

Diseño de la plaza de mercado para el municipio de Curití, Santander

July Alejandra Sanmiguel Delgado

Trabajo de grado para optar el título de Arquitecto

Director

Edwin Ríos Vargas

Arquitecto

Universidad Santo Tomás Bucaramanga

División de Ingenierías y Arquitectura

Facultad de Arquitectura

2021

Agradecimientos

Dedicado especialmente a mi mamá que me ha apoyado en todo mi proceso académico, igualmente a mi hermana, mi papá y mi gata que han sido ayuda para terminar debidamente con éxito este proceso educativo.

Contenido

Introducción	11
1. Diseño de la plaza de mercado para el municipio de Curití, Santander	12
1.1 Descripción del problema.....	12
1.2 Pregunta problema.....	14
1.3 Hipótesis.....	14
1.4 Justificación.....	14
1.5 Objetivos	16
1.5.1 Objetivo general	16
1.5.2 Objetivos específicos.....	16
2. Marco referencial	17
2.1 Marco conceptual	17
2.2 Marco histórico	19
2.3 Marco teórico	21
2.4 Marco legal.....	24
3. Metodología	27
3.1 Análisis localización	29
3.1.1 Implantación.....	31
3.1.2 Determinantes del lote.....	35
3.1.3 Análisis normativo.....	39
3.1.4 Determinantes físicas.....	41
3.2 Análisis urbano.....	44
3.2.1 Arquitectura predominante del sector	44

3.2.2 Hitos y nodos del sector	47
3.3 Análisis de usuarios.....	49
3.3.1 Perfil del usuario.....	49
3.3.2 Identificación de usuarios.....	50
3.4 Análisis tipológicos.....	52
3.4.1 Referente nacional - Plaza de mercado Paloquemao, Bogotá.	52
3.4.2 Referente nacional - Plaza de mercado Gramalote.....	54
3.4.3 Referente internacional - Mercado ambulante la democracia	55
3.4.4 Referente internacional - Mercat Santa Caterina.....	57
4. Programa arquitectónico y cuadro de áreas	58
5. Desarrollo de propuesta arquitectónica.....	60
5.1 Conceptos de diseño.....	60
5.2 Proceso de diseño	60
5.3 Puestos de mercado	69
6. Conclusiones.....	70
Referencias.....	71

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Concepto Plaza de Mercado</i>	17
Tabla 2. <i>Concepto Comercialización</i>	18
Tabla 3. <i>Concepto Producto Agrícola</i>	19
Tabla 4. <i>Evolución del mercado y su influencia en la actividad económica de la Edad Media.</i>	20
Tabla 5. <i>Tipologías de mercados e impacto urbano según su tiempo de actividad urbana.</i>	22
Tabla 6. <i>Metodología.</i>	28
Tabla 7. <i>Índices de Edificabilidad.</i>	39
Tabla 8. <i>Características del predio según el EOT.</i>	40
Tabla 9. <i>Azimut y altitud del solsticio de verano e invierno.</i>	41
Tabla 10. <i>Identificación de actividades paso a paso de usuarios exteriores</i>	50
Tabla 11. <i>Identificación de actividades paso a paso de usuarios interiores</i>	51
Tabla 12. <i>Programa arquitectónico y cuadro de áreas</i>	58

Lista de figuras

Figura 1. <i>Áreas de influencia en la plaza de mercado.</i>	23
Figura 2. <i>Localización de Santander en Colombia.</i>	29
Figura 3. <i>Localización del Municipio de Curití en Santander.</i>	30
Figura 4. <i>Localización de zona urbana de Curití en el Municipio de Curití.</i>	30
Figura 5. <i>Localización de lote en el Municipio de Curití.</i>	31
Figura 6. <i>Fotografías de las vías principales del lote.</i>	32
Figura 7. <i>Plano de Sistemas estructurantes.</i>	32
Figura 8. <i>Perfil Vial de Vías secundarias.</i>	33
Figura 9. <i>Perfil Vial de Vías locales o internas.</i>	33
Figura 10. <i>Plano de usos urbanos del municipio de Curití.</i>	34
Figura 11. <i>Sección transversal Calle 7.</i>	35
Figura 12. <i>Fotografía de la Calle 7.</i>	35
Figura 13. <i>Sección transversal Calle 6.</i>	36
Figura 14. <i>Fotografía de la Calle 6.</i>	36
Figura 15. <i>Sección transversal Carrera 7.</i>	37
Figura 16. <i>Fotografía de la Carrera 7.</i>	37
Figura 17. <i>Sección transversal Carrera 10.</i>	38
Figura 18. <i>Fotografía de la Carrera 10.</i>	38
Figura 19. <i>Análisis de ocupación del predio.</i>	40
Figura 20. <i>Ampliación del lote a desarrollar y sus curvas de nivel.</i>	40
Figura 21. <i>Perfil de la manzana Longitudinal.</i>	41
Figura 22. <i>Temperatura máxima y mínima promedio.</i>	42

Figura 23. <i>Dirección de los vientos en el municipio de Curití.</i>	43
Figura 24. <i>Niveles de comodidad de la Humedad.</i>	43
Figura 25. <i>Arquitectura Predominante del sector.</i>	44
Figura 26. <i>Organización espacial interna de casas coloniales.</i>	45
Figura 27. <i>Plano de morfología del municipio.</i>	46
Figura 28. <i>Parque principal de Curití.</i>	47
Figura 29. <i>Balneario Pescaderito.</i>	47
Figura 30. <i>Iglesia San Joaquín.</i>	48
Figura 31. <i>Parque principal de Curití.</i>	48
Figura 32. <i>Parque principal de Curití.</i>	49
Figura 33. <i>Referente Nacional Plaza de mercado Paloquemao.</i>	52
Figura 34. <i>Referente Nacional Plaza de mercado Gramalote.</i>	54
Figura 35. <i>Referente Internacional Mercado ambulante la democracia.</i>	55
Figura 36. <i>Referente Internacional Mercat Santa Caterina.</i>	57
Figura 37. <i>Implantación de niveles.</i>	61
Figura 38. <i>Funciones en los niveles.</i>	61
Figura 39. <i>Proceso de diseño volumétrico.</i>	62
Figura 40. <i>Recorridos y puntos fijos.</i>	62
Figura 41. <i>Plano de primer piso.</i>	63
Figura 42. <i>Plano de segundo piso.</i>	64
Figura 43. <i>Plano de tercer piso.</i>	64
Figura 44. <i>Plano de sótano.</i>	65
Figura 45. <i>Direcciones de la trama y la urdimbre.</i>	66

Figura 46. <i>Sistema flexbrick.</i>	66
Figura 47. <i>Proceso de fabricación del fique.</i>	66
Figura 48. <i>Fachadas Norte y Sur.</i>	67
Figura 49. <i>Fachadas Este y Oeste.</i>	67
Figura 50. <i>Retícula de cubierta.</i>	68
Figura 51. <i>Estructura en acero de cubierta.</i>	68
Figura 52. <i>Puestos de venta en planta.</i>	69
Figura 53. <i>Puestos de venta en perspectiva.</i>	69

Resumen

En el documento se refleja el trabajo investigativo, a partir del análisis en las necesidades de los usuarios de la plaza de mercado para el municipio de Curití, Santander; las cuales afectan el comercio y también evidencian los defectos en la organización interna del equipamiento. Se plantea soluciones a las problemáticas mencionadas en el ámbito funcional y estructural, dando solución a las necesidades del usuario interno y al usuario externo, con la finalidad de brindar una calidad espacial y confort, donde se pueda realizar la actividad de comercio de manera adecuada y así mismo permita al usuario disfrutar de una gama de colores, texturas y olores, para así resaltar la tradición y la cultura del municipio.

Palabras clave: Comercialización, Plaza de mercado, Producto Agrícola, Confort, Curití.

Abstract

The document reflects the investigative work, based on the analysis of the needs of the users of the marketplace for the town of Curití, Santander; These needs affect trade and also show the defects in the internal organization of the equipment. Solutions are proposed to the problems mentioned in the functional and structural field, providing solutions to the needs of the internal user and the external user, with the aim of providing spatial quality and comfort, where the trade activity can be carried out in an appropriate way and also allow the user to enjoy a range of colors, textures and smells, in order to emphasize the tradition and culture of the town.

Keywords: Commercialization, Marketplace, Agricultural product, Comfort, Curití.

Introducción

La plaza de mercado como equipamiento de comercio es de suma importancia en los municipios, en estos se desarrolla las actividades de compra y venta de productos generados por campesinos agricultores de la zona, en donde se asegura la importancia en el comercio del municipio. La plaza de mercado de Curití se inició situada al frente de la iglesia principal del municipio, años después su ubicación fue trasladada a dos cuadras de esta, teniendo así un alcance a la población del casco urbano y así mismo a las veredas aledañas.

En la actualidad la plaza presenta problemas funcionales, en donde perjudican el funcionamiento y afectan la venta y compra de productos. De esta manera se llevó a cabo tres fases para así lograr un diseño óptimo de la plaza de mercado, iniciando por el análisis de comerciantes y consumidores de forma que se pueda entender las necesidades de estos. La identificación de las falencias del equipamiento con el fin de poder organizar el funcionamiento interno, asegurando un diseño óptimo para los usuarios.

Teniendo como finalidad la última fase que es la realización del diseño de la plaza de mercado del municipio de Curití en donde responda a las fases anteriores dando así como respuesta la solución de los problemas evidenciados, generando así un adecuado proceso de compra y venta entre la población del municipio y así generando mayor comercio y actividades para el turismo a partir de la plazoleta de comidas, espacios de estancia y esparcimiento beneficiando compradores, vendedores y turistas.

1. Diseño de la plaza de mercado para el municipio de Curití, Santander

1.1 Descripción del problema

La actividad comercial ha sido fundamental en el desarrollo de la sociedad, viéndose en la necesidad de crear equipamientos de interés comercial, como la plaza de mercado que aparte de ser creada con un objetivo de intercambio comercial también funciona como actividad social que facilita el encuentro del ciudadano.

El concepto de “Plaza de Mercado” entendido como un núcleo principal de la vida urbana, de las pequeñas y grandes asentamientos urbanos, se consolida como el espacio de encuentro entre sus habitantes y como centro de resguardo de la memoria cultural agrícola y alimentaria. Es el centro geoestratégico que más agrupa tradiciones locales y regionales, que fortalece la identidad y la pertenencia en una ciudad que se debate entre la pluralidad y la exclusión (Catillo Hermida, 2014).

En el municipio de Curití en el Esquema de orden territorial (EOT, 2002) afirma que en el sector rural del municipio se desarrolla una economía tradicional del sector agropecuario donde los principales productos son: el cultivo de café que tiene un rendimiento por hectárea de 15 cargas, el 99% de la producción se destina a comercialización; el frijol tiene un rendimiento por hectárea de 12 cargas, el 20% de la producción se destina a comercialización; la yuca tiene un rendimiento por hectárea de 25 cargas; el maíz tiene un rendimiento por hectárea de 23 cargas, el 50% de la producción se destina a comercialización. Las actividades pecuarias son de menor desarrollo, el 4% de la población de Curití se dedica a la producción de carne, que representan el 0.5% de la población en la provincia Guanentina. La mayor parte de la producción agrícola se vende en otros municipios espacialmente en el Municipio de San Gil.

Ahora bien, la plaza de mercado abastece a 11.899 habitantes tanto en la zona rural y la urbana. El lote cuenta con un área construida de 880 m², contando con un piso y dos pabellones; el de cárnicos que dispone de 22 puestos con materiales de pisos en concreto, puestos enchapados y cubierta de zinc, otro para frutas y verduras el cual dispone de 41 puestos con materiales de pisos en concreto al igual que los puestos y cubierta en zinc. También cuenta con 3 locales comerciales, un restaurante y 6 entradas de acceso.

En la actualidad la plaza del municipio de Curití presenta inconvenientes, principalmente en la organización interna, la falta de zonas de carga y descarga de productos, el bienestar térmico y la ventilación. Sin embargo, la mala utilización de este equipamiento ha causado un deterioro, como el manejo inadecuado de los residuos orgánicos y sólidos que resultan después de la comercialización. “Se entiende por comercialización el conjunto de actividades de compra-venta de productos, desarrolladas desde el punto de producción hasta su llegada a manos del consumidor” (Coronado Parra, 1989).

El (EOT, 2002) afirman que la plaza de mercado aporta un 5% de residuos sólidos y no cuenta con un almacenamiento adecuado al igual que los recipientes de basura.

La presencia de materiales como los techos en zinc, el concreto para los puestos y el ladrillo, no son óptimas en higiene y generan una concentración de calor afectando al comerciante y así mismo al usuario que frecuenta la plaza de mercado. Se evidencia la falta de parqueo para los consumidores de la plaza, generando así una ocupación completa de las calles a su alrededor e interrumpiendo la circulación vial, esto también se genera por la falta de un área de cargue y descargue de mercancías que también crea congestión vial viéndose interrumpida en el tiempo de abastecimiento de la plaza, impidiendo el paso de los automóviles. La distribución espacial interna

responde a una estructura no organizada que impide el paso de los consumidores entre los pabellones de la plaza de mercado.

1.2 Pregunta problema

¿Cómo el diseño de la plaza de mercado puede hacer que el equipamiento garantice las necesidades de los usuarios y mejore la actividad de compra y venta?

1.3 Hipótesis

La plaza de mercado del Municipio de Curití es un equipamiento de abastecimiento de alimentos, su apertura es a las cuatro de la mañana, en donde se inicia con un movimiento muy agitado, los comerciantes comienzan a realizar sus actividades de comercialización rápida, generando un foco de contaminación en el lugar. Las características de las condiciones de trabajo influyen en el mejoramiento del desempeño laboral e influyen positiva o negativamente en el comportamiento dentro del sitio de trabajo, uno de los factores más importantes en las condiciones de trabajo son las características arquitectónicas y ambientales, aquellas que hacen referencia a las características propias de la edificación o espacios físicos y elementos del ambiente incluido; tales como el microclima, la iluminación el nivel de aseo general, control de residuos y adecuación de suministros generales. (Cacua Barreto, Carvajal Villamizar, & Hernández Flórez, 2014).

1.4 Justificación

Las Plazas de Mercado están destinadas a la prestación de un servicio garantizando la oferta de productos básicos, principalmente de origen agropecuario, satisfaciendo las necesidades de todas y cada una de las familias que integran la comunidad en general, en condiciones óptimas de

carácter ambiental, sanitario, de seguridad, de calidad y eficiencia. (Godoy Ortegón & Joya Suarez, 2016)

De esta manera entendemos que la plaza de mercado de Curití se encuentra en una zona residencial, causando afectaciones como la generación de malos olores a partir del mal almacenamiento de los residuos sólidos y orgánicos e igualmente se presencia un mal control de insectos y roedores, viéndose así la población inmediata descontenta con el manejo del equipamiento, evidenciándose el deterioro en el paisaje urbano, creando la necesidad de plantear una propuesta de diseño en la que se solucionen inconvenientes de carácter ambiental, arquitectónico y social.

