



**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**
FACULTAD

Escuela de Arquitectura

**Revitalización del mercado 27
de febrero (Cuenca-Ecuador)**

Proyecto Final de Carrera previo a la
obtención del título de Arquitecto

Autor: Pablo Sebastián Rodas Cabrera
Director: Arq. Pedro Espinosa Abad
Cuenca - Ecuador
2018

Dedicatoria

A mis padres, Claudio y Anita quienes son mis pilares fundamentales y mi apoyo a seguir adelante en cada proyecto de mi vida.

A mis hermanos, Ana Paula y Cristian, gracias por el apoyo incondicional, ser el soporte fundamental para mi carrera universitaria.

Agradecimiento

Arq. Pedro Espinosa
Arq. Diego Proaño
Arq. Ana Rodas

Arq. Alejandro Vanegas
Arq. Marco Rojas
Omar Sarmiento
Carlos Ortiz

Índice de contenido

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Índice	1
Resumen	5
Abstract	7
Capítulo 1: Introducción	8
1.1 Problemática	11
1.2 Objetivos	15
1.3 Metodología	17
Capítulo 2: Marco Teórico	18
2.1 Historia del mercado	22
2.2 Mercado como corazón de la ciudad	25
2.3 Mercados de Cuenca	29
2.3 Intervención en el ejido este de la ciudad	30
2.4 Intervención en el mercado 27 de febrero	32
Capítulo 3: Análisis de sitio	34
3.1 Análisis nivel de ciudad	37
3.2 Análisis nivel área de influencia	45
3.3 Análisis nivel de manzana	59
3.4 Estado actual mercado 27 de febrero	71
Capítulo 4: Estrategia urbana	79
Capítulo 5: Proyecto Arquitectónico	88
5.1 Programa arquitectónico	91
5.2 Proyecto arquitectónico	103
5.3 Sistema constructivo	125
Capítulo 6: Conclusiones	145
Capítulo 7: Bibliografía	152
Capítulo 8: Anexos	156

“como arquitecto, mi vida ha sido gobernada por la meta de construir armonía medioambiental, eficiencia funcional, y la realización humana en la experiencia del diario vivir. Estas cosas van juntas, constituyendo la causa de la arquitectura, y una vida dedicada a su realización no ha sido sencilla.”

Richard Neutra

Resumen

En la zona sur de Cuenca existe un solo equipamiento urbano mayor de comercio y abasto que actualmente presenta muchos problemas como la inseguridad, el espacio público deteriorado, la insuficiencia de áreas verdes, la incompatibilidad de usos y el congestionamiento vehicular. Debido a esto, la propuesta para la reorganización del mercado 27 de febrero y el terminal interparroquial adyacente persigue una imagen única y se concibe como una propuesta integral multipropósito que a más de cumplir su rol funcional se inserta de manera pertinente en la trama urbana de la ciudad.

Abstract

Title: Revitalization of the 27 de Febrero Marketplace
(Cuenca-Ecuador)

Student: Pablo Sebastián Rodas Cabrera

Code: 68064

In the southern zone of Cuenca, there is only one major urban business and supply equipment that nowadays has many problems such as insecurity, public degraded space, lack of green areas, incompatibility of uses and traffic jams. Therefore, the proposal for reorganizing the 27 de Febrero marketplace and the adjacent interparish bus terminal pursues a unique image and it is conceived as a multipurpose integrated proposal that besides fulfilling their functional role, will properly insert the urban fabric of the city.

Key words: marketplace, urban equipment, business, public space, connectivity, social cohesion.

Pablo Sebastián Rodas Cabrera
Student

Pedro Espinosa Abad, Arch.
Director

Translated by,
Karina Duran

INTRODUCCIÓN

capítulo

01

- 1.1** Problemática
- 1.2** Objetivos
- 1.3** Metodología

PROBLEMÁTICA

La segregación social en el espacio urbano es un problema latente en la ciudad; a menudo, las áreas destinadas a actividades populares como el comercio, el transporte y los equipamientos no son atendidas con el mismo enfoque con el que se resuelven zonas comerciales privadas o sectores estratégicos.

Hecho que no se debe precisamente a un ímpetu moral, sino a circunstancias sociales; por lo general, en la mayoría de los equipamientos populares nunca existió planificación arquitectónica para su diseño, sino meros confinamientos constructivos.

Tal es el caso del mercado 27 de febrero, ubicado en la Ciudad de Cuenca, el cual posee de una serie de necesidades demandadas por los comerciantes y la ciudadanía que acuden a estos centros de abastos. En el espacio urbano contiguo al mercado 27 de febrero, no existen conexiones viales directas desde las principales avenidas; lo que hace no sea visualmente identificable desde ningún punto del sector.

A esto se suma el desorden vial, el mal uso de los espacios públicos, la presencia de comerciantes informales, entre otros aspectos; que han llevado a que el sector se caracterice por su inseguridad, provocando que los usuarios tengan temor a circular libremente y no puedan utilizar el poco espacio público existente que también tiene déficit de área verde.

Razones que han actuado en desmero de la calidad espacial del equipamiento.

La presencia de un terminal interparroquial improvisado frente al mercado incrementa las condiciones de congestión vehicular y desorden.

Según diario el tiempo, al mercado llegan a diario, cerca de 40 buses de las cooperativas de transporte Trans. Milagros, 26 de julio, Quingeo y Trans. Progreso, que brindan el servicio hacia las parroquias El Valle, Santa Ana, Quingeo e incluso a San Bartolomé y Ludo del cantón Sigsig. Las unidades de transporte llegan desde las 06:00 hasta las 20:00 a las afueras del mercado para recoger pasajeros especialmente en la calle Francisco Carrasco, de aproximadamente 100 metros de longitud.

Algunos choferes estacionan sus buses en una explanada de tierra, mientras otros lo hacen en la calzada e interrumpen el paso de los transeúntes. (eltiempo, 2015)

PROBLEMÁTICA

Dentro del mercado 27 de febrero, se han detectado problemas relacionados con el aspecto arquitectónico: el mantenimiento y estado del mercado dejan ver un alto grado de abandono, tanto en el interior como en el exterior.

Es evidente la insuficiencia de espacio público y áreas verdes. Uno de los problemas que mantiene el mercado en su interior es el desorden de las áreas en las que se expenden los alimentos; los sectores o zonas no están definidos; la higiene es deplorable y afecta la calidad de los productos; además se puede ver un gran espacio subutilizado y completamente inutilizado.

La Administración Municipal reza como prioridad, dotar de espacios dignos, organizados y que cumplan con las normas y técnicas necesarias para el buen funcionamiento de los mercados donde prevalezca el mejor servicio a la comunidad, salud pública y la dignificación del trabajo.

Como respuesta, la Dirección Municipal de Planificación inició en el 2015 la elaboración de los estudios para construcción, ampliación, adecuación, reestructuración y organización de los espacios arquitectónicos de estos centros a futuro. Actualmente en este centro existen 426 comerciantes, tanto dentro como fuera del establecimiento y con frecuencia lo recorren 16262 habitantes, según informa la revista de rendición de cuentas 2015, Alcaldía de Cuenca.

Lo que busca resolver el proyecto es beneficiar a dichas personas, generando un proyecto donde se comercialice, distribuya y expendan productos de primera necesidad con características similares a los privados, priorizando la dignificación al trabajo y la integralidad de los comerciantes por medio de un programa arquitectónico que responda a demandas establecidas.

Hay que tomar en cuenta que este proyecto de igual forma abarca un tema social muy fuerte. Todos los equipamientos públicos de la ciudad deben tener una organización pensada en la gran multitud, pues están abiertos hacia la ciudad. Al tener características de un equipamiento barrial es necesario una intervención oportuna que pueda ampliar el radio de acción, la rehabilitación de la zona y las conexiones efectivas con varios puntos del sector.

OBJETIVOS

General

Generar el nuevo mercado 27 de febrero que impulse el comercio urbano, revitalice los espacios y la regeneración urbana del sector

Específicos

1. Entender las condicionantes de diseño del lugar mediante un análisis de sitio.
2. Estudiar diseños de mercados a través de referentes locales, nacionales e internacionales para emplearlos como base al tema de estudio.
3. Establecer un programa arquitectónico que cumpla las necesidades actuales del mercado.
4. Plantear un nuevo mercado que beneficien el sector del lugar de implantación, generando conectividad y lugar de cohesión social siendo punto de referencia en la ciudad.
5. Evaluar el proyecto planteado mejorando indicadores funcionales de uso y ocupación, obteniendo una valoración de lo que existe actualmente con lo propuesto.

METODOLOGÍA

En la primera etapa se realizará un levantamiento de información fotográfica y datos del lugar específico a intervenir y su correspondiente área de influencia, para posteriormente realizar su análisis de sitio a nivel de ciudad, manzana y terreno. Además del diagnóstico de los problemas que se encuentran en el sector. Dentro de esta etapa también se determina una correcta estrategia urbana que responda a las conclusiones obtenidas en el análisis.

En segunda etapa se investigarán referentes de diferentes proyectos arquitectónicos y urbanos que abarquen el tema a proponer, diseños de mercados que han respondido con varias condicionantes de la ciudad. Será importante también la búsqueda y análisis de intervenciones que se han adaptado a condiciones espaciales y arquitectónicas diferentes, mediante la recopilación de información gráfica y teórica que permitan validar la propuesta.

Antes de continuar con el proyecto es muy importante plantear un programa arquitectónico que esté en función de los análisis previamente realizados y cumplan las necesidades del mercado.

Durante la cuarta etapa, con toda la información y análisis obtenido en las etapas anteriores se diseñará nuevo mercado a manera de anteproyecto arquitectónico, donde se valoran conclusiones y estrategias promoviendo así una revitalización del lugar enfatizando el objetivo general del proyecto. Este proyecto contará con un análisis del sitio, plantas, secciones, elevaciones generales, detalles constructivos e imágenes tanto interiores como exteriores.

Finalmente, en la quinta etapa, se realizará una valoración del estado actual del lugar con la propuesta del nuevo mercado, mejorando indicadores funcionales de uso y ocupación que validen y determinen un proyecto de calidad.

MARCO TEÓRICO

capítulo

02

- 2.1** Historia del mercado
- 2.2** El mercado como corazón de la ciudad
- 2.3** Mercados de Cuenca
- 2.4** Intervención en el Ejido (Este de la ciudad)
- 2.5** Intervención mercado 27 de febrero

Marco Teórico

Para el presente estudio, empezaremos acotando el término "mercado": "Sitio destinado en ciertas poblaciones a la venta y compra de mercancías o lugar público donde concurren comerciantes y compradores que van a realizar alguna transacción comercial." (Plazola Alfredo, 1977, pág. 597)

Su función principal es la de albergar transacciones comerciales, entre el comprador y el vendedor, principalmente de alimentos, ropa y enseres domésticos.

Etimológicamente mercado viene del latín mercatus y este del verbo mercari (comprar) de merx (mercancía) y relacionado con mercurio (dios del mercado) que encontramos en comercio, mercadería y mercelología. (Bárcena, s.f.)

Según Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad"

"El mercado es donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto." (Thompson, 2005)

En el mercado existen diversos agentes que influyen entre sí, dando lugar a un proceso dinámico de relaciones entre ellos. Al mismo tiempo, el mercado está rodeado de varios factores ambientales que ejercen en mayor o menor grado, una determinada influencia sobre las relaciones y estructuras del mismo.

HISTORIA DEL MERCADO

El origen del mercadeo se remonta a la época en que el hombre primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque.

Se reconoce pues como origen y fundamento la desigualdad que existe en las condiciones de los hombres y los pueblos.

El mercadeo, se remonta desde sus inicios con el trueque, según Guillermo Cabanellas de Torres es: "Contrato por el cual las partes se obligan a darse y recibir, recíprocamente, una cosa por otra. Integra la forma primitiva del comercio, la subsistente en los pueblos salvajes y la usual en relaciones privadas de carácter amistoso y relativas a cosas muebles por supuesto. "

"Los pueblos antiguos traficaron unos con otros en mayor o menor grado, y el comercio surgió en todos ellos a la vez, por efecto de una serie de causas y concausas que convirtieron este ejercicio en una necesidad indeclinable." (Colorado, s.f.)

Pueblos y grandes civilizaciones tuvieron gran impacto en la humanidad por medio del comercio como: la India, Egipto, Fenicia, Cartago, Grecia y Roma.

Llega un punto en el que un bien no se puede utilizar como sistema de pago para otros bienes. Es por ello que se comienzan a utilizar metales preciosos u objetos raros y valiosos como sistema de cambio.

Es así como surge la moneda, que poco a poco se va homogeneizando hasta llegar a ser constituido por monedas de metales preciosos como el oro o la plata. (economias, s.f.)

"El crecimiento de la población, la mecanización de la industria, los avances y transformaciones agrarias, dieron lugar a un aumento de la productividad, con lo que se cubrieron las necesidades propias y hubo un excedente con el que se comerciaba (se ponía en el mercado interior y exterior)." (histodiccionario, s.f.)

En la revolución industrial se produjeron varios cambios con respecto al mercadeo, la economía era de subsistencia, producían productos para sobrevivir y no para vender en el mercado. Con todos los cambios que generó la revolución industrial, se da la aparición de los supermercados.

La aparición de los supermercados se remonta en Estados Unidos donde se creó el primer mercado.

"Creado por Clarence Saunders el 16 de septiembre de 1916. A quien se le ocurrió hacer una tienda en la que el cliente se sirviera todo lo que necesitaba." (Ejemplode.com, 2018)

Con esto se da inicio a una nueva forma de servicio al público, se establecen centros con distinta jerarquía y funcionamiento, los cuales pretenden tener la misma función que es satisfacer las necesidades del usuario.

Marco Teórico

Los mercados públicos son importantes espacios que cumplen una función destacada en la vida de las ciudades. Son tanto mejores cuando más organizados están. Para esa organización, que tiene como objetivo el mejor servicio posible a la ciudadanía y la creación de un ambiente positivo de trabajo para quienes allí laboran, se requiere de normas claras, control para que se cumplan esas normas y colaboración tanto de los vendedores como de la ciudadanía.

Lugares que se han convertido en espacios para la experimentación culinaria de un pueblo o ciudad, son los mercados municipales. "Un mercado es mucho más que un lugar donde unos vienen a hacer la compra y otros vienen a tomar algo. Un mercado es una paleta de color que va de los fríos a los cálidos.

Un mercado es un catálogo de materiales, con superficies rugosas y finas. Un mercado es un concierto cotidiano, el de la música que esconde cada día. Un mercado es un reto para el olfato con perfumes y especias. Un mercado es una cata exquisita para paladares exigentes." (Municipales, s.f.)

Cada mercado, debido al hecho de transitar, buscar y congregarse con más gente; genera espacios especiales, que tienen la característica de ser dinámicos, provocando un cambiante flujo de vida social.

"Dentro del mercado tradicional las compras son de bajo volumen en comparación con los supermercados; hay escasa publicidad e importantes fallas en la administración comercial y condiciones sanitarias inadecuadas entre muchos otros." (Ramírez, s.f.)

Los mercados tradicionales cumplen una función importante pero diferente en las necesidades básicas de las personas, y son considerados patrimonio cultural, es por ello que el consumo dentro de estos establecimientos ayuda directamente a la economía del país.

Los retos de los mercados son variados, desde entender el gran dinamismo que ejerce la sociedad cambiante, demandante de nuevas necesidades, hasta la profesionalización del servicio a los usuarios sin olvidar la seguridad alimentaria y la trazabilidad de los productos.

Hablando de lo tradicional, el entramado de locales comerciales no deja de ser una amalgama de curiosidades y es que no hay persona, adinerada o no, que no realice una parada obligatoria en un mercado popular.

Los mercados andinos populares, se encuentran lejos de los de las grandes ciudades o capitales. "Quizá sea porque son egoístas con el humo de los autos o el estrés postoficina de las gigantes avenidas. Prefieren las calles angostas para instalarse, los largos galpones improvisados para servir sus productos a los curiosos consumidores; ellos, los mercados prefieren disfrutar del underground turístico." (González, 2014)

La genialidad de estos lugares poco conocidos en la Web o en redes sociales es que en ellos afloran los colores más excitantes de las ciudades andinas del Sur. Flores, frutas, tejidos, condimentos, música y gente.

Muchos gobiernos han aportado a la recuperación e impulso de los mercados municipales, "entendidos no sólo como espacios comerciales, sino también como plazas públicas: espacios para la relación y la socialización." (Lewicki, s.f.)

Reversión del modelo de mercado entendido únicamente como foco de atracción turística, que favorece los mecanismos de gentrificación de los distritos centrales y obedece al modelo de ciudad-negocio.

La necesidad y conveniencia de una profunda reforma y mejora del mercado es algo en lo que parece estar de acuerdo todo el mundo.

Tal como lo explica el siguiente libro Lenguaje de patrones de Christopher Alexander, intenta describir una actitud totalmente nueva con respecto a la arquitectura y el urbanismo, tomando como referencia el estudio hecho al mercado como tal.

"Es natural y conveniente desear un mercado donde se puedan comprar bajo un solo techo los diferentes alimentos y bienes domésticos que se necesitan. Pero cuando el mercado tiene una gerencia única, como ocurre con los supermercados, Los alimentos son insulsos y no resulta atractivo ir allí." (Alexander, 1977, pág. 232)

Este primer patrón denominado **mercado al por menor** es la importancia de los elementos de la construcción dentro de un mercado, la cubierta y el cierre, que permiten una flexibilidad con varias posibilidades.

Un patrón a tener en cuenta es la **vegetación accesible**, áreas verdes dentro de la comunidad son un factor muy importante, la inexistencia de las mismas no afectan solamente al paisaje de la ciudad sino también a las condiciones propicias del desarrollo de la comunidad.

Es importante tener en cuenta varias condicionantes para la creación de centros abiertos al público.

El edificio principal es uno de los patrones más importantes a tener en cuenta, el cual por medio de este se toma una decisión ya sea forma y función del edificio con respecto a la ciudad.

"Un complejo de edificios sin centro es como un hombre sin cabeza. Hay que decidir dentro de un conjunto, cuál alberga la función esencial, cuál es el alma del grupo, en cuanto institución humana. Debemos darle forma de edificio principal, con una posición central y cubierta más alta. Aunque el complejo de edificios sea tan denso que constituya en realidad un solo edificio, hay que construir la parte principal más alta y prominente que el resto para que la vista se fije inmediatamente en esa parte de máxima importancia" (Alexander, 1977, pág. 438)

EL MERCADO COMO CORAZÓN DE LA CIUDAD

La apertura de un mercado o la mejora del mismo puede ser utilizado para transformar el espacio público en un punto de encuentro público atractivo y flexible para ciudad, donde la gente puede socializar con otras personas, estimulando el dinamismo del sector, incluso más allá del mercado. Los mercados atractivos en combinación con el espacio comunicativo y vivo contribuyen a la interacción social, en particular a través de la interacción de los vendedores y consumidores. Si el espacio tiene valores de servicio (seguridad, limpieza, disponibilidad de lugares abiertos y cómodos para estar) y es atractivo en términos de ser un lugar para quedarse, puede convertirse en un lugar para los residentes en el que se pueda conocer y socializar.

Un mercado puede funcionar de la mejor manera posible a largo plazo cuando éste es económicamente sostenible. Por lo tanto, el mercado debe ser capaz de proporcionar beneficio para las partes interesadas involucradas: propietarios y operadores de mercado, vendedores y comerciantes.

¿Los mercados pueden ser lugares que atraen a los turistas?

De hecho, los mercados ya son destinos turísticos importantes en las ciudades. Por lo general, las personas que visitan Londres, Barcelona, Estambul planean una visita a uno o más de los mercados de la ciudad.

“Un mercado puede ser una vitrina excelente para el vecindario, un lugar para encontrar productos locales y el espíritu auténtico de la ciudad.” (Mercats, 2015)

Precisamente por estas razones, los mercados atraen a turistas que no venden solo productos estándar y tienen una oferta limitada de recuerdos o artículos baratos. Los turistas aman los mercados “auténticos”, que tienen una oferta amplia y que a su vez se visitan por los lugares donde existe una variedad abundante de productos.

Un mercado tradicional puede convertirse en una atracción turística si es capaz de mantener su calma, si es capaz de representar su territorio, su identidad como equipamiento urbano y al mismo tiempo para ofrecer productos y servicios que satisfagan a los turistas y lugareños.

Hay que tener en cuenta ciertos factores importantes; un mercado no puede satisfacer las necesidades de los usuarios habituales si éste se vuelve demasiado turístico. Por estos motivos, como cualquier destino comercial, un mercado que quiere atraer a este tipo de personas tiene que responder a demandas de manera adecuada, generando una estrategia como punto focal urbano y respondiendo de buena manera.

Los mercados que tienen una mayor atracción turística son a menudo los viejos, generalmente el más importante y mejor integrado en el entorno histórico. El mercado central de casi todas las principales ciudades refleja las tradiciones locales y es parte del tejido urbano.

Hoy en día los turistas quieren sentir una experiencia diferente cuando llegan a las ciudades, visitándola de una manera separada no es suficiente, ellos tienen la necesidad de convertirse en parte del tejido social, incluso para estar pocas horas. Desde este punto de vista, los mercados deben tener una ventaja muy clara: su riqueza en términos de la humanidad, las relaciones y la autenticidad pueden realmente hacer la diferencia y convertirse en un punto de referencia en la ciudad.

Un mercado que sin duda fue uno de los pioneros en la ciudad es el centro de abastos 9 de octubre, con 80 años de existencia y se ha convertido en una visita fundamental para que los visitantes puedan conocer los productos que se venden en este lugar. La propuesta se ha concebido como una totalidad, "en la que el objetivo fundamental es la atención a las necesidades de la población, mejorando el servicio de abastecimiento que presta el mercado, creando un estacionamiento subterráneo para satisfacer la demanda del Centro Histórico y adecuando la Plaza Cívica como un espacio recreativo que permita la socialización y el libre desarrollo de las más diversas actividades cotidianas del sector. " (Carlos León Chérrez, s.f.)

Para Boris Albornoz: "La presencia del mercado generó un cambio del uso de suelo en las construcciones circundantes. Tiendas y bodegas, consignaciones y abacerías fueron estableciéndose afirmando una tendencia hacia la actividad comercial del sector." (Albornoz, s.f.)

El mercado es una reserva de la tradición.

"La cultura ecuatoriana contemporánea tiene raíces diversas y profundas en una historia tan rica como multiétnica." (EcuadorExplorer, 2013)

Desde las ricas y variadas tradiciones culinarias hasta las costumbres a la hora de celebrar las diversas festividades religiosas, es todo un placer el explorar la cultura ecuatoriana.

La cultura ecuatoriana tiene raíces diversas y profundas en una historia tan rica como la multiétnica, desde las ricas y variadas tradiciones culinarias hasta las costumbres a la hora de celebrar distintas festividades, es todo un placer el explorar esta cultura ecuatoriana.

Un equipamiento urbano que ofrece una variedad de productos que se distinguen por su olor y color, hacen fascinante el explorar las tradiciones de cualquier pueblo o ciudad, teniendo como corazón y motor de la ciudad al mercado.

Marco Teórico

Mercado 9 de Octubre (Cuenca/Ecuador)

Referente Urbano-Arquitectónico

Arquitectos: Boris Albornoz
Año: 2009

El Mercado 9 de Octubre está ubicado en el centro histórico de la ciudad de Cuenca, entre las calles Mariscal Lamar y Hermano Miguel.

El edificio fue construido a principio de los años 30 y recoge los rasgos y características de la arquitectura de la época en la ciudad.

La presencia de un mercado de gran escala generó un cambio del uso de suelo en las construcciones circundantes, tiendas, bodegas y abacerías fueron estableciéndose afirmando una tendencia hacia la actividad comercial del sector.

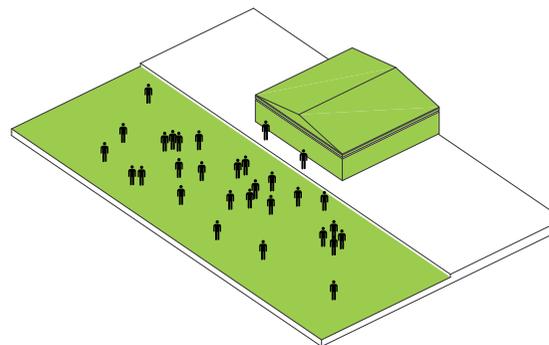
Se recoge puntos importantes de este proyecto, teniendo como base el gran impacto que este equipameinto tiene hacia la ciudad.



Imagen: Vista a la fachada principal del mercado
Fuente: <http://www.borislalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/>



Imagen: Vista aérea del mercado
Fuente: <http://www.borislalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/>



Fuente: esquema propio



Imagen: Vista interna del mercado
Fuente: <http://www.borislalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/>

Mercado de Santa Caterina (Barcelona-España)

Referente Urbano

Arquitectos: Enric Miralles
Año: 1997-2005

La propuesta de la rehabilitación del antiguo mercado de Santa Caterina, implica una acción sobre el tejido urbanístico de la ciudad, con un emplazamiento estratégico que se amolda a los terrenos adyacentes del terreno.

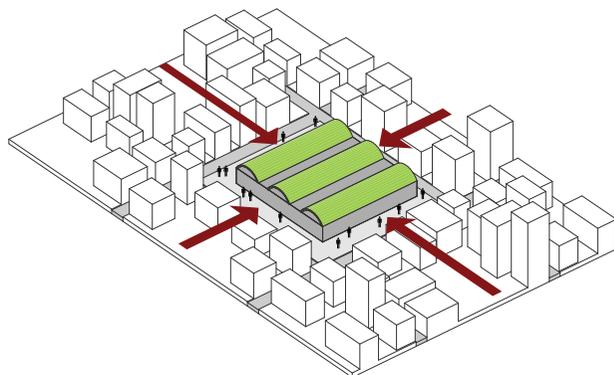
Lo interesante de esta propuesta no es en si la cubierta que se adueña de la ciudad, es la manera que el edificio cobra vida dentro un lugar muy caótico de la ciudad, un reactivador urbano que revitalice la zona de la ciudad.



Imagen: Vista a la fachada principal del mercado
Fuente: shbarcelona.es/blog/es/mercado-barcelona-santa-caterina/



Imagen: Vista aérea del mercado - cubierta
Fuente: shbarcelona.es/blog/es/mercado-barcelona-santa-caterina/



Fuente: esquema propio



Imagen: Vista interna del mercado
Fuente: elpais.com/diario/2004/02/11/catalunya/1076465251_850215.html

MERCADOS DE CUENCA

Dentro de la historia cuencana se pueden apreciar dos grandes momentos en la conformación de los mercados o el comercio en sí; el primero sucedido en la colonia que marca el cambio entre la sociedad de trueque Cañari con la española, y la segunda con el crecimiento demográfico del siglo XX que obligó al municipio a regentar normas para el funcionamiento de los mismos.

El tipo de comercio imperante en la ciudad es el tradicional, que se caracteriza por ser principalmente agrícola, impulsado por sectores populares y en su mayoría de mecanismos informales, itinerantes, desorganizados, de baja calidad e insalubres. Se instalan en plazas, aceras y otros, en relación directa con los productores. (Noviembre, 1918)

El primer punto destinado al comercio fue la plaza de San Francisco en pleno centro de la ciudad en donde se realizaban ferias, ventas de alimentos y artículos varios. El salto histórico aparece en la década de 1910 con la aparición de la ordenanza Municipal que normaba los mercados permitiendo la construcción de quioscos, el arrendamiento de los puestos y pagos mensuales por uso de suelo. (Noviembre, 1918)

Para 1933 se establecen los mercados de la Plaza de San Francisco y el "Norte" que luego se llamó "Mercado 9 de octubre". Que, debido al crecimiento demográfico y económico de la población, tuvo como efectos colaterales el desorden, el desaseo y la delincuencia. Se crearon así mercados como el "12 de abril", "el Arenal", "10 de agosto" y "3 de noviembre".

En 1983 se crea el "Mercado 27 de febrero" principalmente formado con vendedores ambulantes y que tenía por objeto desconcentrar los mercados centrales y ser un punto de abasto para el sur de la ciudad.



INTERVENCIÓN EN EL EJIDO (ESTE DE LA CIUDAD)

El proyecto de la revitalización del mercado 27 de febrero se emplaza en la terraza baja de la ciudad. Como lo explica la revista Plan de movilidad y espacios públicos: "El cuál empezó a densificarse desde la implementación del plan de desarrollo de 1947, su morfología responde a una distribución viaria radio concéntrica, en un inicio, con parcelas de grandes dimensiones en las que se ubicaban viviendas unifamiliares con grandes áreas verdes, consolidándose como un área residencial." (CUENCA, 2015)

En la actualidad, su estructura parcelaria cambio, algunos de los predios que se utilizaban como vivienda, hoy acogen a edificaciones de gran altura destinados a usos diversos, actividades que ya no caben en el centro histórico de la ciudad.

Esta zona se percibe como un barrio de gran actividad, donde se combinan diversos usos y equipamientos en mayor proporción que otros barrios aledaños.

Por su capacidad para acoger varios usos, esta zona atrae grandes flujos vehiculares concentrados en la parte norte y oeste del área de estudio; hacia el sur aún se conservan los usos residenciales.

Por los flujos peatonales y vehiculares que presta la zona, su carácter es más momentáneo, a pesar de que ciertas vías sirven como simples conectoras a otros puntos de la ciudad.

La problemática más evidente en el sector es la calidad ambiental producida por los vehículos, el cuál no presenta las condiciones adecuadas para que los usuarios puedan estar en confort, pues algunas áreas de circulación peatonal carecen de mantenimiento y no cuentan con un escenario óptimo.

El sitio de implantación del proyecto se encuentra localizado en el Barrio San Marcos, uno de los barrios exteriores más tradicionales de la ciudad de Cuenca. "Al frente como un atrio se desarrolla una plazuela especial, elevada con respecto de las vías públicas, en donde se levanta una escultura asentada sobre un pedestal de mármol." (ViajandoX, s.f.)

Dentro del área a intervenir, en los alrededores del mercado existe el uso de comercios de todo tipo de productos, parqueaderos públicos e improvisados por corto tiempo, también la presencia de equipamientos educativos. Al norte del mercado el uso de suelo está destinado al comercio y gran movimiento urbano, mientras que al sur del mercado se sigue utilizando para zona residencial.

Además, existe la presencia de un terminal interparroquial improvisado aledaño al mercado que sirve a parroquias rurales de la ciudad.

A pesar que este terminal presenta varios problemas espaciales por el lugar en el que se encuentra localizado y los problemas ambientales que ocasionan, no puede desaparecer y alejarse del mercado.

Se llega a conocer que las personas que trabajan en el establecimiento, traen sus productos de las parroquias rurales aledañas para poderlos comercializar, llegando a la conclusión de que sin terminal no puede funcionar el mercado.

Como objetivo del proyecto es combinar estos dos usos de gran escala, teniendo como resultado una integración que se relacionan en un mismo espacio. Al estar enfrentándose a unas condiciones topográficas fuertes, se utilizarán juego de niveles que a su vez dividirán los usos de estos grandes equipamientos (mercado-terminal), obteniendo una propuesta uniforme que responde a la problemática establecida y la liberación espacial hacia a la ciudad.

Un ejemplo a esta solución espacial es el proyecto **Terminal terrestre en Majes, Perú**; Este proyecto obtuvo el segundo lugar en el concurso nacional de arquitectura. Se puede identificar el uso de dos equipamientos en un mismo espacio, utilizando las alturas a su favor, y la propia topografía del lugar.

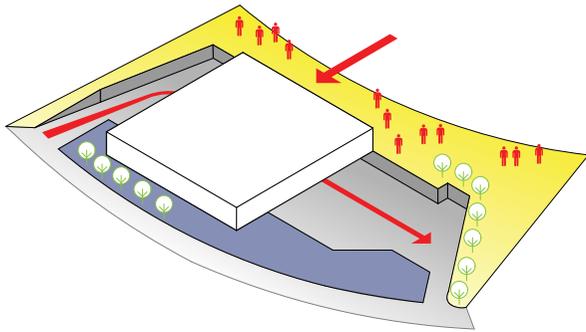
Según explican los arquitectos: "El proyecto pretende ser coherente en entender este espacio público no sólo como local de uso de una actividad específica, sino que podamos motivar el derecho del ciudadano a utilizar el espacio público internamente y en relación al entorno inmediato de sus edificaciones."

Terminal terrestre en Majes-Perú

Referente Urbano - Arquitectónico

Arquitectos: Kátia de Oliveira Vieira
Año: 2011

Este terminal plantea una propuesta conjunta, el uso flujo vehicular por debajo de un bloque comercial. La topografía que presenta es bastante conflictiva la cuál obliga a la intervención de dos niveles. Es muy interesante la division de espacios por niveles.



INTERVENCIÓN MERCADO 27 DE FEBRERO

El proyecto se emplaza en la calle Belisario Andrade entre las calles Adolfo Torres y Antonio Ramírez, perteneciente al barrio San Marcos. Este barrio se ubica al sur de la ciudad de Cuenca, ejido Este.

Como ya se mencionó, en este barrio se puede contar con hitos importantes y equipamientos de gran importancia para la ciudad, así mismo con el mercado 27 de febrero el cuál es un equipamiento de gran escala que abastece servicios al sur de la ciudad.

El principal problema de este mercado es su ubicación, las condicionantes topográficas presentes en el sector hacen que dicho mercado permanezca escondido y no cumpla con las condicionantes urbanística de la ciudad.

Por estos motivos, se considera estudiar a fondo esta manzana para una correcta intervención urbano-arquitectónica, con el propósito de aprovechar las características que presenta y los posibles espacios que se pueden generar al intervenir de manera adecuada en el lugar.

Con lo cual este proyecto de tesis se propone liberar un espacio urbano considerable que permita al proyecto abrirse a la ciudad, formulando espacios públicos de calidad que aportan de manera positiva al sector y generen una reactivación urbana y cohesión social.

En primer lugar, aprovechando las características que nos brinda el lugar, puesto que para acceder al mismo tenemos una condición topográfica considerable el cual hace que el mercado este escondido. Es por esto que el sitio contiene cualidades de utilización múltiples donde se puede jugar con los niveles y su topografía dando así ilusión al usuario y su apertura urbana a la ciudad.

Para entender el concepto de la forma que nos llevará a obtener resultados positivos para el proyecto a intervenir es necesario revisar algunos proyectos que responden de buena manera a varias problemáticas urbanas y arquitectónicas.

Aeropuerto de Zaragoza

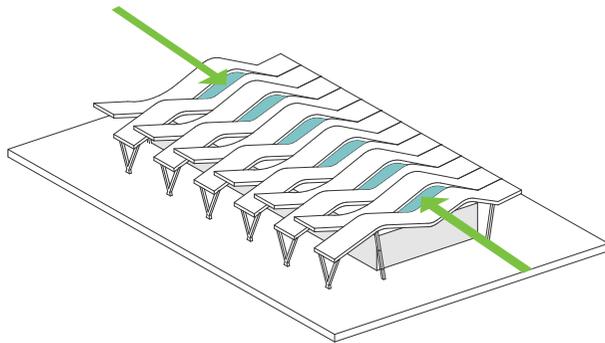
Referente Constructivo

La estructura simple de esta obra asemeja ondas que le dan carácter de suavidad a todo el proyecto, de buena manera se encaja en el contexto y se concibe la iluminación natural de ambos sentidos.

