UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE ARQUITECTURA

"Trabajo de grado previo a la obtención del título de Arquitecto"

PROPUESTA DE RE FORMALIZACIÓN DE LA FERIA LIBRE, MERCADO "BOLÍVAR CHIRIBOGA EL PRADO".

Autor:

MIGUEL ÁNGEL YÉPEZ VALLEJO

Tutor:

ARQ. MSC. VALERIA ARROBA

Riobamba - Ecuador

Año 2019

REVISIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal del proyecto de graduación del tema: PROPUESTA DE RE FORMALIZACIÓN DE LA FERIA LIBRE, MERCADO "BOLÍVAR CHIRIBOGA EL PRADO", presentado por: Miguel Ángel Yépez Vallejo y dirigida por: Arq. MSc Valeria Arroba.

Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación, en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:

Arq MSc. Valeria Arroba
Directora del proyecto de investigación

Firma

Arq MSc. Edwin Zumba
Presidente de la mesa de Tribunal

Firma

Ing. Ángel Paredes
Miembro del Tribunal

Firma

Arq. Fredy Ruiz
Miembro del Tribunal

Firma

CERTIFICACIÓN

En calidad de Tutora del Proyecto de investigación Propuesta de Re Formalización de la Feria Libre, mercado "Bolívar Chiriboga El Prado" realizado por Miguel Ángel Yépez Vallejo, certifico que: el mismo ha sido asesorado y revisado por mi persona permanentemente, por lo cual, dicho proyecto está listo para su revisión y defensa.

Riobamba, 18 de febrero de 2019

Arq. MSc. Valeria Arroba

DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

DERECHOS DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Investigación, nos corresponde exclusivamente a: Miguel Ángel Yépez Vallejo autor, Arq. Valeria Lizbeth Arroba Medina Directora del Trabajo de Investigación y el patrimonio intelectual de la misma Universidad Nacional de Chimborazo.

Miguel Angel Yépez Vallejo
C.I. 060325531-6

AGRADECIMIENTO

Un logro no es de una sola persona sino de todos aquellos que suman esfuerzos para concluirla.

Agradezco;

A mi familia, amigos, docentes y a todas las personas que de alguna manera han sumado con su aliento diario un gran impulso, con el cual he llegado a concluir de forma satisfactoria esta meta.

En especial a mi tutora Arq. Valeria Arroba por su apoyo, quien supo guiarme con sabiduría y dedicación, todo este tiempo motivándome a concluir el presente trabajo con éxito.

A todos gracias totales!..

DEDICATORIA

A Dios por nunca abandonarme y permitirme vivir.

A mis padres, quienes siempre me apoyaron e impulsaron a conseguir este logro, a ustedes mi respeto y admiración.

A mi esposa amada por ser mi apoyo incondicional.

A mi hijo por ser el motivo de superación y a mis familiares y amigos por compartir gratos momentos en esta etapa de mi vida.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN. 1

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 3

PROBLEMA 3

JUSTIFICACIÓN 4

OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS 7

General. 7

Específicos. 7

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO 8

2.1. Bases Teóricas 8

2.2. Reseña histórica Universal de los Mercados populares. 8

2.3. Reseña histórica mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado" 10

2.4. Diagnóstico 12

2.5. Análisis de Referentes 16

CAPITULO III: METODOLOGÍA. 26

3.1. Tipo y Diseño de Investigación 26

3.2. Unidad de análisis. 27

3.3. Población de estudio 27

3.4. Tamaño de la muestra: 27

3.5. Técnicas de recolección de Datos 28

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN. 32

CONCLUSIONES 47

RECOMENDACIONES. 48

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍCAS. 49

ANEXOS. 51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.- Partido Arquitectónico, Mercado Els Encants 17

Ilustración 2.- Análisis de recorridos, Mercado Els Encants 18

Ilustración 3.- Planta Subsuelo, Mercado Els Encants - Análisis circulación horizontal y vertical 18

Ilustración 4.- Planta Baja, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical 19

Ilustración 5.- Primera planta, Alta Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical 19

Ilustración 6.- Segunda planta Alta, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical 20

Ilustración 7.- Sección, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal vertical 20

Ilustración 8.- Sección, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal vertical 21

Ilustración 9.- Perspectiva, Mercado Els Encants. 21

Ilustración 10.- Planta Baja, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical 23

Ilustración 11.- Planta Alta, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical 23

Ilustración 12.- Secciones, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal vertical 24

Ilustración 13.- Fachada y corte fachada posterior, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal vertical 24

Ilustración 14.- Abstracción mosaico de colores - cubierta, Mercado de Santa Caterina 25

Ilustración 15.- Cubierta tipo mosaico, Mercado de Santa Caterina 25

Ilustración 16.- Medios de transporte 33

Ilustración 17.- Inseguridad 33

Ilustración 18.- Momento del día para comprar 33

Ilustración 19.- Zonas de carga y descarga 34

Ilustración 20.- Congestión vehicular 34

Ilustración 21.- Invasión espacio público 35

Ilustración 22.- Tendencia 36

Ilustración 23.- Transición urbana 36

Ilustración 24.- Zonas de estancia 37

Ilustración 25.- Atención permanente 37

Ilustración 26.- Uso - comercio 38

Ilustración 27.- Permeabilidad visual 39

Ilustración 28.- Modulación 40

Ilustración 29.- Intensiones de diseño 40

Ilustración 30.- Partido arquitectónico 41

Ilustración 31.- Cubiertas 41

Ilustración 32.- Zonificación 43

Ilustración 33.- Análisis de circulación vertical 43

Ilustración 34.- Idea concepción de la propuesta de diseño 44

Ilustración 35.- Boceto sobre la propuesta de diseño 44

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1.- Encuesta a realizada a los comerciantes. 30

Tabla 2.- Encuesta a realizada a los compradores. 31

RESUMEN

A través de la historia, los mercados han sido vistos como lugares de aglomeración de gente, los cuales invadían y se implantaban en lugares abiertos, ya que al no contar con ningún tipo de control o leyes que los regulen, al ser motores de la economía local con el pasar del tiempo estos espacios han ido cambiando en su forma, más no en la sobrepoblación de comerciantes que abundan en ellos, lo cual crea: desorden, congestión, inseguridad e incluso el cuadro que presentan estos sitios afecta la *Imagen de la Ciudad*, esto repercute en que estos equipamientos sean catalogados para gente de un estatus medio – bajo, limitando y creando en muchos de los casos una barrera ideológica en las personas que ven a los mercados como lugares poco salubres los cuales no son concebidos en su gran mayoría como espacios de estancia, recorrido o visita. Por lo cual el presente trabajo se ayudará de las técnicas de investigación como mapeos, encuestas, entrevistas, revisión bibliográfica y análisis de referentes arquitectónicos, mediante lo cual se abordará la problemática del lugar que será el punto de partida para realizar la propuesta de re formalización de la feria libre, mercado "Bolívar Chiriboga - El Prado", manteniendo la esencia del mercado tradicional. Se propone cambiar la percepción de las personas sobre estos lugares, creando orden y prestando las garantías necesarias para que se desarrollen actividades complementarias con seguridad, a la vez que presten las condiciones higiénico sanitarias llegando incluso a ser lugares de interés turístico, limitándose por la dimensión del caso en estudio a la propuesta de diseño arquitectónica.

Palabras claves: Equipamiento y Espacio público, Re formalización Feria libre", Estudio y Diseño Urbano Arquitectónico, Mercados Contemporáneos.

ABSTRACT

Throughout history, the markets have been seen as places of agglomeration of people, which invaded and were implanted in open places, since not having any type of control or laws that regulate them, being motors of the economy local with the passage of time these spaces have been changing in their form, but not in the overpopulation of merchants who abound in them, which creates: disorder, congestion, insecurity and even the picture that these sites present affects the image of the city, this has repercussions in that these equipment's are cataloged for people of a medium - low status, limiting and creating in many of the cases an ideological barrier in the people who see the markets as unhealthy places which are not conceived in their great majority as spaces for stay, tour or visit. Therefore, the present work will be assisted by research techniques such as mappings, surveys, interviews, bibliographic review and analysis of architectural references, through which the problem of the place that will be the starting point to make the proposal of re formalization will be addressed. of the free fair, market "Bolivar Chiriboga - El Prado", keeping the essence of the traditional market. It is proposed to change the perception of people about these places, by creating order and providing the necessary guarantees so that complementary activities can be carried out safely, while providing hygienic sanitary conditions, even being places of tourist interest, limited by the size of the case in question study to the architectural design proposal.

Keywords: Equipment and Public space, Re formalization "Free Fair" Study and Urban Architectural Design, Contemporary Markets.

Reviewed by: Chávez, Maritza

Language Center Teacher

INTRODUCCIÓN.

El mercado popular o municipal desde hace muchos años ha sido un punto de concurrencia entre compradores y vendedores, es decir, un mercado es un espacio que dinamiza la economía de un sector por medio de la aceptación de la ciudadanía en general, por lo cual al hablar de mercado, se habla de un elemento de referencia de la cultura e identidad de la ciudad, al permitir estos equipamientos la adaptación de las ferias en donde existe mayor concurrencia de mercaderes y compradores en ciertos días específicos de la semana, los mercados en general se ven envueltos en un ambiente de desorden.

La realidad de los mercados en la ciudad de Riobamba en los días de feria no es distinta crean desorden, lo cual además de afectar a los compradores y comerciantes, no contribuyen con la imagen de ciudad. Dentro de las Ordenanza de Plazas y Mercados aprobada por el GAD Municipal Riobamba en Diciembre del 2015, consta que en estos espacios se debe regularizar el incremento de comerciantes informales, quienes invaden las aceras y calzadas de la ciudad en días de feria creando desorden en el sector.

Por esta razón se tomará como caso de estudio el mercado Bolívar Chiriboga – El Prado para analizar los componentes del problema y plantear una solución urbano arquitectónica propositiva y objetiva, este proyecto se desarrollará en dos etapas: la primera determinar los factores que generan desorden del equipamiento en estudio y el segundo por medio del diseño de un elemento urbano arquitectónico generar espacios funcionales que establezcan un orden en la dinámica diaria del sector.

Para ello se realizará una propuesta urbano arquitectónica basada en la dinámica cotidiana, en respuesta a las necesidades de los principales actores (comerciantes y compradores), en concordancia con las normativas vigentes (Ordenanza de Plazas y Mercados aprobada por el GAD Municipal Riobamba en Diciembre del 2015) así también como en las (Normas de Urbanismo y Arquitectura para El Territorio del Cantón Riobamba).

Este proyecto estará sustentado en 4 capítulos:

- Capítulo 1: Planteamiento del problema
- Capítulo 2: Marco Teórico
- Capítulo 3: Metodología
- Capítulo 4: Resultados y Discusiones.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PROBLEMA

Los comerciantes informales de la ciudad de Riobamba desde muchas décadas atrás, al no contar con espacios adecuados para el comercio, se ven en la necesidad en ciertos días de la semana de utilizar el espacio público como aceras y vías para la realización de ferias libres creando muchos inconvenientes como: desorden, congestión vial y vulnerabilidad en los transeúntes durante las horas pico y peor aún se impide la libre circulación peatonal del sector, lo cual es una realidad en todos los mercados de la ciudad.

En el mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado", al igual que los demás mercados de la ciudad se trata de combatir al comercio informal mediante el incremento de puestos o llenando los puestos vacantes mediante los trámites pertinentes que la Administración del mercado exige, sin embargo al no crecer en área el mercado y aumentar los puestos se reducen los puestos existentes y lo que es peor aún las áreas de circulación con lo que se incrementa en horas pico la aglomeración de gente, dando paso a la inseguridad.

Estas ferias no solo se crean por parte de personas de la misma ciudad, sino también de otras ciudades e inclusive de personas de otros países como en este caso de Colombia y Venezuela que son personas que por la realidad de sus países se ven obligadas a migrar. Las costumbres de los comerciantes informales se ven reflejada en cierta parte por su situación económica, quienes buscan de alguna manera solventar sus necesidades, por otra parte, por la aceptación que tienen de la población al ser atraídos por los precios bajos que ofertan. De esta

manera la ciudadanía en cierta forma incentiva a que se realicen estas ventas sin ningún tipo de control creando desorden y desfavoreciendo la *imagen de la ciudad*.

En el mercado Oriental "El Prado" además de existir este tipo de inconvenientes existe un Terminal interprovincial el mismo que influye aún más en el tráfico del sector incrementando la proliferación de vendedores ambulantes quienes comercian dentro y fuera las unidades de transporte creando desorden en su entorno y congestión vehicular, esta estación de transferencia de transporte interprovincial, intercantonal e interparroquial es inadecuada lo cual está estipulado en el "PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL" 2015-2019 de la Ciudad de Riobamba consta dentro de la MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL EJE DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL en el Subcomponente - Transporte el cual está dentro del Componente Movilidad, Energía y Conectividad.

JUSTIFICACIÓN

Las ciudades crean en cada persona experiencias diferentes, dependiendo de la abstracción del entorno que los rodea a través de sus sentidos, es así que cada individuo puede obtener una representación personal de los sitios por los cuales transite, estos hábitats urbanos a la vez se encargan de acoger o repeler a los visitantes.

(Lynch, 2008)

Observar las ciudades puede causar un placer particular, por corriente que sea la vista. Tal como una obra arquitectónica (…), todo ciudadano tiene largos vínculos con una u otra parte de

su ciudad, y su imagen esta embebida de recuerdos y significados. Los elementos móviles de una ciudad, y en especial las personas y sus actividades, son tan importantes como las partes fijas. (p.9-10)

Por lo tanto, la suma de imágenes por donde circulamos (parques, vías, plazas, mercados, etc.) nos van a determinar la identidad de la ciudad en la cual convivimos o visitamos.

El presente proyecto pretende analizar e identificar la situación actual del mercado tradicional, a partir del estudio de caso, con lo cual se pretende proponer una tipología arquitectónica moderna que no afecte la identidad comercial del mismo, sin recaer en intervenciones erradas y tendencias constructivas que no han solucionado la invasión de los espacios públicos por parte de comerciantes informales.

Como es el caso del mercado "La Condamine", que en un inicio era un mercado (plaza cubierta) de expendio de ropa al por mayor y menor, verduras, legumbres, hortalizas, tercenas, pescados, comidas, etc. al pasar de un equipamiento abierto a cerrado basado en la tipología de centro comercial, esta nueva infraestructura acogió a vendedores informales de diferentes lados de la ciudad, como la Asociación de Comerciantes de la calle Guayaquil, la Asociación de comerciantes informales mercado San Alfonso, la Asociación de comerciantes 21 de Abril, entre otras (ver anexo 1), pero se puede observar claramente que el único lugar en donde no regresaron los vendedores informales es a la calle Guayaquil, en los demás lugares como es el caso del mercado de San Alfonso luego de la reubicación de los comerciantes informales hacia el mercado La Condamine, estos espacios públicos liberados con el paso del tiempo han sido ocupados e invadidos por nuevos negociantes. Estas invasiones son debido a que no se realizan

intervenciones urbanas en los lugares abandonados por los comerciantes reubicados, en donde la ciudadanía pueda apropiarse de los mismos, al contrario estos espacios quedan libres para ser invadidos nuevamente. Por otro lado al convertirse en un lugar completamente cerrado afecta la conectividad urbana del sector obligando al peatón a realizar recorridos más largos, a la vez que al interior no existe una conectividad espacial dando preferencia a los comerciantes que se encuentran cerca de un ingreso a este equipamiento y desfavoreciendo a los que se encuentran lejos de los mismos ya que los usuarios no recorren por estos lugares que se encuentran ocultos visualmente.

La importancia del proyecto en estudio radica en re formalizar la feria libre[1] del mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado", la cual consta de 1585 comerciados catastrados en la actualidad (Alulema, 2018), mediante la conjugación de la parte funcional con la parte estructural, la propuesta de diseño pretende solucionar la problemática actual y potencializando sus fortalezas, manteniendo su esencia, sin transgredir su valor histórico y cultural, además reformar el espacio público actual el cual es vulnerado e invadido por la feria libre que se desarrolla sin ningún tipo de control, rectificando los espacios y adecuándolos a las actividades que se desarrollan en este lugar, cambiando la apreciación de las personas de este lugar una vez sea restaurado.

[1] Es el conjunto de comerciantes minoristas y mayoristas, dedicados al comercio de alimentos de origen animal o vegetal y otros artículos, y que prestan servicios de manera periódica, regular y programada, en un espacio territorial urbano habilitado. (Alulema, 2018)

OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS

General.

- Elaborar una propuesta de diseño Urbano Arquitectónica, sobre la Re formalización de la feria libre del Mercado "Bolívar Chiriboga - El Prado", en la ciudad de Riobamba.

Específicos.

- Examinar la dinámica actual del mercado, con lo cual se determinará su aspecto esencial, de manera que el diseño la potencie de una manera lógica propositiva.
- Proponer una composición formal basada en la dinámica comercial del mercado.
- Reinterpretar la función y forma de los mercados tradicionales.
- Planear funciones para los espacios liberados, fuera de los días de feria, evitando la invasión y el desorden, a través de la implementación de espacio público, de manera que los usuarios y habitantes del sector puedan apropiarse del mismo.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Bases Teóricas

De conformidad a lo estipulado en la (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo , 2017) en la política 4.10 “Promover la competencia en los mercados a través de una regulación (…) que generen condiciones adecuadas para el desarrollo de la actividad económica, la inclusión de nuevos actores productivos y el comercio justo, que contribuyan a mejorar la calidad de los bienes y servicios para el beneficio de sus consumidores” (p.79). Y en la política 5.10 “fortalecer e incrementar la eficiencia de las empresas públicas para la provisión de bienes y servicios de calidad. (…) La dinamización de la economía, y la intervención estratégica en mercados, maximizando su rentabilidad económica y social” (p.83).

Por otra parte de acuerdo a lo establecido en el (GAD Municipal del Cantón Riobamba, 2015). Dentro del componente sobre el plan desarrollo económico lo cual menciona “Inserción estratégica en el mercado nacional e internacional” (p.311), de igual manera se define el compromiso en el (GAD Municipal del Cantón Riobamba, 2015) sobre la “Apertura de nuevos espacios de comercialización (Mercado Zonal y el Nuevo Mercado Oriental)” (p.325 - 326).

2.2.Reseña histórica Universal de los Mercados populares.

Tipologías de Mercados Tradicionales

Comercio Fenicios

Comercio Egipcios

CIVILIZACIONES
Mesopotamia
Fenicios
India
China
Egipcia
SIGLOS XXX - VII a.C.

Al-Funduq al-Gidida,
Alhóndiga Nueva (Granada – España)

Broletto de Milano - Italia

EUROPA - AMÉRICA
SIGLO XII
BROLETTO - ALHÓNDIGAS

Lonja de la Seda (Interior)

Lonja de la Seda (Valencia)

ESPAÑA
SIGLO XIV
LONJAS CERRADAS

(Champagne – Brie)

FRANCIA
SIGLO XIV
FERIAS CHAMPAGNE

Centro de Exposiciones Quito

FERIAS MUESTRA
SIGLO XX
ECUADOR

Les Halles

FRANCIA
SIGLO XIX
MERCADO CONTEMPORANEO

Mercat Dels Encats (Barcelona)

ESPAÑA
SIGLO XXI
REINTERPRETACIÓN
MERCADO TRADICIONAL

SIGLOS VII a.C. al XII d.C.
CIVILIZACIONESS
Griega y Romana

Grecia Roma

Grecia -Ágora

PALAZZO, LOGIA - POSADA, LONJA ABIERTASS
EUROPA
SIGLO XIII

Posada La Pastora
(Zaragoza - Aragón – España)

Palazzo Pitti
(Florencia – Italia)

Lonja Medieval
(Zaragoza – España)

Loggia Dei Lanzi
(Florencia – Italia)

Loggia Degli Osii
(Florencia – Italia)

MERCADO PÚBLICO
ESPAÑA
SIGLO XVII

Mercat (García Garabella Núm. 6)
(Barcelona)

DECADENCIA MERCADOS TRADICIONALES
ESPAÑA
SIGLO XX

Mercado de Olavide (Madrid)

SUPERMERCADOS, CENTROS COMERCIALES
AMÉRICA - EUROPA
SIGLO XX

Supermercado Piggly Wiggly
(Tennessee – EE.UU)

Centro Comercial La Samaritaine
(Paris – Francia)

2.3.Reseña histórica mercado “Bolívar Chiriboga – El Prado”

La ciudad de Riobamba al trasladarse y reasentarse en la llanura de Tapi, en su refundación en el año de 1799, en su trazado urbanístico se puede evidenciar las plazas que existían en es el siglo XVIII, estas plazas son espacios abiertos en donde se realizaba la actividad del comercio, los mercados más antiguos son: Plaza de la Merced, Plaza de Sto. Domingo (actual parque Sucre), Plaza de San Francisco, Plaza de la Concepción y la Plaza de San Alfonso (ver anexo 2).

Por otro lado en el año de 1967 (Burgos, 1997) menciona que: existían diez mercados en Riobamba: Plaza Dávalos, Plaza General Barriga, La Estación, Mercado Román, Santa Rosa, Plaza del Camal, La Merced, La Concepción (Plaza Roja), San Alfonso y San Francisco; en los cuales se puede notar el sistema de explotación, con tintes de racismos y discriminación, al que fueron sometidos los pueblos indígenas del Ecuador (como se cita en Sandra, 2012, p 3) (ver anexo 3).