Por tal motivo, teniendo en cuenta la gran variedad de incidencias presentadas en la plaza de mercado se analiza la manera en la que se cumpla la normatividad vigente, con ayuda de los vendedores y compradores que, por supuesto, facilitan el comercio y promueven la actividad económica, social y cultural en el contexto actual de la plaza de mercado.

La propuesta de diseño trae consigo beneficios importantes para el municipio, buscando contribuir al mejoramiento del lugar donde se lleva a cabo la comercialización de productos, permitiendo de esta manera crear un sentido de pertenencia en la comunidad. Esto se logrará con una intervención arquitectónica en la que se organice el espacio internamente y adaptarlo de espacios que mejoren el funcionamiento de la plaza y su relación con el entorno así mismo contribuyendo a la disminución de la congestión vial.

Se adaptará la plaza de mercado como un espacio que cumpla con normas de higiene, como en el tratamiento de los productos y los residuos sólidos, buscando disminuir la contaminación visual y ambiental. Utilizando recursos que sean adecuados en salubridad para los productos y sean duraderos. Permitiendo un mejor nivel de confort a los usuarios, también se emplearían

materiales del contexto, con la finalidad de lograr una mejor relación con el entorno a nivel visual y la disminución de los problemas climáticos existentes. Aportando un beneficio social en la comunidad, creando el sentido de pertenencia necesario para que estos desempeñen un buen uso del equipamiento, y así mantenerlo en buen estado.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar la plaza de mercado para el municipio de Curití en Santander con la finalidad de solucionar la deficiencia actual del equipamiento de abastecimiento, respondiendo a las necesidades actuales de los usuarios y promoviendo el desarrollo socio-cultural.

1.5.2 Objetivos específicos

Establecer el funcionamiento interno de la plaza existente, con el fin de identificar las falencias del equipamiento en términos espaciales y estructurales.

Analizar los comerciantes y consumidores que frecuentan la plaza de mercado del municipio, con el fin de establecer sus necesidades y requerimientos espaciales.

Desarrollar una nueva propuesta de espacios de venta modulados permitiendo una adecuada organización espacial y funcional.

2. Marco referencial

Para la presente investigación, se requiere de la definición de los siguientes marcos: geográfico, histórico y conceptual. De esta manera se busca tener una comprensión más amplia y profunda dentro de lo que se quiere lograr en los objetivos del proyecto.

2.1 Marco conceptual

Tabla 1. *Concepto Plaza de Mercado*

PLAZA DE MERCADO	
DEFINICIÓN 1	
FUENTE	Autor: Echeverría Avendaño, María Camila; Ramírez Russi, Mateo José; Romero Medina, Diego Felipe. Título: Revitalización urbana mediante la recopilación arquitectónica de la plaza de mercado de Melgar, Tolima. Otros datos bibliográficos: Universidad piloto de Colombia; 2018; p9.
TIPO DE FUENTE	Secundaria/ Tesis
DEFINICIÓN	“Tradicionalmente la plaza de mercado ha sido el lugar de reunión e interacción social más importante de la cultura colombiana. En el transcurso del tiempo el concepto “mercar” ha cambiado debido a la polarización de las ciudades y a la aparición de los almacenes de cadena, relegando la plaza de mercado a un segundo plano y con ella, la importancia de vínculos sociales y culturales que representaba.”
TÉRMINOS ASOCIADOS	Reunión – Cultura – interacción social
DEFINICIÓN 2	
FUENTE	Autor: Baquero Duarte, Diana Lizeth. Título: Las plazas de mercado como catalizadores urbanos Otros datos bibliográficos: Universidad nacional de Colombia; 2011; p8.
TIPO DE FUENTE	Secundaria/ Tesis
DEFINICIÓN	“Las plazas de mercado son un tipo de equipamiento urbano que ha influido en la transformación de las áreas urbanas, en el desarrollo de actividades comerciales y el incremento en la densificación en su entorno que a través de su historia han enmarcado su fuerte influencia en la consolidación comercial de diferentes tipos y el desarrollo de servicios conformándose como un epicentro de la actividad urbana en los principios de la era medieval hasta la actualidad.”
TÉRMINOS ASOCIADOS	Actividades comerciales – Densificación – Equipamiento urbano – Servicios
DEFINICIÓN 3	
FUENTE	Autor: Castillo Hermida, Hernando. Título: Plazas de mercado en Bogotá, generadoras de residuos y desarrollo. Otros datos bibliográficos: Congreso nacional del medio ambiente; Institución Universidad Central; 2014; p4; Bogotá
TIPO DE FUENTE	Secundaria/ Ponencia
DEFINICIÓN	“El concepto de “plaza de mercado” entendido como un núcleo principal de la vida urbana, de las pequeñas y grandes asentamientos urbanos, se consolida como el espacio de encuentro entre sus habitantes y como centro de resguardo de la memoria cultural agrícola y alimentaria. Es el centro geoestratégico que más agrupa tradiciones locales y regionales, que fortalece la identidad y la pertenencia en una ciudad que se debate entre la pluralidad

y la exclusión. Es un centro con los más profundos arraigos del sentir popular y al mismo tiempo un lugar en el que interactúan la ciencia y la tecnología con la sabiduría tradicional, fomenta prácticas culturales (no explícitas) que incrementan el sentido de pertenencia de los comerciantes, vecinos y usuarios e impulsan el sostenimiento de las líneas nutricionales y de seguridad alimentaria a un precio justo.”

TÉRMINOS ASOCIADOS Espacio de encuentro – Prácticas culturales – Agrícola

CONCLUSIÓN DE LA DEFINICIÓN

Se entiende como plaza de mercado un espacio de encuentro o reunión de los habitantes donde se permite a estos realizar actividades de comercio, se inició principalmente en un espacio abierto donde las personas colocaban sus cultivos en el piso para así venderlos, paulatinamente este espacio ya se volvió un concepto más cerrado.

Nota: Conceptos de plaza de mercado teniendo en cuenta documentos que permiten tener palabras claves y una conclusión de su definición.

Tabla 2. Concepto Comercialización

COMERCIALIZACIÓN	
DEFINICIÓN 1	
FUENTE	Autor: Grahame, Dixie. Título: Comercialización de productos hortícolas Otros datos bibliográficos: Guía de extensión en comercialización; Organización de las naciones unidas para la agricultura y alimentación; FAO; Roma 2006.
TIPO DE FUENTE	Secundaria/ Publicación electrónica
DEFINICIÓN	“Comercialización implica determinar cuáles son los productos o servicios que necesitan los clientes y suministrárselos obteniendo utilidad.”
TÉRMINOS ASOCIADOS	Suministrárselos
DEFINICIÓN 2	
FUENTE	Autor: García, Nieto. Título: Comercialización agraria Otros datos bibliográficos: Revista de Estudios Agro sociales; N° 83; 1973; p137
TIPO DE FUENTE	Secundaria / Artículo
DEFINICIÓN	“Se ha definido Comercialización Agraria como «proceso que lleva a los productos agrarios desde la explotación agraria hasta el consumidor; a veces se considera como «proceso que debe seguir al proceso de producción», e incluso se ha considerado restringido a la distribución de productos a los consumidores.”
TÉRMINOS ASOCIADOS	explotación agraria
DEFINICIÓN 3	
FUENTE	Autor: Coronado Parra, Alfonso. Título: Comercialización de frutas y hortalizas Otros datos bibliográficos: Revista ingeniería e investigación; Universidad Nacional de Colombia; N° 19; 1989; p14
TIPO DE FUENTE	Secundaria / Artículo
DEFINICIÓN	“Se entiende por comercialización el conjunto de actividades de compra-venta de productos, desarrolladas desde el punto de producción hasta su llegada a manos del consumidor.”
TÉRMINOS ASOCIADOS	compra-venta
CONCLUSIÓN DE LA DEFINICIÓN	
Se define como comercialización aquel intercambio donde el producto llega al consumidor después de un proceso de producción realizado por el comerciante, el comercio dio inicio a espacios que principalmente fueron informales y posteriormente se organizaron de mejor manera creándose, así como ejemplo plazas de mercado.	

Nota: Conceptos de comercialización teniendo en cuenta documentos que permiten tener palabras claves y una conclusión de su definición.

Tabla 3. Concepto Producto Agrícola

PRODUCTO AGRICOLA	
DEFINICIÓN 1	
FUENTE	Autor: Helguera, L.; Lanfranco, B.; Majó, E. Título: Valoración de activos biológicos y productos agrícolas Otros datos bibliográficos: Revista N°114 plan agropecuario; Economía y mercados; Junio2005; p53.
TIPO DE FUENTE	Secundario / Artículo
DEFINICIÓN	“Es importante señalar que los productos agrícolas, son los productos obtenidos de los activos biológicos de la empresa hasta el punto de su cosecha o recolección”...
TÉRMINOS ASOCIADOS	Activos biológicos
DEFINICIÓN 2	
FUENTE	Autor: Organización de las naciones unidas para la Agricultura y la Alimentación, Organización mundial de la salud (FAO/OMS) Título: Codex Alimentarius - Alimentos Producidos Orgánicamente Otros datos bibliográficos: Manual de Procedimiento de la Comisión del Codex Alimentarius, Definiciones. FAO, Roma 2001
TIPO DE FUENTE	Primario / Norma
DEFINICIÓN	“producto agrícola/producto de origen agrícola significa cualquier artículo o producto, en bruto o elaborado, que se comercializa para consumo humano (excluidos el agua, la sal y los aditivos)”
TÉRMINOS ASOCIADOS	Producto en bruto o elaborado
DEFINICIÓN 3	
FUENTE	Autor: Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASCF) Título: Norma Internacional de Contabilidad 41 Agricultura Otros datos bibliográficos: Activos biológicos; Definiciones; NIC 41; Londres 2000
TIPO DE FUENTE	Primario / Norma
DEFINICIÓN	“Producto agrícola Un es el producto ya recolectado, procedente de los activos biológicos de la entidad. ”
TÉRMINOS ASOCIADOS	Activos biológicos
CONCLUSIÓN DE LA DEFINICIÓN	
Se le denomina así a aquel producto realizado por la actividad humana que se obtiene de materias primas de origen vegetal a través del cultivo.	

Nota: Conceptos de producto agrícola teniendo en cuenta documentos que permiten tener palabras claves y una conclusión de su definición.

2.2 Marco histórico

Los mercados comenzaron en las plazas públicas de los pueblos originales de la colonia, se hacían cada domingo y eran sitio de reunión ya que allí se concentraba el comercio y toda la actividad social, encontrándose habitantes del pueblo de todas las partes cercanas y lejanas a realizar el trueque como el tradicional mercado. En el siglo XX este espacio de interacción se trasladó a edificios cubiertos, en donde se alquilaban los puestos a los comerciantes de productos,

estos se clasificaban por el tipo de producto que vendían. Esta implantación nueva de ubicar los mercados en espacios cerrados fue a causa de los ideales higienistas del siglo XIX.

El desarrollo del comercio en la era medieval en Europa los mercados comenzaron un proceso de consolidación a medida que la ciudad iba creciendo, viéndose una transformación del ambiente urbano. La ciudad cuenca (Castilla-España) es ejemplo de la influencia del mercado en la estructuración de la ciudad (Baquero Duarte, 2011)

Tabla 4. *Evolución del mercado y su influencia en la actividad económica de la Edad Media.*

	MERCADO SEMANAL	MERCADO DIARIO
CARACTER	Agrícola Ganadero: núcleo fundamental de las relaciones comerciales y lugar de intercambio entre el alfoz y el centro urbano.	S. XV: Creciente importancia del mercado diario por medio de la figura del corredor, intermediario obligado entre el productor, artesanos y comerciantes foráneos y locales; elementos imprescindibles para el funcionamiento del mercado urbano.
ESTRATEGIA URBANA	Abastecimiento de la ciudad y otras zonas fuera de ella.	Desarrollar el comercio y la ciudad: se establecen puestos fijos para la venta de determinados productos.
	Fomentar la venta directa y la concentración de la actividad comercial en el mercado local.	Se construyen edificaciones donde el consejo determina los lugares más apropiados para su instalación y concede las oportunas licencias de apertura.
ESTRATEGIA ECONÓMICA	Controlar y regular la función mercantil, regulando la economía campesina del entorno.	El objetivo era aumentar la economía por medio de las personas que se beneficiaban por el aumento del tráfico mercantil.
UBICACIÓN	La plaza de mercado santa María, situada en las proximidades de la catedral	1419: Se construye una casa para la venta de pescado fresco y la caza. Ventas de mercado: en las plazas de los pueblos. Lugares reservados para la venta de hortalizas. 1493: se construye unos portales de ripia para el cereal, mientras se instalaban puestos en las plazas de mercado.
PORQUE SE CONSOLIDÓ	La idea de seguridad y garantía, indispensable para que el comercio de desarrolle en adecuadas condiciones y se configuró la creación de la plaza de mercado.	Se forma un eje comercial alrededor de la zona en que se celebra el mercado semanal que enlaza una serie de plazas; a partir de este eje se orienta el crecimiento urbanístico de la ciudad y así mismo aumenta el número de personas dedicadas a la actividad comercial.

Adaptado de Las plazas de mercado como catalizadores urbanos, por (Baquero Duarte, 2011).

2.3 Marco teórico

Las plazas de mercado son un tipo de equipamiento urbano que ha influido en la transformación de las áreas urbanas, en el desarrollo de actividades comerciales y el incremento en la densificación en su entorno que a través de su historia han enmarcado su fuerte influencia en la consolidación comercial de diferentes tipos y el desarrollo de servicios conformándose como un epicentro de la actividad urbana en los principios de la era medieval hasta la actualidad. (Baquero Duarte, 2011)

Este equipamiento siempre ha sido el punto de encuentro social de los habitantes en donde se desarrolla desde la creación de las ciudades, permitiendo la actividad comercial, así como los foros Romanos eran lugares donde se establecían mercados e igualmente para la realización de decisiones políticas, viéndose fuertemente relacionadas las plazas públicas contribuyendo a la vida urbana e integrando el entorno.

Pensando así la plaza de mercado como un lugar de memoria. Inició siendo una plaza pública seguidamente una plaza de armas, la plaza constitucional y final y necesariamente la plaza de mercado (Castiblanco Roldán, 2012) Esta actividad se realizaba un día a la semana, pero su importancia como centro de abastecimiento y distribución le implicó seguir funcionando en las centralidades de las ciudades, en donde este crecimiento conllevó que el día de mercado pasara a un ritmo de día semanal.

A causa de sus deficiencias ocasionó la creación de edificios diseñados y equipados con el fin de contener este foco de infecciones y aglomeraciones humanas. A partir de estas características se dio ese doble agenciamiento, primero se presentó como un problema de higiene que llevó a su contención, pero de otro lado seguía siendo necesidad alimentaria para la vida cotidiana de los ciudadanos modernos. (Castiblanco Roldán, 2012).

