vez aplicadas las encuestas a los comerciantes del mercado de la parroquia Santa Rosa se procedió a realizar una tabulación y proceso de la información, para obtener información relevante de forma clara y concisa.

3.7. Plan de recolección de la información

Este proceso de recolección de información se llevará a cabo con la aplicación de una guía de observación y encuestas personales.

Se continuará con una guía de ítems de selección sencilla, considerando las respuestas positivas y negativas, las cuales se aplicarán a todos los comerciantes del mercado de la parroquia Santa Rosa.

1. **Metodología:** Observación
2. **Tipo de observación:** Grupal y personal
3. **Lugar de aplicación:** Mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa

3.8. Plan de procesamiento de la información

El proceso de recolección de la información se aplicará:

1. Revisión crítica sobre la información recogida.
2. Codificación de las respuestas.
3. Tabulación de las respuestas.
4. Presentación gráfica de las tabulaciones.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis del aspecto cuantitativo

4.2. Interpretación de resultados

La encuesta va dirigida a los comerciantes del mercado Santa Rosa del cantón Ambato.

1 ¿Piensa usted que los espacios designados para la venta de los productos se encuentran debidamente ordenados?

SI NO

Tabla 4

Espacios designados para la venta.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	14%
No	65	86%

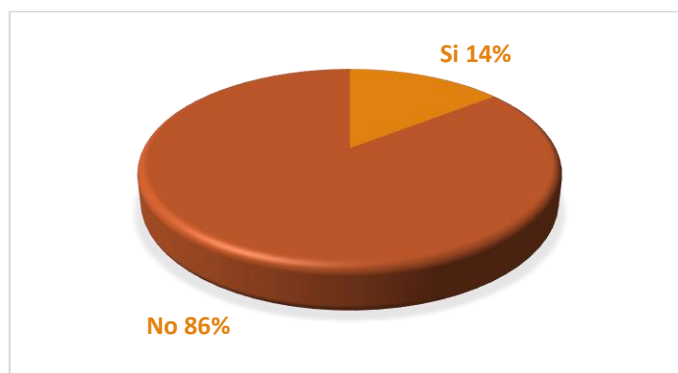


Gráfico 5 Espacios designados para la venta.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato indica que un 14 % expresa que los espacios de venta se encuentran debidamente ordenados y el 86% indica que no existe un orden de los diferentes espacios que existen en el mercado.

2 ¿Cree usted que al momento de cambiar la distribución de los puestos de venta mejorará la organización del mercado?

SI NO

Tabla 5

Cambiar la distribución de puestos de venta.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	59%
No	31	41%

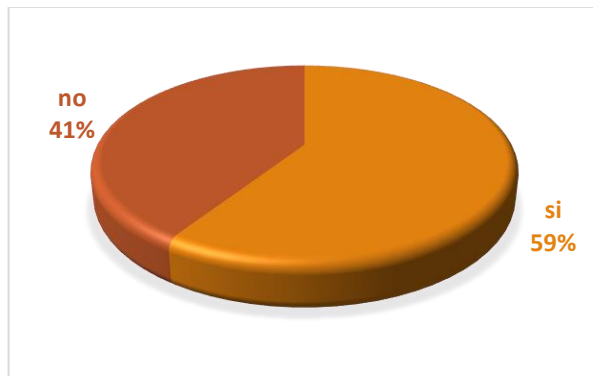


Gráfico 6 Cambiar la distribución de puestos de venta.

Análisis e interpretación

Según el gráfico que se muestra previamente el 59% dice que si mejorara la organización y el 41% dice no que seguirá igual.

3 ¿Piensa usted que los materiales existentes del mercado en los sectores como lavanderías y mesones de comidas brindan las condiciones adecuadas para mantener los productos frescos?

SI NO

Tabla 6

Material es existentes.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	13%
No	66	87%

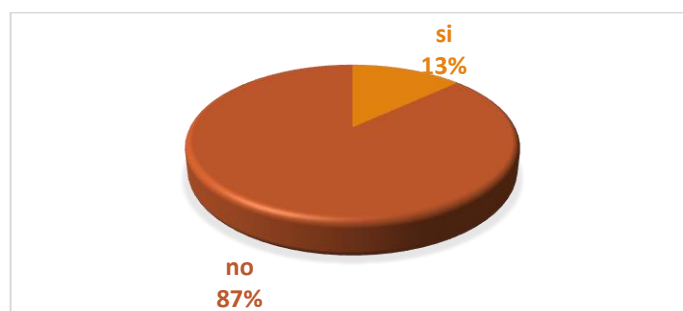


Grafico 7 Material es existentes.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 13 % dice que los materiales existentes si se encuentran en óptimas condiciones y el 87% piensa que no brindan las condiciones necesarias.

4 ¿Cree usted que es necesario mejorar el espacio de trabajo para que los comerciantes puedan brindar un mejor servicio?

SI NO

Tabla 7

Mejorar espacios de trabajo.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	100%
No	0	0%

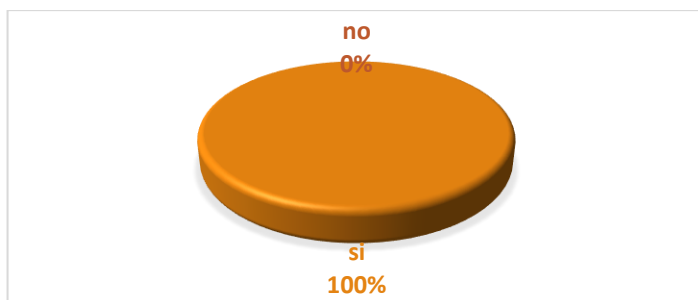


Grafico 8 Mejorar espacios de trabajo.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 100 % está de acuerdo en que se mejore los espacios de trabajo porque de esta manera podrán brindar un buen servicio a sus clientes.

5 ¿Cree usted que es necesario mejorar las circulaciones del mercado y así poder tener un mejor desenvolvimiento?

SI NO

Tabla 8 Mejorar

circulaciones del mercado.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	91%
No	7	9 %

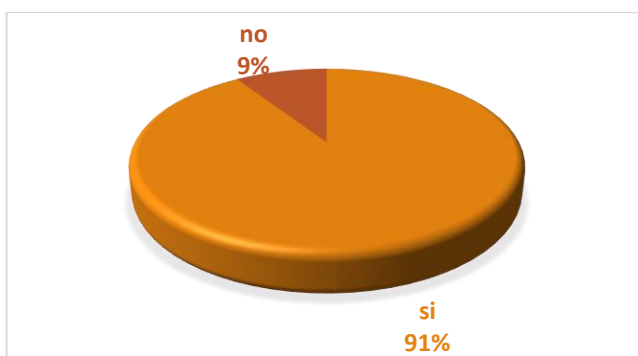


Grafico 9 Mejorar circulaciones del mercado.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 91 % está de acuerdo en que se mejore las circulaciones del establecimiento para poder tener un mejor desenvolvimiento y 9% no está de acuerdo mencionan que seguirá igual.

6 ¿Considera que se debería implementar un análisis previo a la construcción de los espacios de venta para evitar ambientes fríos?

SI NO

tabla 9 Análisis previo a la construcción.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	71%
No	22	29%

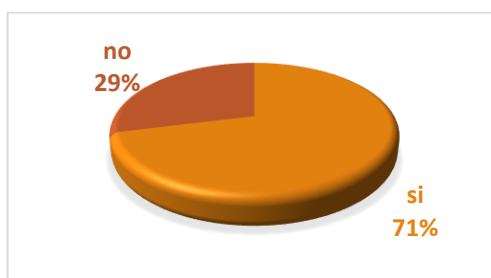


Grafico 10 Análisis previo a la construcción.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 71 % está de acuerdo en que se realice un previo análisis a las construcciones de los puestos de venta y el 29% menciona que no es necesario realizar este análisis.

7 ¿Cree usted que la iluminación artificial brinda las condiciones adecuadas para poder brindar un buen servicio?

SI NO

Tabla 10

Iluminación artificial.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	25 %
No	57	75 %

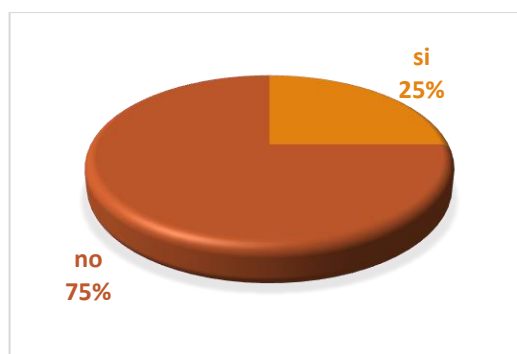


Gráfico 11 Iluminación artificial.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 75 % menciona que la iluminación artificial no brinda las condiciones adecuadas y el 19% dice que la iluminación artificial está bien.

8 ¿Piensa usted que los productos como carnes y mariscos que se venden en este mercado necesitan un espacio adecuado de refrigeración para mantenerlos frescos?

SI NO

Tabla 11

Falta de espacios de refrigeración.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	100 %
No	0	0%

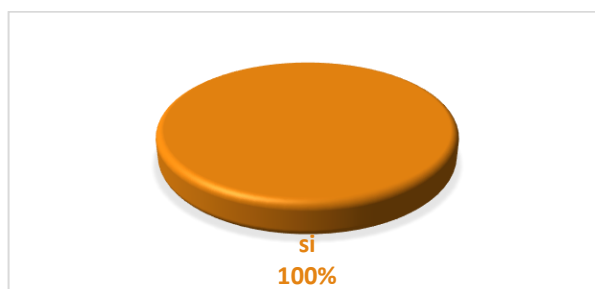


Grafico 12 Falta de espacios de refrigeración.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 100 % está de acuerdo que se debería implementar lugares de refrigeración para mantener los productos en buenas condiciones para el consumo humano

9 ¿Cree usted que es necesario mejorar la calidad de los espacios de alimentación para poder brindar alimentos de calidad?

SI NO

Tabla 12

Mejorar espacios de alimentos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	96 %
No	4	4%

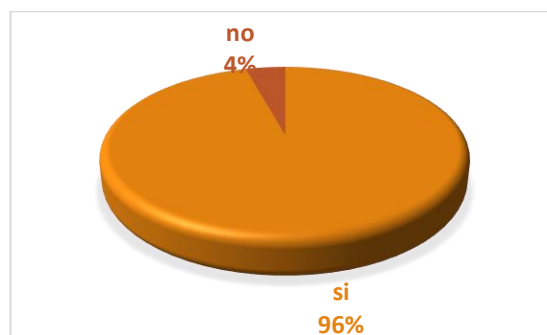


Grafico 13 Mejorar espacios de alimentos.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 96% considera que si se debería mejorar los espacios de alimentación y el 4% piensa que están bien así.

10 ¿Considera usted que con la remodelación del mercado la venta de los productos mejora?

SI NO

Tabla 13

Remodelación del mercado.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	%
No	17	%

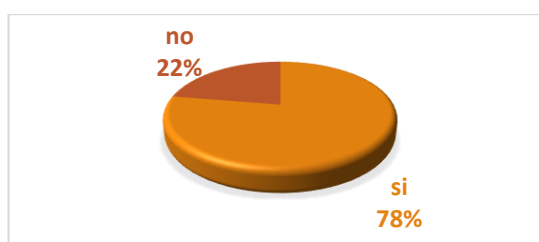


Gráfico 14 Remodelación del mercado.

Análisis e interpretación

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado de abastos de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato muestra que un 78% piensa que las ventas mejorarán con la remodelación y el 22% dice que se las ventas se mantendrán igual.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En este mercado existen varios problemas de los cuales los comerciantes se quejan mucho debido a que no se existe un buen espacio para realizar sus actividades esto sucede porque no existe una buena organización de los puestos de venta lo que provoca mucho desorden y la gente se siente a gusto al momento de vender y comprar los productos, también hace falta cubículos para realizar sus ventas ya que solo tienen un espacio pintado en el suelo y no tienen como ubicar de una manera adecuada sus productos.

Otro problema es el deterioro del mercado en si, como por ejemplo los lavaderos no se encuentran en óptimas condiciones, también las instalaciones de los puestos de comidas se encuentran deterioradas y necesitan una restauración inmediata para que los alimentos sean de calidad y que los clientes queden satisfechos.

5.2. Recomendaciones

- Que los comerciantes pongan de parte manteniendo su sitio de trabajo ordenado para que puedan exhibir sus productos de mejor manera.
- Que las autoridades también se preocupen y den un mantenimiento constante a las instalaciones esto evitara un deterioro.
- Que se respete los puestos de venta y no se invada para que de esta manera exista un orden y así no crear una mala imagen y desorden en el mercado.

CAPÍTULO VI

6.PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta

“ORGANIZACIÓN ESPACIAL Y FUNCIONAL DEL MERCADO CENTRAL DE LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTON AMBATO DE ACUERDO A LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE LOS HABITANTES DE LA ZONA.”

6.2. Datos informativos

Establecimiento: Mercado Nuestra señora de la elevación

Beneficiarios: Comerciantes, Usuarios

Ubicación: Cantón Ambato parroquia Santa Rosa

Equipo responsable: Autoridades

Investigador: Darío Ulpo

6.3. Antecedentes de la propuesta

La presente investigación que se realizó para el desarrollo de la nueva propuesta del proyecto es importante ya que se basó en las necesidades de los usuarios (comerciante y cliente). También se analizó los diferentes tipos de organización espacial que deben tener los mercados, esta información fue útil para poder mejorar la funcionalidad de este espacio.

Principales elementos espaciales del mercado.,

Zona de alimentos

En esta zona es donde se comercializarán los productos como, granos, productos perecederos, productos lácteos, carnes, comida preparada, abarrotes. (García, 2001)

Zona de carga y descarga

Debe estar junto del área de almacenamiento y no debe de interrumpir con las actividades de compra y venta que se realiza en las instalaciones del mercado. (García, 2001)

Zona administrativa

El mercado debe de contar con oficinas para el control de las diferentes actividades que se desarrollan dentro de este espacio.

Zona de servicios sanitarios

Esta zona debe ser ubicada en un área que no sea muy visible, se la puede poner cortinas naturales como arbustos, además que debe estar cerca de las tomas de agua potable y cerca de las áreas de trabajo y su ubicación no debe interferir en el funcionamiento del mercado. (García, 2001)

Zona de recolección de desecho solidos

Debe ubicarse en la zona de servicio del mercado, en un lugar donde no interfiera la actividad comercial. Debe tenerse mucho cuidado con este espacio ya que, si no existe un manejo apropiado de la basura, este lugar se convertirá en un peligroso foco de infección, criadero de moscas y roedores y toda clase de vectores o transmisores de enfermedades. Debe permitirse la entrada de un vehículo tipo tractor con su remolque a esta área, para recoger la basura y transportarla a l vertedero municipal. (García, 2001, pág. 22)

Esta zona debe ser ubicada estratégicamente donde no interfiera con las labores de los comerciantes además que sea fácil de recoger los desperdicios permitiendo que el vehículo que recoge la basura pueda ingresar con facilidad y lo principal que este lugar no provoque enfermedades.

