

02
7(111)
26



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

EL MERCADO MUNICIPAL

NEBAJ, EL QUICHE

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

ARQUITECTO

PRESENTA

JUAN ANTONIO MONTERROSO PAZ

GUATEMALA, AGOSTO DE 1973

UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

COMISION DE DIRECCION Y ADMINISTRACION DE LA
FACULTAD DE ARQUITECTURA

COORDINADOR:	DR. JORGE ROSAL
VOCAL:	DR. ARTURO SOTO AVENDAÑO
VOCAL:	BR. LUIS A. ZURITA

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANO EN FUNCIONES:	ARQ. LIONEL MENDEZ DAVILA
SECRETARIO ACCIDENTAL:	ARQ. MARCELINO GONZALEZ
EXAMINADOR:	ARQ. GUILLERMO GOMAR C.
EXAMINADOR:	ARQ. CLAUDIO VILLATORO S.
EXAMINADOR:	ING. HUGO GALINDO A.

A MIS PADRES

AGRADECIMIENTO A:

ARQ. AUGUSTO VELA M.
CATEDRATICO ASESOR

C O N T E N I D O

- I INTRODUCCION

- II DESARROLLO HISTORICO
 - a. Mesoamérica.
 - b. Conquista y Colonización.
 - c. Epoca Actual.

- III EL PROYECTO
 - 1. Descripción del Lugar.
 - 2. Programa de Negociación.
 - 3. El Análisis.
 - 4. Financiamiento.
 - 5. Conclusión.

- IV EL DISEÑO

- V BIBLIOGRAFIA

I. INTRODUCCION.

La evolución y desarrollo de las ciudades en la época actual lleva consigo la creación de nuevas necesidades, así como la acentuación de las ya existentes, y por consiguiente, la necesidad de crear zonas de servicios más cómodas y funcionales.

La conformación infraestructural de nuestro país nos ha llevado a circunscribirnos en áreas que por su tipo de desarrollo aparentan tener sólo ellas toda la importancia; con esto se han descuidado un poco, a no ser por parte de organismos especializados -en los últimos 20 años- las zonas que por su grado o tipo de desarrollo parecen carecer de importancia.

Haciendo conciencia en todo este problema, he fijado mi atención en atacar el problema del mercado municipal por separado, tratando de planificarlo de tal forma que cubra las necesidades presentes y esté capacitado para cubrir al menos, con las necesidades que puedan presentarse en un futuro cercano.

Pensando, debido a experiencias personales, en la importancia que tiene en nuestro medio el mercado municipal, creo que es oportuno plantear una solución que responda realmente a las necesidades de nuestra población, para lo cual he fijado mi atención en un pueblo situado en el marco geográfico del altiplano nor-occidental del país: Nebaj, El Quiché.

Este pueblo, en su mayoría indígena, necesita de un mercado que responda histórica y tradicionalmente a las necesidades comerciales de la población.

Mi atención ha sido motivada por la interrogante planteada del desconocimiento de la evolución histórica de estos recintos mercantiles. Esa es una de mis metas, encontrar la razón, el por qué de la determinada conformación arquitectónica de los mercados municipales. Creo con esto, ayudar en un mínimo a solucionar un problema en el orden del desarrollo nacional.

II. DESARROLLO HISTORICO

El análisis de la evolución histórica de las distintas fases que acompañan el desarrollo de los mercados, es una tarea por demás ardua, por el hecho de que no existen datos ni estadísticas al respecto. No obstante, podemos dividirla en tres etapas que son:

- A. Mesoamérica.
- B. Conquista y colonización.
- C. Época actual.

Estas etapas, aunque no precisas, podrían ser los más marcados pasos que señalan la evolución histórica del comercio y por consiguiente de los mercados. Es muy difícil, como mencionaba anteriormente, distinguir una etapa de otra, sin embargo, se puede comentar su evolución sin hacer énfasis exacto en el punto que marca el final de una época y el comienzo de la otra.

El hombre, una vez dejó la vida nómada, desarrolló el comercio, es decir, su carácter de pueblo -sedentario- hace que en él surja y se desarrolle el sentido mercantil.

"... y desde llegamos a la gran plaza, que se dice el Tutelulco, como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y regimiento que en todo tenían."

Bernal Díaz del Castillo

A. MESOAMERICA.

Los mayas desarrollaron un comercio tanto interno como externo y con fines económicos exclusivamente. No pasa así con los Mexicas, que desarrollaron el comercio con fines bélicos, debido a una urgente necesidad de expansión territorial. Los Mayas, decía, desarrollaron un comercio sumamente intenso, contando para ello con grandes centros comerciales como Xilango y Nito en Guatemala y Naco en Honduras; en estos centros era común el intercambio de mantas, miel y sal por cacao y otros productos.

La intensificación y auge del comercio produjo la formación de una clase de comerciantes profesionales, así como la creación de establecimientos adecuados y funcionales para el desarrollo de las actividades mercantiles: Los Mercados.

Los mercados por lo general estaban situados a lo largo de las rutas comerciales, pero más importantes aún eran los situados en las costas, pues el comercio marítimo era de vital importancia. Se cree también que los grandes centros ceremoniales de la región eran a su vez centros comerciales importantes, tal es el caso de Chichén Itzá, en la península de Yucatán, donde hasta la fecha existe un sitio llamado "El Mercado", aunque no se sabe si fue llamado así por los mismos pobladores o si el nombre le fue puesto posteriormente.