La plaza de mercado del municipio de Curití inició ubicada en el parque principal, frente a la iglesia San Joaquín de Curití, en donde se ubicaban los vendedores a realizar la actividad de comercio o trueque, seguido a esto se estableció una nueva ubicación en donde es conocida hoy en día la casa de la cultura ubicada en la carrera 7 con calle 8, en el costado posterior de la iglesia, finalmente en la actualidad la plaza de mercado de Curití se implantó en un edificio en donde cuenta con un piso, en su interior se divide en dos sectores los cuales son el de cárnicos y el de verduras.

La importancia del desarrollo de la plaza de mercado ha generado tipologías que responden al aumento de la población y al aumento de compra y venta de productos, así mismo al carácter permanente o esporádicamente, de esta manera se entiende la importancia del mercado para el desarrollo de la ciudad y la configuración cultural.

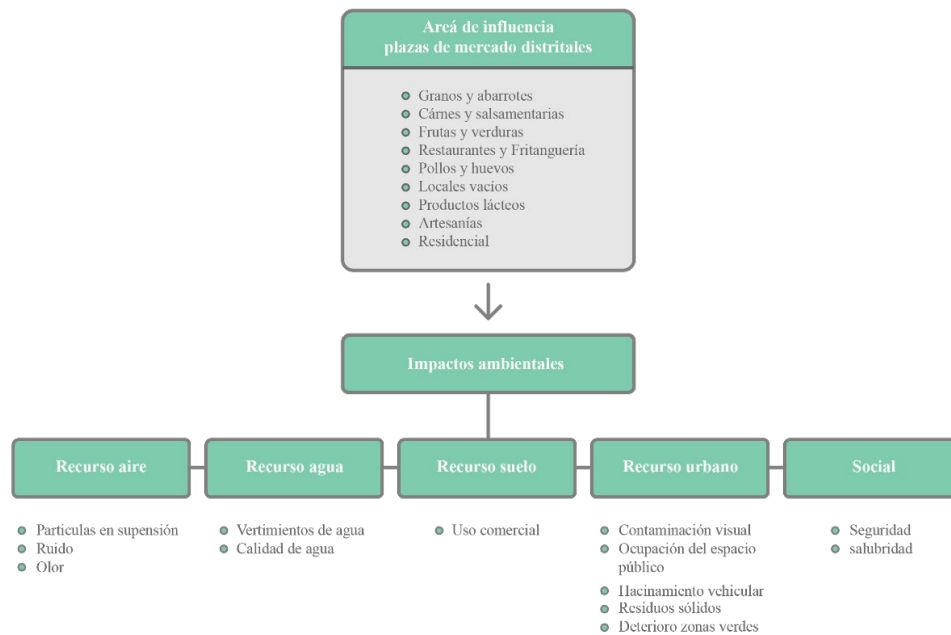
Tabla 5. *Tipologías de mercados e impacto urbano según su tiempo de actividad urbana.*

	PERMANENCIA	FORMA ESPACIAL	UBICACIÓN	IMPACTO URBANO
MERCADO ABIERTO	Un día de mercado o mercado semanal	Puestos individuales alrededor de un espacio público.	Sobre la plaza central Sobre la calle principal o en la entrada principal de la ciudad	Incremento en la densidad peatonal y conflicto vial. Se genera por el desplazamiento de su función en la plaza central o como un punto accesible entre el campesino que se implantan en los bordes urbanos.
MERCADO EDIFICIO	Actividad constante	Edificación de una, doble o triple altura.	Sobre una vía de transporte público y cerca de un equipamiento de culto.	Atracción de vendedores de mercado abierto y transformación de usos comerciales alrededor de las edificaciones.
CONJUNTO EDIFICIOS	Actividad constante	Edificaciones con actividad de mercado en los primeros niveles.	Alrededor de los mercados abiertos ubicados en una plaza o sobre un mercado edificio.	Son edificaciones modificadas por el mercado, las cuales incrementan el proceso de transformación de usos.

Adaptado de Las plazas de mercado como catalizadores urbanos, por (Baquero Duarte, 2011).

La actividad comercial de la plaza de mercado del municipio de Curití son los días miércoles, sábado y domingo, en donde más se presencia contaminación visual, auditiva y una gran congestión de autos alrededor de este equipamiento; afectado la comunidad que reside en el sector, e igualmente comerciantes y compradores. Es aquí donde se identifica las diferentes afectaciones que puede causar este equipamiento en sus diferentes zonas, incidencias las cuales no son solo de carácter físico, sino también culturales.

Figura 1. *Áreas de influencia en la plaza de mercado.*



Adaptado de Diagnóstico ambiental de las plazas de mercado locales doce de octubre, Kennedy y Trinidad Galán en la ciudad de Bogotá, por (Godoy Ortégón & Joya Suarez, 2016)

En este sentido, el medio laboral se convierte en un espacio dinámico y productivo, en un ambiente propicio para el bienestar físico y mental, cuando satisface los requerimientos básicos del individuo, le permite lograr sus objetivos económicos, materiales y contribuye con el bien común de la sociedad a la que este pertenece, brindándole su propia satisfacción personal.

(Organización Mundial de la Salud, 1995) Permitiendo al trabajador un ambiente laboral adecuado, para la realización de este, aportándole a su desarrollo y mejorando así su actividad comercial.

2.4 Marco legal

Ley 9 de 1979 Saneamiento de edificaciones. Se establece las medidas sanitarias y buenas prácticas de manejo de los alimentos; en los Art. 237 y 238 se define la adecuación de espacios específicos para el almacenamiento de basuras en plazas de mercado, igualmente las empresas de aseo deberán realizar la recolección de basuras con una frecuencia impidiendo la acumulación o descomposición en el lugar.

Ley 1618 de 2013 Por medio de esta se establece garantizar el pleno ejercicio de los derechos para las personas con discapacidad en donde se ejerce sus derechos en igualdad de condiciones con las demás personas.

Norma Técnica Sectorial 007 Norma sanitaria de manipulación de alimentos. Esta tiene como objetivo establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la calidad de los alimentos durante la recepción de la materia prima, preparación, almacenamiento, comercialización y servicio, con el fin de proteger la salud del consumidor.

Decreto 3075 de 1997 Se establece el precepto de orden público en donde se regula las actividades que pueden generar factores de riesgo por el consumo de alimentos.

Decreto 397 de 1995. Artículo 3 contemplar dentro de sus estatutos, aspectos relacionados con:

- Seguridad alimentaria;

- Transparencia en la información, divulgación y formación de precios;
- Cumplimiento de normas de calidad y empaque de los productos;
- Cumplimiento de las normas sobre pesas y medidas;
- Establecimiento de controles que eviten las prácticas de comercio desleales;
- Cumplimiento de las normas sobre salubridad, higiene y saneamiento básico, y
- Protección del medio ambiente.

Artículo 7 La creación de mercados mayoristas estará sujeta a los planes de Desarrollo Urbanístico del Departamento, Distrito o Municipio, según el caso, respaldada con los estudios de factibilidad económica, social y financiera, los cuales contemplarán, entre otros, los siguientes aspectos:

- Su ámbito regional y su zona de influencia;
- Localización periférica de fácil acceso
- Zonas de parqueo, cargue y descargue;
- Áreas adecuadas de circulación interna;
- Instalaciones o espacios, adecuados que faciliten las actividades de comercialización mayorista y agroindustrial;
- Instalaciones o espacios asignados a productores agropecuarios; y
- Servicios complementarios a los mercados mayoristas.

Artículo 9 Todo mercado mayorista debe disponer de un Reglamento Interno de Funcionamiento en el que se determine la organización administrativa, financiera y operativa del mismo. Dicho reglamento deberá contener, como mínimo, los siguientes aspectos:

- Objetivos y finalidades.

- Distribución y uso específico de los espacios, arrendamientos, cesiones, traspasos y trámites relacionados con la tenencia de locales.
- Uso de las zonas de circulación y estacionamiento.
- Horarios de funcionamiento.
- Normas sobre construcciones, reparaciones y mantenimiento de las instalaciones y locales.
- Normas claras sobre uso y tarifas de los servicios públicos, así como controles sanitarios y manejo de desechos.
- Derechos y prohibiciones de los usuarios y visitantes.
- Normas relacionadas con personas y actividades complementarias a la actividad de comercialización.
- Normas relacionadas con la seguridad y mantenimiento del orden público en las instalaciones de la Central.
- Establecimiento de condiciones para almacenamiento y exhibición de los productos.
- Normas relacionadas con sanciones, multas y cancelación de licencias.

Decreto 605 de 1996. Artículo 18 el sistema de almacenamiento colectivo de basuras. Toda edificación para vivienda, comercio, multifamiliar, conjuntos residenciales, centros comerciales, restaurantes, hoteles, plazas de mercado, deberá tener un área destinada al almacenamiento de residuos sólidos que cumpla como mínimo con los siguientes requisitos:

- Los acabados serán lisos, para permitir su fácil limpieza e impedir la formación de ambientes propicios para el desarrollo de microorganismos en general.
- Tendrá sistemas de ventilación, de suministro de agua, de drenaje de prevención y control de incendios.

- Será construida de manera que se impida el acceso de insectos, roedores y otras clases de animales.
- Será diseñada con la capacidad suficiente para almacenar los residuos producidos acorde con las frecuencias de recolección establecidas por la entidad prestadora.
- Deberá permitir el fácil acceso de los vehículos recolectores de la entidad prestadora del servicio de aseo y facilitar el traslado de los residuos sólidos a los mismos.

Artículo 43 Se contempla la recolección en plazas de mercado. Para la recolección de los residuos generados por las plazas de mercado del municipio se utilizarán contenedores ubicados estratégicamente. La recolección de los residuos sólidos en estos lugares se debe efectuar en horas que no comprometan el adecuado flujo vehicular y peatonal de la zona ni el funcionamiento de las actividades normales de la plaza.

Departamento Nacional de Planeación Se entiende un proyecto estándar para la construcción de una plaza de mercado, en donde contiene las condiciones mínimas requeridas para la ejecución, construcción y asegurar la sostenibilidad del proyecto, de esta manera disminuir el abastecimiento alimentario inadecuado, informalidad de los comerciantes, el manejo inadecuado de basuras, invasión de espacio público y afectación del paisaje urbano del municipio.

3. Metodología

Esta investigación tiene como finalidad responder a las necesidades de la edificación y a los objetivos planteados en la propuesta académica, los cuales se han desarrollado en tres fases, en donde se dará como enfoque cualitativo y cuantitativo. La población del estudio será dirigida a comerciantes de la plaza de mercado del municipio de Curití y a los habitantes del municipio.

Fase 1. Analizar comerciantes y consumidores. En esta primera fase se realizará una salida de campo en donde se desarrollarán encuesta a comerciantes y consumidores, en donde se identifiquen las condiciones de trabajo de los comerciantes y la experiencia que tienen los consumidores al realizar su actividad de compra en la plaza de mercado de Curití.

Fase 2. Identificación de las falencias del equipamiento. En esta fase se desarrollarán entrevistas a administradores y trabajadores de la plaza de mercado por lo que es la población que más tiempo permanece en ella y así poder identificar las falencias arquitectónicas a partir de la experiencia de ellos en el equipamiento. También se realizará una matriz cromática de las afectaciones que presenta la plaza de mercado de esta manera poder identificar los impactos más significativos de la plaza de mercado en zona residencial.

Fase 3. Diseño de propuesta de plaza de mercado. En esta fase es el desarrollo del diseño de la plaza de mercado de Curití cumpliendo con las normativas requeridas, y las necesidades identificadas anteriormente en las investigaciones.

Tabla 6. Metodología.

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS DISPONIBLES	PRODUCTO FINAL
1. Establecer el funcionamiento interno de la plaza existente, con el fin de identificar las falencias del equipamiento en términos espaciales y estructurales.	Observación directa: <ul style="list-style-type: none"> • Visita técnica a la plaza del municipio • Identificar los problemas de organización de la plaza de mercado • Análisis de cada espacio interno • Revisar normativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de trabajo • Disponibilidad económica • Cámara fotográfica • Planimetría del lugar • Platilla de registro 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro fotográfico, • Listado de normas • Plantilla de registro sobre los problemas de la plaza de mercado
2. Analizar los comerciantes y consumidores que frecuentan la plaza	Recolección de datos: <ul style="list-style-type: none"> • Indagar y recopilar información sobre la población reciente del municipio 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de trabajo • Disponibilidad económica • Medios informáticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusiones de la entrevista realizada, analizando las afectaciones

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS DISPONIBLES	PRODUCTO FINAL
de mercado del municipio, con el fin de establecer sus necesidades y requerimientos espaciales	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar información sobre las condiciones de trabajo de los comerciantes y las afectaciones que tienen los compradores en el equipamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Formato de encuesta 	que presentan la población e implementarlas en el proyecto.
3. Desarrollar una nueva propuesta de espacios de venta modulados permitiendo una adecuada organización espacial y funcional.	<p>Recolección de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar en la normativa la propuesta que se plantea de organización para la exhibición de productos. Estudiar referentes de plazas de mercado para entender de manera de diseño y estructuralmente 	<ul style="list-style-type: none"> Medios informáticos Libros Norma técnica de construcción Tiempo de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Diseños propuestos en las normativas. Listado de características con las que debe cumplir una plaza de mercado Memoria descriptiva

Nota: Metodología realizada a partir de los objetivos específicos y definir procesos a seguir.

3.1 Análisis localización

Figura 2. Localización de Santander en Colombia.



Adaptado de Google Maps.

Santander se encuentra dividido en 87 municipios, así mismo numerosos caseríos y sitios poblados. Cuenta con una superficie de 30.537 km, en donde se limita por el norte con los departamentos de Cesar y Norte de Santander, por el Este y por el Sur con el departamento de Boyacá y por el Oeste con el río Magdalena que lo separa de los departamentos Antioquia y Bolívar.

Figura 3. *Localización del Municipio de Curití en Santander.*



Adaptado de Google Maps.

El municipio de Curití se encuentra ubicado al centro oriente del departamento, emplazado en la cordillera oriental. Se encuentra a 90 km de Bucaramanga capital de departamento de Santander. El municipio cuenta con una superficie de 247 km², en donde limita territorialmente por el norte con los municipios de Molagavita, Cepitá, Aratoca y Jordán, Al Sur con Mogotes y San Gil, Al Occidente con Villanueva y Cabrera y al Oriente con Mogotes.

Figura 4. *Localización de zona urbana de Curití en el Municipio de Curití.*



Adaptado de Google Maps.

El actual casco urbano tiene una extensión de 42,94 hectáreas, está constituido por 10 barrios, 56 manzanas, 801 casas y 110 lotes ubicados alrededor del parque central. Lo atraviesa la carretera troncal del Oriente que comunica a Bucaramanga con Bogotá.