Recomendaciones constructivas generales para diseño de mercados

El piso debe ser lo más plano posible para evitar accidentes, en el caso de cambios de niveles es preferible construir una rampa, para evitar caídas y permitir el paso de sillas de ruedas y otras carretillas de mano.

La superficie del piso del mercado debe recibir un mantenimiento adecuado, con el propósito de evitar la creación de charcas, impedir que los ladrillos se suelten, que se concentre ba31 sura, que las tuberías queden descubiertas, entre otras actividades, que permitan facilitar la libre circulación. De preferencia, los pisos del mercado deberán tener cualidades antiderrapantes. (García, 2001, pág. 21)

Con las varias investigaciones que se ha realizado para el proyecto hay que tener muy en cuenta un punto el cual es el piso, este debe ser de materiales resistentes ya que será muy transitado y antideslizante para evitar accidentes además que deberá tener un mantenimiento constante para que el piso no se deteriore rápido, otro aspecto importante es que debe ser plano esto facilitará para la circulación en especial para personas con capacidades especiales.

ORGANIZACIONES RADIALES.

Una organización radial combina elementos de las organizaciones lineal y centralizada. Consiste en un espacio central del que parten radialmente varias organizaciones lineales. Mientras que una organización centralizada es un sistema introvertido, dirigido al interior de su espacio central, una radial es un esquema extrovertido que se escapa de su contexto. Mediante sus brazos lineales puede extenderse y acoplarse a elementos o peculiaridades del emplazamiento. (Leal, 2013, pág. 3)

Para el proyecto se tomó en cuenta los tipos de organizaciones una de ellas la organización radial la cual es importante para realización de un elemento importante dentro de este trabajo de investigación, este tipo de organización se basa en tener un elemento central del cual partirán en forma radial varios elementos lineales y así formar un emplazamiento.

ORGANIZACIONES LINEALES.

Una organización lineal consiste esencialmente en una serie de espacios. Estos espacios pueden estar interrelacionados directamente, o bien estar enlazados por otro espacio lineal independiente y distinto.

Una organización lineal suele estar compuesta por unos espacios lineales repetidos que son similares en tamaño, forma y función. También puede consistir en un espacio lineal que a lo largo de su longitud distribuye un conjunto de espacios de diferente tamaño, forma o función. (Leal, 2013, pág. 3)

Una organización lineal consiste en la interrelación directa o el enlace independiente de espacios además que son similares en forma, tamaño y obviamente en función.

El mercado de la parroquia Santa Rosa ya lleva varios años al servicio de la comunidad, antes simplemente era una plaza sin cubierta, piso de tierra lo cual afectaba mucho a los comerciantes y clientes ya que por los fuertes vientos provocaba que el polvo se levantara mucho o cuando llovía se llenaba de lodo y esto perjudicaba a las ventas y a la salud de las personas. Desde que el mercado empezó a funcionar tuvo que pasar más de una década exactamente 15 años para que se mejore las condiciones del mercado, sus mejoras fueron que se colocó una cubierta y se pavimento el piso esto provocó a que las ventas mejoren notablemente y no solo eso sino también la calidad de vida de los comerciantes.

En la actualidad el mercado NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACION necesita de una renovación no fue suficiente una cubierta y un piso de pavimento, con estas modificaciones no se terminaron los problemas los cuales son la mala organización espacial de los puestos de ventas, falta de cubículos, un contenedor de basura más amplio y que este ubicado en un sitio que no afecte con la imagen del mercado, restaurar el piso ya que existe varias grietas, con todos estos problemas que han sido constatados por los mismos comerciantes se ha propuesto mejorar las condiciones, organización espacial y funcional del mercado.

6.5. Justificación

La parroquia de Santa Rosa es una de las principales del cantón Ambato, su mercado es uno de los más visitados, por lo cual los comerciantes han manifestado su inconformidad por la mala imagen que tiene este espacio ya que sus instalaciones están deterioradas, hay mucha desorganización de algunos vendedores, no se respeta los puestos establecidos varios comerciantes invaden otros espacios para colocar sus productos de una manera desorganizada, después de las ventas no colocan la basura en su lugar dejan toda la plaza llena de desperdicios, no existe un lugar adecuado para refrigerar las carnes y mariscos para que estos se mantengan frescos, todos estos aspectos han provocado el desprestigio de este mercado y la pérdida de clientes. Con todos estos aspectos se hizo un análisis para llegar a una propuesta que cumpla con las

necesidades de los comerciantes, clientes y habitantes de la zona, con esta propuesta planteada se espera que todos los aspectos antes mencionados cambien para mejorar la imagen del mercado y no solo eso sino también la calidad de vida de las personas que laboran en este espacio, con este objetivo planteado la propuesta es mejorar la organización espacial y funcional del mercado.

6.6. Objetivo

6.6.1. General

ORGANIZAR EL ESPACIO Y LA FUNCIÓN DEL MERCADO CENTRAL DE LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTÓN AMBATO DE ACUERDO A LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE LOS HABITANTES DE LA ZONA.

6.6.2. Objetivos específicos

- Investigar las necesidades de los comerciantes y habitantes de la zona para mejorar la funcionalidad del mercado.
- Analizar el estado actual del mercado para poder mejorar su funcionamiento y poder brindar un mejor servicio a la comunidad.
- Proponer un rediseño interior, para poder mejorar la actividad comercial y la calidad de vida de los comerciantes.

6.7. Fundamentación

6.7.1. Memoria técnica

Este proyecto que se realizará va dirigido para los comerciantes, clientes y habitantes de la zona, con la finalidad de crear espacios confortables. La propuesta consta de reorganizar los puestos de venta que se encuentran en el interior del mercado NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACION ubicado en la parroquia Santa Rosa vía a Guaranda al sur de la ciudad de Ambato, en la provincia de Tungurahua.

El proyecto se realizará con el fin de intervenir en la parte interior del mercado y en la plaza de papas la cual este sector no cuenta con una cubierta, esto ha provocado serios problemas por parte de los comerciantes que se encuentran en esta zona, ya que

se sienten aislados y que no se le toma en cuenta, con este proyecto se unificará todos los negocios y así todos los comerciantes podrán socializar.

6.7.1.1. Estado actual

El mercado de la parroquia Santa Rosa (NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACION) actualmente se encuentra descuidado es decir no brinda las condiciones necesarias para los comerciantes y clientes, este descuido se debe a que las autoridades no han puesto interés en mejorar la calidad de este espacio y también los comerciantes no ayudan a mantenerlo limpio y organizado, el descuido es de las dos partes.

Actualmente existe un deterioro de los materiales existentes de este espacio por ejemplo los mesones de hormigón que son utilizados para la venta de comida caliente se encuentran en pésimas condiciones tienen varias grietas donde se queda el polvo y es difícil limpiar, otro lugar en malas condiciones es el piso del mercado es muy notorio que ya necesita ser restaurado ya que hay muchos agujeros y esto podría provocar accidentes a los peatones. Otro problema es la basura que generan las ventas, los vendedores no ubican los desperdicios en su lugar y esto ocasiona que el mercado sea mal visto, a pesar que existe un basurero este no abastece con tanta basura es muy pequeño y mal ubicado ya que se encuentra en la parte frontal y en plena vereda lo cual tapa el paso y genera malos olores.

El mercado tiene varios locales pequeños pero la mayoría son abandonados y de esto se aprovechan los vendedores y los usan, pero de una manera inadecuada, y los locales que son utilizados tienen muchos daños sus paredes están agrietadas, manchadas, esto da una mala imagen a las personas que van a comprar y perjudican al vendedor ya que ven las malas condiciones del local y ya no van a querer volver a comprar. Existe un lavadero el cual está en pésimas condiciones las tuberías se las puede ver como se salen de la pared, las cerámicas se están desprendiendo, el piso está lleno de lodo esto se debe por la fuga de agua que existe es decir es un lugar insalubre.

6.7.1.2. Análisis del contexto

La parroquia Santa Rosa se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Ambato aproximadamente a unos 8Km. pasando por Huachi Chico y siguiendo por la panamericana vía a Guaranda. Sus coordenadas 1,2795 N y 78,6643 E.

El sector es una zona agrícola es prácticamente su principal ingreso económico, aparte de la agricultura este sector se dedica a la artesanía como la confección de calzado, la carpintería y algo que es muy tradicional en esta parroquia que ya lleva más de 100 años es el pan esto es un punto muy favorable para esta parroquia porque este producto es muy conocido y apetecido por personas ajenas a este sector.

Santa Rosa es una de las parroquias más importantes del cantón Ambato, con un sin número de necesidades generadas por el crecimiento de la población, el mercado de abastos donde se va a intervenir se encuentra en el centro de la parroquia rodeada de varios negocios y edificaciones pequeñas, el resto del sector prácticamente es una zona agrícola. A pocos metros del mercado Nuestra Señora de la Elevación se encuentra la iglesia y el parque además que por al lado de estos espacios esta la vía principal García Moreno.

6.7.1.3. Análisis de usuario

Los comerciantes son los usuarios principales del mercado los cuales la mayoría son habitantes de la zona, también hay un grupo que son de lugares aledaños como Pilahuin y Chibuleo, el grupo objetivo que trabaja en el mercado es joven ya que se encuentra entre los 10 a 39 años de edad que es el 66 % y el resto es de 40 a 64 años esta es la población activa.

La mayoría de personas y que son comerciantes del mercado se dedica a la agricultura y ganadería que es el recurso más alto que tiene esta parroquia para subsistir, pero en estos últimos 7 años la mayoría de personas están dejando estas actividades para dedicarse al comercio, también trabajan para empresas privadas que existen en los alrededores de la parroquia, otro grupo se dedica a la construcción es decir que son albañiles y por último un grupo mínimo se dedica a diversas actividades como a la confección de calzado.

En los últimos años la economía de la parroquia ha crecido esto se debe al desarrollo comercial ya que en centro de la parroquia aumentado varios negocios, y esto está dando mucho empleo a los habitantes de la zona, también se están realizando muchos proyectos de construcción lo cual está haciendo crecer a la parroquia y obviamente va aumentar la población.

6.7.1.4. Análisis de normativas

Las normativas deben ser uno de los puntos importantes para que un espacio funcione de una manera adecuada en este caso el mercado central de la parroquia Santa Rosa.

Según el Art. 1.- (2013)

La presente Ordenanza tiene por objeto regular, controlar y autorizar el uso, servicio y arrendamiento de puestos, cubículos y/o locales de las plazas, mercados y/o centros comerciales populares Municipales en el Cantón Ambato; así como ferias populares, parroquiales o cualquier manifestación comercial que utilice para este fin el espacio público.

Esta ordenanza menciona que toda persona que quiera laborar en el mercado debe arrendar un puesto, en este mercado hay una problemática ya que hay personas que ocupan un espacio para su venta sin pagar un impuesto y esto provoca conflictos con los comerciantes que pagan su arriendo, además de no pagar hacen de mal uso y provocan un desorden es decir tapan el paso, arrojan sus desperdicios en el piso etc.

Según el Art. 3.- (2013)

Las plazas, mercados y/o centros comerciales populares, son espacios que han sido destinados, construidos, establecidos y financiados total o parcialmente por la Municipalidad en los que se concede a los comerciantes y vendedores la utilización de puestos, cubículos y/o locales para el ejercicio del comercio minorista, mediante el pago de una tarifa previamente establecida, que la municipalidad cobra como regalía para financiar los gastos de administración, operación y mantenimiento mayor de los mismos;

Esta normativa hace referencia a que todos los mercados deben tener un cubículo o un puesto para que los comerciantes puedan ejercer sus labores adecuadamente, pero en este mercado no existe cubículos y los vendedores deben armar con tablas y cajas sus puestos lo cual para ellos es incómodo y no da una buena imagen, por esta razón se planteó un cubículo y nuevos puestos ya que los que existen actualmente se encuentran en malas condiciones.

a. Según los objetivos inmediatos (2013)

Construir cubiertas de estructura metálica o losas de hormigón, en plazas, mercados y/o centros comerciales populares, adecuados en tamaño, estructura, ubicación y distribución interna, para entender unos de los aspectos básicos del equipamiento comunitario.

Este objetivo menciona que cada plaza debería tener una cubierta ya sea de losa o metálica, en el actual mercado la mayor parte tiene una cubierta metálica pero una parte no tiene ningún tipo de cubierta y esto ha provocado un mal estar en los comerciantes que laboran en esta parte de la plaza ya que a ellos en épocas de lluvias no tienen como protegerse, con esta necesidad clara se ha propuesto una cubierta moderna que no va hacer de metal ni de hormigón lo que se propuso es una tenso estructura con la cual se espera satisfacer las necesidades de los comerciantes y clientes de este mercado.

e. Según los objetivos inmediatos (2013)

Ofrecer facilidades de acceso, estacionamiento, carga, descarga y seguridad para las mercaderías y quienes participan en su manejo: productores, transportistas, comerciantes y compradores.

Este objetivo inmediato menciona que cada plaza debería tener un lugar de descarga de la mercadería lo cual el mercado no cuenta un espacio donde puedan realizar la descarga de sus productos y esto ha generado que lo hagan en la calle principal y esto ha provocado congestión vehicular y mal estar para las personas que circulan por la calle donde se realiza esta actividad, con esta problemática se establecido un sitio para que los comerciantes puedan descargar sus productos sin que generen ningún conflicto.

INEN (2013)

La norma El diseño y la distribución del mercado debe permitir un mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura que minimice el riesgo de contaminaciones.

Esta norma hace referencia a que los mercados deben tener una distribución adecuada y que facilite con la limpieza de los diferentes espacios, actualmente el mercado no cuenta con una buena distribución de los puestos de venta ya que no hay una buena circulación por lo estrecho de los pasillos, por esta razón se ha mejorado la distribución haciendo las circulaciones amplias y que se vea el lugar más amplio y no todo aglomerado como lo es actualmente.

6.7.2. Consideraciones básicas para la propuesta

6.7.2.1. Interpretación de condicionantes

Para la interpretación de las condicionantes primero empezaremos hablando sobre los diferentes tipos de confort.

El confort es simplemente comodidad, bienestar el cual se puede lograr con el uso de un objeto físico como por ejemplo un asiento, pero también el confort depende de las condiciones climáticas de un sitio, el lugar en sí que sea un ambiente silencioso seguro etc. Todos estos factores hacen que exista un confort dentro de un espacio (Velazquez, 2016).

En todo lugar que se vaya a realizar una actividad cotidiana debe existir el confort mucho más para un mercado el cual es un lugar abierto al cual va afectar las

condiciones climáticas, por esta razón se debería analizar todos los tipos de confort como lumínico, térmico, acústico, ergonómico, antropométrico

El confort lumínico se refiere a que siempre debería existir una buena percepción de las cosas y sobre que exista una buena iluminación de los objetos que nos rodean.

El confort térmico es un lugar donde las personas sientan satisfacción al momento de realizar sus actividades, es decir que el espacio donde trabajan debería tener una temperatura agradable que no se sienta frío ni calor.

El confort ergonómico es un lugar donde las personas sientan complacencia al momento de realizar sus actividades es decir que los espacios donde trabajan no sean limitados.

El confort antropométrico es hacer un análisis de los alcances del cuerpo humano y esto se hace para poder diseñar espacios que ayuden a desenvolverse de mejor manera a las personas.

