"DIAGNOSTICO PRELIMINAR DE MERCADOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA"

TESIS

presentada a la Junta Directiva de la

FACULTAD DE ARQUITECTURA

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

por

CORALIA DIAZ MARROQUIN DE GARCIA

Al conferírsele el título de

ARQUITECTO

Guatemala, Octubre de 1973

COMISION DE DIRECCION Y ADMINISTRACION DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA:

Dr. Jorge E. Rosal, Coordinador

Dr. Arturo Soto

Br. Luis Zurita

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

Decano en Funciones: Arq. Lionel Méndez D.

Secretario: Arq. Marcelino Gonzáles

Examinador: Arq. Miguel Angel Imeri

Examinador: Arq. Carlos Lobos Klemp

Examinador: Ing. Raúl Morales Bathen

DEDICATORIA:

A DIOS TODOPODEROSO

A MIS PADRES:

María Marroquín de Díaz
Abraham Díaz Ramírez

A MI ESPOSO:

Mario García Ovalle

A MI HIJO:

Mario Alejandro

A MIS HERMANOS:

Brémily
Isabel
Roberto

AGRADECIMIENTO A:

Arq. Hermes Marroquín Campos
Asesor

Arq. Miguel Angel Imeri

Ing. José Luis Robles

Dirección de Planificación de
la Municipalidad de Guatemala

Universidad de San Carlos

CONTENIDO:

INTRODUCCION

PARTE I: DIAGNOSTICO PRELIMINAR DE MERCADOS

1.– Localización
2.– Superficie
3.– Situación Física
4.– Actividades inducidas en la periferie
5.– Surgimiento de la actividad de mercadeo y su localización
6.– Estimación de áreas urbanas servidas por los mercados
7.– Areas que carecen de servicio de mercado
8.– Conclusiones: Areas y puntos convenientes para la localización de nuevos mercados.

PARTE II: CONSIDERACIONES BASICAS SOBRE EL DISEÑO DE UN MERCADO

1.– Elementos básicos de un mercado
    Area de Parqueo
    Area de administración y servicios
    Area de ventas
2.– Tipos de Ventas
3.– Conclusiones: Propuesta de programa para mercado cantonal o sectorial.
4.– Bibliografía

INTRODUCCION:

Dentro de los servicios que presta una ciudad, la comercialización de los productos de primera necesidad adquiere una importancia significativa en la vida de sus habitantes, de la calidad de estos servicios depende muchas veces la calidad de vida urbana en determinados sectores de la ciudad. Los mercados representan dentro de las características socioeconómicas de nuestra sociedad un elemento vital, pues es allí donde se realizan las principales compras de primera necesidad, del promedio de la familia guatemalteca.

En la capital de Guatemala las actividades de mercados se realizan casi en la misma forma que en las demás ciudades del país, solo que con una diferencia; que cada vez estos servicios presentan cierto déficit en relación a la población a servir, es decir el ritmo de crecimiento de la población del área metropolitana de Guatemala es superior al ritmo de crecimiento de los servicios que se dan en los mercados, provocando esto un déficit de servicios, que se manifiesta en la existencia de grandes áreas urbanas que no están dentro del área de influencia de ningún mercado zonal, y por consiguiente tienen que servirse de los mercados de otras zonas, provocando con esto un desplazamiento de población diario hacia estos centros de servicios. Este movimiento masivo de población que se produce en todas direcciones dentro de la capital, pero particularmente hacia la zona 4, donde se localiza el mercado de la Terminal, produce un recargo en las vías de circulación, un incremento en los tiempos de desplazamiento, una mayor contaminación ambiental y en general un deterioro del medio ambiente urbano.

La dotación racional de mercados a toda el área metropolitana, indudablemente que podría contribuir a mejorar la calidad de la vida en la ciudad, a regular mejor los precios de los productos y a reducir los costos sociales de la población.

El presente trabajo trata de plantear de una manera general, los lineamientos de los estudios básicos que deben realizarse para poder definir un programa de construcción de

mercados, que se localicen en las áreas que en la actualidad demandan de estos servicios y al mismo tiempo que tengan las características adecuadas tanto en su distribución interna, como en los espacios requeridos para los diferentes productos.

Sobre este último aspecto, el segundo capítulo del presente trabajo, trata de presentar una serie de consideraciones básicas a ser tomadas en cuenta para el diseño arquitectónico de los mercados elaboradas en base de una investigación realizada en base de nuestra realidad, así como las recomendaciones concretas que pueden tomarse para proyectos específicos.

Espero que la información aquí presentada sea de alguna utilidad para las personas e instituciones que de una u otra forma, están relacionadas con el problema de los mercados.

Guatemala, Octubre de 1973.

Nota: los datos estadísticos y la cuantificación de elementos considerados en el presente trabajo, responden al año 1971.

PARTE I: DIAGNOSTICO PRELIMINAR DE MERCADOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA

1. LOCALIZACION DE MERCADOS POR ZONAS

En la ciudad de Guatemala existe unas red de mercados, veinte de los cuales están situados en las diferentes zonas del municipio de Guatemala y uno en el municipio de Mixco, pero dentro del área de influencia urbana. Todos estos mercados los clasificamos como "mercados fijos" porque poseen un edificio no importando las condiciones del mismo y recibe varios servicios como agua, luz, limpieza, control y tienen una administración.

Los veintiun mercados están distribuídos en la siguiente forma:

DISTRIBUCION DE MERCADOS

Cuadro No. 1

ZONA	NUMERO
1	5
2	0
3	2
4	2
5	2
6	3
7	1
8	0
9	0
10	1
11	2
12	1
13	0
14	0
15	0

ZONA	NUMERO
16	0
17	0
18	0
19	1
Colonia 1o. de Julio	1

Como puede verse, las zonas 2, 8, 9, 13, 14, 15, 16, 17 y 18 carecen totalmente de servicios de mercado.

En el siguiente cuadro podemos darnos cuenta de la localización exactas de cada mercado.

Cuadro No. 2

LOCALIZACION DE MERCADOS FIJOS

	NOMBRE DEL MERCADO	DIRECCION	ZONA
1.	Sur No. 2	6a. Av. entre 19 y 22 Calle	1
2.	Central	8a. Av. y 8a. calle	1
3.	Jardín de la Presidenta	2a. Av. y 21 calle	1
4.	Colón	13 Av. y 5a. calle	1
5.	Sauce	Av. Elena y 1a. Calle "A"	1
6.	Gallito	12 Calle "B" y 3a. Av.	3
7.	Cervantes	Av. Elena y 18 Calle	3
8.	Granero	28 calle final vía 1	4
9.	Terminal	1a. Av. y 8a. calle	4
10.	Asunción	37 Av. y 18 calle	5
11.	Palmita	17 Av. y 27 calle	5
12.	Parroquia	Calle Martí y 11 Av.	6
13.	San Martín de Porres	18 Av. y 1a. calle "A"	6
14.	Candelaria (4-3)	8a. Av. y 21 calle (Proyecto 4-3)	6
15.	Mercantil	5a. calle y 12 Av.	7
16.	Guarda Viejo	3a. Av. y 3a. calle	11
17.	Roosevelt	12 calle y 12 Av.	11
18.	Reformita	11 Av. y 21 calle	12
19.	Florida	5a. calle y 11 Av.	19
20.	Villa de Guadalupe	14 Av. y 19 calle	10
21.	Primero de Julio	Colonia 1o. de Julio	Mixco

2. SUPERFICIE

La red de los veintiun mercados hacen un total en área construída de 85,448 metros cuadrados, si excluímos 4,080 metros cuadrados del mercado de la Colonia Primero de Julio, de la cual por no haber sido censado no tenemos datos del número de habitantes, tenemos 81,368 metros cuadrados para aproximadamente 757,948 habitantes.

En el cuadro No. 5, podemos apreciar que los metros cuadrados por habitante, lo más alto es la zona 4 con 2.11 y el resto de las zonas fluctúan entre 0.24 que tiene la zona 1 y 0 que tienen las zonas 8, 9, 13, 14, 15, 16, 17 y 18.

En el cuadro No. 3 podemos apreciar el crecimiento anual de la población por zonas, calculado sobre la base de un porcentaje de 5.1o/o anual.

En el cuadro No. 4 podemos apreciar la superficie particular de cada mercado.

Cuadro No. 3

CRECIMIENTO GENERAL POR ZONAS

ZONA	1,964	1,965	1,966	1,967	1,968	1,969	
1	96,000	100,896	106,042	111,450	117,134	123,108	habitantes
2	23,488	24,686	25,945	27,286	28,659	30,121	"
3	60,322	63,398	66,631	70,029	73,600	77,354	"
4	8,214	8,634	9,074	9,537	10,023	10,534	"
5	75,979	79,854	83,927	88,207	92,706	97,434	"
6	64,214	67,489	70,931	74,548	78,350	82,346	"
7	81,950	86,129	90,522	95,139	99,991	105,091	"
8	25,196	26,480	27,380	29,249	30,741	32,309	"
9	8,190	8,608	9,047	9,508	9,993	10,503	"
10	16,234	17,062	17,932	18,847	19,808	20,818	"
11	36,155	37,999	39,937	41,974	44,115	46,365	"
12	40,777	42,857	45,043	47,340	49,754	52,291	"
13	10,671	11,215	11,787	12,388	13,020	13,684	"
14	8,479	8,911	9,365	9,842	10,344	10,872	"
15	3,909	4,108	4,318	4,538	4,769	5,012	"
16	3,740	3,931	4,131	4,342	4,404	4,629	"
17	5,340	5,612	5,899	6,199	6,515	6,847	"
18	6,440	6,768	7,114	7,476	7,857	8,258	"
19	15,886	16,696	17,547	18,442	19,383	20,372	"

Cuadro No. 4

SUPERFICIE POR METRO CUADRADO DE CADA MERCADO

	NOMBRE DEL MERCADO	METROS CUADRADOS
1.	Sur No. 2	5,680
2.	Central	9,188
3.	Presidenta	8,178
4.	Colón	5,666
5.	Sauce	1,440
6.	Gallito	240
7.	Cervantes	630
8.	Granero	5,051
9.	Terminal	18,160
10.	Asunción	3,003
11.	Palmita	630
12.	Parroquia	7,560
13.	San Martín de Porres	1,728
14.	Candelaria (4-3)	1,976
15.	Mercantil	2,946
16.	Guarda Viejo	3,698
17.	Roosevelt	168
18.	Reformita	2,969
19.	Florida	1,827
20.	Villa de Guadalupe	630
21.	Primero de Julio	4,080

Cuadro No. 5

RELACION DE SERVICIO DE MERCADOS POR ZONA Y POR HABITANTE

ZONA	Número Habitantes	Número Mercados	Metros Cuadrados	Metros Cuadrados Habitante
1	123,108	4	30,152	0.24
2	30,121	0	0	0
3	77,354	2	870	0.01
4	10,534	2	23,211	2.11
5	97,434	2	3,633	0.04
6	82,346	3	11,246	0.14
7	105,091	1	2,946	0.14
8.	32,309	0	0	0
9.	10,503	0	0	0
10	20,818	1	630	0.03
11	46,365	2	3,866	0.08
12	56,291	1	2,969	0.05
13	13,648	0	0	0
14	10,872	0	0	0
15	5,012	0	0	0
16	4,629	0	0	0
17	6,847	0	0	0
18	8,258	0	0	0
19	20,372	1	1,827	0.09

3. SITUACION FISICA.

Para llegar a determinar la situación física del sistema de mercados, se diseñó una papeleta y su correspondiente instructivo, los cuales aparecen en las siguientes páginas.