3.1.1 Implantación

Figura 5. Localización de lote en el Municipio de Curití.



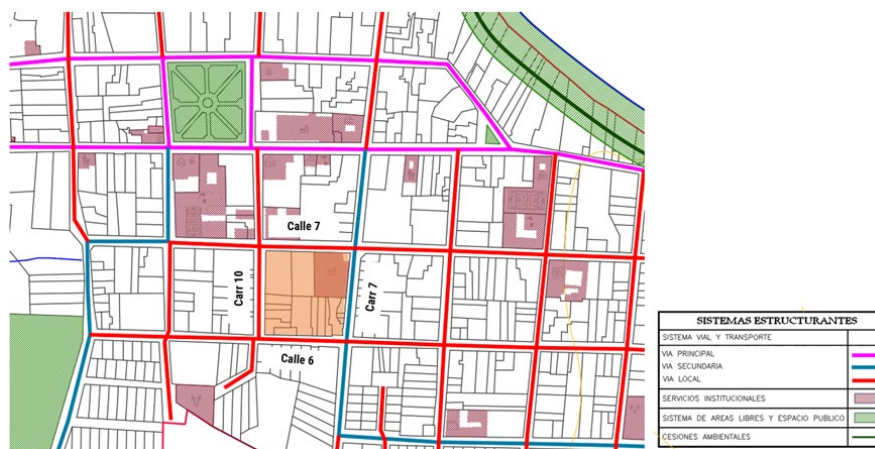
Adaptado de Esquema de Orden territorial de Curití.

La plaza de mercado de Curití se encuentra ubicada en la Carrera 7 # 6 – 51 Barrio Eduardo Santos. En donde la carrera 7 es una vía secundaria ubicándose el mayor flujo de carros en los horarios de mercado y encontrándose aquí la entrada principal a la plaza de mercado, por la calle 7 se encuentra la entrada secundaria y así mismo la salida de desechos.

Figura 6. *Fotografías de las vías principales del lote.*

Adaptado de Google Earth.

En el sector se puede evidenciar el deterioro y su mal estado del perfil vial generando así problemas de accesibilidad al equipamiento, así mismo la obstrucción que causan los vehículos estacionados alrededor de la plaza de mercado impidiendo el paso adecuado de otros vehículos en circulación. Además, la nula presencia de vegetación en la zona.

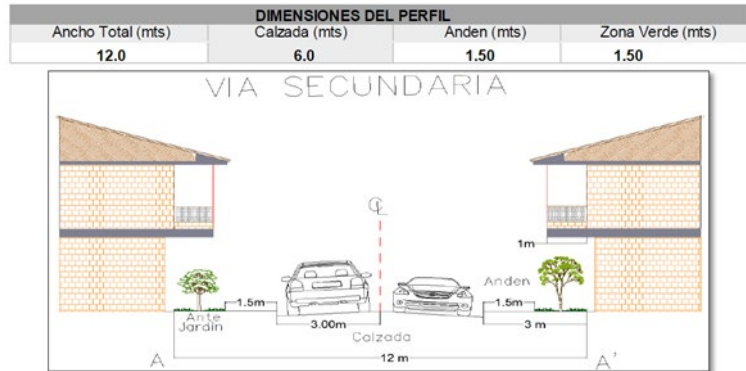
Figura 7. *Plano de Sistemas estructurantes*

Tomado de Esquema de Orden territorial de Curití.

Las vías de influencia del lote son la carrera 10 y calle 7 perteneciendo estas dos a vías locales, la carrera 7 en donde se encuentra la entrada principal de la plaza de mercado actualmente

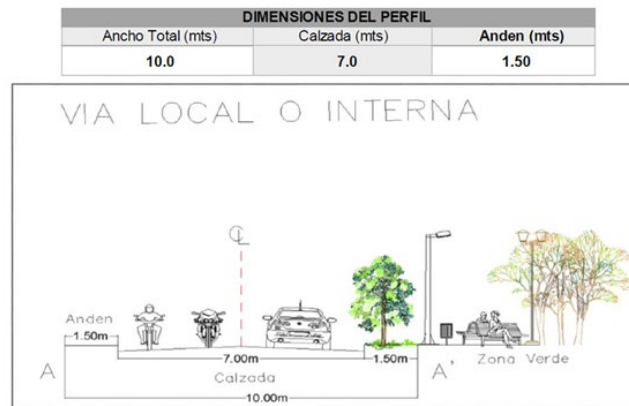
es una vía secundaria, por esta carrera se encuentran equipamientos de comercio, así mismo es la que más afectación tiene por parte de la ocupación de vehículos, la calle 6 es en donde se encuentra la menor influencia de vehículos ya que es una zona mayormente residencial.

Figura 8. Perfil Vial de Vías secundarias.



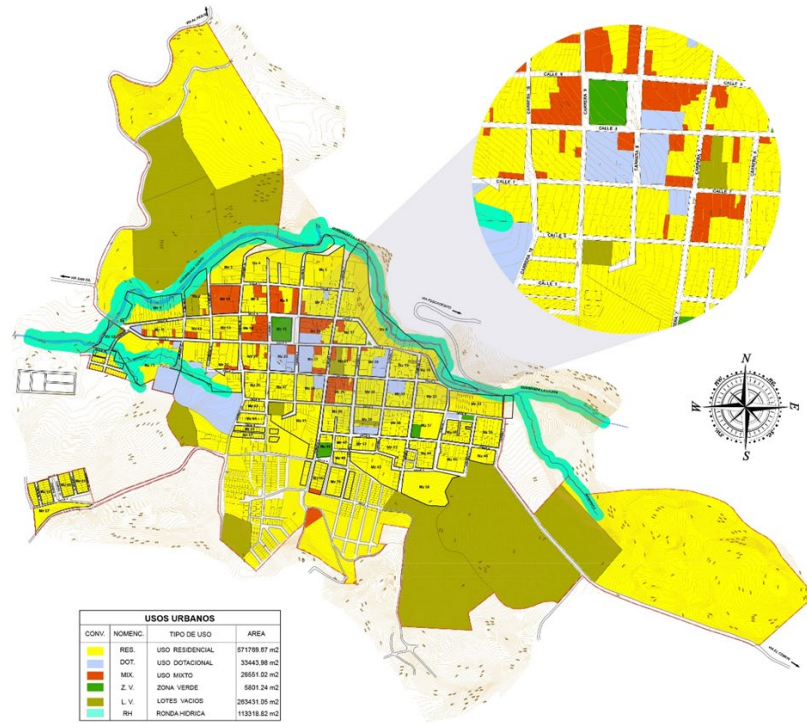
Tomado de Esquema de Orden territorial de Curití.

Figura 9. Perfil Vial de Vías locales o internas



Tomado de Esquema de Orden territorial de Curití.

Figura 10. Plano de usos urbanos del municipio de Curití.



Tomado de Esquema de Orden territorial de Curití.

El predio donde se encuentra ubicado actualmente la plaza de mercado tiene como uso institucional, los predios colindantes a este son de uso residencial.

3.1.2 Determinantes del lote

Figura 11. Sección transversal Calle 7.

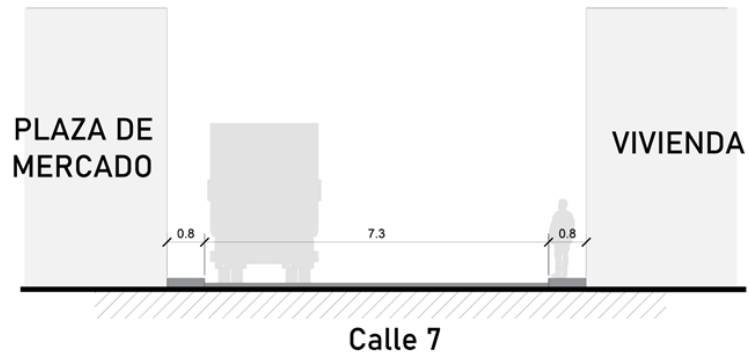


Figura 12. Fotografía de la Calle 7.



La calle 7 es una vía en doble sentido, la cual cuenta con 7,3 metros de ancho en la calzada, con perfiles de andenes no continuos variando entre 0,8 a 1 metro de ancho. Por esta vía se encuentra la entrada y salida de basuras de la plaza de mercado, donde se presencia el cambio de nivel en estas entradas para el acceso, impidiendo un paso continuo de circulación por el andén,

así mismo parqueándose camiones de carga pesada, siendo este perfil vial difícil de acceder por su elevada pendiente del 12%.

Figura 13. *Sección transversal Calle 6.*

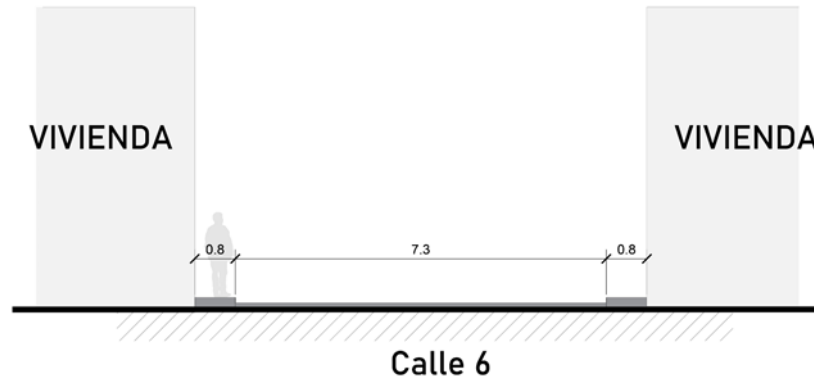
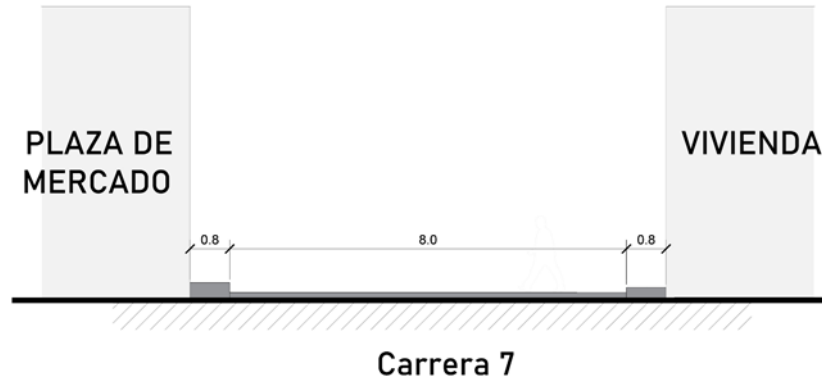


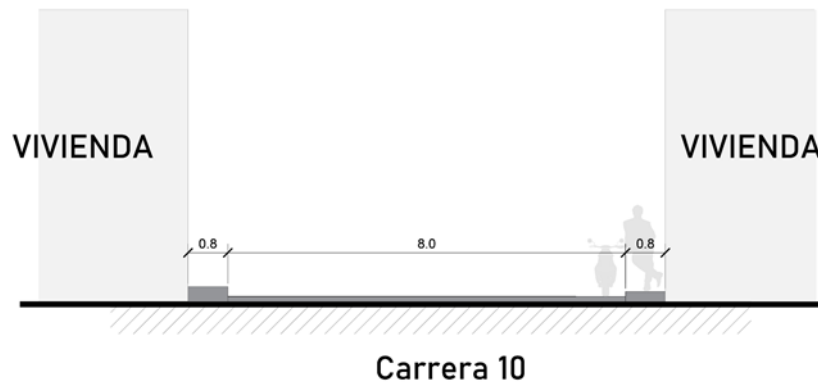
Figura 14. *Fotografía de la Calle 6.*



La calle 6 es una vía de doble sentido, cuenta con 7,3 metros de ancho en la calzada, con perfiles de andenes no continuos variando entre 0,8 a 1 metro de ancho, se presenta poca influencia de vehículos puesto que es en donde mayormente se encuentra vivienda en el sector.

Figura 15. *Sección transversal Carrera 7.***Figura 16.** *Fotografía de la Carrera 7.*

La carrera 7 es una vía de doble sentido, cuenta con 8 metros de ancho en la calzada, con perfiles de andenes no continuos variando entre 0,8 a 1 metro de ancho, con diferentes obstrucciones por los comercios encontrados en el sector, así mismo se encuentra la entrada principal a la plaza de mercado actual presenciándose así el mal estado de acceso al equipamiento en donde se estanca el agua y escalones en mal estado, y la falta de existencia de una rampa de acceso al lugar.

Figura 17. *Sección transversal Carrera 10.***Figura 18.** *Fotografía de la Carrera 10.*

La carrera 10 es una vía de doble sentido, cuenta con 8 metros de ancho en la calzada, con perfiles de andenes no continuos variando entre 0,8 a 1 metro de ancho, y de alturas diferentes, viéndose como problema el paso discontinuo del peatón por el andén.

3.1.3 Análisis normativo

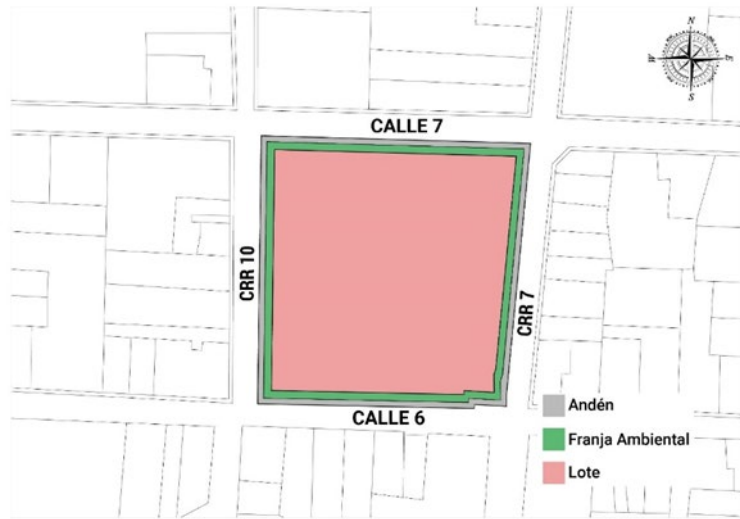
Tabla 7. Índices de Edificabilidad.

ZONA SUR		
1. Modelo		
Tratamientos		
Tratamientos de Desarrollo Tipo 1. TDE - T1		
B. Componentes del Modelo Territorial Ambiental		
Servicios Complementarios		
C. Equipamiento		
Servicios Complementarios		
2. Edificabilidad		
A. Índice		
Áreas de Actividad	Ocupación Max	Construcción Max
Residencial Tipo 1	0,70	3,50
Comercial y de Servicios	0,74	3,70
Institucional y Dotacional	0,87	4,00
B. Cesión Tipo A o Pública (sobre Área Neta)		
Uso	Equipamiento Comunal	Total
Residencial	22%	22%
Comercial y de Servicios	17%	17%
Institucional y Dotacional	15%	15%
C. Cesión Tipo B o Privada (sobre Área Construida)		
Uso	Equipamiento Comunal Privado	Espacio Comunal Privado
Residencial		
Comercial y de Servicios	15 m Cuadrados por cada 80 m cuadrados constructivos	
Institucional y Dotacional		

Adaptado de Esquema de ordenamiento territorial de Curití.