Como referente funciona de buena manera para entender las estructuras curvas y sus beneficios en proyectos de equipamientos a gran escala.



Imagen: Vista interna del aeropuerto
Fuente: <https://bit.ly/2YEFq1>



Fuente: esquema propio

Mercado de Atarazanas

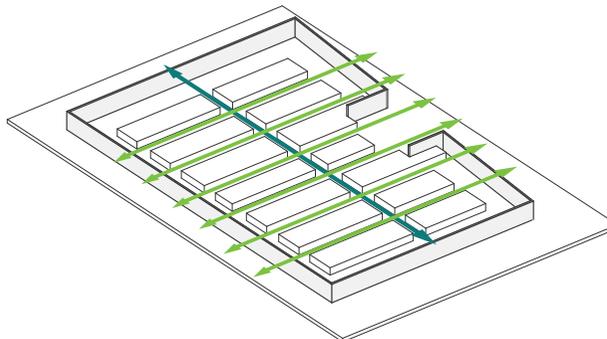
Referente Arquitectónico

La simetría con que logran emplazarse cada puesto es bien lograda, ya que, un mercado funciona de buena manera cuando las circulaciones son amplias y sus recorridos dinámicos.

Se logra adquirir buenas bases en torno a lo arquitectónico on el fin de garantizar una planta dinámica en torno a recorridos abiertos.



Imagen: Vista interna del mercado
Fuente: http://www.arangurengallegos.com/ag/portfolio_page/atarazanas-market/



Fuente: esquema propio

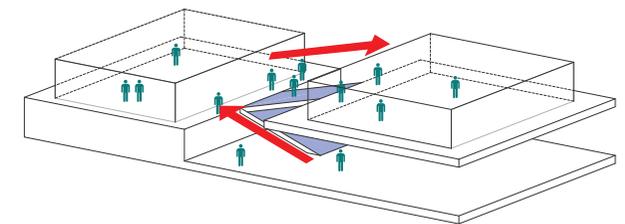
Mercado del Ninot

Referente Arquitectónico

El juego de niveles es un factor muy importante cuando los proyectos se enfrentan a terrenos donde la topografía es predominante, la intención es hacer un juego de circulaciones verticales que respondan de buena manera a la problemática que es la topografía.



Imagen: Vista interna del mercado
Fuente: <https://bit.ly/2MS87vw>



Fuente: esquema propio

ANÁLISIS DE SITIO

capítulo

03

- 3.1** Análisis a nivel de ciudad
- 3.2** Análisis a nivel de área de influencia
- 3.3** Análisis a nivel de manzana
- 3.4** Estado Actual del Mercado 27 de febrero



3.1 ANÁLISIS A NIVEL DE CIUDAD



UBICACIÓN

El sitio a analizar se encuentra ubicado en la terraza baja de la ciudad de Cuenca, en el barrio San Marcos que es uno de los barrios periféricos más tradicionales de la ciudad. La zona de estudio está rodeada de usos comerciales de todo tipo de productos, parqueaderos públicos, equipamientos educativos, de salud, religiosos, y demás funciones que alimentan la zona y suplen las necesidades que el proyecto desarrolle. Además, el terreno se encuentra cercano a una de las intersecciones viales más importantes de la ciudad, conformada por la av. 10 de agosto y la avenida Fray Vicente Solano; vías que comunican de este a oeste y de norte a sur a la ciudad respectivamente.

Área de influencia

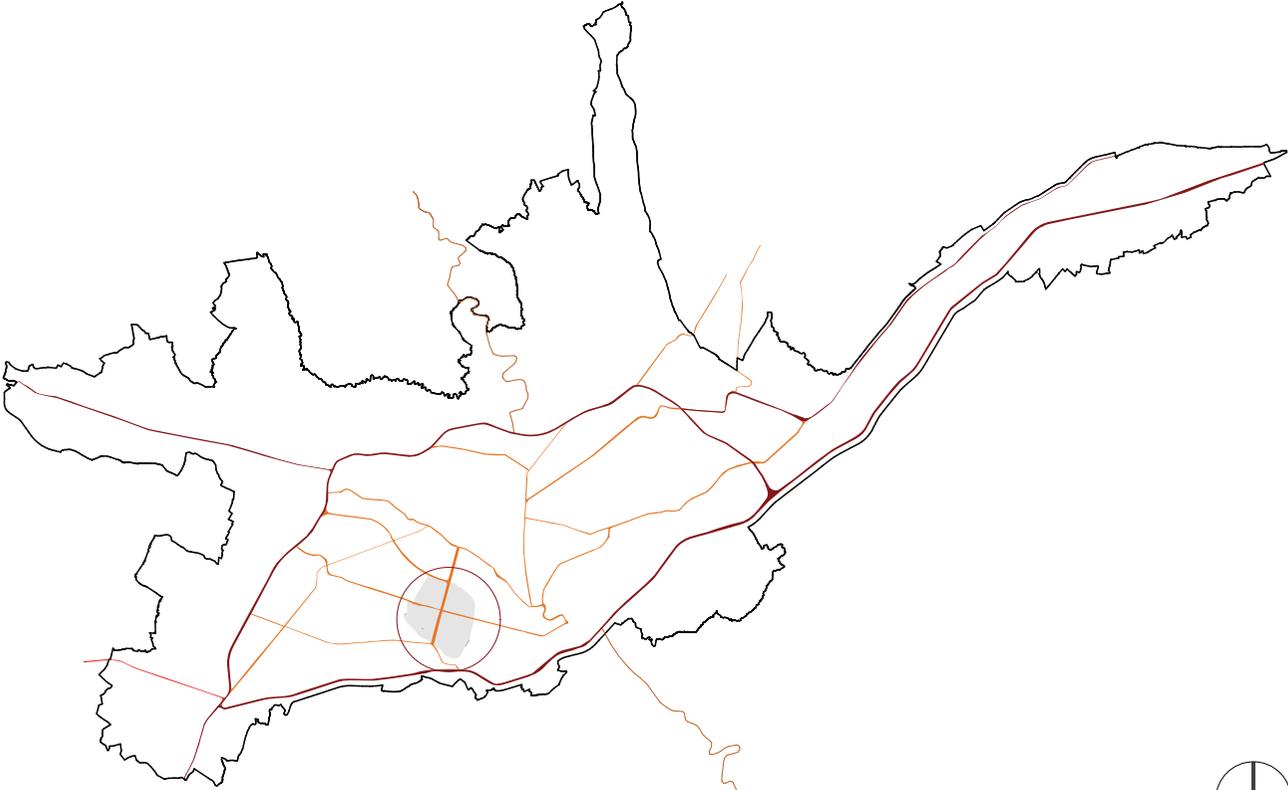


Terreno de intervención



SISTEMA DE VIALIDAD

A nivel de ciudad, el proyecto a intervenir se inserta dentro del tejido urbano de la terraza baja de la ciudad, su morfología responde a una distribución viaria radio concéntrica mediante conexiones directas con los principales sistemas viales de la ciudad, estas representan las vías locales que comunican al mercado 27 de febrero con el resto de la ciudad. La Av. Fray Vicente Solano es un eje vial importante que permite una conexión directa del sur al norte de la ciudad haciendo que el sitio de interés pueda abrirse hacia la ciudad y conecte con varios puntos a nivel urbano.



Vías principales
> 50000 veh/día



Vías colectoras
20000- 50000 veh/día

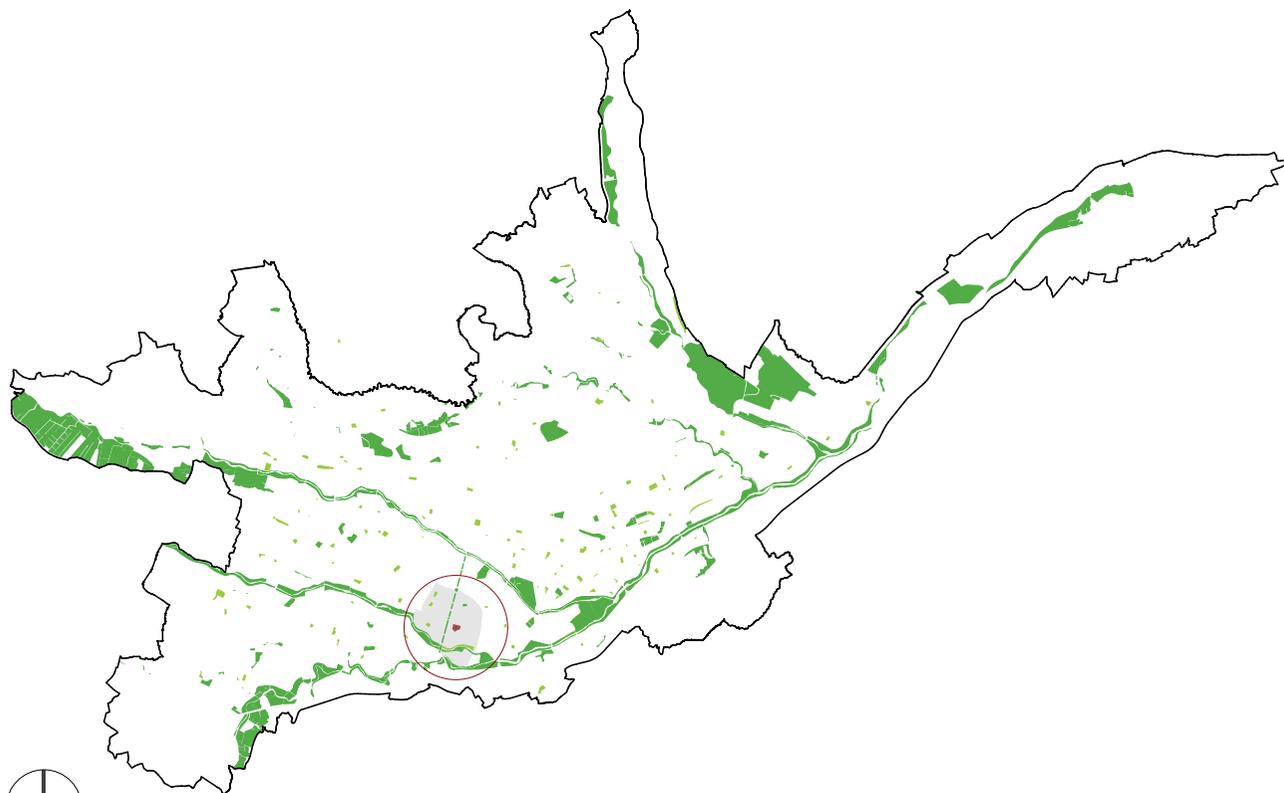


Área de influencia



Terreno de intervención





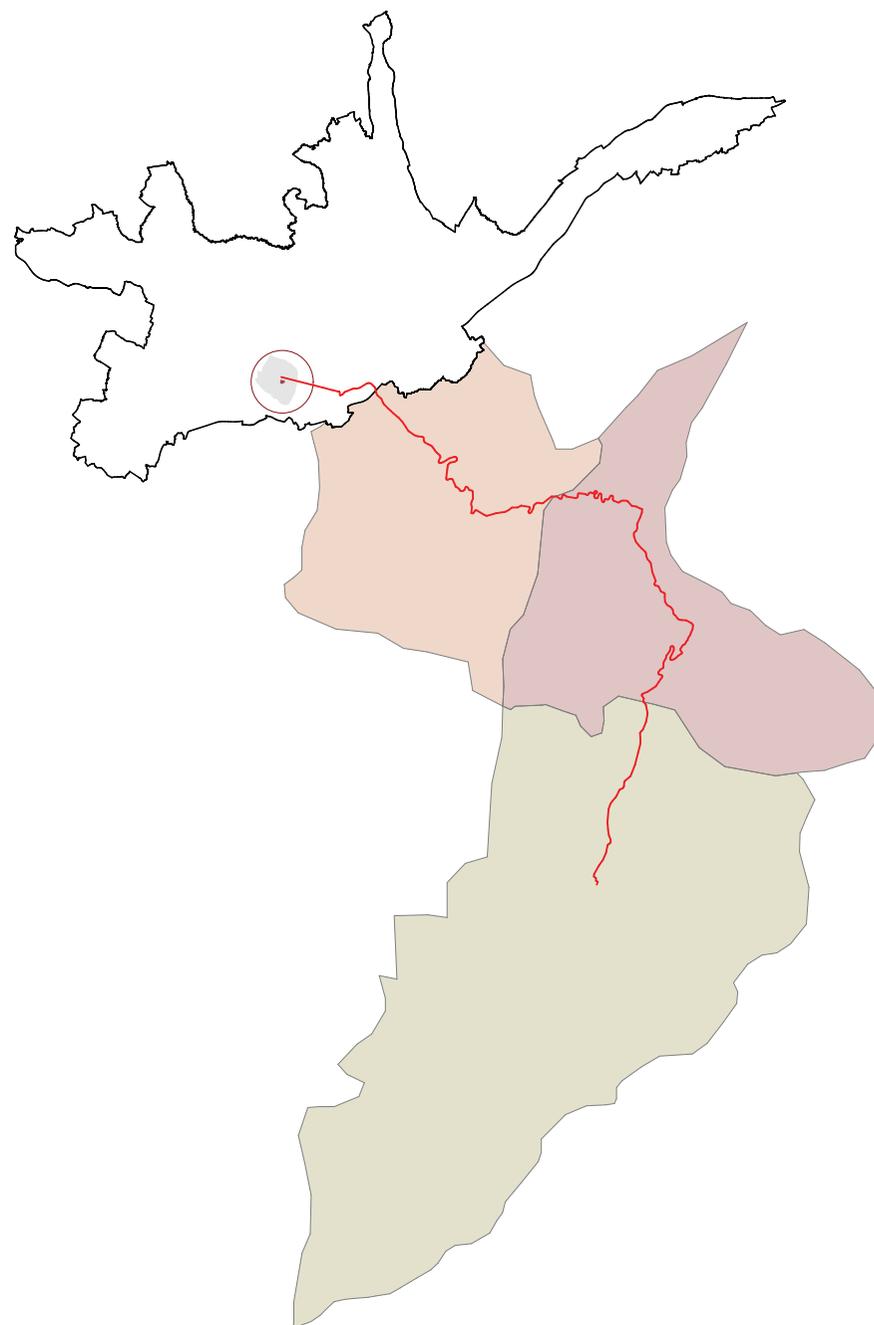
ÁREA VERDE

De acuerdo al estudio realizado por el INEC en 2012, a ciudad de Cuenca tiene 10.46 m² de área verde por habitante, en tanto que el índice que maneja el municipio, es de 5.98 m² por habitante. La OMS (Organización Mundial de la Salud), recomienda que las ciudades deben tener por lo menos 9.2 metros cuadrados por persona. En el sitio se encuentra uno de los ejes verdes principales de la ciudad siguiendo la hidrografía del río Yanuncay, el eje verde de la Av. Fray Vicente Solano dándole al sitio una oportunidad de conexión con los sistemas verdes existentes, incluyendo también los sitios que se prestan para futuras zonas de oportunidad. Con el proyecto se pretende aumentar el área verde sumando a la ciudad espacios públicos de calidad.

- Áreas verdes principales
- Ejes de oportunidad
- Áreas verdes públicas
- Áreas abiertas - parques
- Área de influencia
- Terreno de intervención

TRANSPORTE INTERPARROQUIAL

A las afueras del mercado 27 de febrero existe un terminal interparroquial improvisado el cuál alimenta a las parroquias que se localizan al sur-este de la ciudad, parroquias principales tales como: el Valle, Santa Ana y Quingeo. Las rutas de las cooperativas que dan servicio desde el mercado 27 de febrero son las siguientes: Cooperativa 26 de Julio, Cooperativa Trans Progreso, Cooperativa Trans Milagros y Cooperativa Quingeo.

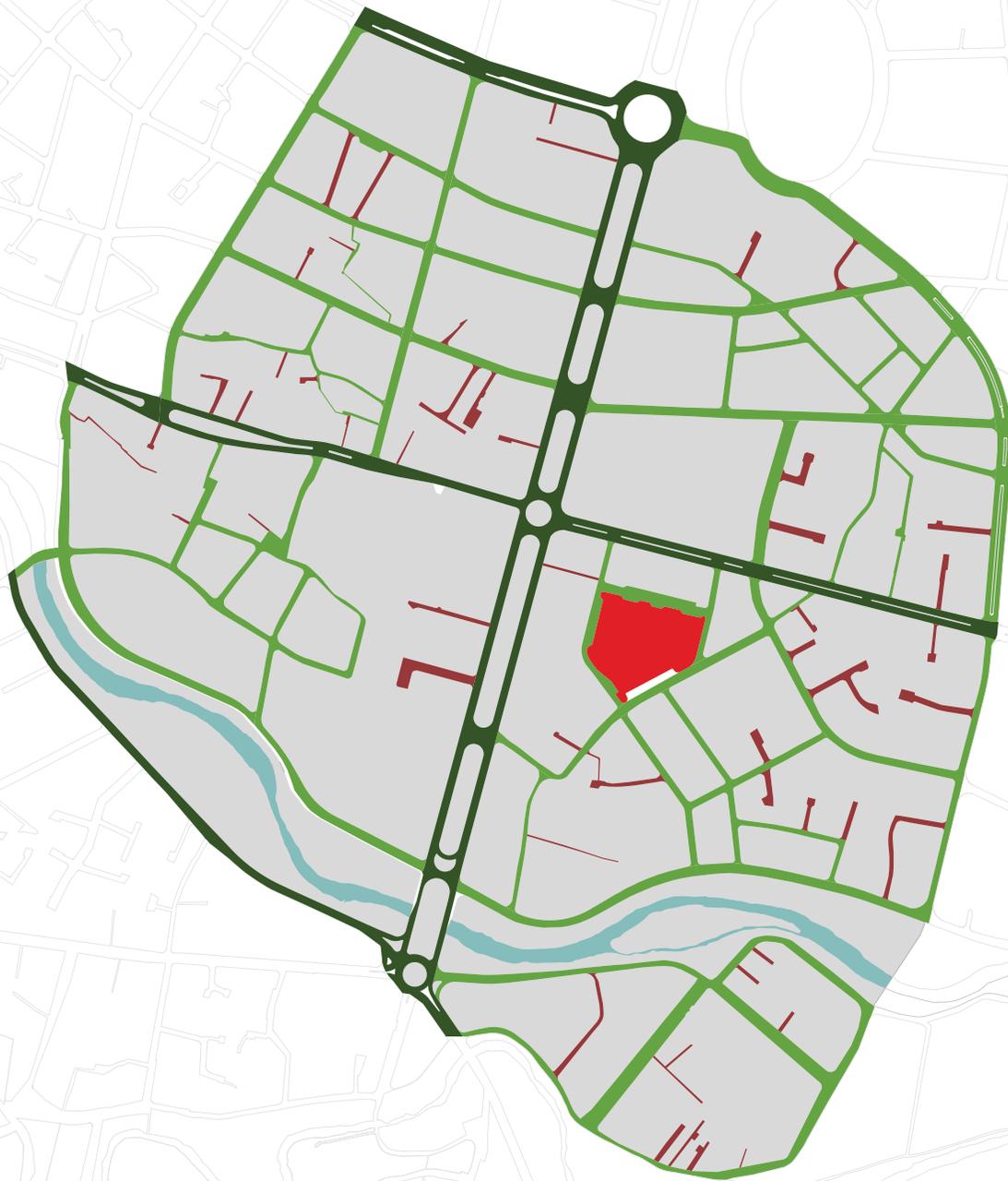


- Recorrido de transporte —
- Parroquia el Valle ●
- Parroquia Santa Ana ●
- Parroquia Quingeo ●
- Área de influencia ●
- Terreno de intervención ●





3.2 ANÁLISIS A NIVEL DE ÁREA DE INFLUENCIA



SISTEMA DE VIALIDAD

El área de influencia se encuentra rodeada de varias vías que conforman el tejido de la ciudad de cuenca, jerarquizada según sus usos. Entre las vías que se identifican en la zona tenemos las vías principales o arteriales que conforman los ejes principales en la zona de la ciudad, en estos ejes principales se pueden encontrar hitos importantes que acompañan al proyecto a plantear.

Se encuentran también las vías locales cuya función es dar acceso a propiedades colindantes y a varios usos ubicados en sus márgenes y las vías colectoras que distribuyen los tráficos urbanos en la ciudad. Se pueden reconocer los tres tipos de vías que alimentan al sitio de intervención.

Vías principales



Vías locales



Vías colectoras



Terreno de intervención



ÁREA VERDE

Dentro de la zona de estudio se pueden localizar áreas verdes privadas y públicas. Los espacios de área verde pública están conformados por equipamientos educativos: el colegio Hermano Miguel La Salle y el colegio Bilingüe Interamericano.

Mientras que las áreas verdes públicas se pueden encontrar en gran densidad. Tomando en cuenta que estas áreas giran en torno a eje arbolado del río Yanuncay y el eje de la Av. Solano.

- 01. Parque las Candelas
- 02. Parque Sagitario
- 03. Parque la Platería
- 04. Parque de la compañía

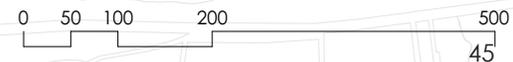
Áreas verdes públicas



Áreas verdes privadas



Terreno de intervención

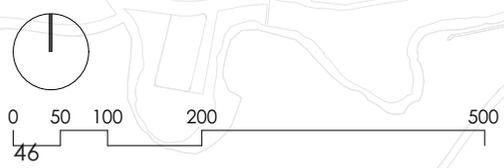




ÁREA DURA

Las áreas duras que se encuentran en el área de estudio están conformadas por canchas de carácter recreacional que se encuentran en los parques y predios municipales, parqueaderos públicos, explanadas, etc.

Se puede identificar la relación entre los espacios públicos y semipúblicos, de esta manera las áreas públicas son escasas, localizados en varios puntos de la zona conformados por las canchas y parqueaderos públicos, mientras que las áreas semipúblicas están destinados a los establecimientos educativos.



- Área dura pública ●
- Área dura semipública ●
- Terreno de intervención ●

LLENOS Y VACÍOS

En un análisis importante a nivel de área de influencia se ha identificado los llenos y vacíos cercanos al sitio de intervención, dado que la zona de estudio muestra al ejido este de la ciudad bastante consolidado, para esto es importante poder identificar espacios vacíos cercanos al proyecto y aporten de manera importante a nivel urbano.



Área construida



Terreno de intervención



0 50 100 200

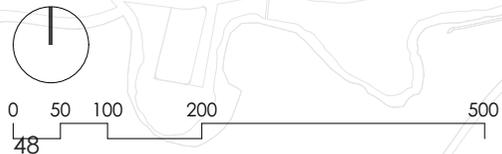
500

47

INFRAESTRUCTURAS CERCANAS

En este gráfico se puede identificar cada una de las infraestructuras cercanas al proyecto, las cuales se convierten en alimentadores importantes para el proyecto, por lo que es importante generar conexiones a estas infraestructuras como: iglesias, plazas, parques, establecimientos educativos, etc.

01. Parque las Candelas
02. Hospital Monte Sinai
03. Parque Sagitario
04. Parque la Platería
05. Colegio Hermano Miguel La Salle
06. Iglesia Virgen de Bronce
07. Farmasol 27 de febrero
08. Parque de la compañía
09. Colegio Bilingüe Interamericano
10. Iglesia Luterana Paz de Dios
11. Escuela República de Colombia
12. Estación de Bomberos #3



Infraestructuras



Terreno de intervención



TRANSPORTE PÚBLICO

El transporte público en la zona de estudio, muestra 4 líneas que se conecta con el sitio a intervenir, las cuales se articulan hacia varios puntos de la ciudad volviendo al sitio un punto estratégico. Una de estas líneas se conecta de forma directa al terreno, el hecho de ser un equipamiento de gran escala urbana, se encuentra localizado en los ejes principales de la ciudad y esto es un factor importante de conexión urbana.

Hay que tener en cuenta que el sitio a intervenir cuenta con un terminal interparroquial improvisado el cuál alimenta a las parroquias rurales localizadas en la zona sur-este de la ciudad de Cuenca como: El Valle, Quingeo y Santa Ana. De acuerdo a esto el sitio se vuelve un punto importante de conexión urbana.

Línea 26
M. 27 de Febrero - Checa

Línea 22
Salesianos - UDA

Línea 15
Monay - Feria libre

Línea 5
Control Sur - Totoracocha



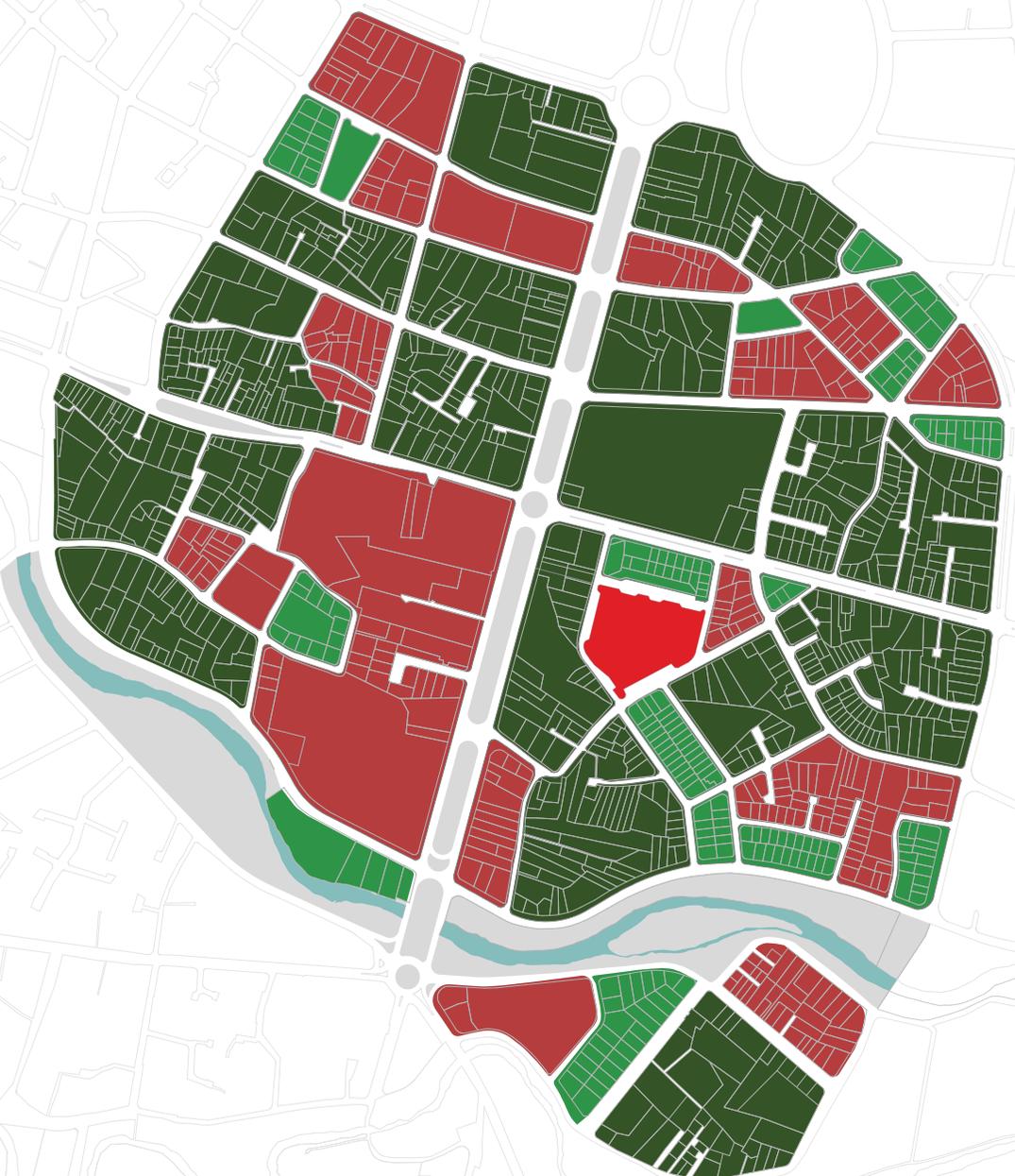
Paradas de bus



Terreno de intervención



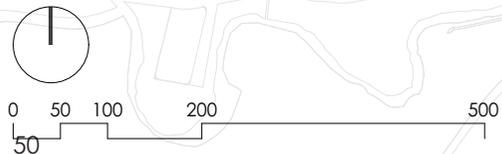
0 50 100 200 500



ESTRUCTURA PARCELARIA

La estructura parcelaria es la geometría que se le da a cada uno de los predios que conforman las manzanas de la ciudad. La disposición de las manzanas en el ejido este de la ciudad de Cuenca tienen estructura parcelaria variada, tanto los predios como las manzanas están trazados de una manera mucho más irregular.

Esto hacen de la ciudad una morfología única y la representación urbana de cada lugar. El estudio parcelario realizado presenta una estructura parcelaria irregular en su mayoría y estructura regular mínima.



- Parcelación regular ●
- Parcelación semiregular ●
- Parcelación irregular ●
- Terreno de intervención ●

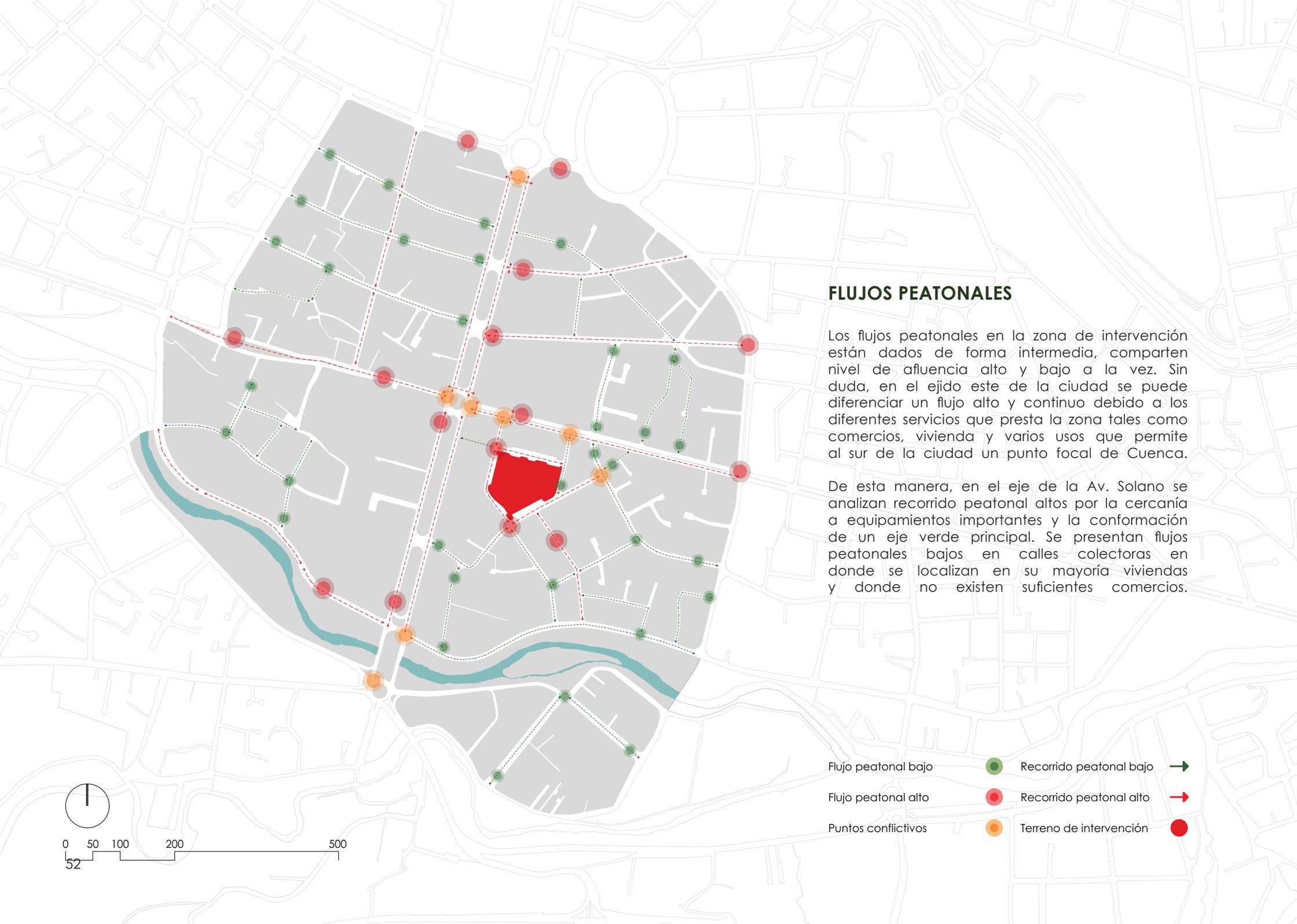
USOS DE SUELO

En el siguiente mapa se pueden identificar los usos de suelo que predomina en el área de influencia, tales como: vivienda y comercio. El uso de suelo perteneciente a la vivienda se encuentra concentrado en su mayoría al sur del terreno a intervenir ya que la mayoría de usos se dirigen al norte de la ciudad.

Existe una diversidad de usos dentro del área de estudio, a mayor diversidad, existe una menor necesidad de desplazamiento en vehículo.

Educación	●	Culto - religión	●
Vivienda	●	Profesional	●
Comercio	●	Industrial	●
Plazas y parques	●	Servicio	●
Lote baldío	●	Parqueadero	●
Salud	●	Terreno de intervención	●

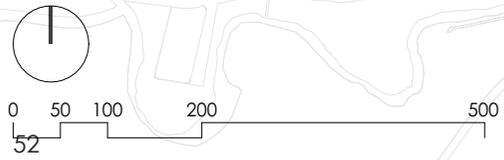




FLUJOS PEATONALES

Los flujos peatonales en la zona de intervención están dados de forma intermedia, comparten nivel de afluencia alto y bajo a la vez. Sin duda, en el ejido este de la ciudad se puede diferenciar un flujo alto y continuo debido a los diferentes servicios que presta la zona tales como comercios, vivienda y varios usos que permite al sur de la ciudad un punto focal de Cuenca.

De esta manera, en el eje de la Av. Solano se analizan recorrido peatonal altos por la cercanía a equipamientos importantes y la conformación de un eje verde principal. Se presentan flujos peatonales bajos en calles colectoras en donde se localizan en su mayoría viviendas y donde no existen suficientes comercios.



- Flujo peatonal bajo ● Recorrido peatonal bajo →
- Flujo peatonal alto ● Recorrido peatonal alto →
- Puntos conflictivos ● Terreno de intervención ●

ELEMENTOS SOBRESALIENTES

En cuanto a los elementos sobresalientes de la zona a intervenir se destacan los siguientes: La iglesia Virgen de Bronce, como un elemento principal dentro del area de estudio y como hito importante donde se rescatan las visuales mas favorables hacia el proyecto.

Tambien tenemos equipamientos importantes como el colegio la Salle, equipamientos de salud como el hospital Monte Sinaí y elementos turisticos como los tres puentes que ayudan a tener conecciones con el proyecto de intervencion.

Terreno de intervencion



0 50 100 200 500

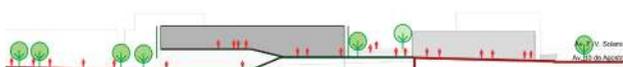


3.3 ANÁLISIS A NIVEL DE MANZANA

TOPOGRAFÍA

La topografía del sitio de intervención tiene pendientes variadas haciendo que el terreno a intervenir permanezca oculto y no este accesible urbanamente.

