

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca
Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

Propuesta de diseño de una plaza de mercado para el municipio de Piedecuesta, Santander

Jonathan Almeyda Espinosa

Pablo Andres Murillo Hernández

Trabajo de grado para optar el título de arquitecto

Tutor

Claudio Mantilla

Arquitecto

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de ingenieras y arquitectura

Facultad de arquitectura

2018

DEDICATORIA

Dedicada al ser Supremo, a nuestros padres por su apoyo incondicional, por su motivación y esfuerzo. Sus enseñanzas fueron fundamentales para llegar a la culminación de nuestra carrera profesional. Cada asignatura de Taller finalizada era la motivación para alcanzar nuestro sueño.

Agradecemos al Arq. Claudio Mantilla nuestro asesor proyectual, por aportar sus conocimiento y tiempo en la realización de nuestro proyecto. Su compromiso y paciencia fueron vitales para nuestra formación profesional ya que cada corrección nos trasladaba a visualizar la realidad.

Finalmente, en el transcurso de esta carrera nos encontramos con personas que sus experiencias nos ayudaron a formarnos a nivel cognitivo, social y emocional. Fue un camino en momentos difíciles, alegres y de incertidumbre pero lo mas importante a nuestro lado estaba Dios y nuestra familia.

Pablo Andres Murillo Hernandez y Jonathan N. Almeyda Espinoza

Tabla de contenido

1. Información general	13
1.1. Título del proyecto	13
1.2. Objetivos	13
1.2.1. Objetivo general	13
1.2.2. Objetivos específicos.....	13
1.3. Usuarios	14
1.4. Descripción del problema	14
1.5. Justificación	16
2. Marcos de referencia	18
2.1. Marco normativo	18
2.2. Marco Conceptual	21
2.3. Referente teórico	29
3. Análisis Geográfico y Demográfico	31
3.1. Datos Importantes.....	31
3.2. Localización	31
4. Metodología.....	32
5. Producción agrícola de Piedecuesta.....	33
6. Referentes arquitectonicos	34
6.1. Mercado municipal de atarazanas	34
6.2. Mercado La Concepción.....	41
6.3. Plaza de mercado central Bucaramanga	50
6.4. Plaza de mercado central de Piedecuesta.....	60
6.5. Cuadro comparativo referentes de España.....	68
6.6. Cuadro comparativo de referentes de la zona	69
7. Recoleccion de datos.....	70
7.1. Encuesta realizada a habitantes del municipio de Piedecuesta, Santander.....	70
8. Clasificación de las plazas de mercado.	76
8.1. Plaza de mercado sectorial:.....	76
8.2. Plaza de mercado Municipal.....	76

8.3.	Central Abastos	76
8.4.	Central Abastos Internacional	77
9.	Análisis de la zona de estudio.....	77
9.1.	Organigramas Funcionales.....	77
9.2.	Plan de residuos solidos	78
9.3.	Cuadro de áreas	79
9.4.	Matriz de determinantes para escoger el lote.....	82
9.5.	Cobertura plazas de mercado actuales en Piedecuesta	83
9.6.	Registro Fotográfico del sector	84
9.7.	Localización municipal.....	85
9.8.	Localización sector	86
9.9.	Localización lote	87
9.10.	Usos actuales del sector.....	88
9.11.	Alturas actuales del sector.....	89
9.12.	Equipamientos del sector.....	90
9.13.	Movilidad del sector.....	91
9.14.	Perfiles viales:.....	92
9.15.	Normativa y afectaciones	94
9.16.	Composición Basica.....	96
9.17.	Implantación en el lote	97
9.18.	Diseño estructural	98
9.19.	Diseño fachada – Estetico constructivo	99

Lista de tablas

Tabla 1. Cuadro de Áreas Plaza de Mercado Atarazanas. Elaboración Propia	40
Tabla 2. Cuadro de áreas Mercado la Concepción. Elaboración propia	48
Tabla 3. Áreas Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración propia	60
Tabla 4. Áreas Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Elaboración propia.....	67
Tabla 5. Comparación plazas de mercado España. Elaboración propia	68
Tabla 6. Comparación plazas de mercado en Bucaramanga y Piedecuesta. Elaboración propia ..	69
Tabla 7. Cuadro de Áreas. Elaboración propia	82

Lista de figuras

Figura 1. Fuente: Organización inadecuada en la comercialización de productos agropecuarios en el Municipio. Construcción de una Plaza de Mercados. Departamento Nacional de Planeación, 16	
Figura 2. Principios Arquitectura Industrial Escuela Bauhaus	29
Figura 3. Localización del proyecto dentro de Piedecuesta (Santander)- Imágenes Recuperadas: https://es.wikipedia.org/wiki/Piedecuesta	31
Figura 4. Cuadro De La Metodología. Manual de Tesis de Rafael G Martínez.	32
Figura 5. Dane. Base Nacional Agrícola 2002-2011	33
Figura 6. Mercado municipal de atarazanas Málaga. Tomada de: https://blog.fuertehoteles.com/comer-y-beber/mercados-malaga/	34
Figura 7. Localización de Plaza de Mercado en Atarazanas. Elaboración propia.....	35
Figura 8. Implantación Plaza de mercado en Atarazanas. Elaboración Propia	35
Figura 9. Accesos a Plaza de mercado de Atarazanas. Elaboración propia	36
Figura 10. Planta de mercado de Atarazanas. Tomando de: https://co.pinterest.com/nachholland/rotterdam/	37
Figura 11. Planta de mercado de Atarazanas. Tomando de: https://co.pinterest.com/nachholland/rotterdam/	37
Figura 12. Interior plaza de mercado Atarazanas Tomada de: https://www.archdaily.com/399210/ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos	38
Figura 13. Estructura Plaza de mercado Atarazanas Tomada de: https://www.archdaily.com/399210/ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos	38
Figura 14. Puestos de Venta plaza de mercado Atarazanas Tomada de: https://www.archdaily.com/399210/ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos	39
Figura 15. Grafico zonificación de usos. Elaboración propia.	39
Figura 16. Mercado la Concepción. Tomada de: https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_la_Concepci%C3%B3n#/media/File:Mercat_de_la_Concepci%C3%B3n_-_fa%C3%A7ana_Arag%C3%B3.jpg	41
Figura 17. Gráficos de localización de Mercado la Concepción. Elaboración propia.	42
Figura 18. Perspectiva de Mercado la Concepción. Elaboración propia.	43
Figura 19. Esquema de acceso vehicular al Mercado la Concepción. Elaboración propia.	43
Figura 20. Acceso Peatonales al Mercado la Concepción. Tomada de: https://www.google.com.co/maps?safe=active&rlz=1C1CHBF_esCO808CO808&q=mercado+de+la+concepci%C3%B3n&um=1&ie=UTF8&sa=X&ved=0ahUKEwio2eaj1ILfAhVNNlkKHf7aCBEQ_AUIDigB	44

Figura 21. Planta de Mercado la Concepción. Tomado de: https://www.laconcepcio.cat/es/inicio	44
Figura 22. Imágenes de circulaciones mercado de concepción. Tomada de: https://www.laconcepcio.cat/es/inicio	45
Figura 23. Puestos de venta Mercado la Concepción. Tomada de: https://www.laconcepcio.cat/es/inicio	45
Figura 24. Puestos de venta Mercado la Concepción. Tomada de: https://www.laconcepcio.cat/es/inicio	46
Figura 25. Puestos de venta Mercado la Concepción. Tomada de: https://www.laconcepcio.cat/es/inicio	46
Figura 26. Puestos de venta Mercado la Concepción. Tomada de: https://www.laconcepcio.cat/es/inicio	47
Figura 27. Gráfica zonificación de usos. Elaboración propia.	48
Figura 28. Graficas de servicios. Elaboración propia	49
Figura 29. Plaza central de Bucaramanga. Tomada de: http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/237963-denuncian-inseguridad-en-plaza-de-mercado-central	51
Figura 30. Localización Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración propia.	51
Figura 31. Implantación Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración Propia.	52
Figura 32. Accesos a Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración y fotografía propia.	52
Figura 33. Puntos fijos Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración y fotografía propia	53
Figura 34. Planta Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración propia.	53
Figura 35. Baños Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración y fotografía propia.	54
Figura 36. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia.	55
Figura 37. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia	55
Figura 38. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia	56
Figura 39. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia.	56
Figura 40. Graficas de servicios. Elaboración propia	57
Figura 41. Comercio informal. Tomada de: http://co.geoview.info/plaza_de_mercado_central,11719903p	57
Figura 42. Planos puestos de venta. Elaboración propia	58
Figura 43. Planos puestos de venta. Elaboración propia	58
Figura 44. Plaza de mercado Piedecuesta. Fotografía propia	60
Figura 45. Localización en Piedecuesta-Santander. Elaboración propia.	61
Figura 46. Implantación en Piedecuesta-Santander. Elaboración propia.	62
Figura 47. Accesos Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Elaboración y fotografía propia.	63
Figura 48. Circulaciones Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Elaboración y fotografía propia.	63
Figura 49. Comercio informal. Fotografía propia.	64
Figura 50. Planta zonificación de usos. Elaboración propia.	65

Figura 51. Grafica de zonificación de usos. Elaboración propia.	65
Figura 52. Interior Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Fotografías propias.....	66
Figura 53. Grafica por genero de personas encuestadas. Elaboración propia.	70
Figura 54. Grafica por estratos de las personas encuestadas. Elaboración propia.....	70
Figura 55. Grafico de frecuencia de Visitas y porcentualización del mismo. Elaboración propia	71
Figura 56. Grafica de porcentualización de problemáticas. Elaboración propia.	72
Figura 57. Grafica de porcentualización de la cuarta pregunta. Elaboración propia.	72
Figura 58. Servicios plazas del mercado. Elaboración propia.....	73
Figura 59. Grafica de cuantificación de la sexta pregunta. Elaboración propia.	74
Figura 60. Grafica de porcentualización de la séptima pregunta. Elaboración propia.	74
Figura 61. Grafica de Porcentualización de la pregunta octava. Elaboración propia.	75
Figura 62. Organigrama de funciones. Elaboración propia.....	77
Figura 63. Plan de residuos solidos. Tomado de: Area metropolitana de Bucaramanga – AMB .	78
Figura 64. Recorrido de residuos solidos. Tomado de: Area metropolitana de Bucaramanga – AMB.....	79
Figura 65. Matriz de determinantes. Elaboración propia.	82
Figura 66. Cobertura Plazas de Mercado en Piedecuesta. Elaboración propia.	83
Figura 67. Registro Fotográfico del sector. Elaboración propia.....	84
Figura 68. Localización municipal. Elaboración propia.	85
Figura 69. Localización sectorial. Elaboración propia.....	86
Figura 70. Localización Lote. Elaboración propia.....	87
Figura 71. Usos del sector. Elaboración propia.	88
Figura 72. Alturas del sector. Elaboración propia.	89
Figura 73. Equipamientos del sector. Elaboración propia.....	90
Figura 74. Vias del sector. Elaboración propia.....	91
Figura 75. Perfil Vial. Elaboración propia.....	92
Figura 76. Perfil Vial. Elaboración propia.	92
Figura 77. Perfil Vial. Elaboración propia.	93
Figura 78. Perfil Vial. Elaboración propia.....	93
Figura 79. Perfil Vial. Elaboración propia.	94
Figura 80. Lote. Elaboración propia.	95
Figura 81. Lote. Elaboración propia.	95
Figura 82. Composición Basica. Elaboración propia.....	96
Figura 83. Desplazamiento de modulos. Elaboración propia.	96
Figura 84. Implantación. Elaboración propia.	97
Figura 85. Implantación. Elaboración propia.	97
Figura 86. Estructura. Elaboración propia.....	98
Figura 87. Estructura. Elaboración propia.....	98
Figura 88. Estructura. Elaboración propia.....	99

Figura 89. Morfología de la Fachada. Elaboración propia.	99
Figura 90. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	100
Figura 91. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	100
Figura 92. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	101
Figura 93. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	101
Figura 94. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	101
Figura 95. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	102
Figura 96. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	102
Figura 97. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	102
Figura 98. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.	103

LISTA DE APENDICES

Apéndice 1. Memoria 1

Apéndice 2. Memoria 2

Apéndice 3. Memoria 3

Apéndice 4. Plano de Localización.

Apéndice 5. Plano primer piso.

Apéndice 6. Plano planta sótano.

Apéndice 7. Plano planta cubiertas.

Apéndice 8. Plano fachadas 1.

Apéndice 9. Plano fachadas 2.

Apéndice 10. Plano cortes.

Apéndice 11. Plano corte por fachada.

Apéndice 12. Plano detalle de fachadas.

Apéndice 13. Plano puestos de venta.

Apéndice 14. Plano despiece de estructura.

Apéndice 15. Plano planta cimientos.

Apéndice 16. Renders.

Resumen

Desde el diseño de una plaza de mercado se estudia la materialidad, funcionalidad y salubridad de éstas y se analizan las necesidades de los usuarios para desarrollar el proyecto adecuado.

Para la realización del proyecto se parte de un análisis de coberturas de las actuales plazas de mercado del municipio de Piedecuesta, en el cual obtenemos como resultado que el sector SUR carece de este equipamiento como de muchos otros. Con la ejecución del proyecto también se busca descongestionar la plaza central, la cual colapsa la movilidad del centro de Piedecuesta y carece de muchos servicios para la comunidad.

Se analizan los problemas de las actuales plazas de mercado dental de Bucaramanga y central de Piedecuesta y se hace una comparación con el desarrollo de las plazas de mercado de Barcelona España encontrando las diferencias para poder realizar un proyecto innovador que supla todos estos problemas.

Palabras Claves: materialidad, funcionalidad, salubridad, necesidades, cobertura, movilidad

Servicios, comunidad, problemas, innvador.

1. Información general

1.1. Título del proyecto

Propuesta de diseño de una plaza de mercado para el municipio de Piedecuesta, Santander.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Diseñar una plaza de mercado en el sector sur del municipio de Piedecuesta, que permita la realización de actividades comerciales y gastronómicas, que promuevan la integración de la comunidad.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la problemática de las actuales plazas de mercado, central de Bucaramanga y plaza de mercado central de Piedecuesta, para plantear soluciones que potencialicen el diseño del equipamiento.
- Realizar un análisis de tipologías en cuanto a materiales, funcionalidad, salubridad.
- Analizar las problemáticas y oportunidades detectadas de la plaza de mercado para plantear soluciones espaciales, económicas y culturales.
- Proponer un equipamiento con variedad de servicios y usos según las necesidades detectadas, para potencializar las actividades comerciales de la plaza.

- Diseñar puestos de venta según los productores a comercializar: frutas, verduras, jugos, carnes y comidas.
- Analizar los principios y características de la arquitectura moderna y la escuela BAUHAUS, para implementar nuevas técnicas y soluciones arquitectónicas en las plazas de mercado.

1.3. Usuarios

Los usuarios beneficiados del proyecto serán la población rural y comerciantes, que abastecerán la plaza de mercado (Actores) para poder llevar a cabo sus actividades económicas y de esta manera suplir sus necesidades al igual que la Población en general del municipio de Piedecuesta (Población objetivo) que comprara los productos para su alimentación.

1.4. Descripción del problema

En las ciudades y pueblos la plaza de mercado es el centro de abastecimiento, cultural y social que nos conecta con el campo y con el productor. En éstos las plazas de mercado pueden funcionar con una sola a nivel del municipio y que todo este se abastezca en ella o ubicando plazas de mercado de menor escala en puntos estratégicos del municipio así quedan distribuidas y con más fácil acceso a estas. En Colombia muchas veces no contamos con una plaza de mercado como tal, pero en muchos lugares acondicionan cualquier plaza ya sea cubierta o no para la venta de los alimentos.

Las plazas de mercado de Piedecuesta se encuentra en una situación crítica tanto en la parte

urbana como funcional, la primera afectando en gran parte a los residentes de los barrios colindantes como a los transeúntes por la no reubicación de los vendedores ambulantes que invaden gran parte del espacio público impidiendo un correcto flujo peatonal y vehicular siendo un caos total los fines de semana, esta invasión ocasiona una afectación ambiental por la contaminación de desechos orgánicos producidos por los vendedores que a su vez ocasiona un taponamiento en las redes de alcantarillado siendo este un problema al momento de haber fuertes lluvias, en cuanto al problema funcional ya que no se encuentra espacialmente ordenado (Distribuido) por sectores, no teniendo espacios lo suficientemente dotados para el manejo de los productos y esto hace que el índice de higiene disminuya y a su vez también lo hace la calidad del producto.

Los problemas arquitectónicos de las plazas de mercado de Piedecuesta son múltiples, en el componente funcional, la zonificación de los usos no es la adecuada, las dimensiones de las circulaciones hacen que colapse la movilidad, las dimensiones de los puestos de venta no son las adecuadas, técnicamente las plazas de mercado también presentan una serie de problemas como la materialidad en el objeto arquitectónico, algunos materiales no permiten cumplir con las normas vigentes de salubridad y algunos científicamente está comprobado que causan cáncer como las tejas de asbesto cemento.

¿Cómo liberar el espacio? ¿Dónde se reubicarán los vendedores ambulantes? ¿Cómo mejorar la movilidad? ¿Cómo se disminuirá el impacto ambiental? ¿Cómo garantizar la calidad e higiene de los alimentos?

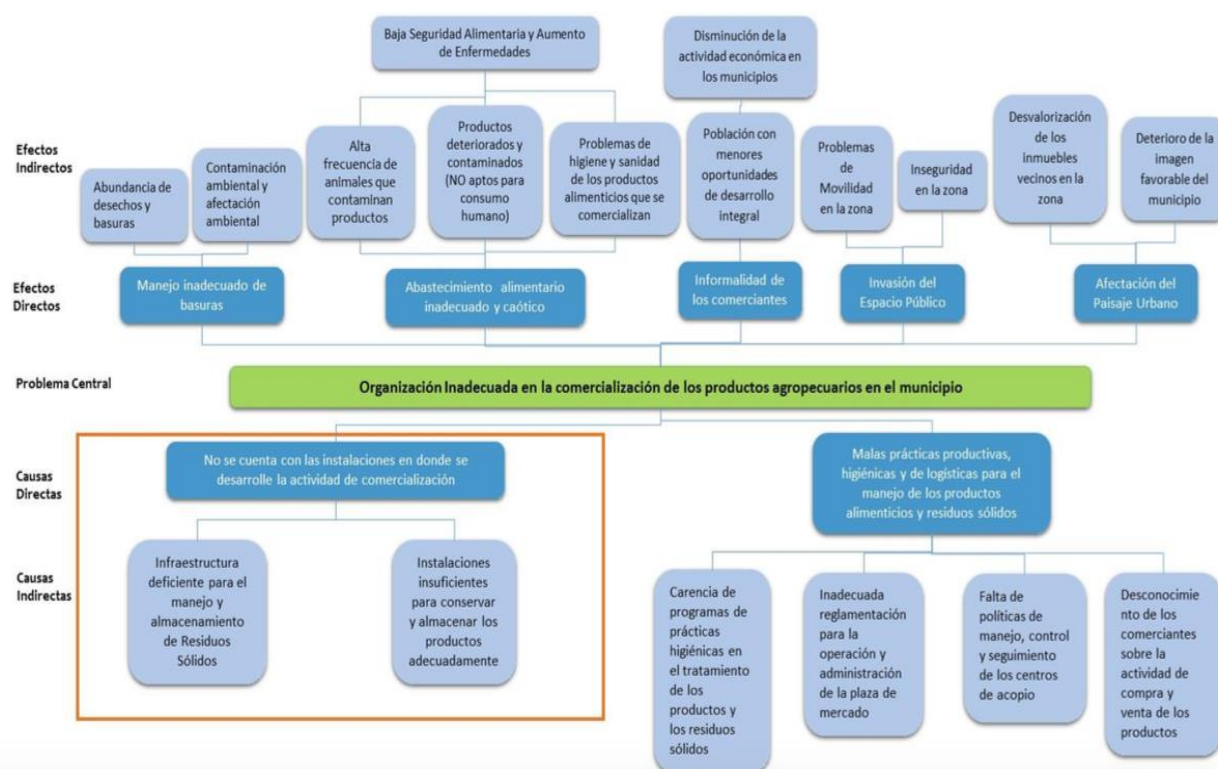


Figura 1. Fuente: Organización inadecuada en la comercialización de productos agropecuarios en el Municipio. Construcción de una Plaza de Mercados. Departamento Nacional de Planeación, Subdirección Territorial y de Inversiones Públicas Grupo de Coordinación de SGR 2015

Lineamiento

1.5. Justificación

Es de gran importancia la renovación de las plazas de mercado existente en el municipio de Piedecuesta, ya que no cuentan con condiciones necesarias para su buen funcionamiento, todo el comercio se centra en la plaza central de Piedecuesta siendo esto el causante del deterioro del edificio como del sector.

Las plazas de mercado son el punto de encuentro de la población rural con la urbana de carácter comercial donde las familias realizan la compra de los productos necesarios para su alimentación.

La plaza de mercado, es entendida como el sitio de encuentro entre vecinos, conservando una memoria cultural alimentaria, rica en tradiciones locales y regionales, base para fortalecer la identidad y la pertenencia en una ciudad plural e incluyente. Hoy, se constituyen en espacios populares para intercambiar sabiduría tradicional, fomentar prácticas culturales, incrementar el sentido de pertenencia de comerciantes y vecinos y garantizar la seguridad alimentaria con nutrición a precio justo. (Coronado, 2010, p. 2)

La densificación del municipio y el crecimiento poblacional hacen que ya no solo se necesite una plaza de mercado a nivel municipal porque esto ocasiona la aglomeración de personas en una sola zona del municipio, el municipio de Piedecuesta ya demanda 4 o 5 equipamientos de plaza de mercado distribuidos estratégicamente en todo el municipio a nivel de sectores y plazas de mercado barriales, esto conllevaría a un traslado más corto hasta el establecimiento el cual no va a presentar inconveniente en el impacto de movilidad, de residuos sólidos, habrán más equipamientos para comercializar los productos agrícolas. Las plazas de mercado son de gran importancia, las cuales son un equipamiento indispensable para el municipio por la gran actividad comercial que hay en esta y que contribuye con el desarrollo económico de la zona ya que es una fuente de empleo para muchas personas del sector. La plaza de mercado es el espacio dispuesto para los comerciantes del municipio que a diariamente se congregan para vender sus productos, no es solo un centro de mercado para productos agrícolas, es un concepto moderno que se da con la aparición de nuevos sistemas de transporte y moneda, que genero la industrialización del mercado.