La región costera de Chiapas y Guatemala fue escenario de una de -

las más extensas e importantes rutas comerciales, que venía desde el mismo - centro de México y se extendía hasta los mercados de Centro y Sudamérica. También es importante hacer ver que tanto geográfica como urbanísticamente los mercados ocuparon una situación privilegiada dentro de las metrópolis urbanas, ya que estuvieron localizados siempre junto a los templos, convirtiéndose así en el centro principal de reunión de toda la población. El mismo Bernal Díaz del Castillo lo comenta cuando acompañando a Hernán Cortez y al Gran Monctezuma se dispusieron visitar el Gran Cu y el Mercado de Tlatelolco, que era la plaza mayor. Dice Díaz del Castillo, que nunca había visto nada igual, tan grande, importante y organizado, tan es así, que al verlo se recuerda de su tierra natal, Medina del Campo, y las ferias de ése lugar, donde en cada calle se ponen los diferentes productos. Comenta que cada producto se mantenía alineado dentro de los productos afines; así en un sector estaban organizados los vendedores de oro, plata y piedras preciosas, así como esclavos; luego otros que vendían mantas y algodón, en otro sitio los cacahuateros, luego los vendedores de granos, legumbres y animales, "... todo estaba en una parte de la plaza, en su lugar señalado... la gran plaza estaba llena de gentes y toda cercada de portales, era tan grande y tan extenso que no se alcanzaba ver todo en dos días, así dejaron la plaza y llegaron a los patios del Gran Cu".

Esto nos indica la relevante importancia que tenía el mercado dentro del desarrollo urbanístico de las grandes metrópolis prehispánicas. Es evidente el hecho de que sociológicamente tanto como en forma económica, los mercados ocuparon un sitio muy importante. Esa importancia no es manifiesta en el orden estructural, pues aunque la barrera del tiempo ha hecho un tanto difícil el conocimiento de esos pueblos y más específicamente el tema de los mercados, sabemos que eran estructuras sencillas, consistentes en construcciones con muros de piedra y techumbre de palma. Es evidente entonces la pobreza estructural al establecer una comparación con la magnificencia y grandiosidad de otros edificios de la época como los palacios y templos.

"Todo el espectáculo es de un gran dinamismo, nacido de lo anecdótico y profuso de numerosas pequeñas escenas."

Luis Luján Muñoz

B. Conquista y Colonización.

En la época de la colonia, aunque el concepto del mercado fundamentalmente no varía nada, pues se mantiene la plaza central y la organización seccional, si podemos afirmar lo siguiente basado en los textos de "La Plaza Mayor de Santiago de Guatemala hacia 1678". La importancia que tiene la plaza en el desarrollo del urbanismo hispánico es muy singular. Gut Kaind en su análisis del urbanismo español dice que la Plaza Mayor es el mayor y más característico aporte hecho por España al urbanismo en general.

Alrededor de las plazas se encontraban ubicados los edificios representativos de la organización político-administrativa y socio-económica, características de toda la población colonial, tal es el caso de la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala.

Desde el punto de vista económico, la celebración del mercado en la plaza mayor señalaba el punto principal de reunión para el desarrollo de la actividad comercial de la población.

En latinoamérica, pasando por la época colonial hasta principios del siglo XX, es de hacer notar lo curioso que resulta el hecho de que en todas las poblaciones, en medio de la plaza principal, solían sembrar una Ceiba, al abrigo de la cual se celebraba la plaza o mercado; aún ahora se puede ver esto en las poblaciones de Palín, Morán, etc.

Con respecto a lo anterior habría que preguntarse si en América pre-

colombina no se tenía el concepto de plaza mayor de ésta menra, pues como se expone en las narraciones de Bernal Díaz del Castillo, y aún se puede apreciar en las ciudades del período Postclásico como Tikal, Copán, etc., en medio de grandes templos y sirviendo de marco perfecto para su contemplación, se hallaban ubicadas grandes áreas, que por falta de documentación histórica no se puede aseverar si sirvieron de plazas.

Podemos afirmar que el mercado en la época colonial guardaba mucho de la tradición precolombina, en cuanto a la presencia de determinados productos regionales, así como en su organización por sectores especializados, de manera que, en áreas separadas se encontraban vendedores de comida, en otra los de granos etc., aún cuando en ello tengamos que presuponer gran parte de influencia peninsular. Podemos afirmar también, que el mercado se constituía en el punto principal de intercambio de noticias y relaciones sociales.

Enmarcando la plaza se hallaban, en situación opuesta, La Catedral y el edificio administrativo y de gobierno, y por otro lado, portales comerciales que protegían a los mercaderes de las inclemencias del tiempo.

Según la narración hecha por el Licenciado Luján en su libro "La Plaza Mayor de Guatemala hacia 1678", basada en un cuadro hallado en México en una colección particular, el mercado parecía encontrarse organizado en secciones como en la actualidad y en la época prehispánica. Podían observarse, como dato curioso, a las tradicionales regatonas, así como vendedores sentados en el suelo y la tradicional champa o chinama de los mercados actuales con toldos de petate.

La fuente en la plaza mayor juega un papel importantísimo en el marco de la plaza. Allí se reunían vendedores y compradores, así como funcionarios y miembros de la nobleza.

Desde el punto de vista urbanístico podemos afirmar que la plaza ma

yor era el centro del trazado urbano de la ciudad, cosa que se puede apreciar en Antigua Guatemala. Corresponde la plaza a la sección áurea de Vitruvio, de dimensiones casi perfectas, cuadrángulo de 115 varas (345 pies) - por 108 varas (336 pies).

Antes de dar por concluida la parte correspondiente a la colonia, podríamos hacer notar que, según Kubler, la ciudad con plaza mayor fue calificada de preindustrial.

C. Época Actual.

En la época moderna y con todos los adelantos que trajo consigo la revolución industrial, hasta ciudades como las nuestras, el concepto de mercado no ha variado mucho en cuanto a su organización interna, pues sigue organizado seccionalmente según el tipo de comercio, tipo de artículo o región. No podemos decir lo mismo en cuanto a su ubicación dentro del conglomerado de las poblaciones modernas, pues aunque en algunas se celebra el mercado al abrigo de una ceiba y en otras simplemente en el parque, se han construido edificios para mercado que en concepto vienen a significar una imitación de la plaza antigua dentro de un edificio. Organizan un edificio - con sus cuatro costados cubiertos, dejando el centro del mismo descubierto, - caso que se puede apreciar en Mixco, Totonicapán, Sololá, Panajachel, etc.