La plaza de mercado es de uso institucional cuenta con un área bruta de 941 m² en donde la plaza ocupa el 93% del lote, está dividido en dos módulos, el módulo uno, en donde su entrada es por la carrera 7 (Verduras), el módulo dos, por la entrada de la calle 7 (Carnes), dando así un área de 880 m² construidos, el equipamiento cuenta con un solo piso, en donde su área libre es de 61 m², por lo tanto se tomará la cuadra exacta para realizar el diseño adecuado de la plaza, contando con un área neta de 4205 m².

Figura 19. *Análisis de ocupación del predio.*



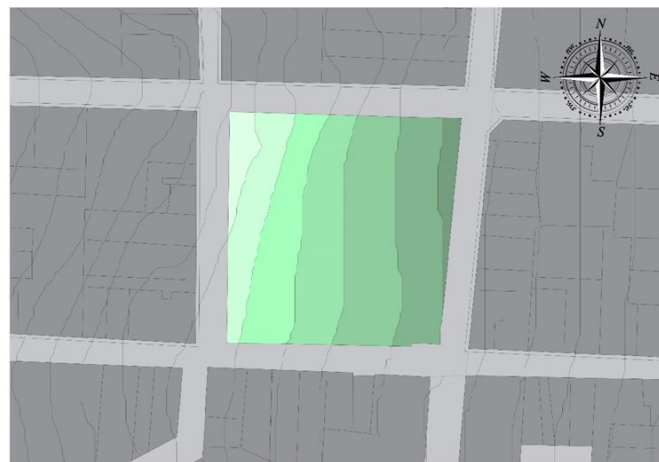
Adaptado de Esquema de Orden territorial de Curití.

Tabla 8. *Características del predio según el EOT.*

CARACTERÍSTICAS DEL PREDIO SEGÚN EL EOT		
DESCRIPCIÓN	INDICES	AREA
AREA DEL LOTE		4.205
INDICE DE OCUPACIÓN	0,87	3.658
INDICE DE CONSTRUCCIÓN	4,00	16.820

Adaptado de Esquema de ordenamiento territorial de Curití.

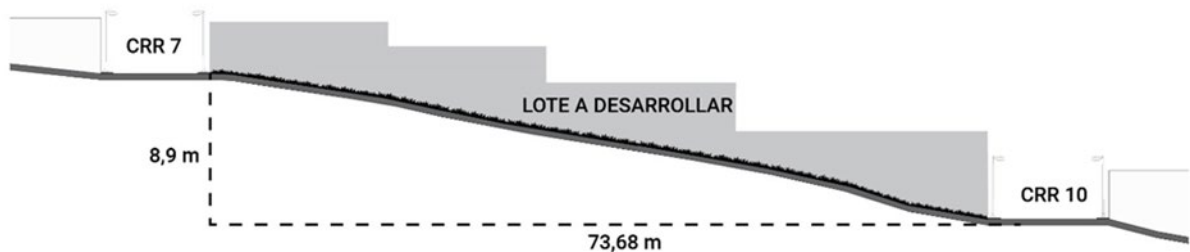
Figura 20. *Ampliación del lote a desarrollar y sus curvas de nivel.*



Adaptado de Esquema de Orden territorial de Curití.

El lote cuenta con seis curvas de nivel las cuales tienen una diferencia de 2 metros entre cada una, generando así el 12% de pendiente. No se encuentra emplazado cercano a fuentes hídricas que obstaculicen el desarrollo de un proyecto arquitectónico en el lugar.

Figura 21. Perfil de la manzana Longitudinal.



Una de las características más importantes del lote es la pendiente predominante del 12 %, generando así niveles, que se conectarán a partir de escaleras y rampas. Destacando así la importancia de la accesibilidad al equipamiento, siendo como solución el manejo a partir de diferentes niveles, generando así accesos peatonales o vehiculares en estos diferentes niveles.

3.1.4 Determinantes físicas

3.1.4.1 Trayectoria solar

Tabla 9. Azimut y altitud del solsticio de verano e invierno.

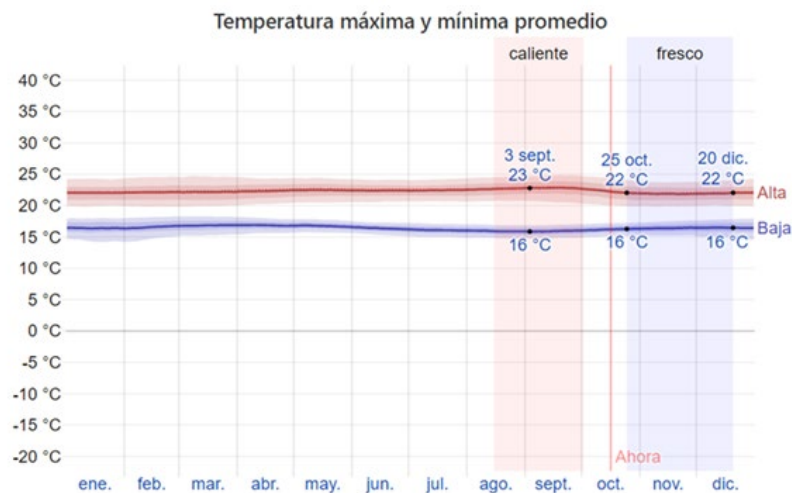
AZIMUT	ALTITUD	AZIMUT	ALTITUD	SOLSTICIO
63,23°	45,05°	-64,17°	42,28°	Verano 21 de junio 2020
	9:00		15:00	
127,39°	38,86°	-124,54°	37,70°	Invierno 21 de diciembre 2020
	9:00		15:00	

Adaptado de Andrew Marsh.

Conociendo el azimut y altitud del solsticio de verano e invierno se entiende que las caras en donde más se expone el equipamiento son las del Este y Oeste, siendo así las caras más cortas las que reciben el sol de mayor grado. El lote se encuentra a una altura sobre el nivel del mar de 1.400 conociendo que la temperatura es templada variando entre los 17°C a los 24°C.

3.1.4.2 Temperatura

Figura 22. *Temperatura máxima y mínima promedio.*

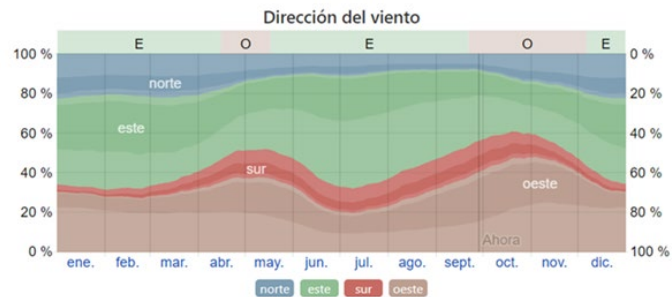


Tomado de Weather Spark. (Weather Spark, 2016)

La Temperatura máxima promedio es de 23° C y una temperatura mínima promedio de 16° C. Las temporadas frescas del municipio va del 25 de octubre al 20 de diciembre, con una temperatura máxima promedio diario de 22°c.

3.1.4.3 Vientos

Figura 23. Dirección de los vientos en el municipio de Curití.

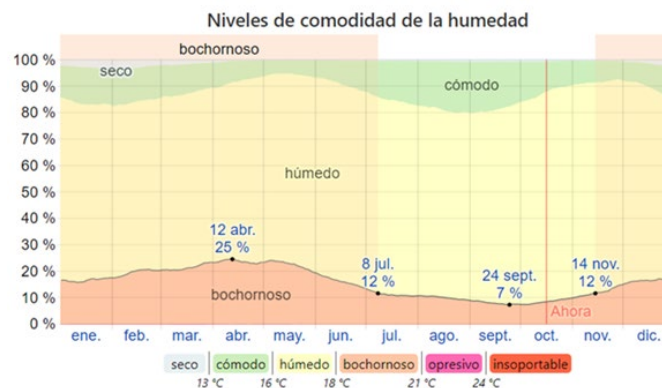


Tomado de Weather Spark. (Weather Spark, 2016)

Los vientos de Curití provienen con más frecuencia del oeste, con una velocidad media de 1,6 km/h durante 1,1 meses, del 21 de septiembre al 6 de diciembre, con un porcentaje máximo del 48 % en 3 de noviembre. (Weather Spark, 2016)

3.1.4.4 Humedad

Figura 24. Niveles de comodidad de la Humedad.



Tomado de Weather Spark. (Weather Spark, 2016)

En Curití la humedad varía levemente, durante las fechas 14 de noviembre y al 8 de julio, el nivel de comodidad es bochornoso, opresivo o insoportable, esto sería durante el 12% del tiempo.

3.2 Análisis urbano

3.2.1 Arquitectura predominante del sector

La plaza de mercado de Curití se encuentra ubicada a una cuadra de la iglesia principal del municipio de Curití viéndose así la arquitectura predominante del sector se caracteriza por el estilo colonial, construidas con tapia y bahareque, techos altos, cubiertas con tejas de barro, complementándose con puertas y ventanas en madera, decoradas con hierro. Se identifica la mayoría de viviendas de un solo piso alrededor del sector.

Figura 25. *Arquitectura Predominante del sector.*



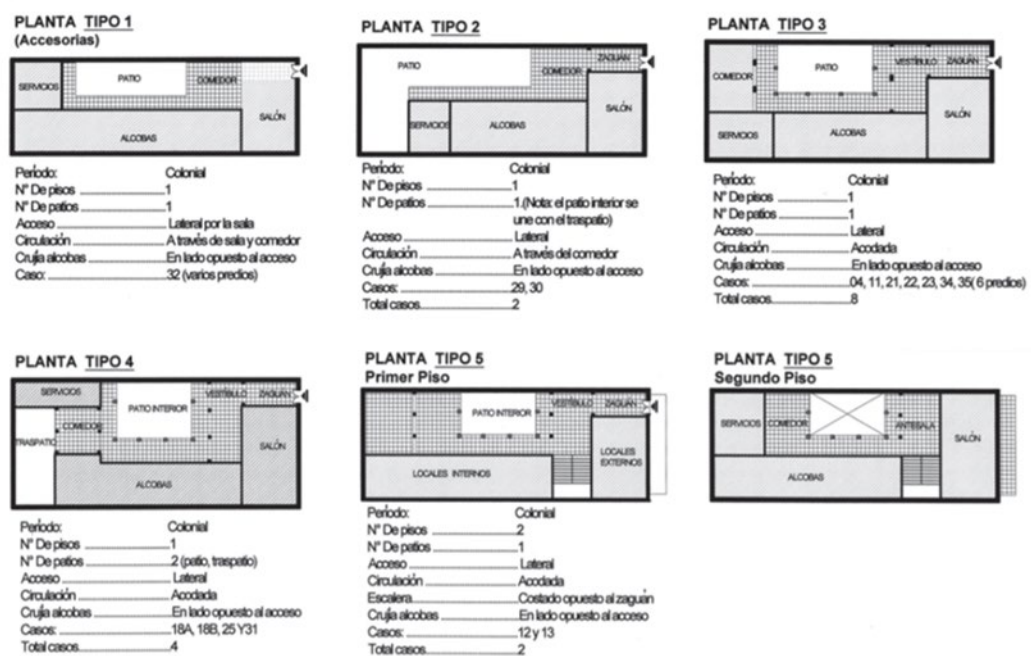
Adaptado de Google Earth.

Se evidencia la presencia de casas construidas recientes, en donde mantienen colores al estilo colonial, variando de tal manera la cubierta de barro por la teja de zinc y muros en mampostería.

La arquitectura doméstica o casa colonial es un producto de la casa con patio interior española, cuya influencia proviene del imperio romano en España y a través de España en Hispanoamérica. La característica más importante es la serie de espacios más o menos cerrados que giran en torno a otro espacio principal y abierto o patio central, alrededor del cual se organiza la casa. (Guerra, 2016)

En el municipio se puede evidenciar configuraciones de fachadas, con nuevos materiales diferentes a la tipología colonial, esto mismo se presenta en la organización espacial de estas, en donde casas coloniales para vivienda se adaptó el interior dando así diferentes usos de equipamientos habiendo cambios en la configuración interna de las viviendas y de su uso.

Figura 26. Organización espacial interna de casas coloniales.



Adaptado de Tipologías arquitectónicas Coloniales y Republicanas (Guerra, 2016)

Las manzanas iniciales solían dividirse en cuartos, pero durante el período colonial esa organización varió por distintos motivos. Por ejemplo, particiones de los solares y unidades domésticas iniciales entre la descendencia de los primeros pobladores. Así mismo, la compraventa de predios entre vecinos. En esa medida, las formas y los tamaños de las casas fueron cambiantes. Otra constante es que, a lo largo del período, predominaron casas de un piso, mientras que las de dos o más plantas fueron escasas. También, que solía considerarse prestigioso a un poblador cuanto más cerca estuviera de la plaza central su solar. (Cisneros, 2017)

Figura 27. Plano de morfología del municipio.



Adaptado de Esquema de Orden territorial de Curití.

En Curití las cuadras están organizadas ortogonalmente, a causa de la influencia de españoles en las colonias como se habla anteriormente y su fuerte influencia en la tipología de vivienda del municipio también se presenció en la organización de este, generándose un problema por la abrupta topografía en donde es constante y no habiendo diferencia entre los terrenos en el municipio contando cada uno con pendientes pronunciadas causando diferentes problemas de accesibilidad.

3.2.2 Hitos y nodos del sector

El parque se encuentra ubicado al frente de la iglesia San Joaquín, en donde se realizan actividades de reunión como las ferias anuales del municipio y actividades desarrolladas por la gobernación.

Figura 28. *Parque principal de Curití.*



Adaptado de Alcaldía Municipal de Curití

El Balneario está compuesto por las quebradas Ficaleña y Peña Negra. El acceso a este balneario se encuentra en buen estado por lo que es accesible para la población del municipio, para llegar a este establecimiento en vehículo se demora 10 a 15 minutos para llegar, es importante porque por esta vía también reparte a las diferentes veredas de Curití.

Figura 29. *Balneario Pescaderito.*



Adaptado de Alcaldía Municipal de Curití

La iglesia se encuentra ubicada en la mitad del municipio articulando diferentes equipamientos ubicados alrededor de esta misma, generando así visitas tanto de los habitantes como de turistas constantemente, siendo así importante para el municipio.

Figura 30. *Iglesia San Joaquín.*



Adaptado de Alcaldía Municipal de Curití

Como se menciona anteriormente la ubicación del parque principal es al frente de la iglesia, al ser la centralidad del municipio permite conexiones importantes entre diferentes actividades que se realizan alrededor de este, tales como la iglesia, el colegio y la alcaldía.