Esta encuesta se realizó durante las mañanas en los mercados y el encuestador hizo una apreciación de los diferentes aspectos de los edificios para precisar su estado actual, luego de 9 a 11 de la mañana, pasó a los compradores del mercado una papeleta que explicaremos más adelante para determinar el área de influencia de cada mercado y por las tardes se realizó un levantamiento físico de las actividades inducidas en la periferie de los mercados por la acción de los mismos.

La papeleta tiene siete partes y son las siguientes:

1. Características del edificio,
2. Equipamiento,
3. Servicios varios,
4. Facilidades de Transporte,
5. Actividades inducidas por los mercados,
6. Area de influencia,
7. Tiempo de operación.

1. Características del Edificio:

Aquí tenemos techo, paredes, puestos, pisos, accesos y control, interesándonos en accesos el estado de las puertas y si ofrecen las mínimas normas de seguridad en caso de incendio, temblor o cualquier otro motivo que produjera la salida intempestiva de un fuerte número de personas para que no se produzca una tragedia.

2. Equipamiento:

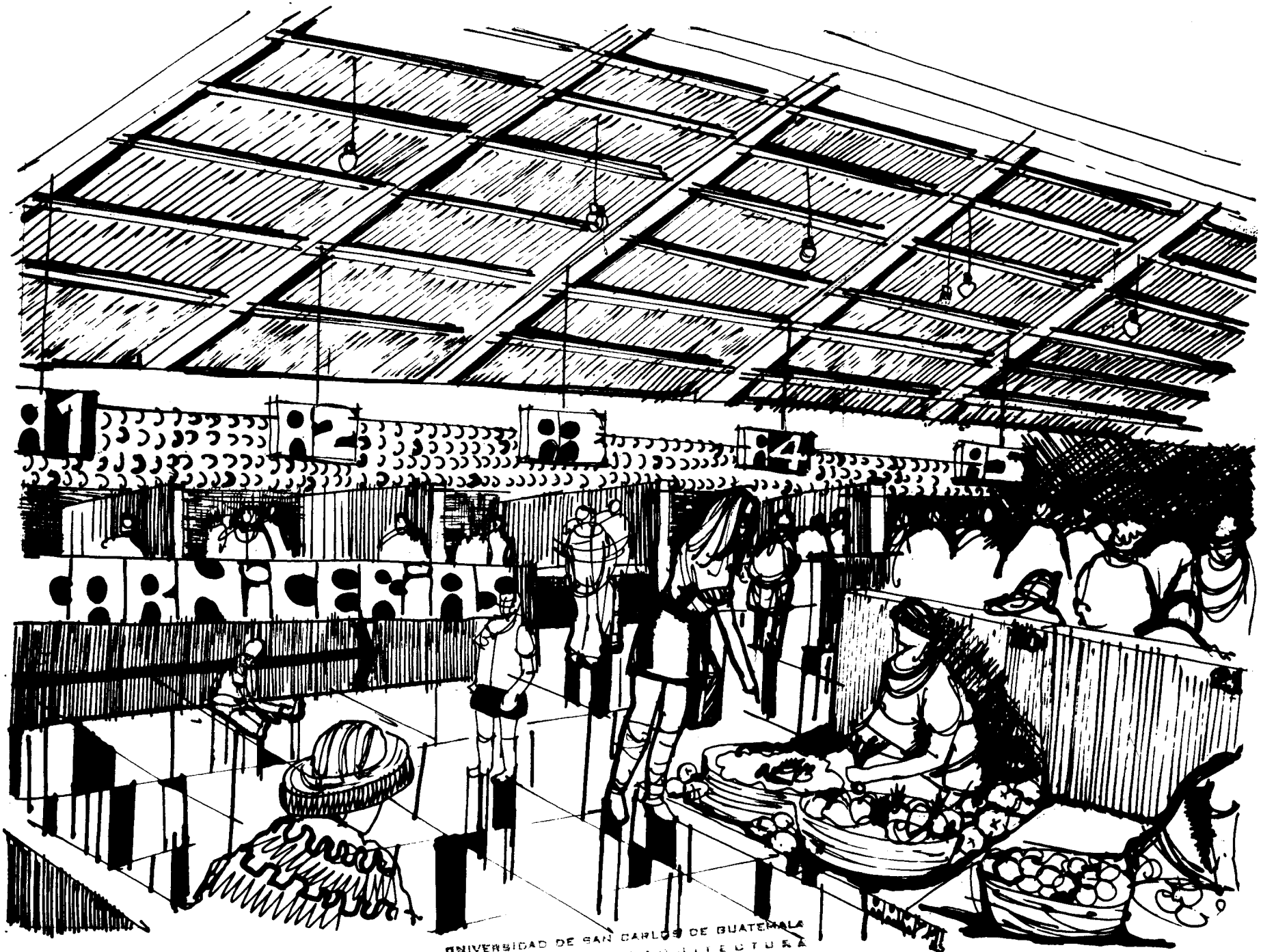
Por equipamiento tenemos: agua, luz, ventilación, servicios sanitarios, servicio de limpieza, depósitos de basura, etc. Aquí se hizo una inspección y se calificó si el servicio era adecuado.

4. Facilidades de Transporte:

Aquí tenemos número de rutas urbanas y extra–urbanas que pasan por el mercado o sus cercanías, el servicio de taxis, carretas, cargadores, pick–ups fleteros y sitios para estacionamiento de vehículos.

7. Tiempo de operación:

Son las horas de funcionamiento de los mercados, incluyendo las horas extras que funcionan por las cocinas y comedores que se quedan dando servicio más tiempo.



MODELO DE PAPELETA

MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

DIRECCION DE PLANIFICACION
Estudio de Mercados

Nombre del Encuestador

Fecha Nombre del Mercado

Objetivos de la Encuesta:

Determinar las condiciones físicas y sociales en que se desarrolla la actividad de los mercados en la ciudad de Guatemala.

1. SITUACION FISICA:

a) Características del edificio:

Techo	bueno	malo	deteriorado
Observaciones			
Paredes	buenas	malas	deterioradas
Observaciones			
Pisos	buenos	malos	deteriorados
Observaciones			
Accesos			
Puestos			
Control			

b) Equipamiento

Agua:
Luz:
Ventilación
Servicios Sanitarios
Servicios de Limpieza
Depósito de Basura

c) Servicios que presta la Municipalidad u otra entidad:

Control	si	no
Limpieza	si	no

Guardería:
Escuela:
Clínica o dispensario:
Policía:
Otros

d) Tiempo de Operación del mercado:

Hora que se abre: hora que se cierra
Observaciones

e) Facilidades de Transporte

Rutas de camioneta que pasan por el lugar o sus cercanías
Servicio de taxis
Servicio de carretas
Cargadores
Otros
Facilidades para estacionamiento de vehículos

2. ACTIVIDADES INDUCIDAS POR EL MERCADO:

Tiendas	Almacenes	Cantinas
Prostíbulos	Comedores	Mesones
Pensiones	Otros	

3. AREA DE INFLUENCIA DEL MERCADO

Entrevistas con compradores con papeleta especialmente diseñada

Número de encuestados Tiempo:

MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

DIRECCION DE PLANIFICACION
Estudio sobre Mercados

INSTRUCTIVO SOBRE LA ENCUESTA DE MERCADOS:

Situación física:	Techos:	poner si el techo está en buenas, malas o deterioradas condiciones y poner la clase de deterioro que existe.
	Paredes:	su estado, si están pintadas, repelladas, limpia, etc.
	Pisos:	su estado, clase de material, si drenan bien, etc.
	Puestos:	su estado, de que material están hechos, si hay hacinamiento, su higiene.
	Accesos:	Cuantas puertas son, su estado, si abren hacia afuera, si los pasillos permiten la libre circulación de carga, compradores, etc.
	Control:	Especificar en qué forma se efectúa y por quien.
Equipamiento:	Agua:	si el servicio es eficiente y está distribuído correctamente.
	Luz:	si el servicio es deficiente.
	Ventilación	si es suficiente o provoca problemas en el ambiente del mercado.
	Limpieza:	si existe, si es eficiente
	Depósito de basura:	si está situado y si es suficiente.

Servicio que presta la Municipalidad u otra Entidad:	si existe guardería, clínica, dispensario o botiquín, escuela, servicio de policía para el mercado, en caso de existir detallar cada servicio.
Tiempo de Operación:	las horas que permanece el mercado funcionando incluyendo las horas extras.
Facilidades de Transporte:	Poner las rutas de camioneta que pasan por el mercado o sus cercanías, si existe el servicio de taxis, carretas, cargadores, pick–ups fleteros, etc., poner su número aproximado.
Actividades Inducidas por el Mercado	En el plano de localización de cada mercado poner con la siguiente nomenclatura:

T = tienda P = prostíbulo PN = pensión A = almacén

C = comedor CN = cantina M = mesón.