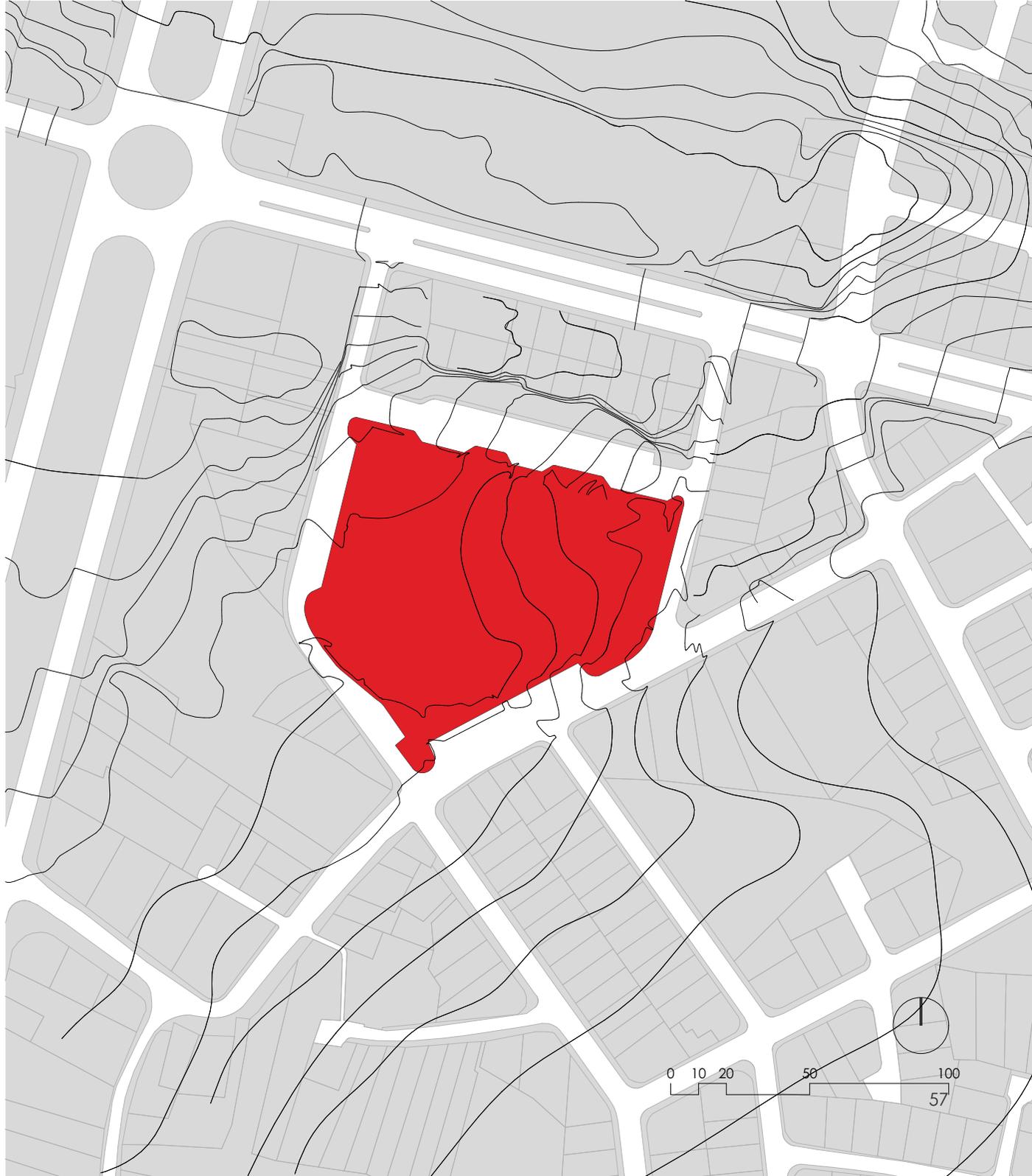
La calle Adolfo torres y Ramírez paralelos a la Av. Solano presentan una pendiente bastante en descenso del 5 %, perpendicular a estas calles, la calle F. Carrasco con una pendiente similar a las anteriores con un 5 % en descenso dirección oeste-este, muy parecida a la Av. 10 de agosto con una pendiente similar, conformando así el terreno a intervenir, como se puede apreciar en el gráfico, la topografía del lugar es bastante conflictiva en términos arquitectónicos, las intervenciones en la zona se han emplazado con respecto a las inclinaciones dadas.

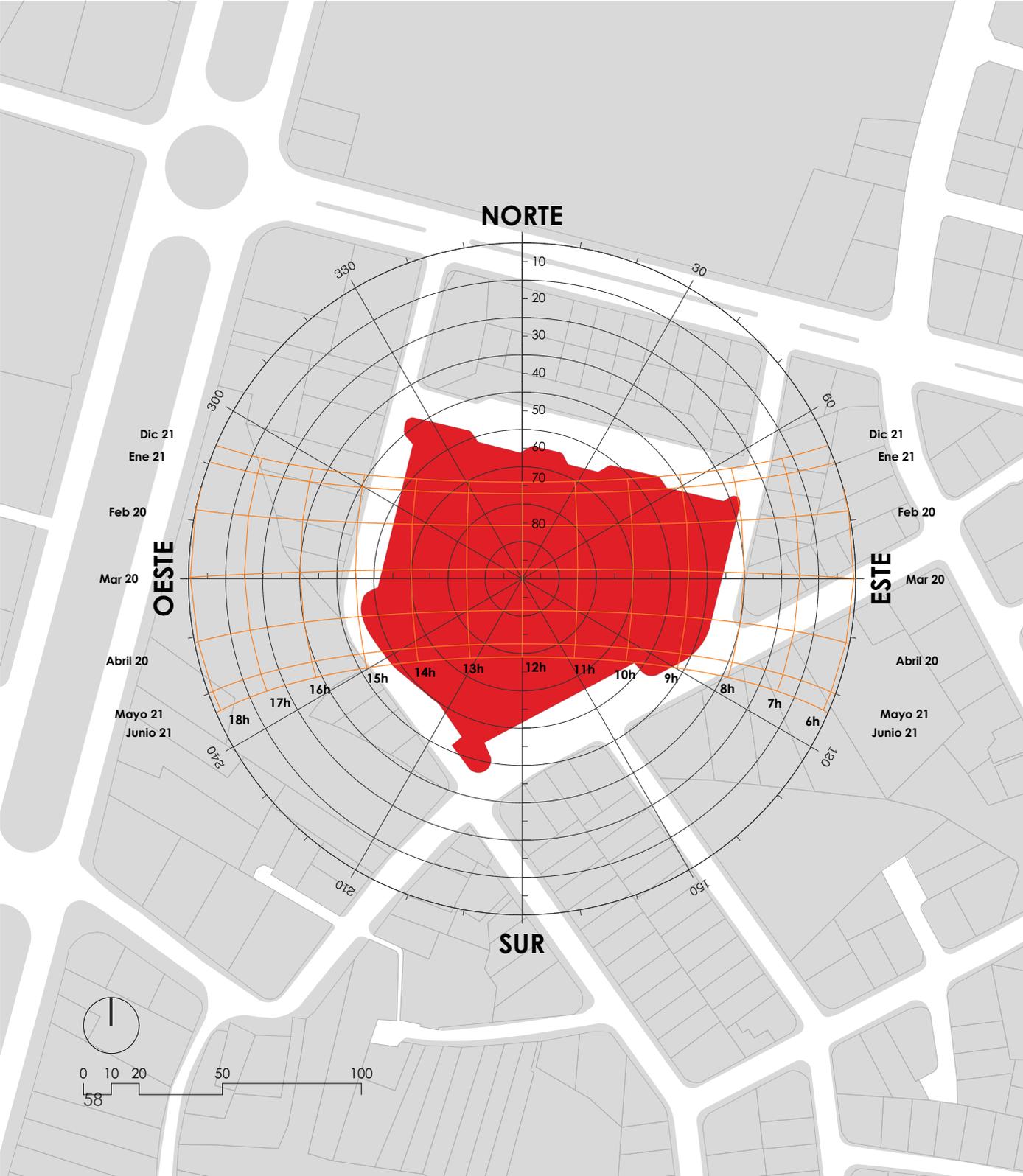


Curvas de nivel



Terreno de intervención





CLIMA - SOLEAMIENTO

El análisis de soleamiento muestra que el sol sigue la dirección este - oeste durante todo el año, esto se muestra para generar una correcta estrategia de emplazamiento. Hay que considerar estos estudios para que el proyecto a diseñar tenga una correcta iluminación.

Se puede apreciar que los trazados de las manzanas en esta zona se encuentran giradas a unos 15° aproximadamente, permitiendo aventajar el soleamiento del proyecto y su correcto emplazamiento.

Vías colectoras



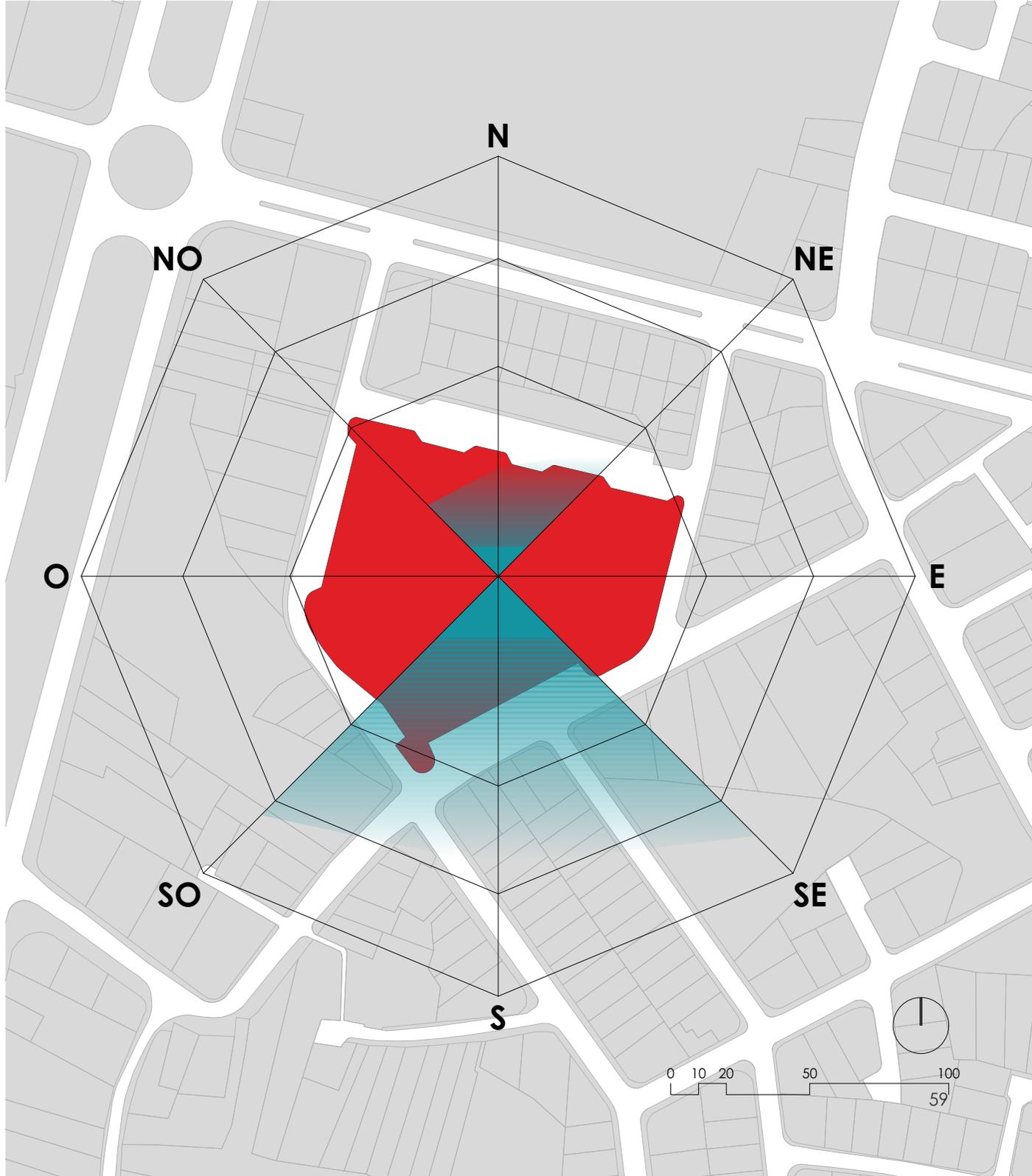
Terreno de intervención



0 10 20 50 100
58

CLIMA - VIENTOS

Los vientos en la ciudad de Cuenca se observan que siguen la dirección sur-este y sur-oeste, durante todo el año. Estos aspectos son de gran importancia al momento de tomar decisiones de diseño, tales como la ventilación cruzada en un proyecto urbano de mayor escala.

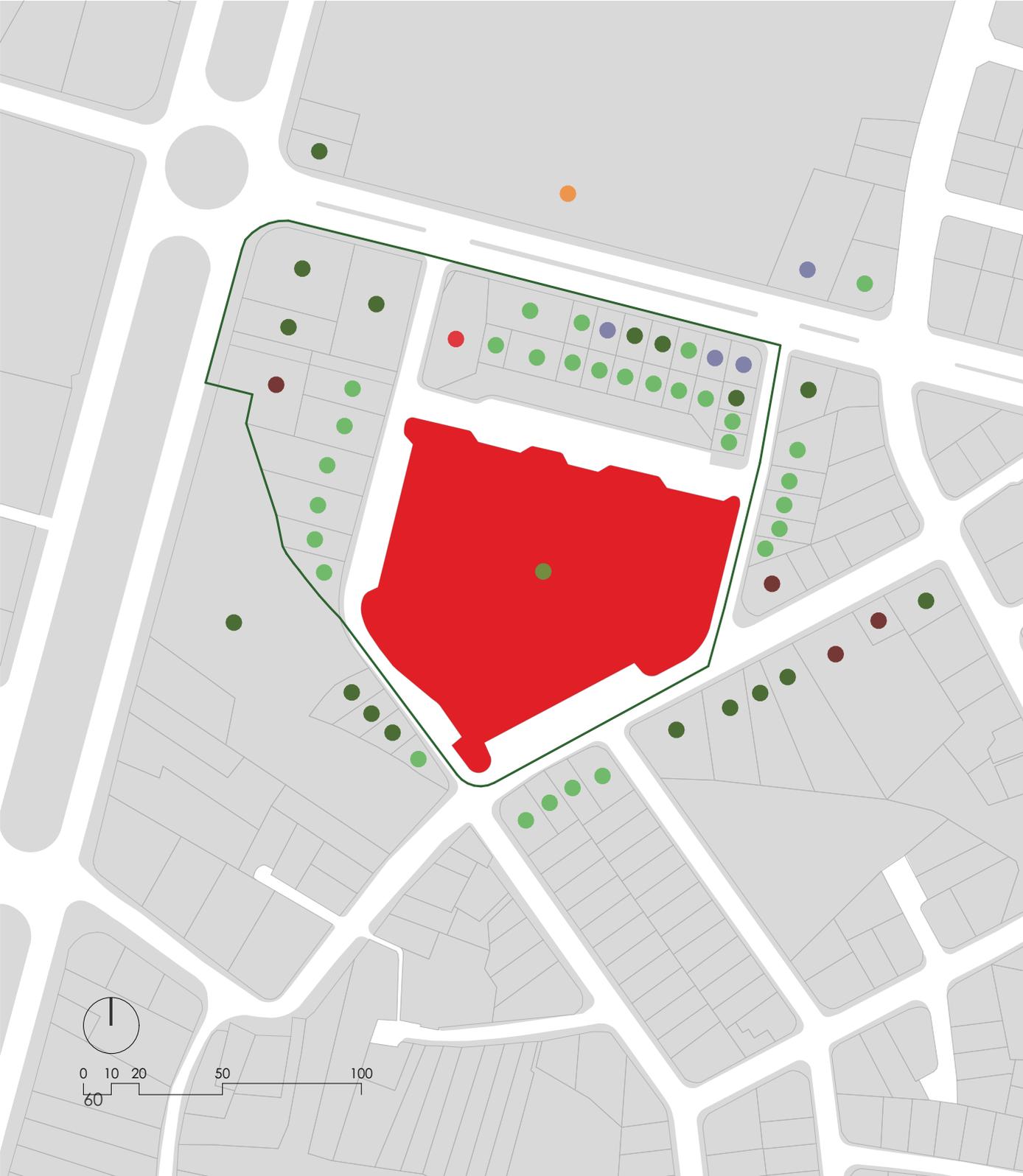


Frecuencia de vientos



Terreno de intervención





USOS DE SUELO

Dentro del sitio de intervención se puede identificar un porcentaje mayor de usos destinado al comercio, sin embargo, también existe la presencia de usos de vivienda, servicios y un pequeño porcentaje de lote baldíos.

- | | | | |
|-------------|---|-------------------------|---|
| Educación | ○ | Salud | ● |
| Vivienda | ● | Servicio | ● |
| Comercio | ● | Área de interés | ○ |
| Lote baldío | ● | Terreno de intervención | ● |

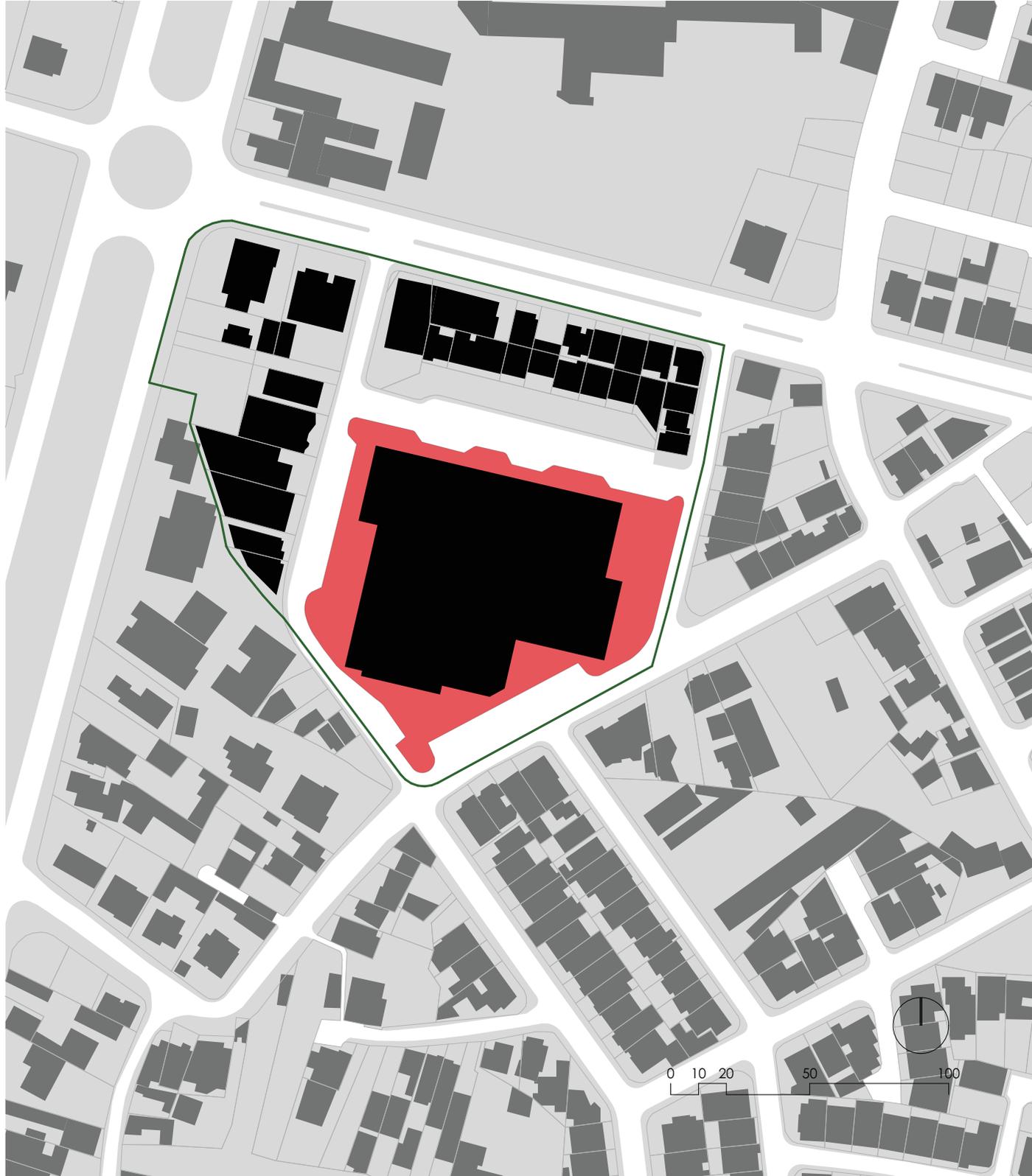
LLENOS Y VACÍOS

La ocupación del suelo dentro del área de interés corresponde a un porcentaje del 44% (1.17) del área total del sitio (2.68 ha).

Área construida



Terreno de intervención





1. Vista de la fachada este del mercado, nave 1



2. Vista de la fachada sur del mercado, nave 1



3. Vista de los locales exteriores del mercado, nave 1



4. Vista de la fachada norte del mercado, nave 3



5. Vista de la plataforma de comercio itinerante



6. Vista de las dos naves del mercado y el ingreso este

AMBIENTE DIURNO

En cuento al estudio visual del lugar se ha realizado un levantamiento fotográfico de la manzana de intervención en un ambiente diurno con el objetivo de estudiar a fondo la percepción visual que existe en el lugar, además de poder capturar los elementos sobresalientes que existen alrededor del mercado 27 de febrero.

Se puede observar las visuales principales hacia el mercado, edificaciones aledañas, parqueaderos públicos, terminal interparroquial, comercios itinerantes y demás.



AMBIENTE NOCTURNO

En el levantamiento fotográfico nocturno se puede evidenciar un ambiente desolado; sin embargo, al estar presente en el lugar, en la calle Francisco Carrasco se puede apreciar un espacio activo debido a la presencia del terminal interparroquial y a los comercios que se desarrollan en dicha calle. No obstante, en un lugar donde se encuentra un equipamiento de gran escala urbana sería ideal fomentar la actividad nocturna a través de un espacio público de calidad y la revitalización del equipamiento ya que el terminal interparroquial funciona hasta el anochecer.



1. Vista de la calle Francisco Carrasco



2. Vista de la fachada este del mercado, nave 1



3. Vista hacia la nave 3 del mercado y la plaza libre



4. Vista hacia la plaza oeste y nave 1 del mercado



5. Vista de la fachada oeste del mercado, nave 1



6. Vista de la calle Francisco Carrasco



1. Vista desde el terreno, viviendas y comercios aledaños



2. Vista desde el terreno, viviendas y parqueadero público



3. Vista desde el terreno, intersección de las calles A. Torres y Belisario



4. Vista interna del mercado - puestos de cárnicos



5. Vista desde el terreno, parqueaderos y comercios informales



6. Vista desde el terreno, escalinatas que conectan con la Av. Solano

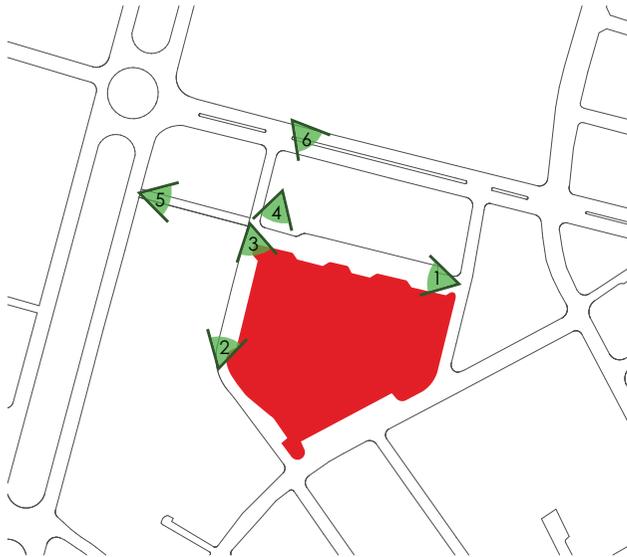
VISTA DESDE EL TERRENO

Las vistas externas del proyecto están dadas hacia tres frentes claramente identificadas como barreras arquitectónicas, es decir, hacia la calle Francisco Carrasco, calle Adolfo Torres y la calle Ramírez; estas calles se conectan con los dos ejes viales articuladores de la ciudad donde se pueden apreciar vistas generosas hacia los hitos más importantes del lugar como: la iglesia Virgen de Bronce, el colegio La Salle, Turi, etc. Cada una de estas visuales captadas desde el terreno presenta una panorámica que manifiesta la importancia del sector en la ciudad de Cuenca, vista desde uno de los barrios más tradicionales de la ciudad, el cuál será aprovechado en la implantación del proyecto.



VISTA HACIA EL TERRENO

Las vistas hacia el sitio de intervención están dadas principalmente por la ocupación principalmente del mercado, los comercios informales e itinerantes, parqueaderos públicos y la parada de transporte público perteneciente al terminal interparroquial. Dicho mercado permanece escondido urbanamente por barreras arquitectónicas, teniendo acceso desde varias calles alrededor, varias de estas conectadas con los dos ejes viales principales de del sector: la Av. Solano y la Av. 10 de agosto, permitiendo de esta manera generar accesos al proyecto planteado. De esta manera se puede observar una manzana con espacios mal utilizados donde se puede aprovechar de buena manera el proyecto a implantar.



1. Vista hacia el terreno, calle Fran. Carrasco, terminal interparroquial



2. Vista hacia el terreno, relación espacio público - mercado



3. Vista hacia el terreno, calle Adolfo Torres, parqueaderos públicos



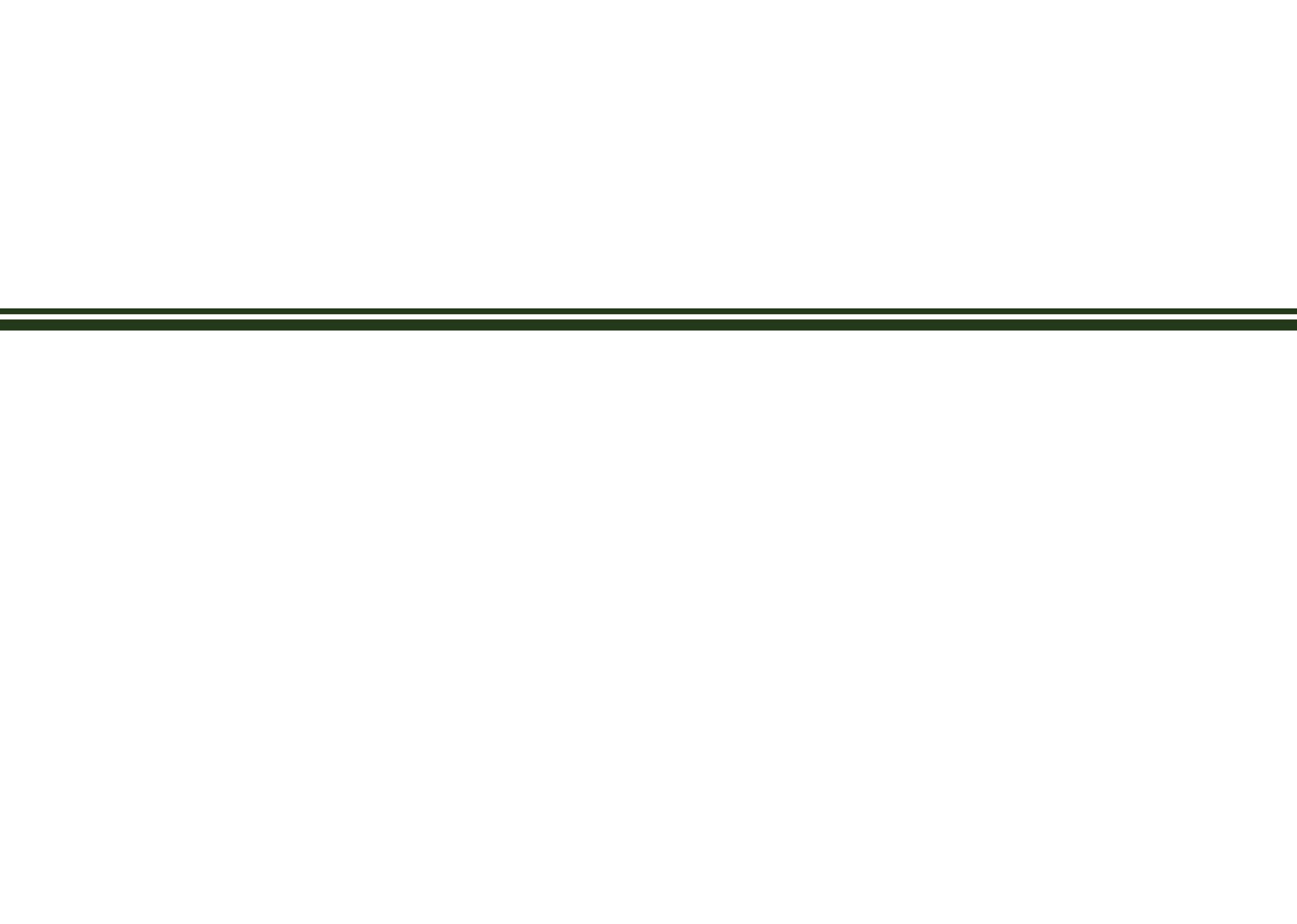
4. Vista hacia el terreno, hacia la fachada sur del mercado



5. Vista hacia el terreno, paso peatonal y comercio itinerante



6. Vista hacia el terreno, Av. 10 de Agosto

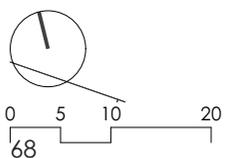


3.4 ESTADO ACTUAL MERCADO 27 DE FEBRERO



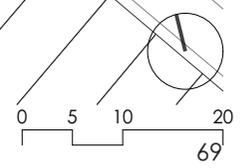
ZONIFICACIÓN DE PUESTOS

Puesto de frutas y verduras	62
Puesto de cárnicos	41
Patio de comidas	62
Puesto de granos	41
Bazares - Locales comerciales	10
Puestos vacíos	1
Comercio itinerante	2
Guardería	1
Bodegas	2
Area de servicio	19



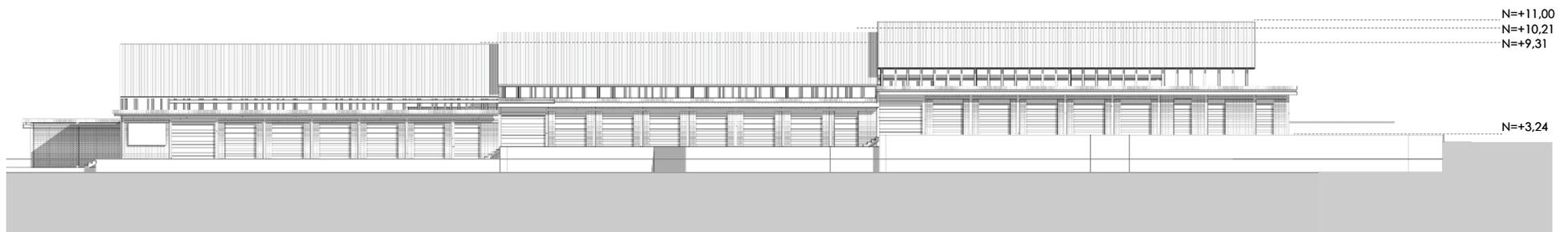
DISTRIBUCIÓN DE PUESTOS

PUESTOS	#	PUESTOS	#
GABINETE	17	BAZAR	44
ABASTOS	38	BISUTERÍA	4
PANADERÍA	2	CALZADO	10
DESPENSA	2	POLLOS	1
REFRESCOS	8	MARISCOS	2
ROPA	48	LIMPIAS MONTES	6
CELULARES	3	BODEGAS	3
HILOS-LANAS	3	COSTURA	4
HORNADO	8	CABINAS	3
COMEDORES	23	BAZAR VIDEOS	2
VERDURAS	8	PAPELERÍA	4
FRUTAS	62	OFICINA	1
CARNICOS	41	INTERNET	2
PLÁSTICOS	10	GRANOS	19

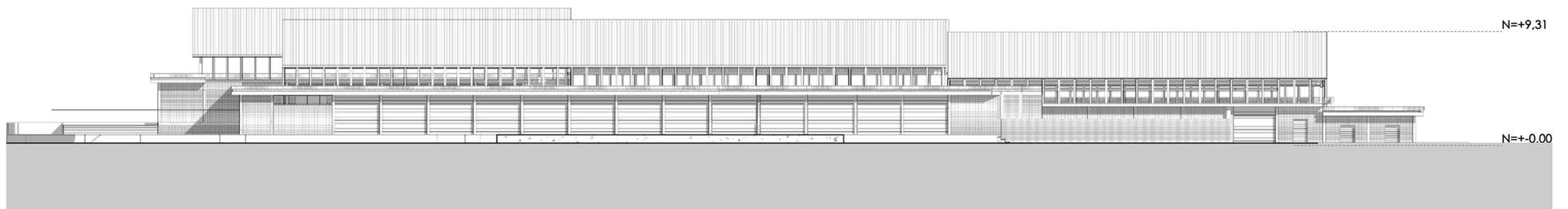


0
0
0
0
0
0
1
1
1
1
1
1
1
1
1
1
2
2
2
2
2
2

ELEVACIONES



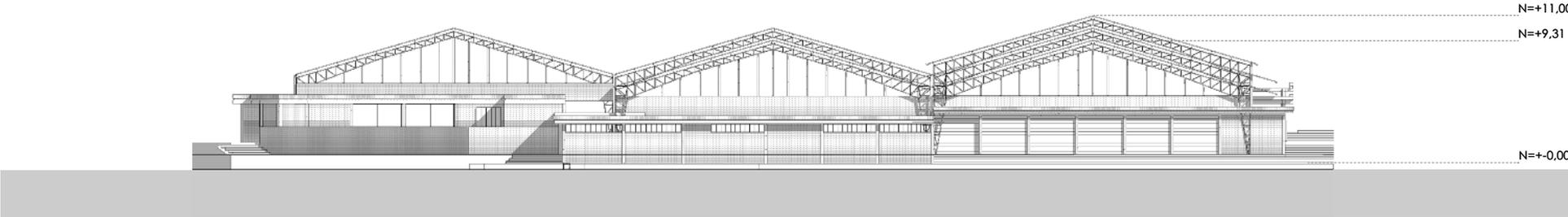
Elevación Norte



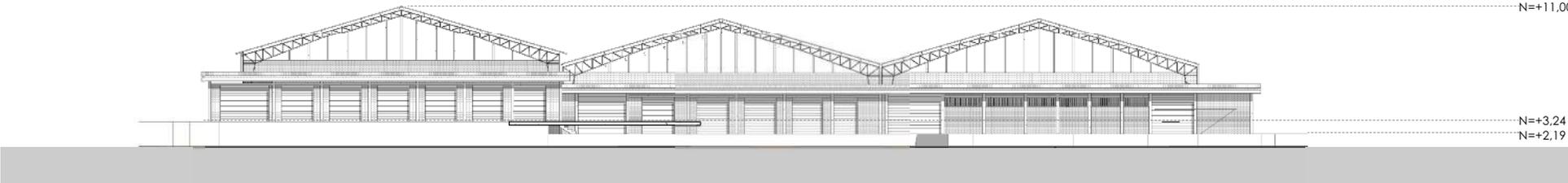
Elevación Sur

Estado Actual

ELEVACIONES



Elevación Este



Elevación Oeste

FOTOGRAFÍAS



1. Vista interna del mercado - patio de comidas



2. Vista interna del mercado - puesto de frutas y verduras



3. Vista interna del mercado - locales comerciales



4. Vista interna del mercado - puestos de cárnicos



5. Vista interna del mercado - locales comerciales



6. Vista interna del mercado - pasillo principal de acceso

Estado Actual

En las vistas desde el interior del mercado nos muestra la función que cumple este equipamiento, se puede identificar la variedad de usos, el movimiento dinámico de las personas y los recorridos. En base a una zonificación general de puestos, se ha identificado que, si bien dichos puestos están organizados y localizados en un punto específico dentro del mercado, existe cierta mezcla de unos puestos con otros, es decir, en la zona de frutas y verduras se encuentran puestos pertenecientes a los locales comerciales con la zona de cárnicos y demás. Esta mezcla de ocupaciones impulsa a generar cambios oportunos dentro de este equipamiento. Existen puestos desocupados, áreas sin utilizar y barreras visuales dentro del mercado. La luz natural que se percibe en el interior es muy poca, dando sensación de inseguridad en ciertas zonas de los recorridos. Gran cantidad de puestos presentan problemas de organización espacial e infraestructura impidiendo el trabajo de los comerciantes. Cada una de estas visuales captadas presenta una gran variedad de usos que abastece en gran medida al sector, situaciones que manifiesta la importancia de este mercado hacia la ciudad.