Figura 31. *Parque principal de Curití.*



Adaptado de Alcaldía Municipal de Curití

El colegio funciona en dos horarios mañana y tarde, generando así en dos momentos actividades de reunión de estudiantes, encontrándose diagonal a la iglesia y a un lado la alcaldía del municipio.

Figura 32. *Parque principal de Curití.*



Adaptado de Google Earth

3.3 Análisis de usuarios

3.3.1 Perfil del usuario

El perfil del consumidor de plazas de mercado se define a partir de características como la función que emplea, el recorrido y la permanencia de este mismo en el equipamiento puesto que la relación que tiene el cliente externo depende del horario, el día y las actividades. Permitiendo así a las plazas de mercado y a las instituciones construir un perfil dando así a conocer y entender a sus clientes para así ofrecer productos y servicios acorde a las demandas, desarrollando estrategias acordes a las características de los usuarios, evidenciándose la importancia del consumidor ya que estos son una parte fundamental de las plazas de mercado siendo los causantes de la economía de esta misma. Teniendo en cuenta estas características permitirle contar al usuario

con un sitio adecuado en donde sea como prioridad la comodidad, seguridad, bienestar y variedad de productos, acceder a productos en las mejores condiciones y expectativas diversas.

3.3.2 Identificación de usuarios

Tabla 10. Identificación de actividades paso a paso de usuarios exteriores

Clientes Internos - Actividad paso a paso Usuario Comerciante, Administrativos, Cocineros.		
ACTIVIDAD	CUALIDAD	CRITERIO
1. Llega caminando o en algún medio de transporte	Espacio público que permita el continuo flujo peatonal. Acceder al parqueadero sin obstruir el flujo vehicular.	ACCESO PUBLICO Zonas de ingreso al equipamiento como plazoleta de acceso y parqueadero.
2. Accede por alguno de los accesos dependiendo el lugar de su procedencia	Accede peatonalmente o por el acceso vehicular	ACCESO - PARQUEO PUBLICO Accesos señalizados y diseñados bajo las normativas de accesibilidad universal.
3. Decide la circulación que lo lleve a los locales que desea comprar	Estas circulaciones deben ser accesibles y óptimas para el flujo de los usuarios, permitiendo visualizar todos los locales presenten en la plaza.	CIRCULACIÓN PUBLICA Y ZONA DE PUESTOS Las circulaciones deben ser accesibles, en donde no se cruce con circulaciones privadas, los puestos deben ser categorizados adecuadamente para la mejor orientación del comprador.
4. En ocasiones hace uso de los servicios públicos como los sanitarios, zona de comidas y administración	La zona de baños debe estar a disposición de todo publico por lo que cada piso cuenta con batería de baños	ZONAS COMPLEMENTARIAS Estas zonas deben estar cercanas a los puestos de venta y debidamente señalizados
5. Se retira de la plaza de mercado por la salida que más sea conveniente	Plazoleta de acceso o zona de parqueadero	ACCESO - PARQUEO PUBLICO Estos espacios deben ser amplios para que se permita el flujo peatonal y vehicular son haber obstrucciones

Adaptado de Nueva Propuesta para la Plaza de Mercado Satélite Guarín de Bucaramanga, Santander (Fiallo Rincón & Montaguth Durán, 2018)

Tabla 11. *Identificación de actividades paso a paso de usuarios interiores*

Cientes Internos - Actividad paso a paso		
Usuario Comerciante, Administrativos, Cocineros.		
ACTIVIDAD	CUALIDAD	CRITERIO
1. Llega caminando o en algún medio de transporte	Espacio público que permita el continuo flujo peatonal. Acceder al parqueadero sin obstruir el flujo vehicular.	ACCESO PRIVADO Zonas de ingreso al equipamiento como plazoleta de acceso y parqueadero.
2. Accede por zona restringida de zona de trabajadores	Espacios de zona de trabajo restringidos como limpieza de verduras, preparación de carnes y zona de carga y descarga.	ACCESO PRIVADO Estas zonas restringidas de trabajo están diseñadas a partir de la normativa para el buen manejo de productos.
3. Accede a zonas de servicio restringidas en donde puede almacenar objetos personales y vestirse de acuerdo a su ocupación	Estas zonas debes estar equipadas para los dos sexos, zona de lockers, vestidores y baños.	ZONA DE SERVICIOS Deben estar ubicados en las zonas cercanas de ingreso a los trabajadores para el fácil acceso a ellas.
4. Ingresa a su bodega indicada para surtir lo necesario para su local	El local debe solventar las necesidades para el uso al que esta dispuesto.	ZONA DE ALMACENAMIENTO Estas bodegas están relacionadas a la zona de carga y descarga y zona de lavado, sobre una circulación restringida.
5. Se dirige a su lugar de venta y acomoda los productos en este mismo.	El local debe solventar las necesidades para el uso al que esta dispuesto.	LOCAL - EXPOSICIÓN Los locales deben estar zonificados de acuerdo al producto que se esté vendiendo, conectándose por circulaciones adecuadas.
6. Realiza sus ventas durante el día dentro de su lugar de venta.	Este espacio debe contar con el área adecuada en donde permita la estancia de una o dos personas.	LOCAL - VENTA Esta debe ir dividida internamente por zona de exposición, almacenamiento, pago, y limpieza.
7. Normalmente el almuerzo lo consumen en el interior de la plaza en su zona de comidas o en los puestos de venta, igualmente pueden desplazarse a la zona de baños durante su turno	El espacio debe estar adaptado para poder realizar esta actividad y facilitar el cierre del local si es necesario.	LOCAL - NECESIDADES Esta debe ir dividida internamente por zona de exposición, almacenamiento, pago, y limpieza.
8. Al finalizar la jornada laboral asea su espacio de trabajo	Se debe contar con un espacio de recolección de residuos.	LOCAL - ASEO GENERAL Esta de almacenamiento se encuentra alejada los puestos de venta.
9. Almacena la mercancía cerrando el local debidamente.	La mercancía puede ser almacenada en el local o en las bodegas.	LOCAL - ALMACENAJE El cerramiento de un local no debe impedir el funcionamiento de los demás locales o las circulaciones.
10. Acomoda la basura en el sitio indicado	La zona de basuras debe estar dividida en secciones para la separación de residuos	ZONA DE BASURAS Estas zonas de basura se encuentran ubicadas en cada piso del equipamiento, así mismo estas son pasadas a la zona de basuras en donde están cerca de la zona de carga y descarga
11. En ocasiones se utiliza	Los baños deben prestar servicio a todo tipo de publico según normativa	ZONAS COMPLEMENTARIAS

Clientes Internos - Actividad paso a paso Usuario Comerciante, Administrativos, Cocineros.		
los servicios públicos, administración o zonas complementarias		Estas zonas deben estar cercanas a los puestos de ventas de manera visible o señalizados
12. Sale del mercado para irse a su lugar de descanso	Espacio público amplio que permita el flujo peatonal, así mismo salir del parqueadero sin obstruir el flujo vehicular	SALIDA Los accesos y salidas restringidas deben estar cercanas a estacionamientos para la fácil salida

Adaptado de Nueva Propuesta para la Plaza de Mercado Satélite Guarín de Bucaramanga, Santander (Fiallo Rincón & Montaguth Durán, 2018)

3.4 Análisis tipológicos

3.4.1 Referente nacional - Plaza de mercado Paloquemao, Bogotá.

Figura 33. Referente Nacional Plaza de mercado Paloquemao.



Adaptado de Clásicos de la arquitectura: Plaza de Mercado Paloquemao (Duque, 2014)

Ubicación: Paloquemao, Bogotá, Colombia.

Arquitectos: Dicken Castro, Jacques Mosseri.

Estado: Construido

Fecha de construcción: 1967

Área: 25,569.46 m²

3.4.1.1 Condiciones urbanas. La implantación de la plaza de mercado esta estratégicamente ubicada en la ciudad de Bogotá, integra sus dos ejes principales los cuales son la carrera 30 y la calle 19. Este edificio está pensado como un grupo de actividades puntuales, las cuales están separadas dependiendo si es actividad peligrosa o no, a causa de los materiales orgánicos que entran y salen del equipamiento. La implantación del proyecto tiene como diseño una diagonal, dividiendo las funciones antes especificadas, con el fin de expandirse hacia la ciudad, creando de esta manera una fachada que invite el ingreso.

3.4.1.2 Condiciones arquitectónicas. La planta está diseñada de forma radial, permitiendo la implantación y adecuación de todos los servicios, de tal forma que estos dos se comuniquen entre sí, por recorridos lineales, permitiendo la adecuada ventilación. En el sentido norte-sur cuenta con un recorrido de dimensiones amplias permitiendo el tráfico de mercancía a las zonas de trabajo de los comerciantes.

La cubierta es uno de los elementos más importantes, cuenta con un ritmo que es constante en todo el equipamiento, aportando calidad espacial, este ritmo se logra a partir de una triangulación de prefabricados de concreto los cuales se encuentran en una doble altura, para dar mejor espacialidad a la zona de comercio, e igualmente permitiendo la iluminación indirecta que generan estos pliegues.

3.4.2 Referente nacional - Plaza de mercado Gramalote

Figura 34. Referente Nacional Plaza de mercado Gramalote.



Adaptado de Plaza de Mercado Gramalote (OAU, 2020)

Ubicación: Gramalote, Norte de Santander, Colombia.

Arquitectos: Jheny Nieto y Rodrigo Chain

Estado: Construido

Fecha de construcción: 2017

Área: 1300 m²

3.4.2.1 Condiciones urbanas. Este proyecto se encuentra implantado en la centralidad del nuevo Gramalote, creando un nodo estratégico conectando a los equipamientos propuestos para la reconstrucción del municipio tales como un polideportivo, colegio, casa cultural y una alcaldía, convirtiendo así el equipamiento en un espacio de cultura y agricultura, a partir de un escenario y mirador hacia la naturaleza de gramalote.

3.4.2.2 Condiciones arquitectónicas. El proyecto se implanta en una topografía de 25% y el 30 % de pendiente, creando así un recorrido en zigzag entre el acceso alto y el acceso bajo, que igualmente funciona como un articulador, este recorrido es una rampa la cual cuenta con las pendientes y descansos adecuados para el recorrido de las personas con movilidad reducida, y así igualmente solucionando excavaciones y rellenos, sino de esta manera se aprovecha la topografía para el diseño. Se propone 70 puestos comerciales, en los que se dividen en dos tipos de módulos flexibles, adaptándose al vendedor respectivamente al producto que este va a comercializar.

La cubierta está conformada por un módulo estructural de concreto, en el que contiene pliegues invertidos los cuales tienen como función la recolección de aguas lluvias. En su totalidad cuenta con 8 módulos de recolección que a su vez tienen como función ser columnas y cubierta, generando así un conjunto arquitectónico.

3.4.3 Referente internacional - Mercado ambulante la democracia

Figura 35. *Referente Internacional Mercado ambulante la democracia.*



Adaptado de La democracia mercado ambulante (León, 2016)

Ubicación: Quetzaltenango, Guatemala

Arquitectos: Jairo Ademar de León González

Estado: Proyectado

Fecha de construcción: 2016

Área: 14.000m²

3.4.3.1 Condiciones urbanas. El comercio de 'la democracia' se compone por 23 manzanas las cuales se encuentran ubicadas en la centralidad de la ciudad de Quetzaltenango, este sector es usado por la comunidad para diferentes actividades, incluyendo equipamientos públicos como comerciales, educativos, industrial y religioso, cuenta con muy poca vivienda. Esta implantación es estratégica para el buen crecimiento comercial sostenible.

3.4.3.2 Condiciones arquitectónicas. El equipamiento cuenta con una plaza versátil de 6.000 m² en donde alberga mercados móviles, basares navideños, arte, teatro e igualmente otras actividades lúdicas y culturales. Las circulaciones que se generan por dentro y por fuera dotan al mercado de una apertura hacia la ciudad, dando así la posibilidad de observarla mientras se recorre, generando una adecuada iluminación natural. El mercado y su plaza vertical se desempeñan como un espacio urbano, siendo así un recorrido vertical abierto hacia la ciudad sin generar barreras, incluyendo un espacio público interno que culmina con un huerto urbano de productos orgánicos.

El módulo cultural, además de proporcionar un recinto provisional para los actuales vendedores del mercado interno (centro comercial) durante el desarrollo del nuevo mercado, ejerce en su reprogramación como un espacio cultural, albergando una biblioteca, guardería, áreas de organización comunitaria, un salón, capacitación y talleres, centro de emprendimiento, y otras

áreas educativas, siendo la educación y capacitación sus eje fundamentales, entendiéndolos en su rol de romper los procesos de informalidad.

3.4.4 Referente internacional - Mercat Santa Caterina

Figura 36. Referente Internacional Mercat Santa Caterina.



Adaptado de Guía de arquitectura de Barcelona: 23 obras para visitar en la ciudad de Antoni Gaudí (Duran, 2019)

Ubicación: Barcelona, España

Arquitectos: Enric Miralles, Benedetta Tagliabue

Estado: Construido

Fecha de construcción: 1997 – 2005

Área: 7.000m²

3.4.4.1 Condiciones urbanas. El mercado se encuentra ubicado en el distrito de Cuitat Vella, sobre la avenida Francesc Cambó 16, siendo así parte de la intervención urbana de la rehabilitación de la zona. Esta propuesta de rehabilitación implicó una acción sobre el tejido urbanístico, con la intención de mezclarse y confundirse con la estructura original, esto se logra

mediante la construcción de una nueva cubierta, envolviendo la estructura y extendiéndose más allá del perímetro.

3.4.4.2 Condiciones arquitectónicas. La planta cuenta con 7.000 m, el espacio comercial es flexible teniendo en cuenta cambios futuros en el diseño. La cubierta es un sistema compuesto de vigas de acero, sección y eje variables, y las vigas de orden inferior en el cemento, que descansan sobre pilares y vigas de tubos de acero de hormigón. Las funciones del equipamiento se distribuyen en varios niveles, en el sótano se encuentra el aparcamiento, en la primera planta tiene como uso la zona comercial, en donde cuenta con un área de museo, restaurante, un supermercado y un mercado de artículos usados. En la segunda planta se encuentran oficinas ejecutivas. Del mercado original se conservan las paredes laterales y la fachada portica, la cual fue construida en 1988, el resto fue construido de madera, vidrio, metal y cerámica. La cubierta está conformada por cerámicas que forman un cartel gigante de una foto tomada desde un puesto de frutas y verduras moldeado como un rompecabezas en la belleza de 325.000 colores losas hexagonales de 67".