TABULACION DE LA ENCUESTA:

Para llegar a calificar el resultado de la encuesta se ha usado la siguiente graduación:

B	bueno
R	regular
M	malo
D	deteriorado

ZONA	NOMBRE DEL MERCADO	CARACTERISTICAS DEL EDIFICIO								EQUIPAMIENTO						SERVICIOS VARIOS				FACILIDADES TRANSPORTE							ACTIVIDADES INDUCIDAS POR LOS MERCADOS								AREA INFLUENCIA			OPERACION		
						ACCESOS														Nº BUSES																VIVEN CERCA			TIEMPO		
		PUESTOS	TECHO	PAREDES	PISOS	Nº PTS	SEGURIDAD	ESTADO	CONTROL	AGUA	LUZ	VENTILAC.	SS. SS.	SERVICIO LIMPIEZA	DEPOSITO BASURA	GUARDERIA	ESCUELA	CLINICA	POLICIA	EXTRAURB	URB.	TAXIS	CARRETAS	CARGADORES	OTROS	ESTACIONAMIENTO	TIENDAS	ALMACENES	CANTINAS	PROSTIBULOS	COMEDORES	MESONES	PENSIONES	OTROS	Nº DE ENCUESTADOS	SI	NO	ABRE	CIERRA	TIEMPO EXTRA
1	Sur no. 2	R	D	B	B	10	NO	M	Muni.	M	B	B	M	R	B	NO	NO	NO	NO	-	20	SI	SI	SI	SI	SI	20	42	8	-	2	1	3	SI	20	14	6	6	18	18-21
1	Central	R	M	B	B	8	-	B.	"	B	M	M	M	B	M	NO	"	NO	SI	-	18	NO	SI	SI	NO	NO	15	60	5	1	3	-	-	SI	24	17	7	6	"	18-19
1	Presidenta	R	M	B	B	6	"	M	"	"	M	M	B	B	B	SI	"	NO	NO	6	12	NO	SI	SI	SI	NO	28	2	3	6	6	2	-	SI	14	6	8	6	"	18-20
1	Colon	M	B	B	-	8	"	M	"	"	B	B	M	R	R	SI	"	NO	NO	-	10	SI	SI	SI	NO	NO	7	4	13	-	2	-	2	SI	5	8	4	6	"	-
2	Sauce	R	B	-	B	2	"	B	"	-	M	B	B	B	B	NO	"	NO	NO	-	4	NO	NO	NO	NO	NO	-	-	-	-	-	-	-	NO	9	8	1	6	18	-
3	Gallito	B	B	B	-	4	"	-	"	"	M	R	"	"	R	SI	"	NO	NO	-	6	NO	SI	NO	NO	SI	1	2	2	-	1	-	-	NO	18	18		6	"	-
3	Cervantes	R	B	-	-	4	"	-	"	M	B	B	M	M	M	NO	"	NO	NO	-	5	"	SI	SI	SI	NO	3	-	11	3	1	-	2	NO	12	11	1	6	"	-
4	Granero	M	M	M	M	13	NO	"	"	B	R	R	R	M	M	NO	"	NO	NO	-	14	SI	SI	SI	SI	"	-	-	-	-	-	-	-	-	82	39	43	6	18	-
4	Terminal	R	B	B	B	14	"	B	"	"	R	R	B	R	B	SI	"	NO	NO	50	14	SI	SI	SI	SI	NO	34	59	30	8	39	8	23	27				6	18	-
5	Asuncion	B	-	B	-	4	"	-	"	"	B	B	"	B	"	SI	"	NO	SI	-	2	NO	NO	NO	NO	"	-	-	-	-	-	-	-	NO	20	20	-	6	"	-
5	Palmita	R	B	"	-	5	"	B	"	"	"	"	R	"	"	SI	"	SI	SI	-	7	NO	SI	SI	SI	NO	29	1	3	1	-	-	-	SI	16	12	4	6	"	18-19
6	Parroquia	B	-	-	B	4	"	"	"	"	"	"	B	"	"	NO	"	NO	NO	3	9	SI	SI	SI	NO	SI	12	7	9	1	-	-	-	SI	12	12		6	"	18-19
6	Sn. Martin	M	M	M	M	7	"	M	"	M	M	M	M	M	M	NO	"	NO	NO	-	2	NO	SI	NO	"	NO	25	-	5	-	5	-	-	SI	12	12		6	"	-
6	Candelaria	B	B	B	B	4	"	M	"	B	B	B	M	B	B	SI	"	NO	SI	-	5	"	NO	"	NO	SI	6	-	-	-	1	-	-	SI	20	20		6	18	-
7	Mercantil	B	M	-	M	6	NO	B	"	"	"	"	R	"	"	NO	"	NO	NO	-	7	NO	SI	NO	"	SI	14	-	1	-	-	-	1	SI	16	16		6	"	-
11	Guarda	R	M	B	M	6	"	"	"	"	"	R	R	"	"	NO	"	NO	NO	-	9	"	SI	SI	SI	SI	11	-	12	-	-	-	1	SI	16	14	2	6	"	18-19
11	Rousevelt	M	M	-	M	18	"	M	"	M	M	M	M	R	R	NO	"	N	NO	-	3	"	NO	NO	NO	NO	2	-	3	-	-	-	1	SI	17	17		6	"	
12	Reformita	R	B	-	B	7	"	B	"	B	B	B	B	B	M	NO	"	NO	NO	-	5	NO	NO	NO	NO	NO	4	-	2	-	-	-	-	SI	24	23	1	6	18	
10	Florida	B	-	B	-	7	"	"	"	"	"	"	"	"	B	NO	"	NO	NO	-	3	NO	NO	"	SI	SI	6	6	1	-	2	-	-	SI	24	24		6	"	
10	Guadalupe	R	M	M	B	3	"	M	"	"	R	"	M	"	M	NO	"	"	NO	-	3	"	NO	NO	NO	SI	3	-	2	-	1	-	-	SI	8	8		6	"	
A 1	1 de Julio	B	B	-	-	7	"	B	INVI	"	B	"	B	"	B	N	"	NO	NO	-	3	NO	NO	NO	NO	SI	-	-	-	-	-	-	-	SI	16	16		6	18	

Podemos darnos cuenta al analizar el resultado de la encuesta en las características del Edificio y Equipamiento de las condiciones en que se encuentran nuestros mercados, unicamente el 19o/o están en buenas condiciones, el 62o/o estan con deficiencia pero en regulares condiciones y un 19o/o están en pésimas condiciones. La mitad de los techos son malos, ninguna de las puertas de los 21 mercados ofrece seguridad en caso de incendio, temblor o cualquier otra causa, que obligara a la gente a salir precipitadamente, pues son corredizas de metal o cortinas metálicas, puertas de madera que abren hacia adentro.

Ninguna abre hacia afuera como lo exigen las mínimas normas de seguridad que exige el Instituto de Seguridad Social para edificios públicos. Más del 50o/o de los puestos no están en buenas condiciones, esto se debe en los mercados antiguos a que fueron construídos de madera, este material requiere un mantenimiento que no se le ha dado, y otros puestos han sido construídos provisionalmente de cajones, únicamente los mercados que tienen sus puestos hechos de concreto como el mercado Asunción, los pueden mantener limpios y sin deterioro, puesto que es un material muy resistente. El agua en un 80o/o da buen servicio. La luz casi en la mitad de mercados es deficiente. Hay problemas de ventilación en los mercados muy antiguos como el Central, en los de dos pisos, casi siempre en la planta baja, o en los mercados que tienen un pésimo edificio como El Granero, el San Martín de Porres, el Roosevelt, etc.

Los servicios sanitarios casi siempre están arrendados es decir si es 50o/o están en malas condiciones es porque los arrendatarios no son los adecuados o quizás estarían en mejores condiciones si los manejara la Municipalidad, porque este es el servicio más deficiente de todos los encuestados. El servicio de limpieza es deficiente totalmente en un 15o/o y regular en un 19o/o, en estos casos es porque no hay suficientes peones o suficientes implementos para efectuar la limpieza. Los depósitos de la basura son deficientes en un 30o/o porque son pequeños y están mal situados o no existen.

En conclusión podemos decir que únicamente 4 mercados que son: Asunción, Parroquia, Florida y 1o. de Julio, están en buenas condiciones, 4 en malas condiciones, que son: El Granero, Roosevelt, Villa de Guadalupe y San Martín de Porres y los otros 13 están en regulares condiciones. Veinte mercados son administrados por la Municipalidad y uno, el de la Colonia 1o. de Julio, está administrado por el INVI.

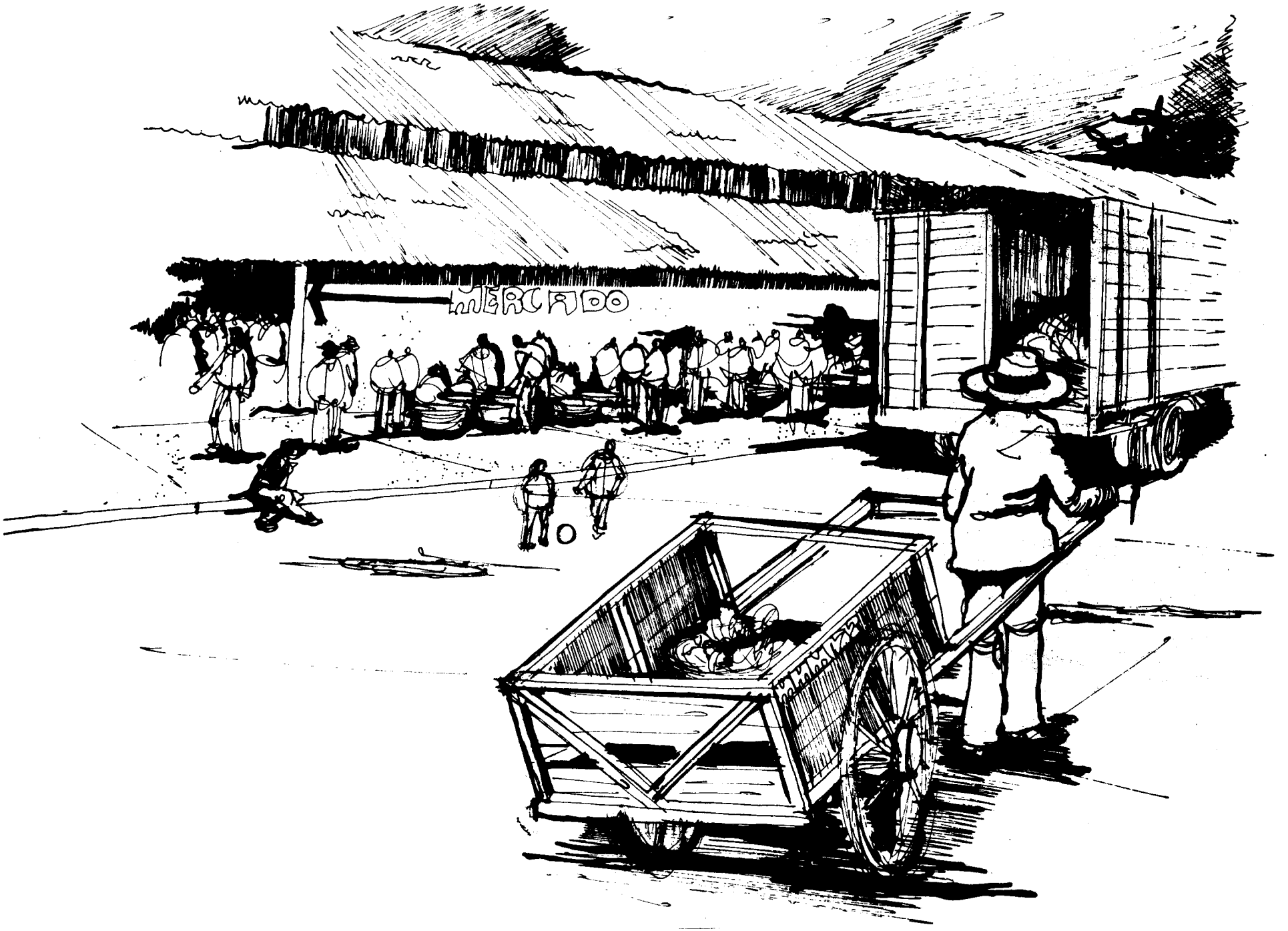
Es decir, si el edificio del mercado es construído con buenos materiales, que sean duraderos y necesiten de muy poco mantenimiento, con sus servicios convenientemente situados y suficientes y con una administración que controle que estos servicios sean efectuados eficientemente, tendremos un mercado funcionando bien en su edificio y equipamiento.