No es sino hasta la creación de organismos especializados como la Dirección General de Obras Públicas y principalmente el Instituto de Fomento Municipal, INFOM, que se ha logrado la búsqueda de significados y objetivos que den cuerpo firme y sentido a los edificios para mercados municipales.

Hay que hacer ver, que la consecución de ese fin -el diseño del mercado municipal- es una tarea ardua y difícil, pues entran en juego una serie de factores que encierran en sí y separadamente un problema. Entre estos

factores se pueden mencionar:

1. - Las necesidades propias del lugar.
2. - Lo que el vecino, propiamente dicho, quiere que sea su edificio de mercado municipal.
3. - Las necesidades del mercader.
4. - La solución propuesta por la corporación municipal.
5. - Las limitaciones económicas.
6. - Las limitaciones geográficas.
7. - Lo que el arquitecto basado en lo anterior, saque como conclusión y solución final.

A través de los años, la consecución de ese fin ha estado sujeto, además de todos los factores anteriores, a una variable: la existencia de los materiales y sus costos. Según estadísticas sacadas en el INFOM, se han podido establecer distintas épocas según el costo de los materiales:

1. - Epoca de la madera.
2. - Epoca del paraboloides. Estructuras de cáscara, como en Retalhuleu, Mazatenango, Jutiapa, etc.
3. - Epoca de la estructura metálica, como en Patulul, Río Bravo, Tiquisate, etc.
4. - Epoca de la canaleta, como en Tamahú, Alta Verapaz.
5. - Epoca del concreto en Sn. Pedro Sacatepéquez, San Marcos.

Como se puede apreciar, la resolución del proyecto del mercado municipal está básicamente en el análisis de lo existente y de lo histórico, así como en el estudio de los recursos actuales, sin olvidar la opinión de los vecinos, a través de encuestas, y de un diseño que aune todo, para lograr así su propósito: la creación del Mercado Municipal a través de su evolución histórica.

Basado en estadísticas actuales y tomando en consideración los facto

res históricos y funcionales, así como todos los recursos y limitaciones físicas y económicas, se ha llegado al planteamiento del siguiente proyecto.

III. EL PROYECTO.

Para aclarar el concepto que se plantea, hablaremos de un municipio que necesita la construcción de un edificio para el mercado municipal: Nebaj, Departamento de El Quiché.

1. Descripción del Lugar.

a) Situación Geográfica

Nebaj es un municipio del departamento del Quiché; municipalidad de segunda categoría, con una extensión aproximada de 608 Km². Colinda al norte de Chajul (Quiché) y Santa Eulalia (Huehuetenango); al este con Chajul, San Juan Cotzal y Cunén (Quiché); al sur con Sacapulas y Aguacatán (Huehuetenango); al oeste con Chiantla y San Juan Ixcay (Huehuetenango).

b) Comunicaciones.

De Sacapulas, sobre la ruta nacional 7-W, hay aproximadamente 12 Km. al empalme de dicha Ruta con la Departamental Quiché No. 3, en su Km. 286.38. De allí al centro de la cabecera municipal de Nebaj hay aproximadamente 26 Km., y de Nebaj a Chajul unos 12 Km. Sobre la Ruta Departamental Quiché 3, hacia Chajul, en el Km. 26.53 de la misma, a unos 17 Km. de Nebaj, en la aldea de Pulay, entronca la Ruta Departamental Quiché 3, que conduce a San Juan Cotzal, aproximadamente a 7 Km. de dicho entronque.

Nebaj ya es mencionado en la Ley 4, Constitución Política del Esta-

do de Guatemala promulgada con fecha 11 de octubre de 1825, como perteneciente al Circuito de la Sierra.

c) Industria y comercio.

Su economía depende en un porcentaje muy alto de la agricultura, - principalmente del trigo y del maíz, así como del comercio de tejidos. En el municipio existen dos tenerías y entre las industrias pequeñas se pueden mencionar además de los tejidos regionales, la elaboración de sacos de maguey, ladrillo y teja de barro. Se fabrican en pequeña escala velas de parafina y sebo.

d) Ganadería.

En la región, aunque en pequeña escala, existe crianza de ganado - ovino, vacuno, porcino, equino y caprino.

e) Población.

Según los datos del censo general de población, el municipio cuenta con un total de 17,000 habitantes correspondiendo a la cabecera 6,000 habitantes, de los cuales el 80% son indígenas y el 20% son ladinos.

f) Altitud.

El banco de marca establecido por la Dirección General de Cartografía -hoy Instituto Geográfico Nacional- en el parque de la cabecera, está situado a 1906.57 metros sobre el nivel del mar.

g) Clima.

Por pertenecer al altiplano nor-occidental del país, su clima es un tanto frío, oscilando la temperatura entre 15 y 20 grados C. Su precipitación

relativa anual varía entre 4, 000 y 5, 000 mm anuales.

El municipio cuenta con 1 pueblo, 11 aldeas y 76 caseríos.

De los datos anteriores se puede concluir que además de la zona de servicios domésticos, como tiendas de consumo diario, carnicerías, marranerías, etc., este proyecto de mercado deberá contar con un área de piso-plaza propia para la venta de tejidos y legumbres, así como granos y especias.

También tendrá que contar con áreas dispuestas para cocinas-comedores, ya que la celebración de la plaza en nuestros pueblos reviste gran importancia. Es un día de fiesta, todos bajan al pueblo y necesitan lugares donde comer, ya que aprovechan el día para vender sus productos, intercambiar ideas, visitar a los amigos e ir al templo.

Lo anteriormente expuesto dará una idea más clara de lo que es el pueblo y sus necesidades.