2. Marcos de referencia

2.1. Marco normativo

- **Ley 9 de 1979:** “ *Por la cuál se dictan medidas sanitarias*”

Establece las normas específicas que deben regir a los establecimientos comerciales o industriales, para una adecuada manipulación, higiene y preservación de los alimentos.

Título IV: -Establecimientos Comerciales. Artículos: -233-234-235-236-237-238

Título V: -Alimentos. Artículos: -243-244-245-246-247-248-249-250

Nos indica como debe ser una adecuada manipulación de los alimentos. Los establecimientos comerciales deben contar con espacio suficiente que permita su correcto funcionamiento y mantener en forma higiénica las dependencias y los productos; Los pisos de las áreas de producción o envasado, serán de material impermeable, Lavable, no poroso ni absorbente, los muros se recubrirán con materiales de características similares hasta una altura adecuada.

- **Ley 142 de 1994:** “ *Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos*”.

Se aplica a los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía fija pública básica conmutada y la telefonía local móvil en el sector rural a las actividades que realiza las personas prestadoras de servicios públicos de que trata el artículo 15 de la presente ley.

Artículos: -1-2

Nos indica cuales deben ser los servicios públicos con los que debe contar el equipamiento comercial.

- **Ley 1618 de 2013:** “ *Por medio de la cual se establecen las disposiciones para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad*”.

Garantizar y asegurar el ejercicio efectivo de los derechos de las personas con discapacidad, mediante la adopción de medidas de inclusión, acción afirmativa y de ajustes razonables y eliminando toda forma de discriminación por razón de discapacidad.

Artículos: -1-2-3-4

Condiciones y medidas pertinentes que deben cumplir las instalaciones y los servicios de información para adaptar el entorno, productos y servicios, así como los objetos, herramientas y utensilios, con el fin de asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones.

- **Decreto 3075 de 1997:** “*Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones*”.

Regula todas las actividades que pueda generar factores de riesgo por el consumo de alimentos y se aplicaran: a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan Los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos. b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

Artículos: -1-2-3-5-7

Nos señala como es el proceso de los alimentos en la plaza de mercado para su comercialización, la forma como se fabrica, se prepara, envasa, almacena, y de qué manera se transporta para su distribución.

- **Resolución nº 018 de 2017:** *“Por la cual se expide el Reglamento Administrativo, Operativo, y de Mantenimiento de las plazas de mercado del distrito capital Bogotá”.*

Reglamento interno de las plazas de mercado

Artículos: -3-5-9-10-11

Nos señala la forma de cómo es el control en la plaza y la manera en que está organizada el sector administrativo.

- **Resolución 1045 de 2003:** *“Por la cual se adopta la metodología para la elaboración de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos, PGIRS, y se toman otras determinaciones”.*

La obligación del estado de proteger la diversidad del ambiente, de prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental y el derecho de todas las personas de gozar de un ambiente sano; así mismo consagra como deber de las personas y del ciudadano proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano.

Artículos: -1-2-3-6-34 del decreto 2811 de 1974-36 del decreto 2811 de 1974

Nos determina como debe ser la organización de la plaza de mercado para de esta forma poder mitigar el impacto ambiental que causa la plaza en el entorno, al igual que nos señala como debe ser el manejo de los residuos sólidos.

- **Departamento nacional de planeación subdirección:** *“Lineamientos para el diseño de una plaza de mercado”*

En este documento se presenta el lineamiento de diseño, para facilitar la formulación de un proyecto de plaza de mercado, que puede ser implementado por las entidades territoriales en caso de que se cumplan las características establecidas. Es importante tener claridad que el modelo debe ajustarse a las realidades y características propias de cada entidad territorial. Así mismo se indica cual es el mecanismo que puede ser empleado para su operación y mantenimiento.

Títulos: -4-5-5.1-6.1-6.2-7-7.1-8

Los lineamientos que debemos seguir, teniendo en cuenta las características normativas del municipio.

Plan nacional de Desarrollo 2014-2018:

La estrategia que en materia de seguridad alimentaria que se dicta en el Plan Nacional de Desarrollo 2014 –2018 está ligada al concepto de “Movilidad Social”. Es así que dentro de los objetivos de este lineamiento, se encuentra el de garantizar los mínimos vitales y avanzar en el fortalecimiento.

Establecer un apoyo oportuno frente a los riesgos que afectan el bienestar de la población y los mecanismos para la protección de las condiciones de vida de las personas.

2.2. Marco Conceptual

A- Plaza de Mercado:

A1- La Plaza de Mercado es el bien fiscal de uso público, mediante el cual el estado ejerce la función social de garantizar el abastecimiento de alimentos, con calidad nutricional,

oportunidad, confianza y precio justo a través de la comercialización de productos provenientes de la economía campesina de mediana y pequeña escala que conserva patrones culturales y tradicionales propios. *Departamento Nacional de Planeación*.

Palabras claves: Comercialización, Calidad Nutricional, Economía Campesina, Patrones culturales.

La plaza de mercado es un equipamiento público comercial en el cual se garantiza el abastecimiento con calidad de los alimentos para la población.

A2- “La plaza de mercado, es entendida como el sitio de encuentro entre vecinos, conservando una memoria cultural alimentaria, rica en tradiciones locales y regionales, base para fortalecer la identidad y la pertenencia en una ciudad plural e incluyente. Hoy, se constituyen en espacios populares para intercambiar sabiduría tradicional, fomentar prácticas culturales, incrementar el sentido de pertenencia de comerciantes y vecinos y garantizar la seguridad alimentaria con nutrición a precio justo”. *2A- Coronado 2010, p2*.

Palabras claves: Sitio de encuentro, Memoria cultural alimentaria, Tradiciones locales, Identidad, Pertenencia, Espacios populares, Cultura, Seguridad alimentaria.

Aporte sociocultural de la plaza de mercado a la población (Identidad- Pertenencia) en un municipio.

A3- “Si la Ciudad se encuentra a la orilla del mar, es preciso que el sitio donde se quiera construir el foro este cercano al puerto, mientras que si la ciudad se hallare tierra adentro el foro deberá encontrarse en el centro”. *Vitruvio Libro 1 - Cap. 3*

Palabras claves: Ciudad, Sitio, Centro.

La ubicación que ha tenido la plaza de mercado a través de la historia.

A4- “La institución de la plaza de mercado con todo su color, su presentación regional, sus objetos típicos etc., empieza a desaparecer arrollado por sistemas más mecanizados e inhumanos, en donde la actividad de comprar no es ya un acontecimiento semanal de alguna transcendencia, si no una acción mecánica sin ninguna implicación de intercambio humano y comunicación y otras actividades, amenaza en convertir poblados, pueblos y ciudades en conglomerados anónimos e indiferenciados. Personalmente creo en una transformación paulatina y más de acuerdo con nuestra idiosincrasia, conservando todos los aspectos buenos de las plazas de mercado y subsanar los malos.” *Libro Castro, 1996, p.4*

Palabras Claves: Objetos típicos, Sistemas mecanizados, Actividad de comprar, Intercambio humano, Transformación, Conservación.

La transformación que ha ido teniendo la tipología de plaza de mercado, esto se debe al cambio de las necesidades de las personas.

A5- En términos generales puede decirse que estas primeras fundaciones siguieron un patrón similar; A partir de un espacio- la plaza- se delimitaba las manzanas y los sitios importantes como las iglesias eran el centro del poder y allí se llevaban a cabo todas las actividades importantes. *Libro Arango 1989 p.44*

Palabras Claves: Plaza, Delimitación, Centro del Poder.

La ubicación de la plaza en relación con los edificios importantes, religiosos, gubernamentales.

B- Comercialización

B1- Proceso General de promoción de un producto, incluyendo la publicidad, relaciones públicas, acerca del producto y servicios de información, así como la distribución y ventas en mercado nacionales e internacionales. *Departamento Nacional de Planeación.*

Palabras Claves: Proceso, Producto, Distribución, Mercados nacionales e internacionales.

La serie de pasos para la promoción y distribución de un producto y que adquiera una posición en el mercado.

B2- Es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. *Secretaría de economía de México.*

Palabras Claves: Procedimiento, Distribución, Planear, Organizar, Actividades, Consumidores, Producto, Mercado.

El proceso de introducir en el mercado un producto, para que los consumidores lo conozcan.

C- Comerciante en plaza de mercado

C1- Es la persona natural o jurídica que mediante la suscripción de un contrato de uso y aprovechamiento económico regulado con el IPES, adquiere el derecho al uso a un local, puesto, bodega o espacio en la plaza de mercado, para el abastecimientos de productos básicos de consumo doméstico, o la prestación de servicios autorizados durante un tiempo determinado, obligando a Pagar las tareas mensuales establecidas por el IPES y los servicios públicos; así como a restituir el local, puesto o bodega a la terminación del contrato o por incumplimiento de las obligaciones adquiridas en el mismo, sin que haya necesidad de cualquier otra clase de requerimiento. *Resolución 018 de 2017 plaza de mercado distrito capital de Bogotá.*

Palabras Claves: Persona, Contrato, Local, Plaza de mercado, Abastecimiento, Cumplimiento.

La forma como se suscribe un comerciante a la plaza de mercado mediante un contrato de uso.

D- Distribución de alimentos

D1- Es el proceso de transferencia de insumos y productos desde los productores y procesadores hasta los consumidores. Departamento nacional de planeación.

Palabras Claves: Transferencia, Insumos, Productores, Consumidores.

La cadena de distribución que tiene todo alimento para Llegar a la plaza de mercado y ser comercializado.

E- Sistema de abastecimiento

E1- Los sistemas de abastecimiento son combinaciones complejas de actividades, funciones y relaciones (producción, manipulación, almacenamiento, transporte, procesamiento, embalaje, ventas al por mayor y menor, etc.) que permiten a las poblaciones de las ciudades satisfacer sus exigencias de alimentos. Estas acciones son desempeñadas por diferentes agentes económicos: productores, acopiadores, importadores, transportistas, vendedores mayoristas, minoristas, procesadores, tenderos, vendedores ambulantes, proveedores de servicios (crédito, almacenamiento, carga, información y extensión), instituciones públicas (Ej.: gobiernos locales y municipales, instituciones públicas de comercialización de alimentos, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Transporte). *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura.*

Palabras Claves: Abastecimiento, distribución, manipulación, transporte, exigencias, funciones, servicios, infraestructura.

Conjunto de Actividades, funciones y producción que permite a las poblaciones a satisfacer sus necesidades alimentarias.

E2- Es el conjunto interrelacionado de funciones de producción, transformación y comercialización, en el que intervienen agentes públicos y privados, orientado a satisfacer las necesidades de alimentos de los ciudadanos. *Departamento Nacional de Planeación.*

Palabras Claves: Funciones, comercialización, agentes públicos y privados, necesidades.

Proceso en el cual se busca darle solución a las necesidades alimentarias de las personas.

F- Seguridad Alimentaria

F1- La Seguridad Alimentaria se da cuando todas las personas tienen acceso físico, social y económico permanente a alimentos seguros, nutritivos y en cantidad suficiente para satisfacer sus requerimientos nutricionales y preferencias alimentarias, y así poder llevar una vida activa y saludable. *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura.*

Palabras Claves: Seguridad alimentaria, acceso físico, requerimientos nutricionales, satisfacer.

La seguridad alimentaria se lleva a cabo cuando las personas tienen un fácil acceso a alimentos nutritivos y de esta forma pueda llevar una vida saludable.

F2- Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana. *Departamento Nacional de Planeación.*

Palabras Claves: Necesidades, Alimentos Nutritivos, Vida Sana.

Satisfacer las necesidades de las personas para que Puedan tener una vida saludable a través de alimentos inocuos y nutritivos.

G- Contaminación

G1- Cambio en la Naturaleza química, física y/o biológica, que aparece como consecuencia de la introducción de residuos en el ambiente, degradando su calidad. Elementos que se generan en productos naturales; desechos originados por el hombre y los animales, con consecuencias funestas para los seres vivientes, el medio ambiente y el paisaje. Resolución 018 de 2017 plaza de mercado distrito capital de Bogotá.

Palabras Claves: Naturaleza, consecuencia, residuos, ambiente, calidad, desechos, medio ambiente.

La contaminación se da por los desechos o residuos depositados en el medio ambiente, originados por el hombre o animales.

G2- “Alteración de un hábitat por incorporación de sustancias extrañas capaces de hacerlo menos favorable para los seres vivientes que lo pueblan” Ferrer, V (1978) 86 p.30, *Unesco- Programa internacional de Educación ambiental*.

Palabras Claves: Alteración, sustancias, hábitat.

Introducción de componentes o sustancias al medio, con consecuencias funestas para los seres que habitan un pueblo.

H- Impacto ambiental

H1- Cambio en el medio ambiente, de carácter adverso o benéfico, total o parcial, como resultado de una actividad, producto o servicio. *Resolución 018 de 2017 plaza de mercado distrito capital de Bogotá.*

Palabras Claves: Medio Ambiente, Resultado

Resultado de una actividad de manera que genera consecuencias negativas ocasionando daños al medio ambiente.

H2 - “Se dice que hay impacto Ambiental cuando una acción o actividad produce una alteración en el medio o en algunos de los componentes del medio” Bolea, E, (1997) 80, p.13 *Unesco- Programa internacional de Educación ambiental.*

Palabras Claves: Efecto Ambiental, Alteración, Componentes del Medio, Eco impacto.

Acción que produce una alteración desfavorable para el medio natural y sus componentes.

I- Sostenibilidad

I1- “El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” CMMAD (1988) *Comisión mundial del medio ambiente y del desarrollo.*

Palabras Claves: Desarrollo, Necesidades, Generación, Capacidad.

Satisfacer las necesidades de las personas.

J- Espacio Público

J1- Un espacio que delimite la red pública y la red privada, así como el intercambio de esas dos situaciones; que considere y entienda que es preferible en la ciudad la vigilancia social, la vigilancia de la gente, de los Habitantes, de las calles ocupadas en vez de la vigilancia policiva".

Niño, M, C (S.F) *"7 principios para construir el espacio público"*

Palabras Claves: Espacio, Red Pública, Vigilancia Social.

El espacio público delimita lo público y lo privado, un espacio habitado genera seguridad.

2.3. Referente teórico



Figura 2. Principios Arquitectura Industrial Escuela Bauhaus

Algunas de las características más importantes de la Bauhaus pueden aplicarse a las necesidades del proyecto: la optimización de materiales, la construcción simple y tecnificada, como también la versatilidad de espacios reticulares y ruptura de lo tradicional. Walter Gropius uno de los principales exponentes de esta corriente, neutraliza el color y relaciona el lenguaje de la edificación a la misma ciudad. El estilo de la Bauhaus se caracterizó por la ausencia de ornamentación en los diseños, incluso en las fachadas, así como por la armonía entre la función y los medios artísticos y técnicos de elaboración.

El concepto de arquitectura moderna se caracterizó por la simplificación de las formas, la ausencia de ornamento, pero fue, sobre todo, el uso de los nuevos materiales como el acero y el hormigón armado, así como la aplicación de las tecnologías asociadas, el hecho determinante que cambió la manera de proyectar y construir los edificios o los espacios para la vida y la actividad humana.

3. Análisis Geográfico y Demográfico

3.1. Datos Importantes

Piedecuesta se encuentra ubicado dentro del área metropolitana de Bucaramanga, dentro de la provincia de soto.

Población: 156.167 hab. – Urbana: 128.223 hab.

Temperatura promedio: 25° C

Superficie: 344 km²

Altitud: Media 1005 m.s.n.m.

3.2. Localización

Piedecuesta se encuentra ubicado en el centro del país. En el departamento de Santander, y dentro de la provincia de soto.

La plaza de mercado estará ubicada en el sector sur del municipio en los barrios: los signes, paseo del puente, cerros del mediterráneo y primavera.



Figura 3. Localización del proyecto dentro de Piedecuesta (Santander)-2018

4. Metodología

Como base principal, para definir la metodología de investigación al proyecto a usar, se exploraron diferentes textos, artículos y posturas de diferentes autores sobre las diferentes aproximaciones a las metodologías de investigación y desarrollo de un proyecto. La influencia más clara y directa a la metodología diseñada específicamente para este proyecto fue: el MANUAL DE TESIS, de Rafael G Martínez. Gracias a este claro documento – manual, se definió la matriz más adecuada para el proyecto en cuestión, y se siguieron sus directrices a través de todo el desarrollo del mismo.

METODOLOGIA DE DISEÑO			
FASE 1: INVESTIGACIÓN	FASE 2: INTERPRETACIÓN		FASE 3: PROPUESTA
DIAGNOSTICO	ANALISIS	SINTESIS	DESARROLLO
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA DELIMITACION AREA DE ESTUDIO Definición de ubicación Definición de usuarios Definición de afectación INVESTIGACIÓN AREA ESTUDIO -ANALISIS GEOGRAFICO Localización Relación de escala con territorio -ANALISIS DEMOGRAFICO Usuarios Crecimiento Poblacional -NORMATIVIDAD Indicadores DIAGNOSTICO CONTEXTUAL Clima Cultura Economía Político ANALISIS SECTOR Relaciones urbanas Accesibilidad vehicular y peatonal Espacio Publico Funcionalidad Imagen de la ciudad	REFERENTES TIPOLOGICOS PLANTEAMIENTO DE NECESIDADES Urbano Arquitectónico Imagen y Significado DEFINICION DE OBJETIVOS FORMULACION CONCEPTUAL ZONIFICACIÓN	COMPONENTES Concepto Arquitectura Estetica Bioclimatica CRITERIOS Urbanos De ordenamiento Lenguaje Espacialidad Estructural Materialidad	PROPUESTA Forma Función Espacio Estructural Materialidad Flexibilidad o crecimiento PROYECTO ARQUITECTONICO Plantas Cortes Fachadas ESQUEMAS Desarrollo formal Desarrollo funcional Desarrollo Teorico Lenguaje

Figura 4. Cuadro De La Metodología. Manual de Tesis de Rafael G Martínez.

5. Producción agrícola de Piedecuesta

Piedecuesta cuenta con 2.043 hectáreas de tierra dedicadas al cultivo de productos agrícolas como mora, café y hortalizas tales como: cilantro, apio, tomate, habichuela principalmente. Existe producción frutal de banano, naranja, mandarina, papaya y mango. Se destaca la explotación de caña de azúcar y tabaco por demandar grandes cantidades de mano de obra.

De las 2.043 hectáreas dedicadas al cultivo de productos agrícolas, el 34,01% es dedicado al cultivo de mora, con un rendimiento de 15 toneladas por hectárea al año, representando el 54,4% de la producción total en toneladas del municipio de Piedecuesta.

Piedecuesta (2011)	Área sembrada (ha)	Área cosechada (ha)	Producción (t)	Rendimiento (t/ha)	% participación en producción municipal ¹³	Tipo de cultivo
Maíz	72	72	150	2,1	0,90%	Transitorio
Limón	20	20	200	10,0	1,2%	Permanente
Mora	695	695	9.035	13,0	54,4%	Permanente
Tomate	55	55	1.650	30,0	9,9%	Transitorio
Frijol	52	52	104	2,0	0,6%	Transitorio
Habichuela	55	55	413	7,5	2,5%	Transitorio
Cacao	85	70	35	0,5	0,2%	Permanente
Café	460	414	213	0,5	1,3%	Permanente
Caña panelera	163	148	1.332	9,0	8,0%	Permanente
Tabaco negro	20	20	30	1,5	0,2%	Transitorio
Plátano	80	75	600	8,0	3,6%	Permanente
Yuca	132	130	1.300	10,0	7,8%	Transitorio

Figura 5. Dane. Base Nacional Agrícola 2002-2011

6. Referentes arquitectonicos

6.1. Mercado municipal de atarazanas

Arquitectos: Aranguren & Gallegos Arquitectos

Ubicación: Calle Atarazanas, 10, 29005 Málaga, Málaga, España

Autores: M^a José Aranguren López, José González Gallegos

Año Proyecto: 2010



Figura 6. Quintana, Lorena. 2013. Mercado municipal de atarazanas Málaga.

Se trata de una operación de rehabilitación y recuperación del antiguo Mercado Central de Abastos de Atarazanas, así como una operación de sustitución de los puestos de venta existentes, al no reunir estos las condiciones necesarias exigibles en la actualidad. Se trata de un edificio singular, en estructura de hierro, de finales del siglo XIX, con el espacio comercial situado en planta baja, a nivel de calle, estructurado en tres áreas específicas para la comercialización, respectivamente, de productos hortofrutícolas, pescados y carnes.

- Localización:



Figura 7. Localización de Plaza de Mercado en Atarazanas. Elaboración propia

La plaza de mercado se encuentra ubicada en una zona central de Málaga España cerca de plazas principales de la ciudad, está cerca al puerto de Málaga, a 105 metros aproximadamente del rio Guadalmedina y a 350 metros del parque de Málaga.

- Implantación:



Figura 8. Implantación Plaza de mercado en Atarazanas. Elaboración Propia

Tiene una ocupación del 100% de la manzana, no se manejan zonas de carga y descarga ni lo que es menos una bahía, esto puede generar problemas de movilidad sobre las vías, ya que el acceso de alimentos se encuentra sobre la vía principal. Todo lo comercial se maneja en la planta única a nivel de la calle con fácil acceso.