ESTRATEGIA URBANA

capítulo

04

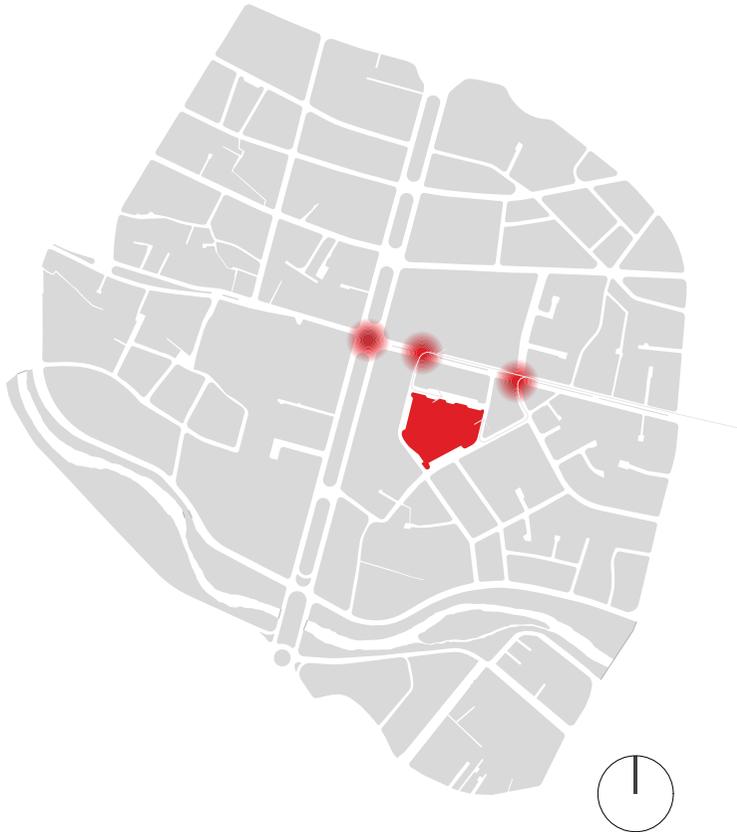
Estrategia Urbana



PROBLEMA

- Conflicto y congestión vehicular en intersecciones viales
- En horas pico el transporte público utiliza calles no diseñadas para el paso de estos transportes pesados
- Terminal interparroquial improvisado causa congestionamiento vial

ESTADO ACTUAL

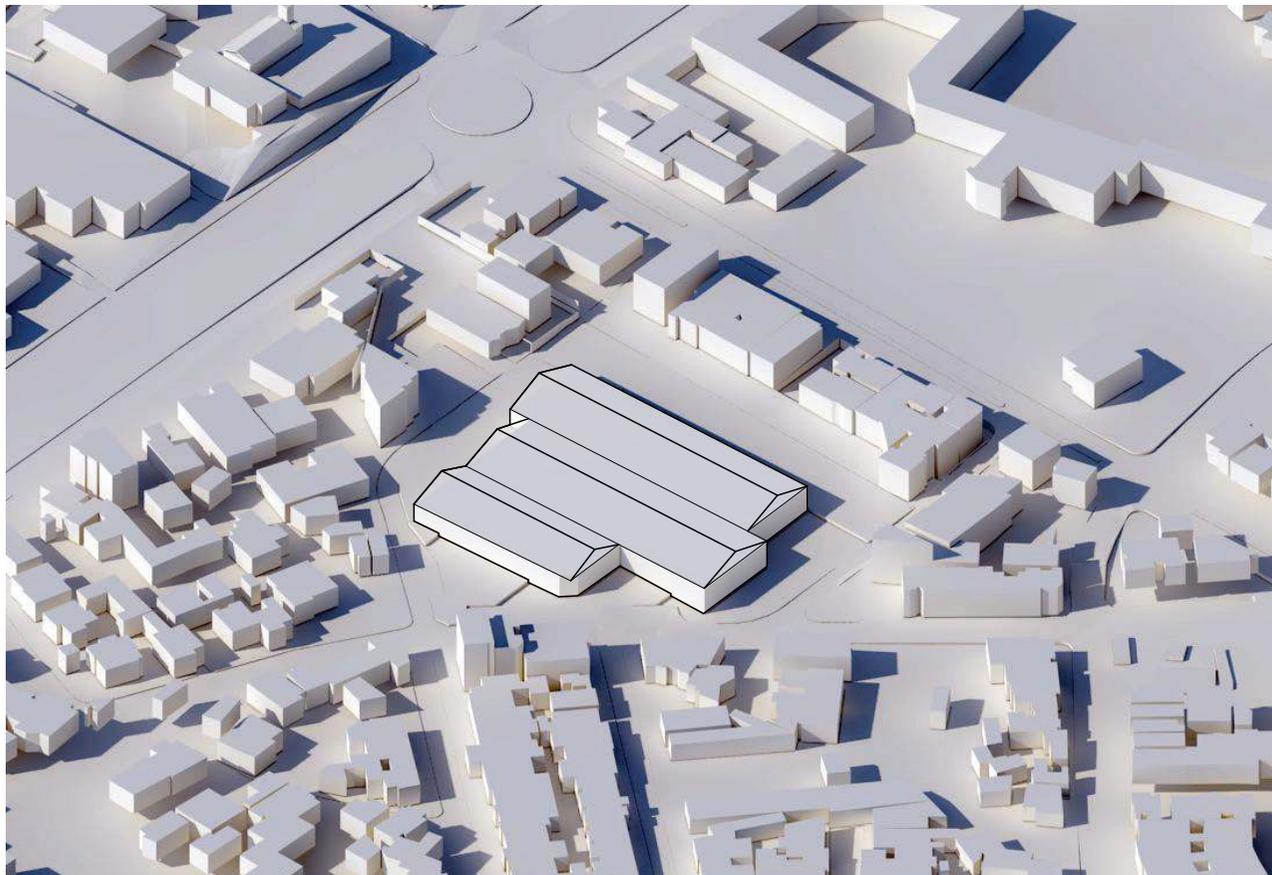
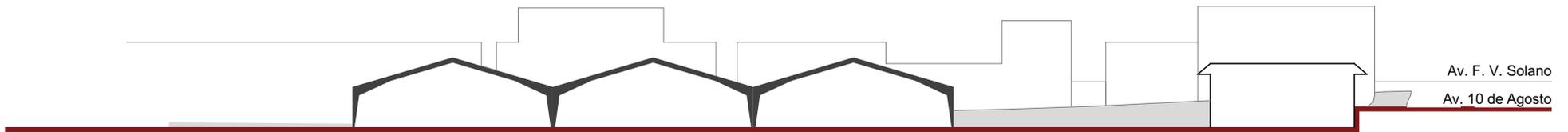


SOLUCIÓN

- Reestructuración vial para el paso de transporte interparroquial
- Proyectar una zona destinada para los vehículos, tanto parqueaderos, como paradas de transporte público
- Prioridad para actividades comerciales y al peatón.

PROPUESTA



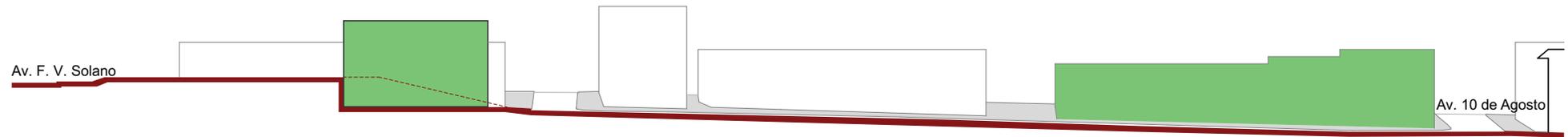


01. ESTADO ACTUAL

El área de interés, actualmente se encuentra ocupada en su mayoría por comercios viviendas, existen espacios subutilizados y terrenos baldíos en donde el comercio itinerante es mayor.

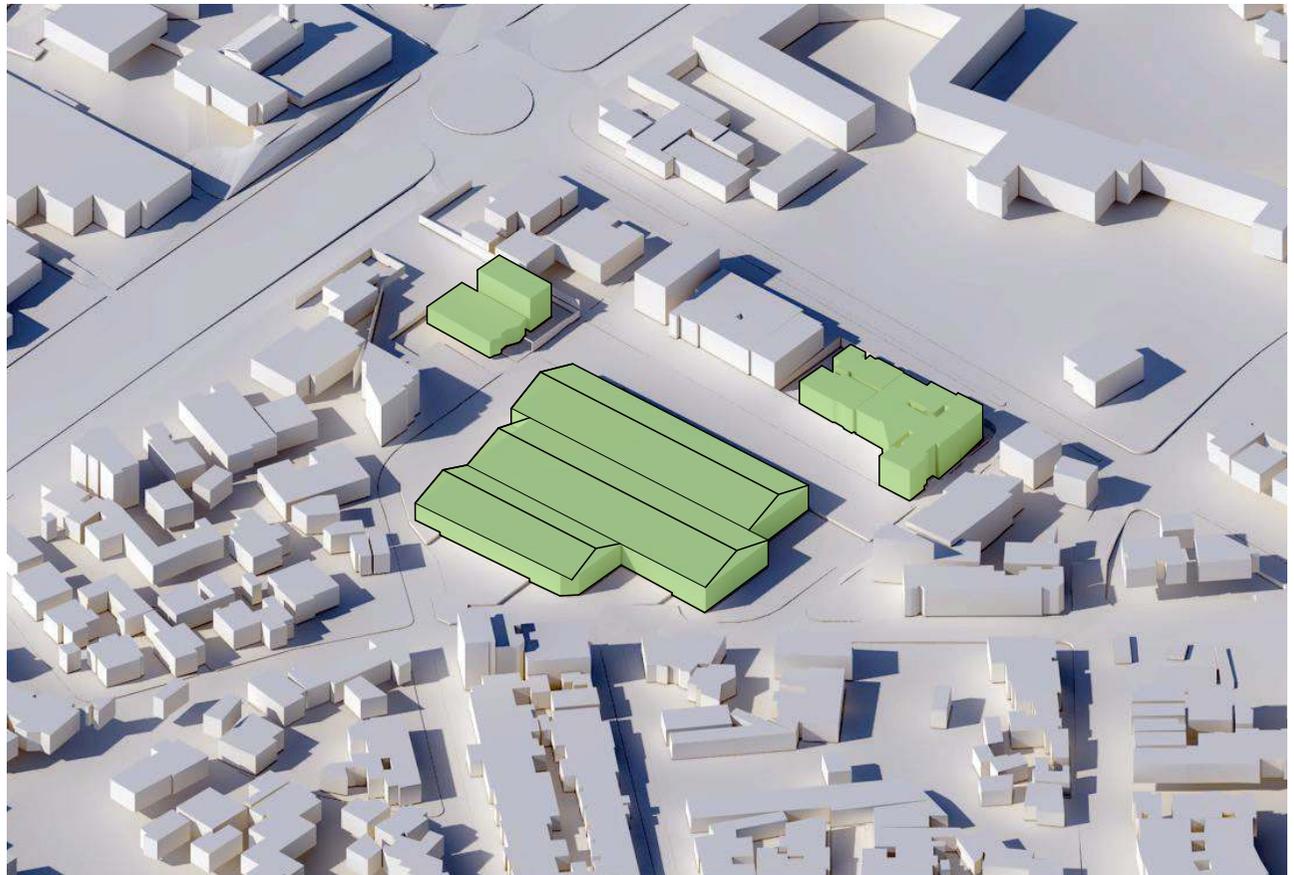
Existe un vacío urbano inaccesible con barreras arquitectónicas que interrumpen las visuales y a la vez desperdician el espacio.

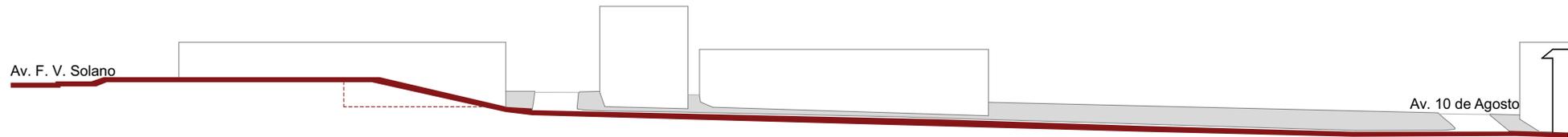
Estrategia Urbana



02. ELIMINAR EDIFICACIONES

Se elimina el espacio ocupado por las viviendas que presentan comercios de menor afluencia y edificaciones con valor negativo. Con el objetivo de liberar un espacio sumamente amplio y de apertura urbana a la ciudad, optando por un espacio que atraviese de forma generosa al proyecto.



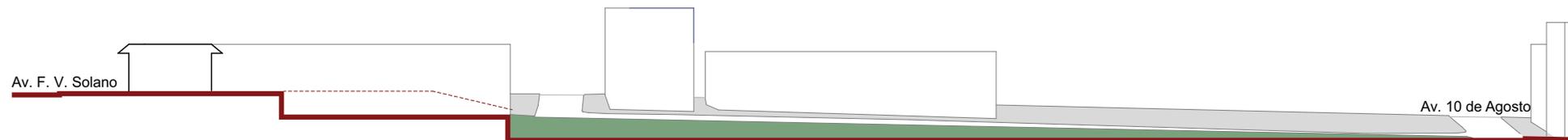


03. ESPACIO LIBERADO

Con la eliminación de las edificaciones y del mercado se logra obtener un gran espacio que se abre a varios puntos de la ciudad con respecto al sitio de interés.

Apertura a la Av. 10 de agosto generando el ingreso principal al proyecto. Apertura a la Av. Solano para la generación de boulevares comerciales.

Estrategia Urbana

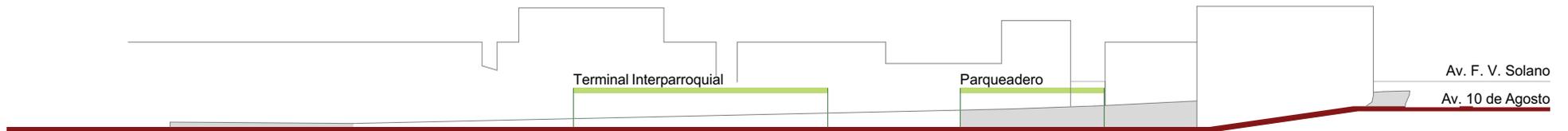


04. FLUJO VIAL ESTABLECIDO

Con el espacio liberado se establecen flujos de importancia vehicular. Tanto para el uso del terminal interparroquial como para el uso del parqueadero.

Se desarrolla dos terrazas con distintos niveles, y la restructuración vial de la calle Adolfo Torres.

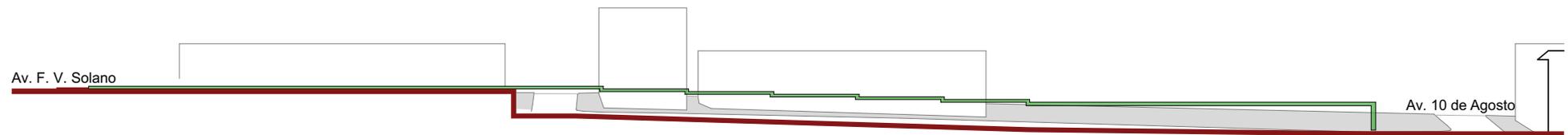




05. ZONA DE AFLUENCIA VEHICULAR

Al establecer los flujos viales fuertes del proyecto, se aprecia las zonas en donde va a existir mayor afluencia vehicular.

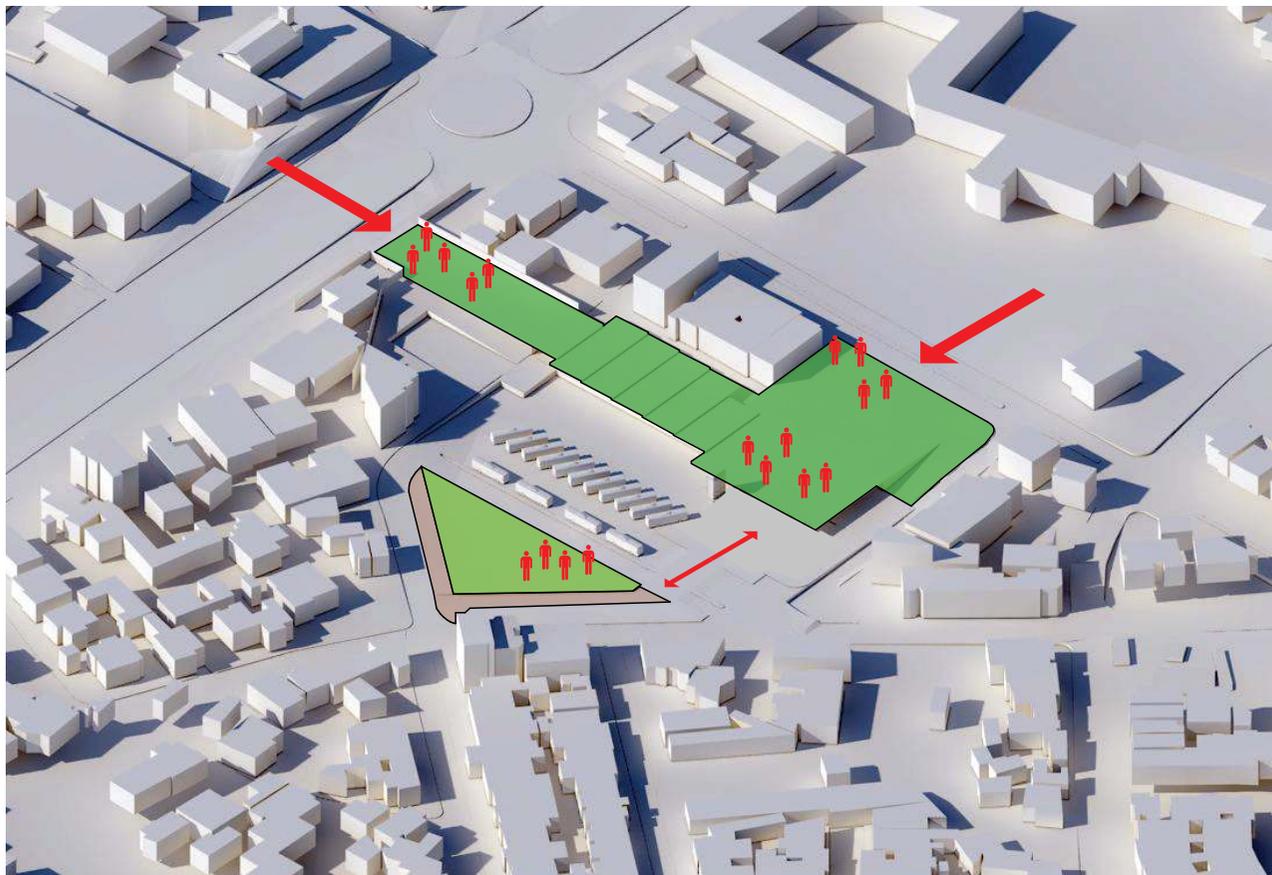
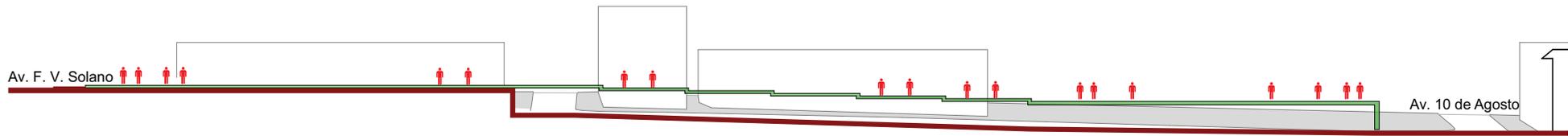
Estrategia Urbana



06. PLATAFORMA PEATONAL

A nivel de las Avenidas Fray V. Solano y 10 de agosto se generan plataformas peatonales a diferentes niveles, las cuales juegan con topografía del lugar permitiendo interconectarse entre sí y conformando un espacio público que se abre hacia la ciudad y a la vez conecta se forma directa al proyecto.



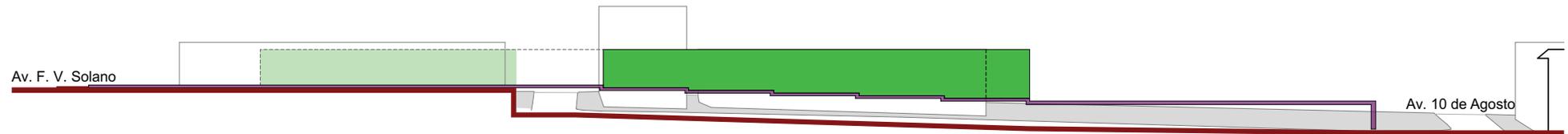


07. ZONA DE AFLUENCIA PEATONAL

Según el análisis de sitio, existen varios puntos donde existe afluencia peatonal mayor, la generación de las plataformas peatonales permiten recibir a estos flujos mayores peatonales y alimentar al proyecto.

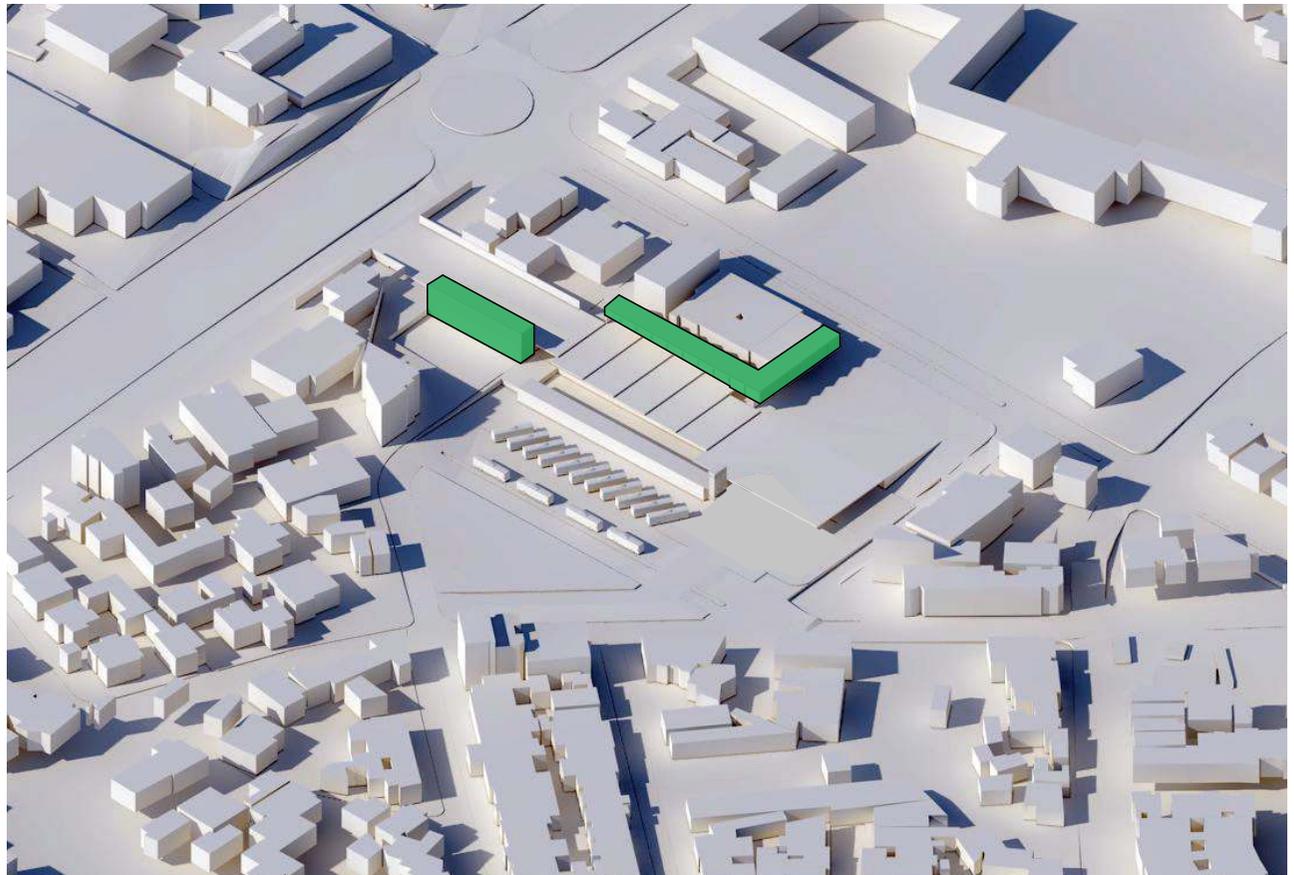
La conexión directa que existe entre los diferentes niveles del lugar, obligan a intervenir en base a las personas y el uso que se dará.

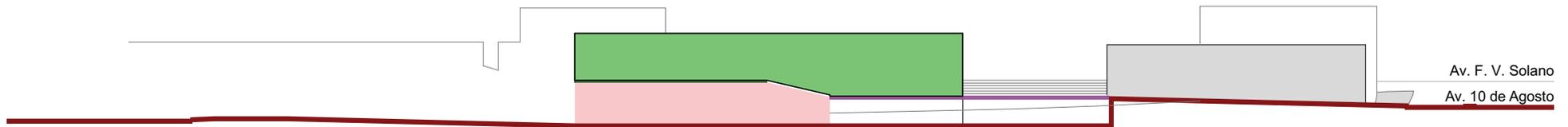
Estrategia Urbana



08. BLOQUES COMERCIALES

De acuerdo a los usos que presenta el lugar, es necesario generar bloques comerciales a lo largo del proyecto que alimenten las plataformas peatonales establecidas y así producir un mayor dinamismo urbano - arquitectónico en el proyecto.



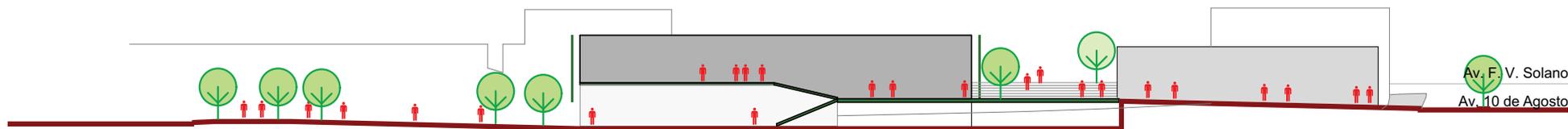


09. BLOQUE MERCADO - GUARDERÍA

El proyecto contempla la implementación de dos bloques principales, de los cuales uno de ellos se centra en la utilización del mercado y el otro en la guardería que presta el servicio al mercado.

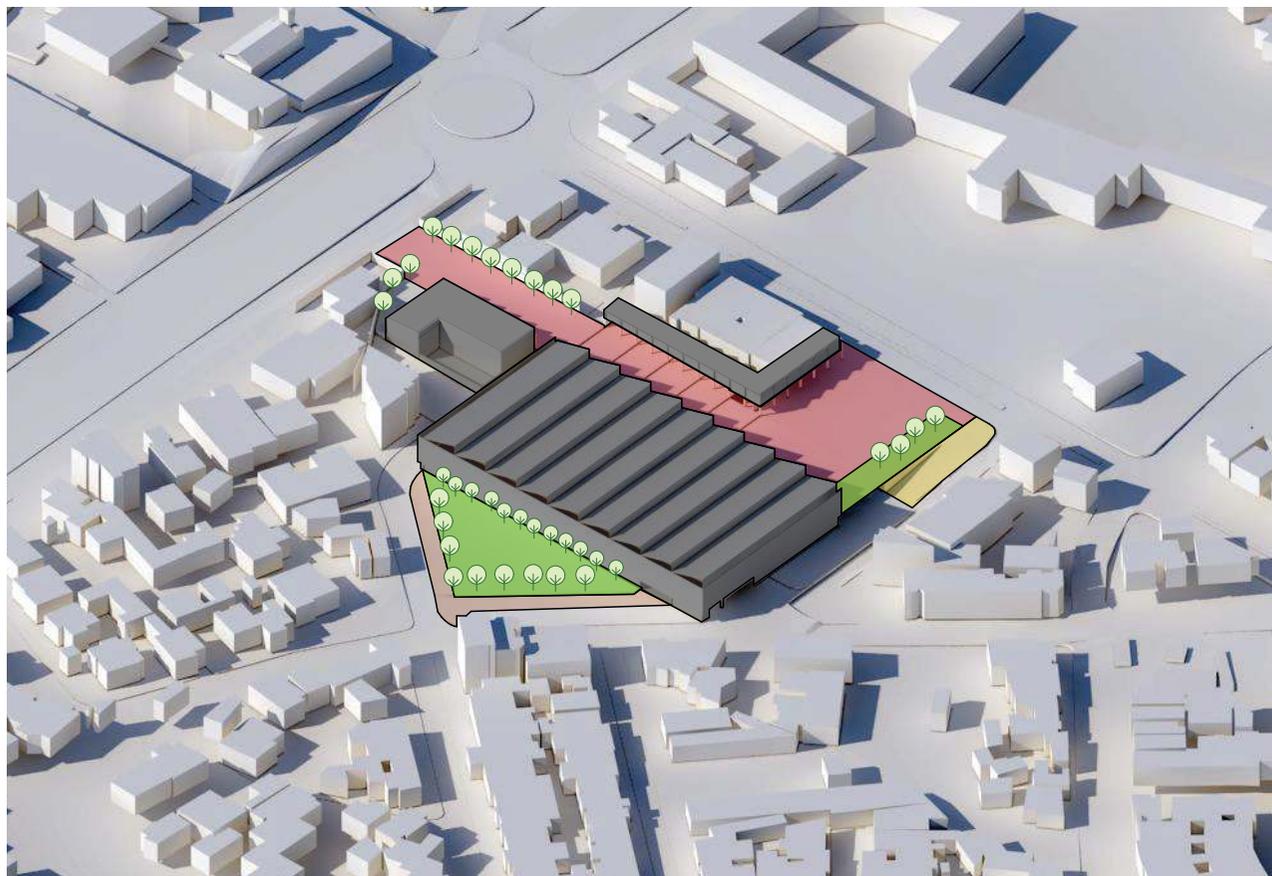
El bloque con mayor importancia es el mercado, ya que en este mismo bloque presentará el servicio del terminal interparroquial.

Estrategia Urbana



10. PROPUESTA GENERAL

La propuesta se concibe en su totalidad como un proyecto que se integra de manera positiva a la ciudad y se vincula urbanamente a los puntos importantes del sector. La creación de espacios públicos, terrazas con distintos niveles que se acomodan a la topografía y los bloques establecidos hacen del proyecto un plus a la ciudad y a la problemática del lugar.