6.7.2.2. Síntesis teórica

Con la propuesta se pretende llegar a un orden de todos espacios del mercado NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACION para obtener una buena organización primero se analizó las necesidades de los comerciantes y varios defectos que presentaban las instalaciones actuales.

Criterios funcionales

Para poder plantear una nueva propuesta esta debe ser analizada antes de ser ejecutada, ya que debe dar una mejor funcionalidad a todos los espacios del mercado como por ejemplo debe tener una mejor circulación es decir espacios más amplios para que las personas se puedan desplazar cómodamente, con la creación del patio de comidas y una pequeña plazoleta se espera que los comerciantes interactúen entre sí y de esta manera poder minimizar los conflictos que existe entre algunos comerciantes.

Con la creación de los cubículos y puestos de venta la atención al cliente mejorara notablemente y que la imagen del mercado cambie favorablemente también se espera que aumente las ventas y que la economía de los comerciantes mejore.

6.7.2.3. Análisis de referentes o repertorio tipológico

En la siguiente investigación se enfocó en las necesidades de las personas que son comerciantes del mercado, para llegar a una propuesta que satisfaga las necesidades se hizo un análisis de repertorios de varios mercados que son muy tradicionales y brindan un buen servicio a su comunidad.

Mercado Santa Caterina

Ubicación: España Barcelona

Proyecto: Arq. Enric Miralles



Imagen 1 Mercado Santa Caterina

Fuente [\(Miralles, 2005\)](http://(Miralles, 2005))



Imagen 2 Mercado Santa Caterina

Fuente : (Miralles, 2005)

Según (Miralles, 2005)

Este mercado fue construido donde anteriormente fue un convento llamado Santa Caterina el cual fue el mayor abastecedor de alimentos de la región, hoy en día este mercado es uno de los más modernos por afuera, pero por dentro aún mantiene su esencia tradicional de un mercado.

Este mercado es uno de los más visitados en España y unos de las más emblemáticos en Europa ya que por su fachada llama mucho la atención y lo hace un lugar muy turístico, lo que lo hace muy llamativo es cubierta ya que tiene una variedad de colores pero lo malo de esto es que solo se lo puede apreciar desde la parte de arriba ya que si se lo observa por dentro se aprecia un conjunto de bóvedas de madera, pero en la parte interior de este mercado tiene una buena distribución de los diferentes puestos de ventas que existe y esto provoca una buena atención a los clientes además que pueden exhibir sus productos de una manera muy ordenada.

Mercado Central de Budapest

Ubicación: Hungría Budapest

Proyecto:

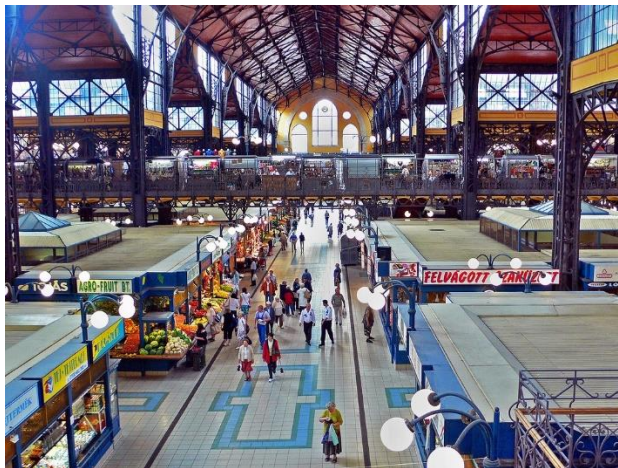


Imagen 3 Mercado de Budapest

Fuente: (Daniel, 2010)

Nada más entrar por la puerta principal el viajero ya ni siquiera sabe qué dirección tomar porque los puestos coloridos y los artículos presentados con gusto atraen la atención desde el primer momento (Caballero, 2010).

Se pude observar que este mercado muy amplio y como menciono Caballero es un lugar que desde la entrada se puede percibir varios colores, y no solo es por sus productos sino también por los materiales de la construcción como por ejemplo los cubículos sus colores son uy llamativos y muy agradables para la vista, otro punto a favor es que tiene una excelente circulación es demasiado amplio para poder circular y esto ayuda a visualizar de mejor manera los productos.

Mercado Markthal Rotterdam

Ubicación: Holanda



Imagen 4 Mercado Markthal Rotterdam

Fuente: (Carolina, 2015)



Imagen 5 Mercado Markthal Rotterdam

Fuente: (Carolina, 2015)

Es uno de los mercados más impresionantes que hay por sus características como su techo por ejemplo que es muy colorido ya que está lleno de pinturas como frutas y verduras, por esta razón lo hace uno de los lugares más visitados además es el primer mercado con cubierta en los Países Bajos (Carolina, Markthal Rotterdam, el fabuloso mercado cubierto de Holanda, 2015).

Este mercado es un emblema sin duda alguna por su majestuosa cubierta la cual está llena de varios mosaicos coloridos esto hace ver espectacular, pero en la parte inferior este lugar no parece un mercado de bastaos sino un centro comercial y es por la forma y distribución de cada uno de espacios de venta los cuales los cubículos de venta de frutas y verduras parecen islas, esta una nueva forma de readecuar un mercado sin que este pierda su esencia de un mercado tradicional.

Mercado La Boqueria

Ubicación: España Barcelona



Imagen 6 Mercado la Boqueria

Fuente: (Bass, 2013)



Imagen 6 Mercado la Boqueria

Fuente: (Bass, 2013)

El popular mercado La Boqueria es uno de los mercados más populares de Europa e incluso es uno de los 10 mejores mercados del mundo, por esta razón tiene gran acogida por los turistas extranjeros. Este es un lugar obligado para visitar no solo por sus productos frescos sino también por estructura antañá que aun la conserva en buen estado (Bass, 2013).

Este mercado es uno de los más emblemáticos no solo de España sino del mundo además que es uno de los más antiguos antes no tenían un lugar fijo era un mercado ambulante después de varios años se ubicó cerca de una zona pesquera, su principal característica es su buena distribución de cada uno de los puestos de venta además de su estructura metálica la cual es muy alta y algo que llama mucho la atención es sus grandes pilares de hormigón visto por estos aspectos lo hace un mercado único y muy llamativo.

6.7.3. Memoria descriptiva

6.7.3.1. Características funcionales

Antes de plantear una redistribución de los espacios interiores hay que tener un objetivo el cual es mejorar la organización de los espacios los cuales son los puestos de venta. En este caso el mercado NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED sufre de una mala organización espacial y un deterioro de los espacios existentes, identificados estos problemas se realizó una nueva distribución la cual consistió en mejorar la

organización de los puestos de venta, también se mejoró las circulaciones ampliando los pasillos los cuales antes eran muy estrechos, otra mejora que se realizó fue el cambio de los pisos los cuales ya estaba en malas condiciones, se mejoró las instalaciones sanitarias adecuando baños para personas con capacidades diferentes las cuales antes no existía, una de las principales mejoras y lo que ayudara a tener una mejora funcionalidad al mercado es que se implementó cubículos de venta los cuales no existía y era una de las necesidades de los comerciantes.

Algo más que se aumentó a este lugar fue una zona de descarga la cual hacía mucha falta ya que anteriormente el camión debía descargar sus productos en la vía y esto provocaba mucho tráfico y mal estar a las personas, pero con esta zona que se adecuó se espera que este problema disminuya notoriamente. Algo más que se mejoró fue la zona de comidas calientes actualmente existe un patio de comidas en condiciones no adecuadas ya que no existe mesas donde las personas puedan sentar a degustar de los alimentos que se puede encontrar en el mercado, con esta problemática se propuso un patio de comidas con sus respectivas mesas y no solo eso fue lo que se propone sino también se diseñó puestos de comida óptimos para realizar esta actividad, con todas estas mejoras presentadas en el diseño se espera que la funcionalidad del mercado mejore notablemente y esto ayude a que las ventas aumenten y que mejore obviamente la economía de los comerciantes y de los habitantes de la zona.

6.7.3.2. Condiciones de confort

Actualmente las características de confort en el mercado son escasas, primero térmicamente no hay un confort porque el mercado es prácticamente abierto y más aún por la ubicación geográfica del mercado no favorece ya que los vientos son muy fuertes y obviamente es un sector muy frío, con la propuesta se va a minimizar un poco este problema ya que con la implementación de locales de comida y cubículos los vientos van a disminuir porque se va a generar una cortina con estas implementaciones y se espera que el lugar sea más cálido.

Acústicamente todos los mercados sufren de un bullicio, pero este se debe a que las personas están haciendo publicidad de sus productos y para eso los vendedores gritan, en este mercado si hay un problema y es el ruido esto se debe a que es prácticamente solo cubierta y piso y pocos locales entonces por ese vacío se genera los

ecos, con los nuevos cubículos y varios locales se está proponiendo ya no va a existir mucho porque el mercado ya va a estar con ese vacío que habitualmente se mantenía. En el aspecto lumínico no existe problema porque es un espacio abierto por lo cual la luz natural puede ingresar fácilmente y brinda una buena iluminación además que existe lamparas y esto ayuda una más a que sea un espacio bien iluminado.

6.7.3.3. Características formales

La característica formal que se empleara para la realización de uno de los elementos del mercado como es el cubículo será las formas geométricas por lo cual hacemos referencia a la arquitectura radial.

Según (Perez, 2011) la arquitectura radial es:

Combina elementos de las organizaciones lineal y central. Una organización central es un esquema introvertido que se dirige hacia el interior de su espacio central, un radial es un esquema extrovertido que se escapa de su contexto, el espacio central de una organización radial es de forma regular y actúa como eje de los brazos lineales y mantiene la regularidad formal de toda la organización.

La arquitectura radial es la formación de espacios que parten de un núcleo siendo este el eje principal y de esta forma genera una organización regular de todos los espacios que parten de dicho núcleo que se mencionó anteriormente.



Imagen 7 Arquitectura radial

Fuente: (Garcia, 2014)

En esta imagen se puede observar como varios elementos parten de un núcleo, el parque central está distribuido de esta manera a continuación la podremos observar en la siguiente imagen.



Imagen 8 Parque central de la parroquia Santa Rosa

Fuente: Google Maps, 2017

Aquí podemos apreciar como se implementa la arquitectura radial en el parque central de la parroquia, el cual sera fundamental para el diseño del cubiculo de ventas del mercado NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACION.

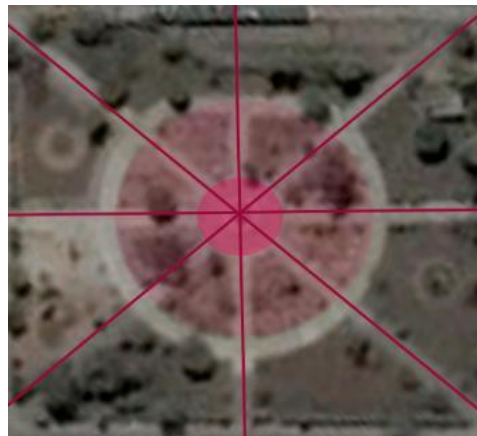


Imagen 9 Parque central de la parroquia Santa Rosa

Fuente: Google Maps, 2017

Una de las características formales y principales son las diferentes formas geométricas, como se pueden apreciar en la imagen, las cuales van hacer el punto principal para la realización del cubículo de venta.

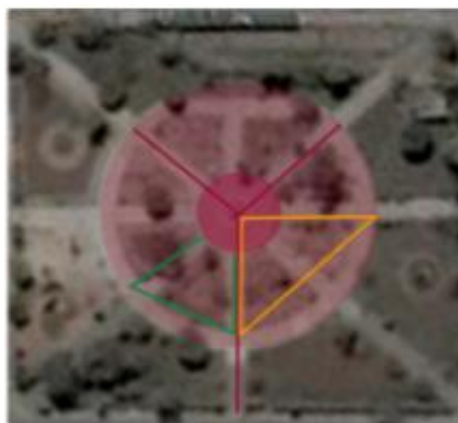


Imagen 10 Parque central de la parroquia Santa Rosa

Fuente: Google Maps, 2017

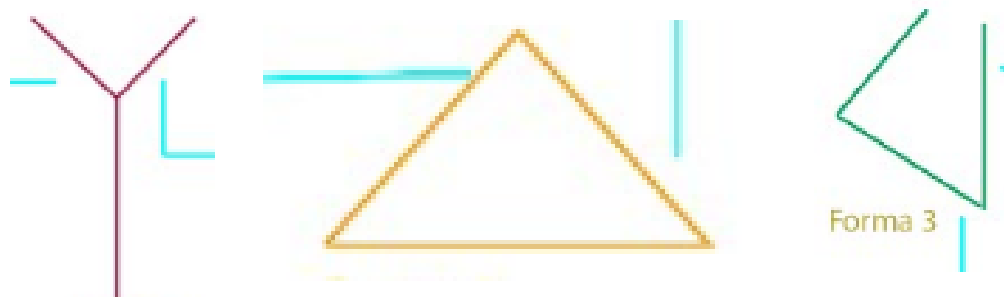


Imagen 11 Formas geométricas

Fuente: Elaborado por Darío Ulpo

Aquí se resalta las formas que se tomara para el diseño del cubículo.


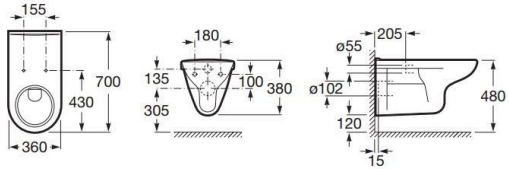


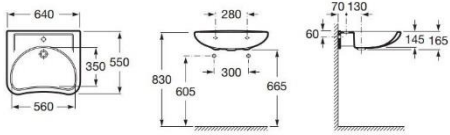

6.7.3.4. Características técnicas

A continuación, se detalla; los diferentes mobiliarios que se van a utilizar en el proyecto de investigación realizado en el mercado Nuestra Señora de la Elevación.