- Accesos:

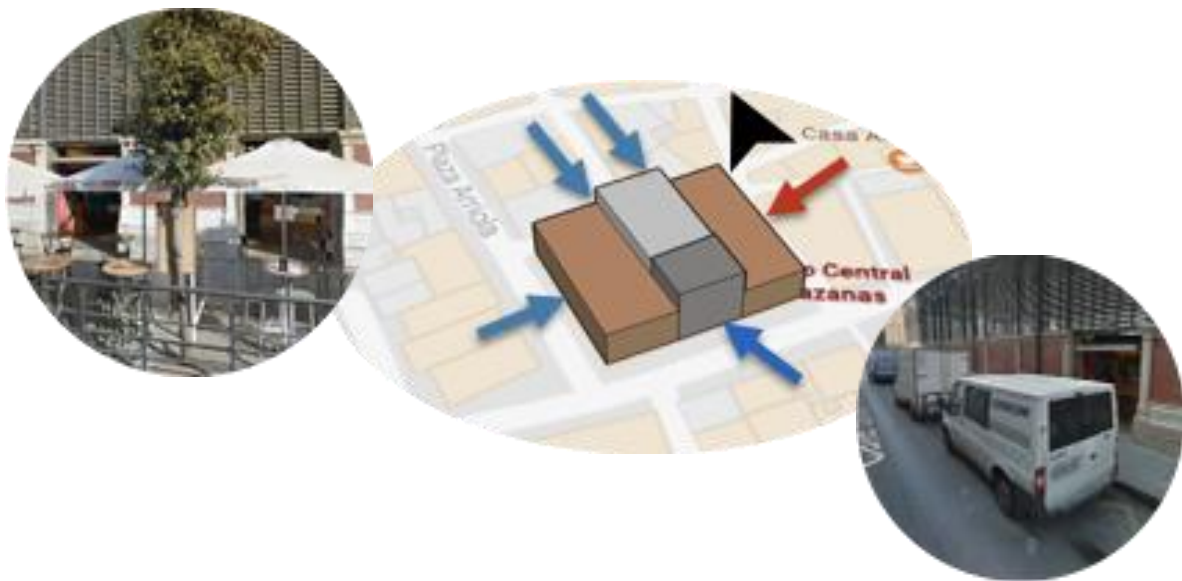


Figura 9. Accesos a Plaza de mercado de Atarazanas. Elaboración propia

La plaza carece de una zona de carga y descarga, por la calle Guillen de castro se parquean los camiones para descargar e ingresar los alimentos, esta calle es de dos carriles por lo cual obstaculizan uno al no haber una zona designada de carga y descarga. El equipamiento tiene acceso por todas las fachadas facilitando el ingreso al establecimiento desde cualquier calle de alrededor.

- Baños:



Figura 10. Quintana, Lorena. 2013. Planta de mercado de Atarazanas.

Las baterías de baños están ubicadas en el acceso principal por la calle sagasta, como punto estratégico y fácil de encontrar, es la única batería de baños existente, por el tamaño de la plaza hace falta otra batería para que no haya que hacer desplazamientos muy largos.

- Circulaciones:



Figura 11. Quintana, Lorena. 2013. Planta de mercado de Atarazanas.



Figura 12. Quintana, Lorena. 2013. Interior plaza de mercado Atarazanas.

Las circulaciones son lineales, encontramos vertical y una circulación principal que es horizontalmente, para lograr una distribución adecuada de cada puesto de venta y haya facilidad en la movilidad.

- Estructura:



Figura 13. Quintana, Lorena. 2013. Estructura Plaza de mercado Atarazanas.

Una de las determinantes para la rehabilitación del mercado fue mantener la estructura y darle jerarquía a esta, quitar todo tiempo de decoraciones sobrantes que había y mostrar en su totalidad la estructura.

- Puestos de venta:



Figura 14. Quintana, Lorena. 2013. Puestos de Venta plaza de mercado Atarazanas.

En la remodelación hicieron nuevos puestos de venta, con un dimensionamiento correcto que los haga más viables para el comercio. Son de estructura metálica de colores con una secuencia de prismas cromáticos con lenguaje contemporáneo.

- Zonificación de usos:

La plaza de mercado se desarrolla en un nivel, con acceso por las cuatro fachadas, la zonificación de los usos no es por sectores, se mezclan todos los servicios, todos los usos tiene un mismo porcentaje de espacio en la plaza, cada puesto cuenta con espacio suficiente en la circulación para la compra.

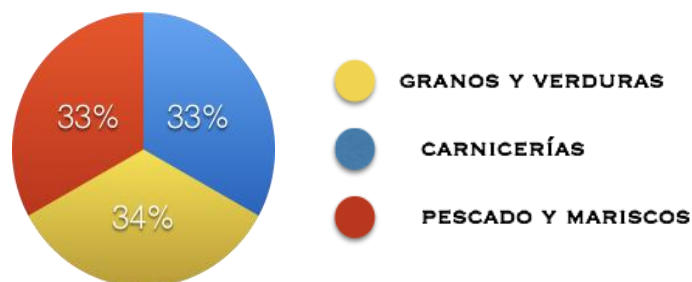


Figura 15. Grafico zonificación de usos. Elaboración propia.

- Cuadro de áreas:

USOS	ÁREA PUESTO	Nº PUESTOS	ÁREA TOTAL
GRANOS Y VERDURAS	12 m2	38	456m2
CARNICERÍAS	12m2	38	456m2
PESCADO Y MARISCOS	12 m2	38	456m2
BATERIAS DE BAÑO	15m2	2	30m2

Tabla 1.

Cuadro de áreas plaza de mercado Atarazanas

TOTAL: 1398 m2

Tabla 1. Cuadro de Áreas Plaza de Mercado Atarazanas. Elaboración Propia

Conclusiones:

- La plaza después de la remodelación tuvo una serie de cambios tanto en lo funcional como estéticamente, es una plaza convencional con los servicios de comercio que caracteriza a las plazas de mercado de toda la historia.
- No sectoriza los usos, se mezclan tanto las carnes con los granos como así mismo el pescado y los mariscos.
- No hay usos de innovación, es una plaza de usos convencionales.

- Los puestos de venta presentan una materialidad adecuada para la salubridad y limpieza y sus dimensiones son cómodas tanto para el comerciante como para el comprador.
- No presenta zonas de cargue y descargue, lo cual hace que los camiones de alimentos se parqueen en una vía y obstaculizan el tráfico.
- No hay parqueaderos.
- El color de cada uso permite una fácil ubicación de lo que busca el comprador.

6.2. Mercado La Concepción

Arquitecto: Alberto de Pineda Álvarez

Ubicación: Barcelona, España

Año Proyecto: 1996-1998



Figura 16. Lopez Pere. 2011. Mercado la Concepción.

El edificio es una característica estructura de hierro de tres naves, dispuesta en un único sentido compositivo, el eje mar-montaña, en la zona central de una manzana del Ensanche. La nave central, más ancha y más alta, se ilumina lateralmente por encima del tejado de las laterales. El edificio

destaca por sus proporciones y por las dimensiones de las cerchas, así como por la simplicidad y sencillez. Predomina una visión de conjunto por encima de elementos estructurales o decorativos concretos. Las fachadas principales, que acusan el espacio interior mediante tres frontones independientes, se componen de elementos repetidos de ventanas o persianas, y descansan sobre un zócalo de piedra de Montjuic que se acaba con una reja de hierro forjado. Además, se conserva el tejado original, de tejas planas de colores.

- Ubicación:

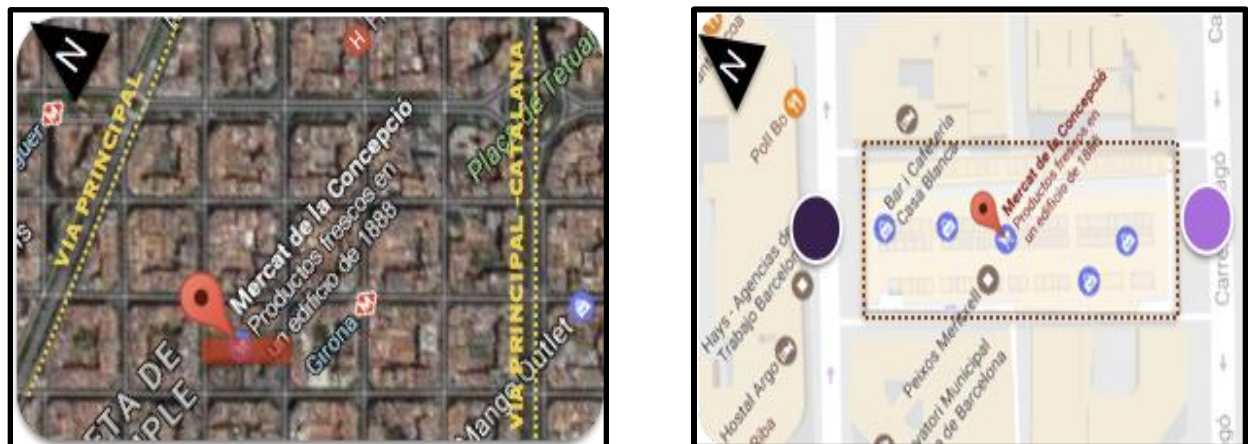


Figura 17. Gráficos de localización de Mercado la Concepción. Elaboración propia.

El mercado de la Concepción se construyó en 1898 en el centro de Barcelona, en el distrito del Eixample, en un edificio aislado, entre las calles de Aragón, Valencia, Bruce y Gerona y a 250 m de la diagonal avinguda.

- Implantación:

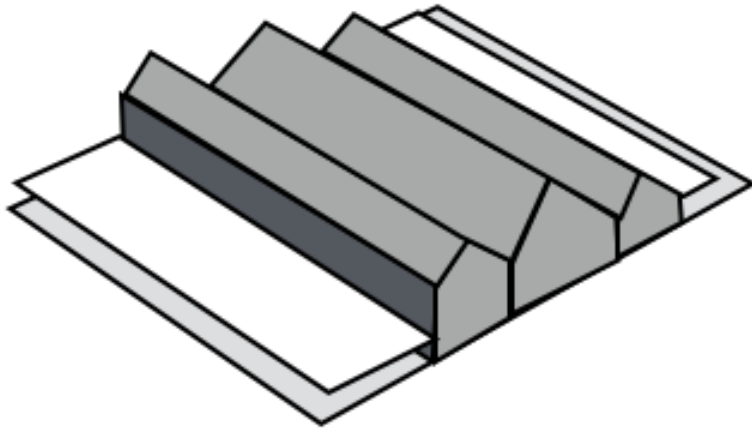


Figura 18. Perspectiva de Mercado la Concepción. Elaboración propia.

La plaza de mercado se encuentra implantada en un lote medianero. Área aproximada 4.010 m², con 105 metros de largo y 38 metros de anchura, se tiene acceso por sus dos fachadas y todo el comercio se desarrolla en la planta baja a nivel de la calle.

- Accesos:



Figura 19. Esquema de acceso vehicular al Mercado la Concepción. Elaboración propia.



Figura 20. Tranche Antonio. 2014. Acceso Peatonales al Mercado la Concepción.

La plaza de mercado dispone de dos accesos principales a cada costado los cuales se comunican directamente con la calle Aragón y con la calle Valencia. Los accesos a los parqueaderos se encuentran por lo calle Aragón.

- Baños:

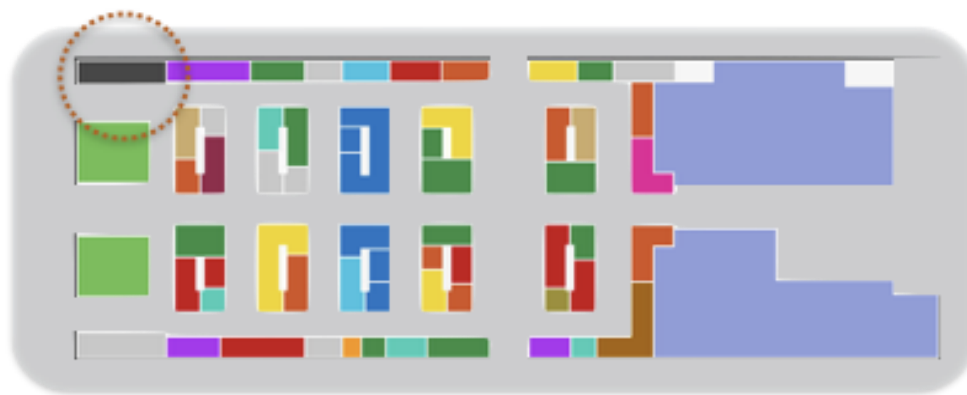


Figura 21. Planta de Mercado la Concepción.

La zona de servicios se encuentra concentradas en un solo puntos, las escaleras y los baños a un extremo de la plaza de mercado, por la escala del equipamiento una batería de baño suple la necesidad y el desplazamiento no es muy largo.

- Circulaciones:

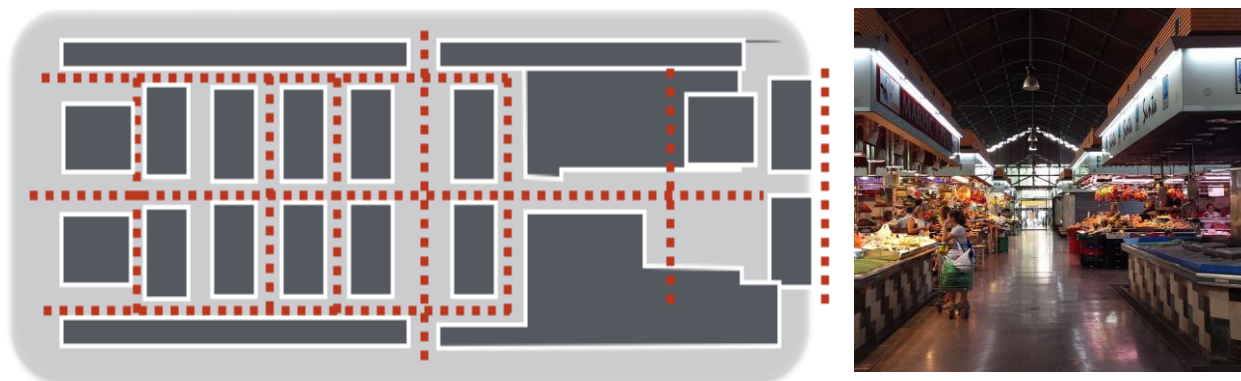


Figura 22. Imágenes de circulaciones mercado de concepción.

La plaza de mercado cuenta con un circuito de circulación lineal que rodean los módulos de comercio conectando a los distintos espacios, manteniendo como eje principal la conexión entre los dos accesos.

- Puestos de venta:



Figura 23. Puestos de venta Mercado la Concepción.

Los puestos de ventas son muy versátiles dependiendo el uso que vayan a tener están diseñados para un uso específico, no solo hay el típico puesto de venta, encontramos también estantes y plataformas para la venta de plantas e hiervas, cada puesto se encuentra bien iluminado y con un

plano en la parte superior que permite la publicidad, en la parte de lácteos y carnes frías cada puesto cuenta con su respectivo cuarto frío y mostrador.

Puesto venta de pescado



Puesto venta de frutas



Figura 24. Puestos de venta Mercado la Concepción.

Puesto Venta de Aves



Puesto Peluquería



Figura 25. Puestos de venta Mercado la Concepción.

Puesto de panadería



Puesto de venta de carne



Figura 26. Puestos de venta Mercado la Concepción.

Tabla 2.

Cuadro de Áreas, Cuadro de áreas Mercado la Concepción:

USOS	ÁREA PUESTO	Nº PUESTOS	ÁREA TOTAL
Área Lavado	20m2	1	20m2
Bar 1	16m2	1	16m2
Bar 2	10m2	1	10m2
Bar 3	8m2	1	8m2
Frutas verduras 1	10m2	3	30m2
Frutas verduras 2	8m2	3	24m2
Frutas verduras 3	12m2	1	12m2
Frutas verduras 4	20m2	3	60m2
Flores	70m2	2	140m2
Supermercados	350m2	2	700m2
Panadería	24m2	1	24m2
Pescado 1	40m2	1	40m2
Pescado 2	12m2	1	12m2
Pescado 3	8m2	3	24m2
Aves 1	12m2	2	24m2
Aves 2	20m2	1	20m2
Aves 3	28m2	1	28m2
Carnes 1	15m2	4	60m2
Carnes 2	10m2	2	20m2
Carnes 3	20m2	1	20m2

Carnes frías 1	15m2	4	60m2
Carnes frías 2	8m2	2	16m2
Venta de comidas	20m2	2	40m2
		Total	1.408m2
		30%	422m2
		Área Total	1.830m2

Tabla 2. Cuadro de áreas Mercado la Concepción. Elaboración propia

- Zonificación de usos:

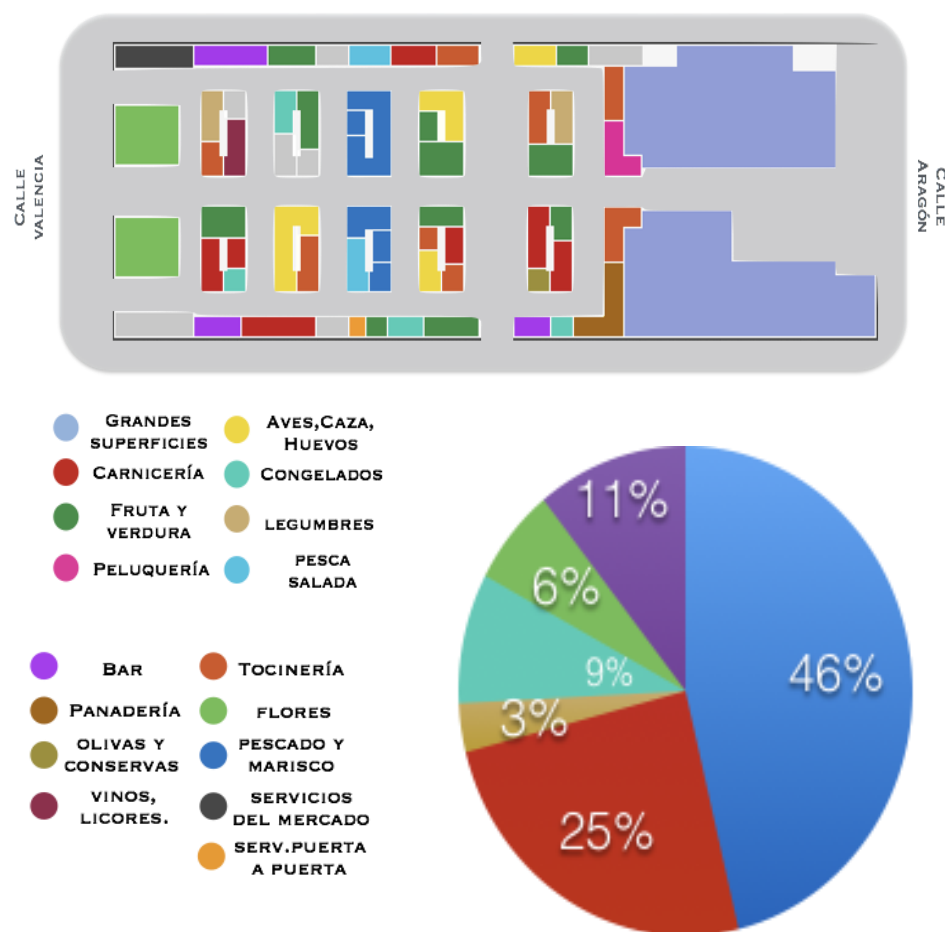


Figura 27. Gráfica zonificación de usos. Elaboración propia.

Los usos no están sectorizados, están repartidos por todo el equipamiento, la escala de la plaza de mercado no es muy grande pero aun así cubre todos los usos necesarios desde bares,

supermercados hasta los usos convencionales de las plazas, Por uno de los accesos encontramos todo lo relacionado con plantas y flores de todo tipo y por el otro costado encontramos dos grandes supermercados, estos usos ayudan a que haya una mayor apropiación y variedad de servicios para cubrir todas las necesidades de los compradores.

- Servicios:



Figura 28. Graficas de servicios. Elaboración propia

Todas las plazas de mercado remodeladas en Barcelona tienen un alto grado de innovación en los servicios prestados, cuentan con una página web por la cual se pueden realizar las compras y se pueden ver todos los servicios que esta presta.

Conclusiones:

- La plaza de mercado presta servicios de todo tipo esto hace que no solo se pueda ir a la plaza a comprar las carnes y granos como normalmente se le ha dado uso a la plaza, en esta se

pueden encontrar grandes supermercados bares y otros servicios innovadores respondiendo a las necesidades actuales y no siguiendo el concepto que la plaza de mercado es solo la compra de mercado.

- Gran variedad de usos correspondiendo a las necesidades actuales: Grandes supermercados, Bares, Peluquería, Servicio puerta a puerta.
- Gran innovación en los servicios, (compra por internet, domicilio, cajeros automáticos, etc.
- Si parqueadero, esto ayuda a que se puede recurrir a el establecimiento en su vehículo personal.
- No se sectorizan los usos.

6.3. Plaza de mercado central Bucaramanga

Constructor: Constructora Ordoñez

Año: 1994



Figura 29. Gamboa Sonia. 2013. Plaza central de Bucaramanga.

“El 6 de febrero de 1989, debido a un incendio que acabó con uno de los edificios de la Plaza San Mateo y afectó parcialmente a lo que fue el Pabellón de Carnes, llegó el fin de este mercado. Años después, fue construido el edificio donde hoy funciona la Plaza de Mercado Central. Han pasado más de tres administraciones sin saber qué hacer con el antiguo edificio del San Mateo, considerado Patrimonio Cultural de la Ciudad. En la actualidad, es un monumento al olvido.”

Vanguardia liberal

- Localización:



Figura 30. Localización Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración propia.

A través de la historia de Bucaramanga la plaza de mercado siempre se ha ubicado en el mismo sector, está ubicada en el centro de Bucaramanga entre las calles 33-34 y carreras 15-16, es la plaza de mercado principal de la ciudad la vía principal se encuentra a el oeste que es una arterial de primer grado de la ciudad (carrera 15).

- Implantación:



Figura 31. Implantación Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración Propia.

Está implantada en una manzana completa con un área de 6.750 m², construidos son 25.000 m² aproximadamente, implantada en un terreno plano y con una orientación correcta para mitigar la sensación térmica, se encuentre en un punto estratégico y que en desde los inicios de la historia de Bucaramanga ahí se ha encontrado el mercado.