Cuentan para la construcción del mercado con un terreno enfrente del parque de aproximadamente 46 mts. por 35 mts. (1600 mts.² aprox., incluyendo banquetas, jardines exteriores, etc.)

2. Programa de Necesidades.

El proyecto para el mercado municipal deberá cumplir con el siguiente programa:

- 441 mts.² de área de piso-plaza techado.
- 330 mts.² de área de piso-plaza auxiliar.
- 22 locales comerciales.
 - 3 carnicerías.
 - 6 marranerías.
 - 3 cocinas-comedores.
 - 2 servicios sanitarios
 - 1 pequeña terminal de buses y camiones

El conjunto ha sido diseñado para satisfacer holgadamente las necesidades de la población por un plazo mínimo de 5 años.

El área de piso auxiliar, permite que en un futuro se pueda ampliar, - considerando que la evolución llevará consigo la necesidad de cubrir toda el área-techar piso-plaza auxiliar- suponiendo que para entonces el mercader no necesitará de ella, o bien el mercado será insuficiente y tendrá que trasladarse a uno nuevo probablemente en las afueras de la ciudad.

3. El Análisis.

Por no contar con bibliografía suficiente y adecuada, el análisis del programa fue hecho de dos formas:

- a. Por comparación con lo existente.
- b. Por el área disponible.

a. Por comparación con lo existente ya que en la actualidad - cuentan con un mercado que si bien es insuficiente y antifuncional, satisface las necesidades de la población. Se piensa ubicar a todo este conglomerado - de vendedores que ahora están al aire libre y en casetas improvisadas, en el mercado proyectado, con un pequeño incremento en el pago del arbitrio municipal, tomando en cuenta que sus ventas serán mejores.

El mercado existente del que se habla con anterioridad, está proyectado improvisadamente de una forma poco funcional y desorganizada, aunque satisface medianamente las necesidades de los pobladores, en cuanto a la - prestación de servicios en el ramo. Cuentan con comercios, camicerías y marranerías, agrupadas todas en un sector aledaño al parque, donde actualmente está improvisado el mercado. En esta plaza se sitúan alrededor de cincuenta puestos distribuidos entre vendedores de legumbres, granos, especias y tejidos, así como jarca y loza.

En base a estos datos y partiendo de un precio por mt.² de aproximadamente Q45,00 se piensa planificar un proyecto de mercado en un área aproximada de 900 mt.² de los 1230 mt.² disponibles, lo que nos da un costo, también aproximado de Q40,500,00. El proyecto cuenta con un total de 34 locales entre comercios, carnicerías, marranerías y cocinas-comedores, así como también área para administración y servicios sanitarios, además de un total de 441 mt.² aprox. de piso-plaza cubierto y 330 mt.² de piso-plaza auxiliar descubierto. En el primero se pueden ubicar holgadamente de 65 a 70 puestos -dependiendo del área de cada uno- incluyendo un 15% de circulaciones, lo que nos da un sobre-equipamiento de 20% sobre las necesidades actuales. Con esto se piensa, en base al tipo de desarrollo del pueblo, cubrir las necesidades actuales y de los próximos años.

Es necesario advertir que los arbitrios municipales van en función directa del desarrollo y pujanza económica del lugar, oscilando desde Q0,01 por día hasta Q,0,30 diario, tanto en lo referente a puestos de piso-plaza, como a puestos fijos, que indudablemente son comercios de primer orden.

Queda con esto expresado que el proyecto es realizable y resulta rentable por su baja inversión.

b. Al hacer análisis con el área disponible se cubrió el programa sin rebasar los límites establecidos.

Dado el uso de las instalaciones se han contemplado materiales resistentes y de relativa presentación, considerando también el factor económico que es fundamental en estos casos.

También en los acabados de las paredes exteriores e interiores se han considerado materiales que tengan vista y duración.

Los pisos serán de concreto rugoso -comunmente llamada torta de cemento- para evitar resbalones, y los sistemas de instalación de agua y drenajes así como eléctricos serán dispuestos en forma cómoda para todas las operaciones.

Los locales comerciales y dependencias tendrán acabados satisfactorios para hacerlos atractivos a los usuarios y público en general.

Los sanitarios serán recubiertos con revestimiento acrílico, continuo y sin uniones, para facilitar su higiene y limpieza, de la misma forma serán tratados los locales para carnicería, marranerías y áreas de cocinas-comedores.

Para la cubierta se pensó en armaduras -espina de pescado- por ser la estructura que sin necesitar mucha altura proporciona grandes volúmenes de aire y facilita la ventilación, y serán de madera por la facilidad de su uso debido a la escasez de mano de obra especializada. La cubierta propiamente dicha será de lámina duralita.

En el área de piso-plaza auxiliar estarán ubicadas tres puertas que - además de ingresos peatonales podrán servir de entrada de vehículos de abastecimiento, desalojo y limpieza.

Para el piso-plaza se prefabricarán estructuras de madera que faciliten la colocación de los productos, dando así comodidad a los usuarios y compradores.

Contará también con una pequeña terminal de buses y camiones, que aunque fuera del área disponible para el edificio, estará situada contigua a ella -ya que la configuración urbana lo facilita- con lo cual se obtendrá más fluidez en el tránsito de vehículos tanto de carga como de pasajeros.

Es necesario hacer notar que en el diseño aunque solo en parte se mantuvo el significado de la tradicional plaza abierta, al dejar un piso-plaza auxiliar descubierto, aún y cuando el avance cultural de nuestros pueblos tiene de a borrar esas huellas heredadas de nuestros antepasados.

4. Financiamiento e Ingresos.

Para aclarar el renglón de costos y financiamiento he aquí una estimación de ingresos:

-Locales en funcionamiento verificados:

15 tiendas (diferentes tamaños en tramos de 4 varas a 3 tramos de 4 varas cada uno). 2 carnicerías, 6 marranerías y 3 cocinas-comedores.