Tabla 14

Características Técnicas

Inodoro	Característica técnica
	<ul style="list-style-type: none"> -Color blanco - MEDIDAS: 69.3 x 45.7 x 73 cm - Consumo de agua: 4.1 y 6 litros -Código JS004478 130 1CE -Edesa
Urinario	Característica técnica
	<ul style="list-style-type: none"> -Color blanco - MEDIDAS: 29.8 x 34.5 x 55.5 cm - Peso del urinario 13km -Código CS007756 ___ 1CE -Edesa
Llave temporizada para lavamanos	Característica técnica
	<ul style="list-style-type: none"> - MEDIDAS: 14.5 x 5 x 9.5 cm -Código SG005763 306 1BO -Edesa
Inodoro para personas en silla de ruedas	Característica técnica

	<p>-Colección ACCES</p> <p>-Material cerámica</p> <p>-Roca</p> 
<p>Asidero de apoyo</p>	<p>Característica técnica</p>
	<p>-Colección superinox</p> <p>-Dimensiones 750 x 267 x 85 mm</p> <p>-Roca</p>
<p>Lavabo para discapacitado</p>	<p>Característica técnica</p>
	<p>-Colección Acces</p> <p>-Roca</p> 
<p>Basureros</p>	<p>Característica técnica</p>
	<p>-Incluye estructura y 3 botes</p> <p>-Dimensiones largo 89 cm</p> <p>-Ancho 41.5cm</p> <p>-Peso 18 kg</p>


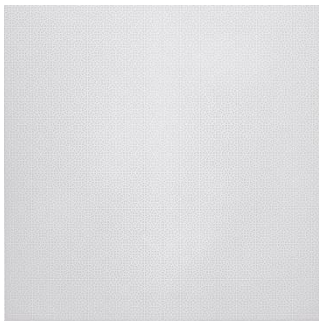
6.7.3.5. Materiales propuestos

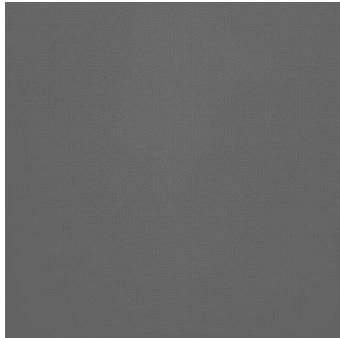
El mercado actualmente cuenta con una estructura la cual ya está en malas condiciones como el piso por ejemplo el cual se encuentra prácticamente con grietas y esto dificulta la limpieza ya que el polvo se acumula en dichas grietas y es complicado limpiar en esa condición, por esta razón se ha propuesto cambiar el piso de la plaza y servicios higiénicos.

6.7.3.5.1. Cuadro de materiales

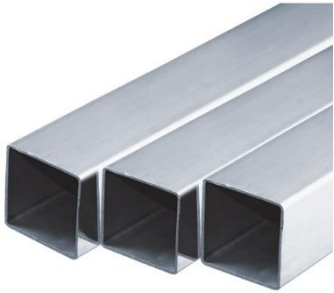
Tabla 15

Cuadro de materiales

Pisos exteriores (Plaza)	Características Técnicas
Hormigo impreso (Plustec empresa) 	Idea para parques, plazas, jardines, -Antideslizante. -Resistente a grasas, aceites. -Evita el ingreso del agua. -Su colocación es rápida a comparación de otros pisos. -El mantenimiento se lo realiza cada dos años.
Pared baños	Característica Técnicas
	-Cerámica -Alpha blanco -45x45 -Tono satinado -Código 451290E - Graiman
Piso baño	Característica Técnicas

	<ul style="list-style-type: none"> -Cerámica -Alpha 45x45 gris -Tono Satinado -Graiman
---	--

Pisos puestos de comida	Característica Técnicas
	<ul style="list-style-type: none"> -Cerámica - BRENA 45X45 MARFIL <hr style="border-top: 1px dashed #000;"/> <ul style="list-style-type: none"> -Piso -Graiman
Pisos administracion	Característica Técnicas
	<ul style="list-style-type: none"> -Porcelanato - ÁLAMO PINO 19X120 CM <hr style="border-top: 1px dashed #000;"/> <ul style="list-style-type: none"> -Contemporáneo -Graiman -20x50
Tuvo cuadrado para modulo de venta	Característica Técnica

	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad: AISI 304 • Largo normal: 6.00 m • Otros largos: Previa consulta • Dimensiones: Desde 3/4" a 2" • Espesor: Desde 1.2mm, 1.5mm y 2mm
---	---

6.7.3.6. Condiciones especiales

Accesibilidad Universal

La accesibilidad debe ser un medio de comunicación el cual deberá brindar comodidad, seguridad, igualdad y sobre todo brindar autonomía para todas las personas, incluyendo para quienes tienen capacidades diferentes, además que una buena accesibilidad deberá pasar desapercibida por los usuarios (Boudeguer A. , Manual de, 2010).

Esquemas funcionales

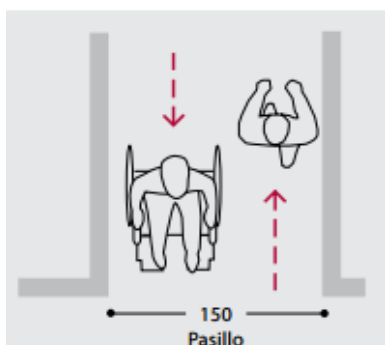
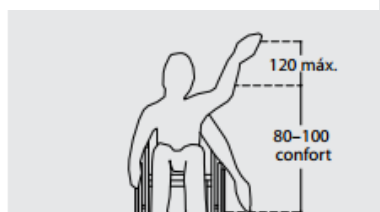


Imagen 12

Fuente: (Boudeguer A. , 2010)

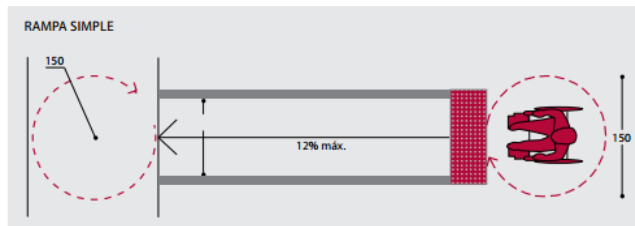
El ancho mínimo de pasillos o veredas debe ser de 1.50 para que la silla y una persona circulen sin problemas.



1Imagen 13

Fuente: (Boudeguer A. , 2010)

Las personas en sillas de ruedas deben tener un alcance de los objetos máximo de 1.20 de alto, y los objetos que se encuentren bajo su cintura deben estar a 0.40cm.



Las rampas simples deben tener 1.50 mínimo de ancho esto facilita a dar un giro sobre su propio eje.

Imagen 14

Fuente: (Boudeguer A. , 2010)

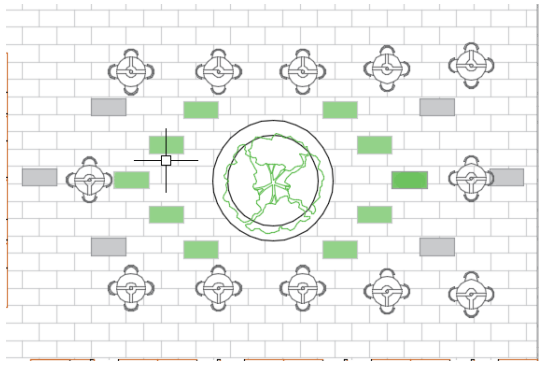

Materilidad

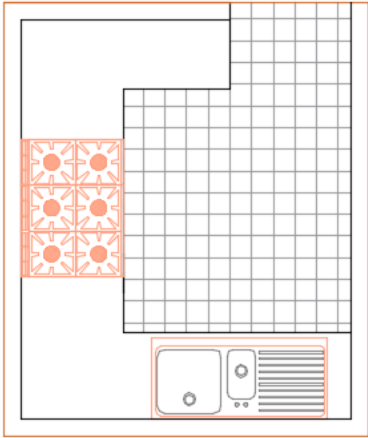

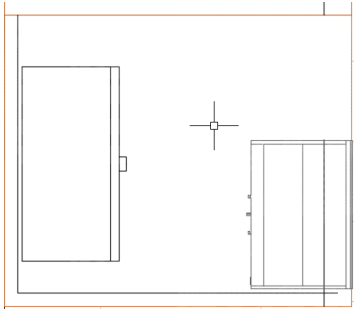

Los pisos destinados al uso peatonal deben estar firmes, las baldosas como el hormigón deben estar en óptimas condiciones los suelos deben asegurar un desplazamiento sin accidentes, estos deben estar lisos es decir sin grietas también debe haber pisos antideslizantes los suelos deben tener un mantenimiento continuo y adecuado (Boudeguer A. , Manual de, 2010).

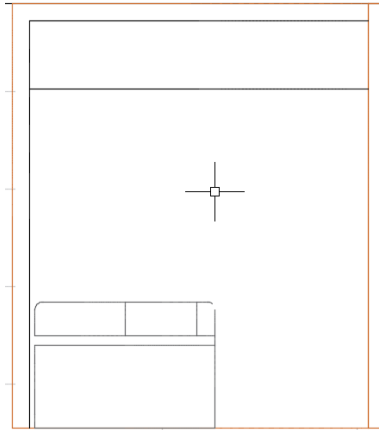

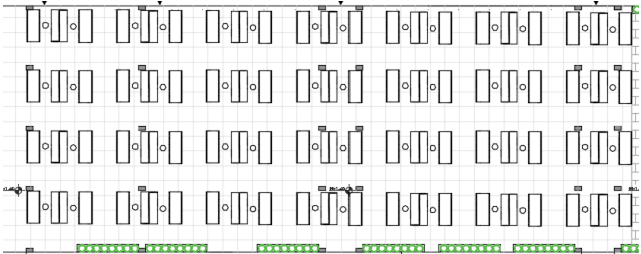

6.7.4. Cuadro de programación.

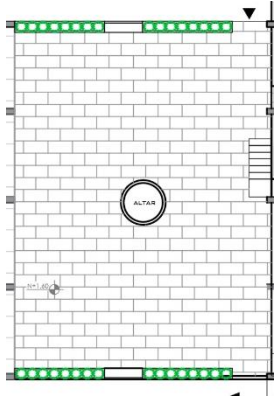

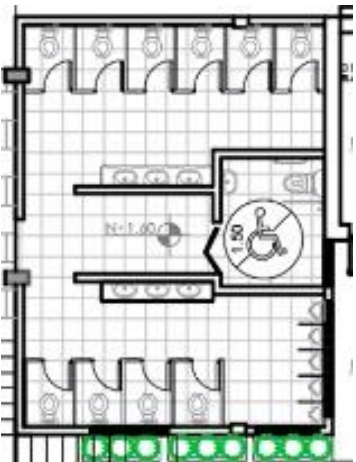
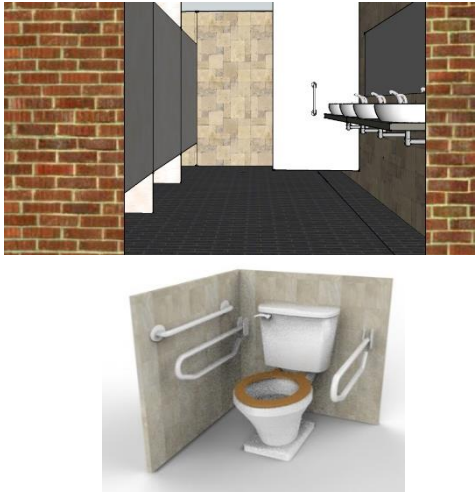
Tabla 16

Cuadro de programación

Área	Actividad	Mobiliario	Imagen
<p>Patio de comidas</p> 	<p>Socializar Alimentar Compartir</p>	<p>Mesas Sillas</p>	

<p>Cocinas</p> 	<p>Preparación Lavar alimentos</p>	<p>Cocina Refrigerador Lavabo Mesón para preparar alimentos</p>	
<p>Local de carnes y mariscos.</p> 	<p>Preparar Cortar refrigerar</p>	<p>Refrigerador Mesón para cortar Exhibidor</p>	

<p>Local de venta de pan</p> 	<p>Atender Despachar</p>	<p>Exhibidor Estantes</p>	
<p>Plaza de ventas</p> 	<p>Atender Despachar Socializar</p>	<p>Cubículo de venta Asiento</p>	

<p>Plazoleta</p> 	<p>Socializar Conversar Relajarse Esperar</p>	<p>Banca urbana</p>	
<p>Baños</p> 	<p>Evacuar Asearse</p>	<p>Inodoro Lavamanos Espejos</p>	

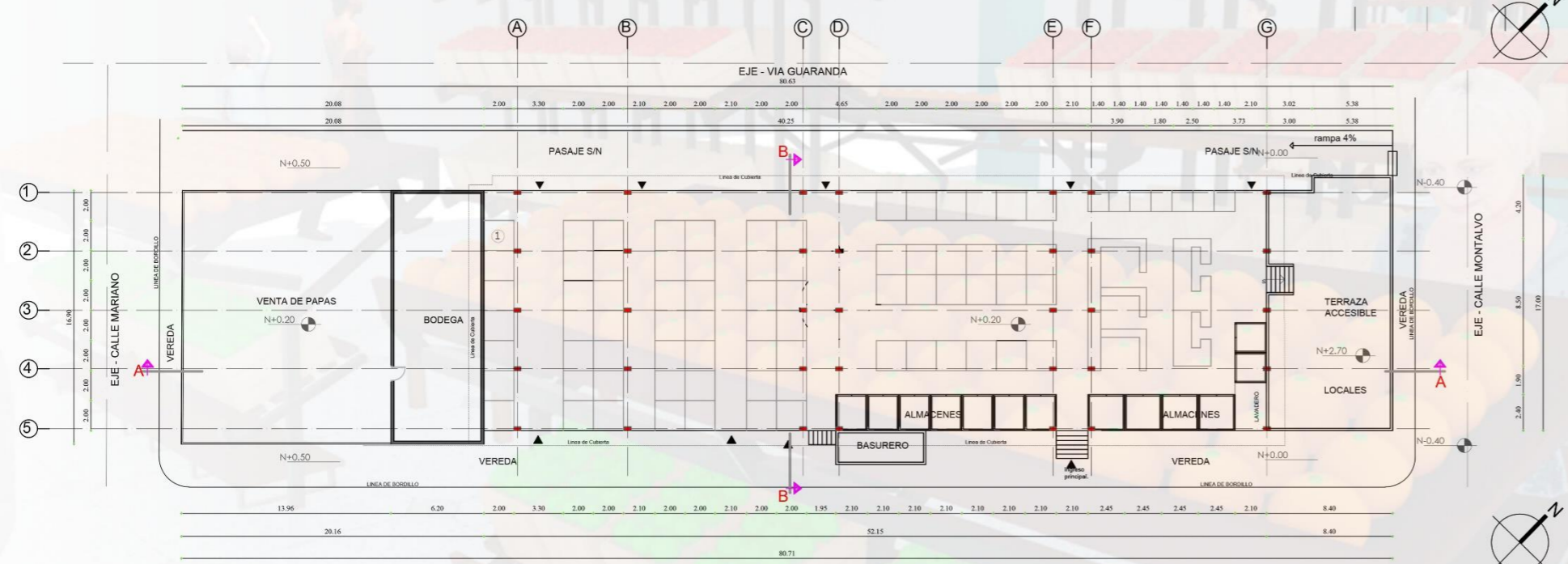
6.8. Planos y/o síntesis gráfica.