4. Programa arquitectónico y cuadro de áreas

Tabla 12. Programa arquitectónico y cuadro de áreas

Nivel de privacidad	Espacio	Sub espacio	Área (m2)	Cantidad	Área total (m2)	Área total zona
Público	Zona de venta Verduras y Frutas	Puestos de venta	8,8	68	589,4	5.571
		Circulación			1.642	
	Zona de venta Carnes	Puestos de venta	8,8	24	211,2	
		Circulación			344	
	Aseo	Batería de baños	56,2	2	112,4	
		Depósito de basura	9,5	2	19	
		Cuarto de Aseo	7,7	2	15,4	
	Comida preparada	Locales de comidas	15,4	8	123,2	
		Zona de mesas			478	
		Local Jugos	10,4	2	20,8	
Circulación				2.016		
		Vestieres	19,8	2	39,6	

Nivel de privacidad	Espacio	Sub espacio	Área (m2)	Cantidad	Área total (m2)	Área total zona
Privado	Depósito de Carnes	Filtro sanitario			36,9	892,2
		Control de insumos			47,6	
		Choque térmico			53,5	
		Cuarto Frio Pescado			26	
		Cuarto Frio Pollo			25,1	
		Cuarto Frio Carne			75,6	
		Cuarto Frio Cerdo			90	
		Filete eviscerado	24,5	2	49	
		Sala de desposte	69,2	2	138,4	
		Circulación			310,5	
	Depósito de Verdura y frutas	Inspección de productos			25	1.204,2
		Lavado y secado de productos			69	
		Bodega de verduras y frutas	2,4	68	163,2	
		Circulación			947	
	Aseo	Batería de baños			56,2	73,4
		Depósito de basura			9,5	
		Cuarto de Aseo			7,7	
	Descargue	Espacio de maniobra			1.046	1.182
		Parqueo de Camiones			135,7	
Técnico	Tanque de agua			53,6	223,5	
	Bomba de agua			65,5		
	Planta eléctrica			52,2		
	Sub estación eléctrica			52,2		
Administración	Secretaría			44,5	191,3	
	Sala de juntas			50,5		
	Oficina administrador			55,8		
	Oficina contador			40,5		
Servicios	Parqueadero	Control de ingreso			8,3	2689,8
		Automóviles	18,9	37	699,4	
		Motos	2,5	28	70,6	
Servicios	Parqueadero	Personas con discapacidad	13	2	34,5	54,7
		Circulación			1.006	
		Vía			871	
Basuras	Basuras	Residuo animal			16,5	54,7
		Basura orgánica			20,6	
		Basura inorgánica			17,6	
	Plazoleta de Acceso Carrera 7				583	583
Área total del proyecto					12.082	

Nota: Cuadro de áreas propuesto para el diseño de plaza de mercado para el municipio de Curití, con áreas indicadas en m2.

5. Desarrollo de propuesta arquitectónica

El diseño arquitectónico para la plaza de mercado del municipio del Curití se basa a partir de un análisis topográfico teniendo en cuenta que es un factor representativo del municipio, una pendiente pronunciada en donde se manejó de la mejor manera para que este cuente con un fácil acceso al equipamiento, así mismo el factor cultural representándose a partir de los materiales y colores, dando a conocer de la misma forma el proceso de realización del fique siendo representante de una buena parte de la economía del municipio, por lo que se mantuvo una consonancia con sus edificaciones alrededor.

5.1 Conceptos de diseño

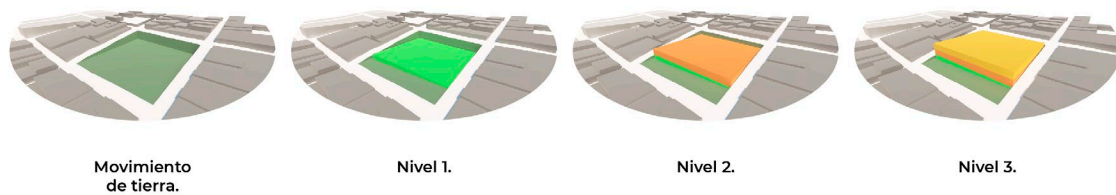
El nombre Curití tiene como significado Pueblo de tejedores en lengua Guane, viéndose reflejado su significado en la actualidad debido a que la principal economía del pueblo proviene del cultivo de fique y la creación de artesanías realizadas de este material, por lo que se decidió como principal concepto el tejido. Teniendo en cuenta la importancia de elementos como el fique, la piedra Barichara, materialidades utilizadas en las viviendas coloniales, la unión de todo esto se define como tradición siendo este el segundo concepto usado, el cual se mantiene a partir del uso de estos en el proyecto, destacándolos y manteniéndolos presentes generación tras generación.

5.2 Proceso de diseño

Para el proceso de diseño se planteó principalmente la ubicación de las entradas y las funciones que se llevan a cabo en cada uno de los niveles, dado que en la topografía se presenta una inclinación del 12% por lo que es uno de los factores importantes en el planteamiento del

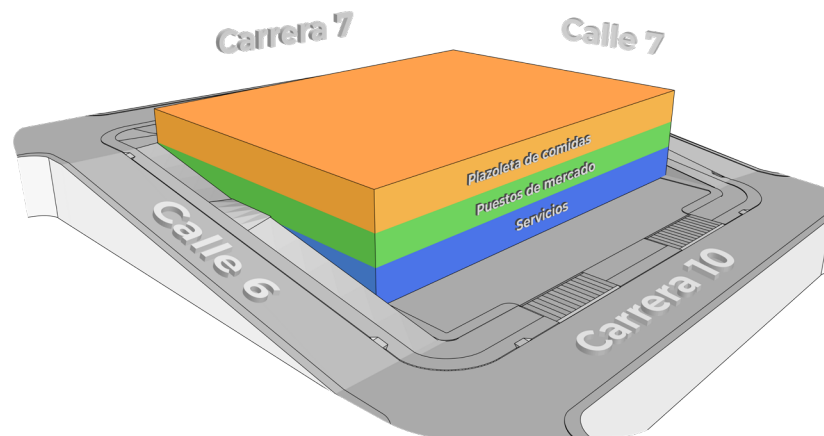
diseño, seguido a esto también se vio empleado el manejo de niveles en la forma volumétrica, dando, así como respuesta una accesibilidad adecuada al equipamiento.

Figura 37. *Implantación de niveles.*



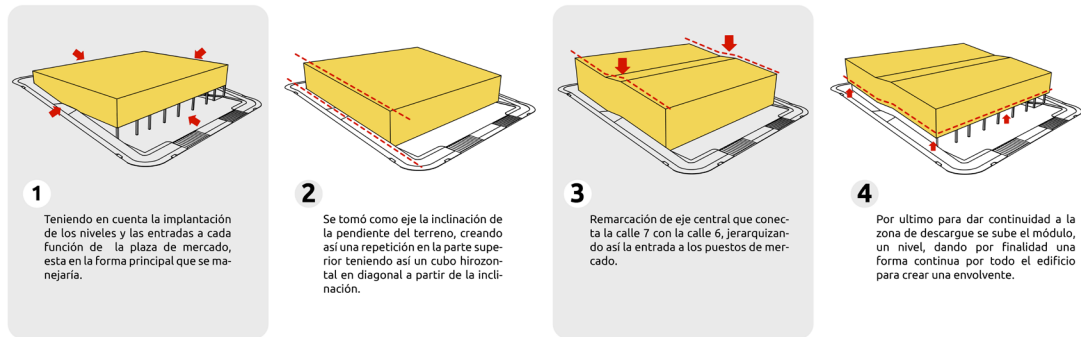
Definiendo de esta manera las entradas en donde se comenzó a realizar el funcionamiento interno del equipamiento, el cual cuenta con tres pisos y un sótano. En donde el primer piso se plantea los servicios necesarios para el funcionamiento de la plaza como el descargue de productos, el segundo piso se destina a los puestos de mercado de carnes, frutas y verduras, en el tercer piso se encuentra el funcionamiento de la plazoleta de comidas junto a la administración.

Figura 38. *Funciones en los niveles.*



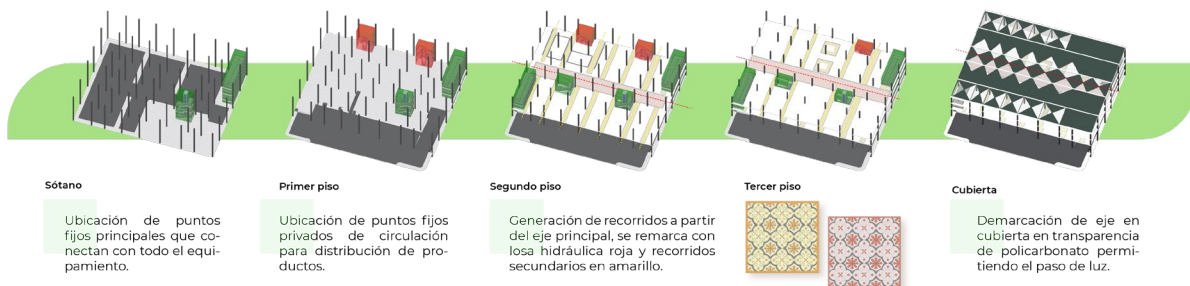
Teniendo así el movimiento de tierras para la implantación de cada nivel y el mejoramiento de accesos, se define el uso de cada uno de estos niveles y sus respectivas entradas para de esta manera dar inicio a la forma volumetrica que tomará el equipamiento.

Figura 39. *Proceso de diseño volumétrico.*



Los recorridos planteados se generan a partir de la continuidad que se presenta entre la calle 7 y la calle 6, por lo que se crea un eje principal conectando estas dos calles, para así dar organización interna a los puestos de mercado y a los recorridos.

Figura 40. *Recorridos y puntos fijos.*



El equipamiento cuenta con 6 puntos fijos en donde se organizan a partir de las circulaciones, solo dos de estos se encuentran presentes en todo el equipamiento conectando con cada nivel, también se encuentra presente otros dos puntos fijos los cuales tienen un uso privado para el transporte de carnes, frutas y verduras, finalmente se presentan dos puntos fijos a partir del segundo piso conectando con el tercero, puesto que estos dos pisos serán los más transitados en el transcurso del día.

Figura 41. Plano de primer piso.

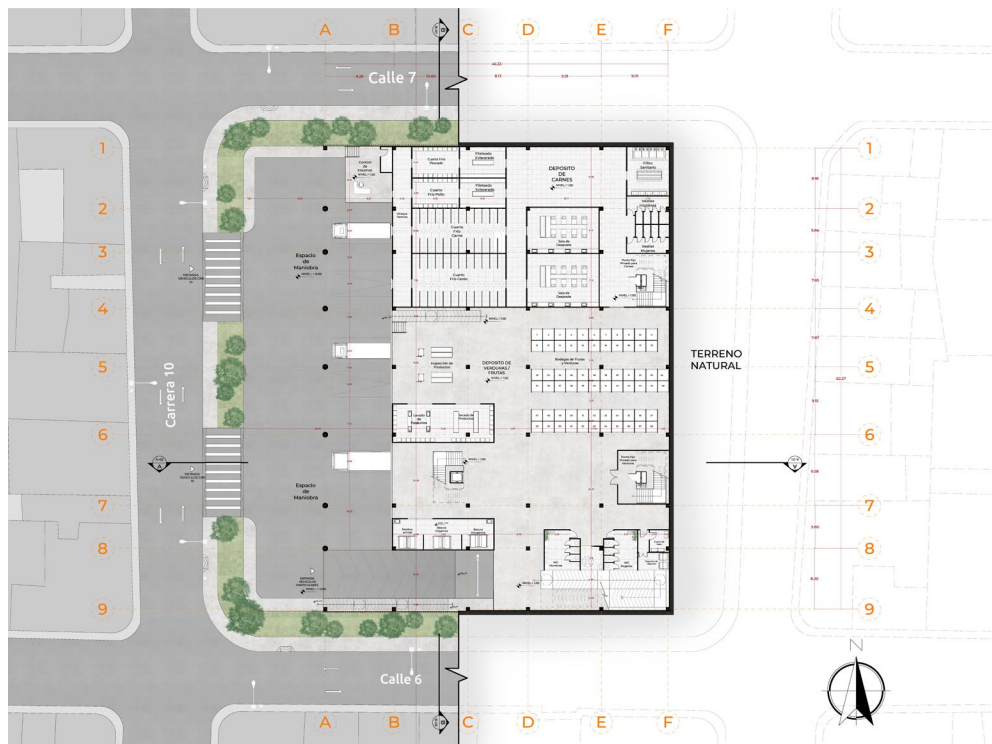


Figura 42. Plano de segundo piso.



Figura 43. Plano de tercer piso.