-Alquileres actuales por mes:

tiendas	Q4. 00 por tramo 4 varas.
carnicerías	Q7. 00
marranerías	Q3. 00
cocinas-comedores	Q6. 00
piso-plaza	Q0. 02 a Q0. 05 por mt. ²

-Alquileres propuestos:

Las rentas propuestas, en base a los alquileres actuales, movimiento comercial observado, calidad y localización de nuevos locales así como conversaciones sostenidas con los usuarios son:

tiendas exteriores	Q8. 00
tiendas interiores	Q6. 00
carnicerías	Q8. 00
marranerías	Q4. 00
cocinas-comedores	Q8. 00

Esta propuesta nos da los siguientes ingresos tanto mensuales como anuales.

-Ingresos estimados:		Alq.	Total	Total
<u>Clase de local</u>	<u>No.</u>	<u>Mensual</u>	<u>Mensual</u>	<u>Anual</u>
Tiendas exteriores	13	Q. 8. 00	Q. 104. 00	Q 1248. 00
Tiendas interiores	9	Q. 6. 00	Q. 54. 00	Q 648. 00
Camicerías	3	Q. 8. 00	Q. 24. 00	Q 288. 00
Marranerías	6	Q. 4. 00	Q. 24. 00	Q 288. 00
Cocinas-comedores	3	Q. 8. 00	Q. 24. 00	Q 288. 00
Piso-plaza #	414 mt.	Q. 0. 60 mt.	Q. 248. 40	Q 2980. 80
		TOTALES	Q. 478. 40	Q 5740. 80

El mercado funciona los días jueves y domingos a razón de Q 0. 05 mt.

Ingresos anuales totales	Q 5740. 80
Menos gastos administración ##	Q 780. 00
Ingreso líquido	Q 4960. 80
## 1 administrador con sueldo mensual de	Q 40. 00
1 conserje con sueldo mensual de	Q 25. 00

En base a dichas tarifas se obtiene un autofinanciamiento del 50% del costo de la obra (costo aproximado de Q 40, 500. 00)

De acuerdo a estudios realizados en el INFOM y de común acuerdo con la corporación municipal se sugirió el proyecto de la manera planteada.

En términos generales se observó un movimiento comercial considerable y se estimó de urgencia la construcción del nuevo mercado, para proporcionar a los usuarios las condiciones mínimas tanto higiénicas como funcionales.

Se indicó por parte de la alcaldía que los fondos especiales (Q 47, 000. 00) depositados a su nombre, se emplearían en la construcción del mercado, edificio municipal e instituto de educación básica adjunto (cuya inversión total será de Q 100, 000. 00 que es su capacidad de crédito).

5) Conclusión.

Los datos anteriores nos proporcionan márgenes suficientes, para suponer que con esos ingresos anuales el proyecto resulta rentable y autofinanciable ya que amortizarían la deuda en un período aproximado de 6 años, por lo que resulta además de factible una verdadera contribución hacia el desarrollo de Nebaj.