El mercado Oriental o denominado en la actualidad como Bolívar Chiriboga – El Prado tiene sus inicios de funciones aproximadamente hace 37 años por el año de 1981, al desprenderse o separarse la Terminal Oriental del mercado San Alfonso, se traslada hacia las calles Luis I. Cordovez y Tarqui, junto a quienes también se trasladan comerciantes de comidas quienes abastecían de alimentación a los transportistas y a las personas que se dirigían hacia la zona oriente de la provincia y del país, sin embargo no duran mucho tiempo y son reubicados inmediatamente a la actual emplazamiento en las calles Espejo entre Luis I. Cordovez y Espejo

el cual era un lote baldío, y el sector se encontraba en consolidación lo cual se lo puede apreciar en la siguiente ilustración (ver anexo 4).

Al asentarse en este terreno los comerciantes tuvieron litigios, por una parte por el Colegio Técnico Mixto Miguel Ángel León y por otra parte por los Srs. Logroño quienes decían ser los dueños y tener las escrituras del terreno, los comerciantes tenían que dormir en los puestos para no ser retirados mientras el municipio legalizaba estos predios, con el paso del tiempo aproximadamente hace 27 años, además de la venta de comida se da el expendio de frutas, y dos años más tarde se implementara la venta de cosas usadas y fierros los cuales no tenían un lugar en la ciudad para esta actividad junto con estos comerciantes llegan personas que se dedican a la venta de animales de granja (especies menores) y animales domésticos, estos dos nuevos usos de suelo o comercio serian la razón por la cual pasaría de un lugar de comidas y venta de frutas a ser un mercado aportando al crecimiento económico y al desarrollo del sector, al mismo tiempo al constituirse en mercado comienzan a comercializar ropa nueva y usada funcionando estos comercios todos los días de la semana.

A este mercado se lo llega a conocer popularmente como la "Plaza de las Gallinas" nombre que se lo acredita por la venta de animales como: gallinas, cuyes, conejos, perros y gatos y por la venta de cosas usadas (mercados de pulgas), otro factor que influiría en el crecimiento del comercio en este mercado fue la construcción del Centro Comercial La Condamine en donde los comerciantes mayoristas de este lugar fueron trasladados en el año de 2003 en este entonces al mercado Oriental conocido como plaza de Las Gallinas, da paso a la creación de las ferias libres en los días miércoles y sábados iniciando a invadir el espacio público como son las aceras de la avenida Luis I. Cordovez, como también las aceras y calzadas de la calle Luz Eliza Borja y la calle España las mismas que colindan con la actual Unidad Educativa Miguel Ángel León

y son aledañas al mercado, llegando a tener una gran aceptación por las personas de la ciudad, hecho que repercutiría o influenciara en el auge económico desde ese entonces hasta el año 2012, año en el cual empezaría su declive económico y se reduciría el movimiento económico los días de la semana que no son feria (lunes, martes, jueves, viernes y domingo), esto debido a que los comerciantes de fierros, mecánica industrial, accesorios de carros y ropa de segunda o usada al igual que los comerciantes de los animales de granja (especies menores) y animales domésticos, al considerar las autoridades del GAD Municipal de Riobamba que la actividad de estos comercios no es compatible con los demás comerciantes son separados y reubicados en el mercado la Esperanza 1 y 2, disminuyendo la demanda de usuarios, esta demanda disminuiría aún más en el año 2016 en donde las frecuencias de transportes Interprovinciales son reubicados en el Terminal Terrestre de la ciudad de Riobamba, dejando únicamente transportistas que se trasladan a las parroquias rurales de la ciudad, esto debido al conflicto o caos vehicular que se generan todos los días en el sector.

Al realizar estos cambios este mercado es conocido como Mercado Oriental o Mercado Bolívar Chiriboga – El Prado dejando atrás el nombre de Plaza de las Gallinas. En la actualidad la tipología de este mercado popular es una plaza en planta libre y cubierto en su gran parte, este mercado es el más grande de la ciudad en cuanto sus usuarios (ver anexo 5).

2.4. Diagnóstico

Ubicación del proyecto

El proyecto se sitúa en la región autónoma N° 3 de Ecuador, en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia Velasco, el mercado se encuentra delimitado en

sentido Norte – Sur de la ciudad por la calle García Moreno y por la calle Espejo y en sentido Este – Oeste por la Av. Luis Cordovez y la calle Luz Eliza Borja (Ver anexo 6).

Demografía

Para poder determinar a la población que va a servir este equipamiento,[2] se deberá tener en cuenta el área de influencia o radio de influencia del mismo. Los radios de influencia existen de diferentes tipos: "barrial, sectorial, zonal, ciudad y/o metropolitano" (La Ordenanza Sustitutiva a la Ordenanza N°. 3445 que contiene las Normas de Arquitectura y Urbanismo, 2003), por otra parte para determinar en cual tipo ubicarle se tomara referencia a:

(Calvillo, Peniche, & Schjetnan, 2004)

Comercio de Ciudad.- *Que es aquel al que acuden habitantes de cualquier punto de la ciudad. Una zona comercial o grupos de comercios de zona y de barrio pueden llegar a tener influencia a nivel de toda la ciudad. El comercio de ciudad abarca los siguientes tipos: Comercio especializado, comercio departamental, abastos.* (p.94)

Por lo tanto el mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado", es un equipamiento a nivel de ciudad y su demografía está dada por el registro actual máximo de usuarios alcanzados durante el día sábado en donde existe mayor concurrencia que fluctúa entre 7000 y 10000 usuarios (Alulema, 2018).

[2] El equipamiento es el conjunto de edificios e instalaciones en los que se encuentran los servicios para la atención de las necesidades básicas de la población, como son la salud, la educación, la recreación, el comercio. (Calvillo, Peniche, & Schjetnan, 2004)

Área de influencia

Se determinará dos tipos de áreas de influencia, el primero al ser el mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado" un equipamiento de comercio a nivel de ciudad, y el segundo una área de influencia directa tomando referencia a: "las distancias recomendadas de traslado hacia los equipamientos" (Calvillo, Peniche, & Schjetnan, 2004), dando prioridad a la movilidad peatonal.

De lo citado anteriormente en la demografía se determinó para este equipamiento un radio de influencia indirecto a nivel de la ciudad con un alcance máximo de 15000 m (15Km) de distancia (Ver anexo 7), este radio para los usuarios que se trasladan a realizar comprar ropa en vehículos ya sean particulares o públicos (taxis, buses) y para determinar el radio de influencia directo se tomará en cuenta el entorno mediato al cual afecta esta infraestructura, con lo cual se ha establecido un radio de influencia de 400 m a la redonda (Ver anexo 8), para las personas que se trasladan a pie, además de otros habitantes que se benefician directa e indirectamente del comercio que se genera en el sector.

Topografía

La topografía que presenta el sector claramente se puede observar desde diferentes puntos, para lo cual se analizará de forma visual desde tres sitios, en el primer lugar se puede mirar que las plataformas en donde se hallan delimitados los puestos están ubicados en diferentes niveles mediante terrazas, en el segundo lugar desde la intersección de las vías Av.

Luis Cordovez y España, por la línea de cielo del cerramiento de la Unidad Educativa Miguel Ángel León Pontón se puede denotar claramente una inclinación y por último en el tercer sitio desde la intersección de las vías Av. Luis Cordovez y Espejo por el triángulo que forma la pared de los locales del mercado entre la línea la loza, el nivel de acera inclinado y la esquina del nivel de suelo de local, se llega a la conclusión de que el terreno en donde se emplaza el mercado presenta una topografía irregular creada con una área de 8006,0361m^2 (Ver anexo 9).

Condiciones Climáticas

Solsticios y equinoccios: En el Ecuador existen dos solsticios todos los años, en el 20 o 21 de Junio es cuando el sol alcanza una inclinación la norte de 23º 27', y el de invierno el 21 o 22 de Diciembre con una inclinación al sur de -23º 27', cuando el sol alcanza el cenit en el Ecuador es durante los equinoccios el de primavera entre el 20 y el 21 de Marzo y el de otoño entre el 22 y 23 de Septiembre, la dirección por donde sale el sol es al este y se oculta al oeste (El Comercio, 2016) (Ver anexo 10).

Asoleamiento, vientos y pluviosidad: En cuanto a la dirección de los vientos es de Sureste-Noroeste con una velocidad máxima de 15Km/h, en cuanto a las precipitación anual es de 561 mm (Inamhi, 2017).

Dinámica ferial de los mercados

La ciudad de Riobamba tiene a los mercados como elementos comunes de su pasado al considerar que las dinámicas urbanas se basan originariamente en aglomeraciones de consumo,

debido a lo cual es necesario explorar la dinámica del mercado Bolívar Chiriboga – EL Prado determinando la relación que existente entre los usuarios dentro de los ámbitos: social, arquitectónico y urbanístico, identificando como estos se articulan a través del tiempo y rescatando la singularidad que ha permitido que este mercado tradicional se mantengan ante el auge de las dinámicas contemporáneas de comercio como son los supermercados y centros comerciales que acaparan la demanda creciente de consumidores, puesto que los mercados y la estructura social de la ciudad está profundamente entrelazados.

2.5. Análisis de Referentes

Mercado Els Encants.

Barcelona – España en el año 2013, realizado por un equipo multidisciplinario proyectado y dirigido por b720 Fermín Vázquez Arquitectos. Por encargo de Barcelona d'Infraestructures Municipals (BIMSA). Ayuntamiento de Barcelona.

Es uno de los mercados más antiguos de Europa teniendo su origen en el siglo XIV. A la hora de acometer el proyecto se presentaba un doble desafío: por una parte, había que mantener su carácter tradicional y, por otra, el mercado iba ser la primera pieza de la reformulación del nuevo ámbito urbano.

Huyendo del modelo de centro comercial, se ha evitado la construcción de diferentes plantas. Para ello, se ha proyectado una plataforma continua con planos levemente inclinados que se entrelazan en un bucle, generando un recorrido entre los puestos comerciales y las

pequeñas tiendas, en una experiencia similar a la de pasear por una calle peatonal. Por medio del plegado de los suelos se concilian las diferentes cotas de las calles perimetrales y se desdibujan los niveles de acceso. Una gran cubierta, suspendida a modo de palio a casi 25 metros de altura, confiere al mercado su carácter de equipamiento urbano y proporciona protección frente al sol y la lluvia, sin perder el ambiente de espacio abierto. Está cubierta se organiza en bandas de ancho variable correspondientes a crujías de pilares cuya separación responde a la presencia de calles. Un acabado de acero inoxidable pulido y dorado aligera el techo y lo convierte en un mecanismo de reflexión caleidoscópica de la ciudad hacia el interior del mercado y viceversa.

Forma.

Es un proyecto híbrido que, sin ser un edificio al uso, proporciona una fuerte volumetría, con entidad suficiente para formar la gran plaza pública. Se trata de un espacio que hace un monumento de lo popular, aporta una presencia física y confiere forma urbana, a la vez que transmite la experiencia de lo abierto manteniendo la sensación tradicional del comercio de calle.

Propuesta

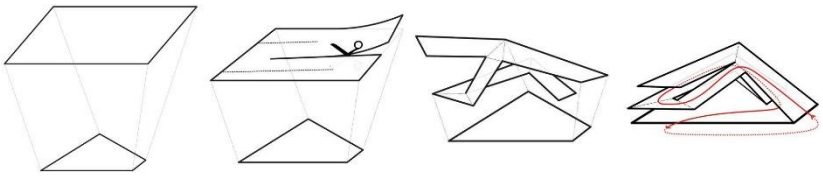


Ilustración 1.- Partido Arquitectónico, Mercado Els Encants
Editado por: El Autor

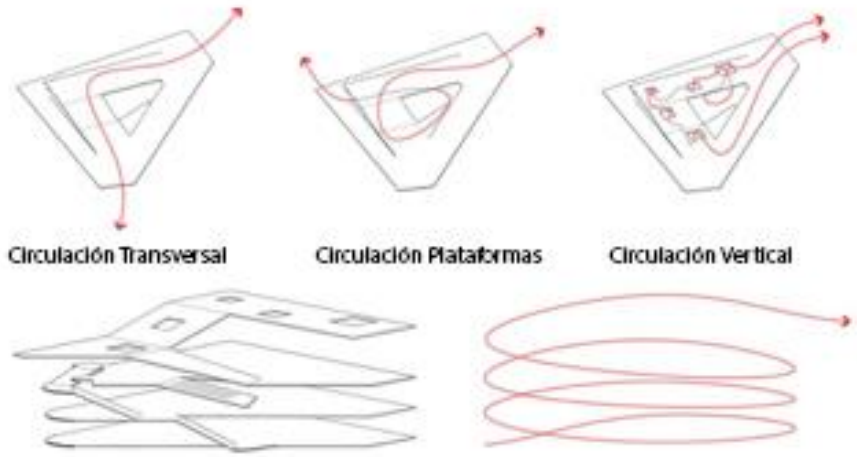


Ilustración 2.- Análisis de recorridos, Mercado Els Encants
Editado por: El Autor

Ilustración 3.- Planta Subsuelo, Mercado Els Encants - Análisis circulación horizontal y vertical
Editado por: El Autor

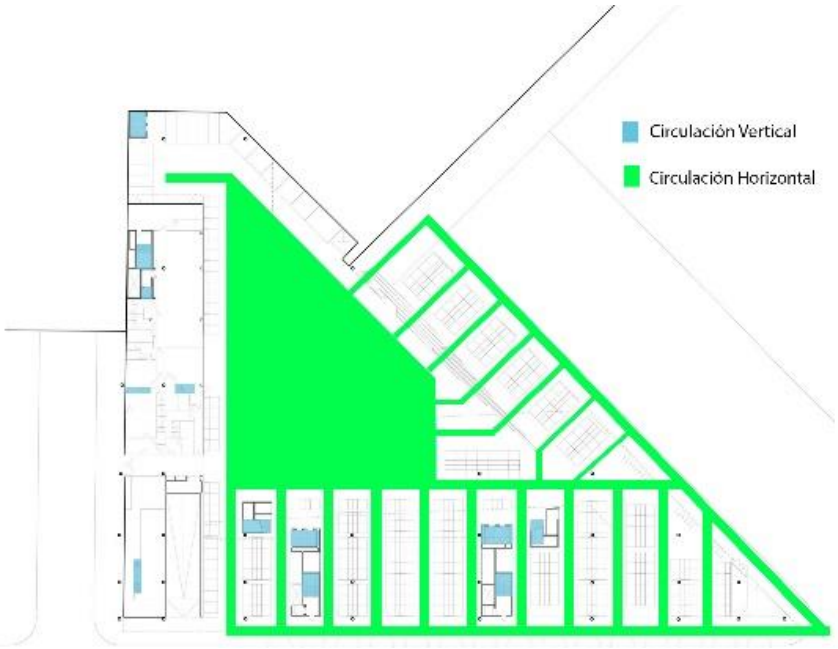


Ilustración 4.- Planta Baja, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical **Editado por:** El Autor

Ilustración 5.- Primera planta, Alta Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical

Editado por: El Autor

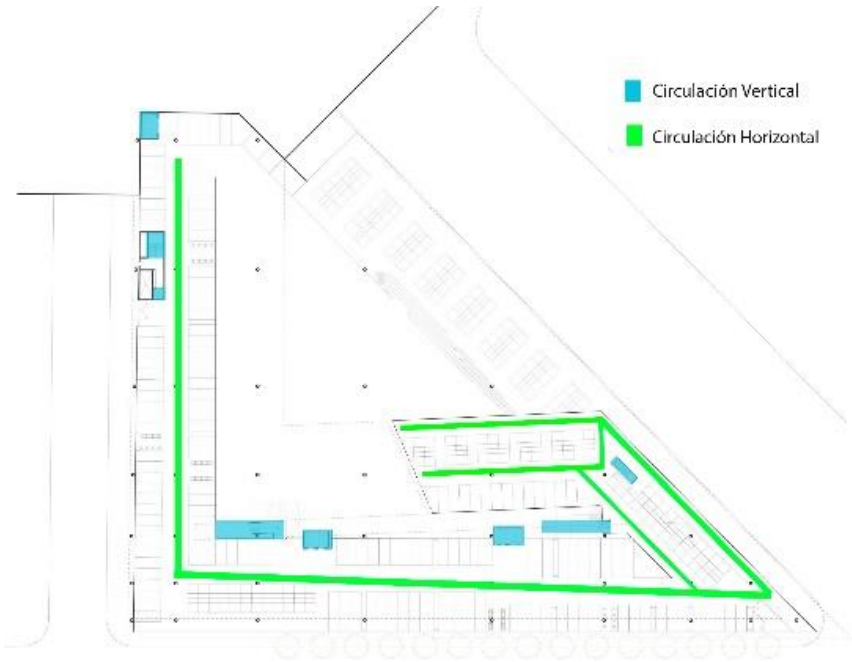


Ilustración 6.- Segunda planta Alta, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical
Editado por: El Autor

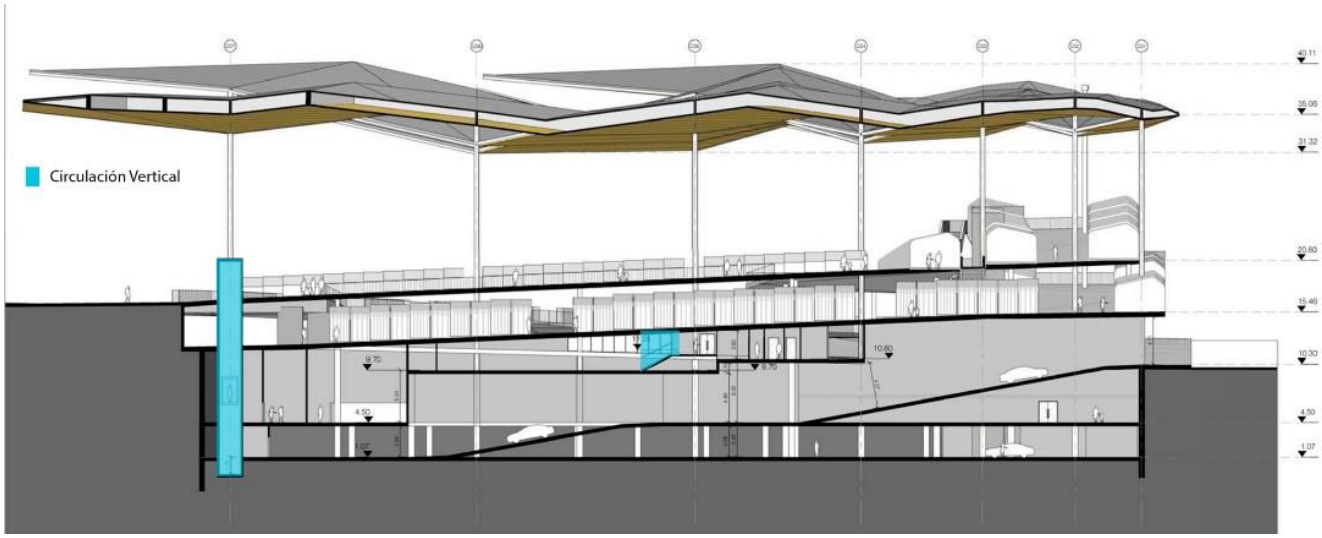


Ilustración 7.- Sección, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal vertical
Editado por: El Autor

Ilustración 8.- Sección, Mercado Els Encants - Análisis circulación peatonal vertical
Editado por: El Autor

Ilustración 9.- Perspectiva, Mercado Els Encants.
Editado por: El Autor

Mercado de Santa Caterina

Barcelona – España empezó su construcción en el año de 1997 y concluyo en el año 2005, fue realizado por un equipo multidisciplinario. El diseño a cargo del arquitectónico Enric Miralles y Benedetta Tagliabue. La espectacular cubierta de coloridos mosaicos fue diseñada por el artista Toni Comella.

Su historia comenzó en el año de 1846, con el derribo del convento de Santa Caterina, Este fue el primer mercado cubierto de la ciudad, inaugurado oficialmente en el año 1848. La propuesta superpone la nueva arquitectura sobre la vieja, las mezcla, y surge con un conglomerado, un híbrido que acentúa la utilidad y es contemporáneo.

La intervención pretende “mezclarse y confundirse” con la estructura original. Ambos propósitos se logran mediante la realización de una nueva cubierta, que envuelve la estructura y la extiende más allá del perímetro de la primera construcción. La esencia de este proyecto se basa en el diseño de su cubierta, la cual parte de la metáfora de un inmenso mar coloreado por el recuerdo de frutas y verduras. La espectacular cubierta de coloridos mosaicos se transforma en la fachada más importante del edificio, con el inconveniente de que solamente es visible desde la altura.

Forma.

Constituida por la parte patrimonial la cual es respetada en sus tres fachadas y la cubierta que es la parte que marca la volumetría de este mercado. Del antiguo edificio se conserva la fachada porticada original, reconstruida el 1988 y las paredes laterales. Sin ninguna duda la fachada principal, y elemento formal emblemático del mercado, es la cubierta ondulada y colorida, que pretende reproducir los colores de los alimentos que se pueden encontrar en su interior. Es visible únicamente des de los pisos superiores de los edificios que lo rodean, el techo les pertenece y actúa como una especie de espejismo al reflectarse en sus fachadas.