Ubicación
 La parroquia Santa Rosa se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Ambato aproximadamente a unos 8Km. pasando por Huachi Chico y siguiendo por la panamericana vía a Guaranda. Sus coordenadas 1,2795 N y 78,6643E



MERCADO

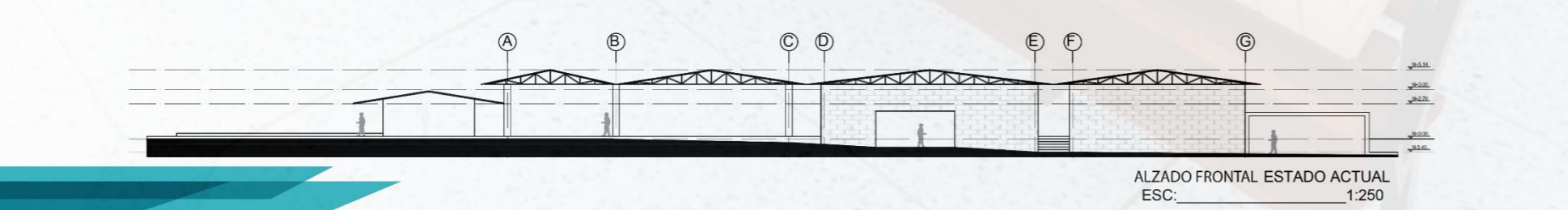
"Nuestra Señora de la Elevación"



- 1 BATERIAS SANITARIAS -EXISTENTE
- 2 LOCALES COMERCIALES -EXISTENTE
- 3 VENTA CARNICOS -EXISTENTE
- 4 LAVADERO INTERNO -EXISTENTE
- 5 VENTA DE COMIDA -EXISTENTE
- 6 VENTA DE ABARROTES -EXISTENTE
- 7 VENTA DE PAN -EXISTENTE
- 8 VENTA DE LACTEOS -EXISTENTE
- 9 VENTA DE ABARROTES -EXISTENTE
- 10 VENTA DE FRUTAS -EXISTENTE
- 11 VENTA DE LEGUMBRES -EXISTENTE
- 12 VENTA DE LEGUMBRES -EXISTENTE
- 13 VENTA DE HORRALIZAS -EXISTENTE
- 14 VENTAS AMBULANTES CO -EXISTENTE
- 15 VENTA DE CARNICOS -EXISTENTE
- 16 VENTA DE COLADA MORADA -EXISTENTE
- 17 VENTAS AMBULANTES -EXISTENTE
- 18 VENTA DE PAPAS -EXISTENTE

PLANTA ARQUITECTONICA - ESTADO ACTUAL
 ESC: 1:250

PLANTA FUNCIONAMIENTO COMERCIAL
 ESTADO ACTUAL
 ESC: 1:400



El mercado de Santa Rosa se encuentra ubicado en el centro de la parroquia, actualmente los comerciantes se quejan de que se mejore las instalaciones ya que se encuentran deterioradas, aparte del mal estado de las instalaciones existe otros problemas como la mala organización de los puestos de venta lo que genera mucha aglomeración de las personas al momento de realizar las compras y tampoco permite que puedan transitar de una manera ordenada, también es la falta de un cubículo para poder exhibir de una forma mas adecuada los productos ya que actualmente el espacio donde venden solo es un pequeño cuadro pintado en el piso y los vendedores deben acomodarse como puedan con su mercancía. Otro problema son los diferentes locales que existen ya que se encuentran en muy mal estado y algunos estan abandonados.

El sector donde se comercializan las papas también sufre de un mal el cual es la falta de una cubierta, las personas que se dedican a este negocio manifiestan que a ellos no se les toma mucho en cuenta que se sienten aislados y piden que les reubiquen ya que por no tener una cubierta se encuentran expuestos a las imprecisas de la naturaleza como los fuertes soles y las lluvias. Otra problemática es la total desorganización de todos los puestos ya que no hay zonas fijas de los productos todos se encuentran regados por el mercado y esto genera una mezcla lo cual hace que el mercado no se vea organizado si no al contrario se lo ve todo desorganizado y al momento de querer adquirir un producto no se sabe en que zona se lo pueda encontrar.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
 Facultad de Diseño Arquitectura y Artes

CONTIENE:
 PROPUESTA
 AUTOR: DARIO ULPO

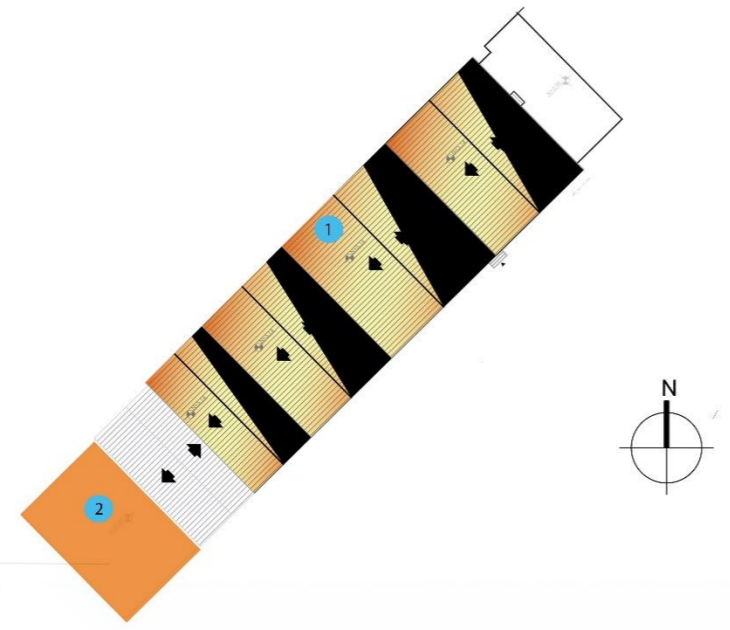
MERCADO

"Nuestra Señora de la Elevación"

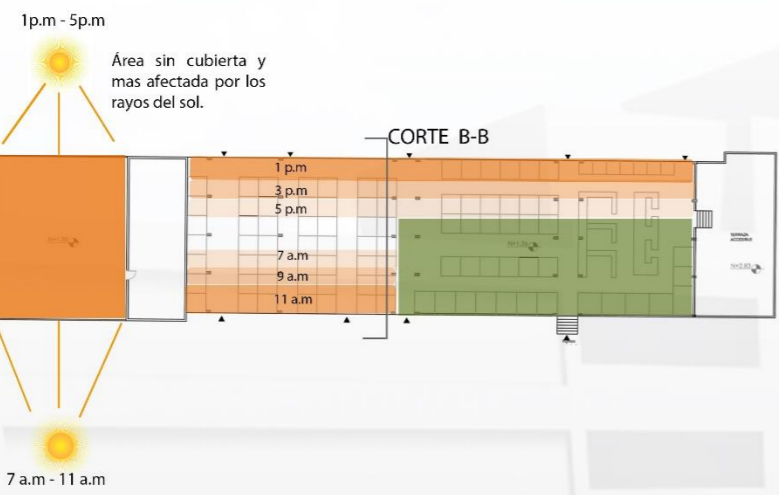
ESTADO ACTUAL

1.-Cubierta de eternit que protege la mayor parte del mercado.

2.-La zona que recibe directamente los rayos de sol es la parte de las papas ya que en este sector del mercado no existe una cubierta que los proteja.

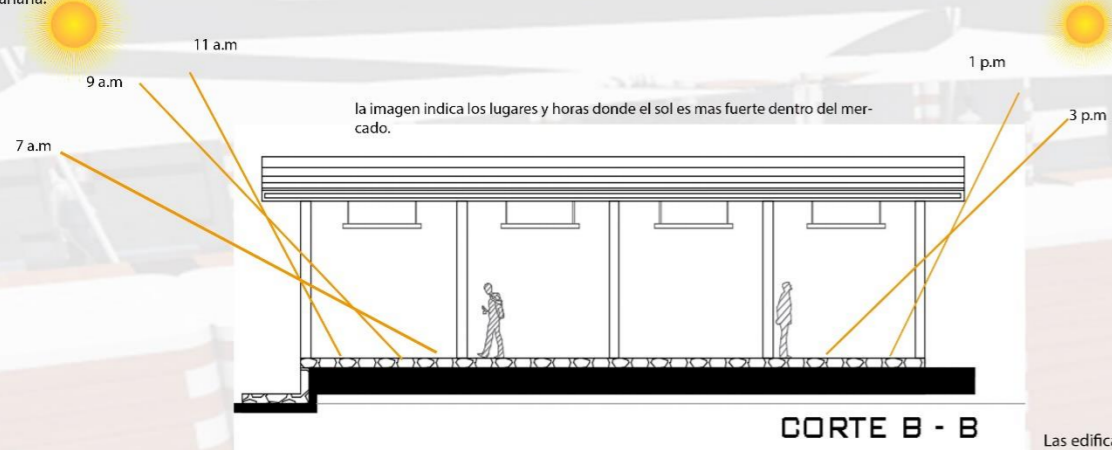


Área donde los rayos solares son mas fuertes en la tarde.



En esta zona los rayos del sol no afectan mucho ya que es una área que tiene la protección de paredes, pero si hay un ingreso adecuado lo cual mantiene un nivel de confort termico agradable y una buena iluminación natural.

Area donde los rayos solares son mas fuertes en la mañana.



la imagen indica los lugares y horas donde el sol es mas fuerte dentro del mercado.

CORTE B - B

Las edificaciones que existen en la parte posterior del mercado ayudan a que los fuertes rayos del sol no se proyecten al interior del mercado por la zona posterior ya que son edificaciones altas generan sombra.

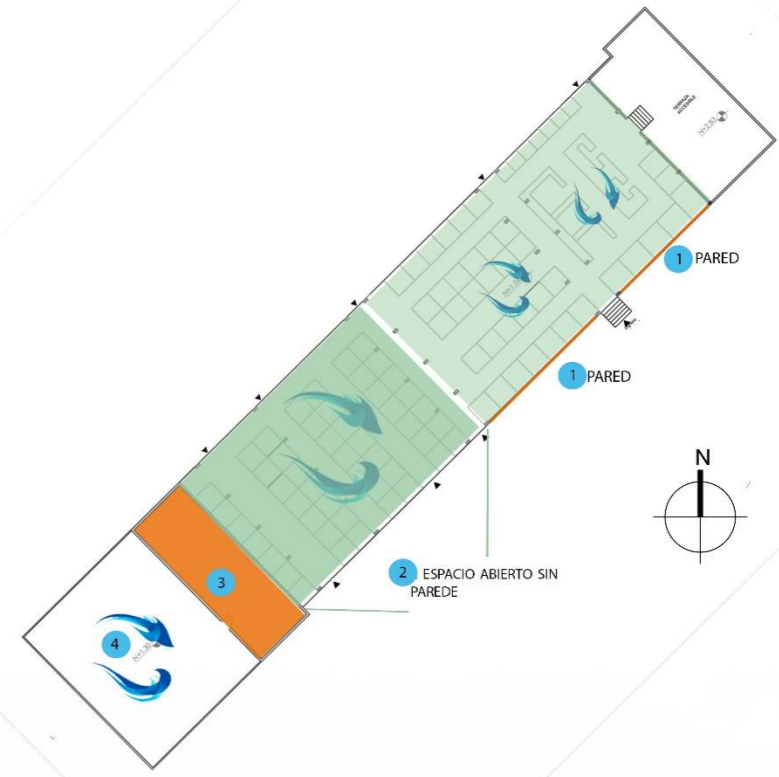
Los vientos en marzo - abril y octubre - noviembre son parcialmente mas calidos en esta zona y los vientos mas precipitados son de agosto - septiembre

1.- Paredes que funcionan como cortinas y no permiten el paso de los vientos de esta manera ayuda a que esta zona sea menos afectada por

2.- Espacio abierto por donde los vientos ingresan creando un ambiente muy frio en la zona marcada.

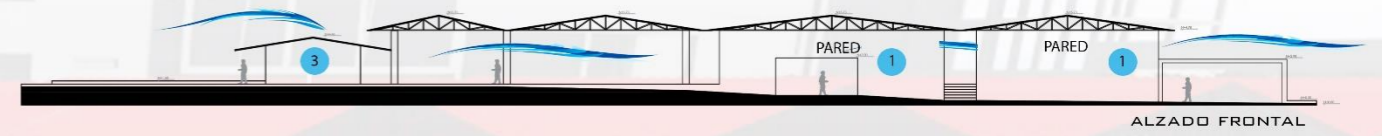
3.- Espacio que no permite el ingreso directo de los vientos.

4.- Área de venta de papas aqui no cuentan con ningun elemento que los proteja de los vientos es una area

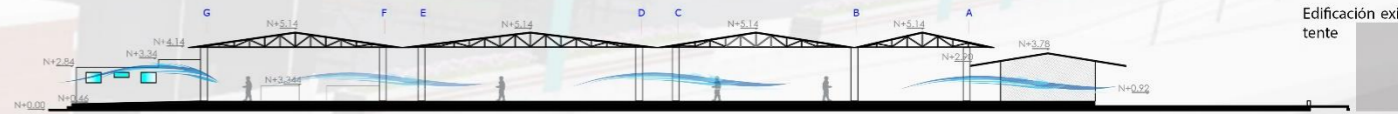


Este espacio funciona como cortina lo que ayuda a que los vientos no sean tan fuertes.

Pared que impide el ingreso de los vientos predominantes.

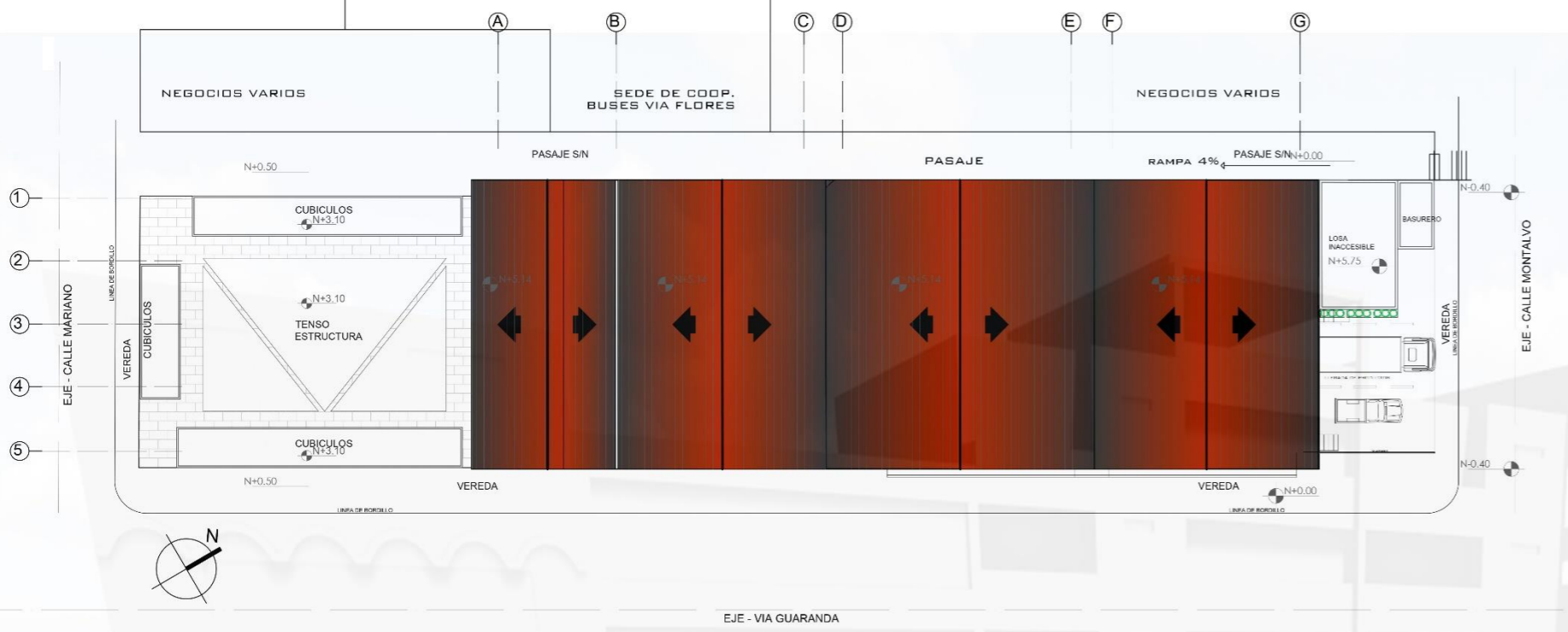


En la parte posterior del mercado los vientos no son fuertes ya que existen varias edificaciones a su alrededor y esto evita que se generen fuertes corrientes.