Las facilidades de transporte son determinantes en un mercado, principalmente las rutas de los buses urbanos que constituyen el transporte popular. Al analizar la encuesta podemos darnos cuenta de que el área de influencia de los mercados depende mucho de la cantidad de camionetas que pasan por el mismo, mas adelante veremos que los mercados Terminal, Presidenta, Sur y Central, ayudan a suplir las necesidades de colonias muy lejanas a ellos pero que las camionetas que van a esas colonias pasan por los mencionados mercados. En cambio, mercados como El Sauce, La Asunción, son mercados casi muertos porque son escasas las rutas que pasan por allí.

Los otros tipos de transportes como taxis, carretas, cargadores y estacionamientos existen en los mercados más grandes, porque los puramente cantonales, no generan este tipo de actividad ni mucho menos necesidades de estacionamiento porque las personas que compran en su mayoría van caminando. Hay mercados como el Central y la Presidenta, que no tienen facilidades de estacionamiento, esto obliga a muchos compradores principalmente de la zona uno, a irse a otro mercado como la Terminal, que tiene mayor cantidad de productos y mayores facilidades de estacionamiento.

El tiempo de operación de los mercados usualmente es de 6 de la mañana a 6 de la tarde, los mercados más activos dan servicio de cocina–comedor a trabajadores de 18:00 a 19:00 horas, esto hay que tomarlo en cuenta a la hora de diseñar un mercado porque la parte de cocinas y comedores debe de alguna forma poder aislarse para cerrar a las dieciocho horas todo el mercado y dejar pendiente la cerrada de la parte de comida.

Esto evitará el acceso de personas ajenas a la vigilancia del mercado en horas no hábiles a las áreas que ya no están funcionando, hará mas fáciles las labores de control,


MERCADO

siempre y cuando al diseñar el área de cocinas y comedores se contemplen los servicios necesarios para poderlas independizar totalmente en determinado momento.

4. ACTIVIDADES INDUCIDAS EN LA PERIFERE.

Al existir un mercado paulatinamente se van creando a su alrededor una serie de actividades algunas positivas como tiendas, almacenes, etc. y otras negativas, como cantinas, prostíbulos, etc.

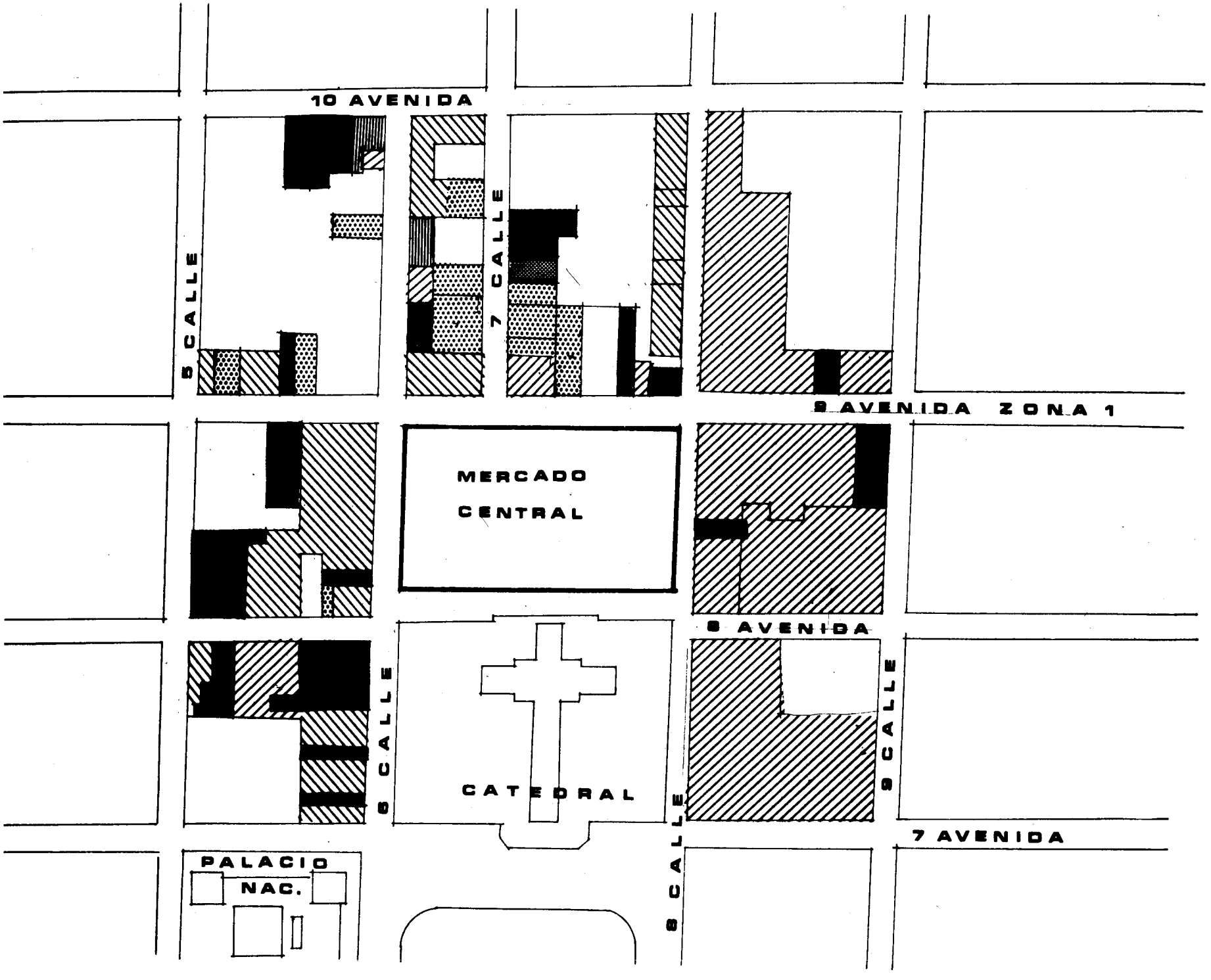
En la encuesta realizada se hizo un levantamiento físico de estas actividades en cada uno de los mercados existentes y en los planos adjuntos puede apreciarse el grado de actividad de cada uno de ellos, dependiendo no tanto del tamaño del mercado, sino de las facilidades de transporte que tienen.

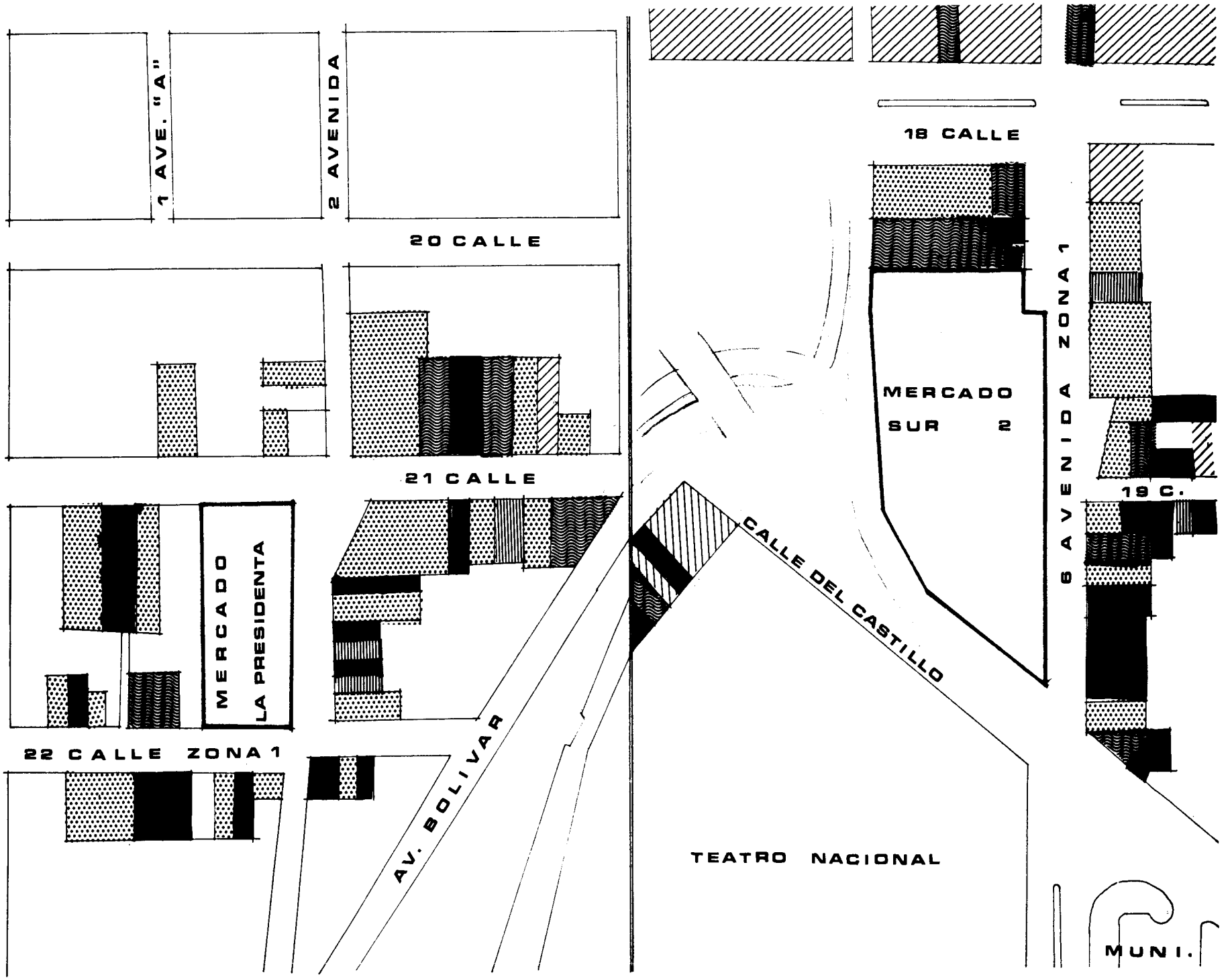
Las actividades inducidas han sido calificadas en la siguiente forma:

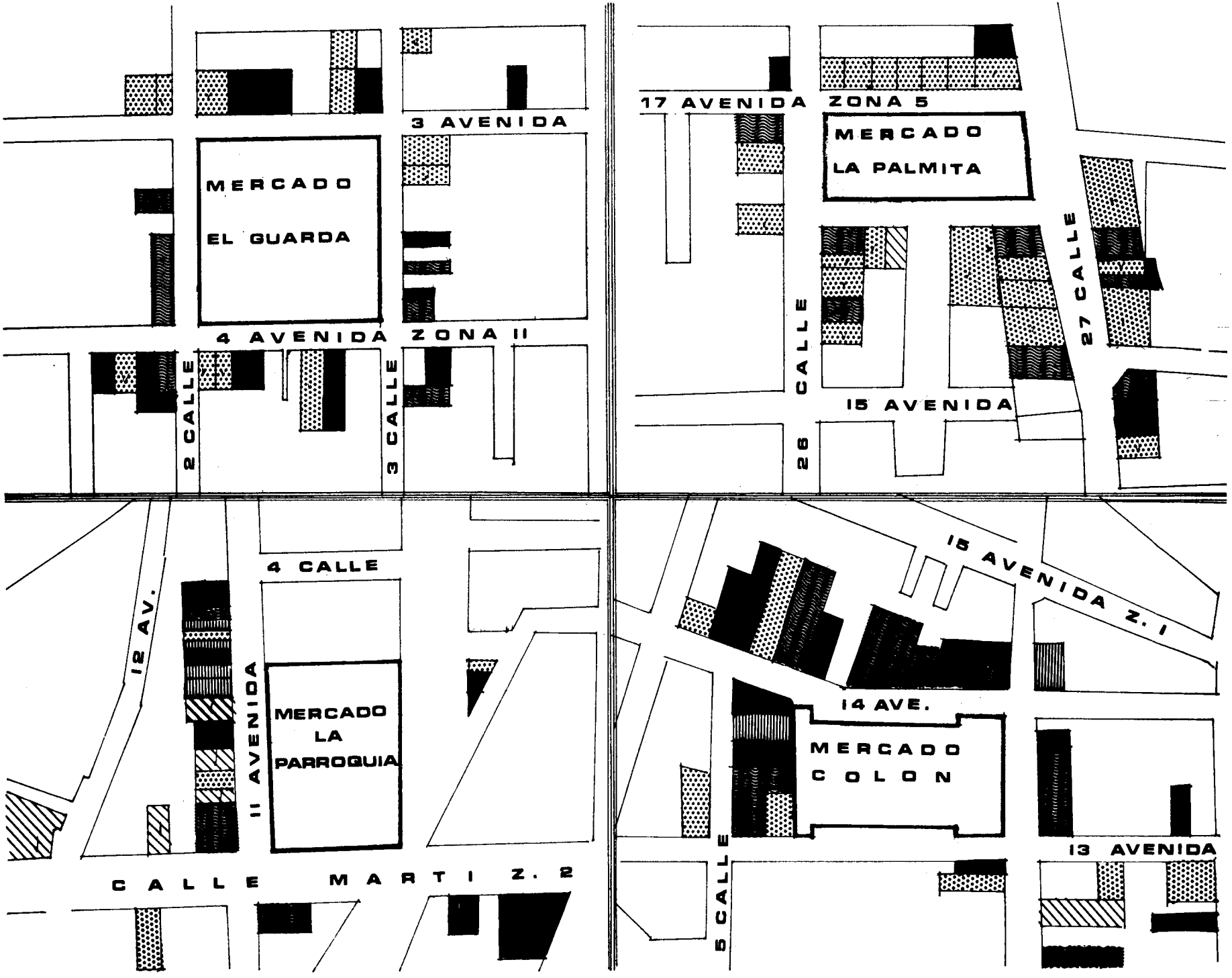
- tiendas
- almacenes
- cantinas
- prostíbulos
- comedores
- mesones
- pensiones
- otros.

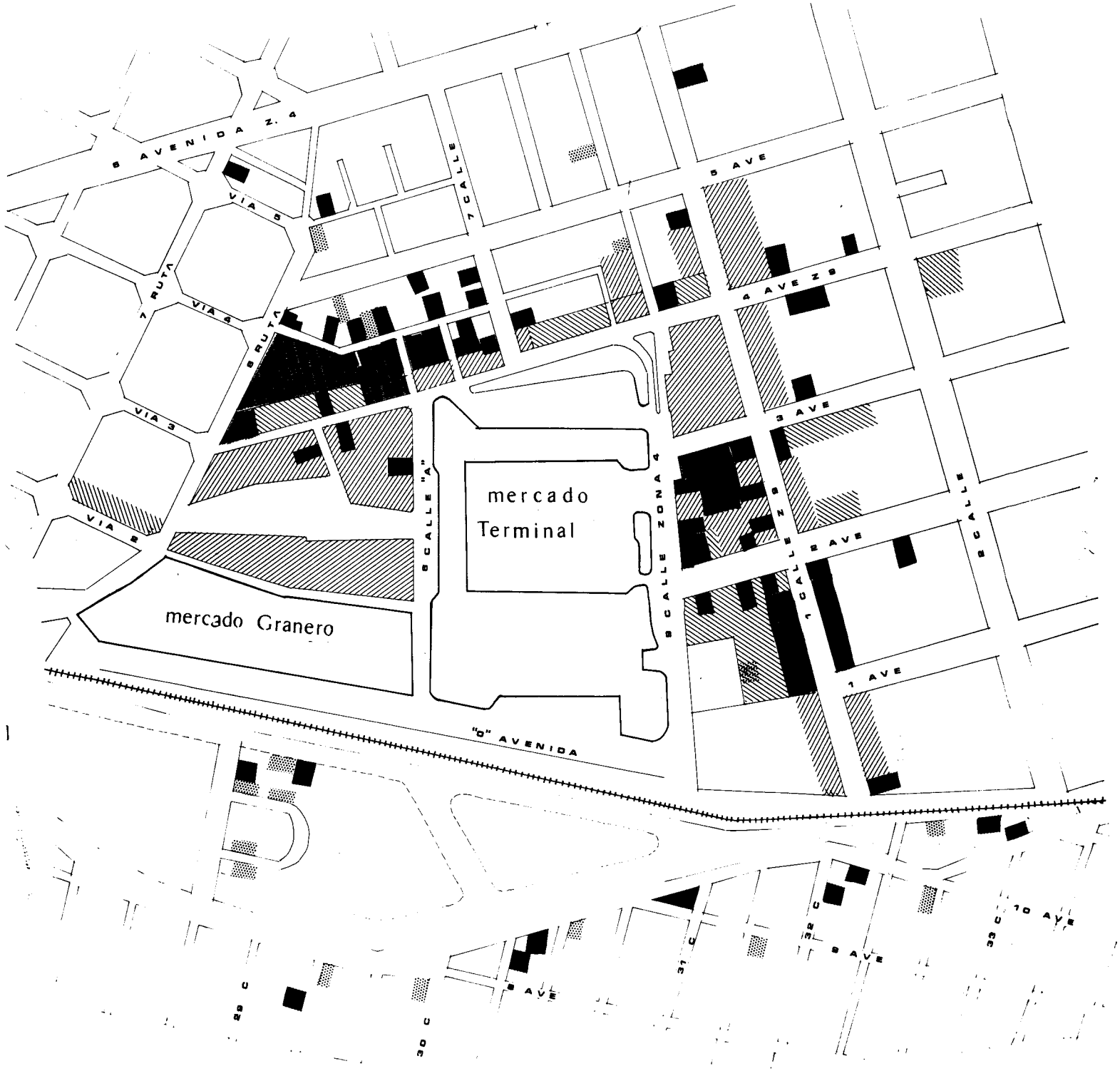
En otros tenemos servicios como agencias bancarias, gasolineras, u otra clase de actividades que no hayan sido clasificadas previamente.

Al analizar el levantamiento de las actividades inducidas por los mercados, podemos darnos cuenta que casi todos los mercados las generan a excepción de los mercados Sauce y Asunción. En el primer caso se debe a que el mercado tiene muy poca actividad y en el segundo a que está situado en un sitio con terrenos baldíos a sus alrededores, con pésimas calles de acceso y drenajes a flor de tierra, por estas razones el mercado tiene muy poca actividad y ninguna actividad periférica. El resto de mercados si generan actividades y a

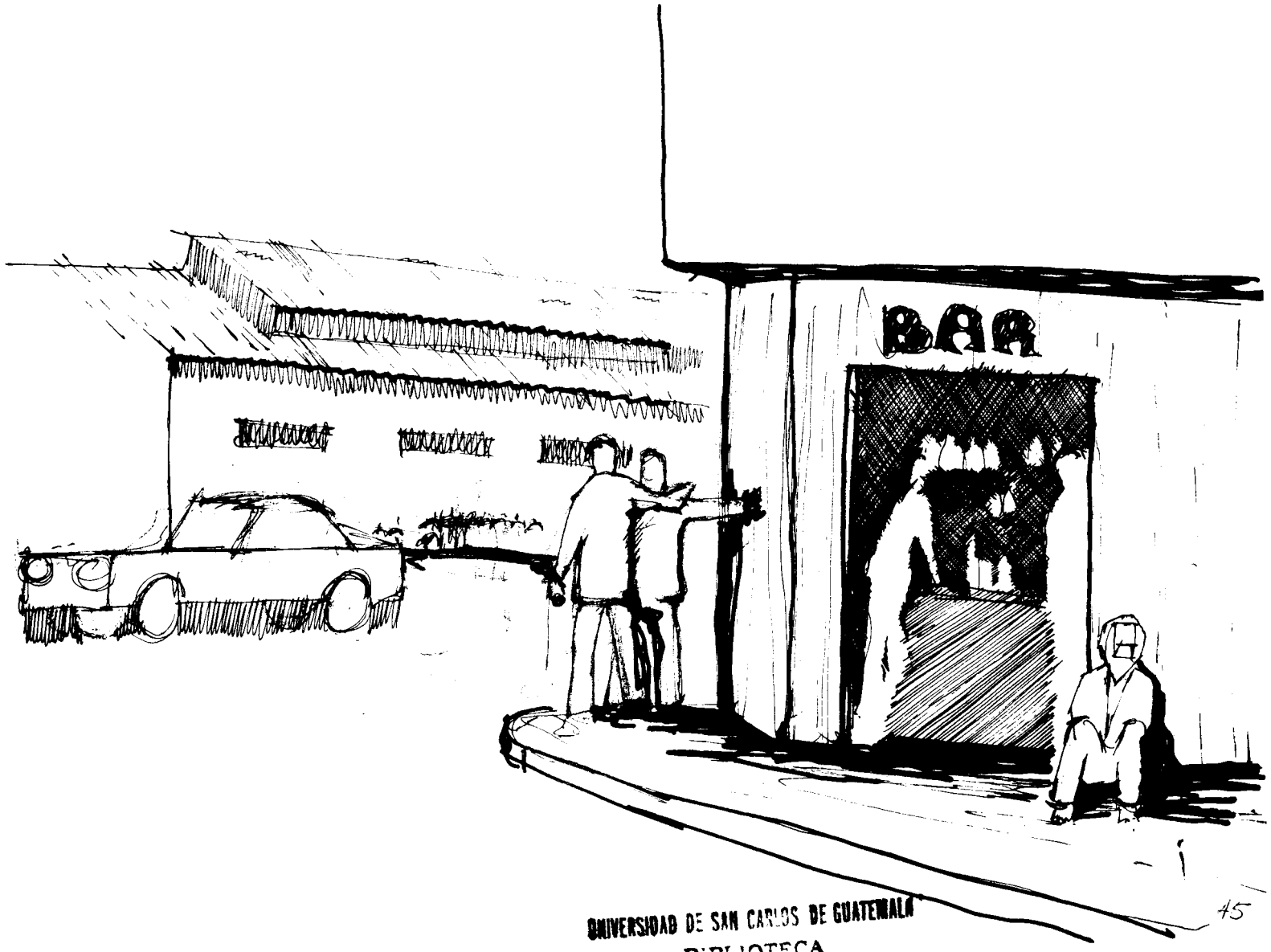

10 AVENIDA
5 CALLE
7 CALLE
9 AVENIDA ZONA 1
MERCADO
CENTRAL
8 AVENIDA
6 CALLE
CATEDRAL
9 CALLE
8 CALLE
7 AVENIDA
PALACIO
NAC.