- Accesos:

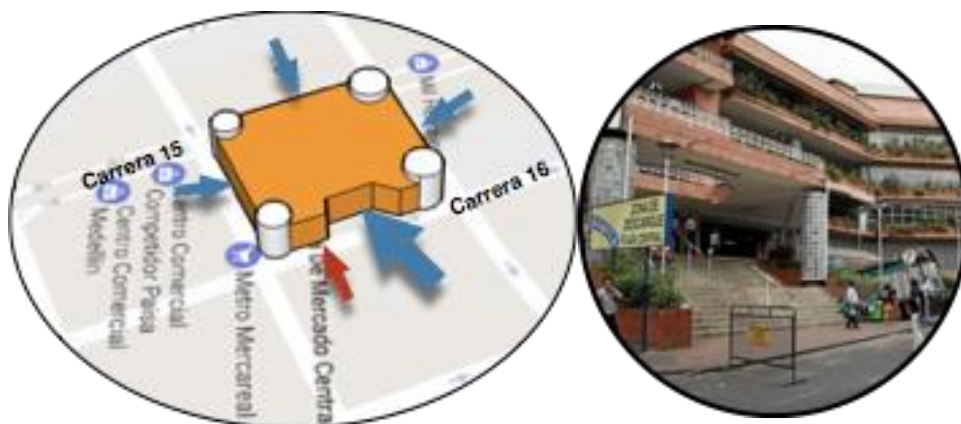


Figura 32. Accesos a Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración y fotografía propia.

El acceso principal lo encontramos por la carrera 16, por todas las cuatro fachadas encontramos acceso peatonal y el acceso vehicular se encuentra por la carrera 16, es de fácil acceso debido a la ubicación de las entradas.

- Puntos fijos:

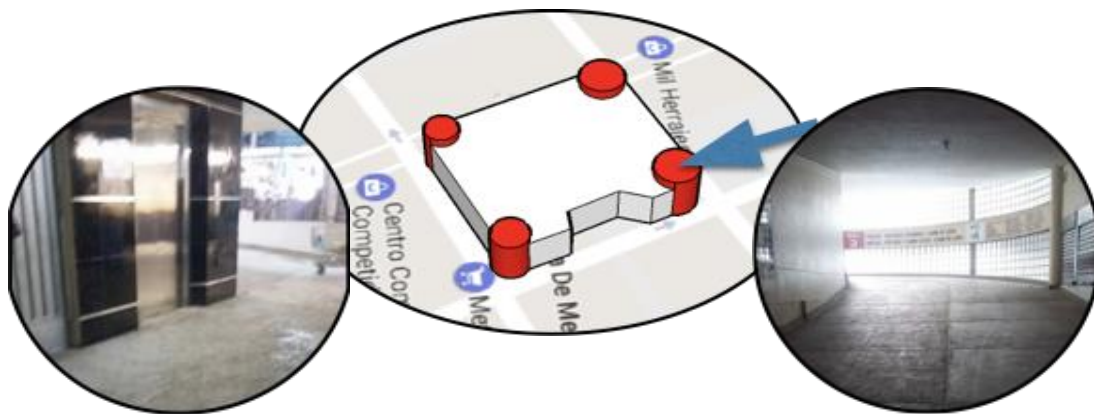


Figura 33. Puntos fijos Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración y fotografía propia

Los puntos fijos están bien ubicados, estratégicamente en cada esquina del edificio, en cada punto fijo encontramos ascensor público, privado (servicios) y cuenta con 4 rampas.

- Circulaciones:

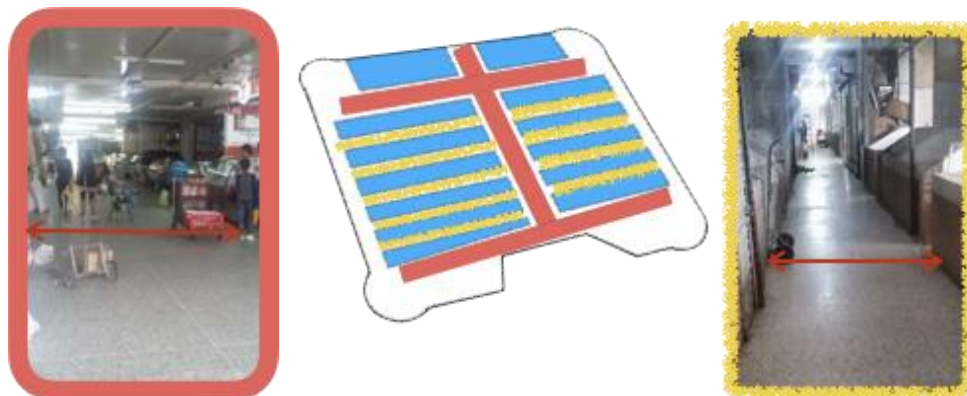


Figura 34. Planta Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración propia.

Las circulaciones están divididas en 2, las principales miden 4 metros y las secundarias 1,50m, la circulación principal divide la plaza a doble crujía de donde nacen las circulaciones secundarias para cada lado.

- Baños:

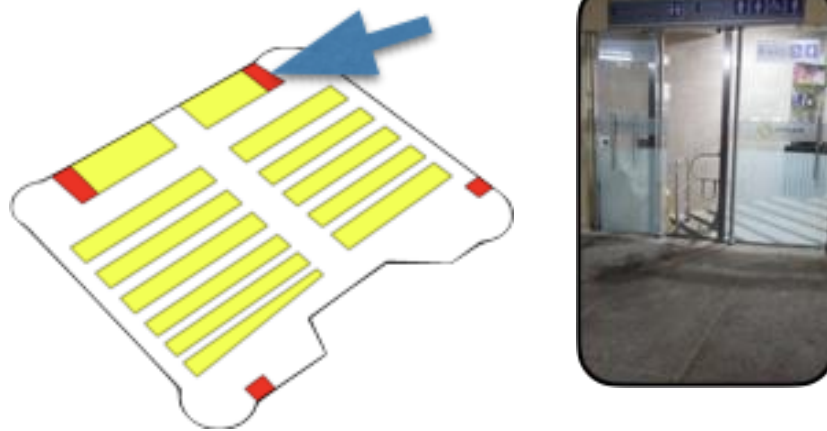


Figura 35. Baños Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración y fotografía propia.

Las Baterías de baños están ubicadas siempre al lado de los puntos fijo, como punto estratégico y fácil de encontrar.

- Zonificación de usos:

La plaza de mercado cuenta con 2 sotanas de parqueaderos, y 4 niveles de mercado, que se zonifican dependiendo el uso, hay usos que no son compatibles con otros, se mezclan cosas que no es la mejor solución, los usos tienen mayor espacio dependiendo cada uno, los principales como las carnes de todo tipo y legumbres tienen un gran porcentaje de espacio en la plaza.

Primer piso:

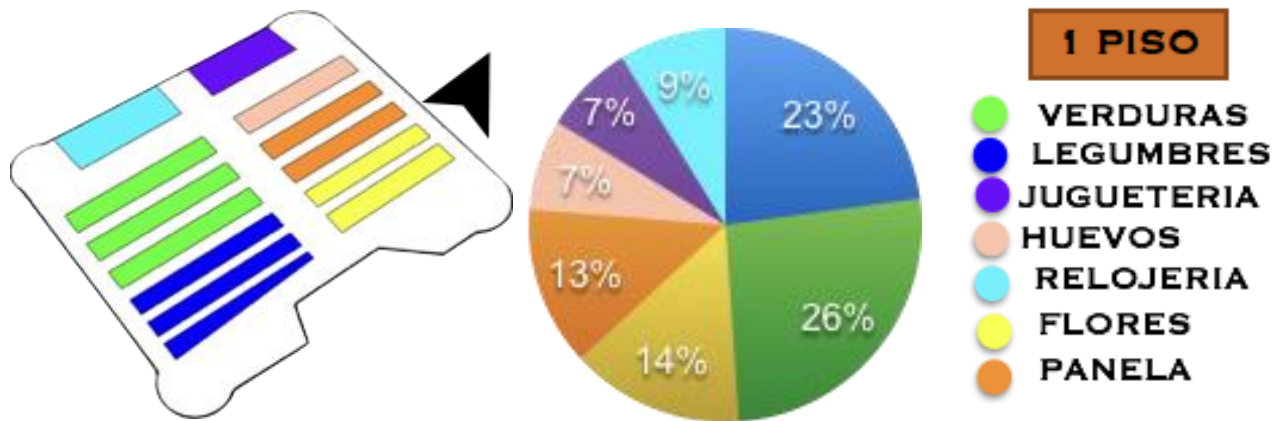


Figura 36. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia.

Segundo piso:

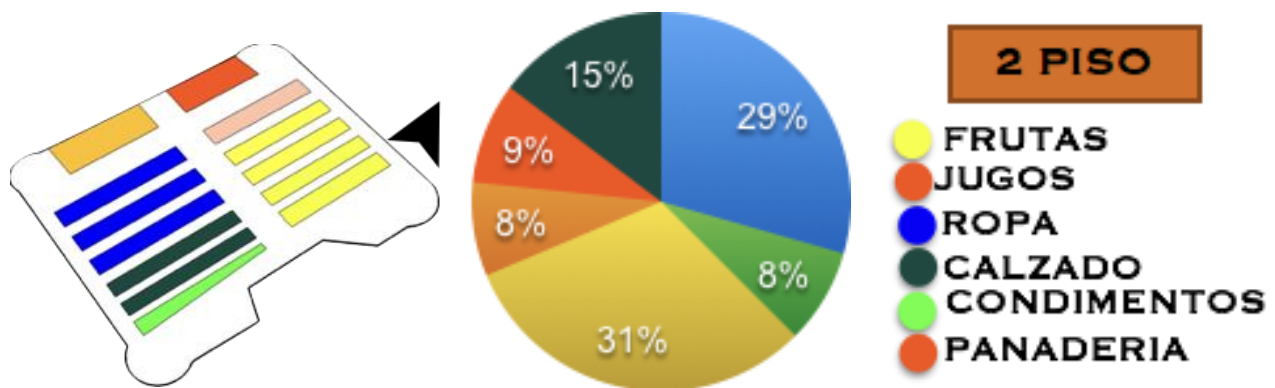


Figura 37. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia

Tercer piso:

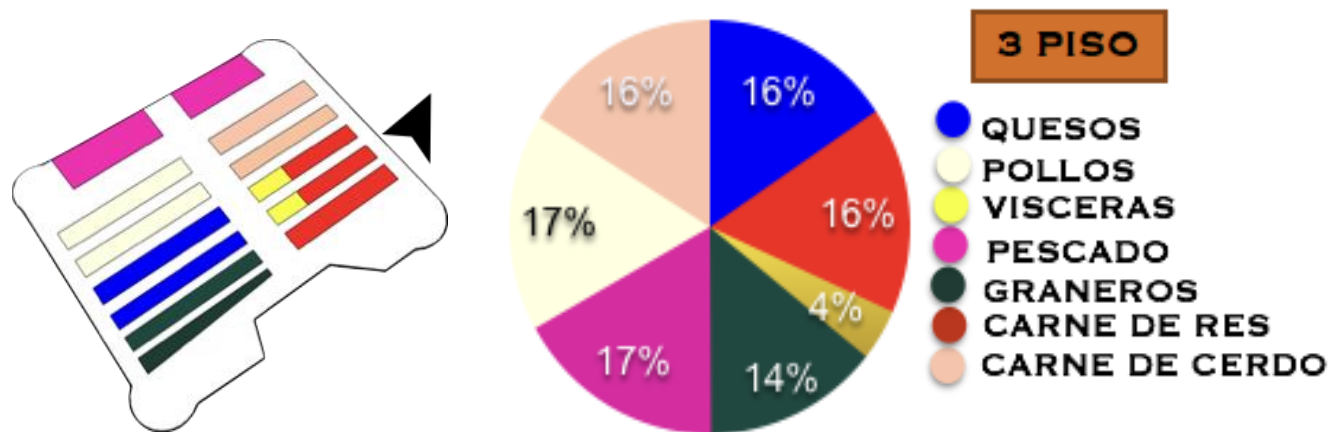


Figura 38. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia

Cuarto piso:

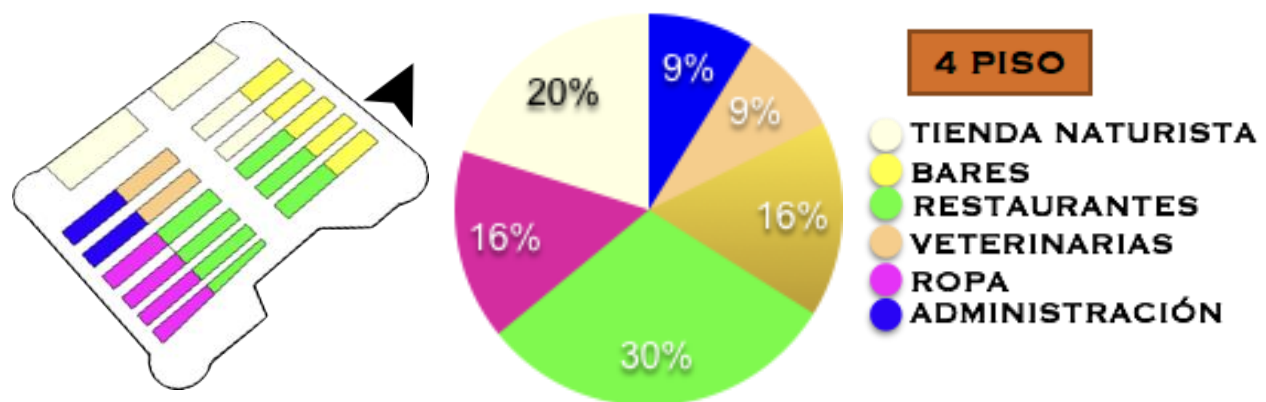


Figura 39. Graficas zonificación de usos. Elaboración propia.

- Servicios:



SEGURIDAD



PARKING EN EL EDIFICIO



Figura 40. Graficas de servicios. Elaboración propia

El equipamiento cuenta con variados servicios debido a la escala del proyecto, encontramos desde carros de compra hasta seguridad tanto personas como por medio de cámaras las 24 horas.

- Comercio informal:



Figura 41. Comercio informal. 2018.

Este fenómeno se desarrolla principalmente por la carrera 16 y la calle 34 sin descartar que por las 4 calles se instalan puestos transitorios para la venta sin pagar ningún tipo de impuesto, esto se presenta debido a la falta de control de las autoridades para hacer valer la igualdad a los comerciantes.

- Tipos de Puestos de Venta:

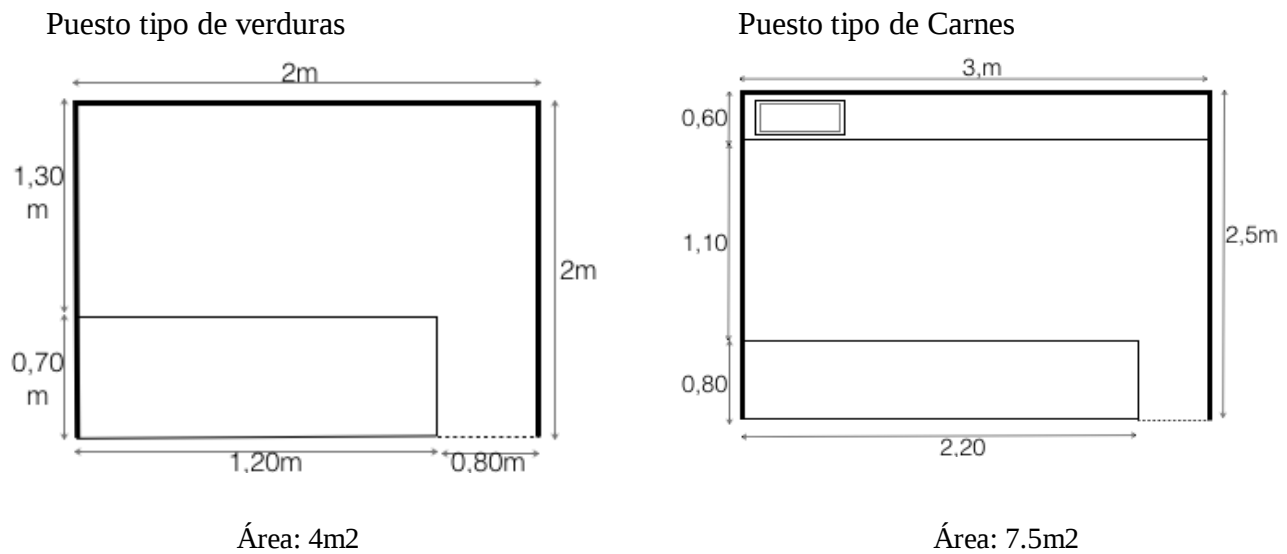


Figura 42. Planos puestos de venta. Elaboración propia

Puesto tipo de venta de ropa: Área: 8m²

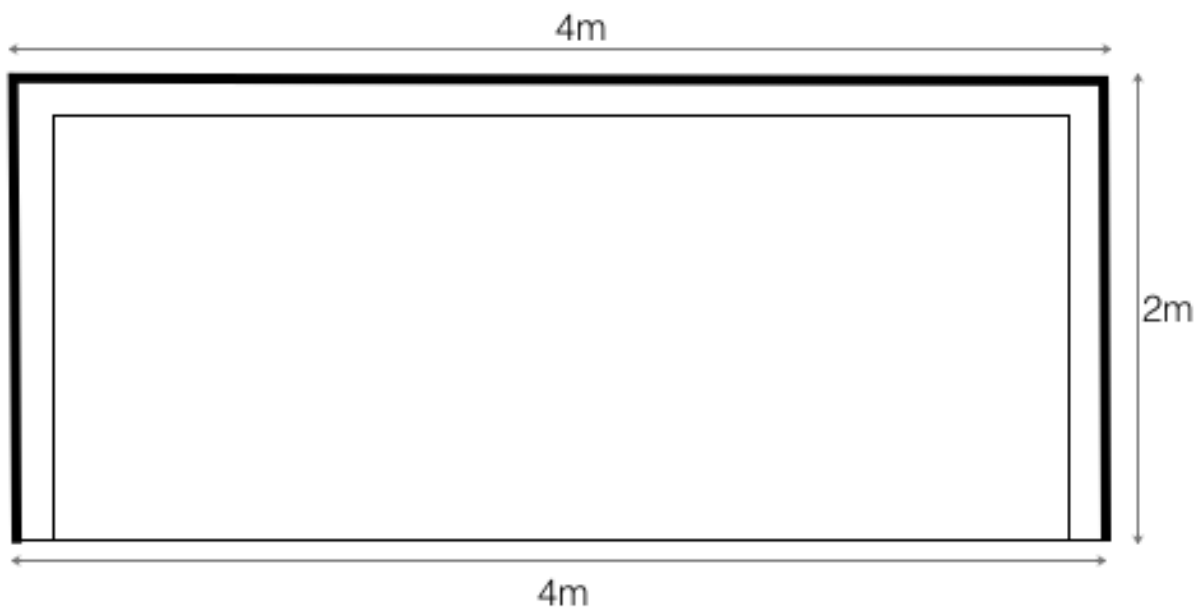


Figura 43. Planos puestos de venta. Elaboración propia

Conclusiones

- La plaza de mercado presta servicios de todo tipo esto hace que no solo se pueda ir a la plaza a comprar las carnes y granos como normalmente se le ha dado uso a la plaza, en esta se pueden encontrar todo tipo de alimentos para suplir las necesidades, debido a su escala el equipamiento cuenta con una gran variedad de comerciantes para ofrecer el servicio.
- Gran variedad de usos correspondiendo a las necesidades actuales: Restaurantes, Bares, Peluquería, Veterinarias, Tiendas naturistas
- Los servicios que presta la plaza de mercado siguen siendo los que se conocen a través de la historia
- No hay innovación en cuanto a tecnología y ofreces tipos de compras virtuales.
- Si parqueadero, esto ayuda a que se puede recurrir a el establecimiento en su vehículo personal.
- Los usos se encuentran zonificados en las 4 plantas para mayor orden.

Tabla 3.

Áreas Plaza Central en Bucaramanga

USOS	ÁREA PUESTO	Nº PUESTOS	ÁREA TOTAL
Hall de acceso	200 m2	1	200 m2
Flores	4m2	31	124m2
Huevos	4m2	10	40m2
Verduras	4m2	150	600m2
Legumbres	4m2	50	200m2
Frutas	4m2	200	800m2
Ropa	8m2	100	800m2
Carne	6m2	60	360m2
Viseras	6m2	30	180m2
Pescado	6m2	60	360m2
Granos	4m2	120	480m2
Quesos	4m2	40	160m2
Pollo	6m2	45	270m2

Cantinas (Bares)	30m2	10	300m2
Restaurantes	200m2	3	600m2
Veterinarias	8m2	10	80m2
T. Naturista	8m2	10	80m2
Ropa de trabajo	12m2	20	240m2
Administración	240m2	1	240m2
Baños	20m2	8	160m2
Ascensores	4m2	12	48m2
Parqueos	15m2	300	4500m2
Circulaciones		30%	4109m2
Total			17.807m2

Tabla 3. Áreas Plaza Central en Bucaramanga. Elaboración propia

6.4. Plaza de mercado central de Piedecuesta



Figura 44. Plaza de mercado Piedecuesta. Fotografía propia

La plaza de mercado de Piedecuesta, Santander se encuentra ubicada en la parte centro del municipio, se ha convertido en un hito por ser la primer y más grande plaza que tiene el municipio.

- Economía local Piedecuesta:

La agricultura es el principal pilar de la economía piedecuestana. Debido a la variedad del relieve y por consiguiente sus productos. En la parta más alta Se cultiva el maíz, la arveja, el trigo, la cebolla, verduras y algunos frutales, en la parte baja la caña de azúcar, tabaco y plátano en la parte templada la yuca, tomate, caña y tabaco.

- Localización:



Figura 45. Localización en Piedecuesta-Santander. Elaboración propia.

La plaza de mercado de Piedecuesta, Santander se encuentra ubicada en la parte centro del municipio, se ha convertido en un hito por ser la primer y más grande plaza que tiene el municipio.

Localizado entre las calles 10 y calle 11 con carreras 6 y 5.

La calle 10 es una arteria importante del municipio que comunica a los barrios del centro con la autopista, esta calle se ha visto afectada por el impacto que tiene la plaza de mercado sobre esta.