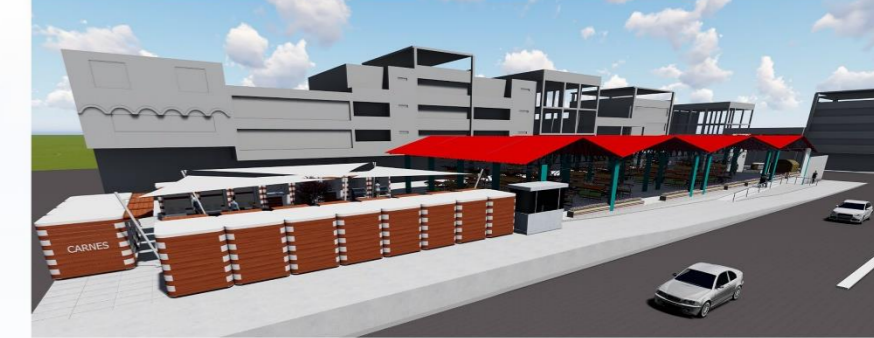


MERCADO

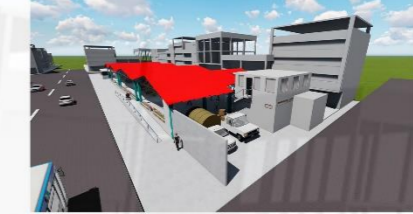
"Nuestra Señora de la Elevación"



ISOMETRIA GENERAL



ISOMETRIA SUR



ACCESO NORTE - DESEMBARQUE



IMPLANTACION - PROPUESTA
ESC: 1:200



PLANTA ARQUITECTONICA - PROPUESTA
ESC: 1:200

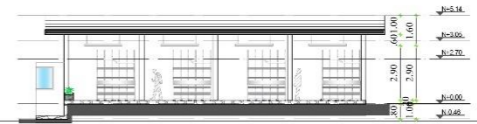


PLANTA FUNCIONAMIENTO COMERCIAL
PROPUESTA
ESC: 1:400

CORTE A - A - PROPUESTA
ESC: 1:200



CORTE B - B - PROPUESTA
ESC: 1:200

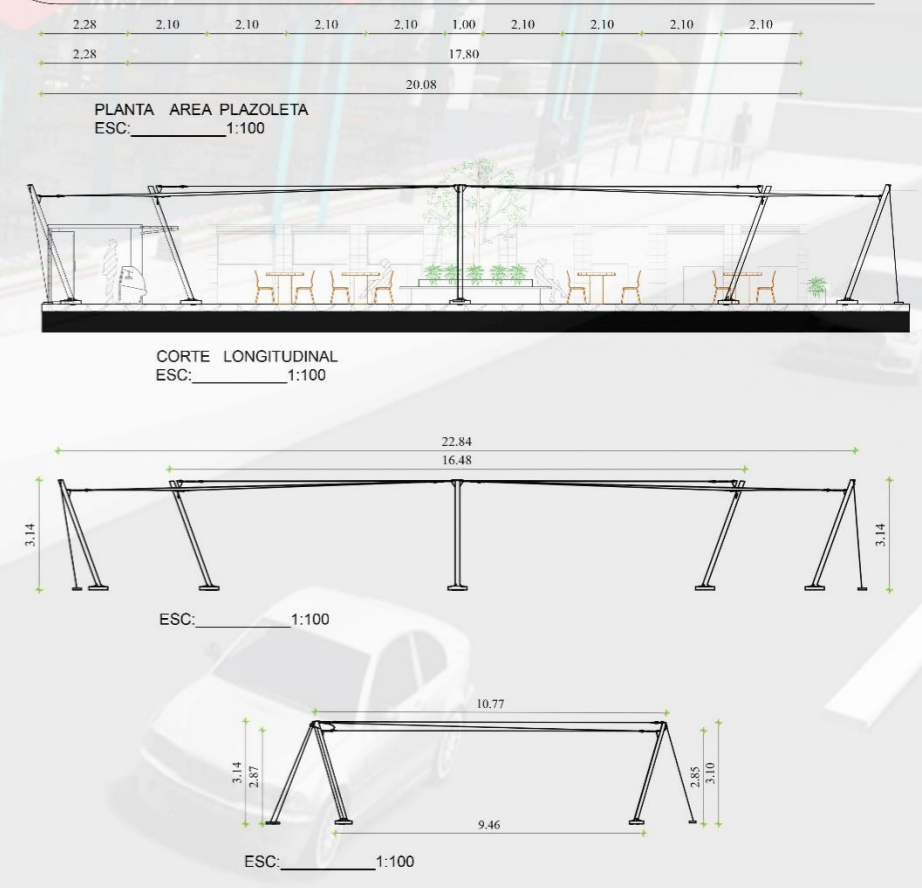
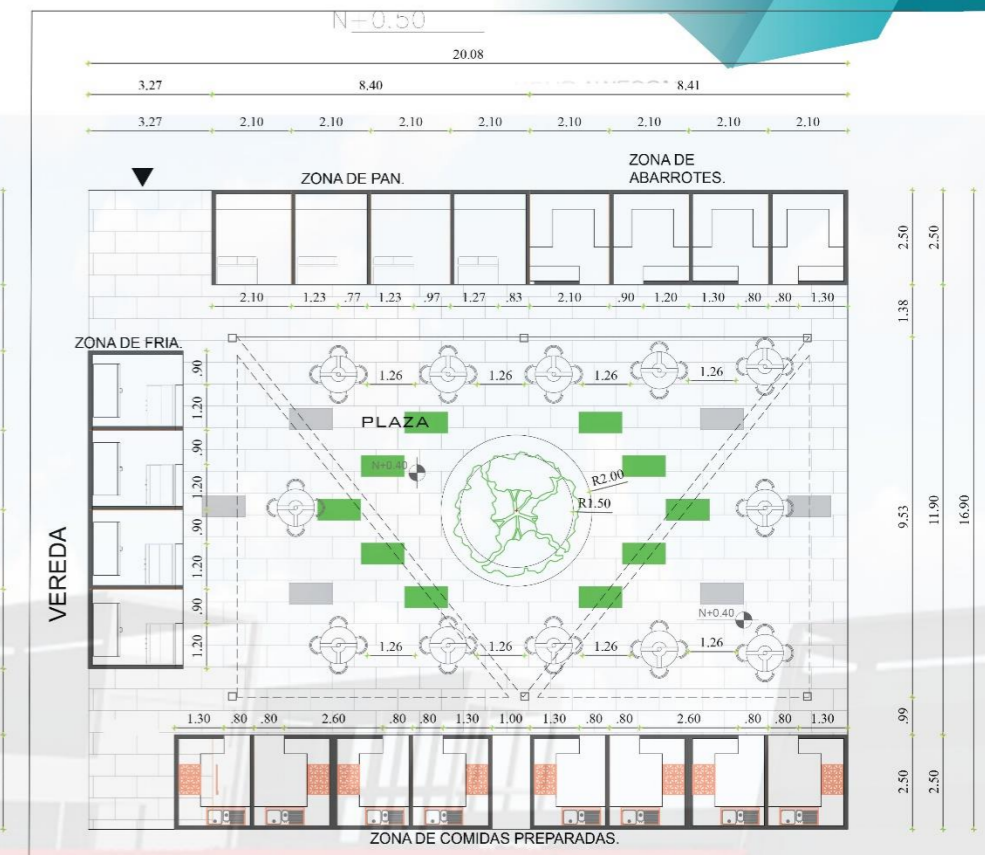
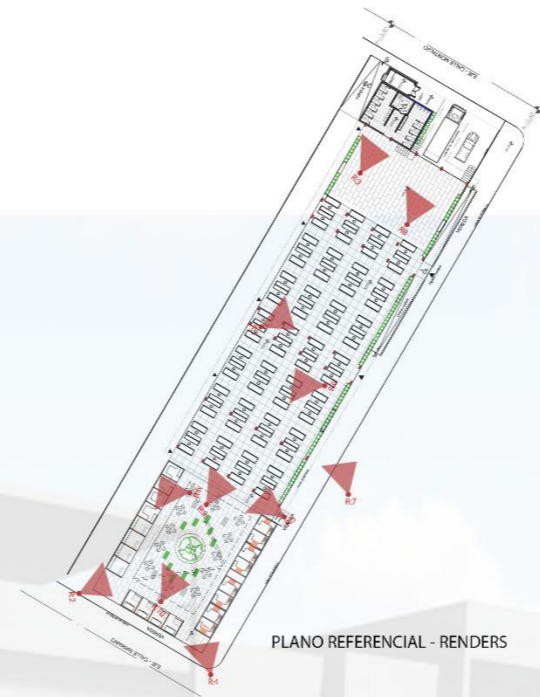
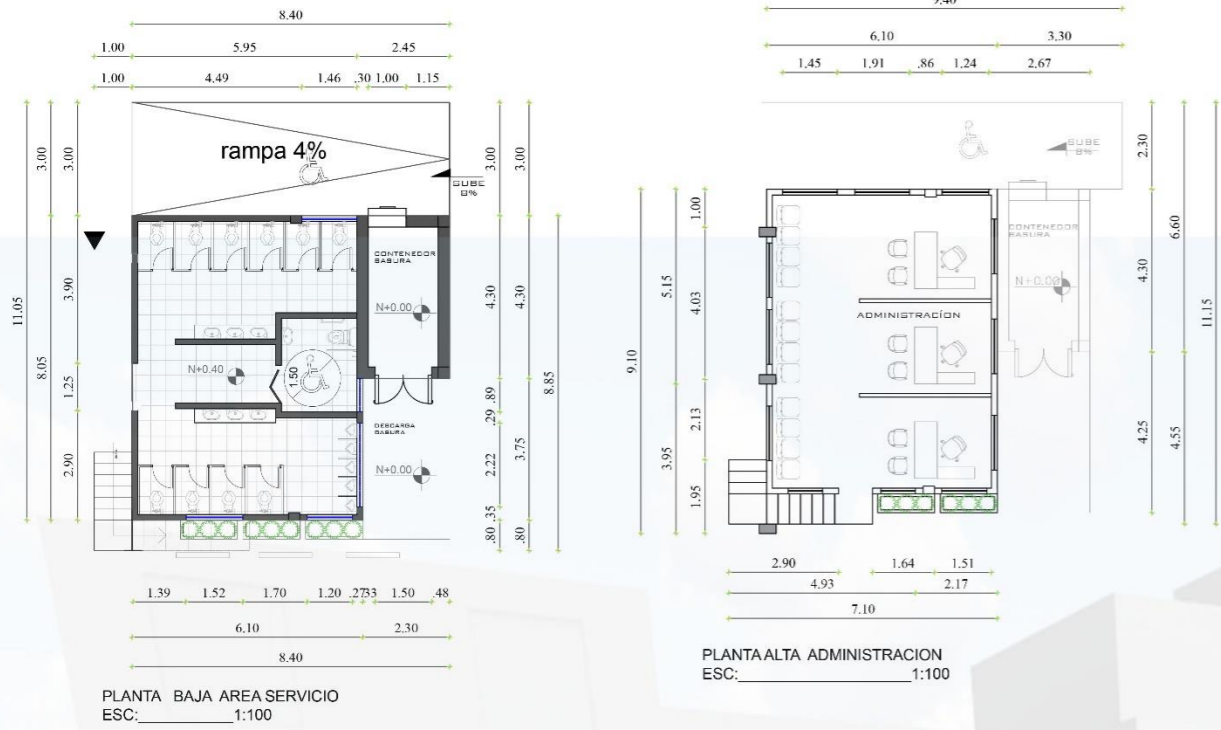


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Facultad de Diseño Arquitectura y Artes

CONTIENE:
PROPUESTA
AUTOR: DARIO ULPO

MERCADO

"Nuestra Señora de la Elevación"



MERCADO

"Nuestra Señora de la Elevación"

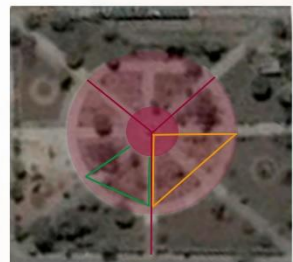
En la parroquia Santa Rosa existe un mercado "NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACIÓN" el cual necesita de una organización de los espacios de venta, en la actualidad este mercado sufre de un desorden lo cual provoca incomodidad a los clientes y a los comerciantes, además de este problema existen otros uno de ellos es la falta de cubículos de venta y espacios donde puedan refrigerar las carnes y mariscos. Por esta razón se ha pensado en diseñar espacios adecuados para los diferentes productos que se venden en este espacio.



ARQUITECTURA RADIAL



Espacios que están dispuestos como radios que parten de un núcleo central



Aquí podemos observar tres elementos principales que posee el parque en el cual se puede persivir una composición, estos elementos ayudaran al diseño del cubículo.

FORMA 1



FORMA 2



FORMA 3



Paso uno utilizando: La forma 1 para el diseño del módulo de venta.



Paso dos: Se utilizara la forma 2 para la realizar el diseño de una de las partes del modulo de venta.

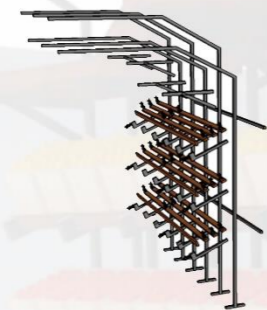
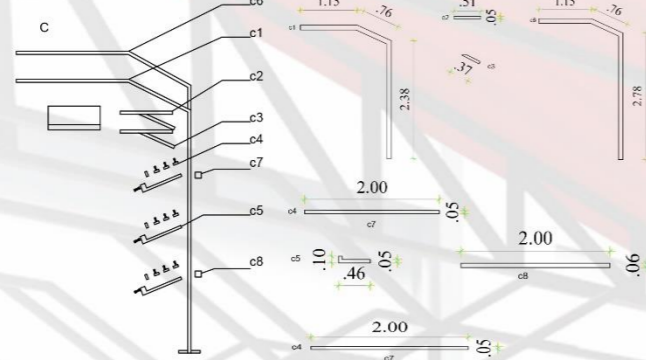


Paso tres: La forma 3 sera util para la realización de una parte del modulo.