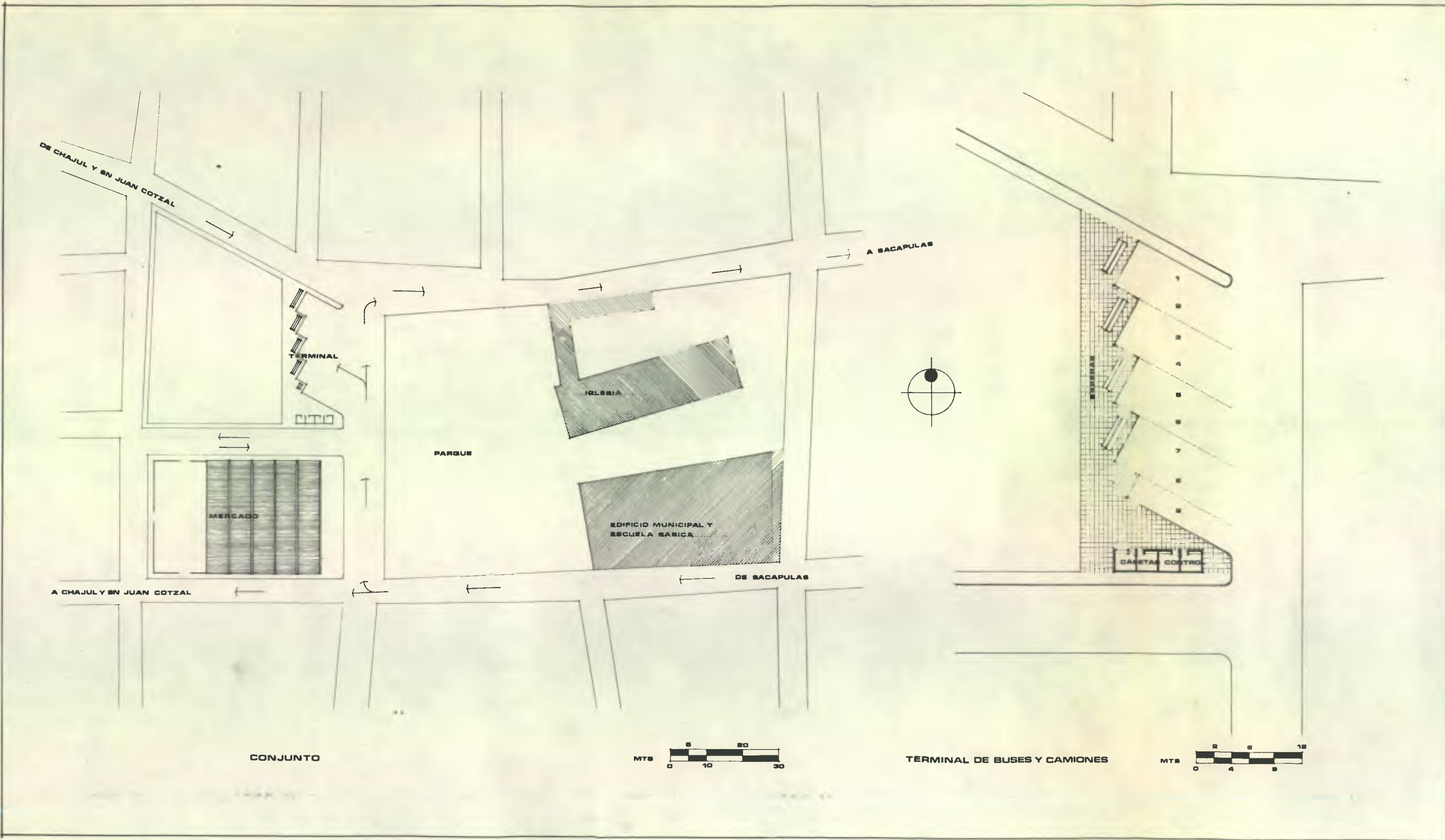
CONTENIDO

———	CARRETERA
———	CAMINO DE TIERRA
———	VEREDA
———	RIO

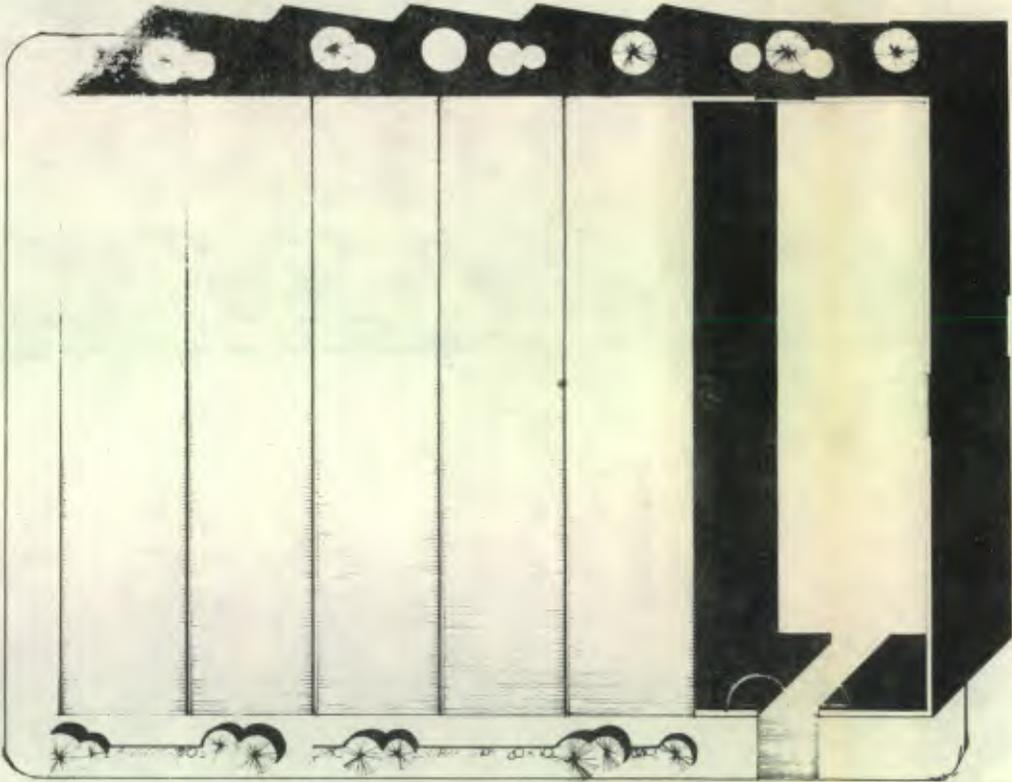


EL MERCADO MUNICIPAL 1

EL LUGAR Y SUS ALREDEDORES



EL MERCADO MUNICIPAL
CENTRO CIVICO Y COMERCIAL **2**



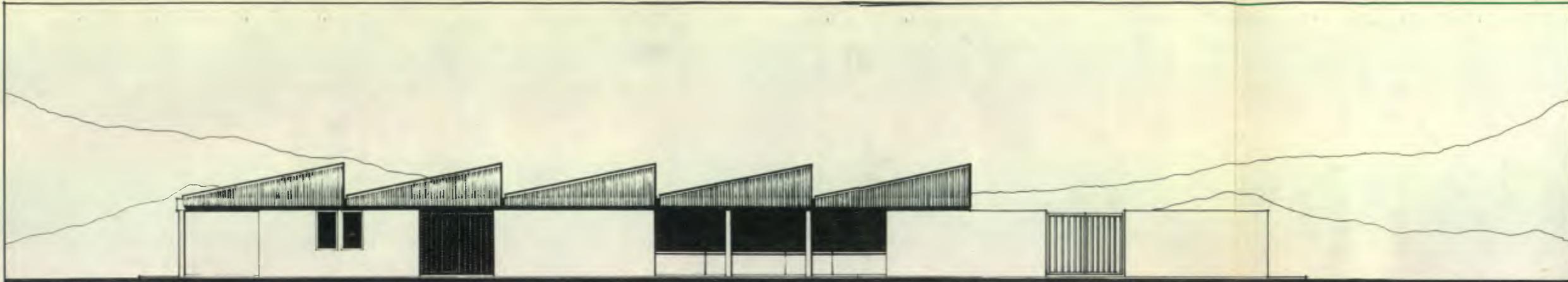
EL MERCADO MUNICIPAL 3
PLANTA DE CONJUNTO