- Implantación:

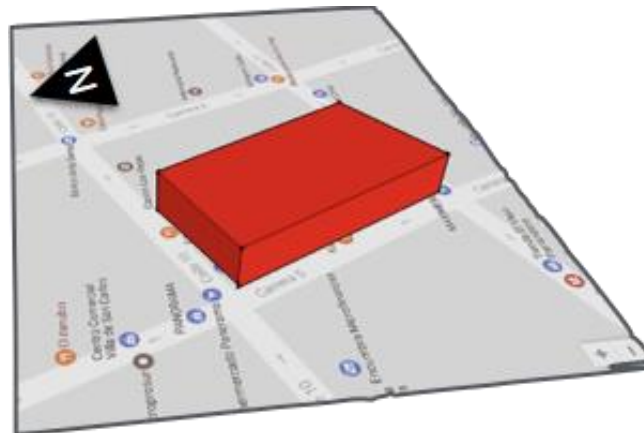


Figura 46. Implantación en Piedecuesta-Santander. Elaboración propia.

Está implantada en 3/4 de manzana con un área aproximada de 4630, tiene una sola planta, se encuentra en un punto central y se encuentra en ese lugar desde el inicio de la historia de Piedecuesta.

- Accesos:



Figura 47. Accesos Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Elaboración y fotografía propia.

La plaza de mercado cuenta con 5 accesos peatonales los cuales están distribuidos así, 3 accesos en la calle 10, 1 en la carrera 5 y 1 en la calle 11, cuenta con mínimo 1 acceso por fachada lo cual da un orden facilita el acceso a los distintos usos.

- Circulaciones:



Figura 48. Circulaciones Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Elaboración y fotografía propia.

Cuenta con circulaciones lineales que distribuyen a cada espacio, las dimensiones de los pasillos varían entre 2m y 1m, no es fácil moverse en la plaza por lo tanto no es un edificio accesible.

- Comercio informal:



Figura 49. Comercio informal. Fotografía propia.

Es una de las problemáticas más importantes de la plaza de mercado, debido a la falta de control de las autoridades alrededor del equipamiento se encuentra este fenómeno, donde vendedores informales sin pagar ningún tipo de impuesto se toman el espacio público para establecer su puesto de venta provisional y comercializar sus alimentos.

- Zonificación de usos:

Todos los usos del equipamiento se desarrollan en el primer piso y sin un orden o zonificación adecuada, se puede notar un desorden a la hora de adquirir los alimentos.

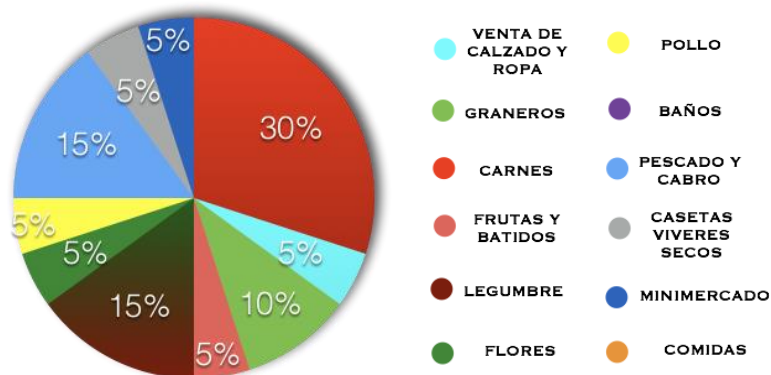
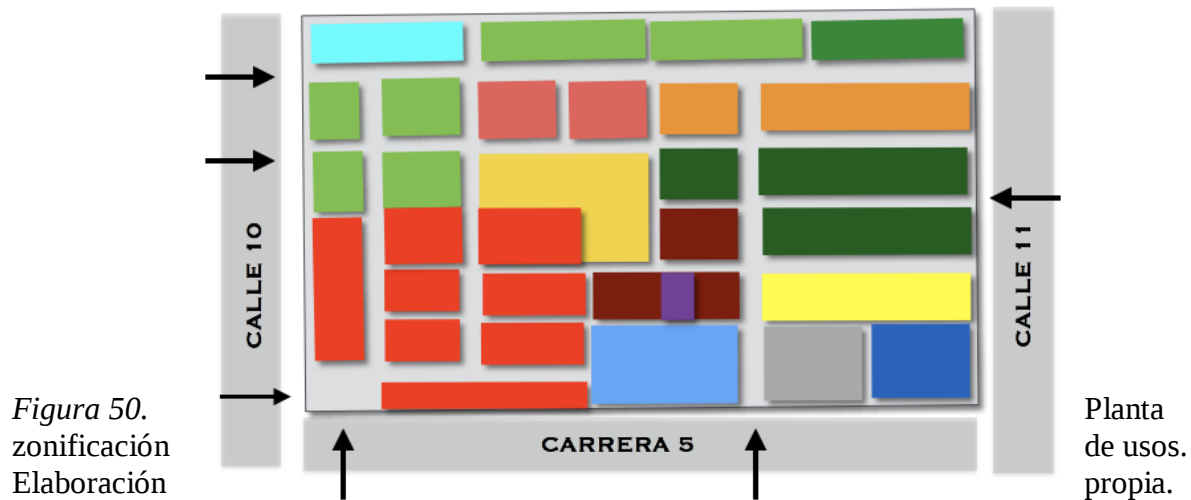


Figura 51. Grafica de zonificación de usos. Elaboración propia.



Figura 52. Interior Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Fotografías propias.

Tabla 4.

Áreas Plaza Central en Piedecuesta-Santander.

USOS	ÁREA PUESTO	Nº PUESTOS	ÁREA TOTAL
Calzado y Ropa	6m2	40	240m2
Graneros	4m2	50	200m2
Carnes	4m2	24	96m2
Fruta	9m2	21	189m2
Legumbre	4m2	100	400m2

Flores	6m2	20	120m2
Pollo	5m2	15	50m2
Pescado	5m2	15	50m2
Mini mercado	36m2	1	36m2
Venta comida	12m2	15	180m2
		Total	1.560m2
		30%	468m2
		Área Total	2.028m2

Tabla 4. Áreas Plaza Central en Piedecuesta-Santander. Elaboración propia.

Conclusiones

- La plaza de mercado posee muchas dificultades, lo que hace que los usuarios no visiten nuevamente la plaza y acudan a los nuevos supermercados, el no haber parqueaderos, el desorden, circulaciones estrechas no accesibles, ausencias de rampas en cambios de nivel, urge una renovación de dicha plaza.
- No hay servicios innovadores, presta los mismos servicios de la historia de la plaza de mercado por esta razón la gente se ha visto obligada a acudir a los supermercados y otros lugares de alrededor.
- No hay parqueadero en el equipamiento por esta razón muchas personas prefieren acudir a un centro comercial u otro establecimiento que si preste este servicio.
- Los usos que se encuentran en una sola planta no cuentan con los índices de salubridad e higiene requeridos.
- No hay una organización adecuada para cada uso.
- El comercio informal es un fenómeno con mucha fuerza lo cual disminuye el comercio dentro de la plaza de mercado.

- Carece de zonas de diferente uso como restaurantes, bares y supermercados dentro del edificio.
- El edificio se encuentra deteriorado y sin mantenimiento.

6.5. Cuadro comparativo referentes de España.

Tabla 5.

Comparación plazas de mercado España.

MERCADO MUNICIPAL DE ATARZANAS	MERCADO LA CONCEPCIÓN
• No presenta nuevos servicios que impulsen nuevos usos en el equipamiento. • No presenta servicios innovadores en cuanto a tecnología y otras estrategias de compra que se deben tener por las necesidades actuales. • No parqueos, puede influir en resistirse a el equipamiento por falta de este servicio. • No están sectorizados los usos. • Los puestos de venta presentan una materialidad adecuada para la salubridad y limpieza y sus dimensiones son cómodas tanto para el comerciante como para el comprador. • No presenta zonas de cargue y descargue, lo cual hace que los camiones de alimentos se parken en una vía y obstaculizan el tráfico. • El color de cada uso permite una fácil ubicación de lo que busca el comprador.	• Si presenta nuevos servicios los cuales logran nuevos usos que suplen las necesidades actuales de las personas; Supermercados, Bares, peluquerías, restaurantes, etc. esto hace que no solo se va a la plaza a merca sino también a hacer uso de esta de muchas formas más. • Si presenta servicios innovadores y nuevas estrategias de compra para suplir todas las necesidades actuales que diariamente van cambiando, utiliza estrategias de compra por internet, servicio puerta a puerta, carritos de compra entre otros. • Si parqueos, por esta razón se hace más fácil ir en la familia a merca o a hacer uso de cualquier servicio brindado por la plaza. • No están sectorizados los usos. • Los puestos de venta tienen las dimensiones necesarias y adecuadas para prestar el mejor servicio tanto al comerciante como al comprador. • Cada puesto tiene su panel de publicidad para dar identidad a cada puesto comercial.

Tabla 5. Comparación plazas de mercado España. Elaboración propia

6.6. Cuadro comparativo de referentes de la zona

Tabla 6.

Comparación plazas de mercado en Bucaramanga y Piedecuesta

PLAZA DE MERCADO CENTRAL DE BUCARAMANGA	PLAZA DE MERCADO DE PIEDECUESTA
- Gran variedad de usos correspondiendo a las necesidades actuales: ✓ Restaurantes ✓ Bares ✓ Peluquería ✓ Veterinarias ✓ Tiendas naturistas - No hay innovación en los servicios que puedan suplir las necesidades actuales, como implementar la tecnología y estrategias de venta mediante esta. - Si parqueadero, esto ayuda a que se puede recurrir a el establecimiento en su vehículo personal. - Los usos esta zonificados claramente en los 4 niveles. - Se presenta comercio informal en su perímetro, no hay control de este. - El edificio se encuentra en buenas condiciones debido a que es un equipamiento medianamente nuevo. - Se encuentra ubicada en una zona que históricamente en la ciudad ha sido comercial, a través de la historia la plaza de mercado se ha encontrado en este punto a pesar de haber sufrido renovación e incluso un incendio acabo con la antigua plaza san mateo. - La accesibilidad de la plaza es aceptable para cualquier persona, ya que encontramos rampas y ascensores para personas con movilidad reducida.	- No hay variedad de usos esto ha hecho que la gente recurra a los supermercados aledaños u otros lugares. - No hay innovación en los servicios que puedan suplir las necesidades actuales, como implementar la tecnología y estrategias de venta mediante esta. - No hay servicio de parqueadero, esto influye en que familia que Vivian alejadas del equipamiento se resistan a ir a esta. - No hay zonificación de usos, lo cual produce una mezcla de estos poco compatibles. - Gran invasión de comercio informal debido al poco control de las autoridades. - El edificio se encuentra en condiciones precarias para prestar un servicio público y tan exigente como la venta de alimentos. - Está ubicada en un sector en el cual hay una mezcla de usos no compatibles, encontramos bares, tabernas residencias, mezclados con comercio y usos residenciales. - El equipamiento es totalmente inaccesible para las personas ya que cuenta con cambios de nivel mediante peldaños y no hay rampas establecidas.

Tabla 6. Comparación plazas de mercado en Bucaramanga y Piedecuesta. Elaboración propia

7. Recoleccion de datos

7.1. Encuesta realizada a habitantes del municipio de Piedecuesta, Santander.

La encuesta se llevo a cabo el día 12 de mayo del 2017 siendo las 2:45 pm, en el Parque Principal del municipio de Piedecuesta donde preguntamos a los habitantes su opinión respecto a la plaza de mercado. Se encuestaron alrededor de 20 personas entre hombres y mujeres escogidas al azar.

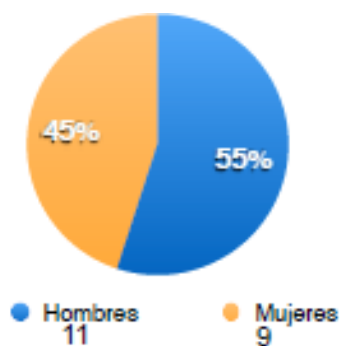


Figura 53. Grafica por genero de personas encuestadas. Elaboración propia.

El consenso a 11 Hombres y 9 Mujeres, las cuales en su mayoría son de estrato 2 (10 personas) le siguen el estrato 4 (4 personas), estrato 1 (3 personas), estrato 3 (2 personas), estrato 6 (1 persona).

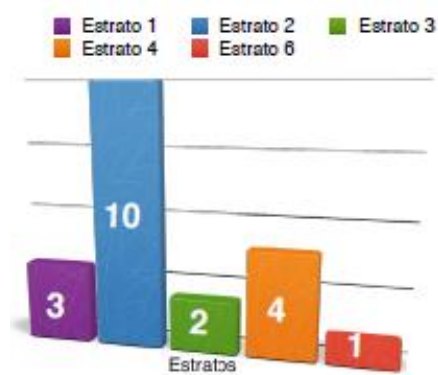


Figura 54. Grafica por estratos de las personas encuestadas. Elaboración propia.

Conclusión: En el entorno inmediato a la plaza es habitada (circulada) en su mayoría por personas del estrato 1 al estrato 3

PRIMER PREGUNTA ¿ Con que Frecuencia visita usted la plaza de mercado? la gente respondió de la siguiente manera:

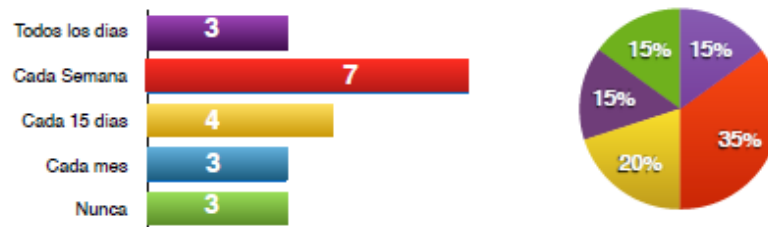


Figura 55. Grafico de frecuencia de Visitas y porcentualización del mismo. Elaboración propia

Conclusión: Gran parte de los encuestados contestaron que la frecuencia con la que visitan la plaza es cada semana (8 días), los días en que mas frecuentan visitar la plaza son los días Sábados y Domingos. Los que Respondieron NUNCA el motivo es por que la plaza de mercado se encuentra lejos de sus viviendas.

SEGUNDA PREGUNTA ¿ Cual es el fin de su visita a la plaza de mercado? la gente respondió de la siguiente manera:

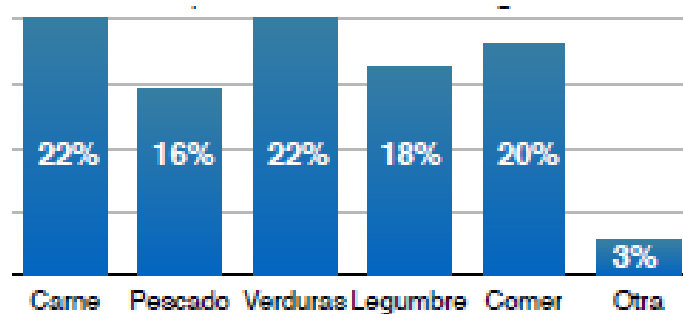


Figura 55. Grafica cuantificación segunda pregunta. Elaboración propia.

Conclusion: La gente en su mayoría visita la plaza de mercado para comprar carnes, verduras y frutas.

TERCERA PREGUNTA ¿Cual cree usted que es la problemática de la plaza actual? la gente respondió de la siguiente manera:

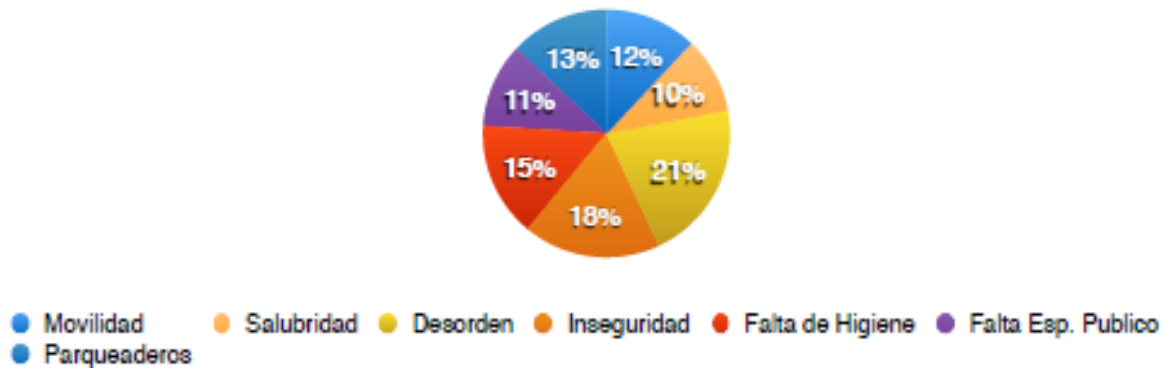


Figura 56. Grafica de porcentualización de problemáticas. Elaboración propia.

Conclusión: El principal problema para los encuestados es el desorden que hay en la plaza de mercado con un 21%, le sigue la inseguridad con un 18%, al igual que la falta de higiene en la manipulación de alimentos con un 15%.

CUARTA PREGUNTA ¿Cual cree usted que es el principal responsable de la problemática de la plaza de mercado? la gente respondió de la siguiente manera.

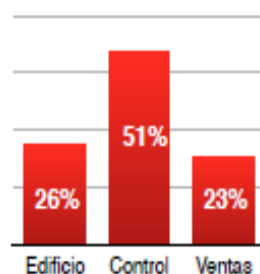


Figura 57. Grafica de porcentualización de la cuarta pregunta. Elaboración propia.

Conclusión: Para las personas encuestadas el principal responsable de los problemas que tiene la actual plaza de mercado es por la falta de control de las autoridades (51%) le sigue las condiciones del edificio con un (26%) y después los vendedores con un (23%).

QUINTA PREGUNTA ¿Que nuevos servicios les gustaría que ofreciera la plaza de mercado? la gente respondió de la siguiente manera.



Figura 58. Servicios plazas del mercado. Elaboración propia

Conclusión: Las personas respondieron en su mayoría que les gustaría que hubieran carros para la compra (6 personas) ya que es muy necesario por que se hace difícil en algunas ocasiones llevar la bolsa de mercado por su peso, también la gente respondió que es necesario instalar unas cámaras de seguridad (4 personas), por que no cuenta con este sistema ademas que en las horas de la tarde y noche es muy inseguro, ademas la gente también le gustaría que hubieran servicio a domicilio (4 personas) ya que la plaza de mercado puede estar lejos de sus viviendas y esto puede ahorrar tiempo.

SEXTA PREGUNTA ¿Le gustaría encontrar establecimientos en el interior de la plaza? la gente respondió de la siguiente manera.

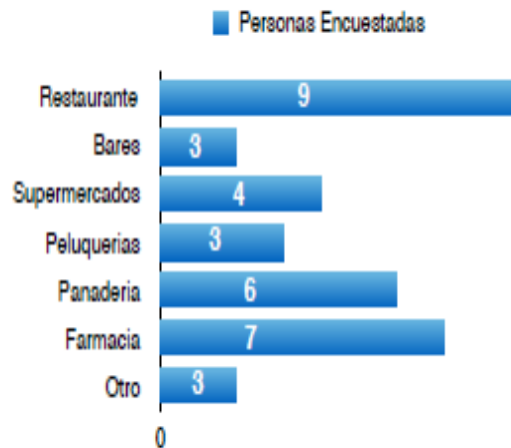


Figura 59. Grafica de cuantificación de la sexta pregunta. Elaboración propia.

Conclusión: La gente eligió en su mayoría un restaurante que cumpla con las condiciones de higiene, además también eligieron la farmacia y panadería entre las más votadas. Las personas que eligieron otro respondieron que les gustaría: Gym y Market

SEPTIMA PREGUNTA ¿Cree usted que con el tiempo la plaza de mercado va a desaparecer?

la gente respondió de la siguiente manera

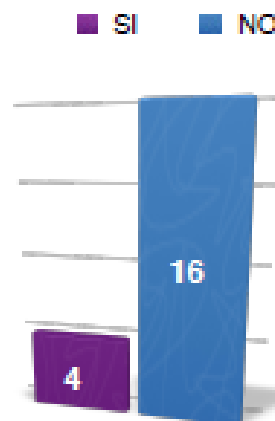


Figura 60. Grafica de porcentualización de la séptima pregunta. Elaboración propia.

Conclusión: Las personas que eligieron que SI al preguntarle por que la respuesta fue por que cada vez ahí mas competencias C.Comerciales y Supermercados. Los que respondieron que NO en su gran mayoría al preguntarles por que respondieron que por que es un patrimonio cultural, y siempre ha existido.

OCTAVA PREGUNTA ¿Cree usted que el lugar donde se encuentra la plaza de mercado es el mejor? la gente respondió de la siguiente manera.

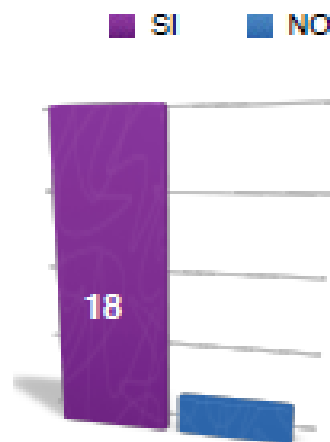


Figura 61. Grafica de Porcentualización de la pregunta octava. Elaboración propia.

Conclusión: El 90% de las personas encuestadas respondieron favorablemente, para ellos el lugar donde esta situada la plaza es el mejor, la razón por la que eligieron el Si en su mayoría es por que la plaza esta ubicada en el centro del municipio desde sus inicios, lo cual la convierte en un hito y un patrimonio socio-cultural. Ademas por que la plaza esta rodeada de equipamientos importantes como el parque principal, edificios gubernamentales y mas edificios comerciales. El 10% restante respondieron que NO las razón es por que el municipio se ha expandido tanto, de

tal forma que estas personas no tienen un fácil y rápido acceso a este equipamiento por lo cual deben recurrir a supermercados o tiendas de barrio

Promedio de Edad de los Encuestados:

15% Entre 51-75 (3 personas)

15% Menores de 18 años (3 personas)

30% Entre 31-50 años (6 personas)

40% Entre 18 y 30 años (8 personas)

8. Clasificación de las plazas de mercado.

8.1. Plaza de mercado sectorial:

Es la fuente local de bienes de consumo y servicios diarios para una población de 7.500 a 20.000 hb. Su tipo de ventas es básicamente al por menor y cuenta con los siguientes usos: abarrotes y semillas; aves vivas; carnicerías; flores naturales; herbolaria; hielo; cremería, huevos, carnes frías, lácteos; pollo; pescados; y mariscos; carnes secas; vísceras etc.