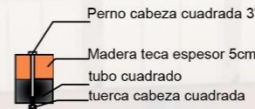
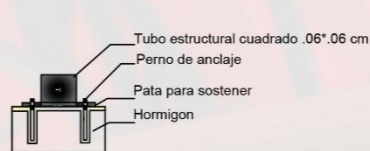
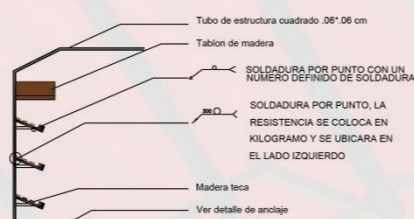
DESPIECES

MÓDULO 1

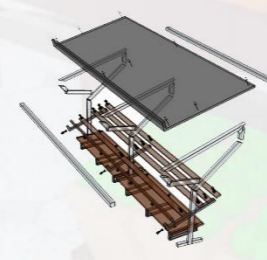
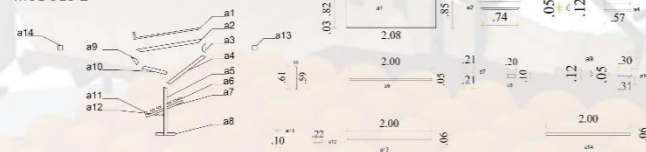


Rubro	Cantidad	Dimensiones	Unidad	Precio. U	Precio. T
Tubo cuadrado	6m	0.06x0.06cm	40	240	
Tubo cuadrado	2	6M .05X.10	35	70	
Perno de anclaje	4	5 pulgadas	6.50	26	
Listones de madera	12	2x.05	1.30	15.60	
Maderol	1	2 litros	7.50	15	
Pintura negra	1	2litros	6	12	
Pintura café	1	2litro	4	8	
Barniz	1	3litros	7	21	
Libra de tornillos	1	3 pulgadas	1libra	1.20	1.20
Mano de obra			200	200	
Total				608.80	

DETALLES

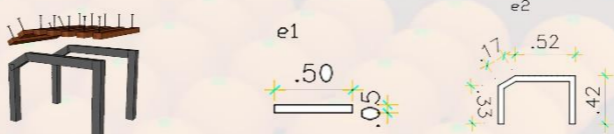
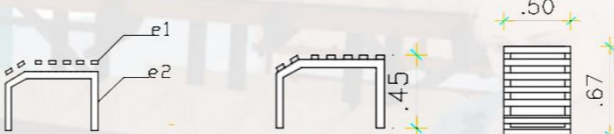


MÓDULO 2



Rubro	Cantidad	Dimensiones	Unidad	Precio. U	Precio. T
Lamina de acero inoxidable	1	2.08x0.85	54.70	54.70	
Tubo cuadrado	3	6m	40	120	
Tubo cuadrado	1	2m 0.06x0.06cm	7	7	
Listones de madera	5	2x.05	1.30	6.50	
Maderol	1	1 litro	7.50	7.50	
Pintura blanca	1	2litros	6	6	
Pintura café	1	1litro	4	4	
Barniz	1	2litros	7	14	
Libra de tornillos	1	3 pulgadas	1libra	1.20	1.20
Mano de obra			150	150	
Total				222.40	

TABURETE



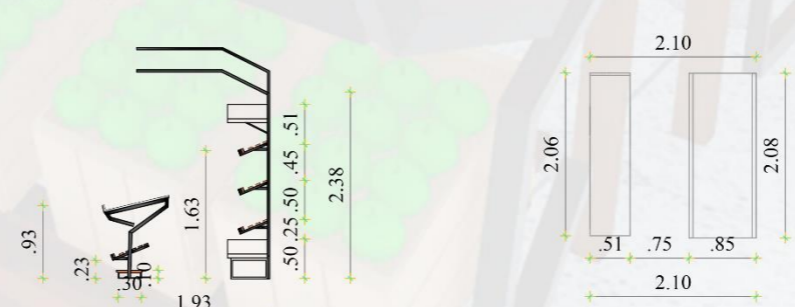
Rubro	Cantidad	Dimensiones	Unidad	Precio. U	Precio. T
Tubo cuadrado	1	2m	7	7	
Listones de madera	2	2m 0.05x0.05	2	4	
Maderol	1	0.05x0.04	7.50	7.50	
Pintura café	1	3litro	4	4	
Barniz	1	3litros	7	7	
Libra de tornillos	1	2 pulgadas	1/2 libra	0.70	.70
Mano de obra			50	20	
Total				50.20	

MÓDULO 3



Rubro	Cantidad	Dimensiones	Unidad	Precio. U	Precio. T
Tubo cuadrado	2	2m	7	14	
Tablón de madera	2	2m 0.30x0.05	2	4	
Maderol	1	2 litros	7.50	15	
Pintura café	1	2litro	4	8	
Barniz	1	3litros	7	21	
Libra de tornillos	1	2 pulgadas	1/2 libra	0.70	.70
Mano de obra			50	50	
Total				91	

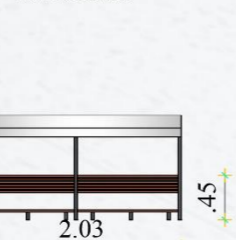
VISTAS ACOTADAS



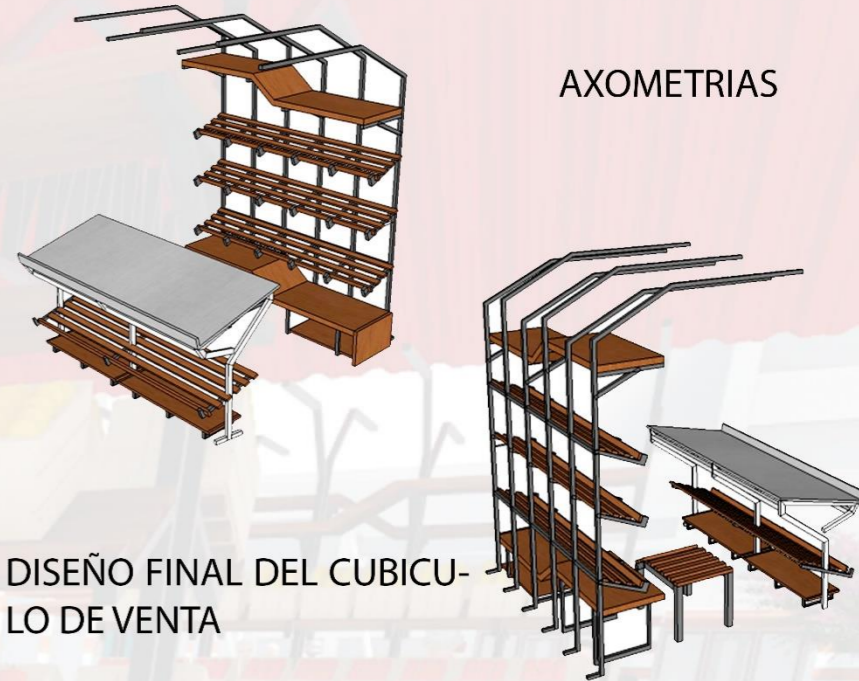
VISTA LATERAL



VISTA EN PLANTA



AXOMETRIAS



DISEÑO FINAL DEL CUBICULO DE VENTA



Zona donde se ubicaran los cubiculos de venta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Facultad de Diseño Arquitectura y Artes

CONTIENE:
CUBICULO PROPUESTA
AUTOR: DARIO ULPO

MERCADO

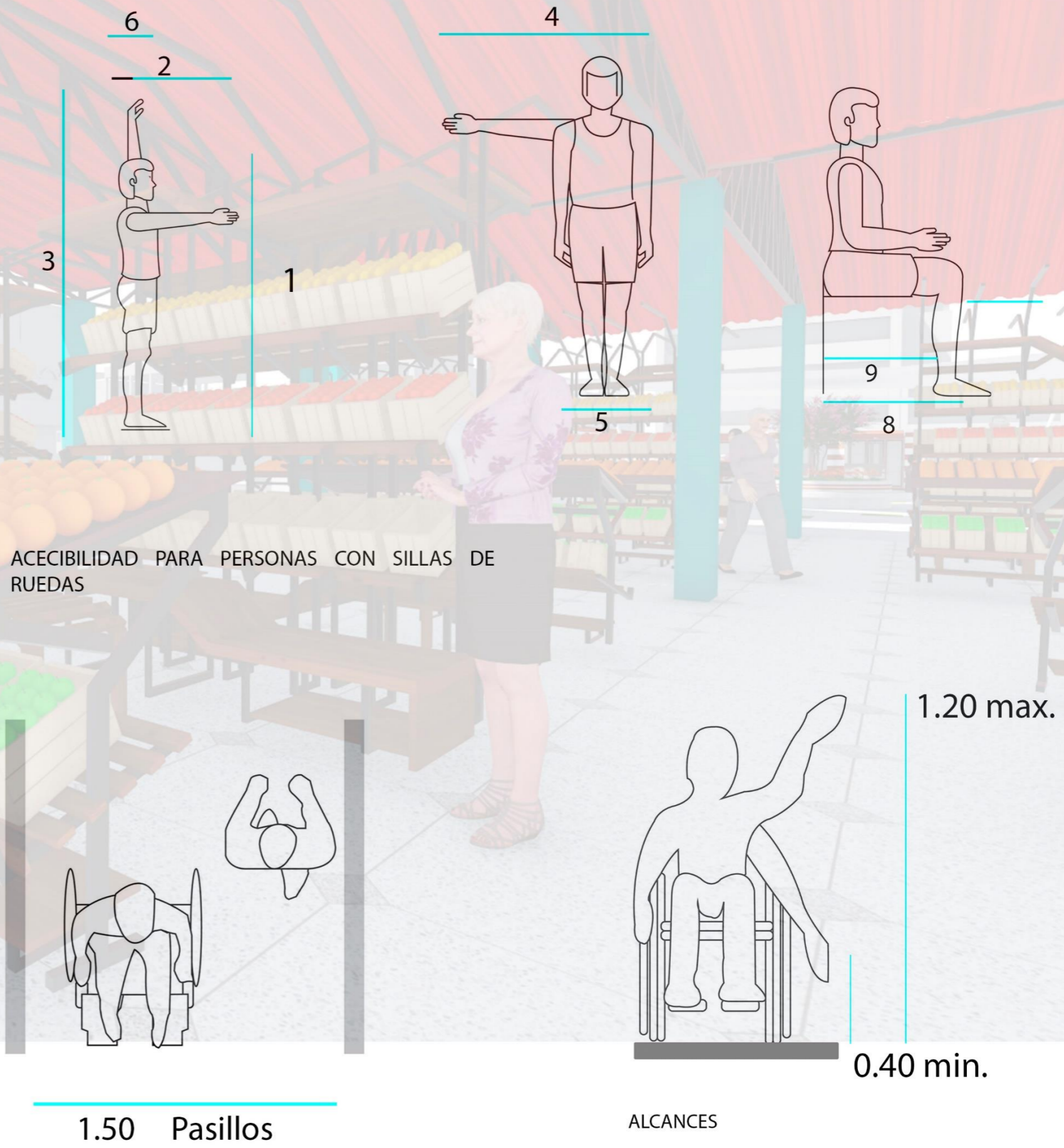
“Nuestra Señora de la Elevación”

PROCESO DE ELABORACIÓN

El mercado NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACIÓN tiene un total de 70 comerciantes legales a los cuales se les tomo las medidas necesarias para realizar el diseño del cubículo las medidas de los comerciantes van desde 1.57 m hasta 1.78m de altura, de las cuales se tomo la medida media que es 1.67m de altura.

Con esta medida se puede realizar el analisis de los alcances de los comerciantes.

Dimensiones		
1	Estatura	1.67 m
2	Alcance brazo frontal	64 cm
3	Alcance max. vertical	2.04 m
4	Alcance brazo lateral	73 cm
5	Anchura max. cuerpo	52 cm
6	Profundidad max. cuerpo	27 cm
7	Altura poplítea	41 cm
8	Longitud nalga-rodilla	58cm
9	Longitud nalga-poplítea	47 cm



ACECIBILIDAD PARA PERSONAS CON SILLAS DE RUEDAS

CIRCULACIÓN

ALCANCES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Facultad de Diseño Arquitectura y Artes

CONTIENE:
ANÁLISIS
ANTROPOMETRICO
AUTOR : DARIO ULPO

6.9. Presupuesto

Parroquia Santa Rosa, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua

10 de Agosto del 2017

Mercado NUESTRA SEÑORA DE LA ELEVACIÓN

Descripción	Unidad	Cantidad	P.Unitario	P.Total
OBRAS EXTERIORES				78.019,00
PRELIMINARES				
Limpieza del terreno	m2	1.705,00	1,51	1.559,27
Demolición de estructuras de cerramiento, mamposterías de ladrillo y/o bloque	m3	124,00	13,52	655,72
Demolición de gradas de hormigón y piedra	m3	1,676,48	22,16	755,66
ESTRUCTURA				
Pasamanos Estructurales accesos - discapacitados (provisión + transporte + montaje + pintura)	m	25,50	65,89	1.680,00
MOBILIARIO				
Cubículo de venta	u	60,00	880,00	52.800,00
Tensa estructura	m2	235,18	21,166,2	21,1666,2
Banca de madera y hormigón para parques 1,70 x 0,45 m, según diseño	u	2,00	207,73	415,46
CONTENEDOR DE BASURA				
Mampostería de bloque de hormigón de 20 cm	m2	10,53	25,30	266,41
Basurero Ecológico, (suministro y colocación)	u	2,00	140,80	281,60
PLAZA				19,752,72
HORMIGONES				
Masillado y Alisado de Piso con Hormigon impreso	m2	1.014,00	19,48	19,752,72
ADMINISTRACIÓN				2.207,00
MANPOSTERIA				
Manpostería de bloque de hormigón de 15 cm	m2	76,00	20,48	1,556,48
Cerámica de piso 20x50	m2	44,95	14,00	629,30
Pintura de caucho paredes	u	1,00	22,00	22,00
LOCALES				1,125,25
MANPOSTERIA				
Mampostería de bloque de hormigón de 15 cm, mortero 1:3	m2	201,00	20,48	4,116,48
Cerámica de piso 45 x45	m2	101,00	14,00	1.414,00
Fregaderos para cubiertos	u	8,00	120,00	960,00
Pintura de caucho paredes	u	4,00	40,00	160,00
BATERIA SANITARIA				11,894,994
Relleno Compactado con material de mejoramiento	m3	48,30	28,31	1.367,00
HORMIGONES				
H.S. f'c=210 Kg/cm2 en Replanchillos	m3	1,08	138,73	149,83
H. S. f'c=210 kg/cm2 en Plintos	m3	5,40	170,95	923,13
Cimientos Hormigón Ciclópeo (40% H°S° f'c=180 kg/cm2 + 60% piedra)	m3	4,97	90,74	450,98
H.S. f'c=210 kg/cm2 en Cadenas de Cimentación	m3	1,55	170,95	264,97
Contrapiso H.S. f'c=210 kg/cm2	m2	32,88	18,12	595,79
H.S. f'c=240 kg/cm2 en Columnas	m3	4,43	208,21	922,37