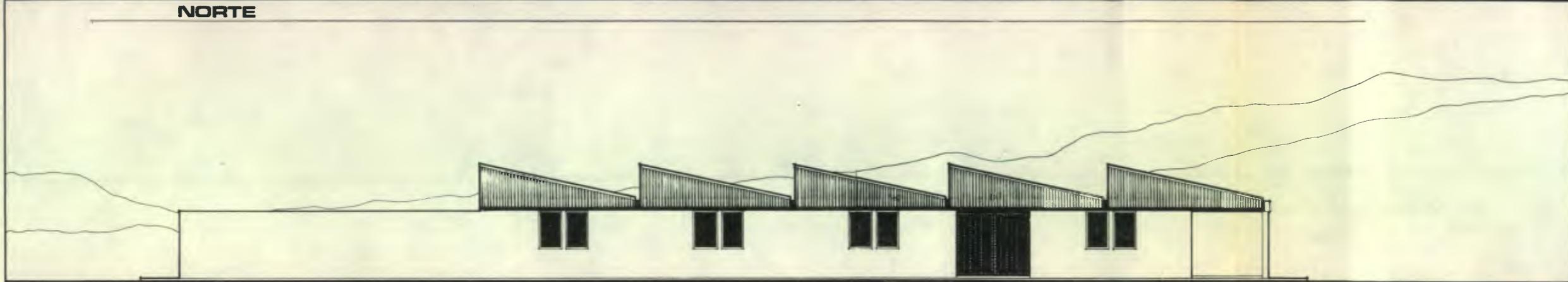
- CONTENIDO**
- A PORTAL
 - B COMERCIOS EXTERIORES
 - C ADMINISTRACION
 - D CARNICERIAS
 - E MARRANERIAS
 - F COMERCIOS INTERIORES
 - G COCINAS-COMEDORES
 - H SERVICIOS SANITARIOS