Propuesta

Ilustración 10.- Planta Baja, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical
Editado por: El Autor

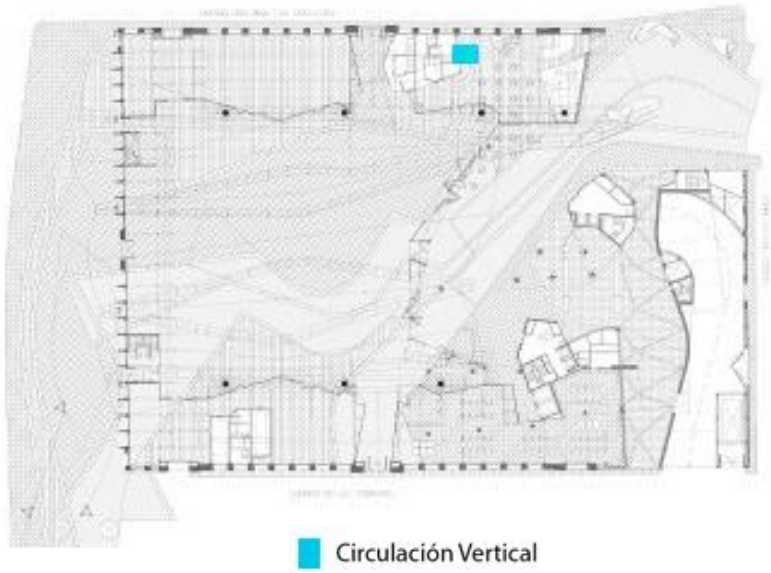


Ilustración 11.- Planta Alta, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal horizontal y vertical
Editado por: El Autor

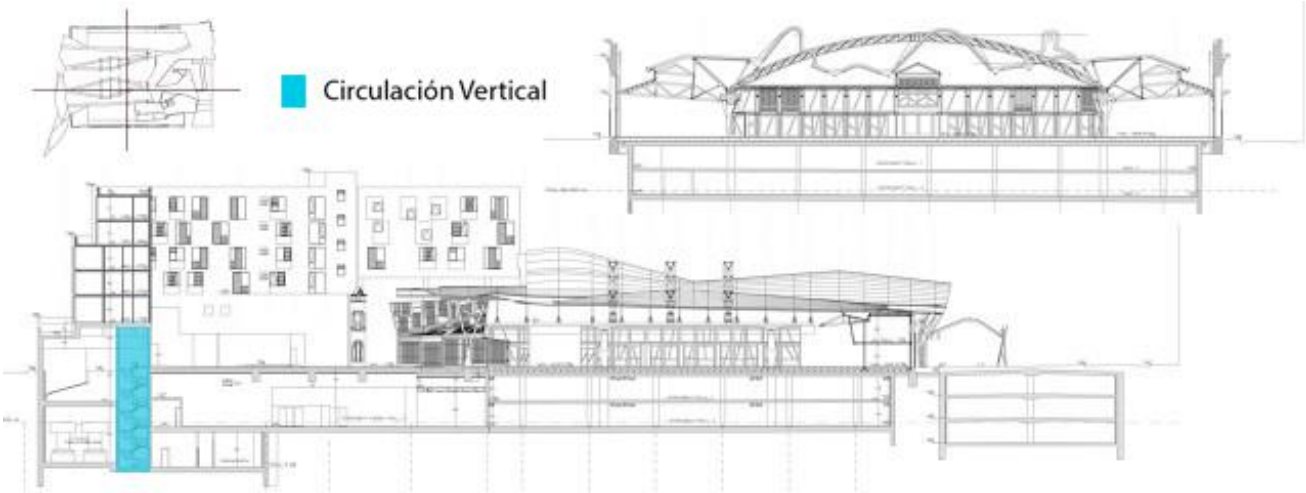


Ilustración 12.- Secciones, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal vertical
Editado por: El Autor

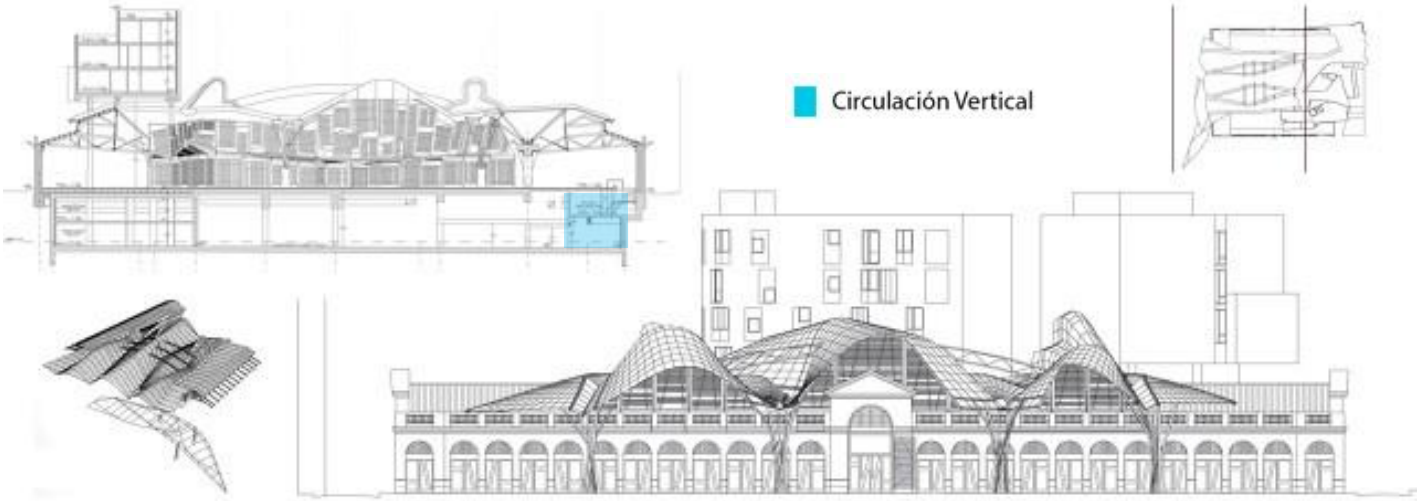


Ilustración 13.- Fachada y corte fachada posterior, Mercado de Santa Caterina - Análisis circulación peatonal vertical
Editado por: El Autor

Ilustración 14.- Abstracción mosaico de colores - cubierta, Mercado de Santa Caterina
Editado por: El Autor

Ilustración 15.- Cubierta tipo mosaico, Mercado de Santa Caterina
Editado por: El Autor

CAPITULO III: METODOLOGÍA.

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

El presente trabajo se realizará en base a la metodología planteada por Kevin Lynch y Pedro Martínez, en el primer caso, esta metodología permitirá delimitar el estudio urbano mediante la delimitación de una célula urbana dentro del radio de influencia directa de este equipamiento (Ver anexo lámina delimitación célula urbana y lámina contextual). Una vez delimitado el sector de estudio se realizara un estudio de tipo exploratorio con un enfoque en la dinámica del mercado Bolívar Chiriboga – El Prado, mediante la metodología propuesta por Pedro Martínez, la misma que se analiza en tres fases:

(Martínez Osorio, 2013).

"Fase preliminar de tipo descriptivo.- *Se revisa la información pertinente al problema utilizando como instrumentos para obtener la información la revisión documental y consultas a expertos, teniendo como criterio base la elección de documentos y casos de conveniencia, con un mayor grado de accesibilidad, que registraran la tendencia en cuanto al estado de desarrollo de la temática abordada"* (p. 56).

(Martínez Osorio, 2013).

"Fase hermenéutica.- *Con la intención de interpretar y analizar los conceptos sobre el fenómeno de estudio, de tal manera fuera posible encontrar similitudes y contrastes en los discursos, con el fin de generar categorías que ayudaran a entender el problema de estudio"* (p. 56).

(Martínez Osorio, 2013).

"Fase final para la modelización de la metodología.- *En la cual, a partir de la construcción teórica, se realizó una propuesta que implica la proyección de un modelo por seguir, en el cual vincular procesos investigativos en la proyección arquitectónica, como un aporte a la visión que se tiene sobre la práctica del proceso de concepción y producción de la arquitectura, sin dejar de lado el componente artístico y creativo propio de la disciplina"*

(p. 56).

Mediante estas 3 fases se podrá determinar la historia, la problemática y entender la dinámica del sector, así como también se podrá vincular los procesos de investigación realizados al diseño arquitectónico.

3.2. Unidad de análisis.

Dinámica ferial del Mercado Bolívar Chiriboga – El Prado.

3.3. Población de estudio

La población de estudio dada por el registro actual máximo de usuarios alcanzados durante el día sábado la cual fluctúa entre 7000 y 10000 personas (Alulema, 2018), se tomara como dato 10000 usuarios.

3.4.Tamaño de la muestra:

Se ha realizó de la siguiente manera, para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de cálculo para la muestra de población finita según (Morillas, 2008)

Datos:

N= Total de la población

đ= Varianza de la población

đ = 0.25 constante.

Z= Nivel de confianza con el que se va a dar tratamiento de las estimaciones

Z= 1.96 constante.

(N-1)= Corrección que se usa para muestras mayores a 30

E= Nivel o límite de error que varía del 1 al 9% (0,05)

n= tamaño de la muestra a determinarse.

Formula:

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

Al remplazar los valores tendremos:

$$n = \frac{10000 * (0.25)^2 * 1.96^2}{(123458-1) * 0.05^2 + (0.25^2 * 1.96^2)}$$

$$n = 95$$

De donde se tiene que el número de encuestas que a realizar es 95.

3.5. Técnicas de recolección de Datos

Las técnicas para obtener información en el presente trabajo será:

Mapeo, Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. Para entender la dinámica actual del mercado “Bolívar Chiriboga - El Prado”. Se observará la conducta humana cotidiana desempeñada en los espacios arquitectónicos y urbanos.

Entrevista, Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, se realizará al Administrador y comerciantes del mercado “Bolívar Chiriboga - El Prado”. El tipo de entrevistas que se realizará es semiestructurada, está permite preparar preguntas sobre el tema que desea hablar con el informante. Las preguntas que se realizan son abiertas. El informante puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas.

Encuesta, Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones personales interesan al investigador. El tipo de encuesta que se desarrollara es, la encuesta estructurada la misma que se realiza mediante preguntas cerradas o de respuesta múltiple en donde se mencionan al entrevistado las posibles opciones de respuesta. Pueden ser dicotómicas (2 opciones) o en abanico (3 o más opciones). Mediante esta técnica se obtendrá respuestas que responderá a la dinámica diaria de los usuarios del mercado “Bolívar Chiriboga - El Prado”, lo cual respaldara o servirán para rectificar el mapeo realizado con anterioridad.

Para lo cual se ha planteado el siguiente modelo de encuesta dirigida a los usuarios.

Tabla 1.- Encuesta a realizada a los comerciantes.

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO **FACULTA DE INGENIERÍA** **CARRERA DE ARQUITECTURA**	FICHA ________
	PROPUESTA DE REFORMALIZACIÓN DE LA FERIA LIBRE MERCADO “BOLÍVAR CHIRIBOGA - EL PRADO”.	FECHA __________

ENCUESTA VENDEDORES	SEXO		EDAD			LUGAR DE ORIGEN	DISTANCIA ZONA DE DESCARGA					TIEMPOS DE DESCARGA				DÍAS LABORABLES						
	MASCULINO	FEMENINO	18 - 24	25 -59	60 - 100	CIUDAD	ACERA FRENTE AL PUESTO	MEDIA CUADRA	UNA CUADRA	DOS CUADRAS	MÁS DE D DOS	5 A 10 min	10 A 20 min	20 A 30 min	Más de 30 min	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1																						
2																						
3																						
4																						
5																						

ENCUESTA VENDEDORES	HORARIO DE ATENCIÓN														HORAS PICO															
	4H00	5H00	6H00	7H00	8H00	14H00	16H00	17H00	18H00	19H00	20H00	21H00	24H00	2H00	5H00	6H00	8H00	9H00	10H00	11H00	12H00	14H00	15H00	16H00	20H00	22H00	23H00	1H00	SOLO EN DIAS DE FERIA	NINGUNA
1																														
2																														
3																														
4																														
5																														

ENCUESTA VENDEDORES	TIPOLOGÍA DE COMERCIO													DIMENSIONES DE ESPACIOS	HORAS DE RECOLECCION DE BASURA								OBSERVACIONES
	COMIDA	FRUTAS	LEGUMBRES	VERDURAS	TERCENA	CALZADO	COSMETICOS	COSAS USADAS	JUGUETES	LIBROS	TEGNOLOGÍA	ROPA	OTRO	INTERACCIÓN FUNCIONAL	7H00 A 9H00	9H00 A 11H00	11H00 A 13H00	13H00 A 15H00	15H00 A 17H00	17H00 A 19H00	19H00 A 21H00	21H00 A 23H00	
1																							
2																							
3																							
4																							
5																							

Tabla 2.- Encuesta a realizada a los compradores.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTA DE INGENIERÍA
CARRERA DE ARQUITECTURA

PROPUESTA DE REFORMALIZACIÓN DE LA FERIA LIBRE
MERCADO "BOLÍVAR CHIRIBOGA - EL PRADO".

FICHA _____

FECHA _____

ENCUESTA CONSUMIDORES	SEXO		EDAD						DOMICILIO	MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILÍZA				TIMEPOS DE TRASLADO				MERCADERIA QUE PREFIERE COMPRAR EN ESTE LUGAR												FRECUENCIA									MOMENTO DEL DIA PARA COMPRAR				MOTIVACIÒN DE COMPRA					INSEGURIDAD				OBSERVACIONES
	MASCULINO	FEMENINO	0 - 4	5 - 12	13 - 17	18 - 24	25 -59	60 - 100	LUGAR DE DONDE SE TRASLADA	A PIE	BUS	TAXI	PARTICULAR	5 A 10 min	10 A 20 min	20 A 30 min	Más de 30 min	COMIDA	FRUTAS	LEGUMBRES	VERDURAS	TERCENA	CALZADO	COSMETICOS	COSAS USADAS	JUGUETES	LIBROD	TEGNOLOGÍA	ROPA	OTRO	TODOS LOS DIAS	PASANDO UN DÍA	A LA SEMANA	QUINCENAL	CADA 3 SEMANAS	CADA MES	CADA 2 MESES	CADA 3 MES	OTRA	MADRUGADA	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAYOREO	OFERTAS	PRECIOS BAJOS	VARIEDAD	CERCANIA	ALTA	MEDIA	BAJA	NINGUNA	
1																																																					
2																																																						
3																																																						
4																																																						
5																																																						
6																																																						

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

La investigación que se analiza a continuación se basa en el estudio de la dinámica comercial actual existente del mercado actual Bolívar Chiriboga – El Prado, dentro de la estructura urbana del sector, pudiendo apreciar los diferentes enfoques de estudio aplicados tanto desde el aspecto urbano, arquitectónico, social y económico, permitiendo aplicar las metodologías, métodos y técnicas descritas con anterioridad. A fin de poder realizar una adecuada caracterización y evaluación de la lógica interna con la que ha venido funcionando el mercado, rescatando lo positivo y determinando los factores que determinen la problemática de este equipamiento.

A continuación se procederá a indagar los datos obtenidos como resultado de la aplicación de las diferentes técnicas de investigación empleadas, (mapeo, encuestas, entrevistas)(Ver anexos) y posteriormente determinar como resultado los parámetros de diseño a los que se llegaran una vez entendida la dinámica del mercado y los principales problemas que este presenta.

RESULTADOS DINÁMICA FERIAL

GENERALIDADES

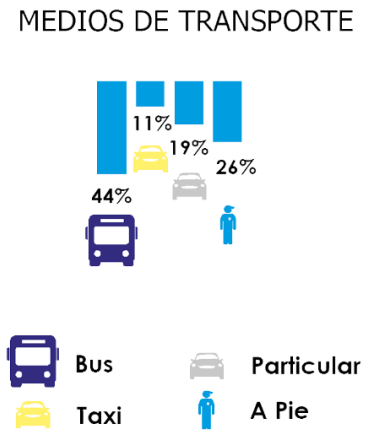


Ilustración 16.- Medios de transporte
Elaborado por: Miguel Yépez

El medio de transporte más utilizado para dirigirse a este mercado en la actualidad es el bus debido a que por el sector pasan 4 líneas de buses urbanos, sin embargo también se puede llegar mediante taxi, vehículos privados o a pie (Ver anexo gráfico estadístico 1).

Principlamente en el día sábado de ferial el comercio es constante durante las 48 horas, ya que dependeindo del horario de funcionamiento de cada plataforma, la actividad económica se mantiene (Ver anexo gráfico estadístico 2 y gráfico estadístico 5).

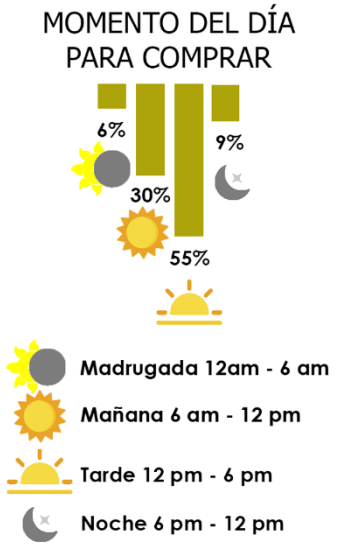


Ilustración 18.- Momento del día para comprar
Elaborado por: Miguel Yépez

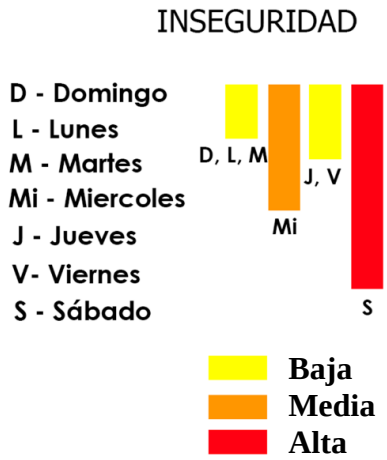


Ilustración 17.- Inseguridad
Elaborado por: Miguel Yépez

La inseguridad en cuanto a asaltos se ve reflejada por la falta de conectividad visual, como se podra analizar más adelante, durante todos los días de la semana (Ver anexo gráfico estadístico 3).

Ilustración 19.- Zonas de carga y descarga
Elaborado por: Miguel Yépez

Los comerciales actualmente para poder descargar su mercaderia lo realizan junto a la acera del mercado demorandoce un tiempo estimado de 5 min, a una cuadra del mercado demorandoce un tiempo estimado de 10 min y por último la distancia máxima de desembarque es a dos cuadras demorandoce en trasladar su mercaderia un tiempo estimado de 15 min (Ver anexo láminas de análisis, zonas de parqueo y congestión vehicular).

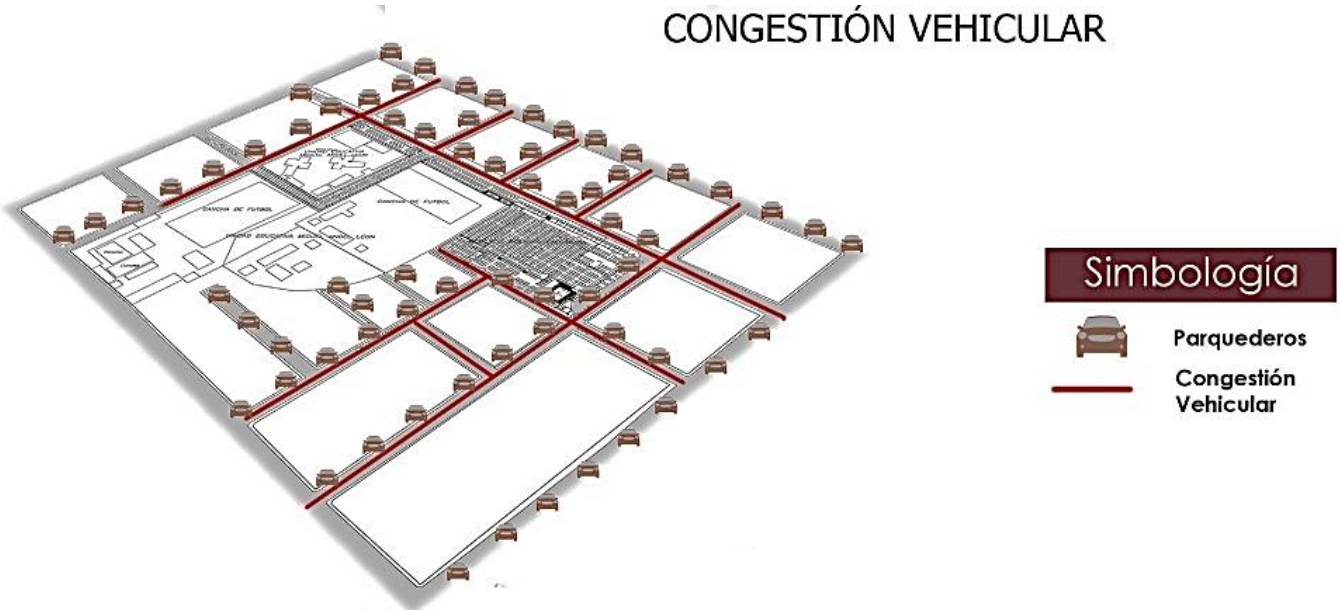


Ilustración 20.- Congestión vehicular
Elaborado por: Miguel Yépez

Al estar ocupados los parqueos de las calles y no existir una zona exclusiva de parqueaderos del mercado, los vehiculos de los usuarios crean congestión vehicular en el entorno mediato como se puede observar en la sigueinte gráfica (Ver anexo láminas de análisis, zonas de parqueo y congestión vehicular).