PROYECTO ARQUITECTÓNICO

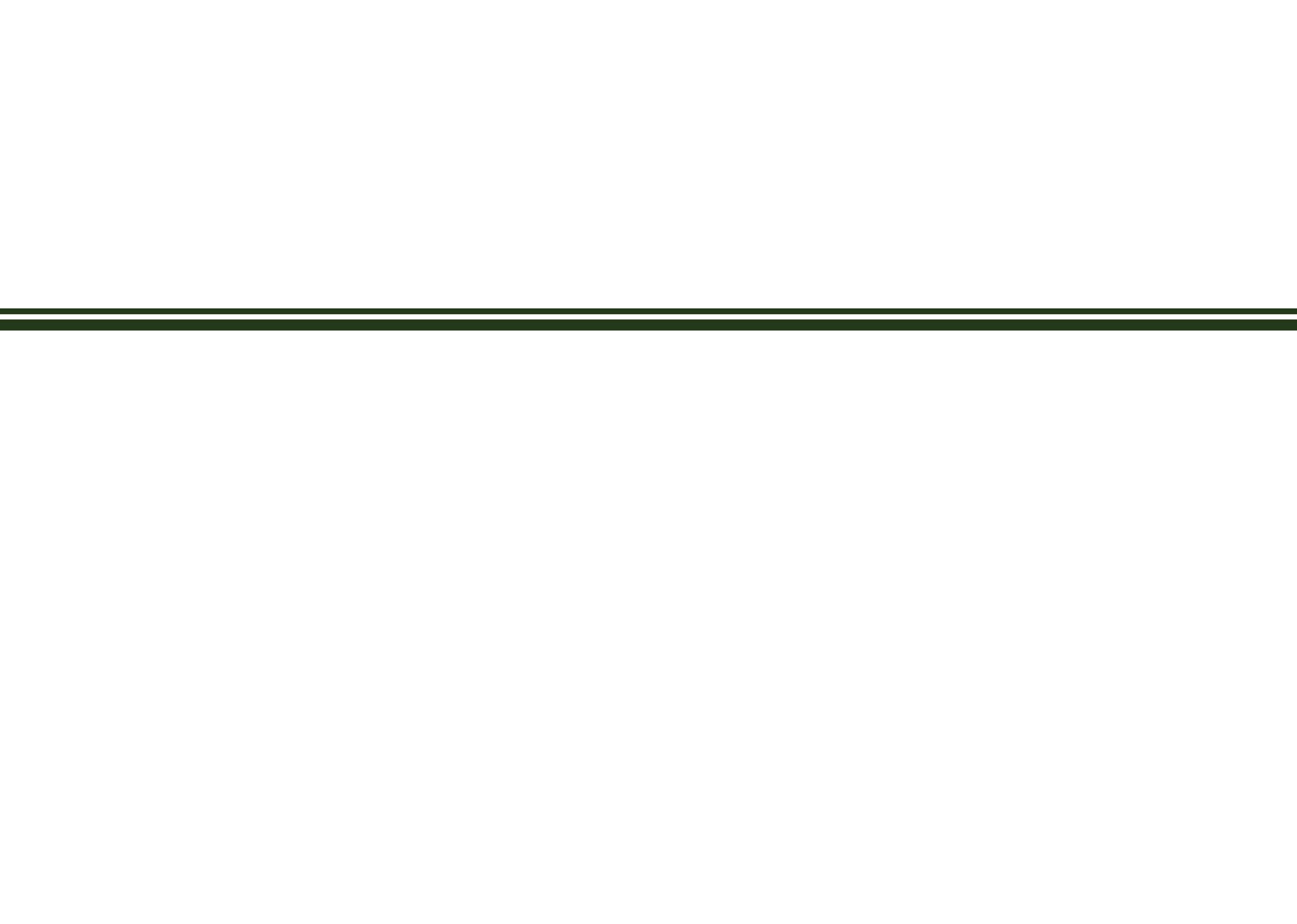
capítulo

05

5.1 Programa Arquitectónico

5.2 Proyecto Arquitectónico

5.3 Sistema Constructivo

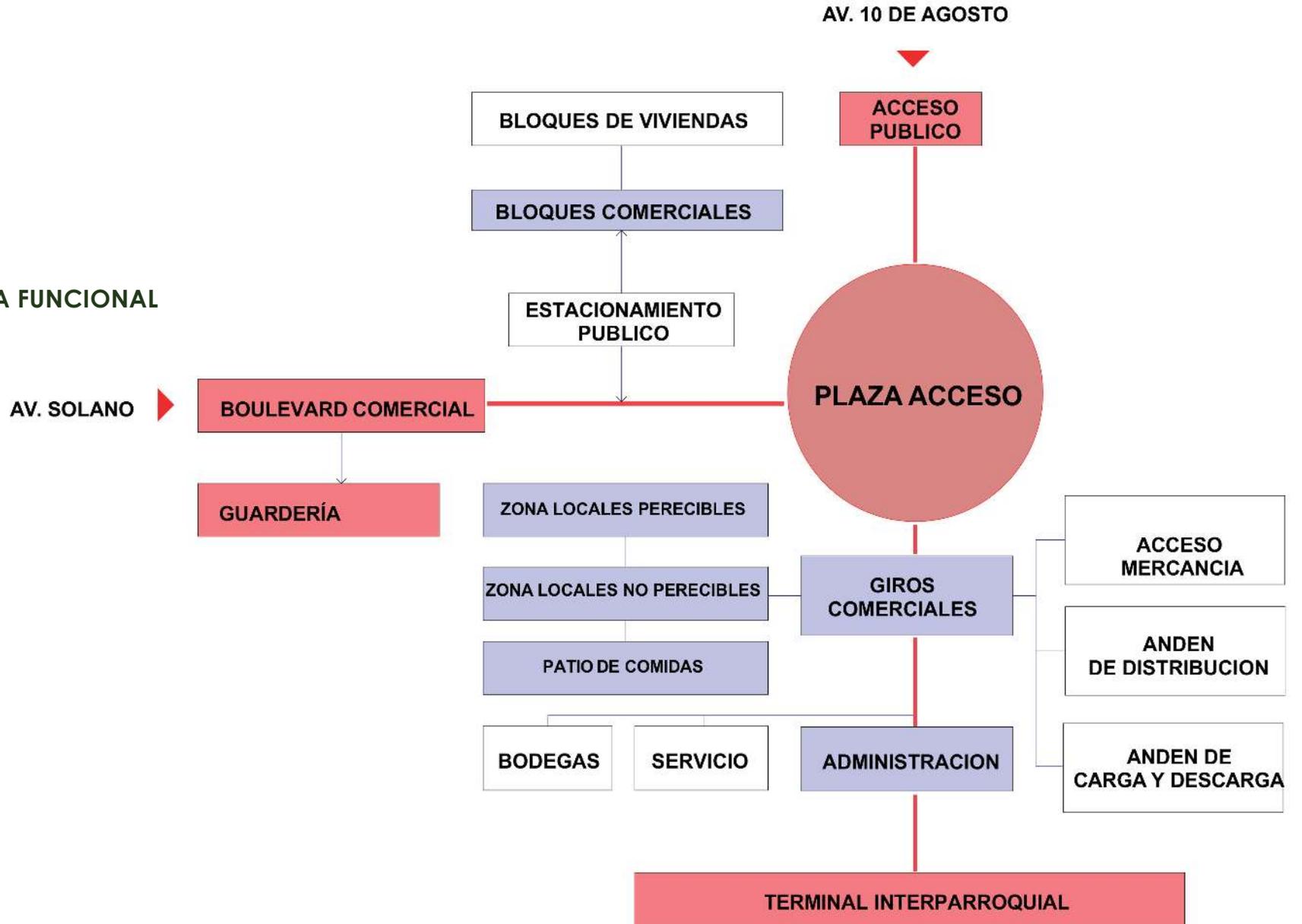


5.1 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

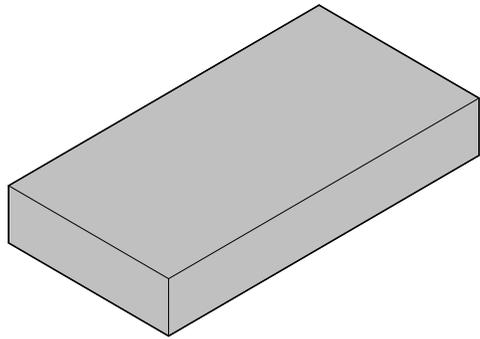
CUADRO DE AREAS				
ESPACIOS	TOTAL (m2)	CANTIDAD	AREA TOTAL M2	
ZONA EXTERIORES				11330
ESPACIO PUBLICO	5800	1	5800	
PARQUE	3330	1	3330	
ESTACIONAMIENTO	2200	1	2200	
ZONA ADMINISTRATIVA				114,54
RECEPCION	16,8	1	16,8	
SALA PRINCIPAL	21,14	1	21,14	
ENFERMERÍA	40,6	1	40,6	
SALA DE REUNIONES	19,5	1	19,5	
COCINA	9,9	1	9,9	
SERVICIOS	2,2	3	6,6	
ZONA DE LOCALES PERECIBLES				835,2
CARNICERÍA, PESCADERÍA, POLLERÍA	5,76	42	241,92	
GRANOS	5,76	18	103,68	
LIMPIAS DE MONTES	5,76	11	63,36	
VERDURAS Y FRUTAS	5,76	74	426,24	
ZONA DE LOCALES NO PERECIBLES				766,08
LOCALES COMERCIALES	5,76	133	766,08	
PATIO DE COMIDAS				236,16
COMIDAS PREPARADAS	5,76	35	201,6	
JUGOS Y REFRESCOS	5,76	6	34,56	
ARA LIBRE MERCADO				2401,27
AREA LIBRE	2401,27	1	2401,27	
COMERCIOS INTINERANTES				740
ZONA DE SERVICIOS				1479,48
SSHH PÚBLICO PLAZA	87,45	1		
SSHH PÚBLICO MERCADO	75,9	1		
AREA DE CARGA Y DESCARGA	220			
AREA DE BASURA	131,13			
BODEGAS	170			
OTROS	795			
GUARDERÍA				1290
TERMINAL INTERPARROQUIAL				2830
PARADA DE BUSES				
BOLETERIA				
SALA DE ESPERA				
LOCALES COMERCIALES				
SERVICIOS				
AREA TOTAL				19621,46

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

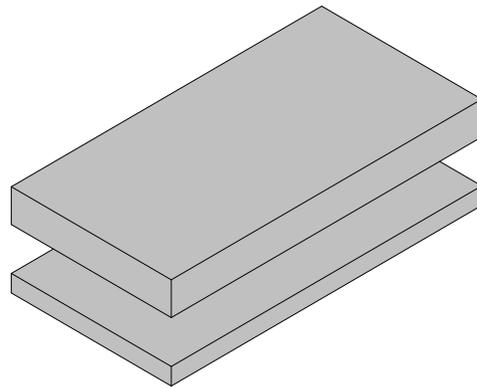
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



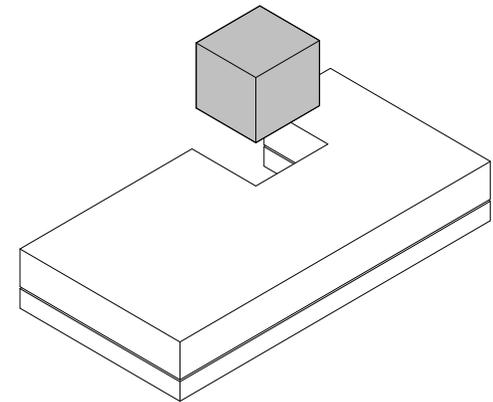
CONCEPTOS DE DISEÑO



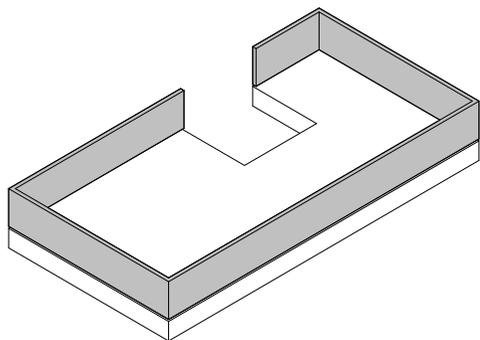
Bloque sólido



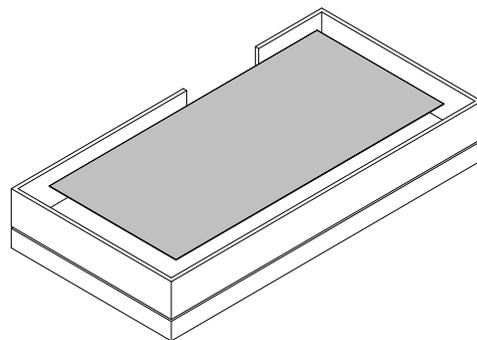
División de bloque en dos para distinta función



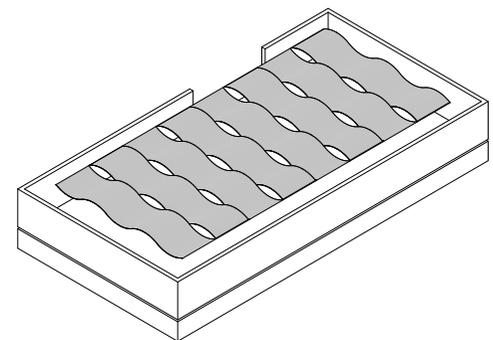
Sustración de bloque modular para uso de circulación



Delimitación de espacio libre



Acentamiento de una cubierta central

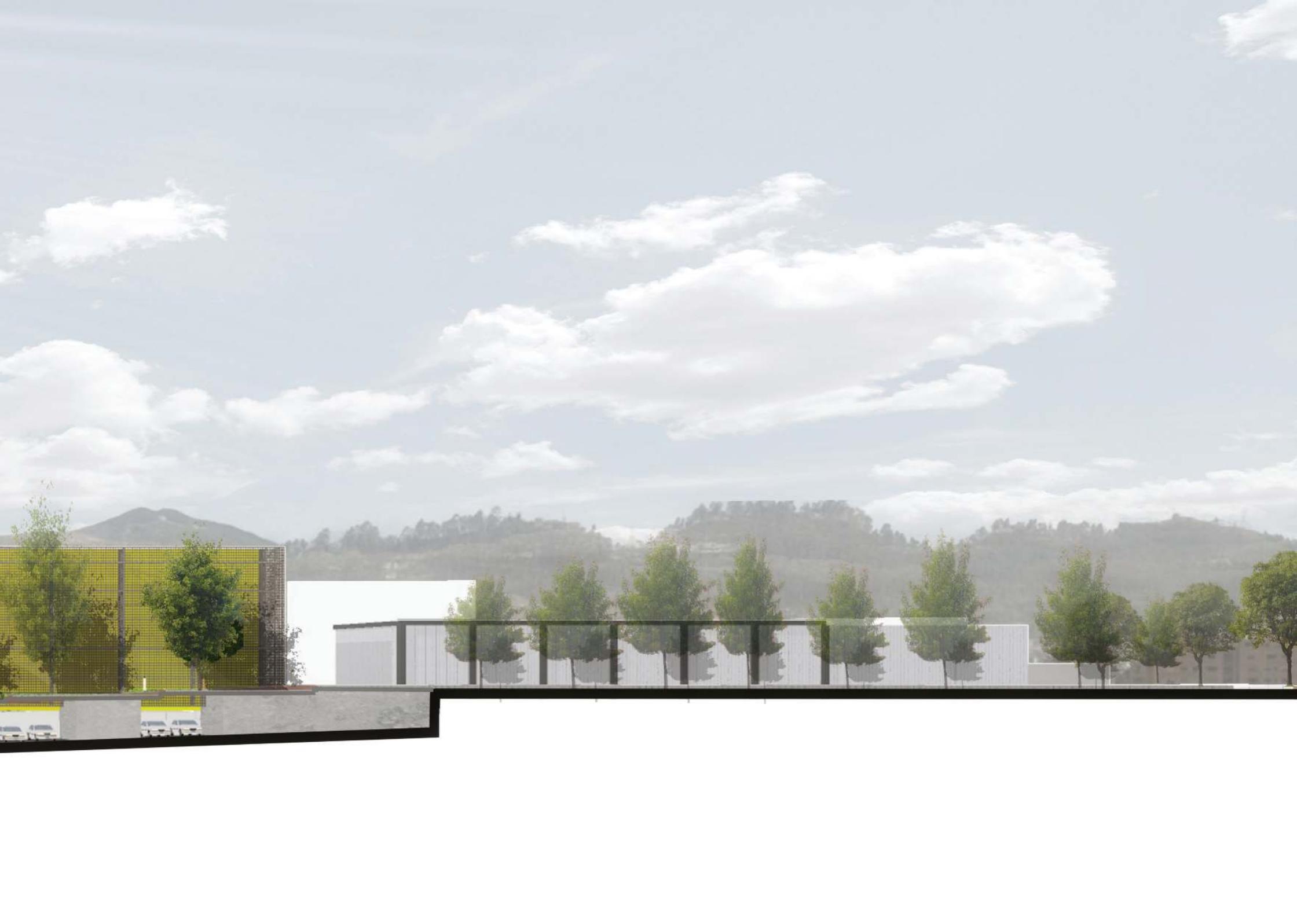


Conformación de nuevo bloque arquitectónico

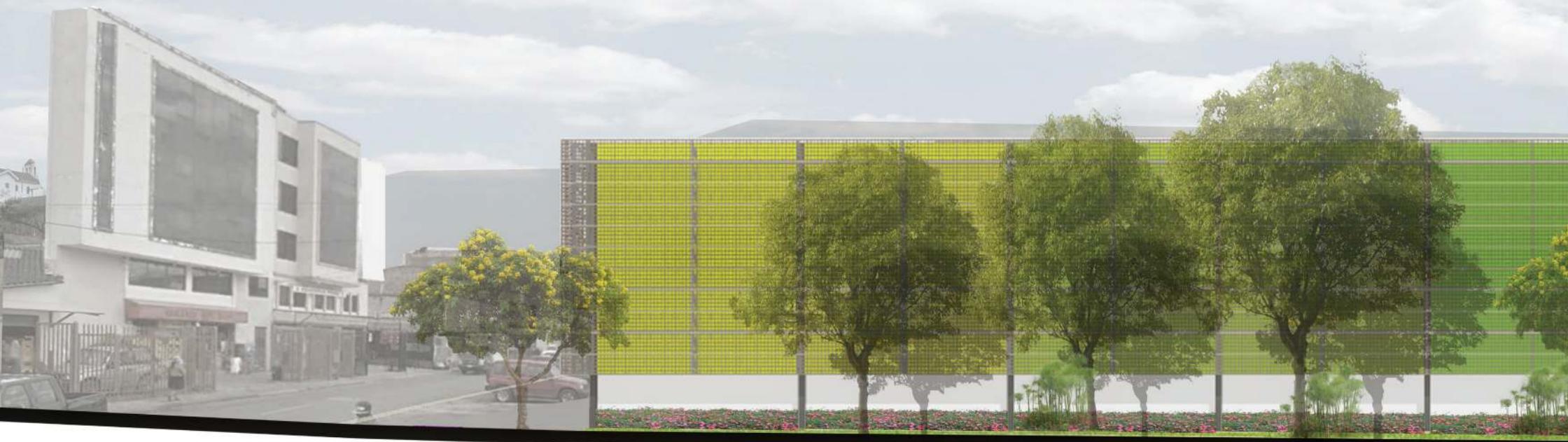


ELEVACIÓN SUR





ELEVACIÓN NORTE





ELEVACIÓN OESTE





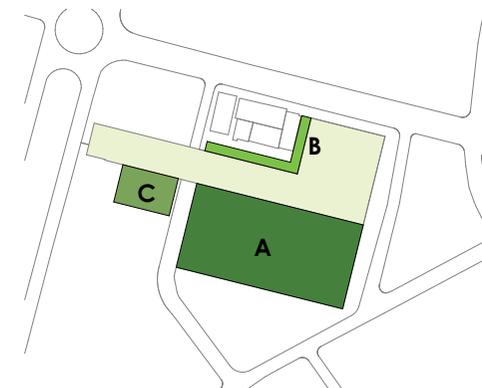


5.2 PROYECTO ARQUITECTÓNICO

Planta baja general - n=0.00 m

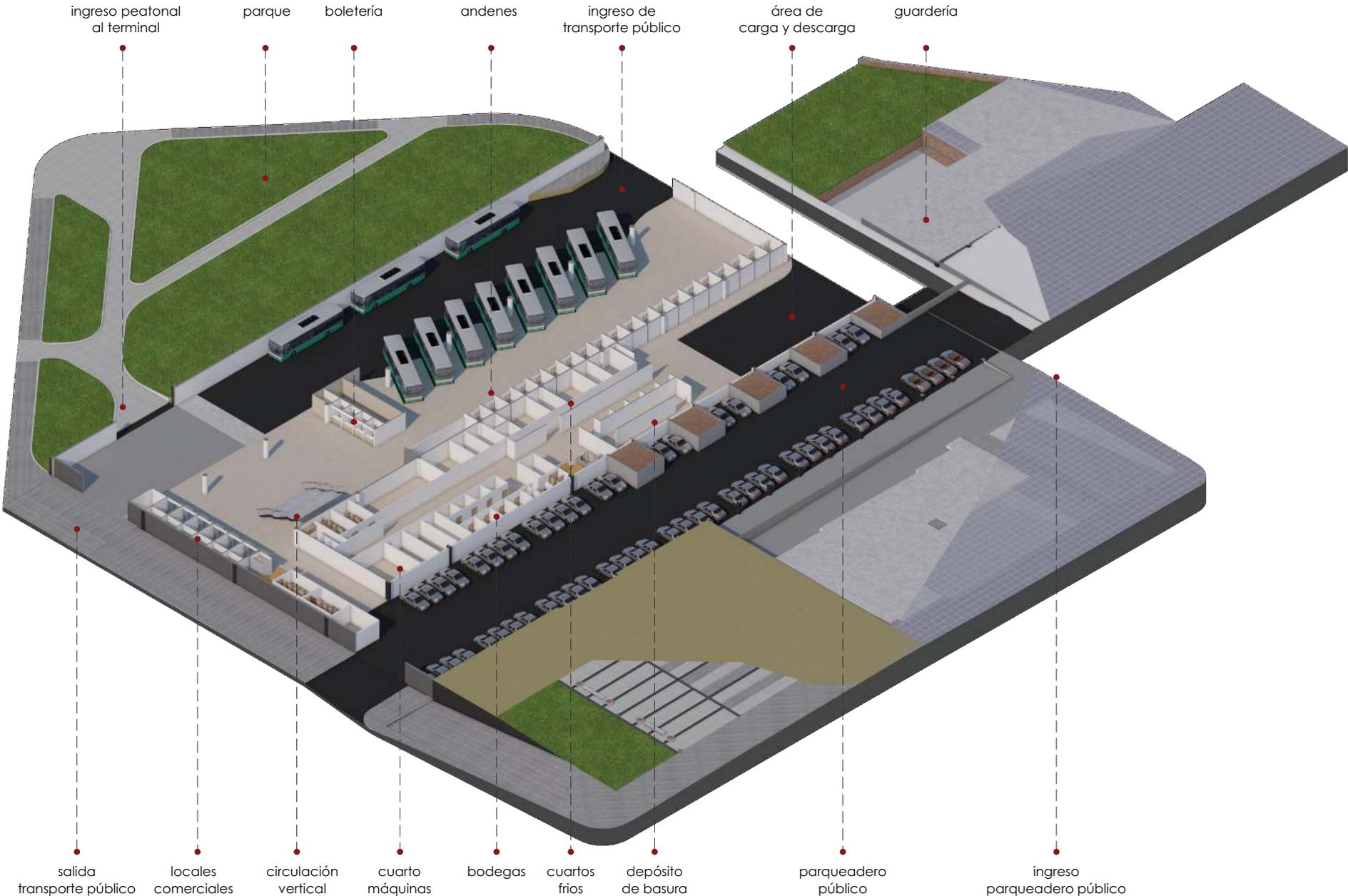


- | | | | |
|----------------------|---|----------------------|---|
| vestíbulo principal | ● | locales comerciales | ● |
| circulación vertical | ● | área privada mercado | ● |
| boletería | ● | servicios | ● |
| andenes | ● | parqueadero público | ● |

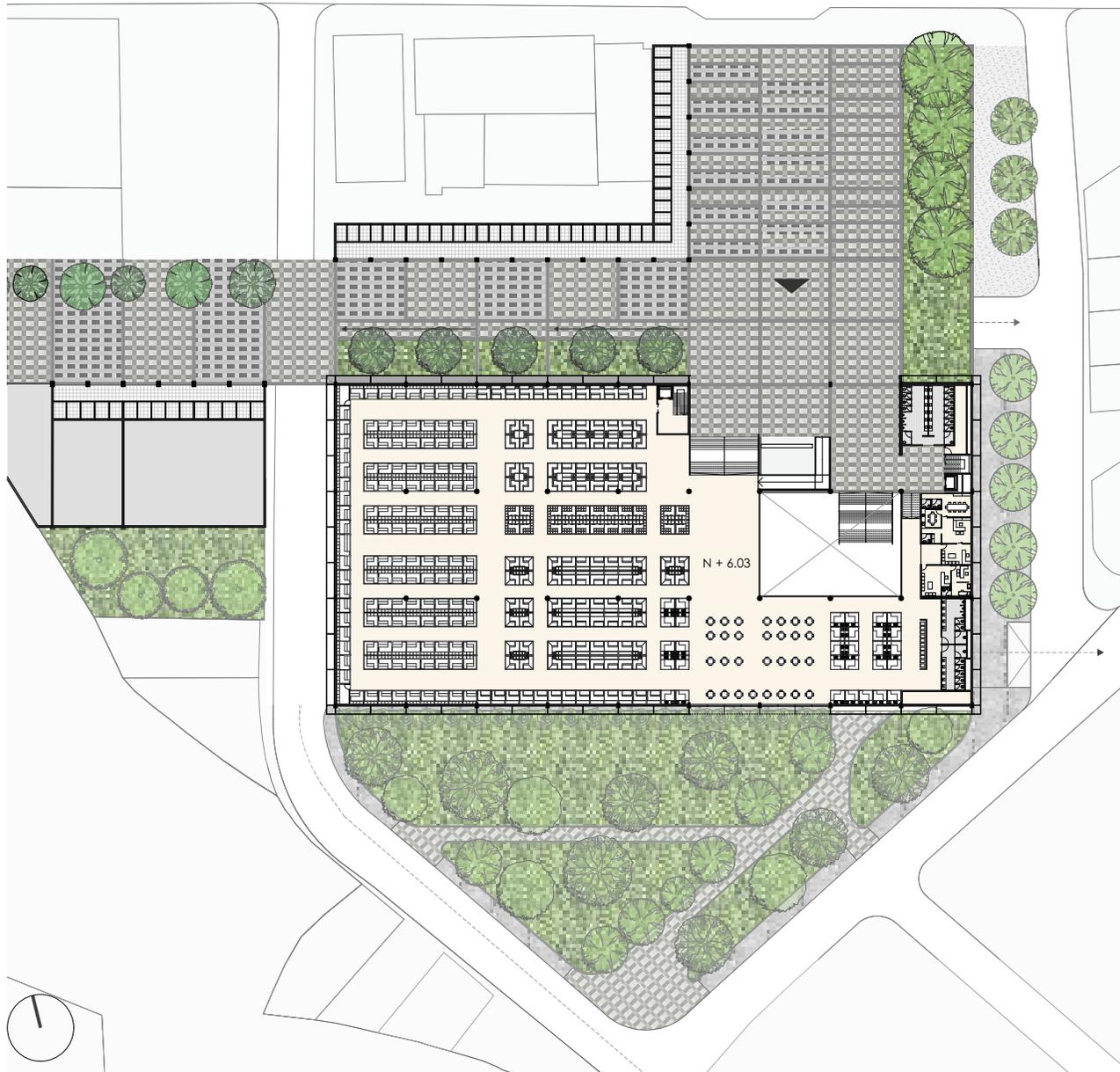


- bloque A: mercado
 bloque B: locales comerciales - comercios itinerantes
 bloque C: guardería

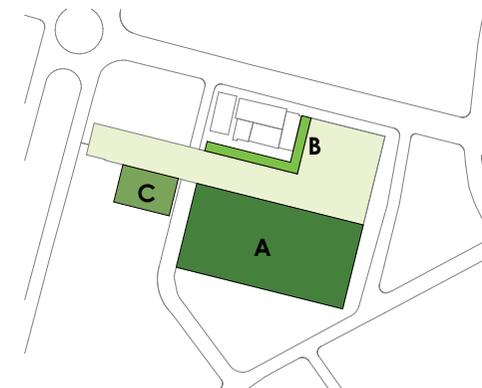
Axonometría - planta baja general



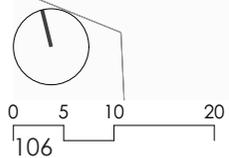
Planta alta general - n=6.03 m



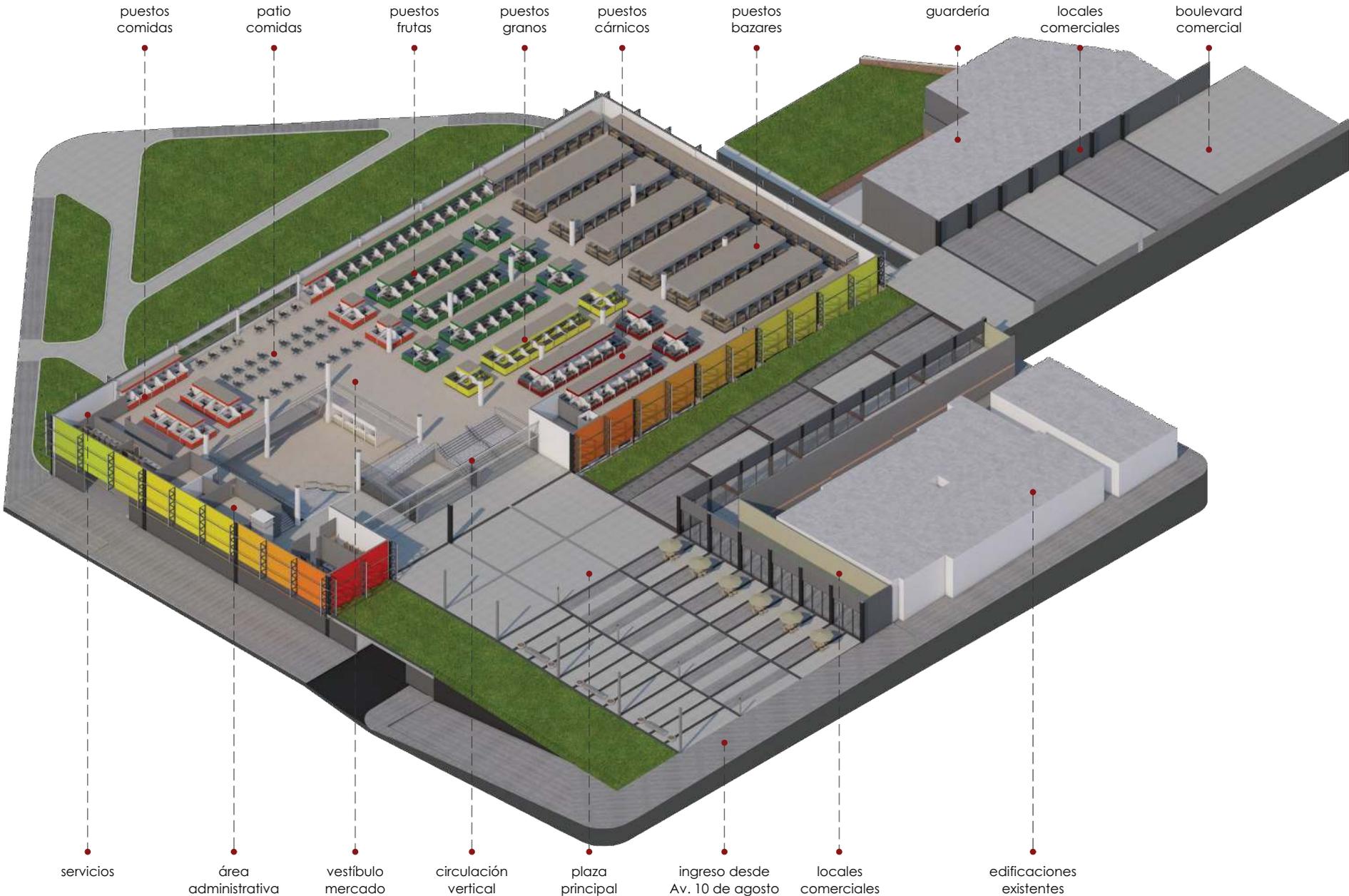
- | | | | |
|----------------------|---|----------------------|---|
| vestíbulo principal | ● | puesto de cárnicos | ● |
| circulación vertical | ● | bazares - locales | ● |
| puesto de frutas | ● | área privada mercado | ● |
| puesto de comidas | ● | área administrativa | ● |
| puesto de granos | ● | servicios | ● |



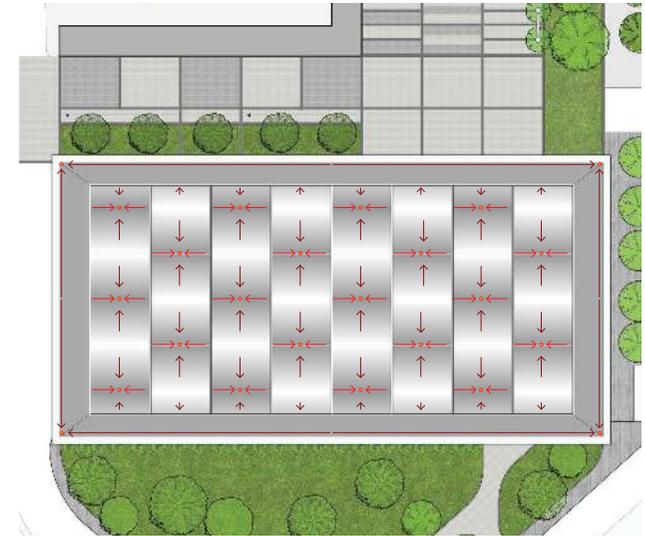
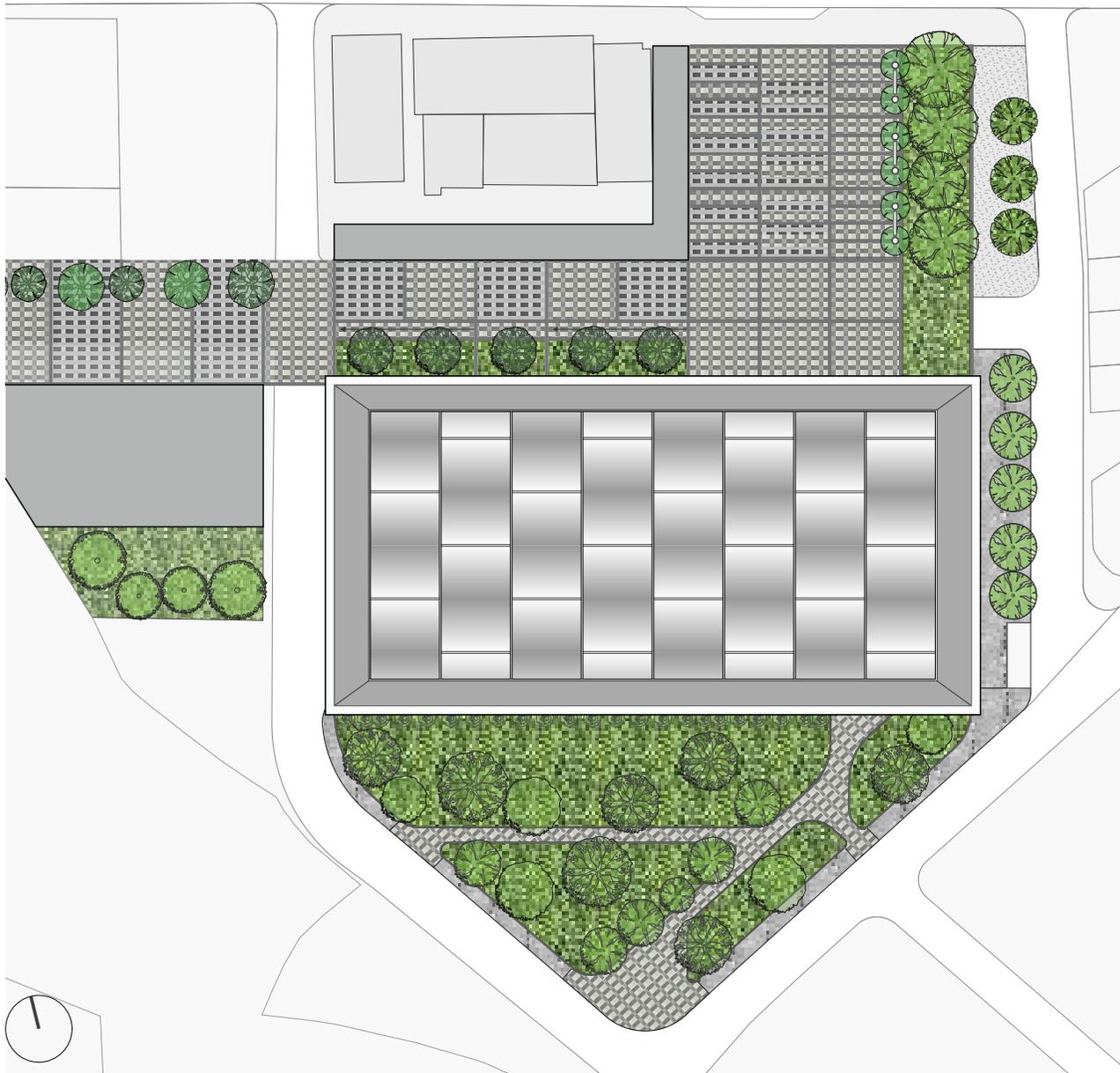
- bloque A: mercado
 bloque B: locales comerciales - comercios itinerantes
 bloque C: guardería