8.2. Plaza de mercado Municipal

Puede servir a una población de 20.000 a 100.000 hb. Abastece a una zona de un radio de 1 km; su tipo de ventas es básicamente al por menor y cuenta con los siguientes usos: abarrotes y semillas; aves vivas; carnicerías; flores naturales; herbolaria; hielo; cremería, huevos, carnes frías, lácteos; pollo; pescados; y mariscos; carnes secas; vísceras etc.

8.3. Central Abastos

Está generalmente construido alrededor de una gran plaza de mercado e incluye un complemento y surtido completo de servicios de ventas al por menor y mayor, las plazas municipales y

sectoriales se abastecen de esta, podría servir a una población de 100.000 a 250.000 hb.

8.4. Central Abastos Internacional

Es aquella que traspasan las fronteras de una nación y su venta se extiende a otros países.

9. Análisis de la zona de estudio

9.1. Organigramas Funcionales

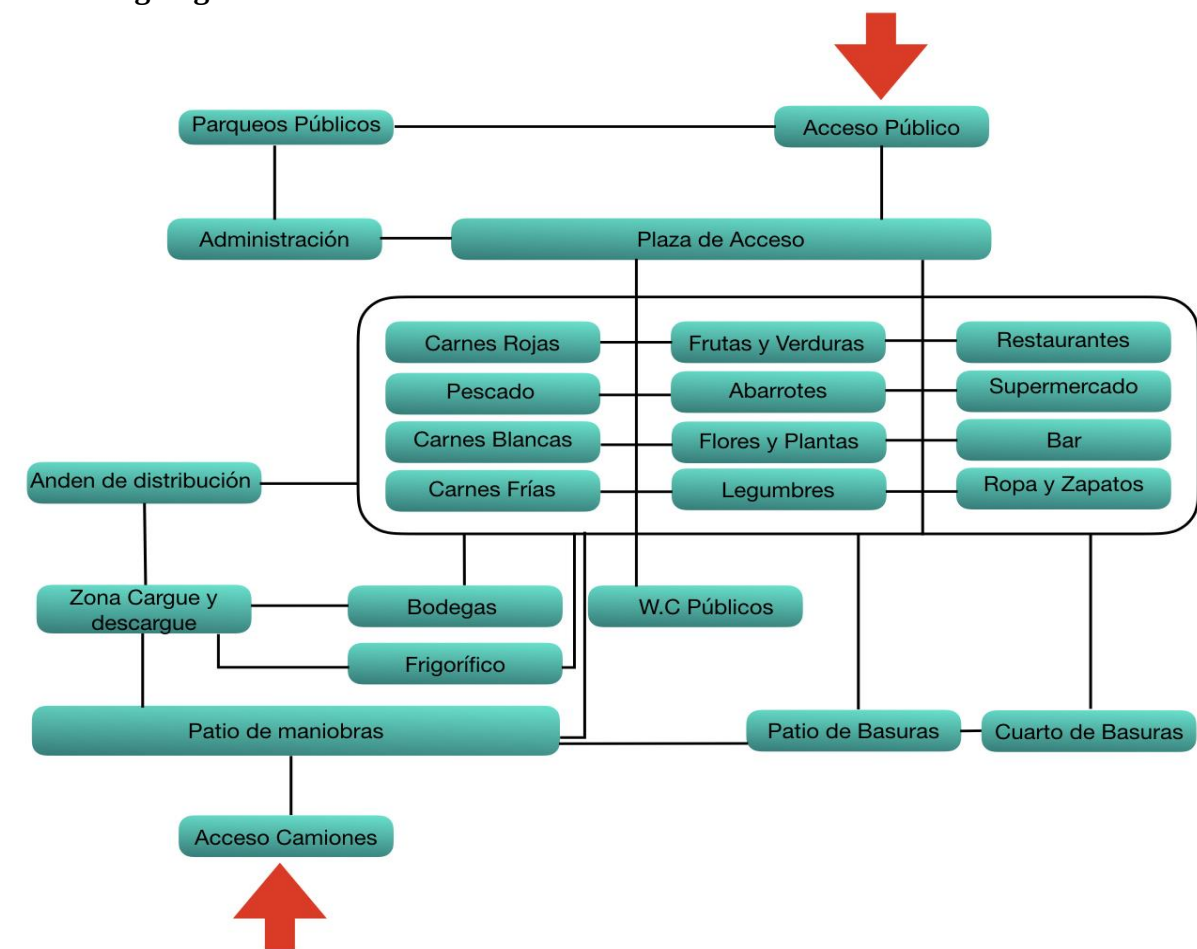


Figura 62. Organigrama de funciones. Elaboración propia.

En el organigrama general de funciones se puede observar las relaciones internas y externas para

el funcionamiento adecuado del equipamiento, una zonificación acertada y sus respectivas zonas de cargue de y descargue para no tener la necesidad de tomar parte de la vía como parqueo de camiones y obstaculizar la movilidad, los accesos serán ubicados en puntos estratégicos tanto para el peatón como para el vehículo para fácil acceso a el establecimiento.

9.2. Plan de residuos solidos

Los residuos sólidos que genera diariamente el establecimiento comercial plaza de mercado se dividen en cuatro grupos: residuos orgánicos, residuos inorgánicos no aprovechables, residuos orgánicos aprovechables y residuos especiales.



Figura 63. AMB. Plan de residuos solidos.

Los residuos obtenidos sustentaran el plan de residuos sólidos de la plaza de mercado, este será un instrumento que contribuya a la gestión integral del municipio de Piedecuesta y se le dará cumplimiento a la normativa del manejo de residuos en plazas de mercado.



Figura 64. AMB.Recorrido de residuos solidos.

9.3. Cuadro de áreas

Tabla 7.

Cuadro de áreas.

ZONA	SECTOR	ESPACIO	SUB-ESPACIO	AREA	NUMERO DE USUARIOS	NUMERO DE ESPACIOS	AREA TOTAL	OBSERVACIONES
ZONA SECA	Sector comercial	Supermercados	Caja Neveras Estantería W.C	60 m ²	40 personas	1	60 m ²	
		Panadería	Caja Vitrinas	33m ²	10 personas	1	33 m ²	

			Mesón W.C					
		Granos y frutos secos	Caja Lavado Corte W.C	33 m2	10 persona s	1	33 m2	
		Flores		12 m2	6 Persona s	7	84 m2	
	Sector verdura s	Verduras		10 m2	4 Persona s	20	200 m2	
		Legumbres		12 m2	4 Persona s	28	336 m2	
	Sector frutas y jugos	Jugos/licuad os	Lavado Nevera	14 m2	8 persona s	2	28 m2	
		Frutas	Lavado Nevera	12 m2	4 Persona s	6	72 m2	
	Sector carnes	Carne roja	Lavado Mostrad or	12 m2	4 Persona s	6	72 m2	
		Carne Blanca	Lavado Mostrad or	12 m2	4 Persona s	3	36 m2	
		Pollo	Lavado Mostrad or	12 m2	4 Persona s	3	36 m2	
	sector pescad o	Pescado	Lavado Mostrad or	12 m2	4 Persona s	6	72 m2	
ZONA SEMI- HUMEDA	Sector comida s	Restaurantes	Cocina Mesas Caja Lavado	60 m2	20 persona s	3	180 m2	
		plazoleta	mesas	350 m2	120	1	350 m2	
ZONA ESPARCIMIEN TO		Z. verdes						
		Plazoleta		500 m2	500 p	2	1000 m2	

		Espacio Público						
ADMINISTRA- CIÓN		oficinas	w.c	17 m2	2 persona s	1	18 m2	
		Sala de espera		18 m2	8 persona s	1	18 m2	
		secretaria		4 m2	1 persona	1	4 m2	
		Información		8 m2		1	8 m2	
ZONA SERVICIOS		Bodegas		50 m2	15 persona s	5	250 m2	
		Cuarto montacargas		40 m2		1	40 m2	
		Control bodegas		30 m2		1	30 m2	
		Baterías w.c		100 m2		2	200 m2	
		Cuartos Fríos		20 m2	2 persona s	4	20 m2	
		Planta eléctrica		36 m2		1	36 m2	
		Tanque agua		36 m2		1	36 m2	
		Cuarto aire A.		30 m2		1	30 m2	
		Cuarto basuras		20 m2		4	80 m2	
		Cuarto aseo		5 m2		4	20 m2	
		Cuarto ventilación		20 m2		2	40m 2	
ZONA PARQUEOS		Cargue/Desc		360 m2		1	360 m2	
		Cargue/Desc Frios		60 m2		1	60 m2	
		Carros		12.5 m2		45	562 m2	
		Motos		2 m2		15	30 m2	
		Bicicletas		2 m2		15	30 m2	

TOTAL	4464 m2
30%	
AREA TOTAL	5803 m2

TOTAL	3464 m2
30%	
AREA TOTAL Construida	4503 m2

Tabla 7. Cuadro de Áreas. Elaboración propia

9.4. Matriz de determinantes para escoger el lote

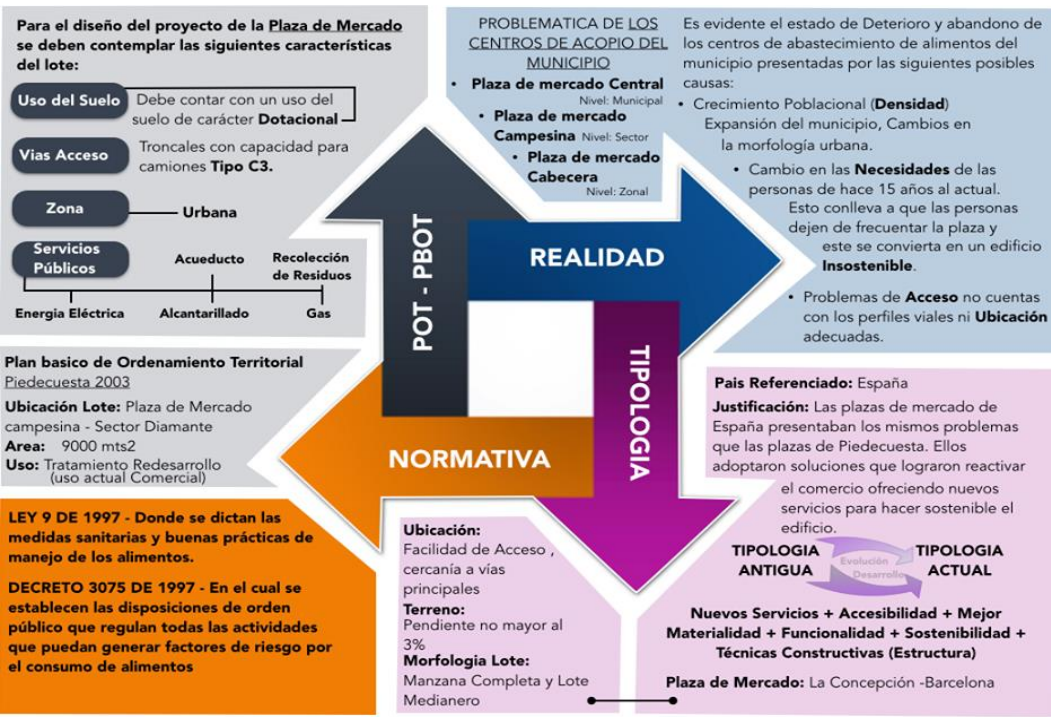


Figura 65. Matriz de determinantes. Elaboración propia.

9.5. Cobertura plazas de mercado actuales en Piedecuesta

La densificación del municipio y el crecimiento poblacional hacen que ya no solo se necesite una plaza de mercado a nivel municipal porque esto ocasiona la aglomeración de personas en una sola zona del municipio, el municipio de Piedecuesta ya demanda 4 o 5 equipamientos de plaza de mercado distribuidos estratégicamente en todo el municipio a nivel de sectores y plazas de mercado barriales.



Figura 66. Cobertura Plazas de Mercado en Piedecuesta. Elaboración propia.

9.6. Registro Fotográfico del sector

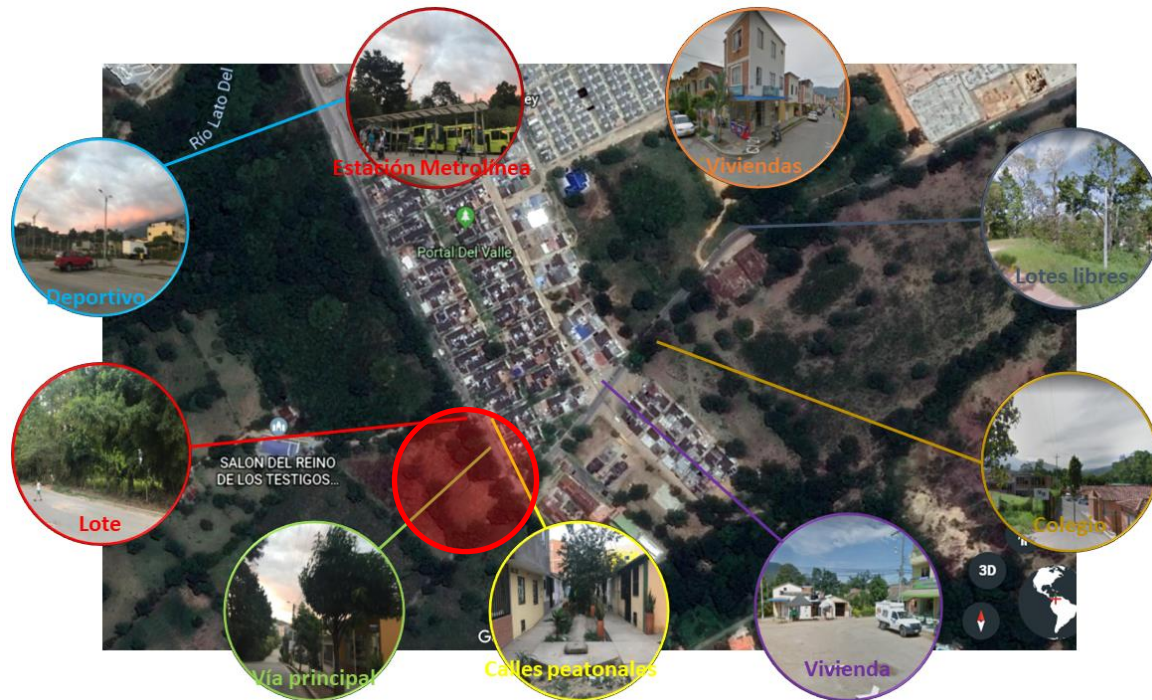


Figura 67. Registro Fotográfico del sector. Elaboración propia.

9.7. Localización municipal.

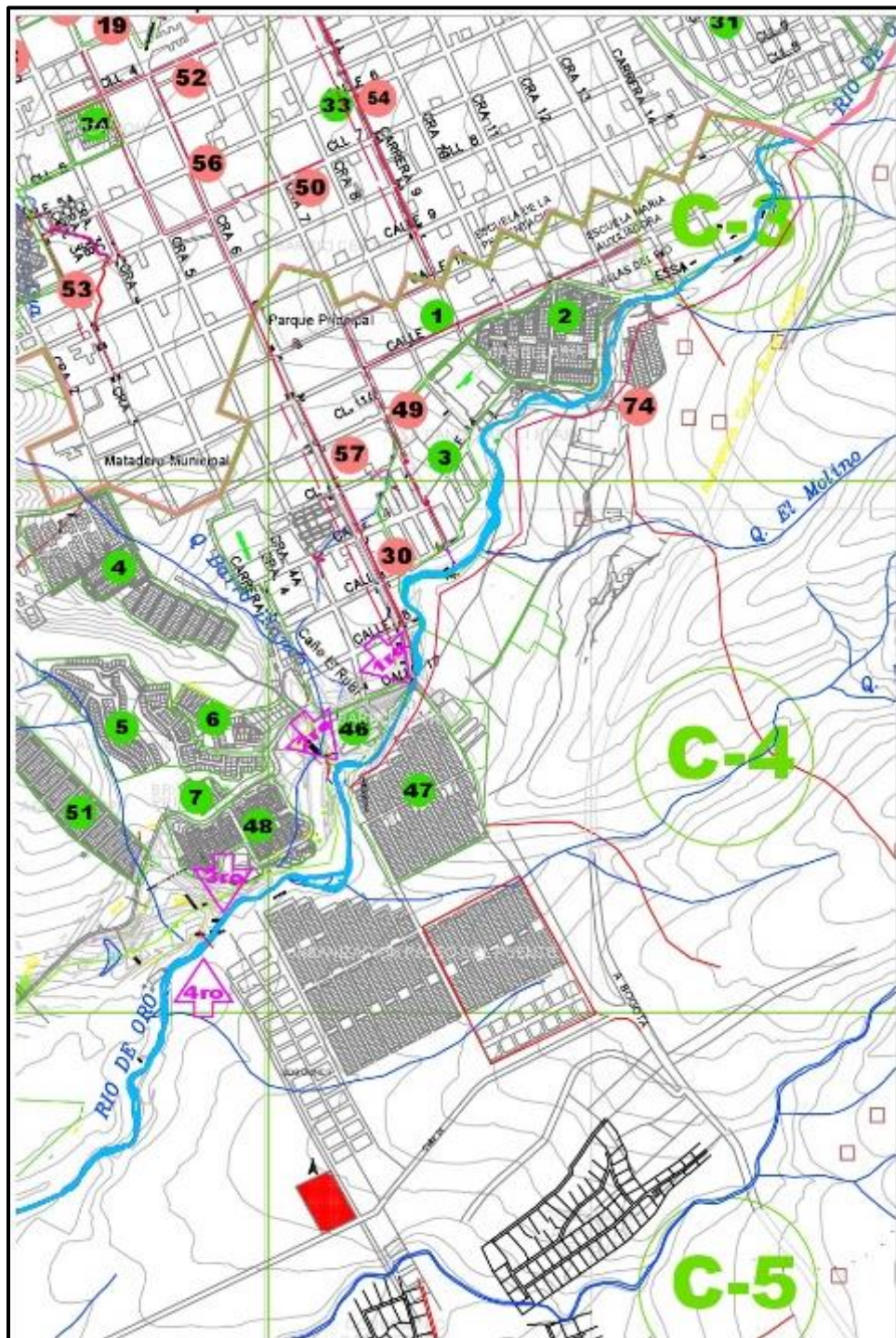


Figura 68. Localización municipal. Elaboración propia.

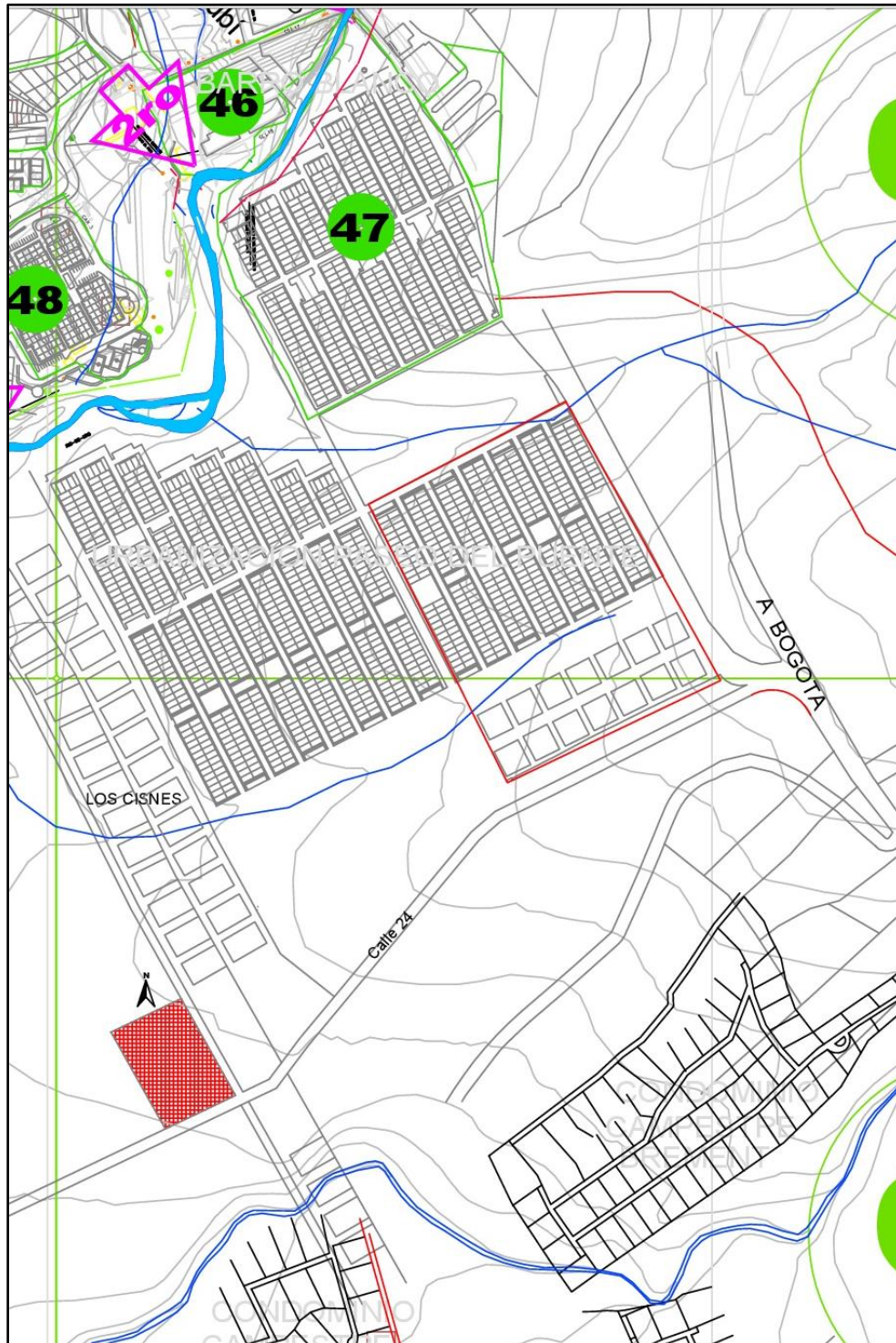
9.8. Localización sector

Figura 69. Localización sectorial. Elaboración propia.