Ilustración 21.- Invasión espacio público
Elaborado por: Miguel Yépez

La feria libre que tiene lugar los días miércoles y sábados invaden las aceras del sector, a pesar de estar normada y regulada por el GAD Municipal de la ciudad de Riobamba esto afecta la imagen de la ciudad e incluso inpide la libre circulación de las personas, generando desorden y permitiendo a que los mercaderes informales proliferen por los alrededores del mercado e incluso ingresen al interior por ciertos lapsos de tiempo (Ver anexo láminas zonificación según el tipo de comerciante).

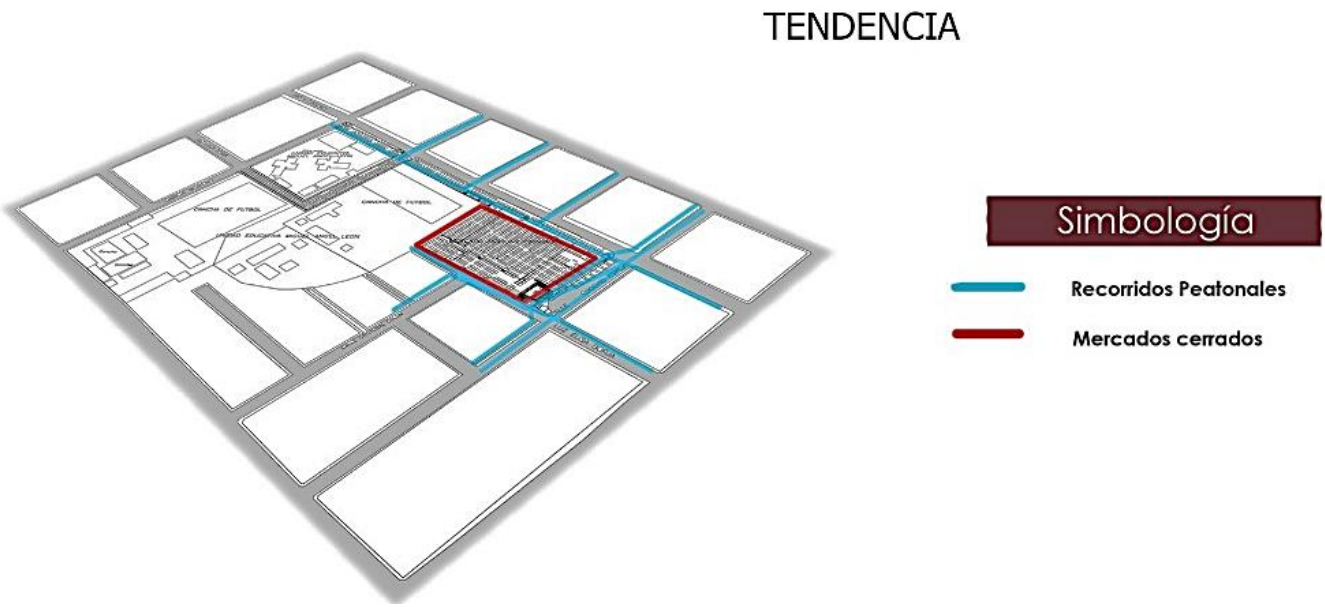


Ilustración 22.- Tendencia
Elaborado por: Miguel Yépez

La tendencia constructiva formal de las intervenciones realizadas tienden a inclinarce a convertir un mercado tradicional en centros comerciales populares, los cuales son cerrados y obligan al transeunte a realizar recorridos mas largos para poderce conectar de un lugar a otro de la ciudad como lo realizan cotidianamente en la actualidad.

POTENCIALIDADES DEL MERCADO ACTUAL

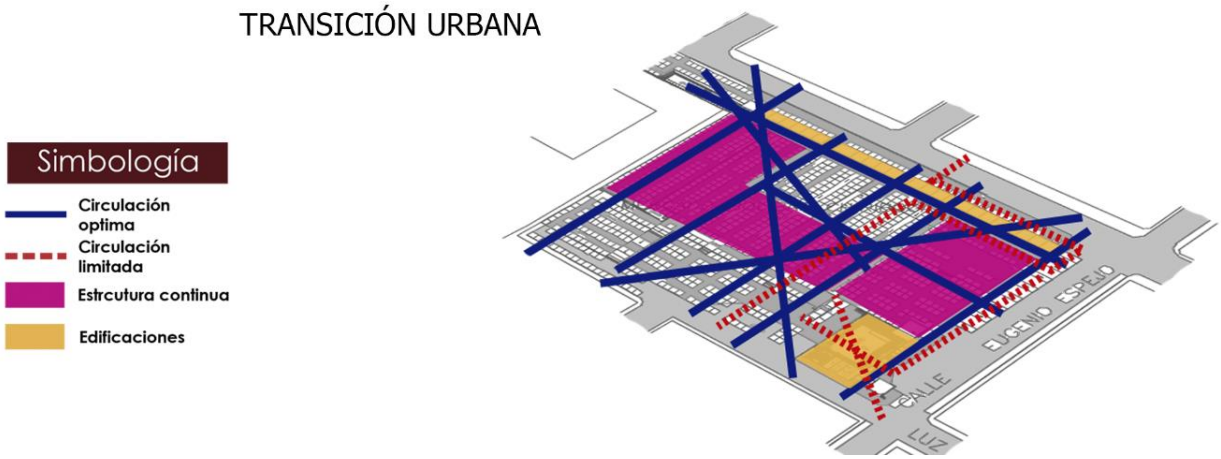


Ilustración 23.- Transición urbana
Elaborado por: Miguel Yépez

Permite la libre circulación de las personas a través de este equipamiento con lo cual facilita la conectividad urbana con los diferentes lugares de la ciudad (Ver anexo láminas de análisis social).

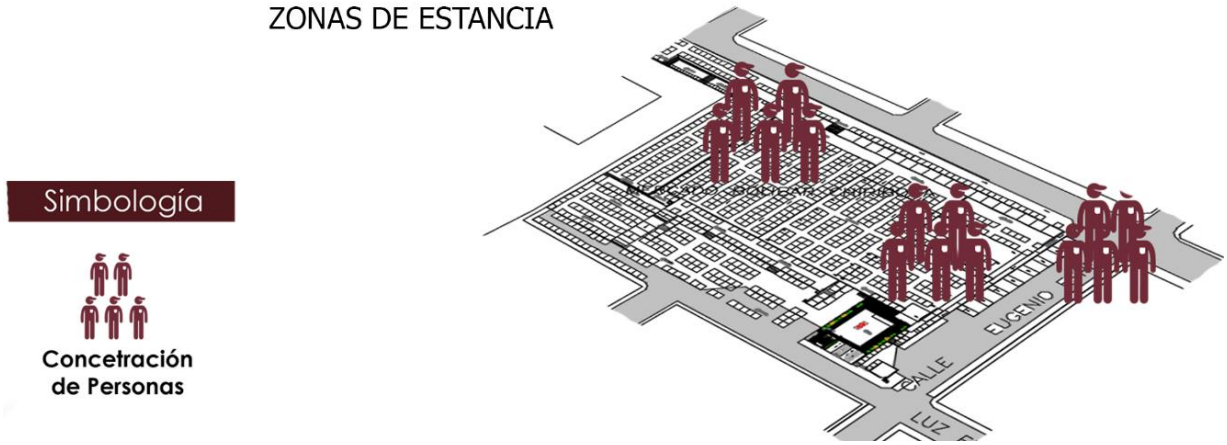


Ilustración 24.- Zonas de estancia
Elaborado por: Miguel Yépez

Favorecen a la actividad económica actual, esto debido a que al pasar por un lapso de tiempo las personas consumen las mercancías que se comercializan en este equipamiento, se han identificado tres zonas las cuales se relacionan con la Unidad Educativa Miguel Ángel León, el terminal interparroquial y las oficinas del transporte interparroquial (Ver anexo láminas de análisis social).

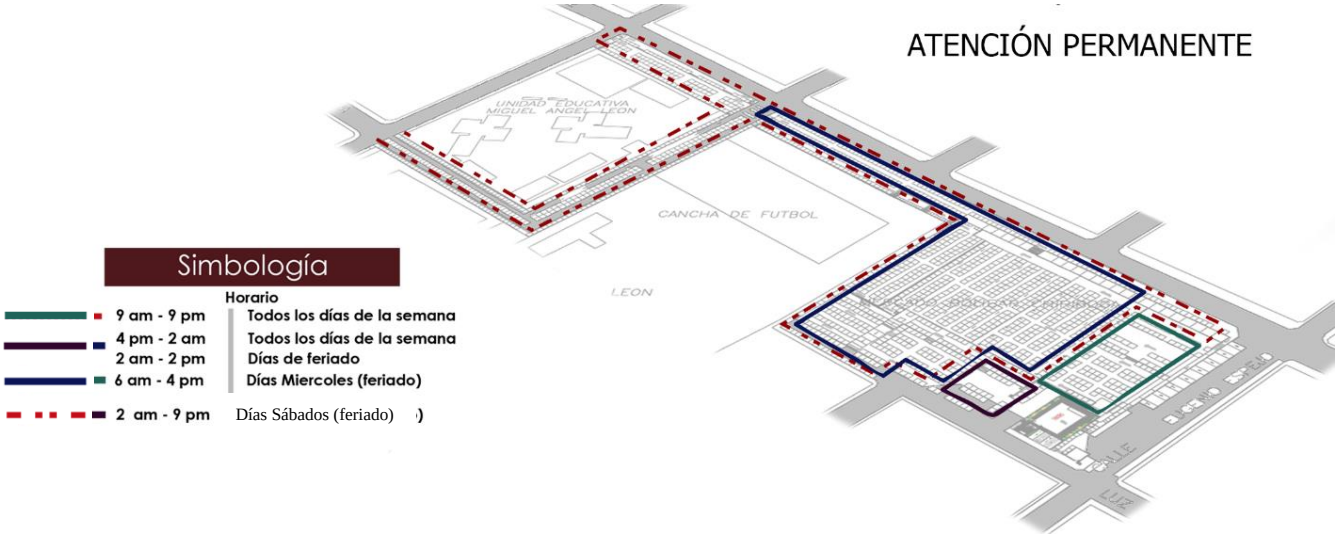


Ilustración 25.- Atención permanente
Elaborado por: Miguel Yépez

Se puede determinar que el mercado es un eje económico principal del sector ya que permanece abierto en su mayoría de 9 am a 2 am todos los días, alternándose en el tipo de comercio que se expende llegando a concretarse las actividades del viernes con las actividades del sábado, debido a que este día la dinámica ferial empieza más temprano (Ver anexo gráfico estadístico 5).

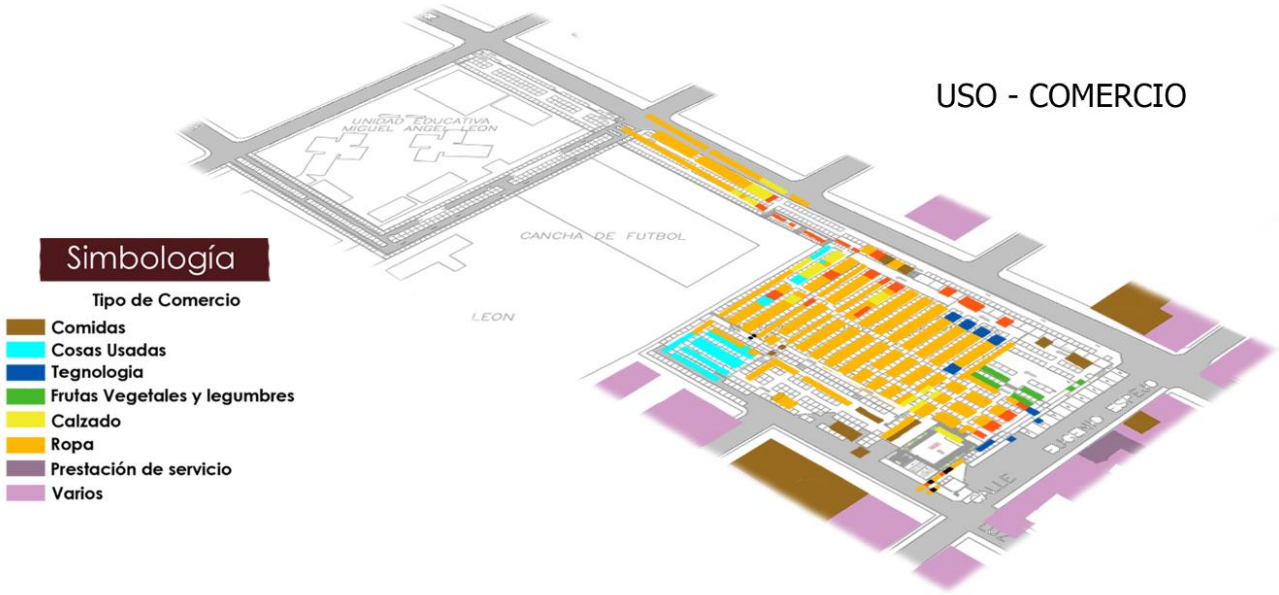


Ilustración 26.- Uso - comercio
Elaborado por: Miguel Yépez

Se puede determinar claramente el tipo de comercio existente en el sector, predominando el comercio de ropa, con lo cual se establece la singularidad del uso comercial de este equipamiento (Ver anexo láminas de intercambio).

RE FORMALIZACIÓN MÓDULO COMERCIAL

Mediante el análisis funcional de los puestos actuales del mercado (Ver anexo 11), y un análisis formal de la composición de los puestos, se puede determinar que no existe una permeabilidad visual entre todos los usuarios, (compradores y vendedores), lo cual crea inseguridad (asaltos) al interior de este equipamiento para lo cual se utiliza como recurso o elemento de diseño como es la sustracción, obteniendo una composición formal que libera visualmente el espacio y permite una conectividad visual entre todos los usuarios, del cual luego se partirá para obtener los diferentes módulos de comercio.

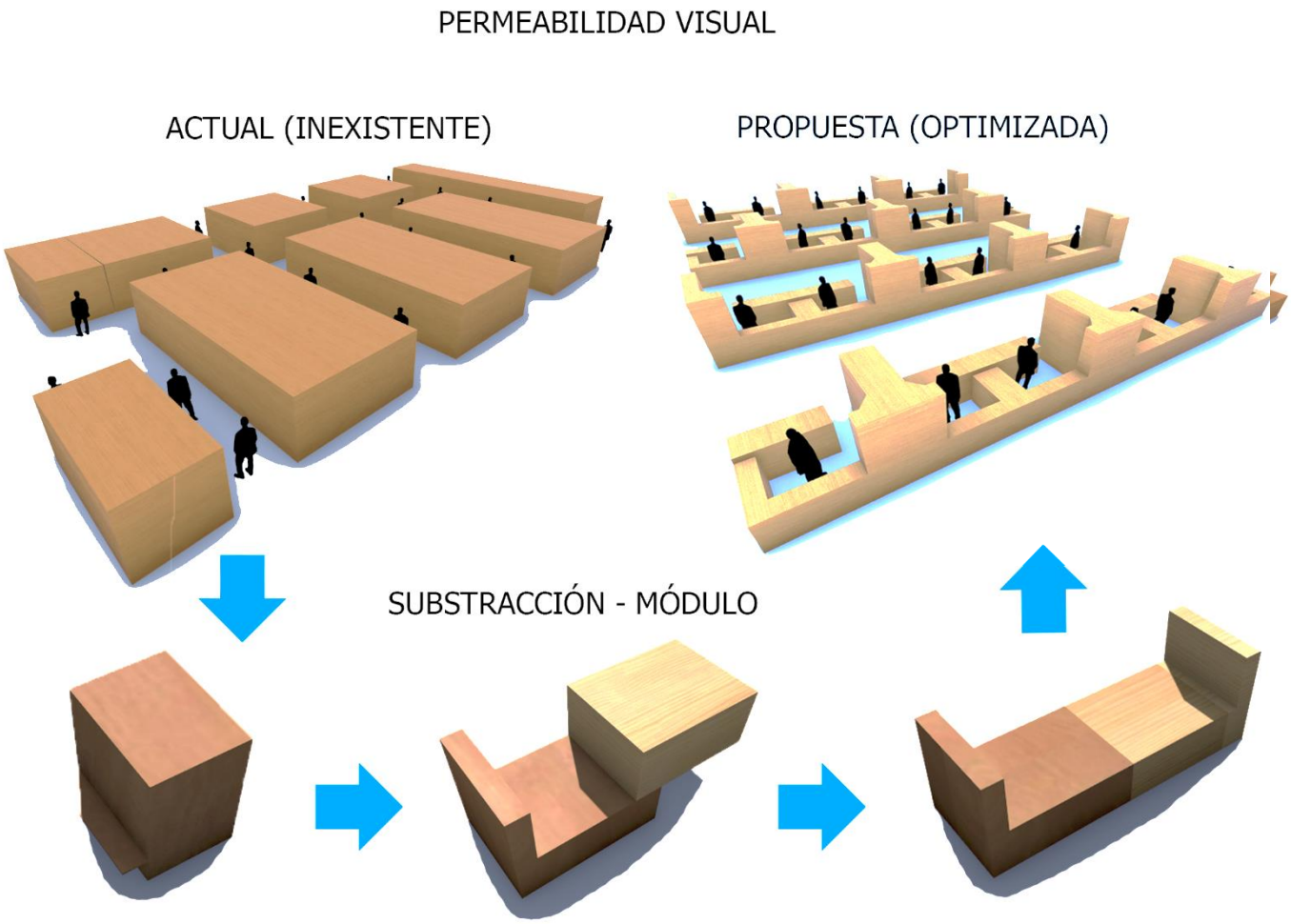


Ilustración 27.- Permeabilidad visual
Elaborado por: Miguel Yépez

MODULACIÓN

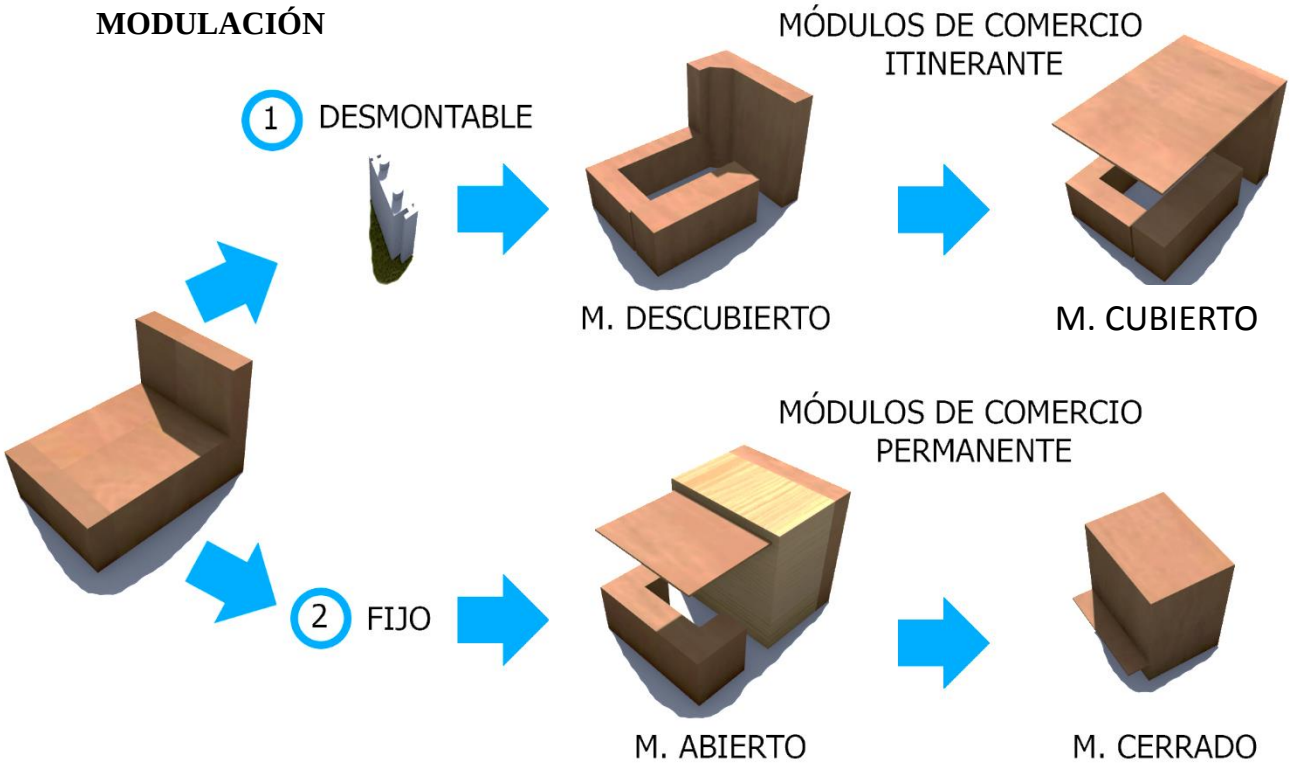


Ilustración 28.- Modulación
Elaborado por: Miguel Yépez

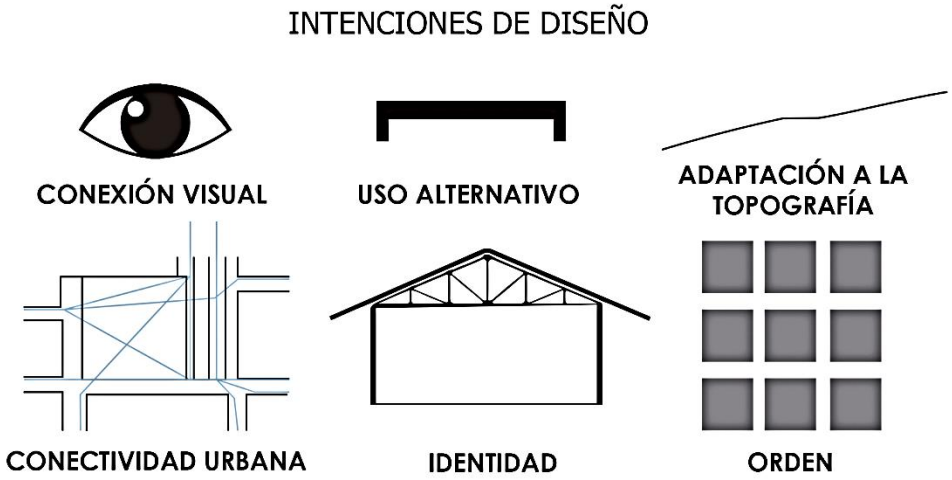


Ilustración 29.- Intensiones de diseño
Elaborado por: Miguel Yépez

Una vez analizado la problemática y las potencialidades del sector, los parámetros o intenciones de diseño mediante las cuales se partirán para la re formalización del mercado y la feria libre son: la conexión visual, el uso alterno, la adaptación a la topografía, la conectividad urbana, la identidad y el orden.