1 AVE. "A"
2 AVENIDA
20 CALLE
21 CALLE
MERCADO
LA PRESIDENTA
22 CALLE ZONA 1
AV. BOLIVAR
CALLE DEL CASTILLO
18 CALLE
MERCADO
SUR 2
6 AVENIDA ZONA 1
19 C.
TEATRO NACIONAL
MUNI.


3 AVENIDA
MERCADO
EL GUARDA
4 AVENIDA ZONA 11
2 CALLE
3 CALLE
17 AVENIDA ZONA 5
MERCADO
LA PALMITA
26 CALLE
27 CALLE
15 AVENIDA
4 CALLE
12 AV.
11 AVENIDA
MERCADO
LA
PARROQUIA
CALLE MARTI Z. 2
15 AVENIDA Z. 1
14 AVE.
MERCADO
COLON
5 CALLE
13 AVENIDA


8 AVENIDA Z. 4
VIA 5
7 CALLE
5 AVE
7 RUTA
VIA 4
8 RUTA
4 AVE Z 8
VIA 3
3 AVE
8 CALLE "A"
mercado
Terminal
8 CALLE ZONA 4
1 CALLE Z 8
2 AVE
8 CALLE
VIA 2
mercado Granero
1 AVE
"O" AVENIDA
29 C
30 C
8 AVE
31 C
32 C
8 AVE
33 C
10 AVE

excepción del mercado de la Colonia Primero de Julio, donde existe un convenio entre los vecinos que no permite la existencia de actividades negativas como cantinas, prostíbulos, etc. en los demás mercados si existen. Mas adelante analizaremos sus repercusiones sociales y económicas.



En las áreas donde el servicio de mercados es deficiente, ya sea porque el mercado les queda muy lejos, porque el servicio de transporte es deficiente o porque las calles de acceso son muy malas, paulatinamente va surgiendo una actividad de mercadeo espontáneo en los sitios donde la necesidad es mayor, se van colocando vendedoras en las aceras con diferentes productos en su mayoría verduras, frutas y flores, los vecinos se van acostumbrando a efectuar sus compras allí y así se van creando los llamados "mercados ambulantes", algunos como el de Gerona son controlados por la Municipalidad, pero la mayoría son fuertemente combatidos, porque están en pésimas condiciones higiénicas, recibiendo el polvo y diesel de los vehículos, los productos que allí se venden no tienen ningún control, etc.

Estos mercaditos de todas formas subsisten porque son producto de una necesidad y mientras la red de mercados no sea suficiente para cubrir la demanda de compradores de la ciudad, estos seguirán existiendo.

5. SURGIMIENTO DE LA ACTIVIDAD DE MERCADEO.

LOCALIZACION DE MERCADITOS AMBULANTES

NOMBRE DEL MERCADO		DIRECCION	ZONA
1.	La Floresta	1a. Avenida y 3a. calle	1
2.	Gerona	16 Avenida y 15 calle	1
3.	Jocotenango	4a. Avenida y 1a. calle	2
4.	Cantón Barrios	Avenida Elena y 28 calle	3
5.	Gallito I	7a. Avenida y 12 calle	3
6.	Gallito II	5a. Avenida y 14 calle	3
7.	Mercado de Flores	Ave. del Cementerio y 20 calle	3
8.	Santa Ana	29 calle y 21 Avenida	5
9.	Palmita	28 Avenida y 21 calle	5
10.	Candelaria	Ave. Ferrocarril y 1a. calle	6
11.	Bethania	Colonia Bethania	7
12.	Tropical	Ave. Bolívar y 32 calle	8
13.	Guarda Viejo	2a. Avenida y 40 calle	8
14.	Jocotales	Jocotales	6
15.	Reformita	7a. Avenida y 10a. calle	12

6. ESTIMACION DE AREAS URBANAS SERVIDAS POR LOS MERCADOS

Para poder llegar a determinar el área de influencia de cada mercado se diseñó una papeleta que aparece en la siguiente página, esta papeleta fue pasada en todos los mercados de las 9:00 a las 12:00 durante una mañana, además de los 21 mercados existentes, se investigaron las siguientes adeas y colonias:

1. El Rodeo
2. El Incienso
3. Bethania
4. Concepción Las Lomas
5. Las Vacas
6. Santa Rosita
7. Lo de Contreras
8. Guajitos
9. Jocotales
10. Lo de Rodríguez
11. Ciudad Real
12. Sábana Arriba
13. Las Tapias

En el caso de estas aldeas y colonias, los encuestadores hicieron un muestreo en diferentes casas y tiendas para determinar en qué parte compraban sus productos.

En el cuadro número 7, podemos apreciar el resultado de esta encuesta.

SOBRE AREA DE INFLUENCIA DE MERCADOS

MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

DIRECCION DE PLANIFICACION
Estudio sobe mercados

Nombre del encuestador

Fecha Nombre del Mercado

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Determinar el área de influencia de cada mercado

Domicilio del comprador

Es este el mercado más cercano a su casa:

Si no lo es, por qué compra en él?

Que mejoras le introduciría usted al mercado?

Observaciones

ENCUESTA SOBRE COMPRADORES EN LAS ALDEAS VECINAS Y ALGUNAS COLONIAS DE LA CIUDAD

	Zona	6	7	7	7	12	12	15	16	16	16	17	18	18		
	Lugar de Procedencia	Jocotales	El Rodeo	El Incienso	Bethania	Guajitos	Ciudad Real	Lo de Contreras	Concepción Las Lomas	Las Vacas	Santa Rosita	Sábana Arriba	Lo de Rodríguez	Las Tapias	Total	Porcentaje
Nombre del Mercado	Zona															
Sur número Dos	1				1				1	2	1			1	6	2.5o/o
Central	1									2	1		1	1	5	2.0o/o
Presidenta	1		1												1	0.3o/o
Colón	1												8		8	3.5o/o
Sauce	1														0	0
Gallito	3														0	0
Cervantes	3														0	0
Terminal-Granero	4	8	10	5	3	9	6	9	11	8	18	13		12	122	53.6o/o
Asunción	5														0	0
Palmita	5							16	4		7	9		5	41	18.0o/o
Parroquia	6														0	0
San Martín	6												3		3	1.0o/o
Candelaria	6														0	0
Mercantil	7			4	1										5	2.0o/o

	Zona	6	7	7	7	12	12	15	16	16	16	17	18	18		
	Lugar de Procedencia	Jocotales	El Rodeo	El Incienso	Bethania	Guajitos	Ciudad Real	Lo de Contreras	Concepción Las Lomas	Las Vacas	Santa Rosita	Sábana Arriba	Lo de Rodríguez	Las Tapias	Total	Porcentaje
Nombre del Mercado	Zona															
Guarda Viejo	11		9	2	6										17	7.0o/o
Roosevelt	11					2									2	0.6o/o
Reformita	12					2	2								2	1.5o/o
Florida	19														0	0
Villa de Guadalupe	10														0	0
1o. de Julio	19														0	0
Mercadito Ambulante		2	3	3											8	3.5o/o
Tiendas del Lugar			3	1	1						5	2			12	5.0o/o

TOTAL ENCUESTADOS = 233 personas

En el cuadro general podemos apreciar el primer resultado de la encuesta, ocho mercados el total de sus compradores son vecinos cercanos y ese es el mercado que les queda más cerca, el resto de los mercados tienen compradores de sitios lejanos y su frecuencia depende totalmente de las facilidades de transporte de los mismos, siendo la mayor la del mercado de la Terminal, en este mercado el 55o/o son compradores de otros sitios, tanto de diferentes zonas de la capital, de aldeas cercanas, como de lugares lejanos como Zacapa, Cobán, Escuintla, la razón que ha dado esta gente es que su camioneta los deja en el lugar, compran los productos que no se dan en su tierra y se regresan a revenderlos. Esto sucede porque todas las camionetas urbanas y extraurbanas pasan por el mercado mencionado. Luego tenemos los mercados Sur, Central y Presidenta, que la mitad de sus compradores son de otras zonas de la capital, esto se debe a que la mayor parte de camionetas urbanas pasan por ellos y el resto es por gente que tiene costumbre de comprar en determinado mercado y no le importa hacer el viaje.

Si examinamos el cuadro No. 7, de la encuesta en aldeas y diferentes colonias, podemos reafirmar el criterio de que las facilidades de transportes son determinantes. Volvemos a encontrarnos con que el mercado Terminal es el más frecuentado y si investigamos las razones nos encontramos con que las camionetas que llegan a todas esas aldeas y colonias pasan por la Terminal. Si vemos el cuadro nos daremos cuenta que Lo de Rodríguez no tiene compradores en la Terminal, porque no tiene ruta de camioneta que llegue allí, sino al mercado Colón y Lo de Contreras, tiene mayor frecuencia de compra en el mercado de la Palmita, porque la camioneta ruta 1, los deja a tres cuadras de este mercado y a diez cuadras de la Terminal.

Tenemos entonces que el 53o/o de compradores de las aldeas van a la Terminal, el 18o/o a la Palmita y el resto a los otros mercados fluctuándo sus porcentajes entre el 3.5o/o y 0o/o.

En el plano de áreas de influencia podemos apreciar el área de compradores de cada mercado, en el caso de Mercados como Terminal, Palmita y Presidenta solo está marcada el área local, las aldeas o colonias lejanas, no aparecen coloreadas porque sí compran.

Al analizar los compradores de cada mercado, colocándolos en sus domicilios y luego trazando en base a eso el área de influencia, podemos apreciar en el plano final las áreas servidas por los diferentes mercados, sólo vemos las influencias locales, porque las influencias que tienen los mercados en las aldeas, podemos analizarlo en el cuadro número 7.