H.S. f'c=210 kg/cm ² en Vigas	m3	4,69	194,14	911,20
Losa Alivianada de H. S e= 20cm, f'c= 210kg/cm ² (Administración)	m2	48,30	43,60	2.105,00
MAMPOSTERIA				
Mampostería de bloque de hormigón de 15 cm, mortero 1:3	m2	71,50	20,48	1.464,00
ENLUCIDOS				
Fondeado de paredes enlucidas paleteadas (con carbonato y resina)	m2	143,00	2,93	418,00
RECUBRIMIENTO				
Masillado y Alisado de Piso	m2	48,00	10,87	521,00
Cerámica de Piso 45x45 cm	m2	48,00	14,00	672,00
Cerámica de pared 20x30 cm	m2	23,88	14,00	334,32
Mesón de Granito Baños	ml	3,00	170,10	510,30
INSTALACIONES SANITARIAS - AGUA POTABLE				
Pozo de revisión de 60x60cm, incluye tapa	u	5,00	162,38	811,90
Tubería PVC d = 200 mm, U/E 1 MPA	ml	15,73	30,64	481,81
Tubería PVC d = 110 mm, U/E 1 MPA	ml	13,85	12,54	173,68
Tubería PVC d = 50-75 mm, U/E 1 MPA	ml	18,54	4,94	91,59
Rejilla de Piso 75mm	u	4,00	5,11	20,44
Suministro, Accesorios + Instalación Desague 110mmx3m Tipo B	pto	6,00	55,92	335,52
Suministro, Accesorios + Instalación Desague 75mmx3m Tipo B	pto	10,00	37,42	374,20
Bajante de aguas lluvias con tubería PVC 110mm, incluye accesorios	ml	12,15	9,18	111,54
Canal PVC de Agua Lluvias	ml	8,30	24,90	206,67
Instalacion Domiciliaria servicio pvc 1/2" (excavacion y relleno)	u	1,00	68,95	68,95
Tubería de PVC roscable d=1/2" (p/presión)	ml	23,61	5,18	122,30
Colocación de accesorios roscados de PVC 1/2"<d<1"	pto	12,00	11,75	141,00
Inodoro Century Elongado Blanco	u	8,00	132,34	1.058,72
Lavamanos Aspío Blanco con Pedestal	u	8,00	92,89	743,12
Urinario Lawton blanco (fluxómetro Sloan para abasto)	u	4,00	166,04	664,16
INSTALACIONES ELECTRICAS				
Instalación de interruptor simple compacto	u	4,00	3,97	15,88
Instalación de tomacorriente doble polarizado tipo intemperie	u	4,00	4,66	18,64
Sistema de Luminaria FL 2x32 W S/P	u	10,00	62,03	620,30
Punto de Tomacorriente en 1/2" EMT, toma y placa	pto.	2,00	54,72	109,44
Tablero de control - a contactores	u	1,00	118,36	118,36
VIAS - ACCESOS EXTERIORES				2,463,045
Rampas Discapitados de H. C. (60% H°S° f'c=180 kg/cm ² + 40% piedra)	m3	25,50	96,59	2,463,045
MITIGACION AMBIENTAL				608,00
Valla de advertencia de obras y desvío	u	20,00	19,14	382,80
Señalización con cinta	ml	300,00	0,19	57,00
Cono de señalización vial	u	25,00	6,78	169,50
			TOTAL	78,664,44

Bibliografía

- AMBATO, G. M. (2013). Ordenanza Municipal. Cantón Ambato: Sustitutiva que regula el funcionamiento de plazas, ferias populares, mercados y/o centros comerciales populares minoristas. <http://gadmatic.ambato.gob.ec/infoambato/ordenanzas.php>.
- Anónimo. (2010). Materiales Construcción. Definición, características y tipos. <https://materialesconstruccion.wordpress.com/2010/11/27/materiales-construccion-definicion-caracteristicas-y-tipos/>.
- Anónimo. (2010). Materiales de construcción. <https://materialesconstruccion.wordpress.com/2010/11/27/materiales-construccion-definicion-caracteristicas-y-tipos/>.
- Anónimo. (2014). Consumo. <http://conceptodefinicion.de/consumo/>.
- Anónimo. (2014). Definición de consumo. <http://conceptodefinicion.de/consumo/>.
- Anónimo. (2014). ORGANIZACIONES ESPACIALES. <http://arquitectura-conceptos.blogspot.com/2014/02/organizaciones-espaciales.html>.
- Bass. (2013). La Boquería. <http://www.losapuntedelviajero.com/2013/10/mercado-de-la-boqueria-de-barcelona-informacion-y-consejos.html>.
- Bass, C. (2013). Mercado de La Boquería de Barcelona. <http://www.losapuntedelviajero.com/2013/10/mercado-de-la-boqueria-de-barcelona-informacion-y-consejos.html>.
- BEA, A. (2013). Mercado de La Boquería: historia, aromas y sabores. Objetivo viajar.
- Bello, G. (2007). Comercialización de productos. <http://www.gestiopolis.com/comercializacion-de-productos-y-servicios-universitarios/>.
- Blender, A. M. (2015). El confort térmico. <http://www.arquitecturayenergia.cl/home/el-confort-termico/>.
- Boudeguer. (2010). Manual de. http://www.ciudadaccesible.cl/wp-content/uploads/2012/06/manual_accesibilidad_universal1.pdf.
- Boudeguer, A. (2010). Manual de. http://www.ciudadaccesible.cl/wp-content/uploads/2012/06/manual_accesibilidad_universal1.pdf.
- Boudeguer, A. (2010). MANUAL DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL. http://www.ciudadaccesible.cl/wp-content/uploads/2012/06/manual_accesibilidad_universal1.pdf.
- Bryant. (2011). Entender la arquitectura. <http://entenderlaarquitectura.blogspot.com/2011/11/solidez.html>.
- Caballero. (2010). Budapest - Mercado Central (1892-96). <https://www.flickr.com/photos/caballero2105/4425990570/in/photostream/>.

- Carolina. (2015). Markthal Rotterdam, el fabuloso mercado cubierto de Holanda. <https://exploraholanda.es/markthal-rotterdam-el-fabuloso-mercado-cubierto-de-holanda/>.
- Carolina. (2015). Markthal Rotterdam, el fabuloso mercado cubierto de Holanda! <https://exploraholanda.es/markthal-rotterdam-el-fabuloso-mercado-cubierto-de-holanda/>.
- Carrión, C. (2016). Rediseño del mercado de Chuquiribamba del Cantón y Provincia de Loja. <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/1056>.
- Cuberas, R. (2008). <https://es.slideshare.net/ricardocuberos/ambiente-y-confortabilidad-en-al-mbito-urbano-tema-2-clase-3-presentation>.
<https://es.slideshare.net/ricardocuberos/ambiente-y-confortabilidad-en-al-mbito-urbano-tema-2-clase-3-presentation>.
- Cuberos, R. (2008). Ambiente y Confortabilidad en al Ámbito Urbano. <https://es.slideshare.net/ricardocuberos/ambiente-y-confortabilidad-en-al-mbito-urbano-tema-2-clase-3-presentation>.
- Daniel. (2010). Mercado de Budaspest. <https://www.comedera.com/paseando-por-el-mercado-central-de-budapest/>.
- De Jong, F. (24 de Febrero de 2015). Abandono de espacios públicos: indicios del desarrollo. FORBES Mexico.
- Garcia, F. (2014). ORGANIZACIÓN RADIAL. https://prezi.com/bh_sg7tc0pzp/organizacion-radial/.
- García, L. (2001). Manuales Elementales. http://www.bvsde.org.ni/Web_textos/INIFOM/INIFOM0005/Manualdemercados.pdf.
- Gardey, A. (2015). Actividad comercial . <http://definicion.de/actividad-comercial/>.
- Gasteiz, V. . (2017). Rehabilitación y arquitectura del Mercado de Abastos de Vitoria-Gasteiz. <http://barcenayzufiaur.com/rehabilitacion-arquitectura/>.
- Gutierrez, J. (2009). ORGANIZACION ESPACIAL. <http://jg-arqui.blogspot.com/2009/10/organizacion-lineal.html>.
- Heraldo, E. (2014). De plaza a mercado Colon. Heraldo.
- Heraldo, E. (2014). De plaza a mercado Colon. <http://www.elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2014-09-25&seccion=Ciudad¬icia=45646>.
- Herrera, Y. (2011). Introcucion a la arquitectura. <http://ahoraarquitectura.blogspot.com/2011/04/funcion-contexto-estructura-espacio.html>.
- HISTORIA DE LOS MERCADOS . (2012). <http://zula89mercado.blogspot.com/>.

- Hora, L. (2009). Plaza Urbina, una obra progresista. http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/917708/-1/Plaza_Urbina,_una_obra_progresista.html#.WPaCh4jhDIU.
- Hora, L. (Domingo, 12 de Noviembre de 2006). El parque Cevallos del futuro. Ambato: La Hora.
- INEN. (2013). MERCADOS SAUDABLES REQUISITOS . http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=documentos-2013&alias=417-norma-tecnica-ecuatoriana-inen-mercados-saludables&Itemid=599.
- JIMENEZ, M. C. (2010). Plazas de Mercado : Una Tradición Continua. REVISTA DIGITAL DE ARQUITECTURA.
- Leal, L. (2013). Fundamentos del Diseño. <http://fundamentosdeldisenio2.blogspot.com/2013/06/organizaciones-espaciales.html>.
- Los 12 mercados cubiertos más bonitos de Europa. (2015). <https://www.skyscanner.es/noticias/los-12-mercados-cubiertos-mas-bonitos-de-europa>.
- Martínez, D. (2014). Mercado La Ofelia. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/6755>.
- Merino, M. (2010). Distribucion . <http://definicion.de/distribucion/>.
- Miralles. (2005). Mercado Santa Caterina. <http://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/page/471/mercado-de-santa-caterina.html>.
- Miralles, E. (2005). MERCADO SANTA CATERINA. <http://arquitecturaespectacular.blogspot.com/2010/03/mercado-santa-caterina.html>.
- Moya, F. (2016). Diseño del espacio interior de los módulos de venta de la Asociación 9 de Octubre del Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato y su incidencia en la satisfacción del cliente al momento de adquirir el producto el producto en el año 2016. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/22998>.
- msagel. (2013). CONFORT ACÚSTICO EN LA ARQUITECTURA. <https://es.scribd.com/doc/185118591/CONFORT-ACUSTICO-EN-LA-ARQUITECTURA>.
- Nadal, P. (30 de marzo de 2015). Obtenido de elpais.com: http://elpais.com/elpais/2015/03/30/paco_nadal/1427698800_142769.html
- Olague, I. (2012). Proceso Productivo. <https://procesoproductivo.wordpress.com/tag/actividades-del-sector-primario/>.

- Ortiz, E. (18th December 2014). Los Mercados Prehispánicos del Posclásico.
- Padial, J. (2015). Que es la ganaderia. <https://curiosoando.com/que-es-la-ganaderia>.
- Perez, A. (2011). Fundamentos del diseño .
<http://alondrapg.blogspot.com/2011/11/tipo-de-organizacion-espacial-en.html>.
- Perez, A. (2011). Tipo de Organización Espacial en Arquitectura.
<http://alondrapg.blogspot.com/2011/11/tipo-de-organizacion-espacial-en.html>.
- Pérez, J. (2009). La Pesca. <http://definicion.de/pesca/>.
- Reyes, C. (2015). Rediseño de Mercado Iñaquito.
<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4972>.
- Robles, L. M. (2014). La Plaza de San Francisco en Quito: histórica locación que alberga al hotel boutique Casa Gangotena.
<https://casagangotena.wordpress.com/2014/07/14/la-plaza-de-san-francisco-en-quito-historica-locacion-que-alberga-al-hotel-boutique-casa-gangotena/>.
- Roeleveld, T. (2015). Los 12 mercados cubiertos más bonitos de Europa.
<https://www.skyscanner.es/noticias/los-12-mercados-cubiertos-mas-bonitos-de-europa>.
- Salazar, L. (2012). PUESTO DE TRABAJO.
<http://pdtgrupodos.blogspot.com/2012/10/concepto-de-puesto-de-trabajo.html>.
- Samper. (2003). El sentido urbano del espacio públicp.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74810703>.
- Samper, A. G. (7, enero-diciembre, 2003). El sentido urbano. Bitácora Urbano Territorial.
- Sheila. (2014). MERCADOS DE ABASTOS. MI DEFINICIÓN.
http://www.plazasdelmercado.com/2014/11/mercados-de-abastos-mi-definicion.html#.WVR_vWg1_IU.
- Sheila. (28/11/14). MERCADOS DE ABASTOS. MI DEFINICIÓN. Plazas del mercado, <http://www.plazasdelmercado.com/2014/11/mercados-de-abastos-mi-definicion.html>.
- Soliño, M. Á. (2016.). Bazar de las Especies, el sabor y la esencia de Estambul.
<https://planetaestambul.wordpress.com/2014/03/03/bazar-de-las-especies/>.
- Tapia, K. (2014). Confrot Luminico .
<https://es.scribd.com/doc/220499405/CONFORT-LUMINICO-Y-PSICOLOGICO-docx>.
- Thalía. (2012). Historia de los mercados.
<https://www.blogger.com/profile/14136229203591>.

- Thalía. (2012). HISTORIA DE LOS MERCADOS. <http://zula89mercado.blogspot.com/>.
- Tracey-White, J. (2004). Planificación y diseño de MERCADOS RURALES. <http://www.fao.org/docrep/007/y4851s/y4851s00.htm>.
- Ucha, F. (2017). Explotación Forestal. <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/explotacion-forestal.php>.
- Vallina, G. (2014). ORGANIZACIONES ESPACIALES. <http://arquitectura-conceptos.blogspot.com/2014/02/organizaciones-espaciales.html>.
- Velazquez, O. (2016). El Confort. <http://es.slideshare.net/oscarvelato/el-confort>.
- Villazana, G. (2014). Agricultura. <http://conceptodefinicion.de/agricultura/>.

Anexos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICO



Encuesta dirigida a los señores comerciantes del mercado NUESTRA SEÑORA DEL ELEVACIÓN de la parroquia Santa Rosa del cantón Ambato:

- Seleccione con una X una sola opción
- Gracias por su colaboración

1 ¿Piensa usted que los espacios designados para la venta de los productos se encuentran debidamente ordenados?

SI NO

2 ¿Cree usted que al momento de cambiar la distribución de los puestos de venta mejorará la organización del mercado?

SI NO

3 ¿Piensa usted que los materiales existentes del mercado en los sectores como lavanderías y mesones de comidas brindan las condiciones adecuadas para mantener los productos frescos?

SI NO

4 ¿Cree usted que es necesario mejorar el espacio de trabajo para que los comerciantes puedan brindar un mejor servicio?

SI NO

5 ¿Cree usted que es necesario mejorar las circulaciones del mercado y así poder tener un mejor desenvolvimiento?

SI NO

6 ¿Considera que se debería implementar un análisis previo a la construcción de los espacios de venta para evitar ambientes fríos?

SI NO

7 ¿Cree usted que la iluminación artificial brinda las condiciones adecuadas para poder brindar un buen servicio?

SI NO

8 ¿Piensa usted que los productos como carnes y mariscos que se venden en este mercado necesitan un espacio adecuado de refrigeración para mantenerlos frescos?

SI NO

9 ¿Cree usted que es necesario mejorar la calidad de los espacios de alimentación para poder brindar alimentos de calidad?

SI NO

10 ¿Considera usted que con la remodelación del mercado la venta de los productos mejora?

SI NO