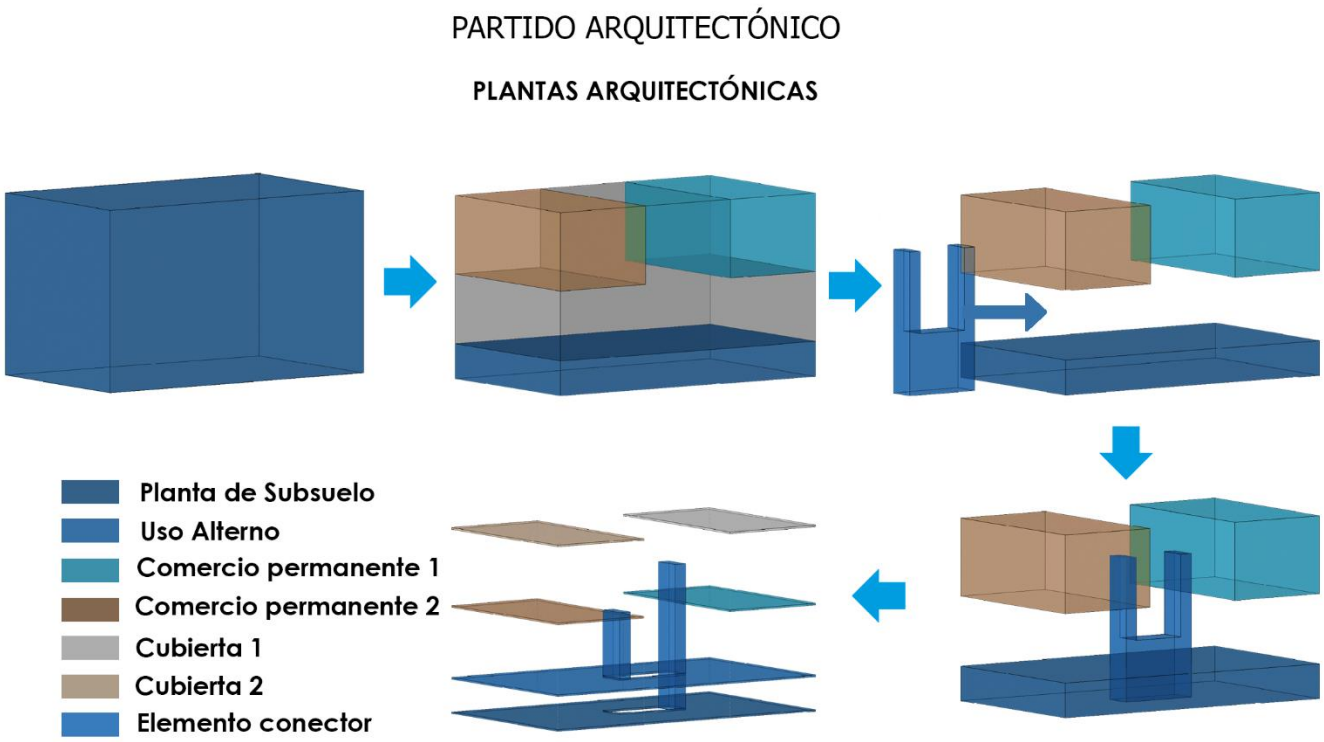


Ilustración 30.- Partido arquitectónico
Elaborado por: Miguel Yépez

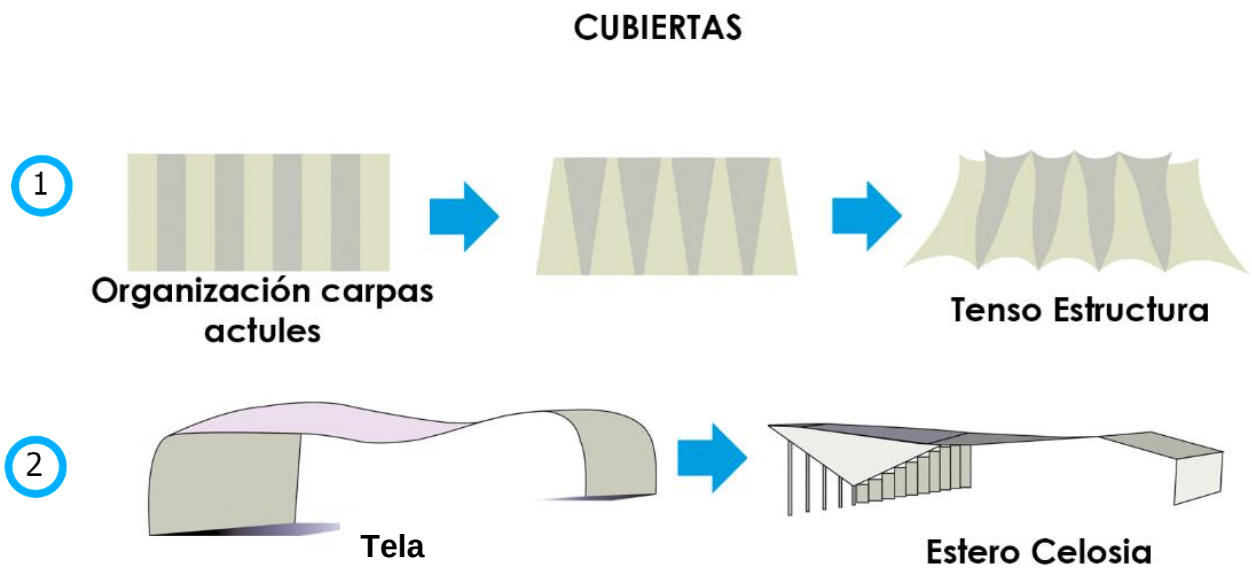
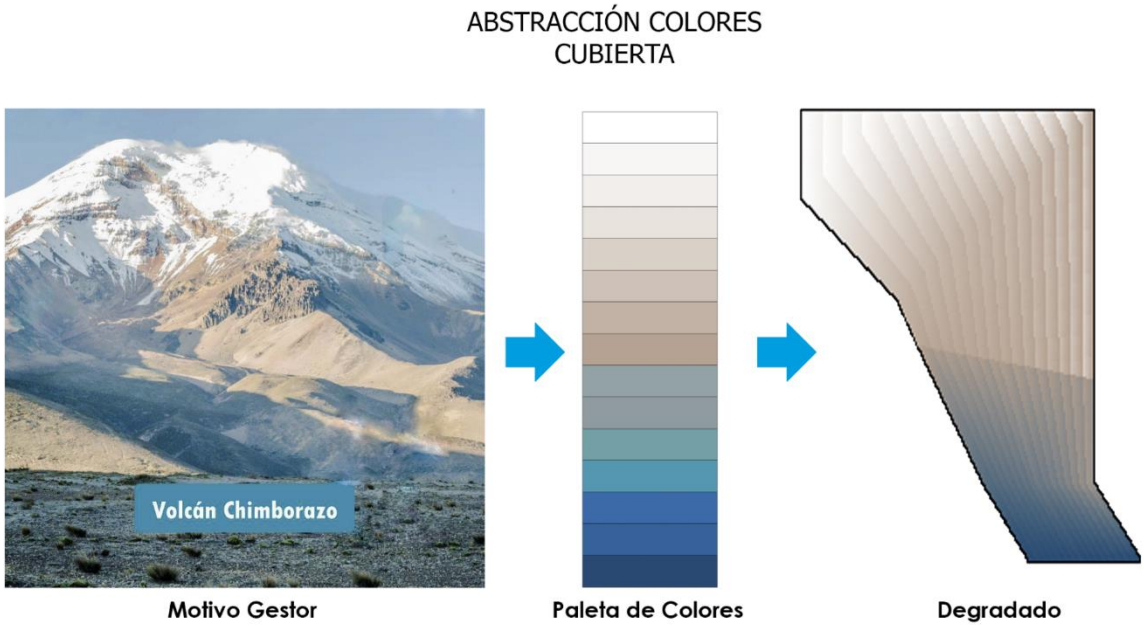


Ilustración 31.- Cubiertas
Elaborado por: Miguel Yépez

Se pretende por medio de la diferenciación de cubiertas poder identificar el uso comercial dentro de las mismas, para lo cual se proponen dos cubiertas, las mismas que al analizar la

singularidad del mercado que es la venta de ropa, se pretende que las cubiertas simbolicen el elemento básico para todo textil el cual es las telas. En el primer caso partiendo de la disposición actual de las carpas de los puestos mediante el movimiento de concibe llegar a formar una tenso estructura, y en el segundo caso partiendo de la tela como envolvente, al abstraer su movimiento mediante la composición de planos inclinados se pretende realizar una estero celosía la cual sirva de elemento conector del proyecto arquitectónico con la intervención urbana.



Dado que la cubierta tiene diferentes alturas, para obtener la cromática de la misma se ha visto acertado dotarla de una degradación de colores basada en el volcán Chimborazo, icono de la ciudad, provincia y del país a nivel mundial.

ZONIFICACIÓN

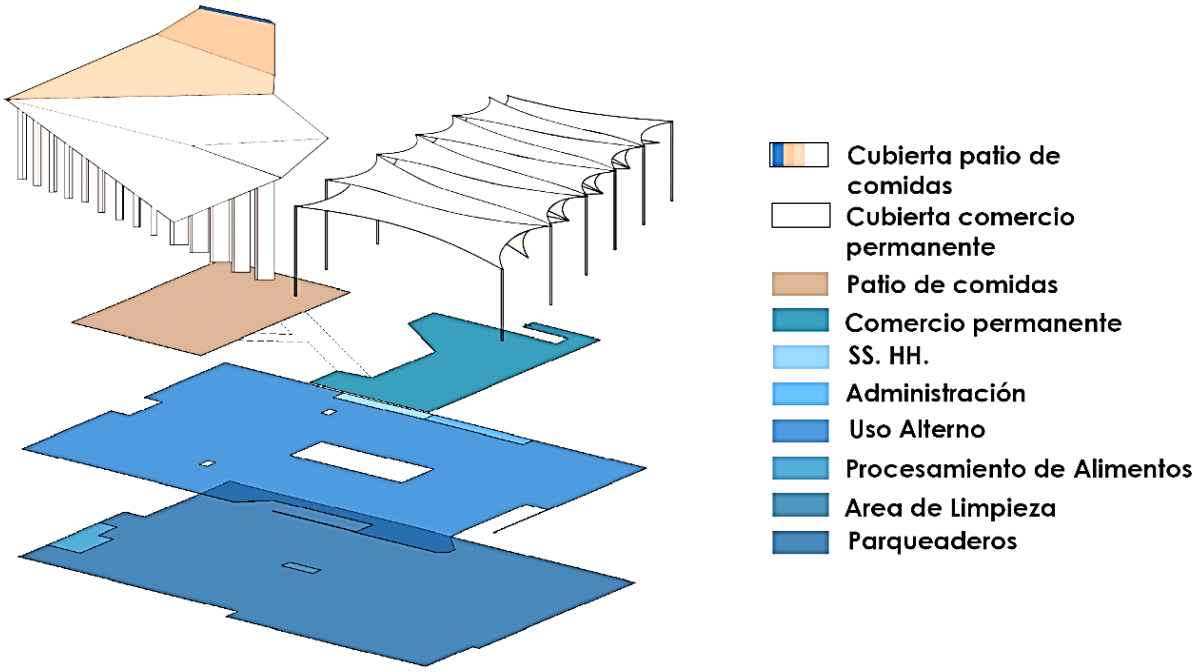


Ilustración 32.- Zonificación
Elaborado por: Miguel Yépez

ANÁLISIS DE CIRCULACIÓN VERTICAL

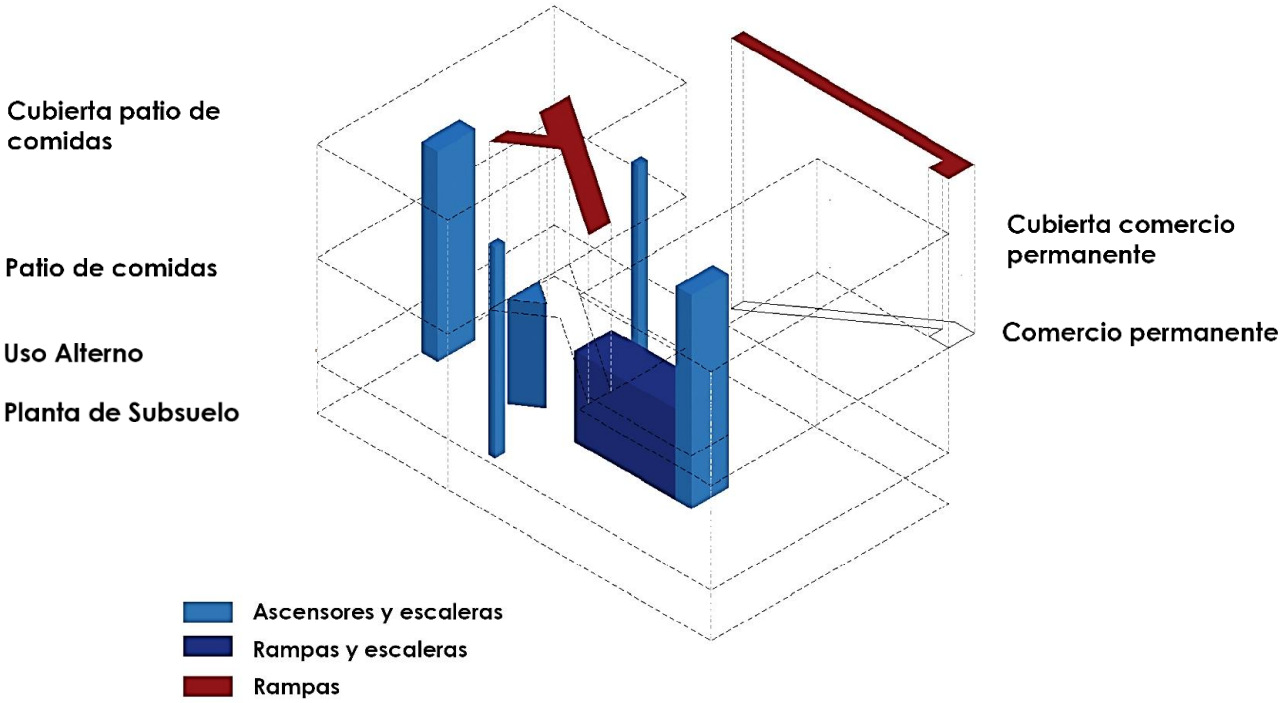


Ilustración 33.- Análisis de circulación vertical
Elaborado por: Miguel Yépez

IDEA DEL PROYECTO

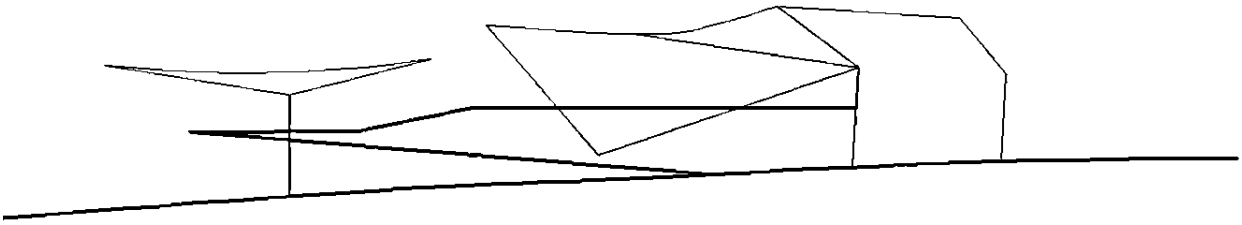


Ilustración 34.- Idea concepción de la propuesta de diseño
Elaborado por: Miguel Yépez

La propuesta de diseño se basa en la identidad del mercado tradicional, la cual es una plaza en planta libre cubierta por una estructura, se plantea en planta baja una plaza totalmente abierta, la cual permite conectividad urbana y permeabilidad visual, sobre la cual se elevan dos plazas cubiertas a diferente nivel tomando en cuenta la topografía actual de la implantación, las cuales se acoplan a la funcionalidad de los espacios permanentes y los de uso alterno manteniendo un orden establecido.

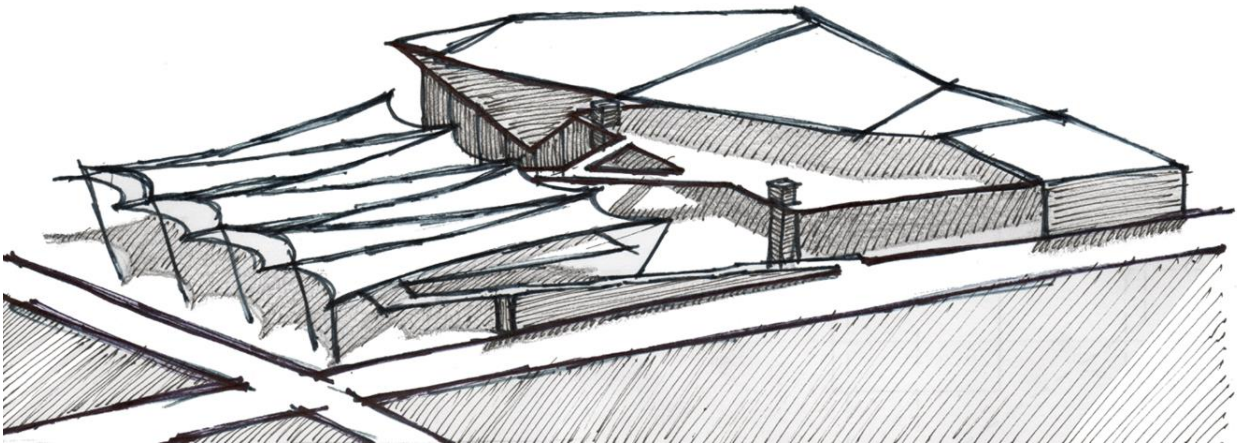


Ilustración 35.- Boceto sobre la propuesta de diseño
Elaborado por: Miguel Yépez

Discusión

La dinámica ferial del mercado Bolívar Chiriboga – El Prado, se basa en diferentes sub dinámicas; sociales, comerciales y urbano – arquitectónicas del sector, desde el punto de vista de una perspectiva investigativa, invita a desarrollar una discusión al respecto, sobre los factores que implican repensar la funcionalidad de la dinámica ferial.

- Mantener la tipología de mercado abierto, invita a reflexionar sobre como los compradores están acostumbrados a dirigirse a realizar sus compras y a transitar por el mismo, al ser un espacio abierto permita la libre circulación y no impide que ciertos lugares que están alejados de los accesos como en el caso de los centros comerciales populares este completamente abandonados, creando o beneficiando a un cierto grupo de personas, además que al mantener la tipología permite tener una mejor conexión visual del entorno físico del lugar desde cualquier punto.
- Como siguiente factor se tiene la liberación del espacio público, permitiendo una mejor circulación en los días de feria evitando el desorden actual, los nuevos espacios públicos deberán permitir la apropiación de la ciudadanía, con lo cual se impida que nuevos vendedores invadan estos lugares.
- Además se deberá mantener la conectividad urbana evitando por un lado que los transeúntes realicen extensos recorridos al tener que rodearlo.
- Una vez liberado el espacio público y al tener una conectividad urbana se deberán dotar de lugares de estancia los cuales inviten al usuario o transeúnte a detenerse en este equipamiento, fortaleciendo el comercio del sector. Además que estos lugares de estancia permitirán que el mercado se convierta en un nodo para la ciudad al permitir la concentración de gente de una manera organizada y sin conglomeraciones.