9.9. Localización lote

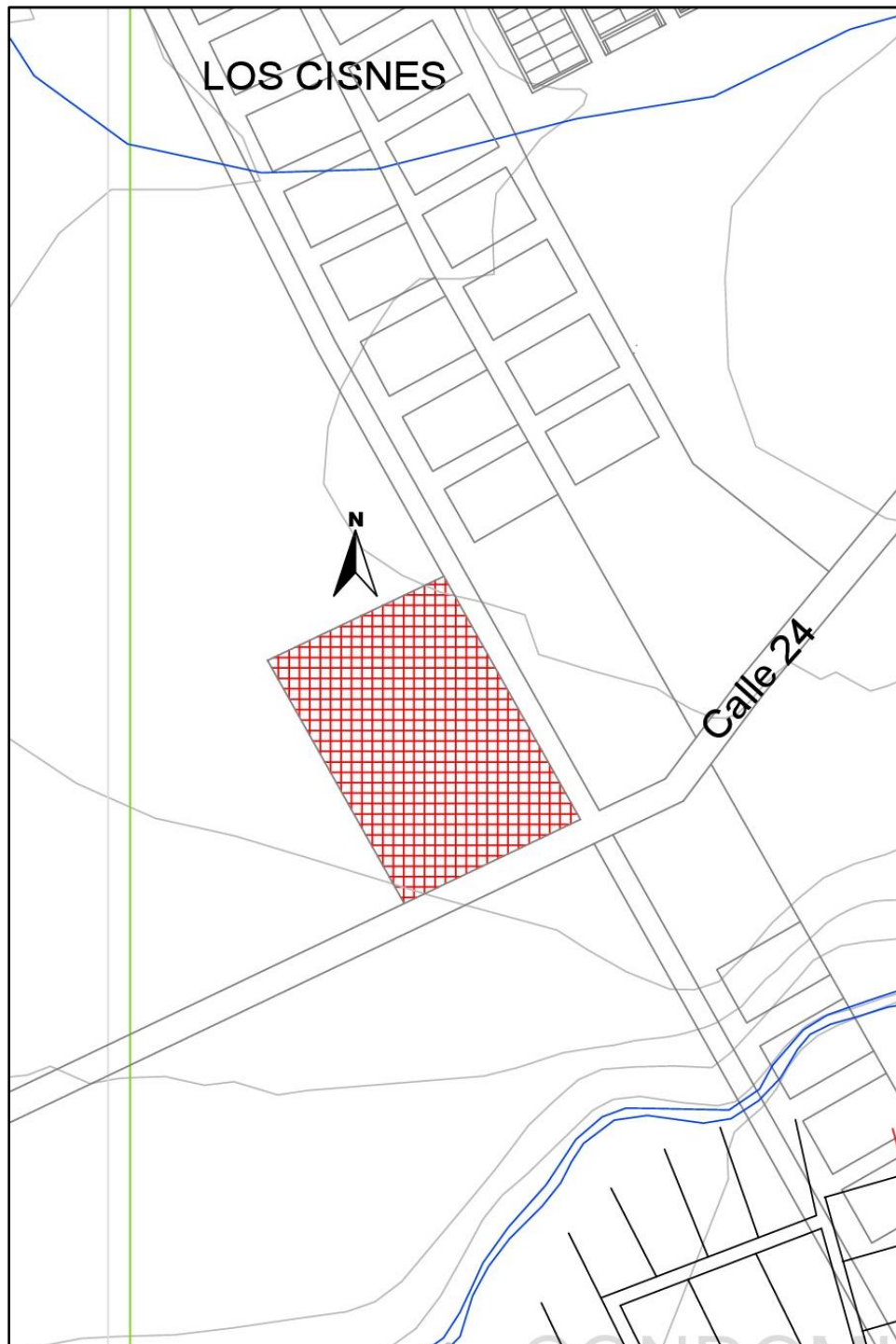


Figura 70. Localización Lote. Elaboración propia

9.10. Usos actuales del sector

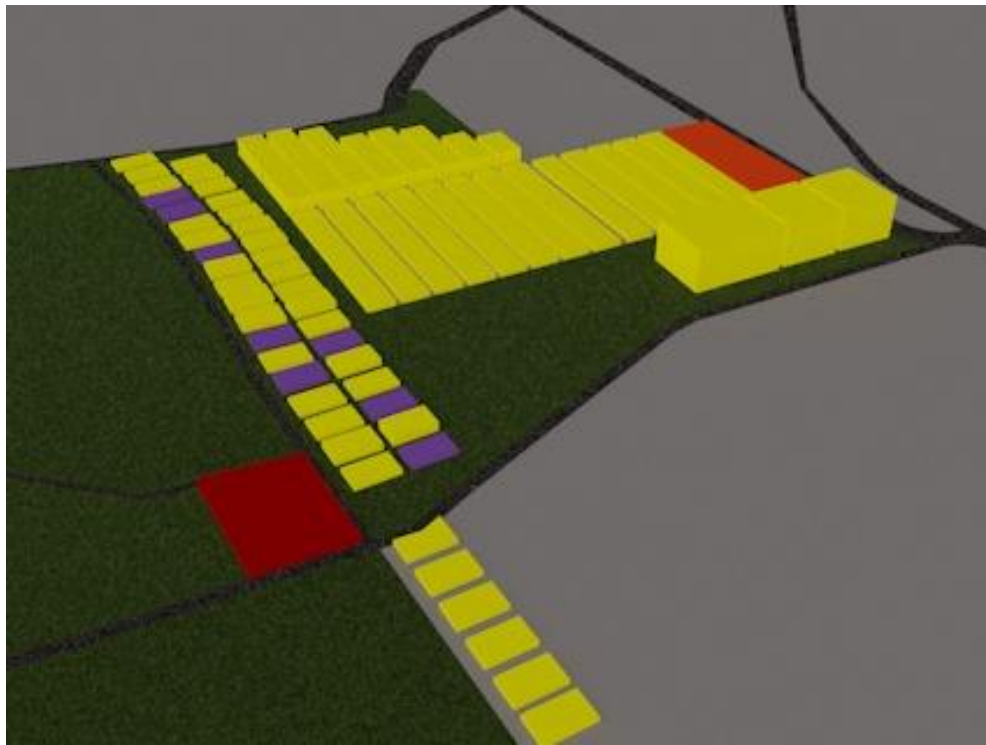


Figura 71. Usos del sector. Elaboración propia.

- ❖ **USO RESIDENCIAL**
- ❖ **USO COMERCIAL**
- ❖ **USO MIXTO**
- ❖ **ZONA VERDE EN EXPANSIÓN.**
- ❖ **PLAZA DE MERCADO PROPUESTA**

En el sector es netamente residencial, encontramos viviendas de 1 y 2 niveles, complejos residenciales de torres de 5 hasta 10 pisos o más, en algunas viviendas se han adecuado tiendas de barrio teniendo un uso mixto, posee algunos usos complementarios como deportivos, institucionales, comerciales y la estación de metro línea portal del valle. Es un sector que está en crecimiento (expansión sur) en los últimos años ha tenido un crecimiento muy notable.

9.11. Alturas actuales del sector

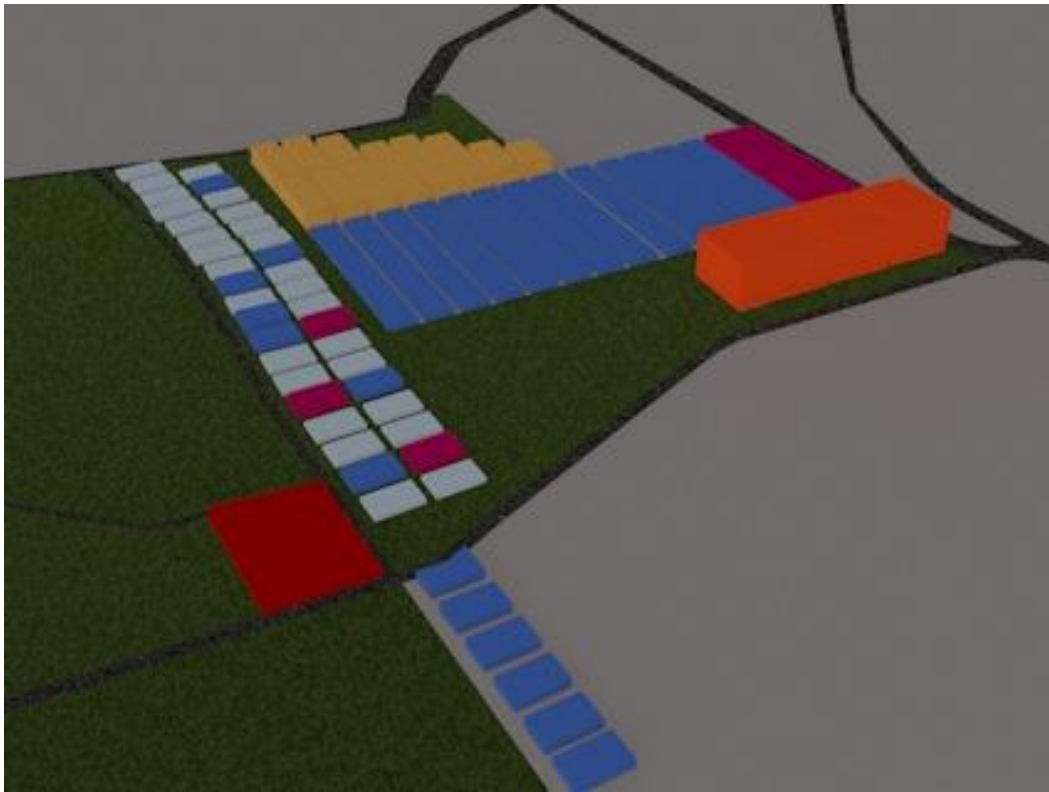


Figura 72. Alturas del sector. Elaboración propia.

- ❖ 1 PISO
- ❖ 2 PISOS
- ❖ 3 PISOS
- ❖ 5 PISOS
- ❖ 10 o MAS PISOS

El sector está teniendo un crecimiento tanto es expansión como en altura, cada vez es más usual ver edificios de gran altura, esto nos indica que cada vez la densidad de personas es más alta.

Se puede analizar que las primeras viviendas que se implantaron en el sector son las casas de 1 y 2 pisos que encontramos en el sector, el total de lotes libres están siendo construidos con edificios actualmente o ya se encuentran en proyecto.

9.12. Equipamientos del sector

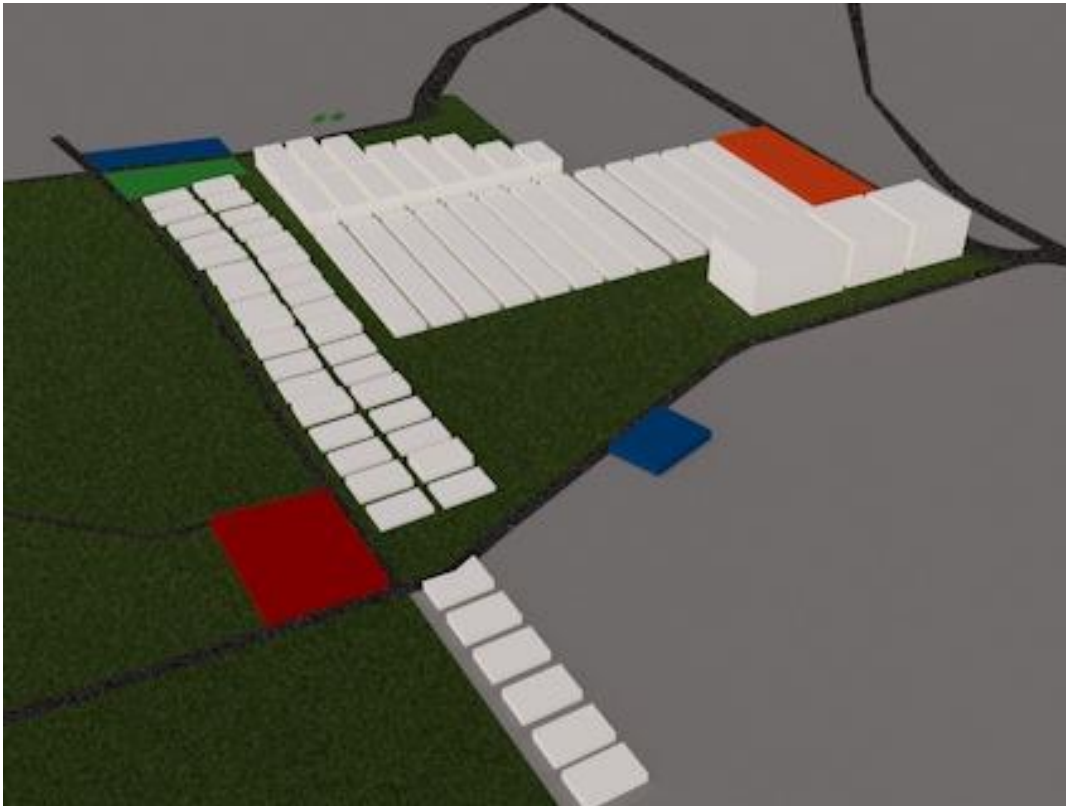


Figura 73. Equipamientos del sector. Elaboración propia.

- ❖ **INSTITUCIONAL (Colegio).**
- ❖ **COMERCIAL.**
- ❖ **DEPORTIVO.**
- ❖ **PROPUESTA PLAZA DE MERCADO.**

Como el sector se encuentra en crecimiento se nota la falta de algunos equipamientos, aunque ya se cuenta con equipamientos deportivos, institucionales y comerciales, haciendo falta equipamientos de seguridad de salud y la plaza de mercado sería un equipamiento más para el sector que potencializaría económica y socialmente el sector.

9.13. Movilidad del sector

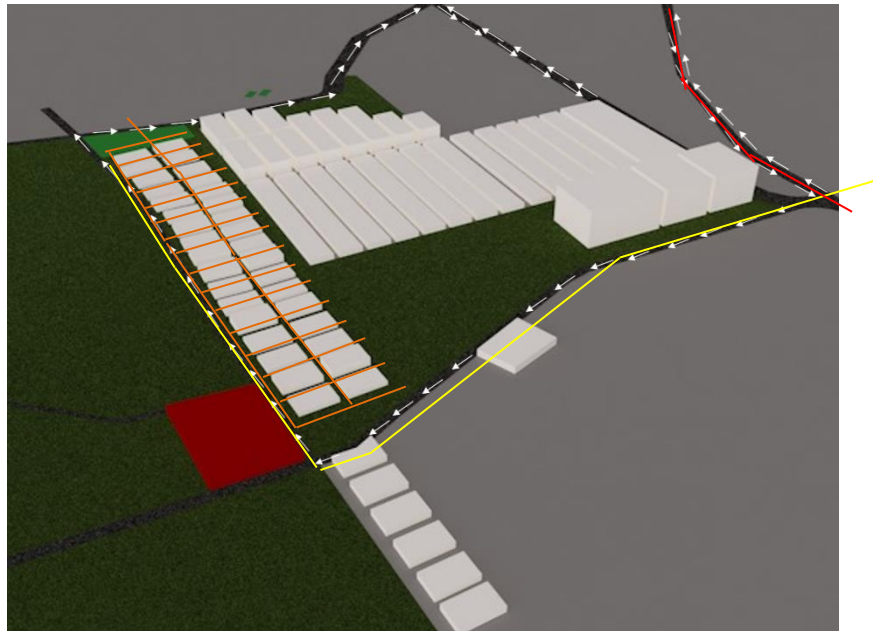


Figura 74. Vias del sector. Elaboración propia.

Movilidad del sector. Elaboración propia.

- Calles peatonales

En el sector que es netamente residencial encontramos una serie de senderos peatonales para acceder a las viviendas, el sector cuenta con un considerable espacio libre para establecer senderos peatonales como espacio público.

- Calles vehiculares _____

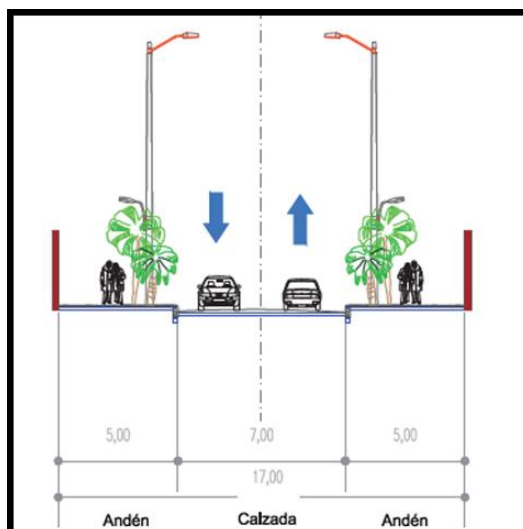
El sector cuenta con una serie de vías que permite la movilidad adecuada, en un sector de estrado bajo por lo cual la congestión vehicular no es mucha.

- Vía Nacional _____

Los camiones de carga tendrán un fácil acceso al equipamiento debido a cercanía con la vía

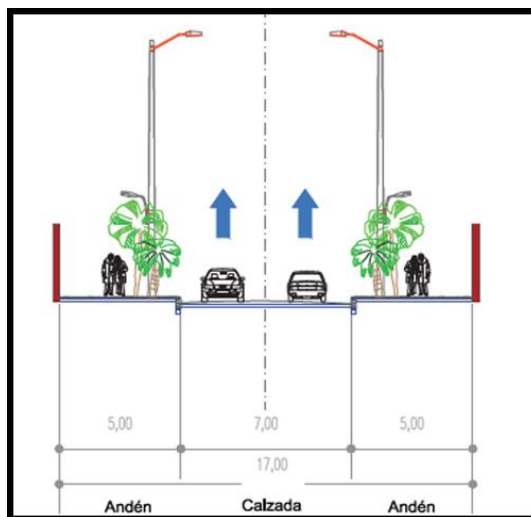
nacional.

9.14. Perfiles viales:



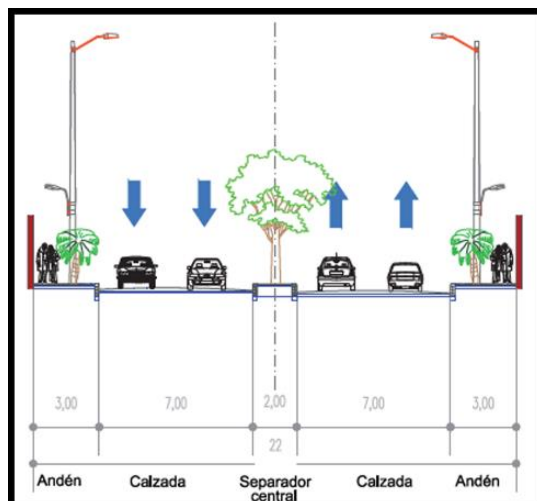
Calle 24 y Carrera 6

Figura 75. Perfil Vial. Elaboración propia



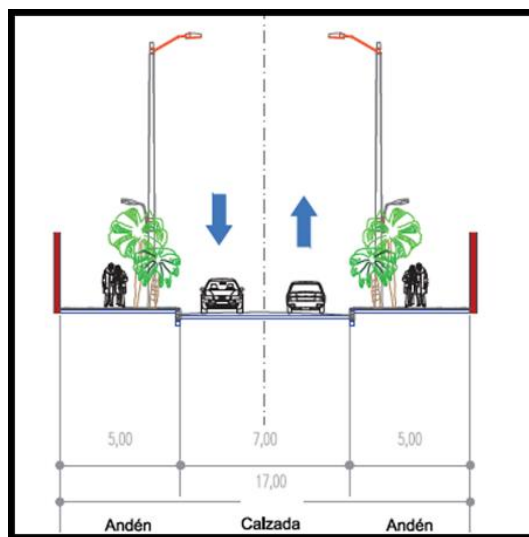
Calle 23

Figura 76. Perfil Vial. Elaboración propia.



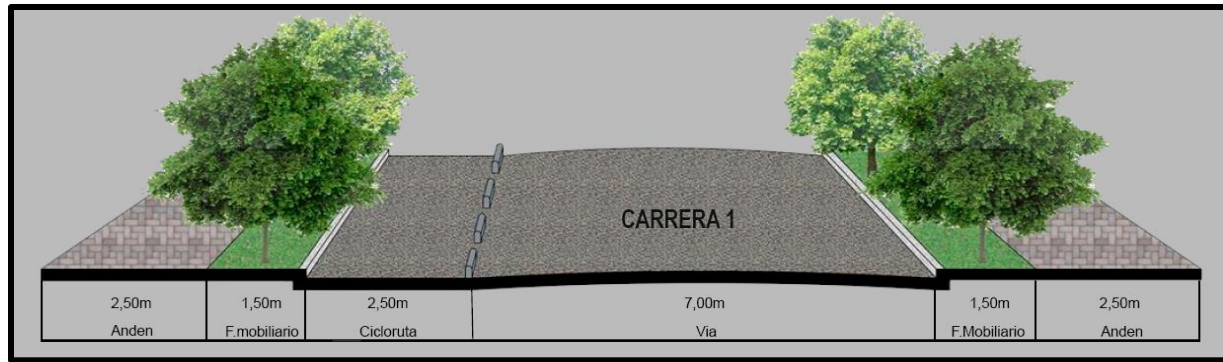
Autopista San Gil – Bucaramanga

Figura 77. Perfil Vial. Elaboración propia.



Carrera 1 actual

Figura 78. Perfil Vial. Elaboración propia



Carrera 1 Propuesta

Figura 79. Perfil Vial. Elaboración propia.