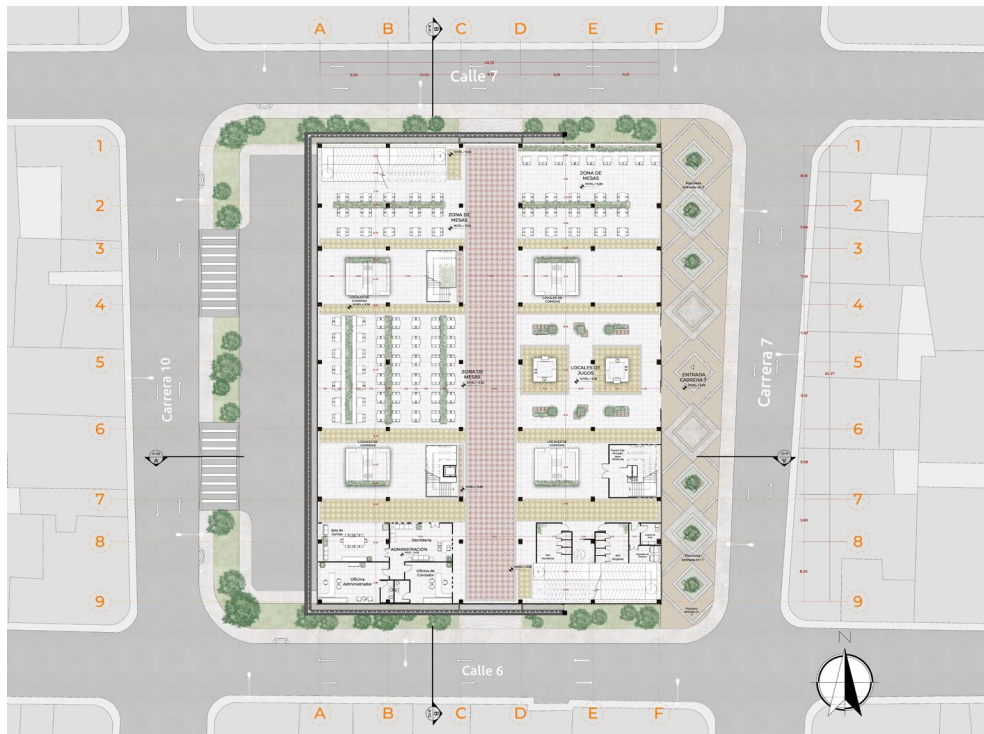
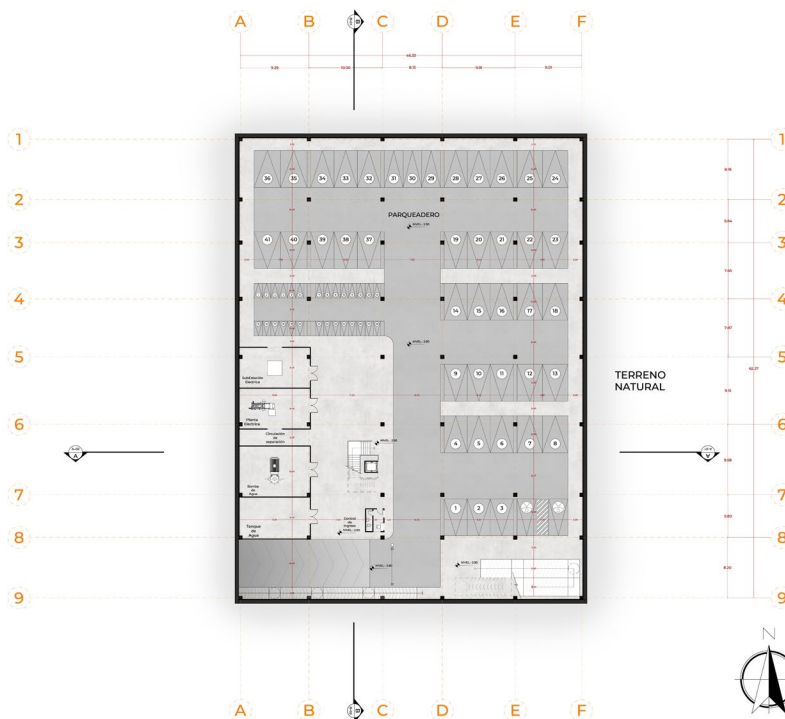
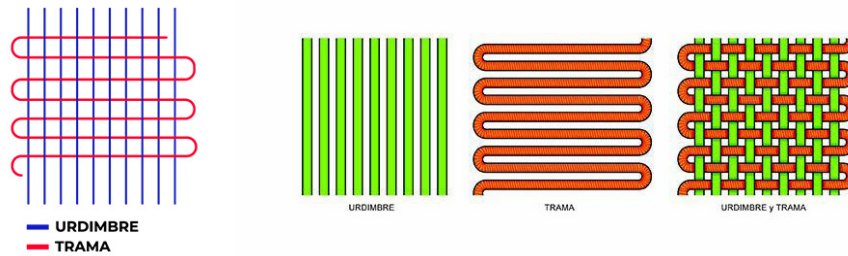


Figura 44. *Plano de sótano.*

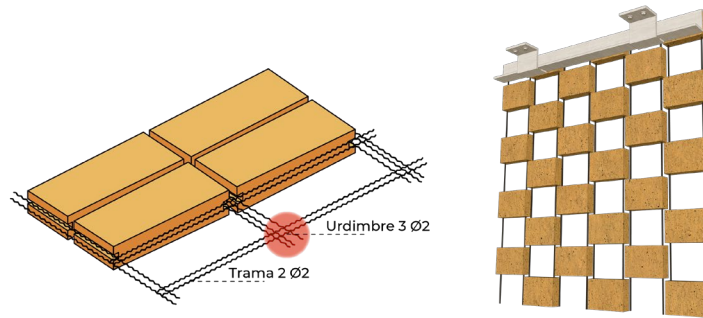
Los tejidos realizados con fique están formados por una serie longitudinal de hilos que se enlazan perpendicularmente con otra serie transversal. La serie de hilos dispuestos longitudinalmente recibe el nombre de urdimbre, cada uno de sus elementos se denomina hilo de urdimbre o simplemente hilo. La serie transversal constituye la trama y cada uno de estos hilos de trama se denomina pasada. Al igual que un tejido este concepto de hilos se emplea en la estructura del flexbrick que consiste en un patrón con tejido cerámico que es un sistema industrializado de láminas flexibles compuestas de una malla de acero trenzada que confina unas piezas cerámicas dispuestas en tabla, en donde se empleará este sistema para la doble fachada del equipamiento.

Figura 45. Direcciones de la trama y la urdimbre.



Adaptado de Ficha técnica de un tejido en calada (Laboratorio de moda, 2013)

Figura 46. Sistema flexbrick.



De esta manera se realizó una representación cultural gráfica sobre esta doble fachada en donde cada una de las cuatro se verá reflejado los procesos para la creación y producción del fique, material importante para la cultura y economía del municipio.

Figura 47. Proceso de fabricación del fique.

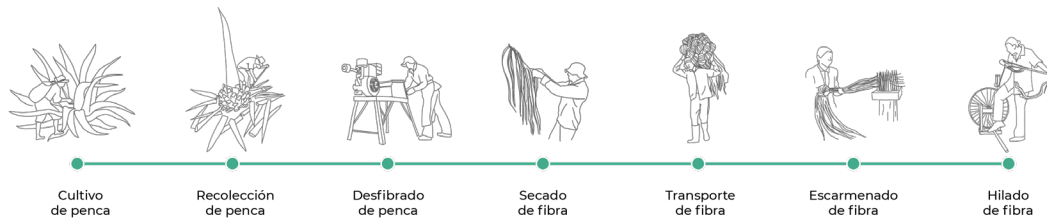


Figura 48. Fachadas Norte y Sur.

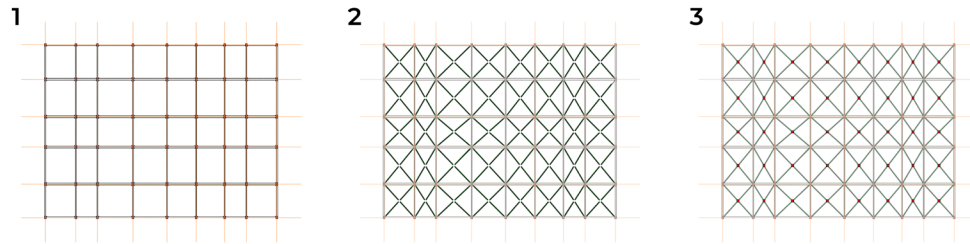


Figura 49. Fachadas Este y Oeste.



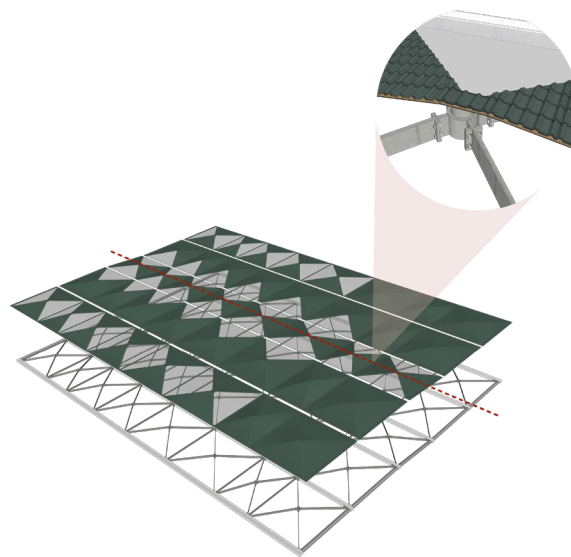
La cubierta se realizó a partir de los ejes estructurales del equipamiento en donde se forma una retícula, por lo que se trazó intersecciones a través de cada uno de estos, formando así centralidades en ellos desplazándolos hacia arriba y así generando pliegues piramidales.

Figura 50. *Retícula de cubierta.*



La cubierta consiste en una estructura en acero anclada a la viga canal de esta manera sostiene la teja termoacústica de PVC, en donde la circulación continua entre la calle 7 y calle 6 se mantiene en el tercer piso y se refleja a través de la cubierta manteniendo un patrón de transparencias en policarbonato

Figura 51. *Estructura en acero de cubierta.*



5.3 Puestos de mercado

Los puestos de mercado se realizan teniendo en cuenta las necesidades que requieren los usuarios, en donde deben contar con espacios para exhibición y de lavado de los productos, así mismo como almacenamiento de estos y espacio de circulación interno para fácil movimiento del vendedor.

Figura 52. Puestos de venta en planta.

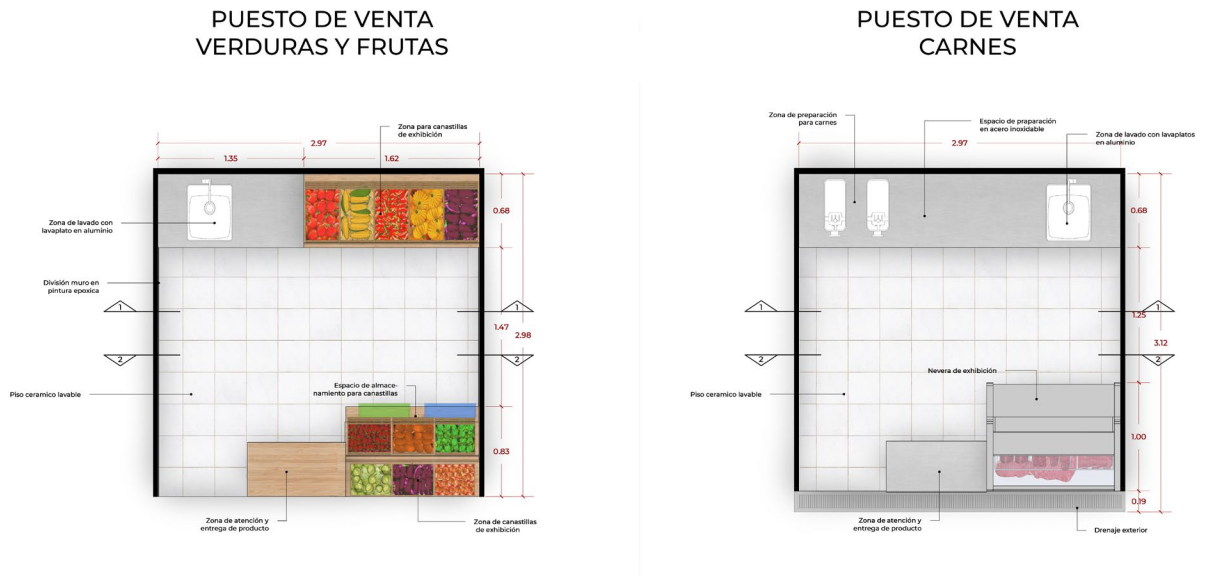


Figura 53. Puestos de venta en perspectiva.



6. Conclusiones

El diseño planteado soluciona problemáticas de organización internas en donde se establecen espacios que no existen en la actualidad y que son de importancia como la zona de descargue con la que se busca reducir la interrupción en las vías colindantes al equipamiento, disminuyendo la congestión vial, por otro lado la zona de manipulación de alimentos y zona de residuos orgánicos ayudan con los desechos que se generan en la jornada laboral constantemente las cuales afectan a las zonas residenciales y comerciales cercanas a la plaza y un mejor confort para usuarios internos y externos, igualmente espacios de integración en donde se crean a partir de la necesidad de compartir tradiciones y culturas del municipio dando a conocer la importancia de esta, generando una conexión con turistas y habitantes del pueblo, en donde se prolonga su funcionamiento horas extra al horario laboral de la plaza. Resaltando así la necesidad de plantear un proyecto que responda a partir del diseño arquitectónico, iniciando principalmente por la adecuada accesibilidad para todo tipo de usuario

Así mismo se realiza una volumetría en donde se representa la cultura del municipio y la importancia del fique como producto y material en donde la economía del municipio es principalmente gracias a este, teniendo en cuenta las características climáticas del sitio y permitiendo el confort a la población viéndose así la importancia de mantener una actividad de comercio de productos agrícolas, ordenada y adecuada para la población, beneficiados los habitantes del municipio convirtiendo así esta actividad una nueva manera de mercar y comercializar añadiendo la oportunidad a turistas y habitantes conocer más sobre la cultura de Curití.

Referencias

- Baquero Duarte, D. L. (2011). *Las plazas de mercado como*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Cacua Barreto, L. F., Carvajal Villamizar, H. P., & Hernández Flórez, N. E. (2014). *Condiciones de trabajo y su repercusión en la salud de los trabajadores de la plaza de mercado la Nueva Sexta, Cúcuta*. Cúcuta: Corporación Universitaria Minuto de Dios,.
- Castiblanco Roldán, A. (2012). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencia y luchas. *Ciudad Paz-ando*, 123-132.
- Catillo Hermida, H. (2014). Plazas de mercado en Bogotá, generadoras de residuos y desarrollo. *Congreso nacional el medio ambiente*. Bogotá, Colombia: Institución universidad central.
- Cisneros, S. P. (Diciembre de 2017). *Revista Credencial*. Obtenido de <http://www.revistacredencial.com/credencial/historia/temas/casas-en-la-colonia>
- Coronado Parra, A. (1989). Comercialización de Frutas y hortalizas. *Ingeniería e investigación*, 14.
- Duque, K. (27 de Agosto de 2014). *Archdaily*. Obtenido de <https://www.archdaily.co/co/626045/clasicos-de-arquitectura-plaza-de-mercado-de-paloquemao-dicken-castro-jacques-mosseri>
- Duran, V. (16 de Junio de 2019). *Archdaily*. Obtenido de <https://www.archdaily.co/co/918977/guia-de-arquitectura-de-barcelona-23-obras-imprescindibles-en-tu-primera-visita>
- EOT. (2002). *Esquema de orden territorial del municipio de curití*. Curití.
- Fiallo Rincón, C., & Montaguth Durán, A. F. (2018). *Nueva Propuesta para la Plaza de Mercado Satélite Guarín de Bucaramanga, Santander*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomas,.

Godoy Ortégón, A. S., & Joya Suarez, J. K. (2016). *Diagnostico ambiental de las plazas de mercado locales doce de octubre, kennedy y trinidad galán en la ciudad de Bogotá.*

Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/4859/1/JoyaSuarezJennyKatherine2016.pdf>

Guerra, F. A. (2016). *Tipologías arquitectónicas coloniales y republicanas*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Laboratorio de moda. (12 de Abril de 2013). *Ficha técnica de un tejido en calada*. Programa Arce.

León, J. d. (2016). *Architizer*. Obtenido de <https://architizer.com/projects/la-democracia-mercado-ambulante/>

OAU, N. A. (10 de Marzo de 2020). *Archdaily*. Obtenido de <https://www.archdaily.co/co/934989/plaza-de-mercado-gramalote-niro-arquitectura-plus-rodrigo-chain>

Organización Mundial de la Salud. (1995). *Estrategia Mundial de la Salud ocupacional para todos*. Obtenido de <https://apps.who.int/iris/handle/10665/42109>

Weather Spark. (31 de Diciembre de 2016). *Weather Spark*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/24378/Clima-promedio-en-Curiti-Colombia-durante-todo-el-año>