- Por último el mercado deberá mantener su esencia para que no sea transgredido, sino más bien se deberá potencializar para que no desaparezcan, producto de la nuevas tendencias comerciales que acaparan los negocios como son los centros comerciales y supermercados, es así que se deberá re formalizar el mercado, basado en la premisa de mantenerse y trascender en el tiempo como un mercado tradicional, mediante la versatilidad de sus espacios.

CONCLUSIONES

Mediante el diagnóstico de la dinámica ferial actual del mercado “Bolívar Chiriboga – El Prado”, se pudo determinar la problemática del sector así como sus potencialidades, las cuales sirvieron como parámetros de diseño y planificación para poder desarrollar una óptima propuesta que acabe con la inseguridad, el desorden y las invasiones por parte mercaderes informales.

A través de la conexión visual o espacialidad centralizada en la propuesta, permite apreciar desde cualquier punto con facilidad las diferentes zonas y comercios existentes, evitando recaer en el diseño de zonas con cero visibilidad que puedan crear un foco de inseguridad (asaltos).

La conectividad urbana, permite que el usuario pueda ingresar y transitar libremente por todos los puestos comerciales, beneficiando a los comerciantes en su actividad económica.

El uso alterno de las zonas de estancia planteadas en la propuesta permiten el desarrollo de actividades; recreativas y de ocio, evitando la invasión de nuevos comerciantes informales, y a la vez incentivando a los usuarios a participar de la dinámica comercial del mercado, mediante el consumo de las diferentes mercancías que se ofertan.

Se concluye que la propuesta de re formalización de la feria libre acopla la parte funcional del proyecto con tecnologías constructivas innovadoras, dando como resultado un nuevo aspecto formal, y a su vez reinterpretando y fortaleciendo el mercado tradicional en cuanto a su uso actual y su singularidad.

RECOMENDACIONES.

Se recomienda previo a la intervención de algún mercado tradicional, determinar la dinámica ferial del mismo, ya que no todos pueden ser intervenidos de igual manera, de esto dependerá que al realizar un estudio se determine la singularidad del mercado a intervenir, para no realizar una propuesta que cambie su identidad, ya que no solamente el mercado pierde en su historia si no pierden los habitantes y la ciudad.

Se recomienda para futuras investigaciones realizar un estudio urbano paisajista y determinar si es factible incorporar vegetación alta, media o baja la cual ayude a mitigar los efectos de radiación solar en el sector, brindando espacios de transición en donde las personas puedan protegerse.

Se recomienda continuar con un estudio más a fondo de los detalles estructurales y constructivos a detalle, ya que debido a la magnitud del proyecto se limitó en esta etapa a la propuesta de diseño urbano arquitectónica basada en el análisis de la dinámica ferial.

Se recomienda implementar una nueva metodología de estudio sobre la dinámica ferial, mediante la cual se pueda abordar e intervenir todos los mercados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍCAS.

Angeles, P. J. (2015). *Zaloamati.* Obtenido de Zaloamati: http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/4195/Ciudades_griegas.pdf?sequence=5

Briones, V. (2012). Animales Urbanos. *Opiniòn*, 62 - 63.

Calvillo, J., Peniche, M., & Schjetnan, M. (2004). *Principios de Diseño Urbano / Ambiental.* México D.F.: PAX México.

Cifuentes Utrero, F. (2015). La Lonja de Guillem Sagrera. El Salón de los Mercaderes (Tesis Doctoral). *Universitat Politècnica de Catalunya. Departament de Projectes Arquitectònics*, Cataluña.

Estevan, M. L. (2000). Días feriados a fines de la Edad Media. (C. y. Universida de Zaratoga: Departamento de Historia Medieval, Ed.) *Aragón en la Edad Media*(16), 719, 720. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de Dialnet: https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/10412

Fundación Lebrel Blanco. (2005). *Fundación Lebrel Blanco*. Recuperado el 17 de 04 de 2018, de Fundación Lebrel Blanco: http://www.lebrelblanco.com/anexos/a0104.htm

INEC. (2010). Fascículo Provincial Chimborazo. *Resultado del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*, 4.

La Ordenanza Sustitutiva a la Ordenanza N°. 3445 que contiene las Normas de Arquitectura y Urbanismo, ORDENANZA 3457 (Concejo Metropolitano de Quito 12 de 08 de 2003).

Logroño. (2006). *El Comercio en la Edad Media.* España: Instituto de Estudios Riojanos.

Logroño. (2006). *El Comercio en la Edad Media.* España: Instituto de Estudios Riojanos.

López, F. F. (2015). La Casa de la Contratación de Indias. *Dialnet, 36*(144), 169 - 171. Recuperado el 20 de 04 de 2018, de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5694078

Lynch, K. (2008). *The Image of the City* (Primera ed.). Barcelona, España: Gráficas 92, Rubí.

Martínez Osorio, P. A. (Enero-Diciembre de 2013). El proyecto arquitectónico como un problema de investigación. *Revista de Arquitectura (en linea)*, 56. Recuperado el 22 de 01 de 2018, de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125130521006

Maya, E. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación.* México D.F.

OCEANO. (1986). *Diccionario de la Lengua Española.* Portugal: MCMLXXXI, EDICIONES OCEANO - ÉXITO, S.A.

Potro, B. C. (2012). el desarrollo del comercio medieval y su repercusión en las técnicas mercantiles. Ejemplos Castellanos. *PECVNIA. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*(15), 202. Recuperado el 17 de 04 de 2018, de http://revpubli.unileon.es/index.php/Pecvnia/article/view/810

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua Española* (XXII ed., Vols. 5,7,9). España: Rotapapel, S. L.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo . (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021. Toda una Vida.* Quito - Ecuador: Senplades.

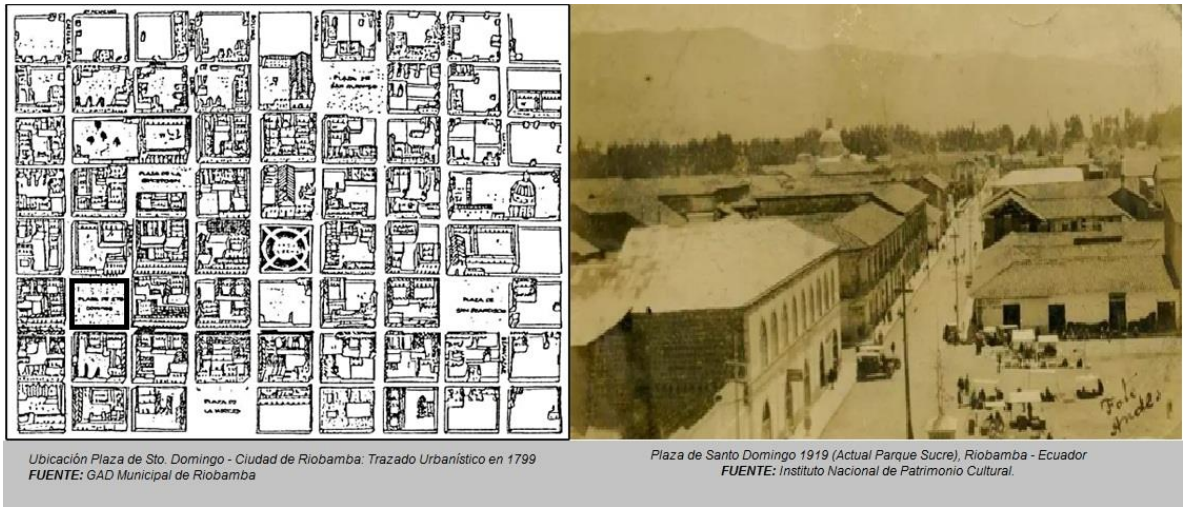
SITAC. (2003). *Arte y Ciudad.* México.

Zeballos, C. (29 de 02 de 2010). *Mi Moleskine Arquitectónico.* Obtenido de http://moleskinearquitectonico.blogspot.com/2010/01/el-foro-romano-urbanismo.html

ANEXOS.

Anexo 1.- Invasión del espacio público - Asociación de Comerciantes calle Guayaquil (año 1994)

Fuente: EL Autor.

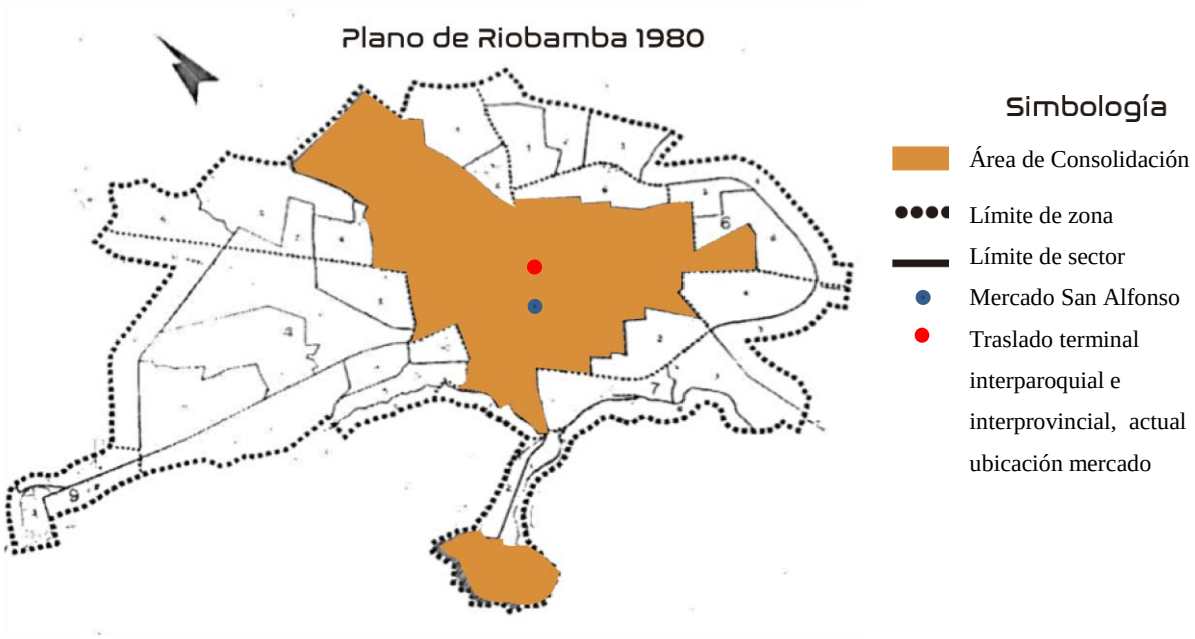


Anexo 2.- Plazas – mercados de la ciudad de Riobamba (1799 – 1919)

Editado por: El Autor.

Anexo 3.- Plaza Roja 1898 - 1908 (La Concepción), Riobamba - Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural



Anexo 4.- Ciudad de Riobamba: Área Consolidada años 80

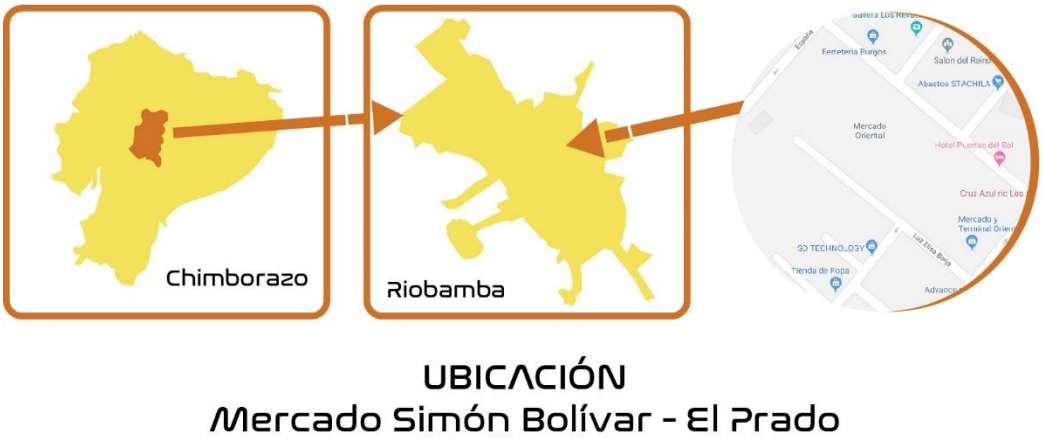
Fuente: GAD Municipal de Riobamba
Editado por: El Autor

TABLA 6. COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

MERCADO	CAPACIDAD	CATASTRADOS	VACANTES	AMBULANTES
Condamine	750	738	12	70
Víctor Proaño	354	354	5	120
Mariano Borja	150	145	5	6
Lizarzaburu	248	244	4	6
Simón Bolívar	528	520	8	15
Dávalos	275	258	17	100
Juan Bernardo de León	292	292	0	6
El Prado	1566	1566	0	120
La Esperanza 1	628	464	164	80
La Esperanza 2	264	120	144	0
Las Hierbas	93	25	0	68
TOTAL	5148	4726	359	591

Fuente: Jefatura de Mercados 2011 - PEDC - R 2025

Anexo 5.- Comerciantes de los mercados de la Ciudad de Riobamba
Fuente: Jefatura de Mercados 2011 – PEDC – R 2025
Editado por: El Autor



Anexo 6.- Ubicación mercado Bolívar Chiriboga – El Prado **Editado por:** El Autor.

Anexo 7.- Imagen satelital de Riobamba, Radio de influencia indirecta 15000m (toda la ciudad)
Fuente: Google Earth
Editado por: El Autor

Anexo 8.- Imagen satelital de Riobamba, Radio de influencia directa 400m
Fuente: Google Earth
Editado por: El Autor

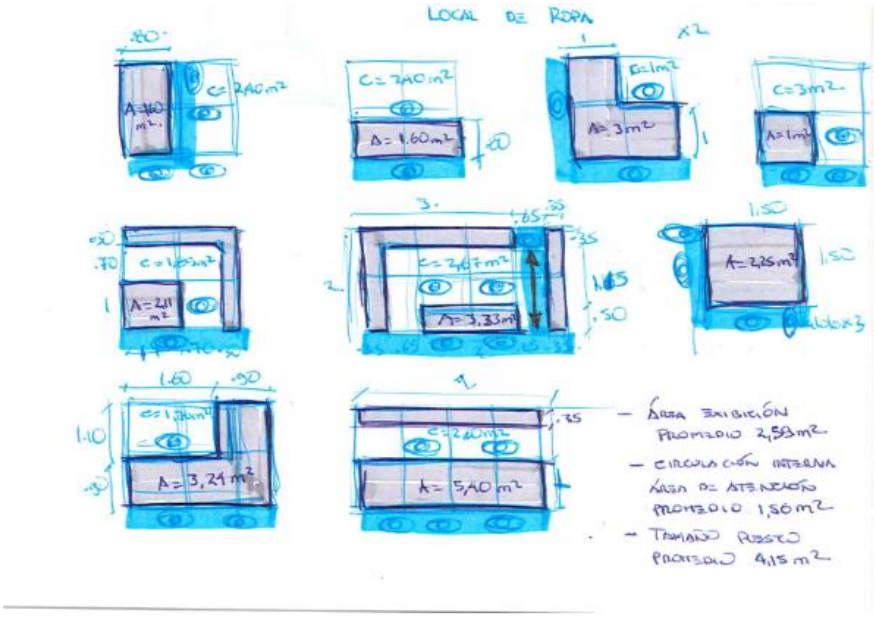
Vista de los niveles del mercado Bolívar Chiriboga – EL Prado desde la calle Luz Elisa Borja

Vista desde la intersección de las vías Av. Luis Cordovez y España, línea de cielo del cerramiento

Vista desde la intersección de las vías Av. Luis Cordovez y Espejo, pared locales comerciales

Anexo 9.- Topografía irregular creada mercado Bolívar Chiriboga – El Prado **Editado por:** El Autor.

Anexo 10.- Solsticios y Equinoccios Ecuador **Fuente:** Autor.

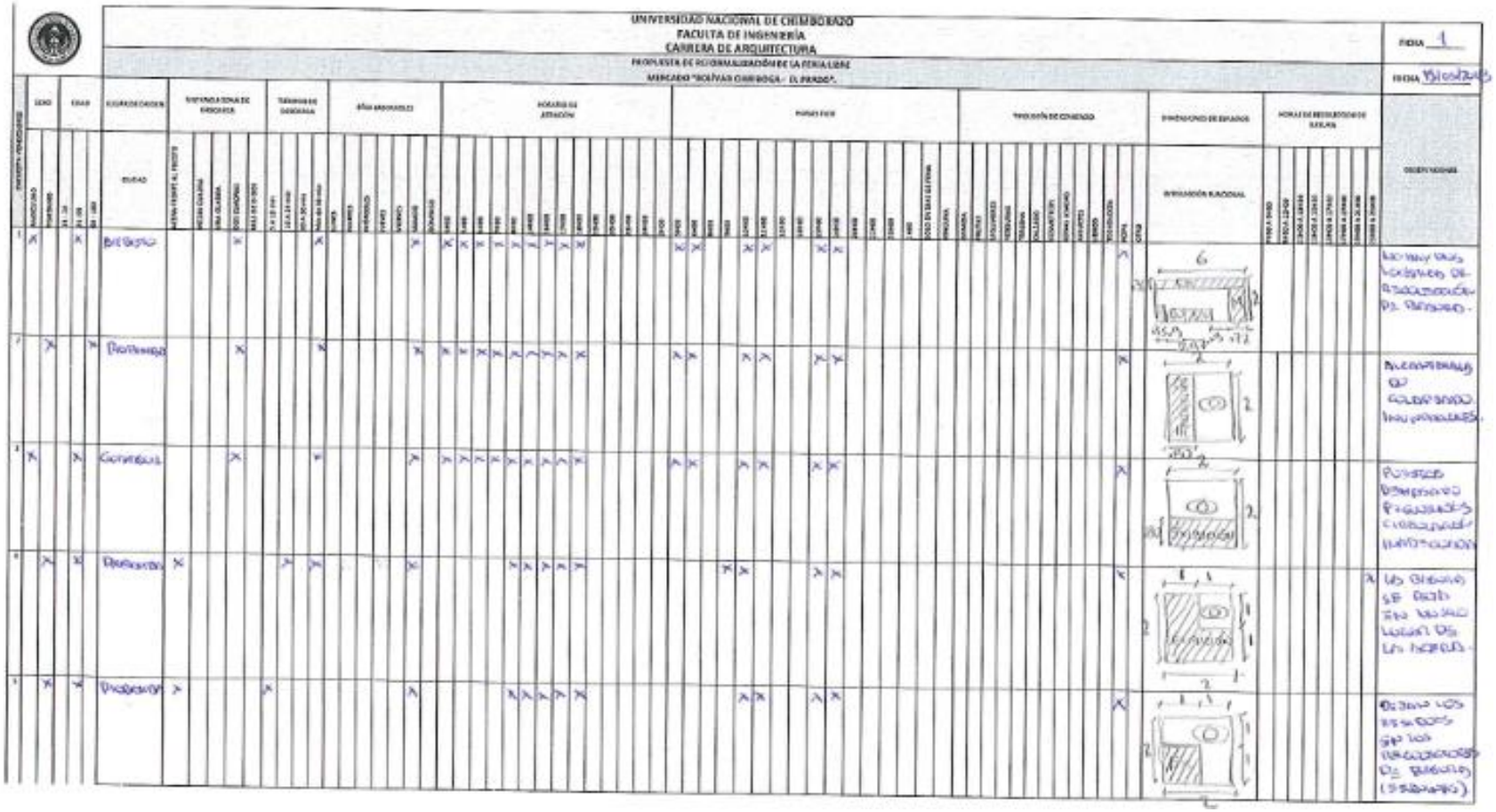


Anexo 11.- Análisis puestos de comercio actual mercado Bolívar Chiriboga – El Prado

Fuente: Autor.