El área de influencia de los mercados depende de varios factores, siendo el más importante las facilidades de transporte. Los mercados que tienen mayor número de rutas de buses que pasan por él son los que tienen mayor número de compradores, por ejemplo: La Terminal y los que tienen menor número como la Asunción, con los que tienen áreas de influencia más pequeñas. También puede depender de accidentes topográficos como el del Gallito, que tiene barranco, lo cual hace que los vecinos a pocas cuadras hayan formado mercaditos ambulantes por la incomodidad de los accesos.

El mercado Candelaria del proyecto 4–3, está situado a media área verde, esto dificulta su acceso y su abastecimiento, encarece los productos y el mercado no progresa.

Las aldeas y colonias que carecen del servicio de mercado se abastecen en el de más fácil acceso, pero como tienen que tomar camioneta, si esta pasa por la Terminal, prefieren seguir hasta este mercado que es más barato que quedarse en el cantonal más próximo. Asi vemos que desde Jocotales (zona 6) y Ciudad Real (zona 12) hacen el viaje.

7. AREAS QUE CARECEN DE SERVICIO DE MERCADOS

Las áreas que carecen de servicio de mercado pueden observarse claramente en el plano de áreas de influencia. Algunas de estas deficiencias son cubiertas por los mercaditos ambulantes y los supermercados grandes como Paiz Utatlán, Centro Comercial Montúfar, etc.

Analizaremos las deficiencias de servicio por zonas:

Zona 1. Está servida por cinco mercados fijos y un mercadito ambulante en Gerona, es decir, es el área de Gerona la que tiene deficiencia de servicio de mercado. Además tenemos el área de la Floresta colindando con la zona 2, pero esta se debe al mal funcionamiento del mercado del Sauce.

Zona 2. Esta zona carece totalmente de servicio de mercado.

Zona 3. Aquí aparecen varios sectores sin servicio, tenemos el sector del Gallito que a pesar de tener un mercado, tiene dos mercaditos ambulantes a pocas cuadras, como anteriormente dijimos, esto se debe a la mala ubicación del mercado fijo que está a orillas de un barranco, lo cual hace difícil el acceso.

Tenemos también la zona del Cantón Barrios, que actualmente es parcialmente servida por un mercadito ambulante.

Zona 4. Es la única zona totalmente servida, porque tienen los Mercados Terminal y su anexo el Granero.

Zona 5. Tiene dos mercados fijos y tres ambulantes, uno de los mercados fijos el de la Asunción, por su mala ubicación, drenajes a flor de tierra, falta de facilidades de transporte, tiene poca área de influencia, pero esto puede solucionarse para aumentar su área de servicio.

Existe la parte de la colonia Santa Ana y la Zona hacia el campo Marte donde no existe servicio de mercado.

Zona 6. Al construir un buen edificio al mercado San Martín de Porres, posiblemente su área de influencia aumente cubriendo el barrio Candelaria y Los Angeles. Pero el barrio San Antonio, Proyecto 4–4, Proyecto 4–10, Santa Luisa, Cipresales, Santa Isabel, Sausalito, Tiscapa, El Carmen y antiguo Guarda del Golfo, no tienen servicio de mercado.

Zona 7. El mercado Mercantil situado en la Parcela 44, es el único que existe en esta zona, las Colonias Centroamérica, Altamira, Utatlán I, Ciudad de Plata, Kaminal Juyú, El Rodeo, El Incienso, Bethania, etc. carecen totalmente del servicio de mercado. Las Colonias vecinas a los Supermercados San Gabriel y Utatlán Paiz, son parcialmente servidas por estos y en la Colonia Bethania existe un mercadito ambulante que suple esta Colonia y el Incienso.

Zona 8. El mercado Terminal cubre parcialmente las necesidades de la zona 8, pero el sector Sur por el Guarda Viejo no tiene servicio de mercado, formándose un mercadito ambulante donde estaba el antiguo mercado.

Zona 9. Es cubierta parcialmente por el mercado Terminal, pero la parte Sur es cubierta por los Supermercados del Centro Comercial Montúfar y vecindades.

Zona 10. La parte oriente de esta zona es servida por el mercado La Villa, pero el resto de la zona carece de servicio de mercados.

Zona 11. Los mercados Guarda Viejo y Roosevelt, llenan una pequeña parte de las necesidades de esta zona, pero desde Mariscal hacia el Sur y desde la colonia Miraflores hacia el Poniente, no existe ningún servicio de mercado, en la colonia residencial Granai hay supermercado que ayuda a suplir el servicio, lo mismo sucede en Utatlán II.

Zona 12. El único mercado fijo que existe es el de la Reformita, cubre parcialmente este barrio, pero el resto de la zona 12 no tiene servicio de mercado.

Zona 13. Carece totalmente de servicio de mercado.

Zona 14. Carece totalmente de servicio de mercado.

Zona 15. Carece totalmente de servicio de mercado.

Zona 16. Carece totalmente de servicio de mercado.

Zona 17. Carece totalmente de servicio de mercado.

Zona 18. Carece totalmente de servicio de mercado.

Zona 19. Está perfectamente servida por el mercado de La Florida.

8. CONCLUSIONES: ESTIMACION DE LOS PUNTOS CONVENIENTES PARA LA LOCALIZACION DE NUEVOS MERCADOS

Después de haber hecho el análisis de servicio de mercados por zonas podemos darnos cuenta que únicamente existen dos zonas la 4 y 19, las más pequeñas en extensión las que tienen buen servicio de mercado. La zona 1 con algunos arreglos puede llegar a tenerlo, pero el resto de las zonas son deficientes. Es decir que nuestro sistema de mercados no llena las necesidades de la ciudad ni en un 50o/o y si de los 21 mercados existentes tomamos en cuenta que solo cuatro están en buen estado físico, que ninguno tiene servicio social completo podemos sugerir en el aspecto físico de este trabajo lo siguiente:

1. Los edificios de mercado deben planearse y construirse de materiales de buena calidad y muy poco mantenimiento.

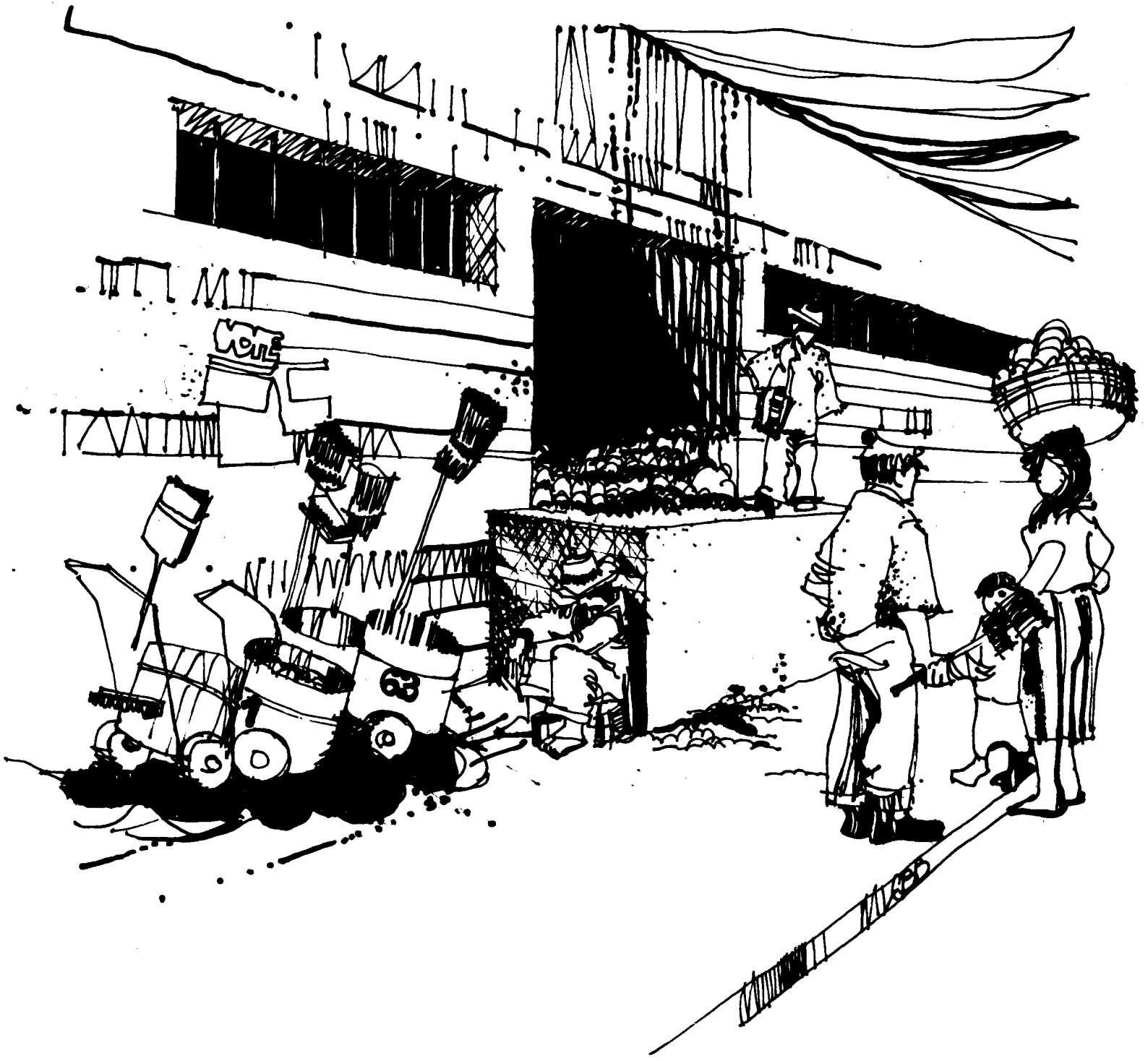
2. Ser construídos según las normas de seguridad para edificios públicos de Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.

3. La distribución de ventas, bodegas y servicios debe hacerse racionalmente tomando en cuenta los servicios que presta el mercado para que sus funciones sean realizadas lo mejor posible.

4. En el diseño contemplar áreas para servicio social.

5. Escoger el sitio del mercado tomando como punto más importante las facilidades de transporte, accesos, etc.

6. Preferentemente ser localizados en los sitios recomendados posteriormente según el resultado de la encuesta de áreas de Influencia.