9.15. Normativa y afectaciones

Franja amoblamiento 1.50m

Cicloruta 2.50

Andén 2.50m

Aislamiento posterior, anterior y lateral 5.00m

Indice de ocupación 0.6

Indice de construcción 4

Area neta: 5250 m²

Area Bruta: 6355 m²

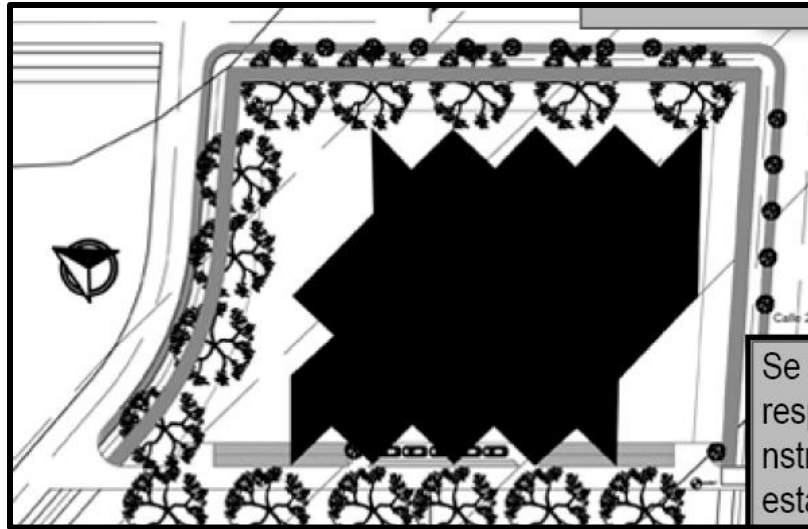


Figura 80. Lote. Elaboración propia.

Se nota un equilibrio en la propuesta respecto al área libre con el área construida, logrando crear en la propuesta mas espacio publico.



Figura 81. Lote. Elaboración propia.

9.16. Composición Basica

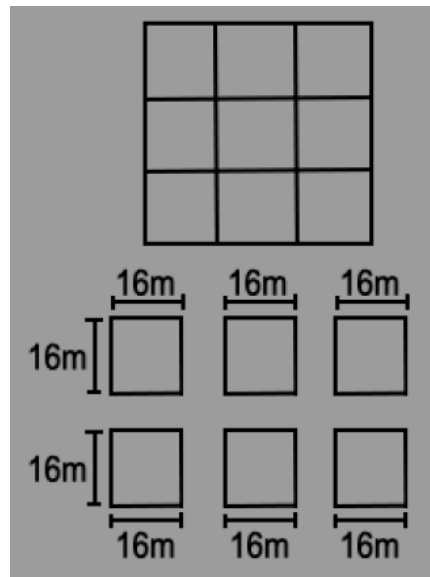


Figura 82. Composición Basica. Elaboración propia.

Se elige como elemento inicial un cuadrado, obteniendo un modulo principal el cual esta fragmentado en 9 sub-modulos iguales.

Obtenemos como resultado una reticula la cual asignamos unas medidas para de esta forma dar el primer paso en la organización espacial.

Al darle volumen se obtiene un cubo fractal de figuras cuadradas iguales por todas sus caras.

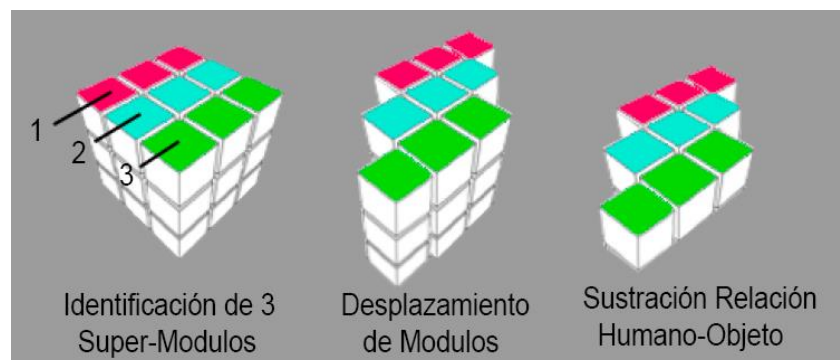


Figura 83. Desplazamiento de modulos. Elaboración propia.

9.17. Implantación en el lote

Se analizan las determinantes como vegetación, topografía, orientación, ubicación y una muy importante el flujo de las personas del sector, por que calles es mas trascurrido, por que calles podrían abordar al proyecto.

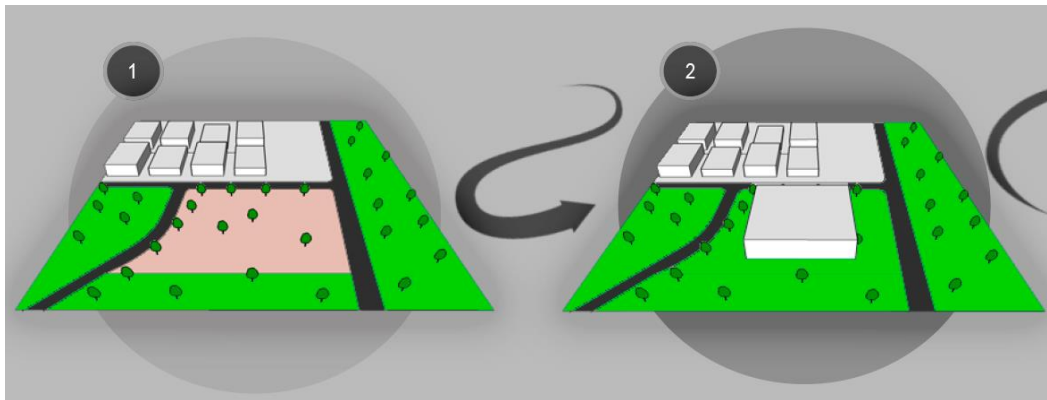


Figura 84. Implantación. Elaboración propia.

Se desplazan los modulos para general una correcta implantación en el lote logrando una correcta orientación, y mantener la vegetación actual del lote el cual es una determinante de primer nivel para nuestra implantación, y generando unas plazoletas de acceso que responden al flujo de personas mas trascurrido y por el cual se genera un correcto acceso.

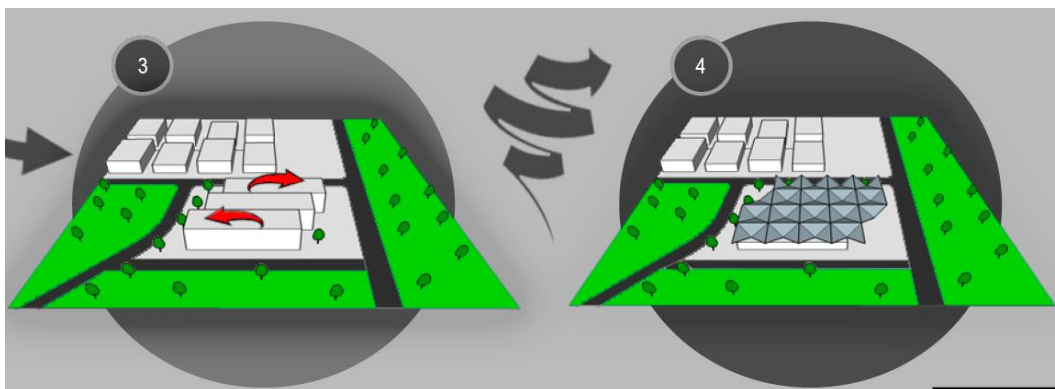


Figura 85. Implantación. Elaboración propia.

9.18. Diseño estructural

La relación con la naturaleza propia y que rodea el lote, de tal manera se toma como referente estructural un árbol que a través de sus ramas transmite sus cargas a un punto central.



Figura 86. Estructura. Elaboración propia.

Se busca incorporar el concepto de grandeza, dándole jerarquía a las columnas de la plaza de mercado diseñando este elemento de forma escultórica para que se convierta en un hito del sector.

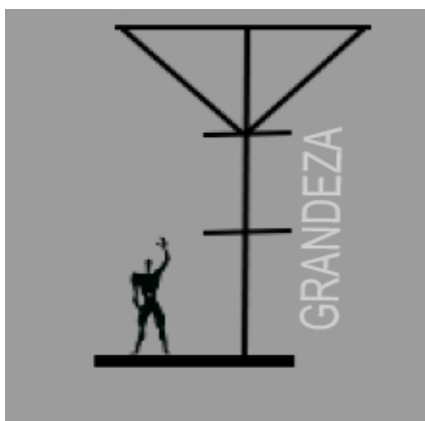


Figura 87. Estructura. Elaboración propia.

Estructura metálica con base reticular cada 16m, soporta una cubierta liviana en aluminio la cual recoge aguas lluvias que drena a través de unos tubos de 6" que atraviesan el centro de la misma.



Figura 88. Estructura. Elaboración propia.

9.19. Diseño fachada – Estetico constructivo

Para el diseño de la fachada se parte de una reticula de modulos rectangulares de 2 metros de ancho por 5 metros de alto, los cuales inspirados en la naturaleza permitirán un efecto de luz agradable gracias a sus perforaciones.

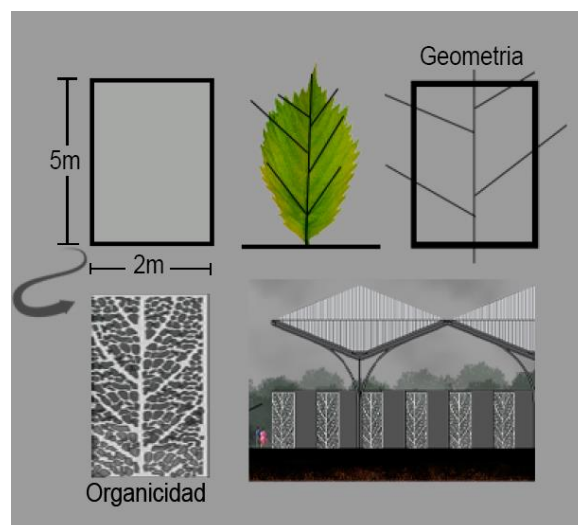


Figura 89. Morfologia de la Fachada. Elaboración propia.

Se modula la fachada cada 2 metros y se intercalan los paneles perforados que llevan una secuencia, así mismo se le da una flexibilidad a dichos paneles perforados permitiéndolos girar sobre su propio eje por medio de unos elementos pivotantes.

10. Imágenes Trimidimensionales



Figura 90. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.

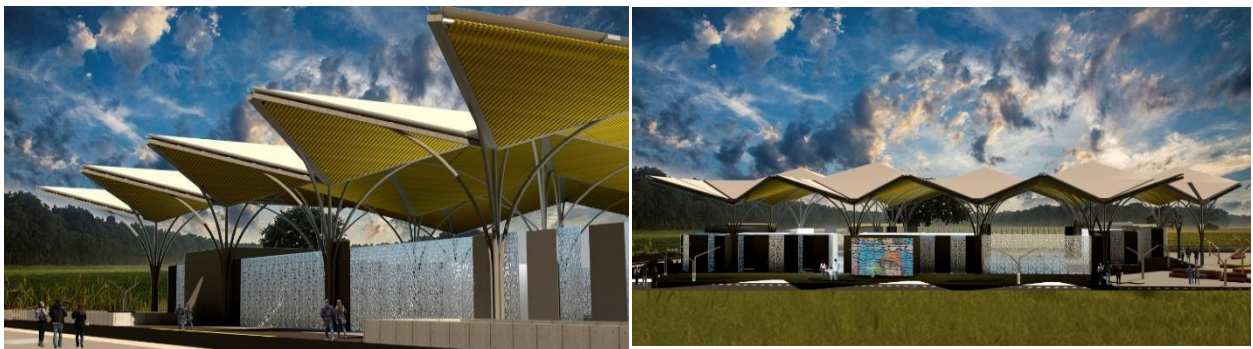


Figura 91. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.

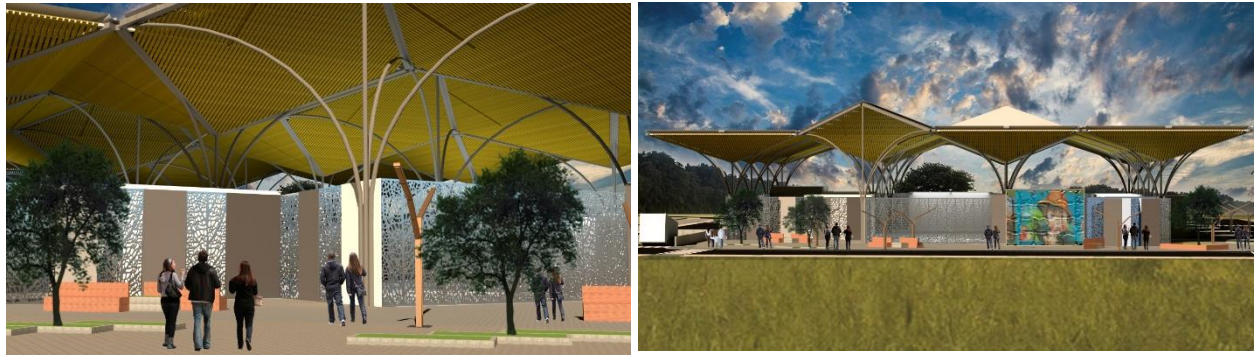


Figura 92. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.

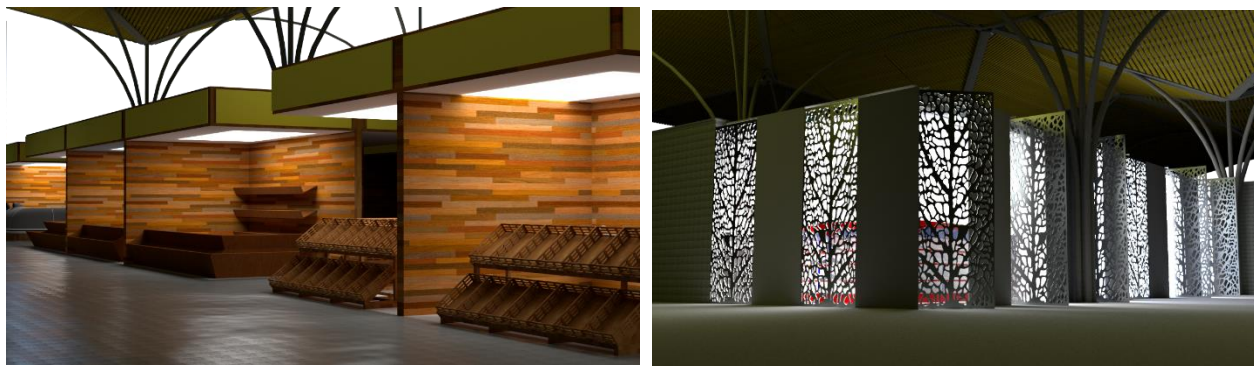


Figura 93. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.

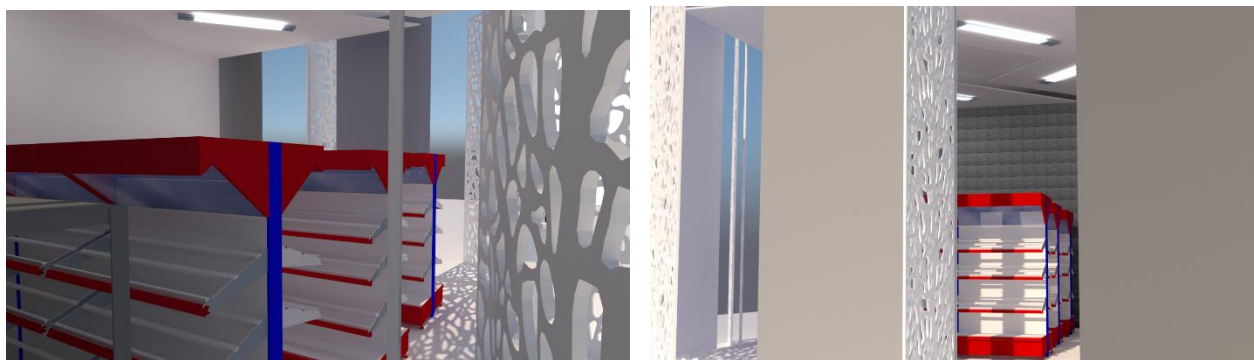


Figura 94. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia



Figura 95. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia.

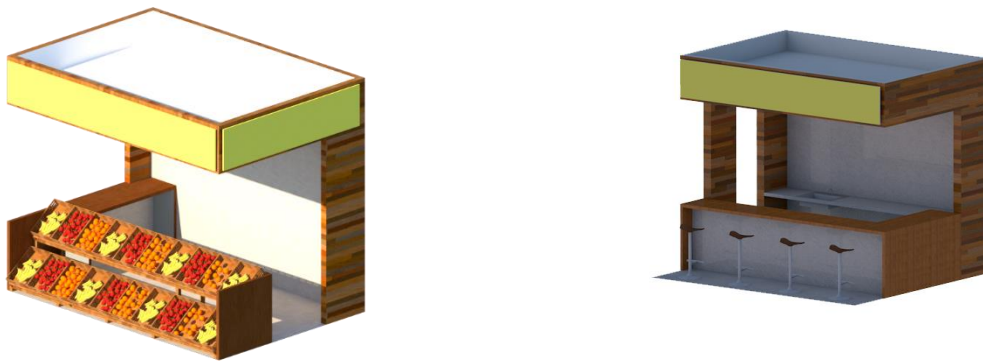


Figura 96. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia

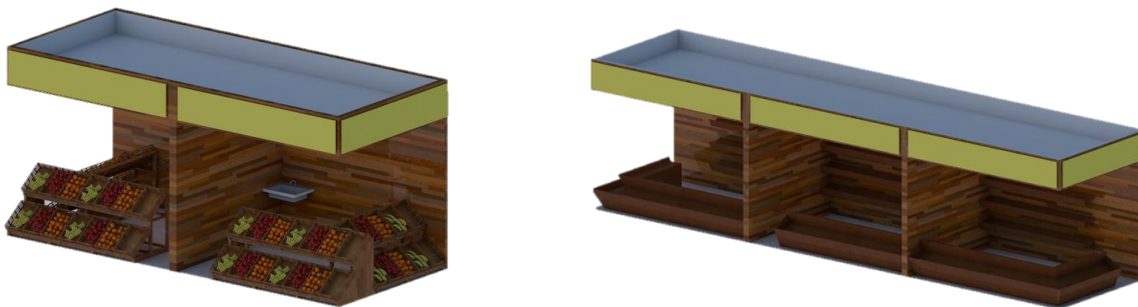


Figura 97. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia



Figura 98. Imágenes tridimensionales. Elaboración propia

Lista de referencias

Antoni, RT. Mercado de la Concepción. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_la_Concepci%C3%B3n

Antoni RT. Mercat la concepción. Recuperado de: <https://www.laconcepcio.cat/es/inicio>

Plaza de mercado central. Recuperado de: http://co.geoview.info/plaza_de_mercado_central,11719903p

Aranguren & Gallegos Arquitectos. Proyecto de restauración del mercado municipal de Ataranzas.

Recuperado de: <https://www.archdaily.com/399210/ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos>

Comercio informal. 2018. Tomada de: http://co.geoview.info/plaza_de_mercado_central,11719903p

Dane. Base Nacional Agrícola 2002-201. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/>

Departamento Nacional de Planeación, Subdirección Territorial y de Inversiones Públicas Grupo de

Coordinación de SGR 2015 Lineamiento. Construcción de una Plaza de Mercado. Recuperado

de: http://viva.org.co/PDT_para_la_Construccion_de_Paz/Proyectos_tipo_SGRDNP/PLAZA%20MERCADO%2025062015.pdf

Estructura Plaza de mercado Atarazanas Tomada de: <https://www.archdaily.com/399210/ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos>

Gamboa, S. 2013. Plaza central de Bucaramanga. Tomada de: <http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/237963-denuncian-inseguridad-en-plaza-de-mercado-central>

Imágenes de circulaciones mercado de concepción. Tomada de: <https://www.laconcepcio.cat/es/inicio>

Interior plaza de mercado Atarazanas Tomada de: <https://www.archdaily.com/399210/ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos>

Localización del proyecto dentro de Piedecuesta (Santander)-2018. Imágenes Recuperadas: <https://es.wikipedia.org/wiki/Piedecuesta>.

Mercado municipal de atarazanas Málaga. Tomada de: <https://blog.fuertehoteles.com/comer-y-beber/mercados-malaga/>

Organización inadecuada en la comercialización de productos agropecuarios en el Municipio. Construcción de una Plaza de Mercados. Departamento Nacional de Planeación, Subdirección Territorial y de Inversiones Públicas Grupo de Coordinación de SGR 2015 Lineamiento Recuperado de: http://viva.org.co/PDT_para_la_Construccion_de_Paz/Proyectos_tipo_SGRDNP/PLAZA%20MERCADO%2025062015.pdf

Lopez, P. 2011. Mercado la Concepción. Tomada de: https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_la_Concepci%C3%B3n#/media/File:Mercat_de_la_Concepci%C3%B3n_-_fa%C3%A7ana_Arag%C3%B3.jpg

Planta de mercado de Atarazanas. Tomando de: <https://co.pinterest.com/nachholland/rotterdam/>

Planta de Mercado la Concepción. Tomado de: <https://www.laconcepcio.cat/es/inicio>

Puestos de venta Mercado la Concepción. Tomada de: <https://www.laconcepcio.cat/es/inicio>

Martínez, RG. Manual de Tesis. Recuperrado de: <https://es.slideshare.net/jaziel/manual-de-tesis-metodologa-especial-de-investigacin-aplicada-a-trabajos-terminales-en-arquitectura>

Sandra, A. Principios Arquitectura Industrial Escuela Bauhaus. Recuperado de: <https://moovemag.com/2013/02/bauhaus-la-escuela-del-arte-del-diseno-y-la-arquitectura-del-siglo-xx/>

Tranche, A. 2014. Acceso Peatonales al Mercado la Concepción. Tomada de: https://www.google.com.co/maps?safe=active&rlz=1C1CHBF_esCO808CO808&q=mercado+de+la+concepci%C3%B3n&um=1&ie=UTF8&sa=X&ved=0ahUKEwio2eaj1ILfAhVNNlkKHf7aCBEQ_AUIDigB

Vanguardia.com. Denuncian inseguridad en Plaza de Mercado Central. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/denuncian-inseguridad-en-plaza-de-mercado-central-LCVL2379>