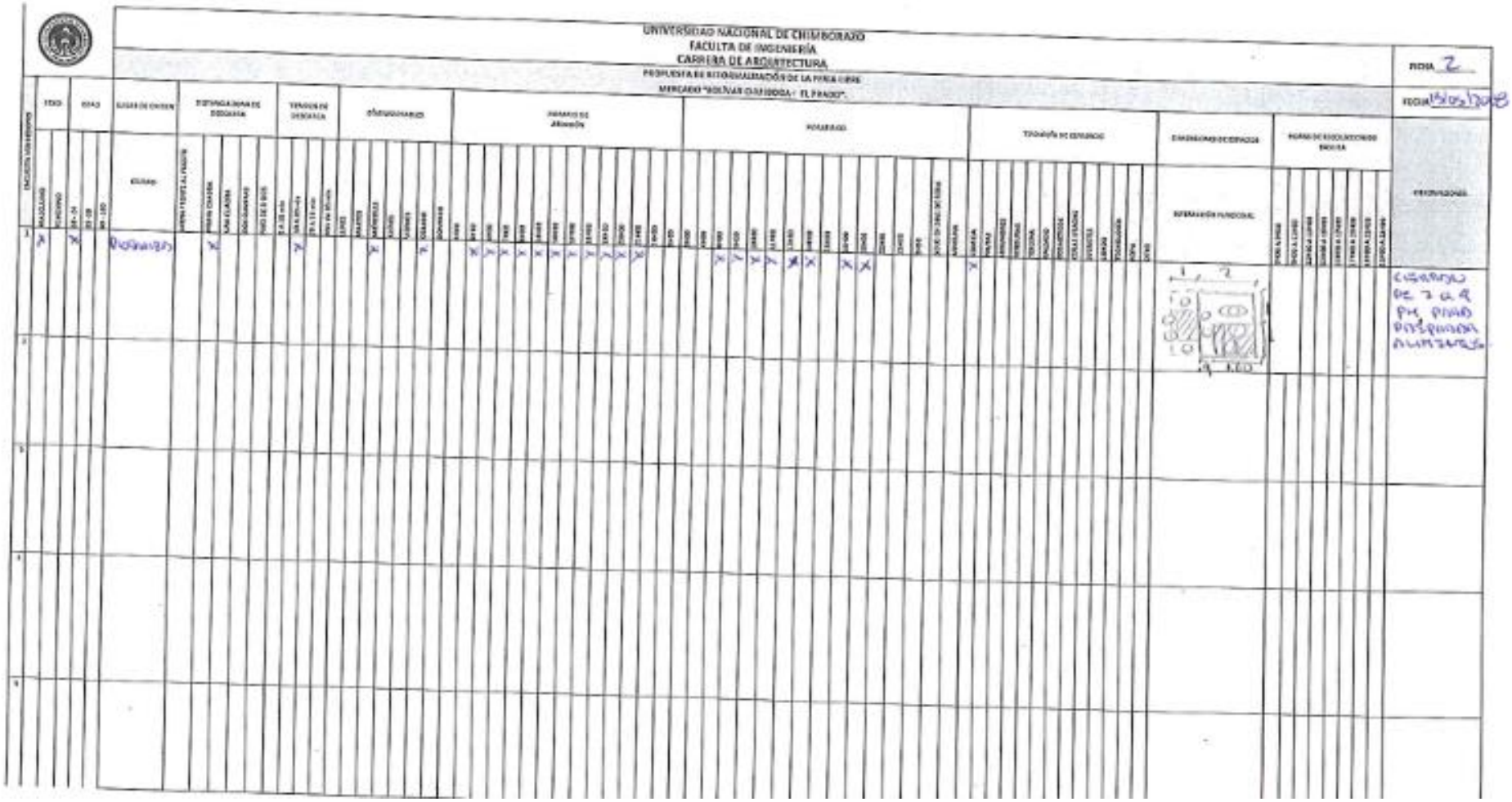
Ejemplos de encuetas realizadas

Encuestas realizadas a los comerciantes



Anexo 12.- Ficha 1 encuesta comerciantes, análisis dinámica ferial, mercado Bolívar Chiriboga – El Prado
Fuente: Autor.

Encuestas realizadas a los compradores



Anexo 13.- Ficha 2 encuesta comerciantes, análisis dinámica ferial, mercado Bolívar Chiriboga – El Prado
Fuente: Autor.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTA DE INGENIERÍA
CARRERA DE ARQUITECTURA

PROPUESTA DE REFORMALIZACIÓN DE LA FERIA LIBRE
MERCADO "BOLÍVAR CHIRIBOGA - EL PRADO".

FICHA 1

FECHA 15/04/2015

ENCUESTA CONSUMIDORES	SEXO		EDAD						DOMICILIO	MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA				TIEMPOS DE TRASLADO				MERCADERIA QUE PREFIERE COMPRAR EN ESTE LUGAR												FRECUENCIA									MOMENTO DEL DIA PARA COMPRAR				MOTIVACIÓN DE COMPRA					INSEGURIDAD				OBSERVACIONES
	MASCULINO	FEMENINO	0 - 6	6 - 12	13 - 17	18 - 24	25 - 59	60 - 100	LUGAR DE DONDE SE TRASLADA	A PIE	BUS	TAXI	PARTICULAR	5 A 10 min	10 A 20 min	20 A 30 min	Más de 30 min	COMIDA	FRUTAS	LEGUMBRES	VERDURAS	TERCENA	CALZADO	COSMETICOS	COSAS USADAS	JUGUETES	LIBROS	TECNOLOGÍA	ROPA	OTRO	TODOS LOS DIAS	PASANDO UN DÍA	A LA SEMANA	QUINCENAL	CADA 3 SEMANAS	CADA MES	CADA 2 MESES	CADA 3 MES	OTRA	MADRUGADA	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAYOREO	OFERTAS	PRECIOS BAJOS	VARIEDAD	CERCANIA	ALTA	MEDIA	BAJA	NINGUNA	
1		X					X		HOSPITAL POLICLÍNICO				X		X													X				X						X				X	X	X	X			X			MENOS INFRAESTRUCTURA
2	X						X		COLS. PACORÁ				X			X												X					X					X				X	X	X	X			X			MENOS ORGANIZACIÓN.
3	X					X			COLA. DE MANO				X				X											X				X	X					X				X	X	X	X			X			MÁS SEGURIDAD PARA NOS LLEVÁCULOS
4		X					X		LICÁN			X					X											X							X				X				X	X	X	X				X		MAYOR ILUMINACIÓN.
5																																																					
6																																																					

Anexo 14.- Ficha 1 encuesta compradores, análisis dinámica ferial, mercado Bolívar Chiriboga – El Prado
Fuente: Autor.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTA DE INGENIERÍA
CARRERA DE ARQUITECTURA

FICHA 2

PROPUESTA DE REFORMALIZACIÓN DE LA FERIA LIBRE
MERCADO "BOLÍVAR CHIRIBOGA - EL PRADO".

FECHA 19/05/2009

ENCUESTA CONSUMIDORES	SEXO		EDAD						DOMICILIO	MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA				TIEMPOS DE TRASLADO				MERCADERIA QUE PREFIERE COMPRAR EN ESTE LUGAR													FRECUENCIA								MOMENTO DEL DIA PARA COMPRAR				MOTIVACIÓN DE COMPRA					INSEGURIDAD				OBSERVACIONES
	MASCULINO	FEMENINO	8 - 4	5 - 12	13 - 17	18 - 24	25 -49	50 - 100	LUGAR DE DONDE SE TRASLADA	A PIE	BUS	TAXI	PARTICULAR	5 A 10 min	15 A 25 min	30 A 35 min	Más de 30 min	COMIDA	FRUTAS	LEGUMBRES	HORTALIZAS	TERCENA	CALZADO	COSMETICOS	COSAS USADAS	ALIMENTOS	LIBROS	TECNOLOGÍA	ROPA	OTRO	TODOS LOS DIAS	PASANDO UN DÍA	2 LA SEMANA	OCASIONAL	CADA 2 SEMANAS	CADA MES	CADA 2 MESES	CADA 3 MES	OTRA	MADRUGADA	MAÑANA	TARDE	NOCHE	NAVIDAD	OFERTAS	PRECIOS BAJOS	VARIEDAD	CERCANIA	ALTA	MEDIA	BAJA	NINGUNA	
1		X					X		LAV. LOPEZ DE VEA A GUAYAQ		X			X														X							X						X				X				X			
2		X					X		VIA A SAN JOSE A BALCAS	X				X					X									X									X									X				X			
3	X					X			LOS ALAMOS			X			X													X							X							X				X	X			X			Acontecimientos de Delincuencia
4		X					X		B.V. ETES SACHA WAYTE		X						X											X							X							X				X				X			Feria de Cultura
5		X					X		COM. CAMILO PONCE	X					X								X																		X				X				X			
6	X						X		DOLOROSA			X		X														X							X							X	X					X				X	Feria de Cultural
																																				X									X						X	No existe control Policial

Anexo 15.- Ficha 2 encuesta compradores, análisis dinámica ferial, mercado Bolívar Chiriboga – El Prado
Fuente: Autor.

Tabulación de resultados obtenidos

Al aplicar la fórmula para determinar el número de encuestas a realizar, se obtuvo que se deben elaborar 95 encuestas. Debido a que los usuarios se dividen en vendedores y compradores se elaboraron dos tipos de encuestas, una para compradores que se aplicaran en un número de 63 y otra para comerciantes en una cantidad de 32 encuestas, sumadas la cantidad realizada entre los dos tipos de encuestas dan el total de 96 encuestas que se determinó en un inicio aplicando la formula según (Morillas, 2008), por otro lado la para la tabulación de los gráficos estadísticos de las láminas de mapeo, se tomó en cuenta los mapeos realizados en borrador durante toda la semana mediante la técnica de observación.

MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA

MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA	CANTIDAD (ENCUESTA)	%
A PIE	17	26,56
BUS	27	43,75
TAXI	7	10,94
PARTICULAR	12	18,75
TOTAL	63	100,00

Tabla 1- Dinámica social - Medio de transporte que utiliza
FUENTE: Encuesta aplicada a los compradores del mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado"
ELABORADO: El Autor.

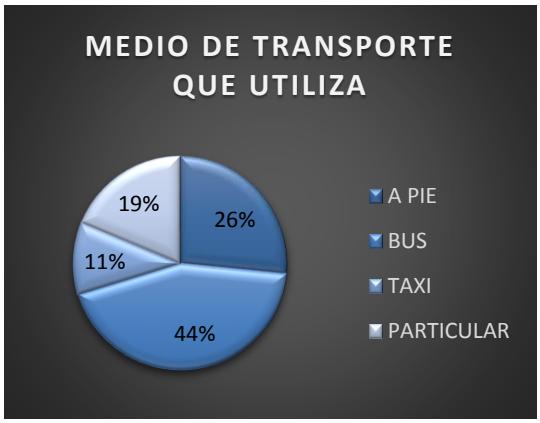


Gráfico estadístico 1.- Dinámica social- Medio de tranasporte que utiliza

Análisis. La mayoría del universo encuestado con un 43.75% afirma que se trasladan en bus desde sus diferentes hogares, ya sea bus urbano o transporte interparroquial, mientras que la minoría reflejada por el 10,94 señala que se traslada en taxi.

MOMENTO DEL DÍA PARA COMPRAR

MOMENTO DEL DÍA PARA COMPRAR	CANTIDAD (ENCUESTA)	%
MADRUGADA	5	5,95
MAÑANA	25	29,76
TARDE	46	54,76
NOCHE	8	9,52
TOTAL	84	100,00

Tabla 2.- Dinámica social-momento del día
FUENTE: Encuesta aplicada a los compradores del mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado"
ELABORADO: El Autor.

Gráfico estadístico 2.- Dinámica social-momento del día para comprar

Análisis. Del universo de 63 personas encuestados el 54.76% señala que el momento que prefiere realizar sus compras es por la tarde el cual casi dobla el segundo porcentajes de preferencias quienes realizan sus compras en la mañana, cabe indicar que las personas que compran en la madrugada son personas que compran al por mayor y solo los días sábados reflejados con un 5,95% de compradores, disminuyendo la afluencia de personas en las noches con un 9,52%.

INSEGURIDAD

INSEGURIDAD	CANTIDAD (ENCUESTA)	%
ALTA	10	15,87
MEDIA	32	50,79
BAJA	15	23,81
NINGUNA	6	9,52
TOTAL	63	100,00

Tabla 3.- Dinámica social-Inseguridad
FUENTE: Encuesta aplicada a los compradores del mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado"
ELABORADO: El Autor.

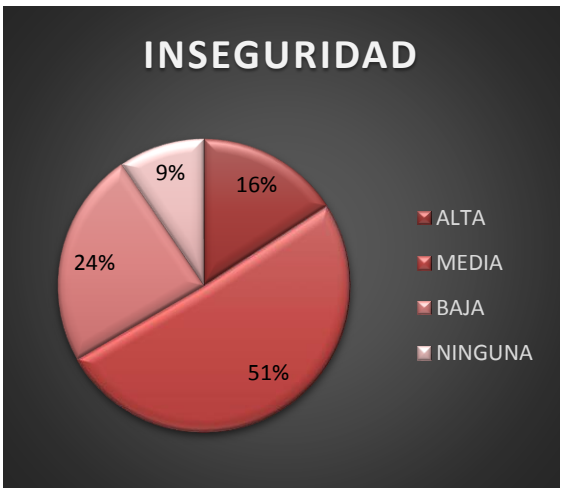


Gráfico estadístico 3.- Dinámica social-inseguridad

Análisis. Se podría decir que el mercado es inseguro ya que para que sea un equipamiento seguro el grado de inseguridad debería ser bajo y este se encuentra con un 9,52% de aceptación de los usuarios del mercado, en cambio que si se suman el nivel de inseguridad media y alta cada una con 50,79% y 15,87% respectivamente alcanzan un nivel de inseguridad del 66,66% lo cual indica un cifra preocupante de inseguridad. Lo que también es preocupante es el 9,52% de personas que no prefieren opinar.

HORARIO DE ATENCIÓN

HORARIO DE ATENCIÓN	CANTIDAD (ENCUESTA)	%
4H00	3	1,36
5H00	4	1,82
6H00	12	5,45
7H00	21	9,55
8H00	31	14,09
14H00	31	14,09
16H00	31	14,09
17H00	30	13,64
18H00	25	11,36
19H00	15	6,82
20H00	10	4,55
21H00	5	2,27
24H00	1	0,45
02H00	1	0,45
TOTAL	220	100,00

Tabla 4.- Dinámica comercial-Horario de atención

FUENTE: Encuesta aplicada a los compradores del mercado "Bolívar Chiriboga – El Prado"

ELABORADO: El Autor.

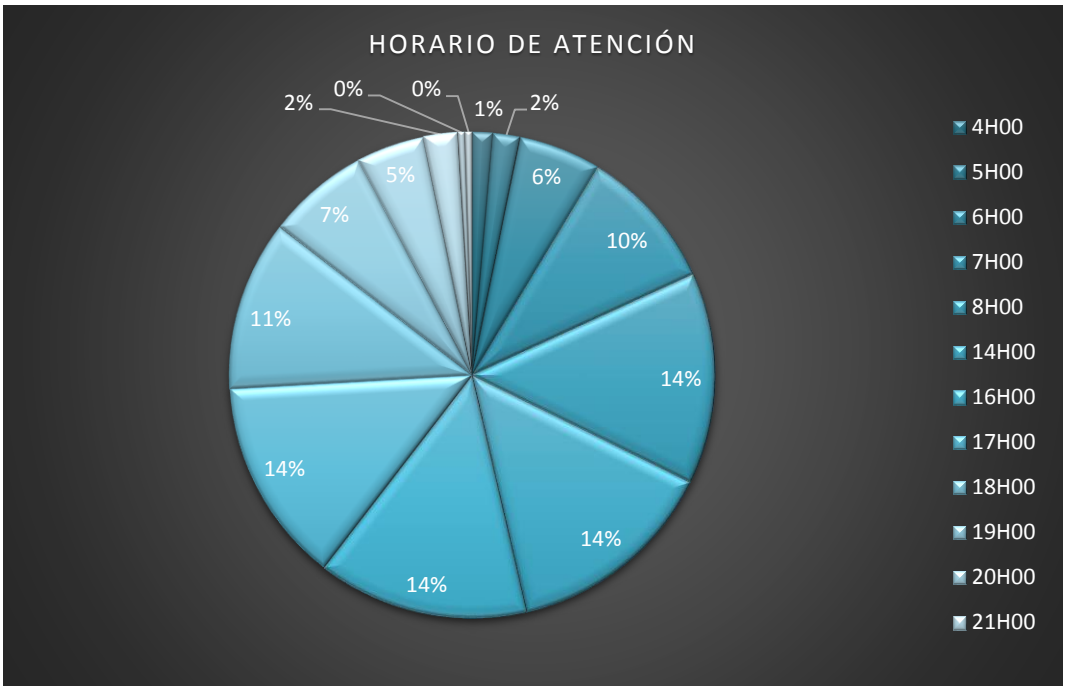


Gráfico estadístico 4.- Dinámica comercial –horario de atención

Análisis. Por lo general las horas que se mantiene de un 13% a un 14% son las horas en donde el comercio es constante todos los días, sin embargo dependiendo del día si es normal o de feria las personas empiezan sus labores desde las 4H00 y cierran sus locales a las 21H00, esto no quiere decir que todas las personas trabajen en ese horario debido a que en días de feria muchos viene de fuera de la ciudad por ser comerciantes mayoristas quienes como ya se dijo empiezan sus labores en la madrugada y a medida que cae la tarde se vayan retiran esporádicamente a partir de las 16H00 o 17H00, quedándose únicamente los comerciantes de la ciudad por este motivo se puede notar que los porcentajes a medida que pasa el día suben hasta un 14% al medio día en donde existe mayor movimiento y van disminuyendo conforme avanzan las horas, por otro lado existen comerciantes de comidas que laboran hasta las 2H00 de la mañana representadas con un 0.45%.

Entrevistas

ENTREVISTA 1.

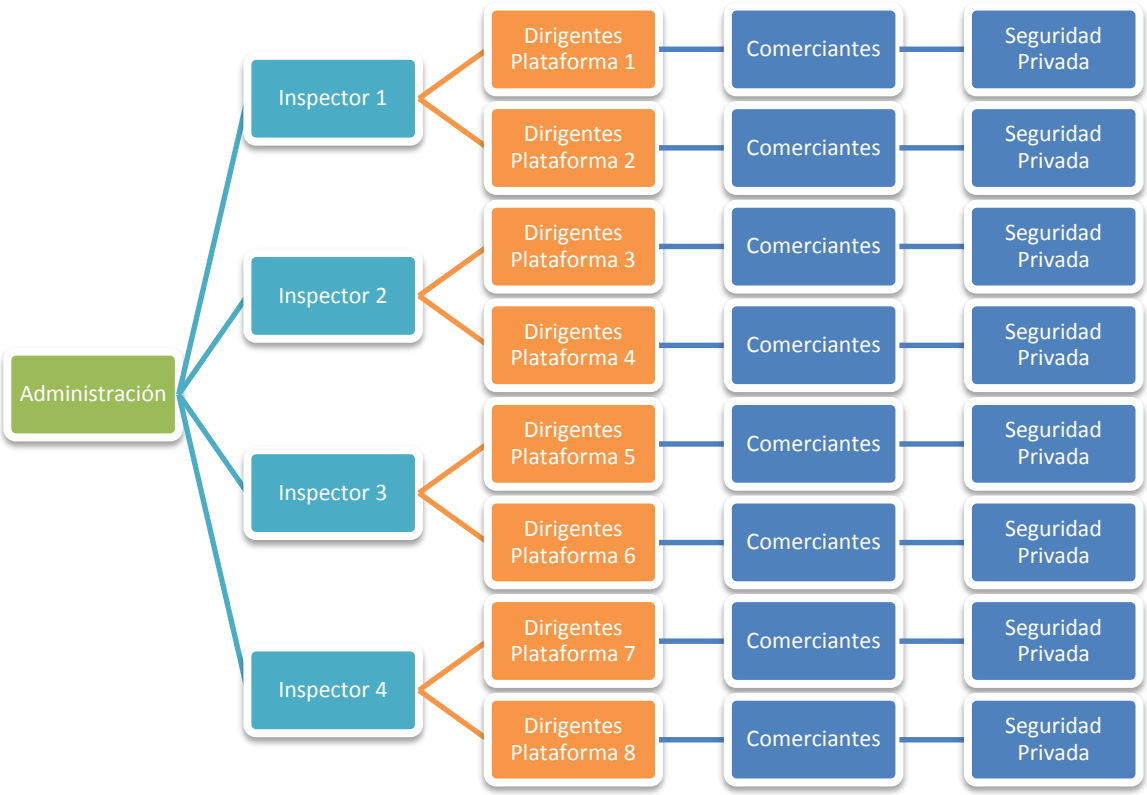
Entrevista al Ing. Hernán Alulema

REALIDAD DEL MERCADO BOLÍVAR CHIRIBOGA – EL PRADO Y DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.

Por: Miguel Yépez

El ing. Hernán Alulema es el actual Administrador del mercado Bolívar Chiriboga – El Prado, y la persona que como funcionario público del municipio conoce la dinámica del mercado en estudio así como las distintas dinámicas de los mercados de la ciudad.

- **¿Cómo está establecido la estructura orgánica del mercado Bolívar Chiriboga – El Prado?**



- **¿Cuál es su opinión acerca de los mercados de la ciudad de Riobamba?**

- Los mercados de Riobamba lamentablemente por su infraestructura la gran mayoría, presentan inconvenientes como son las ventas informales, esto es un reflejo del problema social y económico que sufre nuestro país, el comercio informal sigue en incremento y siguen invadiendo los mercados y las ferias libres.

- **¿Cómo definiría usted a las ferias libres?**

  Es el conjunto de comerciantes minoristas y mayoristas, dedicados al comercio de alimentos de origen animal o vegetal y otros artículos, y que prestan servicios de manera periódica, regular y programada, en un espacio territorial urbano habilitado.