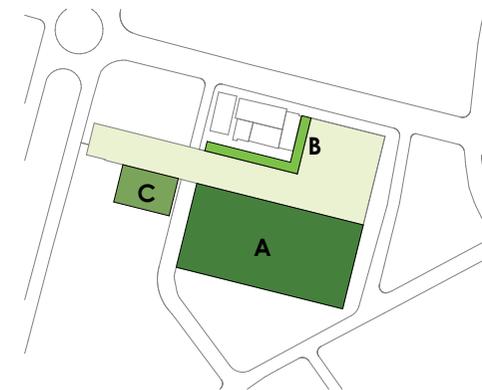
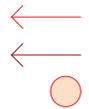
Axonometría - planta alta general



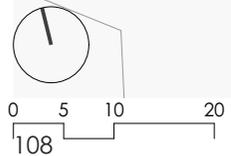
Planta de cubierta general



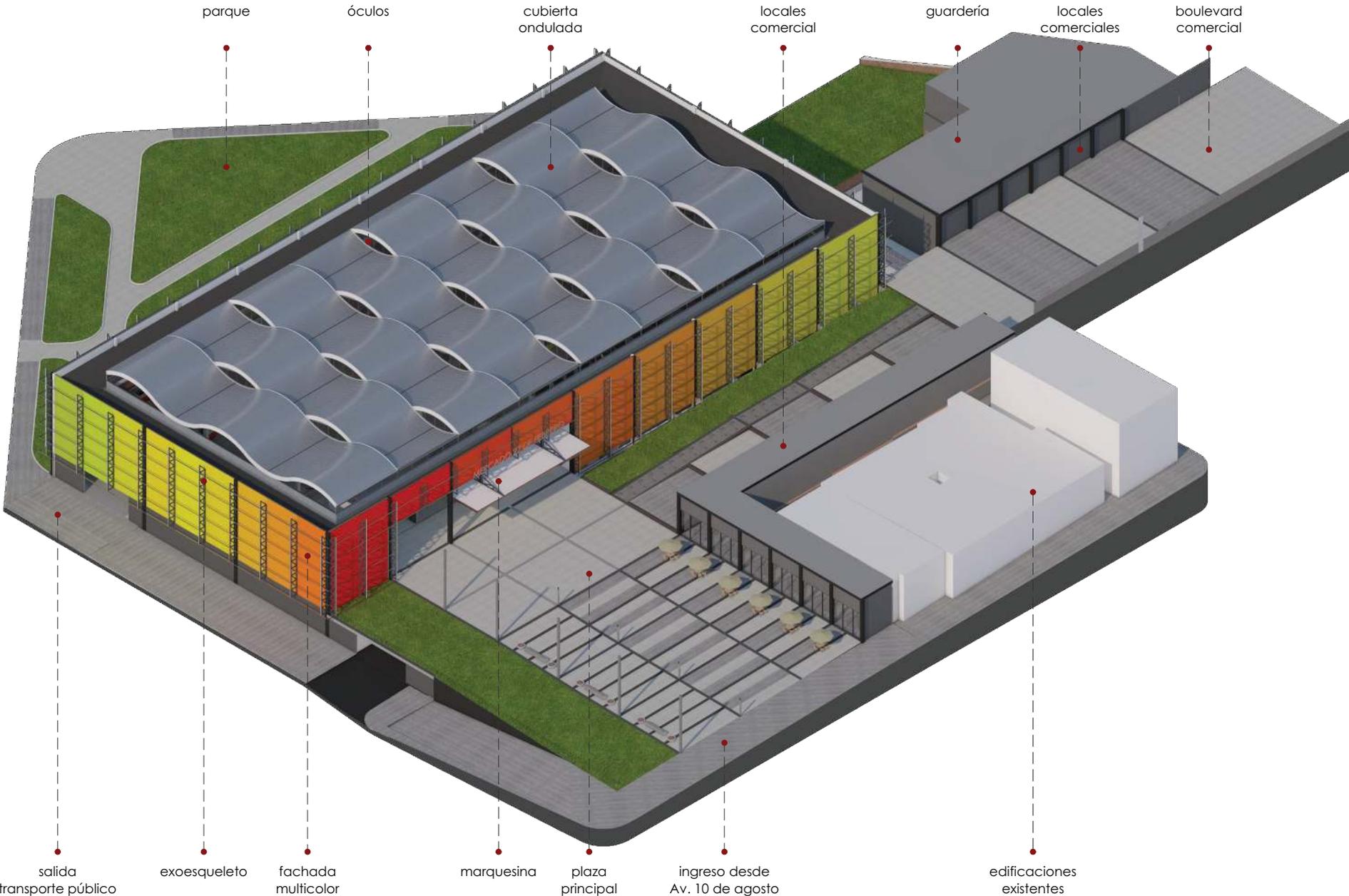
recorrido de aguas lluvia por canaleta
 recorrido por bajante curva de cubierta
 bajante de aguas lluvias

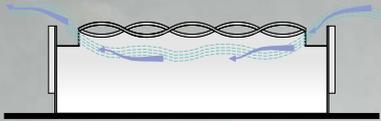


bloque A: mercado
 bloque B: locales comerciales - comercios itinerantes
 bloque C: guardería

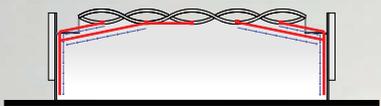


Axonometría - planta general de cubiertas





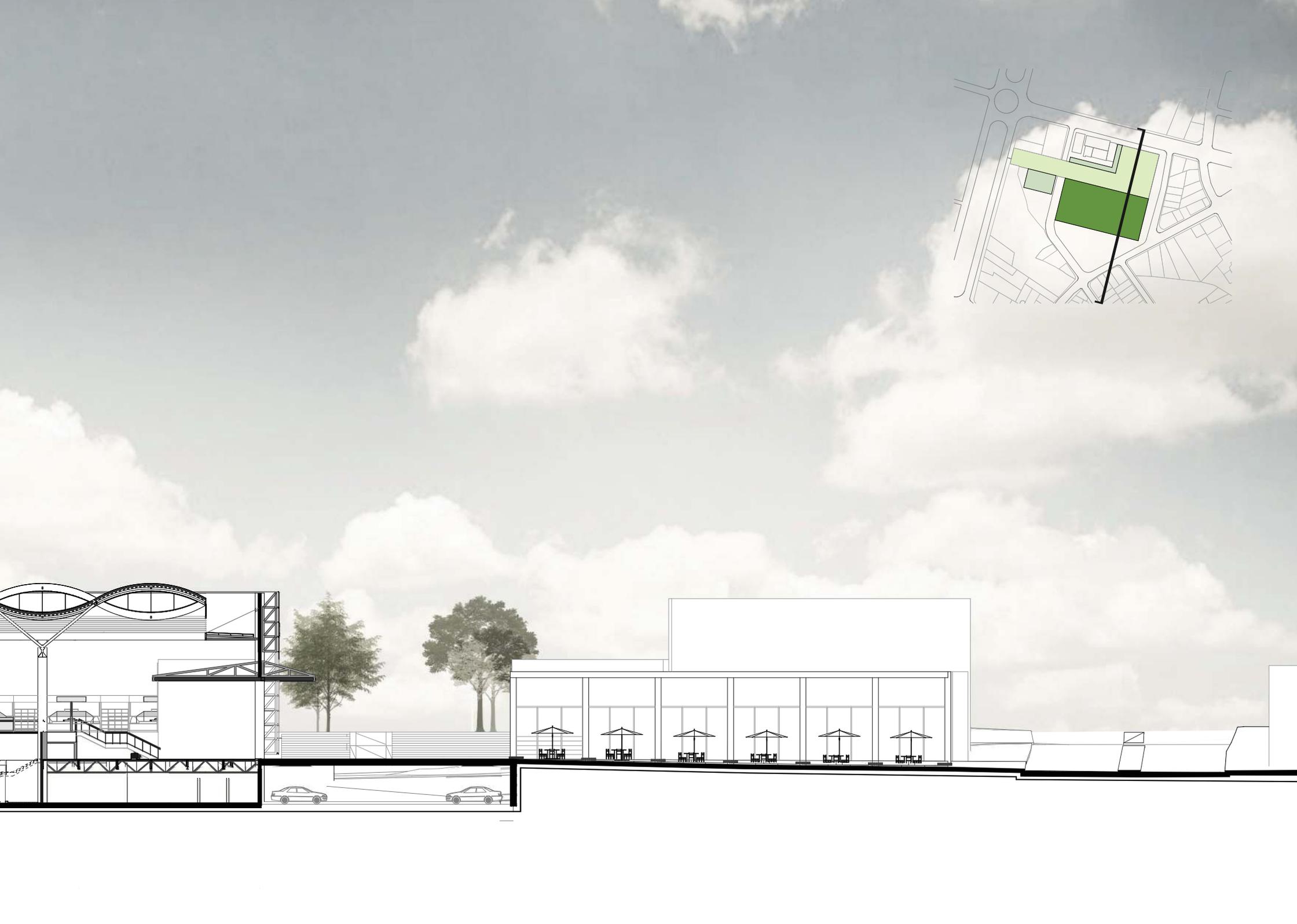
Esquema: Ventilación cruzada

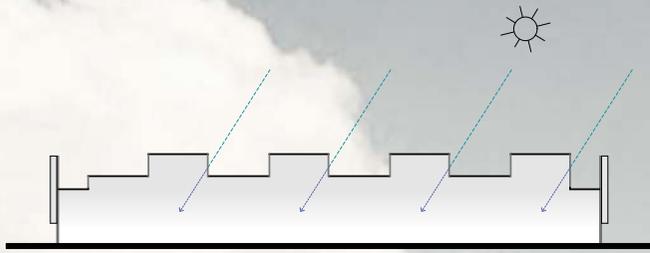


Esquema: Evacuación de aguas lluvias

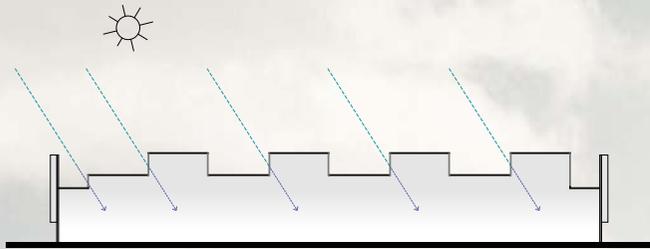


sección longitudinal

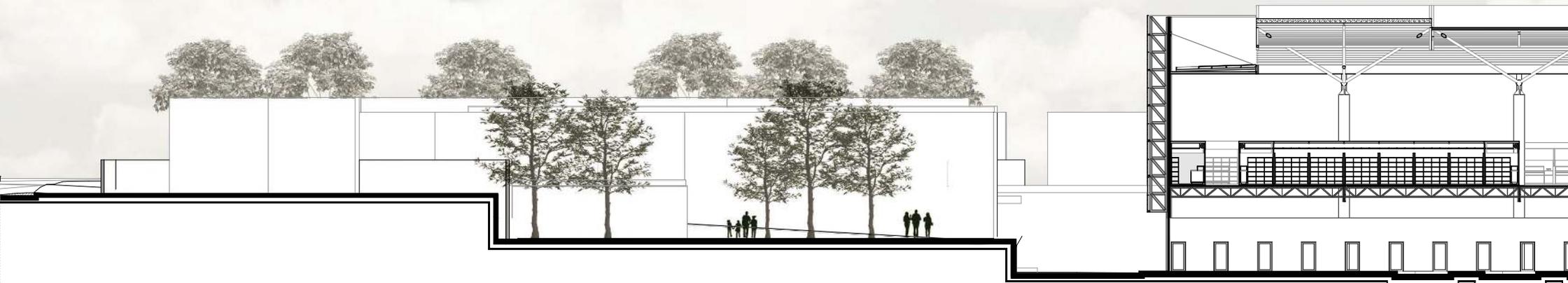




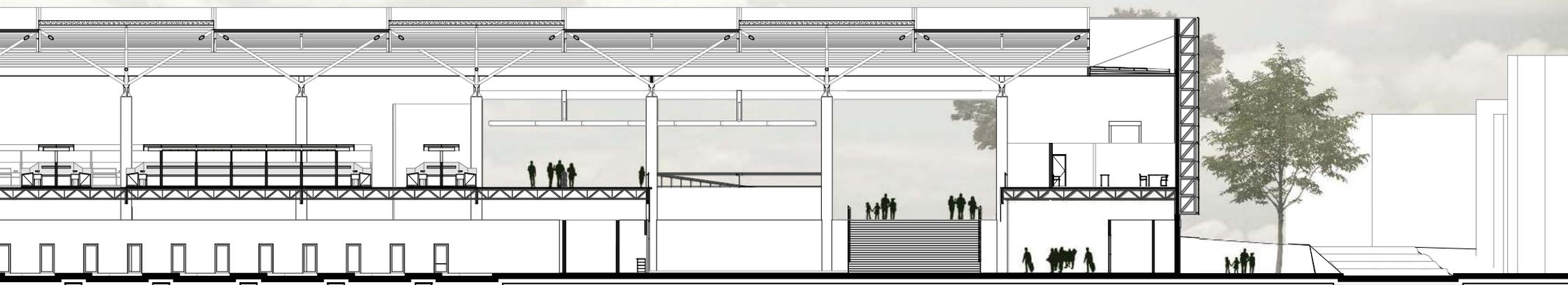
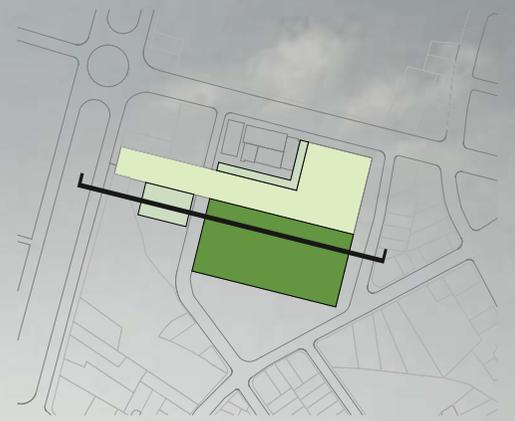
Esquema: Iluminación natural, día



Esquema: Iluminación natural, tarde



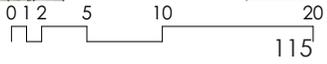
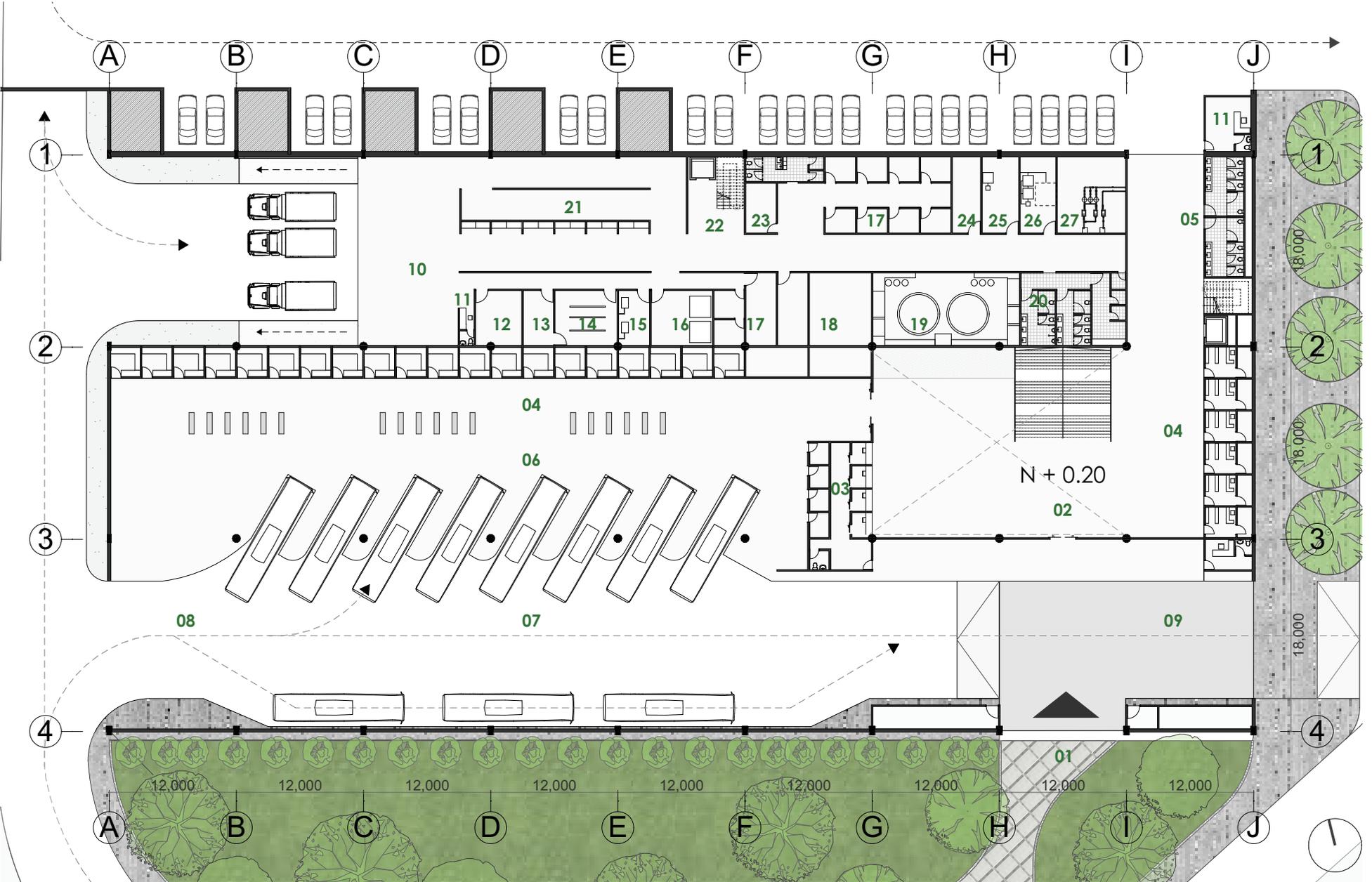
sección transversal



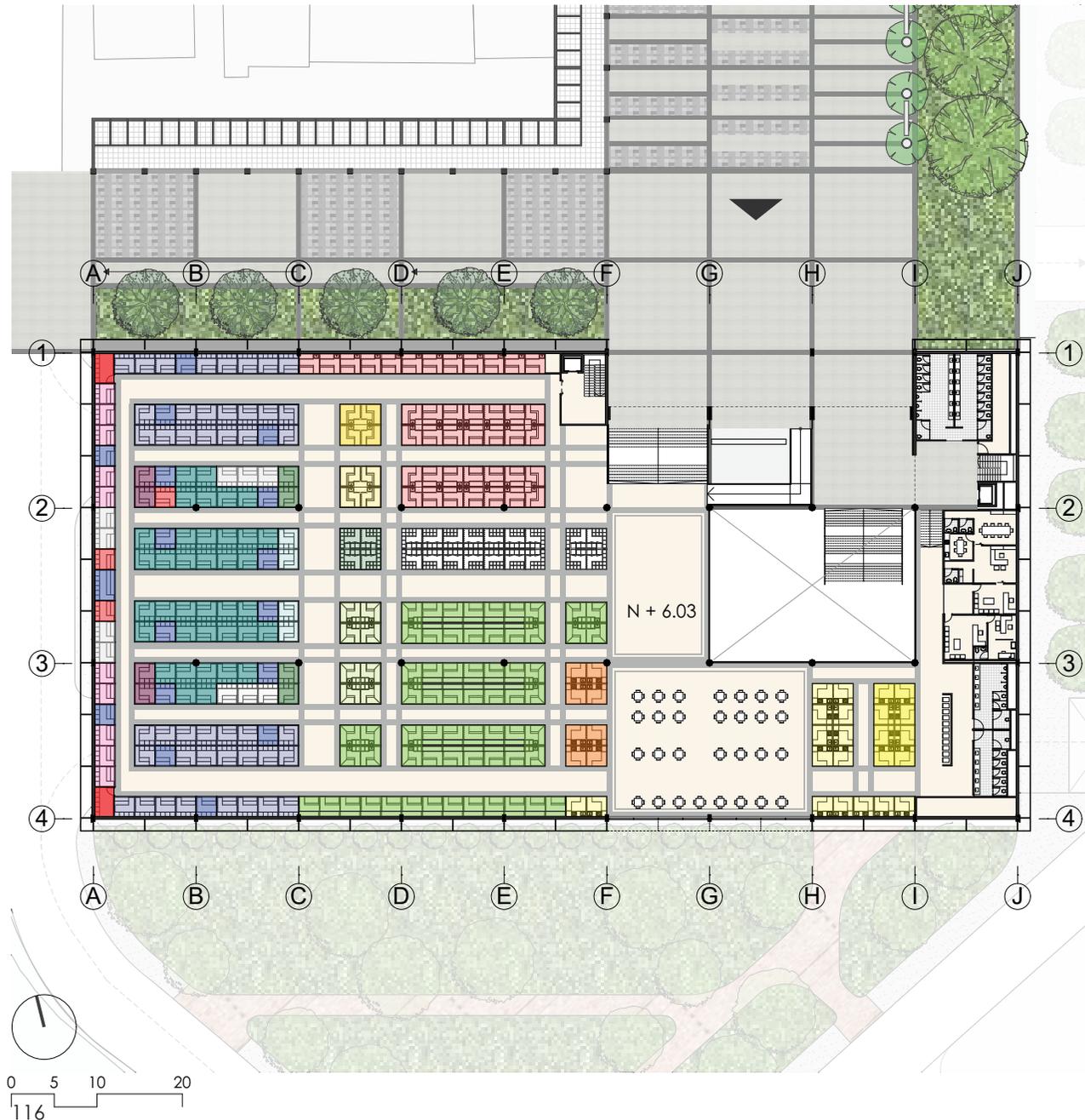


- 01 Entrada peatonal al terminal
- 02 Vestíbulo y circulación vertical
- 03 Boletería
- 04 Locales comerciales
- 05 Baños públicos
- 06 Andenes y área de espera
- 07 Estacionamiento de transporte público
- 08 Ingreso de transporte
- 09 Salida de transporte
- 10 Área de carga y descarga
- 11 Oficinas de control
- 12 Cuarto de procesamiento
- 13 Cuarto de lavado
- 14 Cuarto de desposte
- 15 Cuarto de máquinas
- 16 Cuarto frío
- 17 Bodegas
- 18 Cuarto de iluminación
- 19 Cuarto de desinfección de frutas
- 20 Baños y vestuarios para empleados
- 21 Basuras orgánicas e inorgánicas
- 22 Circulación vertical
- 23 Cuarto de limpieza
- 24 Grupo electrógeno
- 25 Sistema contra incendios
- 26 Grupo hidroneumático
- 27 Cisterna

planta arquitectónica baja (terminal interparroquial) - n=0.00 m

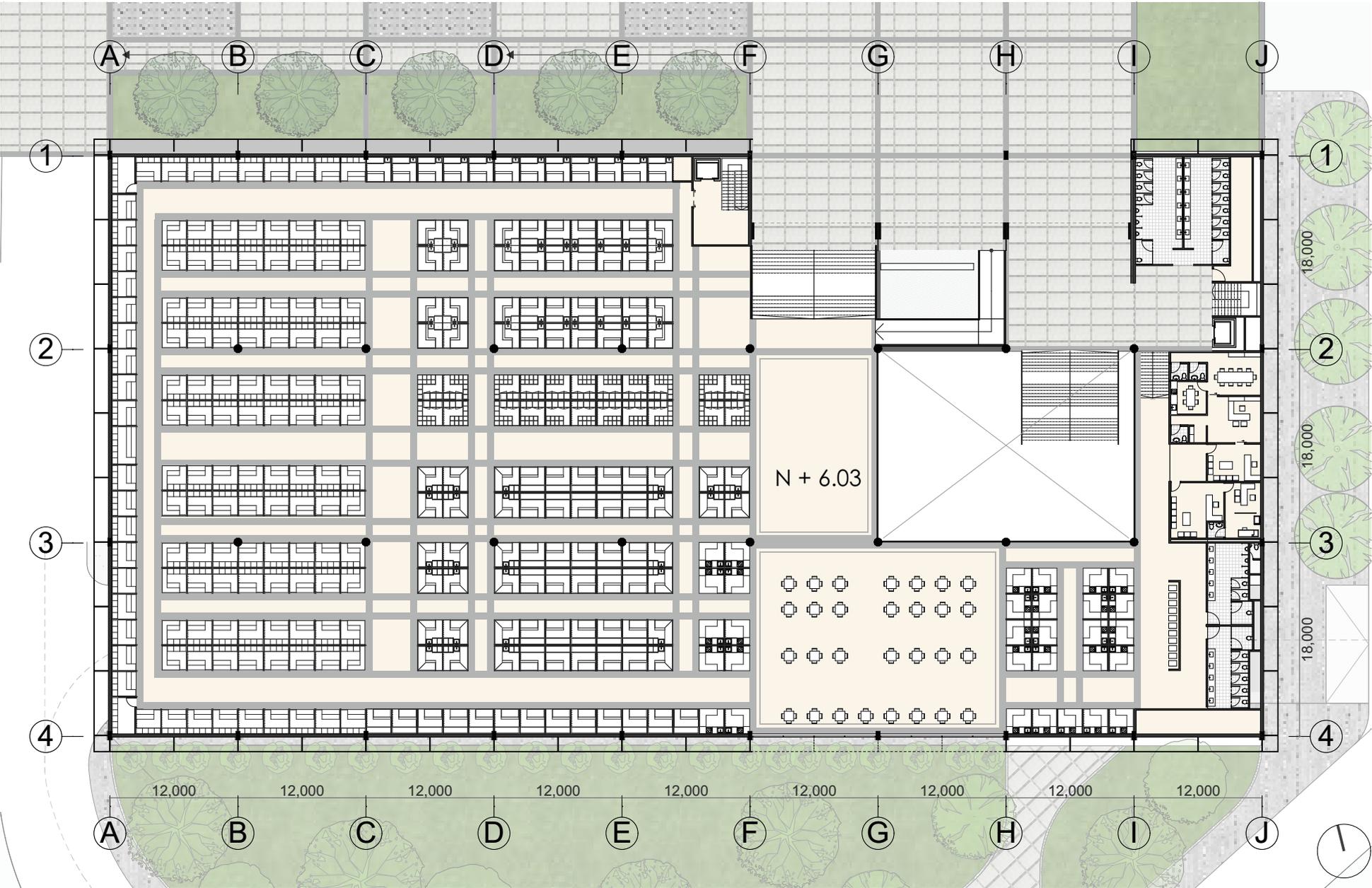


zonificación detallada de los puestos del mercado



PUESTOS	#	PUESTOS	#
GABINETE	17	BAZAR	44
ABASTOS	38	BISUTERÍA	4
PANADERÍA	2	CALZADO	10
DESPENSA	2	POLLOS	1
REFRESCOS	8	MARISCOS	2
ROPA	48	LIMPIAS MONTES	6
CELULARES	3	BODEGAS	3
HILOS-LANAS	3	COSTURA	4
HORNADO	8	CABINAS	3
COMEDORES	23	BAZAR VIDEOS	2
VERDURAS	8	PAPELERÍA	4
FRUTAS	62	OFICINA	1
CARNICOS	41	INTERNET	2
PLÁSTICOS	10	GRANOS	19

planta arquitectónica alta (mercado) - n=6.03 m



Puestos tipo de mercado



puesto de cárnicos

bazares - locales

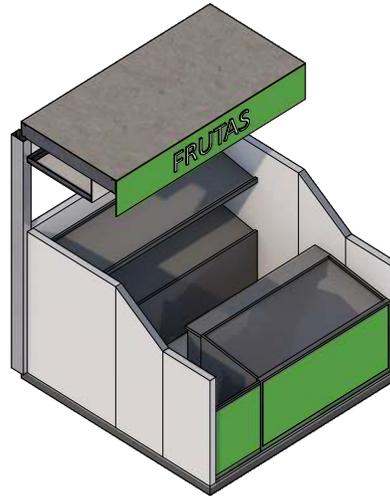
puesto de frutas

puesto de comidas

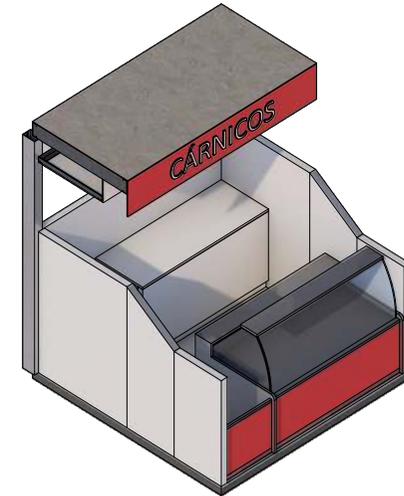
puesto de granos

ejes de circulación principal

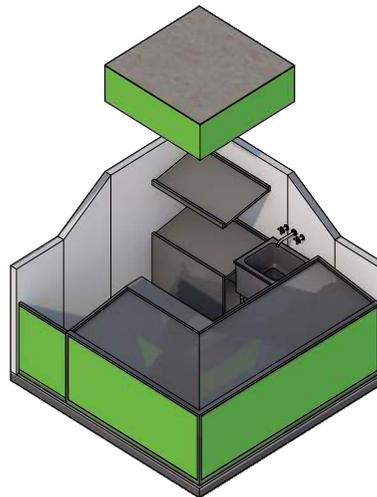
eje de circulación secundaria



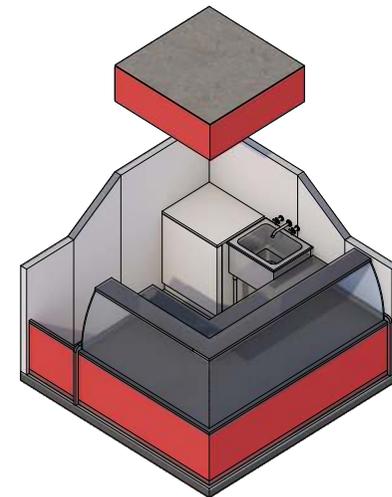
PUESTO DE FRUTAS Y VERDURAS



Puesto de cárnicos



PUESTO DE FRUTAS Y VERDURAS
SOLUCIÓN EN ESQUINA

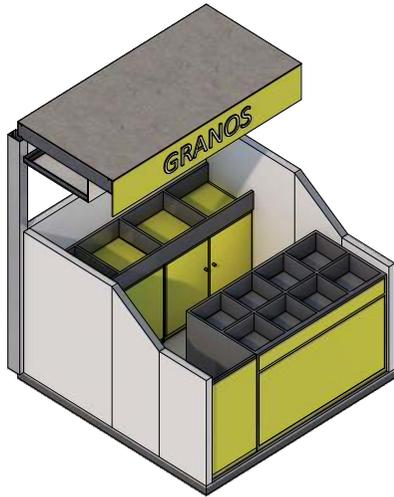


Puesto de cárnicos
solución en esquina

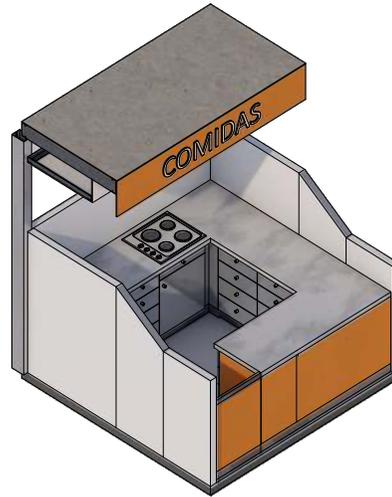
Depende de la espacialidad del mercado, para esto se parte del módulo de 0.3 m, ya que, en este caso, es compatible con el espacio y fácil de modular el interior.

La construcción de estos puestos es sencilla y de fácil mantenimiento. La base, entrepaños que se construyen en obra son de concreto armado y los muebles son de materiales de mantenimiento sencillo.

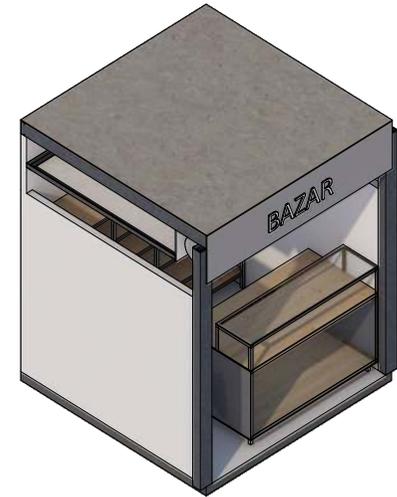
En los muros divisorios de cada puesto se utiliza muros a base de bloque hueco, por la rapidez en la mano de obra, también es recomendable la utilización de muros prefabricados por la disminución que representa en costos.