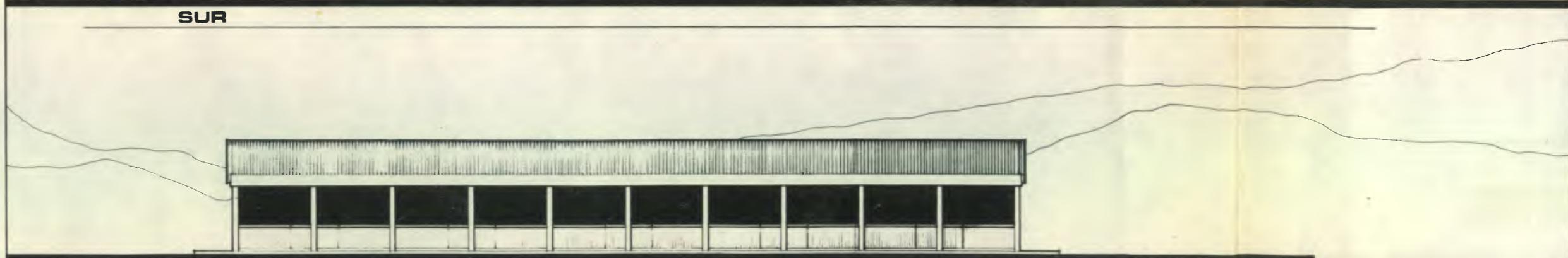
EL MERCADO MUNICIPAL 4
PLANTA GENERAL



NORTE



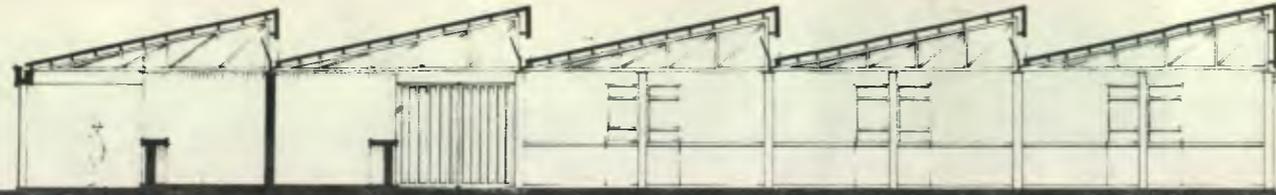
SUR



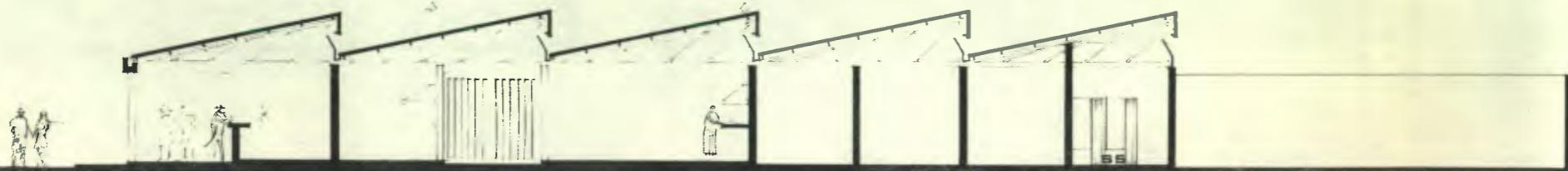
ORIENTE



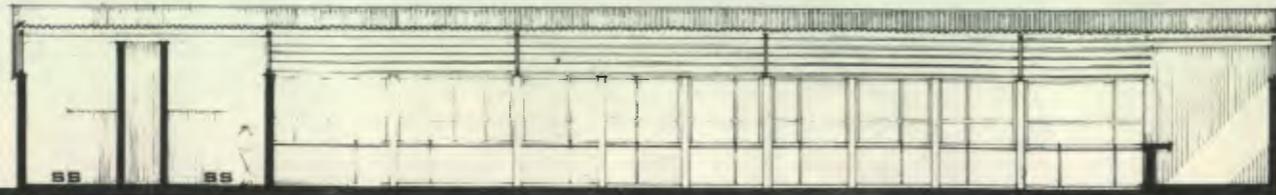
EL MERCADO MUNICIPAL 5
ELEVACIONES



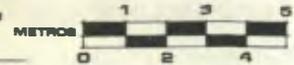
SECCION LONGITUDINAL POR PISO-PLAZA

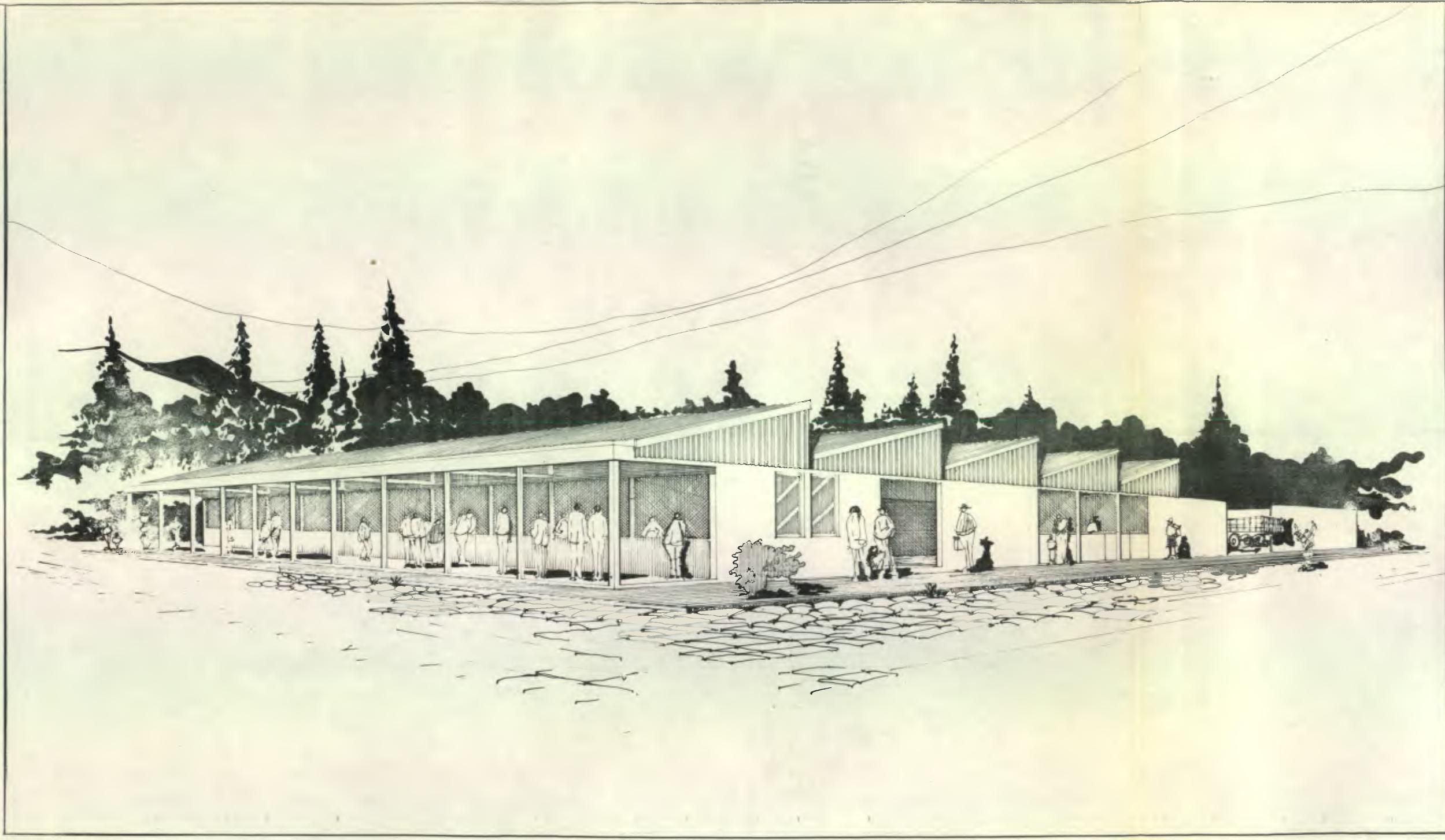


SECCION LONGITUDINAL POR COCINAS-COMEDDRES



SECCION TRANSVERSAL POR SANITARIDS





EL MERCADO MUNICIPAL 7
PERSPECTIVA

B I B L I O G R A F I A.

Viaje a Guatemala y Centroamérica.

Jacobo Haefkens, Vol. I

Editorial Universitaria, Guatemala, C. A. 1969.

El Comercio de los Mayas Antiguos.

Amalia Cardós de Méndez. Acta Antropológica VII.

Escuela Nacional de Antropología e Historia, México 1959.

La Verdadera y Notable Relación del Descubrimiento y Conquista de la Nueva España y Guatemala.

Bernal Díaz del Castillo. Vol. II.

Editorial José de Pineda Ibarra, Guatemala, C. A.

La Plaza Mayor de Santiago de Guatemala hacia 1678.

Luis Luján Muñoz

Instituto de Antropología e Historia, Ministerio de Educación.
Guatemala, C. A. 1969.

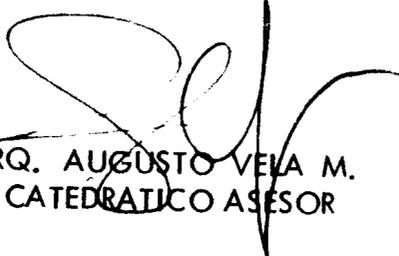
Documentación directa del Instituto de Fomento Municipal INFOM.

Diccionario Geográfico de Guatemala, Tomo I, Guatemala, C. A.
1961.

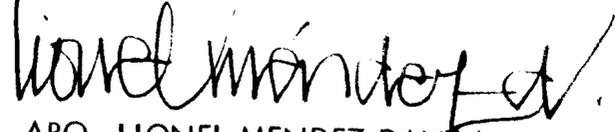
Normas de Equipamiento

Fuente: Documentos del Instituto de Planificación de Lima.


JUAN ANTONIO MONTERROSO


ARQ. AUGUSTO VELA M.
CATEDRATICO ASESOR

IMPRIMASE:


ARQ. LIONEL MENDEZ DAVILA
DECANO EN FUNCIONES