- **¿Cómo definiría usted a los mercados de la ciudad de Riobamba?**
- Lamentablemente hay muchos factores que han impedido que los mercados de la ciudad se modernicen, por la falta de infraestructura algunos mercados son tomados en cuenta hasta un cierto punto en lo que es el presupuesto, esto ha influenciado en que muchos de los mercados municipales se mantengan o sean vistos como tradicionales.

- **¿Cómo definiría usted un mercado tradicional?**
- Mercado tradicional es un mercado que goza de las costumbres y tradiciones de su tierra, cada mercado se destaca por su tradición, como por ejemplo en la plaza las Esperanzas su tradición vendría a ser las especies menores y la ropa usada en el mercado Oriental tenemos la sección que consta con productos variados a bajos precios y de buena calidad, el mercado San Alfonso también tiene su tradición como es la venta de pescado frito, el mercado La Merced su tradición es el hornado y así cada mercado tiene su tradición por el producto exclusivo que se expende en cada uno de estos centros de acopio.

- **¿Piensa usted que al cambiar la tipología de los mercados municipales a centros comerciales estos pierden la identidad que han tenido a través del tiempo?**
- Claro que si se pierde la tradición, por ejemplo, en el caso del mercado Bolívar Chiriboga – El Prado, si se construiría un centro comercial mucha gente no sería tomada en cuenta para este proyecto, limitando el expendio de la variedad de productos que se venden en este lugar, debido a la limitación de espacio que tendría este nuevo equipamiento por lo cual se perdería la característica del mercado que es el expendio de variedad de mercancías.

- **¿Cuál es su opinión o cómo calificaría la intervención del mercado La Condamine y el intento de regular el comercio informal?**
- Partiría que el centro comercial La Condamine es un espacio cerrado, en donde se puede en su parte interna organizar de mejor manera a los comerciantes, dependiendo de las políticas y objetivos que se plantee cada administrador con sus diferentes representantes como presidentes y coordinadores, lo potencial ahí es que es un mercado cerrado que tiene una mejor organización, lamentablemente no solo el centro comercial sino en todos los lugares de acopio de mercancías el comercio informal se sitúan en las afueras del mismo, lo cual siempre se ha tratado de regular pero la ciudadanía interviene a favor de estos comerciantes sin entender que el trabajo de los policías municipales es por una ciudad organizada una ciudad limpia de ventas informales.
- **¿Cree usted que los mercados de la ciudad podrían ser lugares turísticos? ¿Por qué?**
- Claro que sí, los lugares son sitios turísticos de las ciudades en donde estos se sitúan, lamentablemente la limitante para que los mercados sean más turísticos es la falta de una buena estructura, un mercado turístico en la ciudad de Riobamba es la plaza de la

Concepción donde mucha gente extranjera visita esa plaza, por los productos tradicionales que los comerciantes expenden.

- **¿Ha notado la presencia de turistas en este mercado y con qué frecuencia?**
- El mercado Bolívar Chiriboga – El Prado es un lugar turístico debido a que el día sábado está registrado que existe un afluencia de entre 7000 a 10000 compradores, entre estas personas se encuentran habitantes de la ciudad, visitantes de distintos lugares de la ciudad y extranjeros, se puede decir que los turistas visitan este mercado los días de feria en su gran mayoría los días sábados, las ferias de realizan con una frecuencia semanal en los días miércoles y sábados en las horas señaladas para las mismas.

- **¿Cuál es el radio de influencia del mercado?**
- Tal como está en este momento el mercado Bolívar Chiriboga abastece a toda la ciudad de Riobamba y a personas de otras ciudades que viene los días sábados a abastecerse de mercancía para llevar a sus distintas provincias la actividad comercial este día empieza a las 2H00am o 3H00am.

- **¿Cuál es su opinión acerca del momento actual del mercado?**
- Se puede observar que el mercado Oriental es una plaza abierta y que todos los cambios que se vienen dando en su gran mayoría han sido por las propuestas que se han tenido a través de la administración municipal con los señores comerciantes y haciendo autogestión, se puede observar que en una plataforma ya se tiene casetas, que eso fue un proyecto que los mismos comerciantes propusieron, viéndose en la necesidad de la infraestructura misma del mercado ellos han plantearon este proyecto para poder mejorar la imagen y la organización de la plataforma, por supuesto con el apoyo del municipio y lo que son los diferentes departamentos, esto fue un proyecto que lo revisaron todos los

señores jefes departamentales y directores, pero en sí todos los mercados de la ciudad de Riobamba necesitamos más atención en el sentido de infraestructura, como principal problema que tienen los mercados son las ventas informales, que han avanzado en un aumento de un 150% en este años ya que anteriormente hasta el año 2017 el incremento porcentual de los vendedores informales era de un 80% pero este año se amplió más con la llegada de gente extranjera de Venezuela, Colombia, Perú que han invadido nuestra ciudad y el país.

- **¿A más de los vendedores informales cuál es la problemática existente en este mercado y por qué?**
- La Infraestructura, debido a que en los días de lluvia afecta en el sentido que las personas no visitan el sector, esto debido a la falta de presupuesto.

- **¿Por qué razón se da la invasión del espacio público?**
- Debido al excesivo incremento de los vendedores informales en este momento se debe a que no existen fuentes de trabajo y por otra parte crisis económica de nuestro país, así como de los países vecinos como Venezuela, Colombia, ya que las personas extranjeras al no tener visas de trabajo se dedican a realizar ventas ambulantes invadiendo la vía pública para poder subsistir.

- **¿Cuántos tipos de usuarios existen en esta infraestructura?**
- Dentro de la infraestructura existen comerciantes formales, y en las periferias comerciantes informales.

- **¿Cuántos comerciantes laboran en este equipamiento?**

- Existen 1585 comerciantes formales o catastrados.

- **¿Cuál es el procedimiento para que un comerciante informal acceda a un puesto y se legalice?**
- Deben llenar una solicitud pidiendo la disponibilidad de un puesto.
- Pagar la cuota mensual estipulada por la administración para los comerciantes catastrados o formales, unas ves que se determine que existe un puesto vacante.
- Todas las solicitudes son atendidas según el orden que llegan por lo cual para acceder a un puesto deben tener paciencia por la demanda que existen para los mismos.

- **¿Podría funcionar este mercado los 7 días de la semana como feria?**
- Si hubiera una buena respuesta de los señores comerciantes no habría ningún problema, pero lamentablemente el problema que ellos no ocupan es porque, no son comerciantes de la ciudad, porque ellos visitan diferentes ferias como son las de Quito, Ambato, Cajabamba, Guamote, por lo cual ellos se trasladan entre semana a esas ferias y por ultimo por la infraestructura que no se cuenta, ya que si fuera un mercado cerrado se tendría más control operativo en la cual la Administración solicitaría que las personas que tienen puestos abran todos los días ya que no tiene sentido solicitar un puesto para mantenerlo cerrado. Las personas que laboran todos los días son los comerciantes de la plataforma 1 o plataforma permanente que se encuentra junto a los transportistas y los comerciantes de frutas.

- **¿Cuáles son los horarios de recolección de basura?**
- La recolección de basura son todos los días por parte de los carros recolectores, a las 11H00 del día y en la noche entre las 19H30 a 20H00. El día que se genera más

desperdicios son los días sábados en donde se ha llegado a recolectar entre 1,5 Tn a 2 Tn de basura.

- **¿Cuáles son las ventajas y desventajas de tener cerca el Terminal de transporte Interparroquial?**
- Como ventaja se podría decir que la gente que baja a su tierra, hasta que el carro salga a su destino ingresa al mercado visitándolo y comprando mercaderías como legumbre, frutas, ropa, calzado, etc. Y como desventaja es la contaminación que generan los señores transportistas con sus unidades debido a la falta de organización de los mismos en el sentido de parquearse dañan algunos puestos que están junto al parqueo.

- **¿Cuáles son las ventajas y desventajas de tener cerca el UPC?**
- La ventaja es que existe la coordinación en el sentido que si existe problemas con los vendedores informales de otros países, hacen el llamado a la policía de migración y realicen los controles pertinentes. Como desventaja sin hacer de menos la labor policía al capturar a un delincuente por parte de la seguridad privada del mercado los policías al no encontrar pruebas de fragancia dejan en libertad a estas malas personas, por lo cual quedan mal vistos los guardias privados e inclusive son amenazados por los delincuentes en el sentido de tomar represalias. Por otro lado cuando se les vista en el UPC para solicitar su apoyo hay veces que no existe personal debido a que salen hacer rondas por el sector y no hay personal para prestar apoyo.

- **¿Cuál es la entidad que regulan los mercados?**
- La entidad que regula es la Dirección de Gestión de Servicios Municipales – GADM Riobamba.

ENTREVISTA 2.

Entrevista al Sr. Hugo Venegas

DINÁMICA COMERCIAL DEL MERCADO BOLÍVAR CHIRIBOGA – EL PRADO.

Por: Miguel Yépez

El Sr. Hugo Venegas es un comerciante mayorista quien trabaja en este mercado por un tiempo aproximado de 15 años cuando fueron trasladados a este lugar, debido a la construcción del centro comercial La Condamine, quien recuerda que a medida que han pasado los años los comerciantes han ido en incremento debido a lo cual los tamaños de los puestos han disminuido en sus dimensiones.

- **¿Cuál es o son tipos de comercio que existen en este equipamiento?**
- Celulares, calzado, ropa, bisutería, legumbres papas, frutas, comidas, útiles escolares, juguetes.
- **¿Existen comerciantes mayoristas y de que parte del país vienen?**
- Si existen comerciantes mayoristas en el día miércoles y principalmente en los días sábados son oriundos de las ciudades de Quito, Guayaquil, Ibarra y Ambato.

- **¿Cuántas asociaciones de comerciantes existen en este mercado?**
- El mercado está conformado por 8 plataformas o bloques y por cada una de ellas existen 4 asociaciones.

- **¿Qué conoce usted acerca de los comerciantes informales?**
- Son personas nacionales y extranjeras que invaden el espacio público haciendo que la feria libre se prolifere desmedidamente pese al control que existe, quienes afectan las ventas de las personas que cancelan sus impuestos para poder tener un puesto.

- **¿En qué días funcionan las ferias y cuáles son sus horarios?**
- Los días de feria son los miércoles desde las 5H00 hasta las 19H00 y sábados desde las 2H00 se comienza a acomodar la mercadería y el comercio empieza tipo 4H00 hasta las 21H00, los puestos son armados el día anterior por personas encargadas a quienes se les paga por su trabajo.

- **¿Cuál es su apreciación acerca de las dimensiones de los puestos y el área de circulación?**
- Los puestos en un inicio tenían una dimensión de 2,50 x 2,50m, sin embargo al aumentar la cantidad de comerciantes han sido disminuidos a 2,00 X 2,00m, lo cual no permite exhibir toda la mercadería que se trae a la venta, además que es incómodo para poder realizar la actividad de comercio ya que los vendedores al querer comprar se paran e interrumpen la circulación o tránsito de las personas por lo que no hay un área para poderlos atender, a esto se puede decir que se debe aumentar el área para poder transitar libremente ya que esto influencia en que la delincuencia proveche de la acumulación de gente.

- **¿Cómo calificaría dentro del aspecto de higiene a los alimentos que se expenden en el mercado?**

- La manipulación de los alimentos por parte de los comerciantes es con total cuidado higiénico y sanitario dentro de las garantías que presta la infraestructura actual.
- **¿Piensa que los puestos al aire libre podrían garantizar las condiciones higiénicas sanitarias de los alimentos, o se deberían construir espacios con refrigeración para la venta de alimentos?**
- Los alimentos que se venden en puestos al aire libre son manipulados cuidadosamente y de una manera higiénica, sin embargo al mejorar la infraestructura y dotar de mejoras como espacios refrigerados ayuda a que los alimentos se manipulen de una mejor manera y además mejora la aceptación por parte de la ciudadanía al consumir alimentos en locales cerrados.

ENTREVISTA 3.

Entrevista Anónimo

DINÁMICA VENDEDORES INFORMALES

Por: Miguel Yépez

La entrevistada es comerciante informal quien vende su productos por el sector todos los días de la semana quien ha preferido mantener su anonimato por miedo a represalias por parte de los policías municipales quienes son quienes controlan a este tipo de comerciantes.

- **¿Cuál es la realidad de los vendedores informales y qué días de la semana trabajan en qué horario?**
- La mayoría de comerciantes informales recorren los mercados debido a que no pueden situarse en un lugar por el control de los policías municipales quienes decomisan sus mercancías, sin embargo cuando no existe el control de los mismo algunos comerciantes

se sitúan en lugares donde ya son conocidos en cambio que otros siguen recorriendo los mercados puesto a que tiene mucha competencia y no les es rentable quedarse en un solo lugar, los días de trabajo son de lunes a domingo de 8H00 a 19H00 excepto el sábado hasta las 21H00.

- **¿Cuál es el motivo que les impulsa a vender fuera de un mercado?**
- Todos necesitamos vender para llevar el pan de cada día a nuestros hogares, debido a la falta de empleo que hay en el país la única forma de ganar dinero es vender en las calles al no contar con lugares para comerciar, hay personas que trabajan y estudian por lo cual no pueden estar todo el día en los mercados vendiendo sus productos, además que las personas de la ciudad nos compran porque dicen que vendemos más barato.

- **¿Usted es de las personas que recorren los mercados todo el día o se establece en un puesto cuando no hay control?**
- Soy de los comerciantes que vendo en un lugar cuando hay control me movilizo a otro lugar y vuelvo a regresar es la forma en la que trabajo, ya me conocen la gente del sector, a partir de las 17H00 hasta las 19H00, todos los días me establezco en este lugar, ya que los dueños del local me permiten colocarme aquí con la única condición de que deje limpiando el lugar que ocupo luego de que me vaya.

- **¿Por qué el puesto que usted ocupa en las tardes y noches tiene más mercancía de la que usted traslada de un lugar al otro durante el día?**
- Es por que en el día no podemos estar en un solo lugar y para podernos mover debemos estar más ligeros, además que nos pueden quitar nuestros productos, en cambio que cuando no hay control sacamos nuestra mercancías que tenemos en bodegas del sector

para poder vender, esto no quiere decir que en el día no vendamos cosas variadas ya que si no se vende una cosa se vende otra, es por esta razón que los comerciantes del mercado no nos dejan acercarnos porque dicen que les quitamos las ventas y debemos estar por el perímetro del mercado.

- **¿Conoce usted si alguna persona considerada como comerciante informal ha sentido la necesidad de establecerse en un mercado y legalizar su forma de comercio?**
- Si, así como hay personas que no deseamos ingresar a vender en un mercado hay gente que ha hablado con personas del municipio para que les den puestos pero casi nunca estas peticiones son aceptadas, por otra parte se ha sabido que algunas personas informales han sido llevadas por los policías municipales con engaños de legalizarlos y les han quitado sus productos, por esta razón muchos vendedores tenemos temor en hablar con estas personas.

PROPUESTA.

El mercado Bolívar Chiriboga – El Prado se encuentra ubicado en el barrio “El Prado” en el sector oriental de la ciudad, se caracteriza por ser un sector altamente económico de la ciudad y por permitir una conexión entre el centro de la ciudad y los barrios residenciales periféricos, la propuesta de intervención se basa en el orden, recuperación, re formalización y por ultimo potencializar su tradición en base al respeto de su identidad, con lo cual se busca la renovación urbana del sector.

Sin recaer en una tipología de centro comercial, respetando los niveles topográficos de las aceras, se propone por un lado la intervención urbana: liberar y unificar el espacio público de la acera en la calle Luis A. Cordovez entre Espejo y España mediante la creación de un boulevard el cual nos invita a transitar hacia el interior del mercado.

La intervención arquitectónica consta de un parqueadero en subsuelo, una gran plaza en planta libre con una ligera pendiente del 2%, y además mediante rampas y escaleras conectase con los demás niveles de las aceras, además de permitir el acceso a todo tipo de personas sin excepción, sobre la plaza principal, se levantan dos plazas cubiertas con menor área en diferentes niveles las cuales se conectan mediante un puente, liberando espacio, permitiendo una conectividad visual entre las tres plazas, permitiendo ubicarse al espectador espacialmente desde cualquier punto en que se encuentre, la plaza principal al ser extensa es se busca jugar entre una plaza cubierta – abierta, con lo cual las cubiertas se basan en la identidad actual del mercado que es la venta de ropa al por mayor y menor se diferencian formal y materialmente, cada una identificando los usos comerciales específicos de cada una de las plazas elevadas, por un lado se propone en la parte frontal del mercado a la calle

Espejo crear tenso-estructuras alternándolas entre sí, aliviando la carga de agua lluvia y a la vez permitiendo el paso de rayos UV al interior, el cual esta predeterminado para la reubicación de los comerciantes que laboran todos los días de la semana. En cuanto a la segunda cubierta es el resultado de la abstracción de un telar el cual envuelve la parte urbana hacia el boulevard (calle Luis A. Cordovez), incluyéndola al área del mercado está cubierta a medida que avanza hacia la calle Luz Eliza Borja se abre mediante avanzando en varias etapas por diferentes planos inclinados, recayendo sobre pliegos los cuales se separan unos de otros, la estructura de esta cubierta es una estero celosía que descansa sobre columnas de estructura metálica, con esto se busca mantener la tipología de plaza abierta – cubierta, característica de los mercados de la ciudad

Por último las cubiertas contribuyen en la parte formal del equipamiento, el cual se pretende ganar en volumen evitando que el mercado se pierda o este oculto en la topografía del lugar la cual va de 0m en su punto más bajo a 9,58m en su curva más elevada, de esta manera se pretende que formalmente gane en altura para que pueda identificarse desde los alrededores del sector.

Al re formalizar y dotar de espacios acordes a cada tipo de comercio y liberar el espacio público de la ferial, la misma que se traslada al interior del mercado se consigue orden, permitiendo a la ciudadanía apropiarse de estos espacios para libre circulación y recreación, recuperando una plaza para la ciudad segura y a la vez potencializándola al mantener su identidad y tradición como un sector turístico local y nacional.

MERCADO BOLÍVAR CHIRIBOGA - EL PRADO

Zona	Nombre del espacio	Nª de espacios	Usuarios	Especificación	m2 por persona	Área útil (m^2)	Áreas de circulación y paredes 20% (m^2)	Área total de la unidad (m^2)	Área total Nª de espacios	Área de la zona (m^2)
EXTERIORES	Plaza Lateral	1	-	Espacio público liberado	-	2869	-	2869	2869,39	2869
TRANSICIÓN URBANA	Plaza Central	1	-	Conectividad Urbana	-	8006	-	8006	8006,04	8006
ADMINISTRATIVA	Oficia Administrador	1	1	-	12,00	12,00	2,40	14,40	14,40	88
	Sala de Reuniones	1	13	-	2,50	32,50	6,50	39,00	39,00	
	Cubículos Inspectores	1	4	-	4,00	16,00	3,20	19,20	19,20	
	Sala de video Vigilancia	1	1	-	3,00	3,00	0,60	3,60	3,60	
	Sanitarios	1	2	por cada 50 personas 1 unidad	2,90	5,80	1,16	6,96	6,96	
		1	1	1 discapacitado por cada 100 personas	3,80	3,80	0,76	4,56	4,56	
COMERCIAL - ESTANCIA	M2 Ropa Comercio Minorista	32	1	Area de circulación 100%	6,30	6,30	6,30	12,60	397,20	4655
	M3 Ropa interior	5	1	Area de circulación 100%	6,30	6,30	6,30	12,60	67,53	
	M4 Calzado	8	1	Area de circulación 100%	6,30	6,30	6,30	12,60	104,01	
	M5 Tegnología	3	1	Area de circulación 100%	6,00	6,00	6,00	12,00	39,07	
	M7 Varios	6	1	Area de circulación 100%	4,00	4,00	4,00	8,00	50,27	
	M8 Frutas, Legumbres y Vegetales	16	1	Area de circulación 100%	5,40	5,40	5,40	10,80	172,80	
	M9 Comidas	8	1	Area de circulación 100%	7,50	7,50	7,50	15,00	120,00	
	Área de mesas	10	100	-	3,00	300,00	60,00	360,00	3600,00	
	Sanitarios	1	18	por cada 50 personas 1 unidad	2,90	52,20	10,44	62,64	62,64	
		1	9	1 discapacitado por cada 100 personas	3,80	34,20	6,84	41,04	41,04	

LOGÍSTICA	Área de lavado, desinfecciòn y almacenamiento de alimentos	1	16	-	5,00	80,00	16,00	96,00	96,00	
	Desechos sólidos y perecederos	4	1	Acumulación máxima de basura en dias de feria 2 tonelas. Dimensiones de contenedor de carga lateral 1,87m x 1,51m h=1,26m, carga normal 1280Kg (1000Kg = 1T)	2,85	2,85	0,57	3,42	13,68	
SERVICIOS	Parqueaderos	1	216	1 estacionamiento por cada 30 m2 de atención al público	30,00	6480,00	-	6480,00	6480,00	6521
	Cuarto de máquinas	1	1	-	10,00	10,00	2,00	12,00	12,00	
	Bodega de servicios	1	4	-	6,00	24,00	4,80	28,80	28,80	
TOTAL										22138