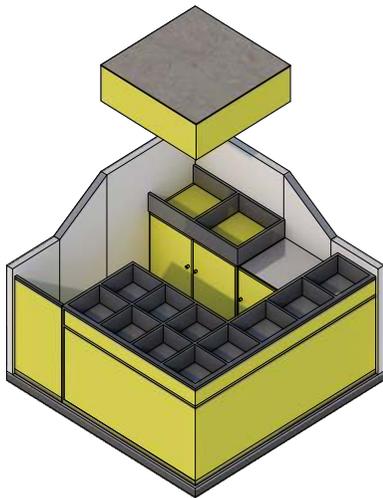
Puesto de granos



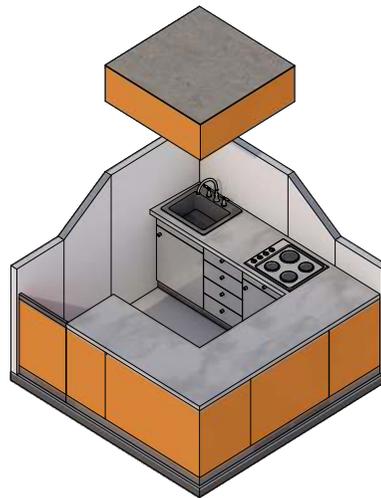
Puesto de comidas preparadas



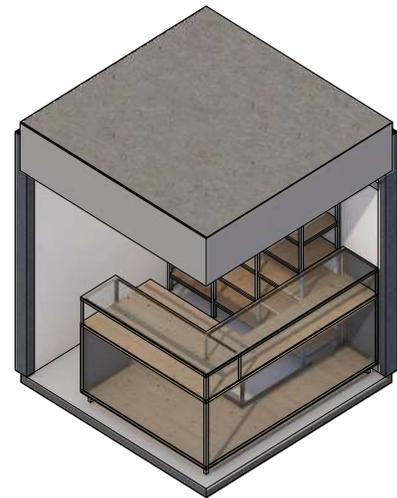
Locales comerciales (bazar)



Puesto de granos
solución en esquina

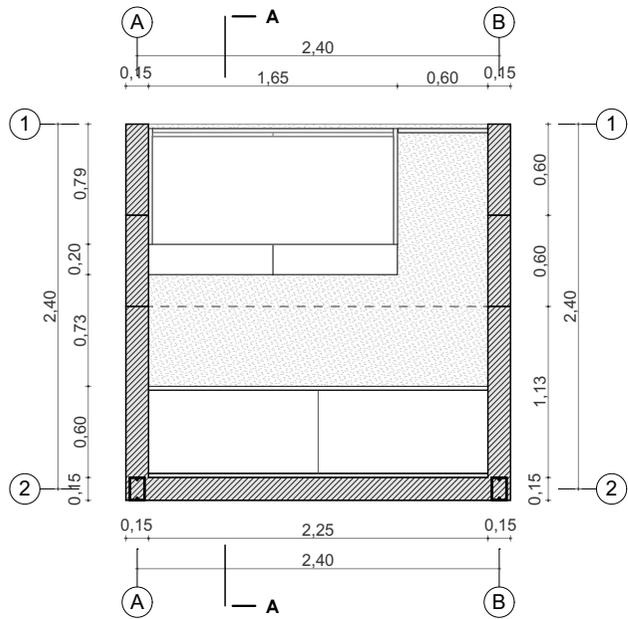


Puesto de comidas preparadas
solución en esquina

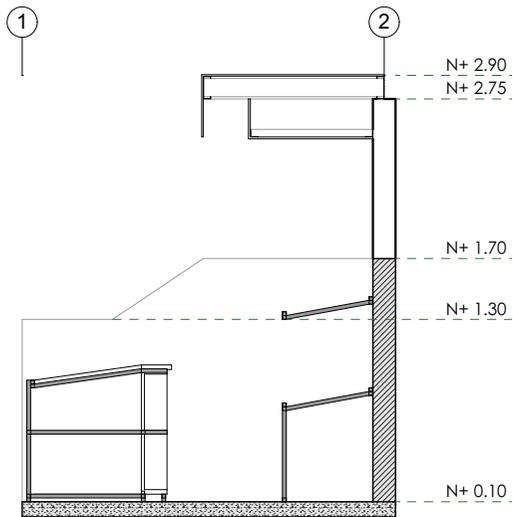


Locales comerciales (bazar)
solución en esquina

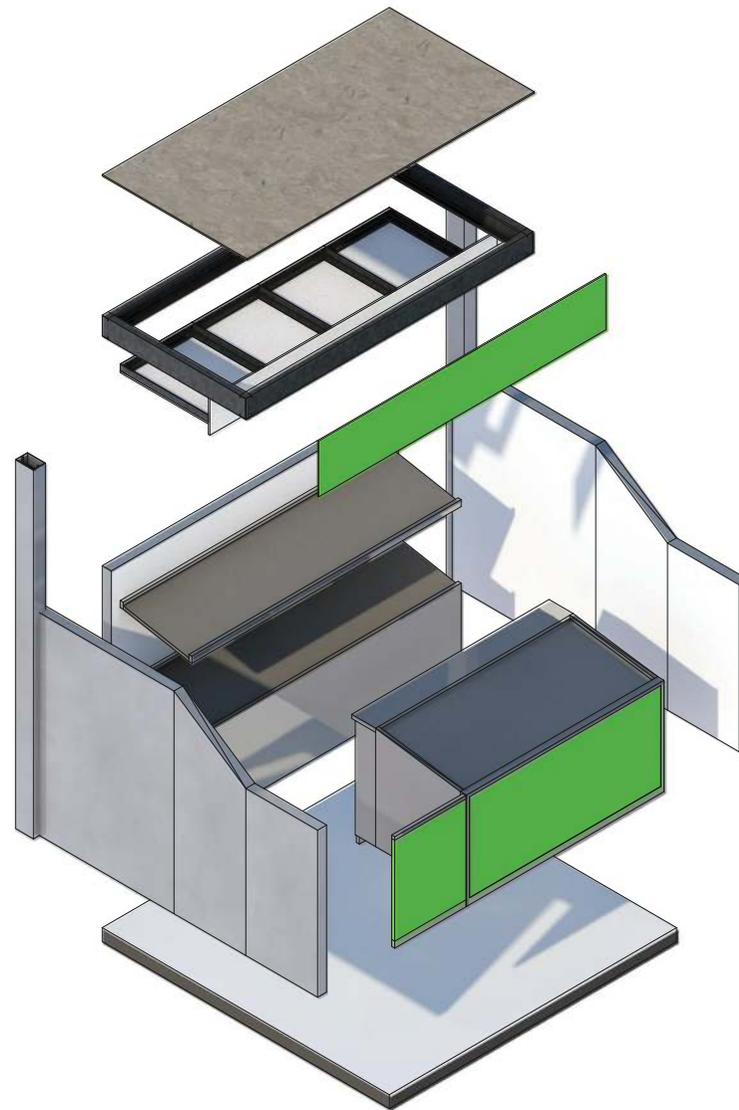
Puestos tipo de mercado



Planta tipo - puesto de frutas y verduras



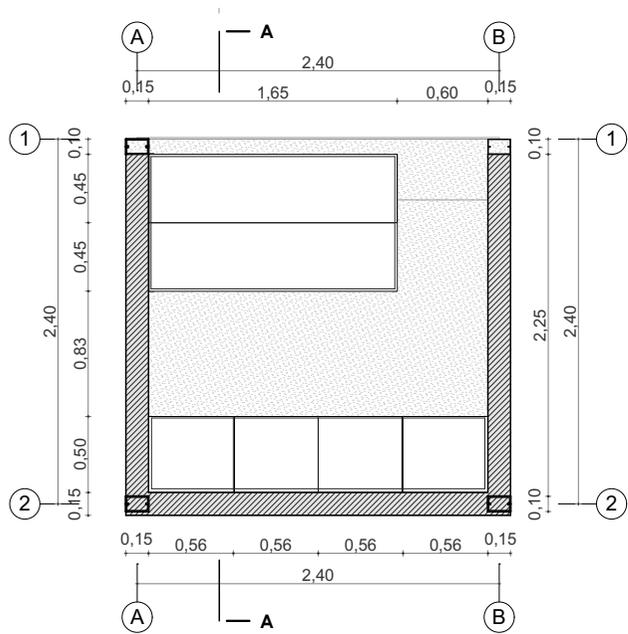
Sección A-A



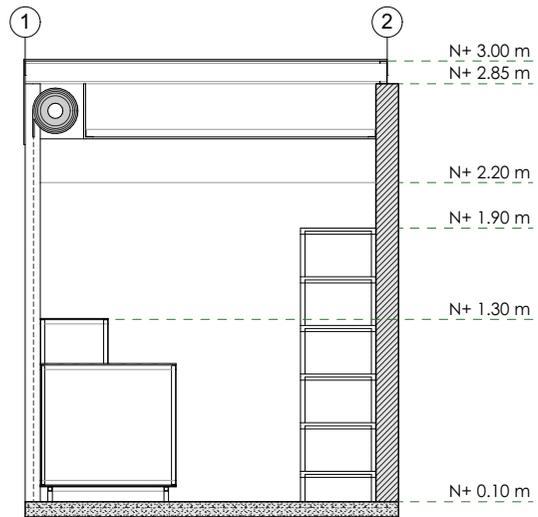
Axonometría explotada



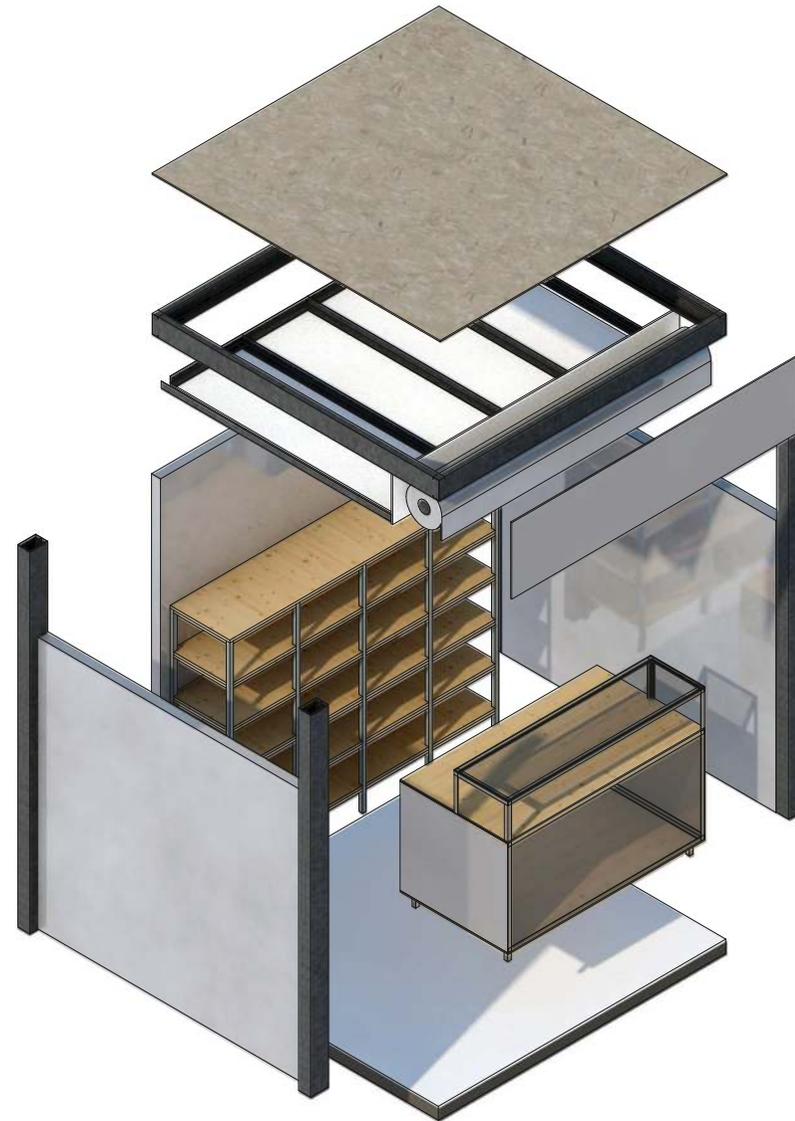
Puestos tipo de mercado



Planta tipo - locales comerciales (bazares)



Sección A-A



Axonometría explotada

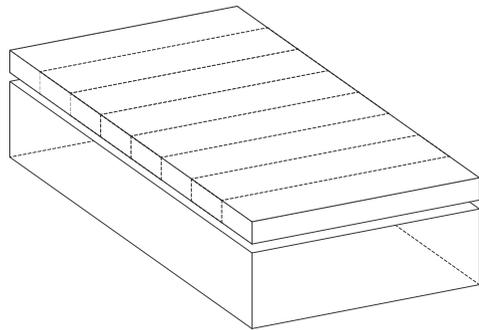




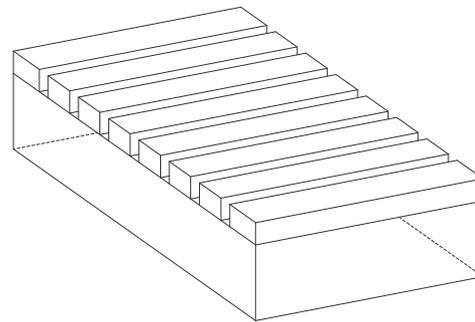
5.3 SISTEMA CONSTRUCTIVO



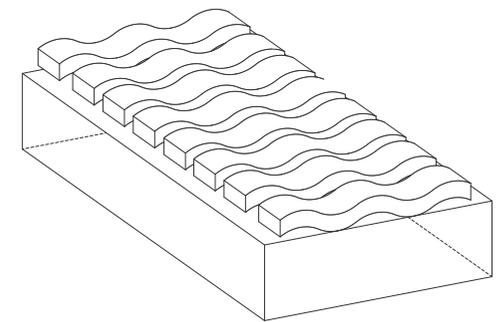
Conceptos de diseño



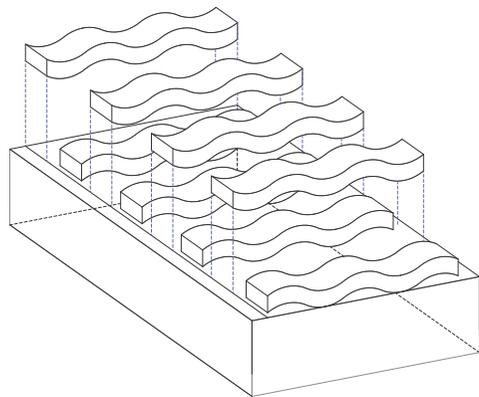
Cubierta plana en base a módulos establecidos



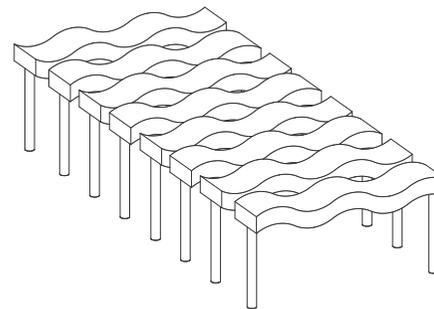
División de la cubierta en base a cintas



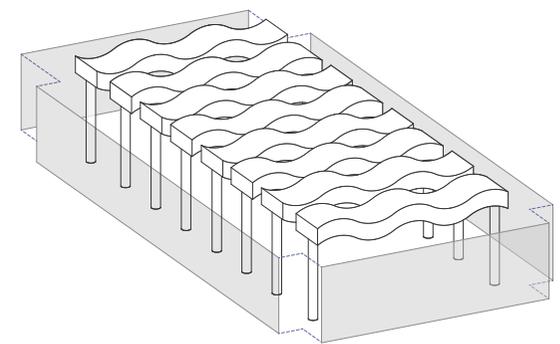
Generación de ondas



Intercalar ondas para el paso de luz natural

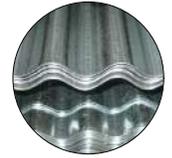
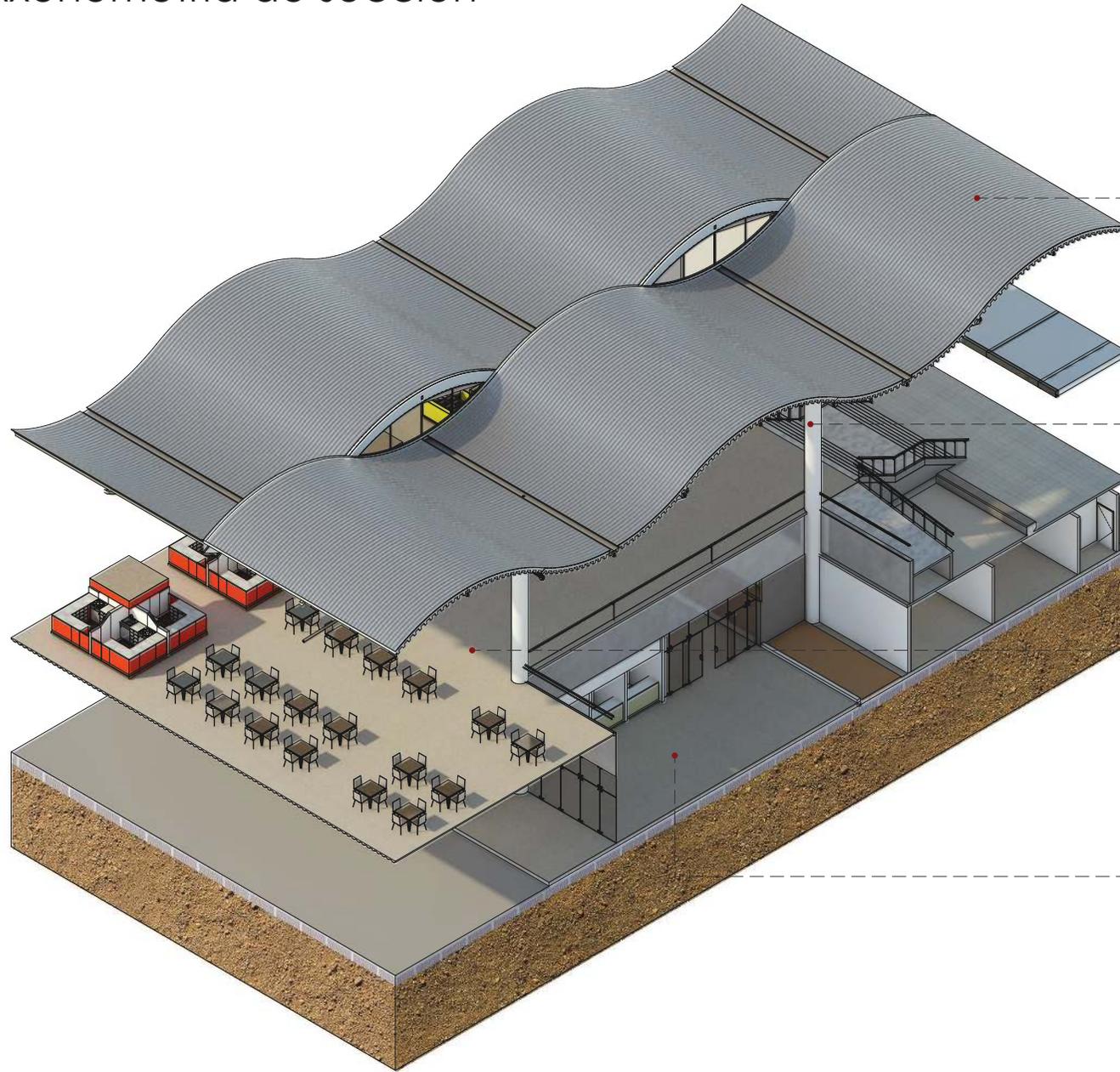


Conformación de ondas intercaladas



Propuesta de cubierta ondulada

Axonometría de sección



Chapa ondulada galvanizada



Metal blanco

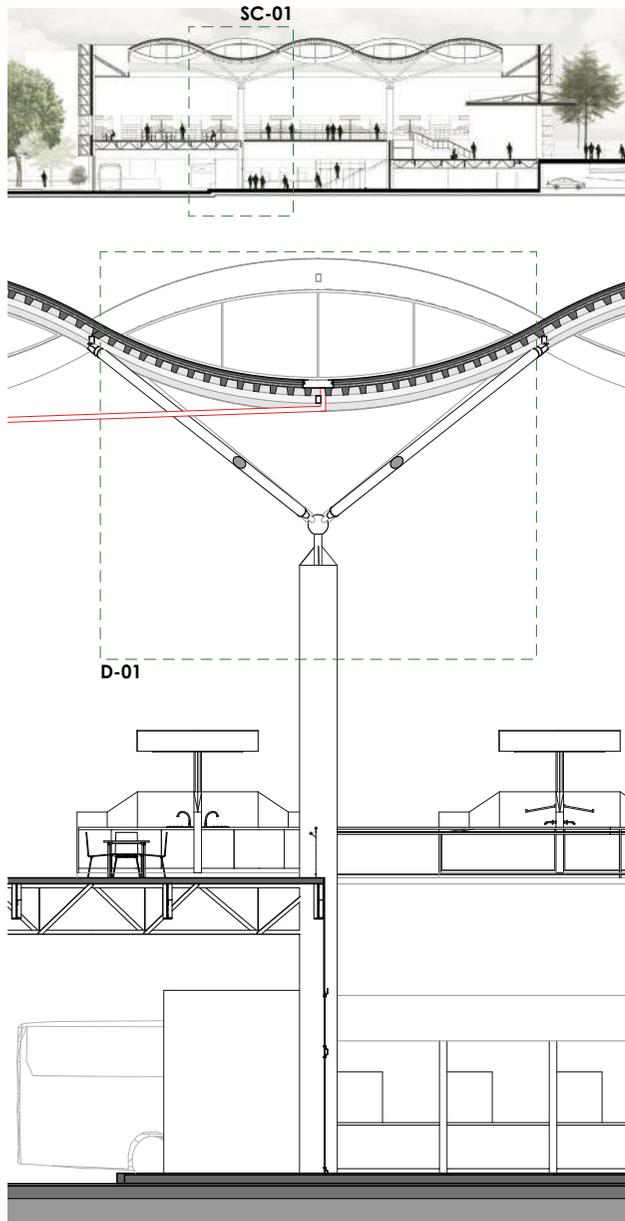


Cerámica antideslizante

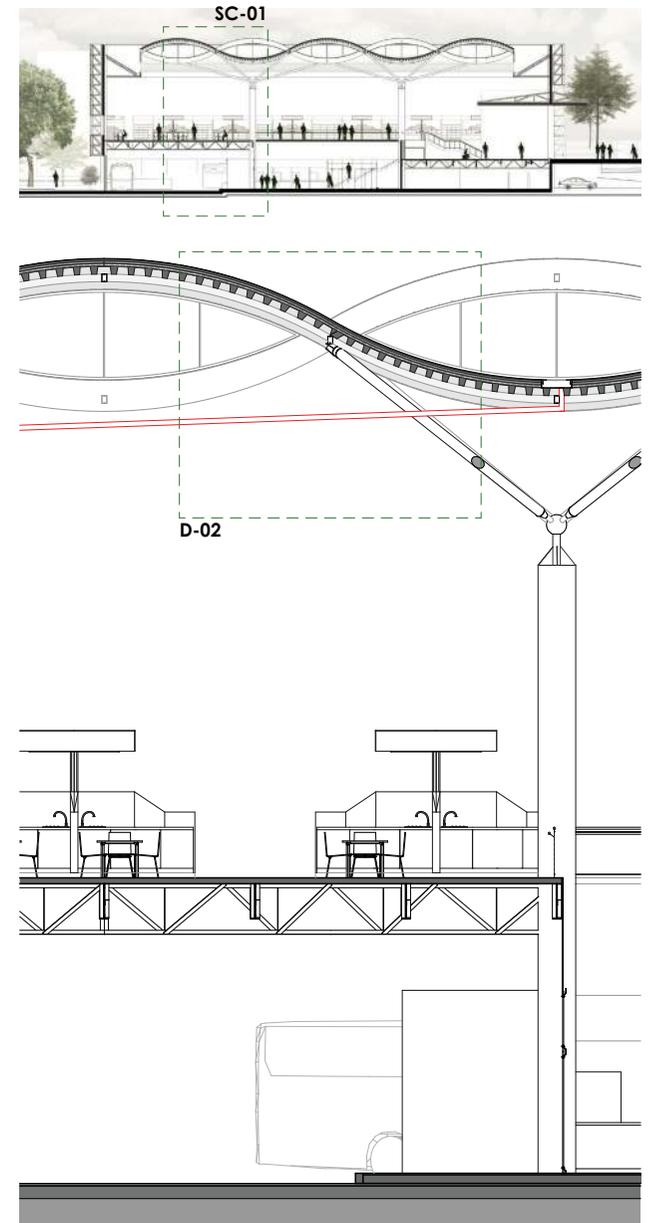
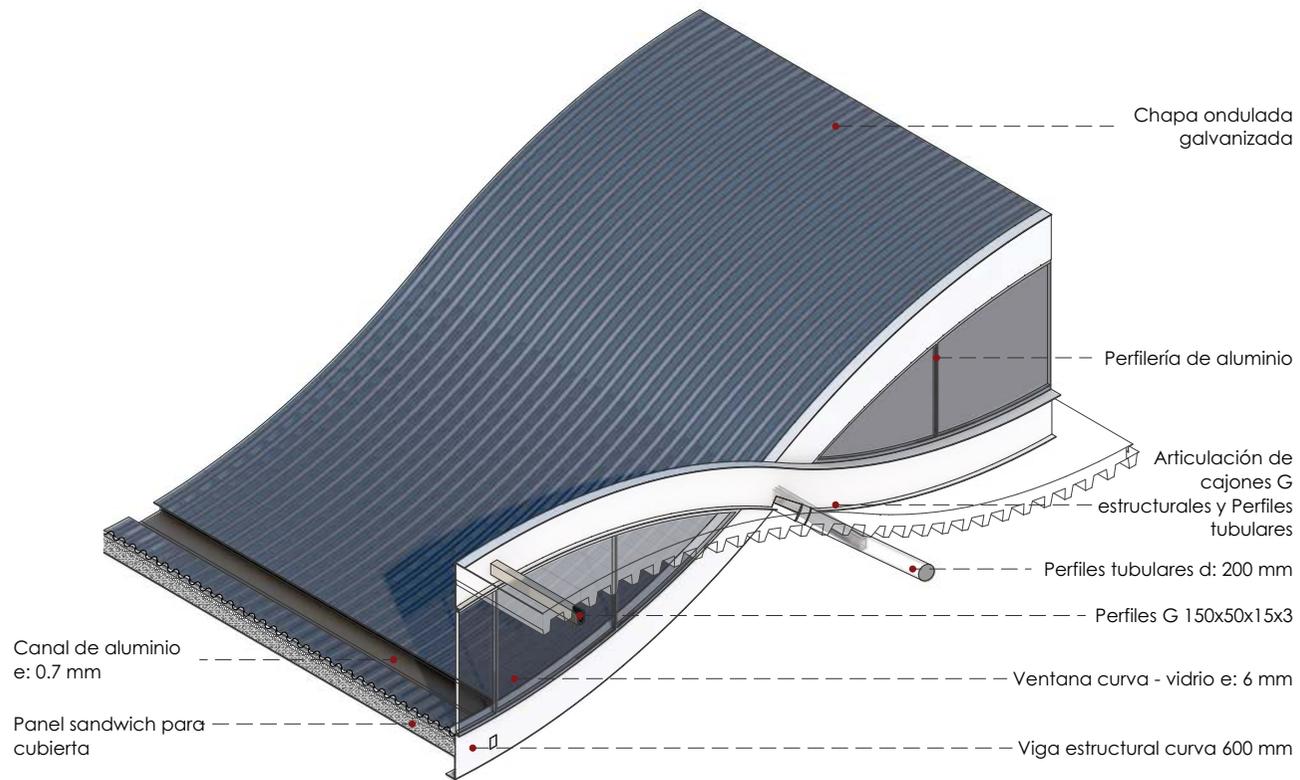


Cerámica antideslizante

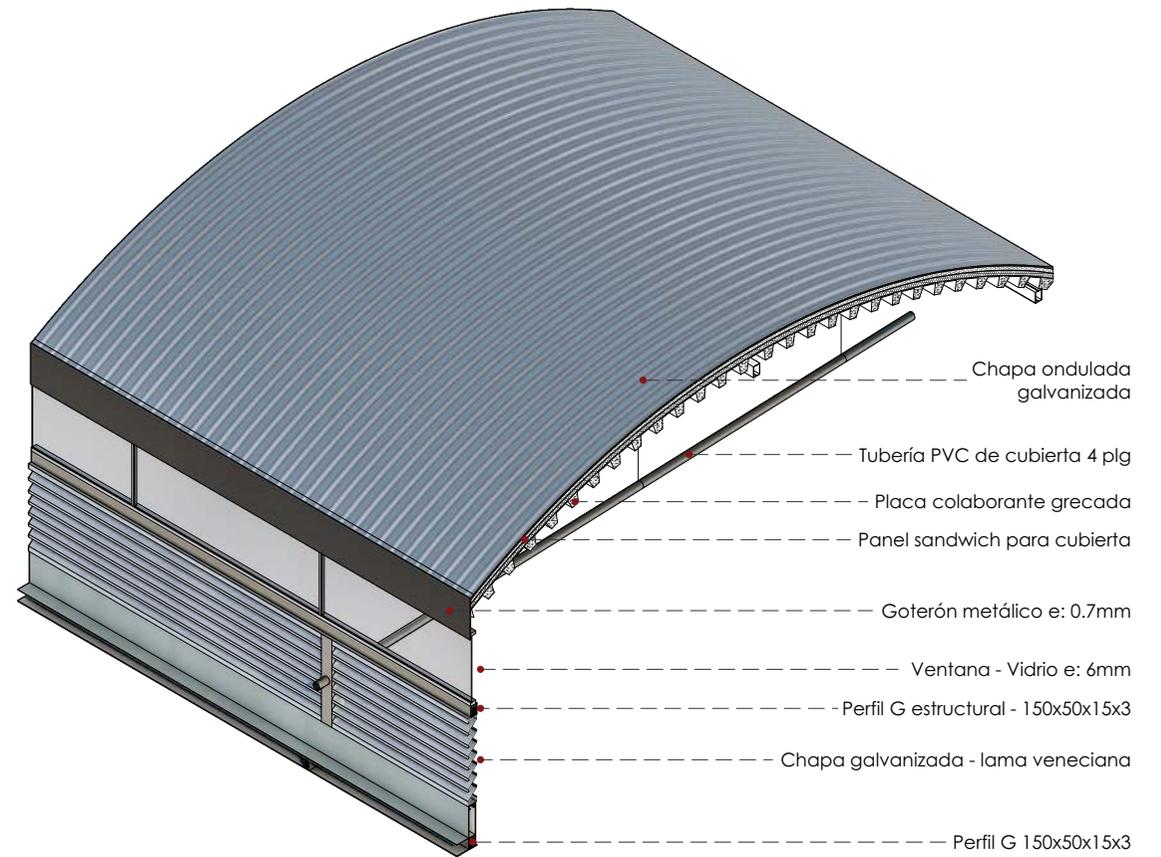
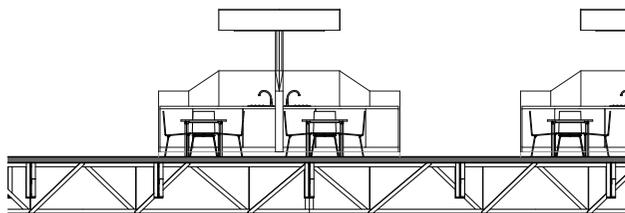
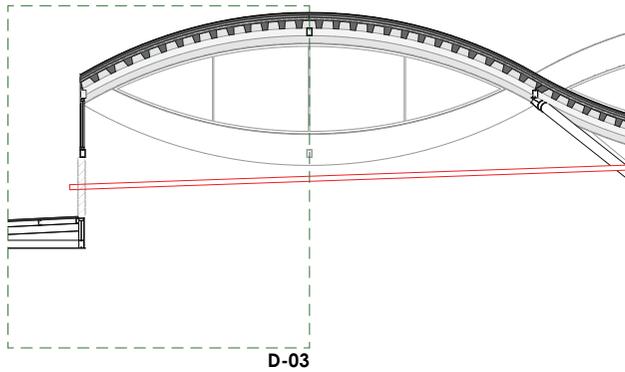
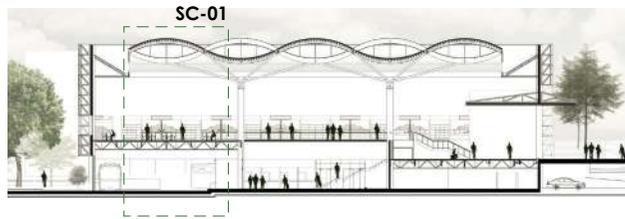
Sección constructiva 01 - Detalle 01

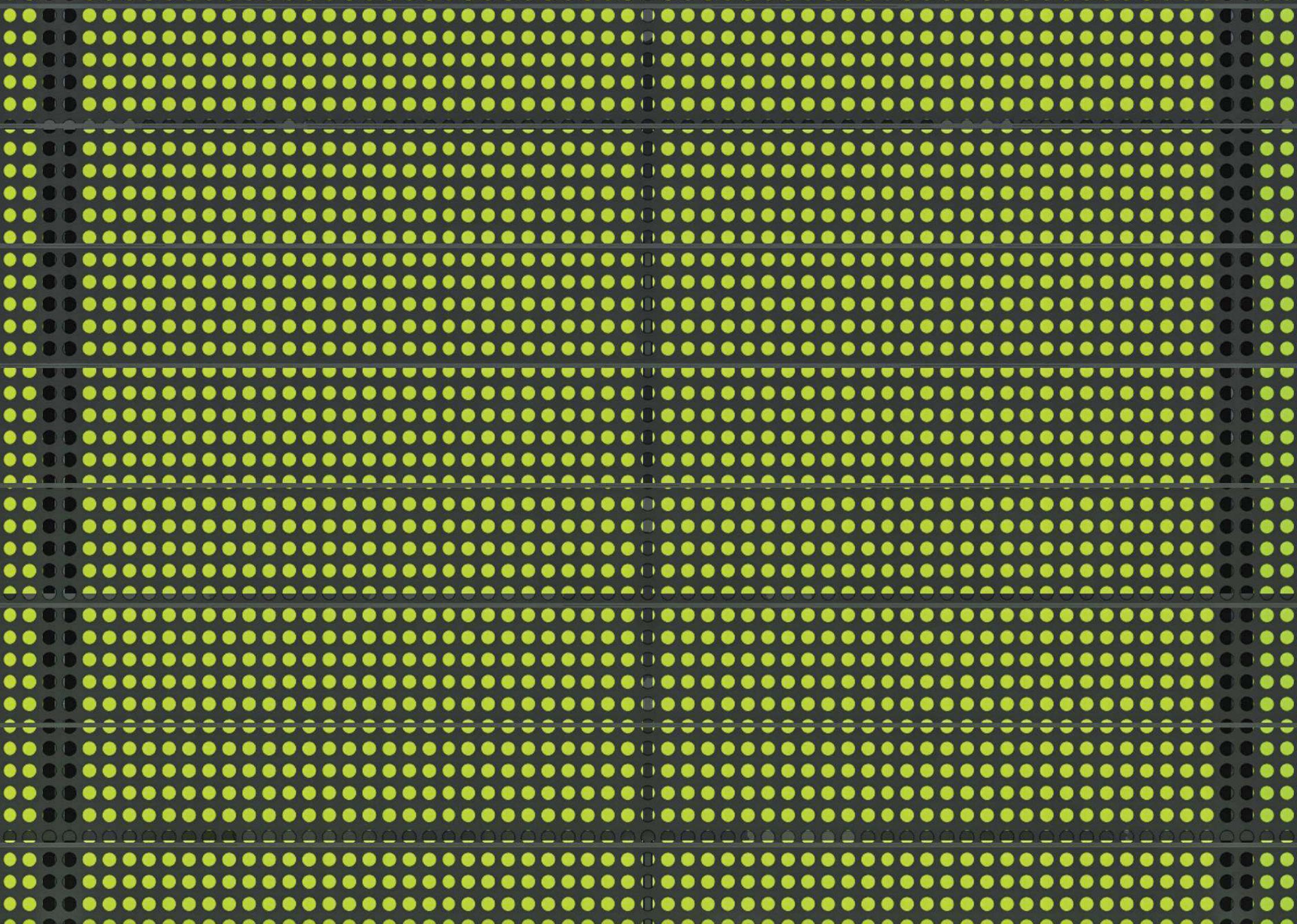


Sección constructiva 01 - Detalle 02

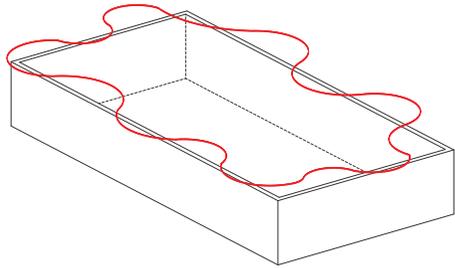


Sección constructiva 01 - Detalle 03

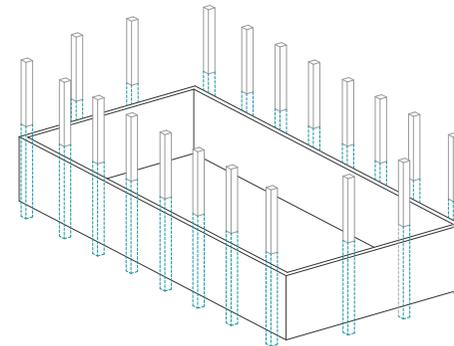




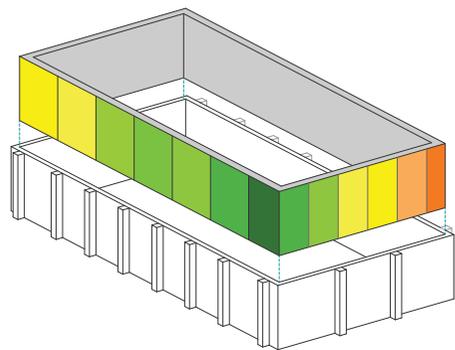
Conceptos de diseño



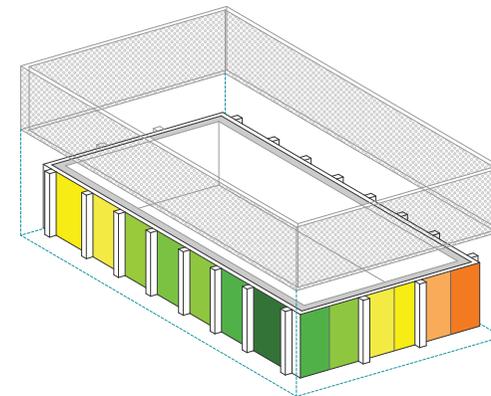
Inestabilidad de estructura principal



Colocación de contrafuertes metálicos

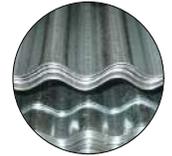
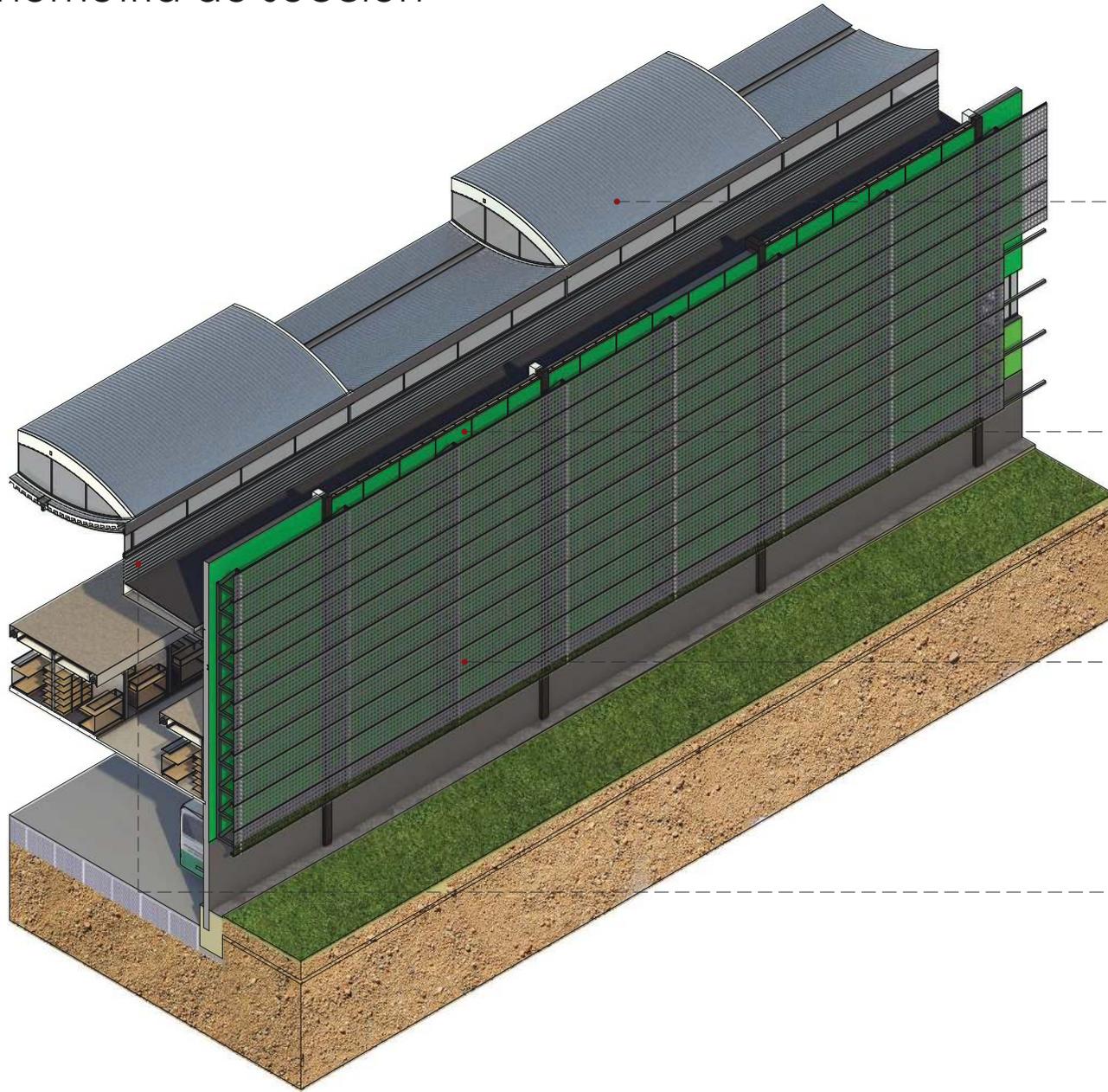


Implementación de paneles multicolor como fachada principal



Colocación de fachada con metal perforado

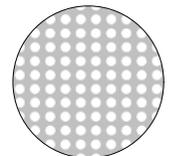
Axonometría de sección



Chapa ondulada galvanizada



Panel acrílico de color



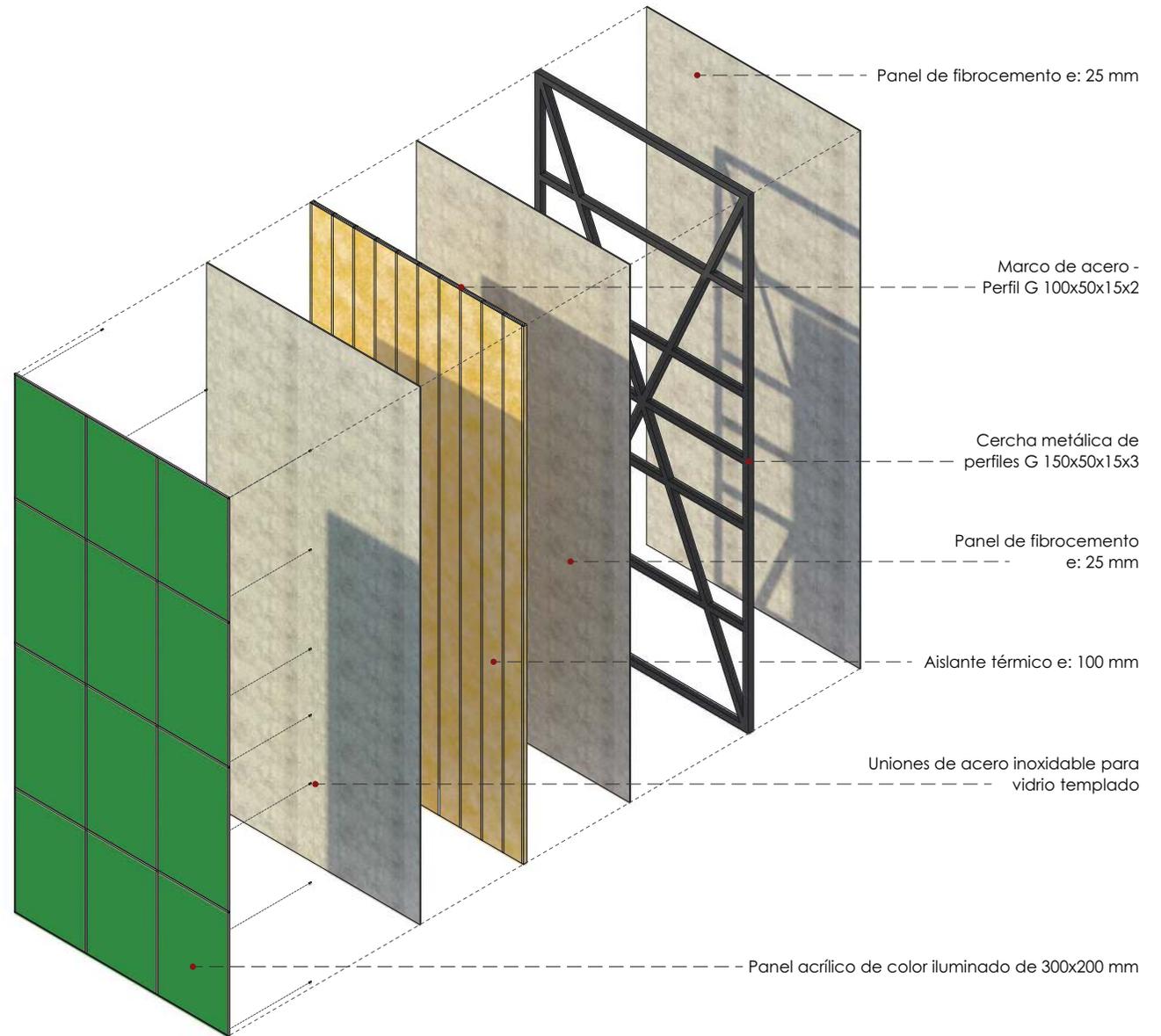
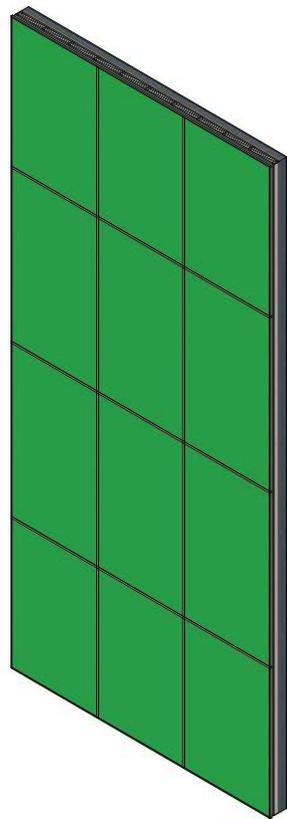
Metal perforado



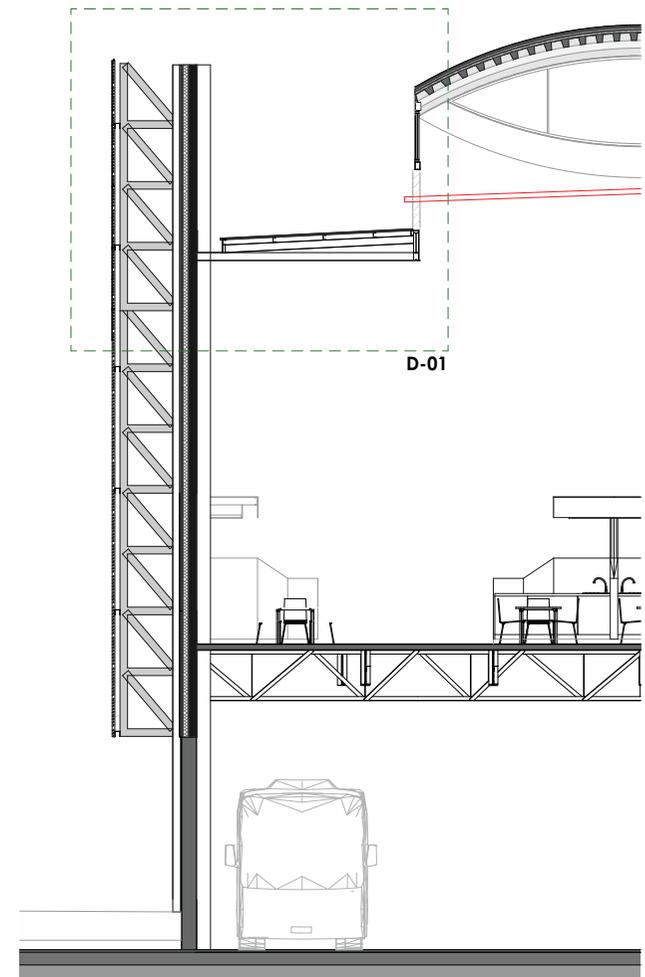
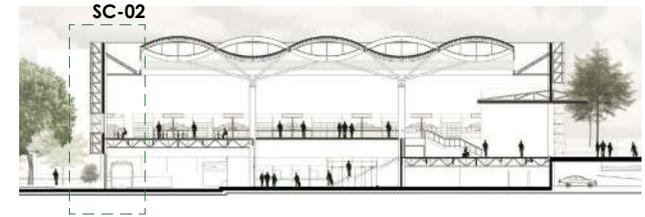
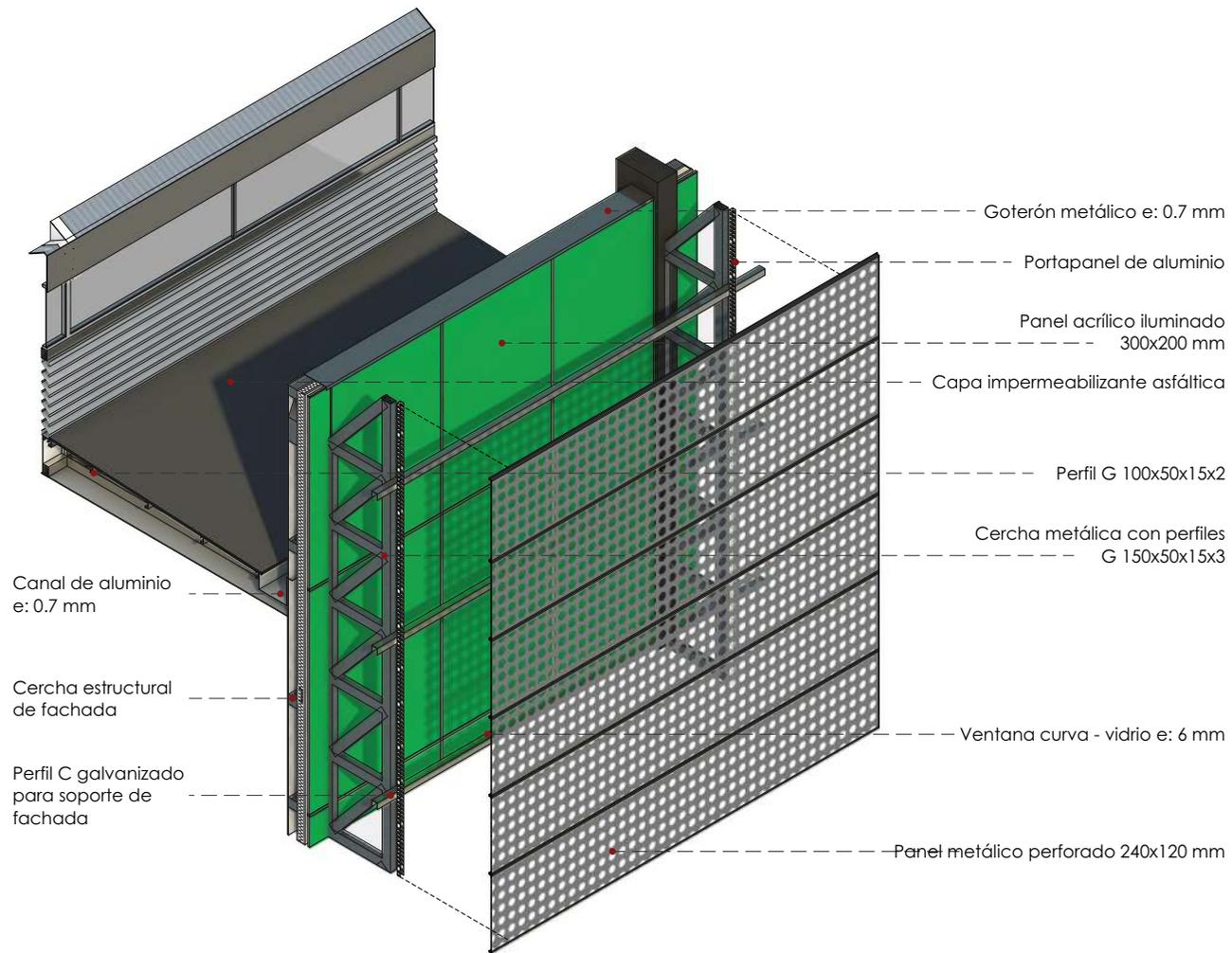
Lama veneciana

Axonometría - despiece de panel

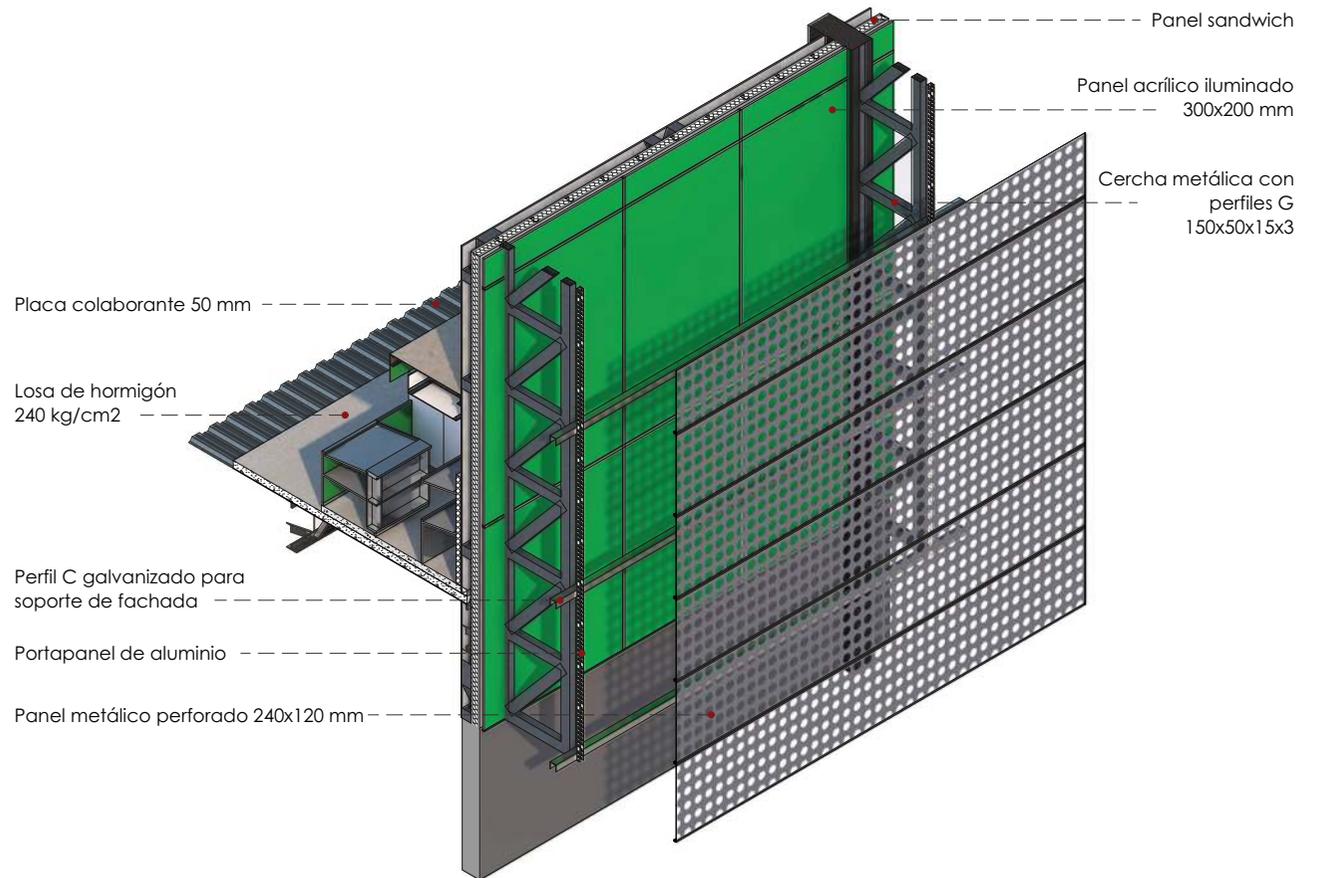
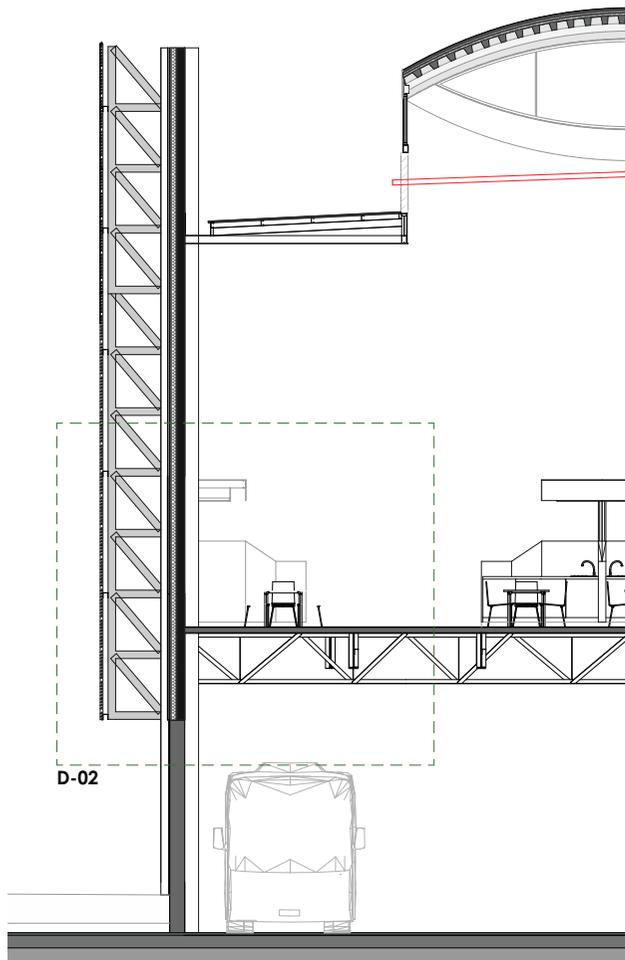
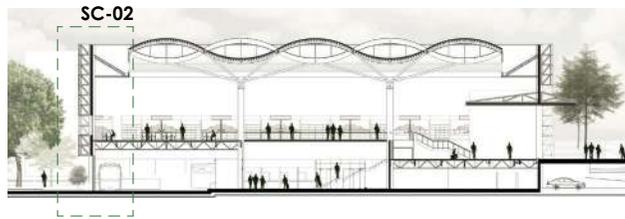
Panel acrílico multicolor



Sección constructiva 02 - Detalle 01



Sección constructiva 02 - Detalle 02

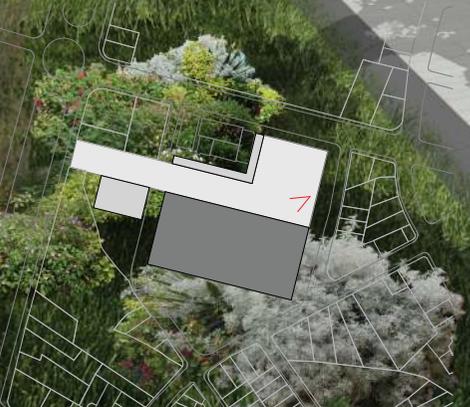


MERCADO 27 DE FEBRERO





MERCADO 27 DE FEBRERO









CONCLUSIONES

capítulo

06

ASPECTOS GENERALES RESUELTOS

Al plantear la revitalización del mercado 27 de febrero, se logró un conjunto urbano y arquitectónico que genera cambios positivos a las problemáticas encontradas en el sector.

El mercado 27 de febrero, es uno de los mercados de la ciudad que abastece únicamente a la zona sur de Cuenca, éste se convierte en un punto de atracción para las personas que lo recorren, lo que genera la necesidad de idear un proyecto integral que beneficie a la zona donde se emplaza.

Se han tomado varios aspectos a considerar en este proyecto, uno de estos planteamientos importantes es la inclusión de espacios abiertos hacia la ciudad por medio del propio equipamiento generando espacio público de calidad.

Se desarrollaron además acciones como:

-Una plataforma peatonal que interconecta a un mismo nivel los dos tramos viales importantes del sector que es la Av. Fray Vicente Solano y la Av. 10 de agosto, teniendo una apertura hacia la ciudad con espacios públicos amplios.

-Se generaron bloques comerciales que alimentan las plataformas peatonales y sirven para acoger a los comercios itinerantes que rodean el mercado.

-Conectividad directa de un punto a otro, el cual permite atravesar el equipamiento gracias a un juego de circulaciones verticales que se comunican entre sí.

-Una reestructuración vial en la zona baja del terreno que sirve para la circulación de los buses propios del terminal interparroquial.

-Se planteó una estación de terminal interparroquial bajo el mercado, aprovechando la topografía, que abastece a las parroquias rurales del sur-este de la ciudad.

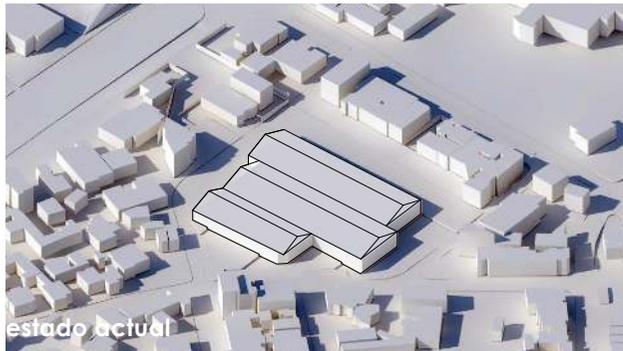
-Generación de parques y espacios públicos de recreación social que potencializan el lugar dando prioridad al peatón.

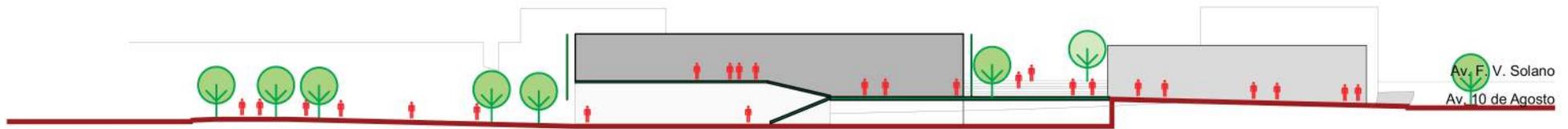
EMPLAZAMIENTO ESTRATÉGICO

El proyecto propuesto logra integrarse en su entorno, permitiendo las conexiones e ingresos peatonales hacia el centro del complejo, logrando que exista una relación fuerte de espacios públicos con el equipamiento del mercado.

El emplazamiento propuesto también logra una articulación adecuada del proyecto dentro del entorno existente, permitiendo tener relación con otros espacios importantes de Cuenca a través de los ejes verdes que ofrece la ciudad.

Se desarrolló una conexión primordial, paralela al eje de la Av. Solano, que atraviese el equipamiento y produzca una suerte de comunicación espacial entre el exterior y el interior; con el propósito de enlazar los desniveles de la topografía y obtener una mayor integración social.





PROYECTO - TOPOGRAFÍA

La topografía juega un papel muy importante en la realización de este proyecto, ya que éste posee varios niveles haciendo que el actual mercado permanezca oculto al tejido urbano. Para lo cual se decidió generar plataformas que se adapten a la topografía existente y se comuniquen con las vías que rodean el proyecto y se entrelazan en una zona única ganando una suerte de ingreso principal al equipamiento. Dentro del entorno encontramos este recurso importante que hacen del proyecto ganar fuerza, un elemento que forma parte del equipamiento propuesto, pues este busca la integración completa con el entorno.



FORMA ARQUITECTÓNICA

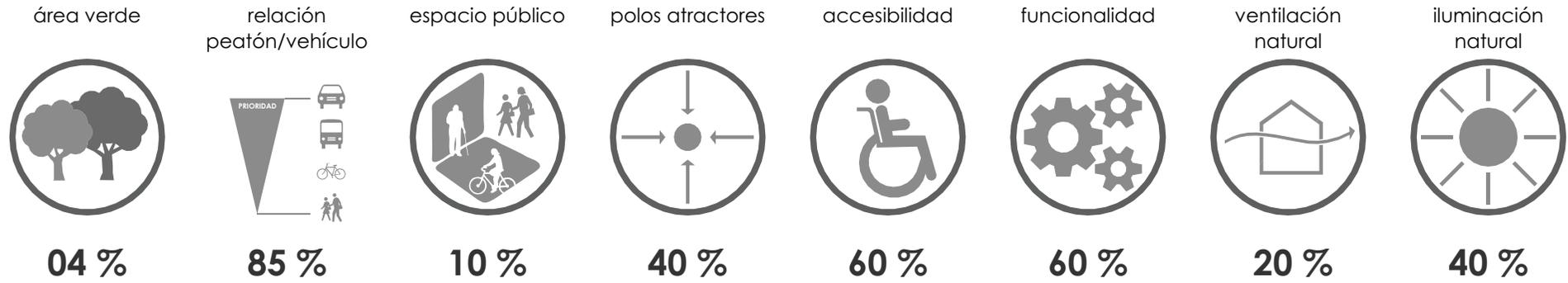
La solución arquitectónica del edificio propuesto buscó convertirse en una estructura simple que se logre insertar adecuadamente en el contexto urbano y que al mismo tiempo resalte como un espacio público, respondiendo de buena manera a los espacios funcionales planteados en el programa establecido del proyecto.

Se diseñó el cerramiento utilizando un sistema de fachadas livianas que fueron estructuradas en cerchas verticales a modo de contrafuertes, para controlar las fuerzas cortantes que se pueden generar en la geometría propuesta del edificio.

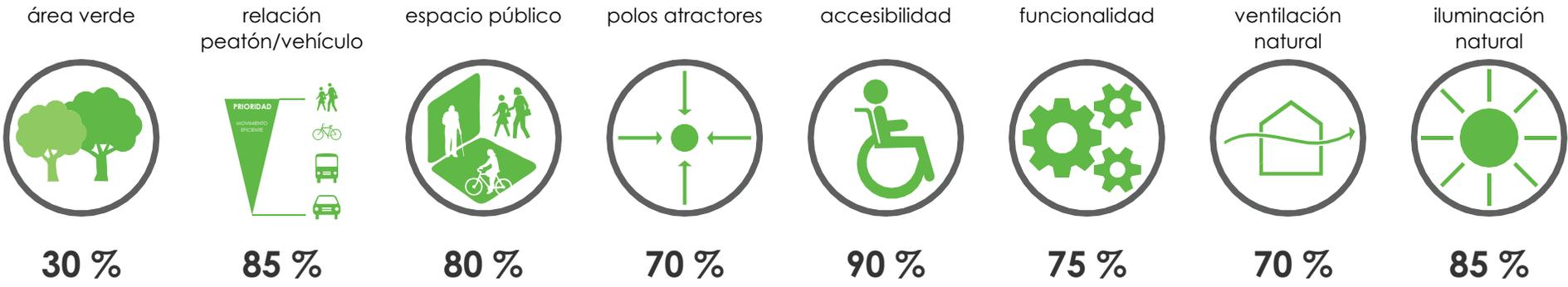
El partido formal del mercado se consiguió bajo un sistema compuesto de dos fachadas, la una plantea un degradé de paneles acrílicos de colores obtenidos del folclor de los mercados, y la segunda fachada hecha de paneles metálicos perforados que permiten controlar el reflejo de la radiación solar sobre dichos paneles y uniforman el lenguaje propuesto para el cerramiento.



Valoración del mercado por medio de indicadores



Valoración del mercado por medio de indicadores



BIBLIOGRAFÍA

capítulo

07

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, B. (s.f.). BORIS ALBORNOZ ARQUITECTURA. Obtenido de BORIS ALBORNOZ ARQUITECTURA: <http://www.borisalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/>
- Alexander, C. (1977). Lenguaje de patrones. 46.
- Architectures, C. (11 de Diciembre de 2014). CROIXMARIEBOURDON ARCHITECTURES. Obtenido de <http://www.croixmariebourdon.fr/index.php?/projets/cachan-halle-de-marche/>
- ARQA. (29 de Junio de 2015). ARQA. Obtenido de <http://arqa.com/arquitectura/remodelacion-del-mercado-del-ninot-en-barcelona.html>
- Arquitectura, P. (25 de Agosto de 2011). Plataforma Arquitectura. Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-104707/mercado-tirso-de-molina-iglesia-prat-arquitectos>
- Arquitectura, P. (15 de Marzo de 2012). Plataforma Arquitectura. Obtenido de <http://www.archdaily.com/214081/wakefield-market-hall-adjaye-associates>
- Arquitectura, P. (16 de Octubre de 2013). Plataforma Arquitectura. Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-300465/mercado-manlleu-comas-pont-arquitectes>
- Arquitectura, P. (24 de Junio de 2015). Plataforma Arquitectura. Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/769143/waitrose-chester-broadway-malyan>
- arquize, a. (s.f.). afasia arquize. Obtenido de <http://afasiaarquize.com/2016/06/dinko-peracic/>
- Arreortúa, L. S. (s.f.). SCIELO. Obtenido de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-83582016000100007&lang=pt
- Associates, A. (2008). Adjaye Associates. Obtenido de <http://www.adjaye.com/projects/civic-buildings/wakefield-market-hall/>
- Barcelona, M. d. (2015). Urbact Markets: heart, soul and motor cities. City of Barcelona, Institut Municipal.
- Brand Father. (19 de Julio de 2012). Obtenido de <https://brandfather.net/tag/mercado-de-san-miguel/>
- CERDEÑO, V. J. (2010). Mercados municipales: la respuesta de los consumidores .
- eltiempo. (Jueves de Junio de 2015). eltiempo.com.ec. Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/353770/desorden-en-el-mercado-veintisiete-de-febrero>
- Franke, C. (Marzo de 2016). LANDEZINE. Obtenido de LANDEZINE: <http://www.landezine.com/index.php/2016/03/neue-meile-boblingen/>
- madriderasmus. (s.f.). madriderasmus.es. Obtenido de <http://www.madriderasmus.es/es/documentos/mercados-de-madrid-san-miguel-y-san-anton.html>
- Plataforma Arquitectura. (Julio de 2013). Obtenido de Plataforma Arquitectura: <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-274371/proyecto-de-remodelacion-del-mercado-municipal-de-atarazanas-aranguren-and-gallegos-arquitectos>
- Rojas, P. (Junio de 2016). Plataforma Arquitectura. Obtenido de Plataforma Arquitectura: <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/789196/estacion-de-tren-taiyuannan-csadi>
- Santiago, I. M. (1983). MERCADO CENTRAL. Obtenido de <http://www.mercadocentral.cl/#>
- studio, G. (s.f.). GRC studio. Obtenido de http://www.grcstudio.es/portfolio/p-l-o-t_-06-mercat-de-santa-caterina/
- Yávar, J. (Agosto de 2014). Plataforma Arquitectura. Obtenido de Plataforma Arquitectura: <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/625586/paisaje-y-arquitectura-remodelacion-del-paseo-de-st-joan-un-nuevo-corredor-verde-urbano-por-lola-domenech>

ANEXOS

capítulo

08

ABSTRACT

ABSTRACT

Title: Revitalization of the 27 de Febrero Marketplace (Cuenca-Ecuador)

Student: Pablo Sebastián Rodas Cabrera

Code: 68064

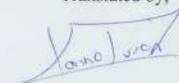
In the southern zone of Cuenca, there is only one major urban business and supply equipment that nowadays has many problems such as insecurity, public degraded space, lack of green areas, incompatibility of uses and traffic jams. Therefore, the proposal for reorganizing the 27 de Febrero marketplace and the adjacent interparish bus terminal pursues a unique image and it is conceived as a multipurpose integrated proposal that besides fulfilling their functional role, will properly insert the urban fabric of the city.

Key words: marketplace, urban equipment, business, public space, connectivity, social cohesion.

Pablo Sebastián Rodas Cabrera
Student

Pedro Espinosa Abad, Arch.
Director

Translated by,



Karina Duran