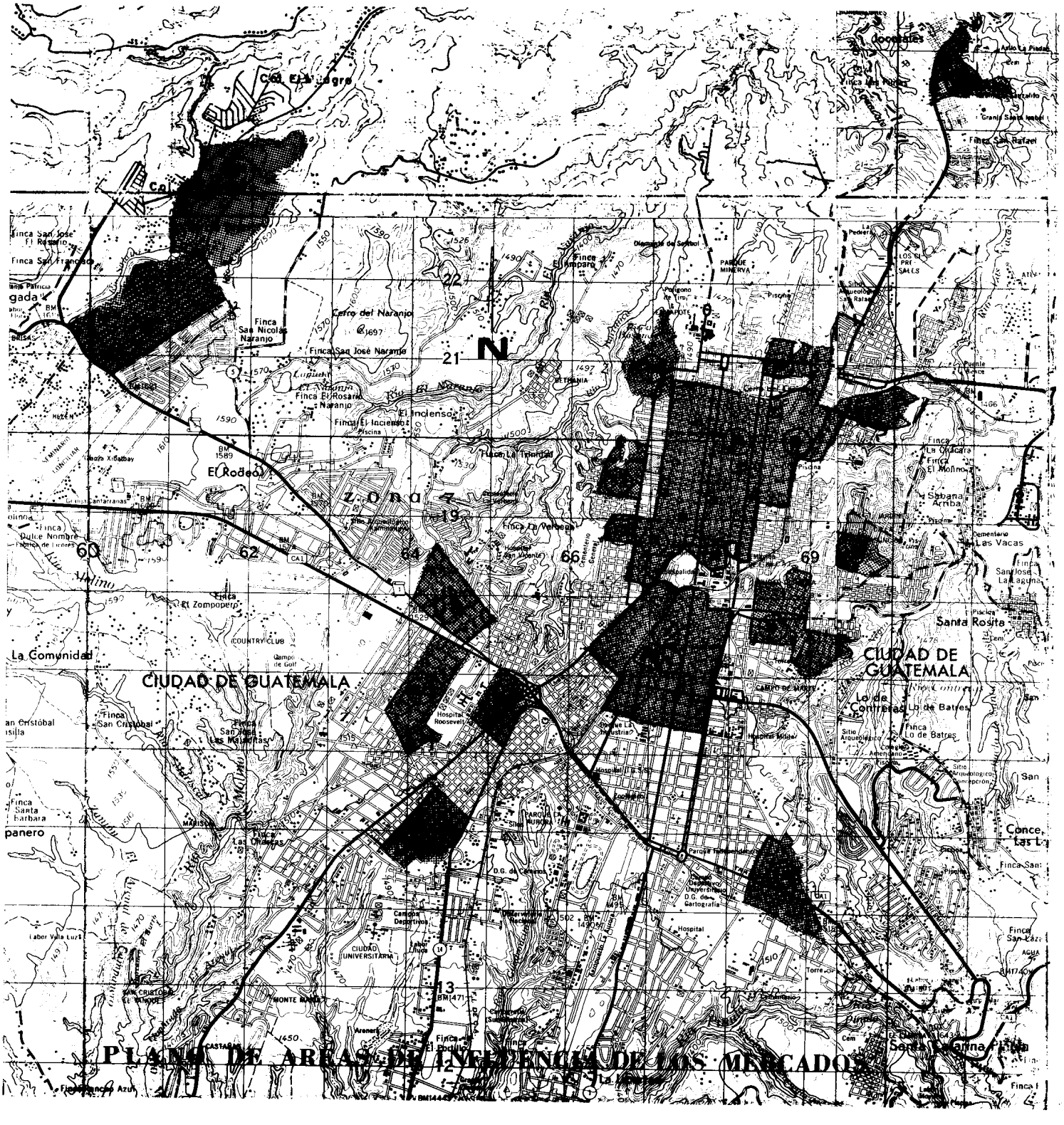

63

1.	Gerona:	preferentemente en las áreas remodeladas al sacar el ferrocarril.
2.	Barrio Moderno:	en la zona 2, para servir este barrio, Ciudad Nueva y Jocotenango.
3.	Cantón Barrios	zona 3, para cubrir las necesidades del citado cantón.
4.	Campo de Marte	para absorver el mercado ambulante de Santa Ana (zona 5), Ciudad Vieja zona 10 y la parte poniente de la zona 5.
5.	Jocotales	para cubrir las necesidades de esta colonia.
6.	San Antonio	para el barrio de San Antonio.
7.	Cipresales	para servir a Tiscapa y a la Colonia Cipresales
8.	Martinico	para servir al Martinico y vecindades.
9.	Proyecto 4–4	para cubrir las necesidades de este proyecto y las del proyecto 4–10.
10.	Colonia Centro América	para cubrir las necesidades de la Colonia Centroamérica, Jardines de Tikal, Kaminal Juyú, Ciudad de Plata, El Rodeo, Jardines de Utatlán I.
11.	Landívar	para el barrio Landívar, San Vicente, etc.
12.	Bethania	para esta colonia y el Incienso.
13.	Cantonal de la Zona 8	para la parte Sur de la mencionada zona

14.	Colonia El Tesoro	para cubrir las necesidades de Molino de las Flores, Utatlán II, Colonia El Tesoro, Lotificación González, etc.
15.	Santa Elisa	para las Lotificaciones Santa Rosa, El Carmen, Santa Elisa, etc.
16.	Ciudad Real	para esta Lotificación.
17.	Santa Fe	para esta colonia y sus vecindades.
18.	Cantón 21	para las necesidades de este cantón, El Pilar, etc.
19.	Colonia El Maestro	zona 15, para cubrir las necesidades de esta colonia, Vista Hermosa, Lo de Contreras, Trinidad, Tecún Umán, etc.
20.	Santa Rosita	para Santa Rosita, Las Vacas y aldeas vecinas.
21.	Sábana Arriba	para esta aldea y vecindades
22.	Atlántida	para esta colonia y vecindades.
23.	Juan de Arco	para la Colonia Kennedy y la Colonia Juana de Arco.
24.	San Rafael La Laguna	para esta colonia y vecindades.

PLANO DE INFLUENCIA DE LOS MERCADOS:

1.– Terminal
2.– Sur No. 2
3.– Central
4.– Guarda Viejo
5.– Colón
6.– Presidenta
7.– Granero
8.– Parroquia
9.– Palmita
10.– San Martín de Porres
11.– Gallito
12.– Cervantes
13.– Florida
14.– Guadalupe
15.– Mercantil
16.– Proyecto 4 - 3
17.– Reformita
18.– Asunción
19.– Sauce
20.– Roosevelt
21.– 1o. de Julio.



PLANO DE AREAS DE INFLUENCIA DE LOS MERCADOS

PARTE II: CONSIDERACIONES BASICAS SOBRE EL DISEÑO DE UN MERCADO

CONSIDERACIONES BASICAS SOBRE EL DISEÑO DE UN MERCADO

1. Elementos básicos de un mercado:

Un mercado está formado por los siguientes elementos:

1. Area de parqueo
2. Area administrativa y servicios
3. Area de ventas

1. Area de parqueo

1.1 Parqueo del público
1.2 Parqueo de vehículos de servicio.

1.1 Parqueo al Público:

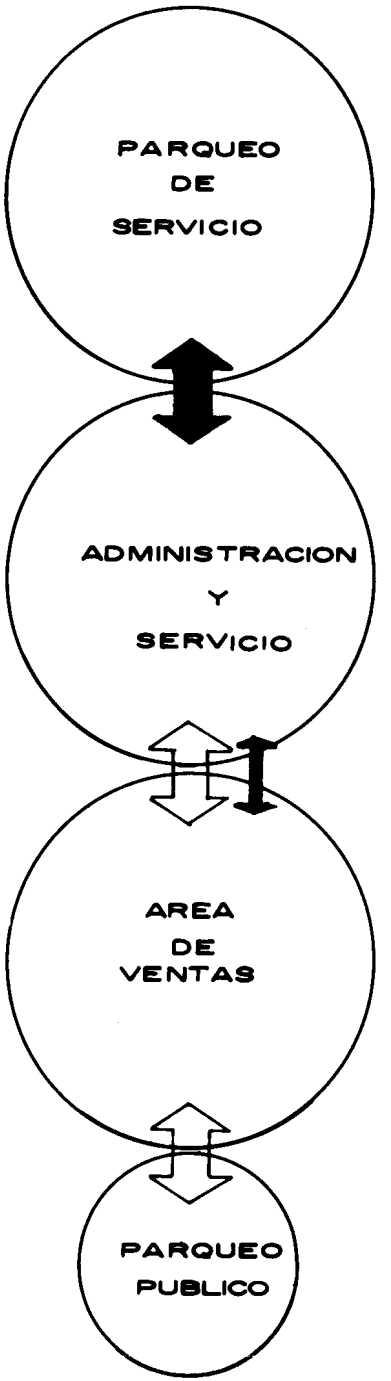
Es un área destinada a parqueo de vehículos del público. Este depende del tipo de mercado que sea; a los mercados cantonales casi todos los compradores asisten a pie, en cambio a los mercados sectoriales, llegan mayor número de vehículos; dentro de este parqueo deberá haber un área destinada a taxis, la cual casi siempre es para 4 o 5 vehículos como mínimo.

1.2 Parqueo de vehículos de servicio:

Los vehículos de servicio de un mercado son: camiones que llevan mercancía, pick–up, carretillas de mano, camiones recogedores de basura.

1.2.1 Area de carga y descarga:
Es el área destinada a carga y descarga de productos sobre un muelle dejan los camiones, pick–ups y carros por un lado y las carretillas de

MERCADO


PARQUEO
DE
SERVICIO
ADMINISTRACION
Y
SERVICIO
AREA
DE
VENTAS
PARQUEO
PUBLICO


CIRCULACION SERVICIO
CIRCULACION PUBLICO

mano por el otro la mercadería que llevan; la fruta y verdura deberá pasar por el área de lavado previo a ingresar al área de ventas, la carne casi siempre llega en páneles, deberá pasar por el control sanitario de carne previo a ingresar al área de ventas, la jarcia, granos y el otro tipo de mercaderías podrán ingresar por una puerta de servicio; como su ingreso no es diario presenta menos problemas. El ingreso de todo tipo de carga se efectúa antes de abrir el mercado al público.

1.2.2 Area de Camiones de basura:

Es un área especial destinada a la carga de la basura, de preferencia el camión deberá poder entrar al depósito de basura y efectuarse la carga del mismo en el interior del mismo para evitar que la basura, su desagradable olor y aspecto se propague en la calle, así la operación será efectuada con mayor eficiencia e higiene. La limpieza debe ser efectuada después de cerrar el mercado al público.

2. Area administrativa y servicios:

Es el área destinada al control de personal y productos; tiene las siguientes dependencias:

2.1 Administración,
2.2 Oficinas de Control Sanitario,
2.3 Control y lavado de frutas y verduras,
2.4 Bodegas para decomisos,
2.5 Servicios Sanitarios,
2.6 Depósito de Basura,
2.7 Bodega para implementos de basura,
2.8 Bodegas.

2.1 Administración:

Es la oficina del control de personal, control de puestos fijos, por tarjetas IBM, control de pago de puestos ambulantes.

2.2 Oficina de Control Sanitario:

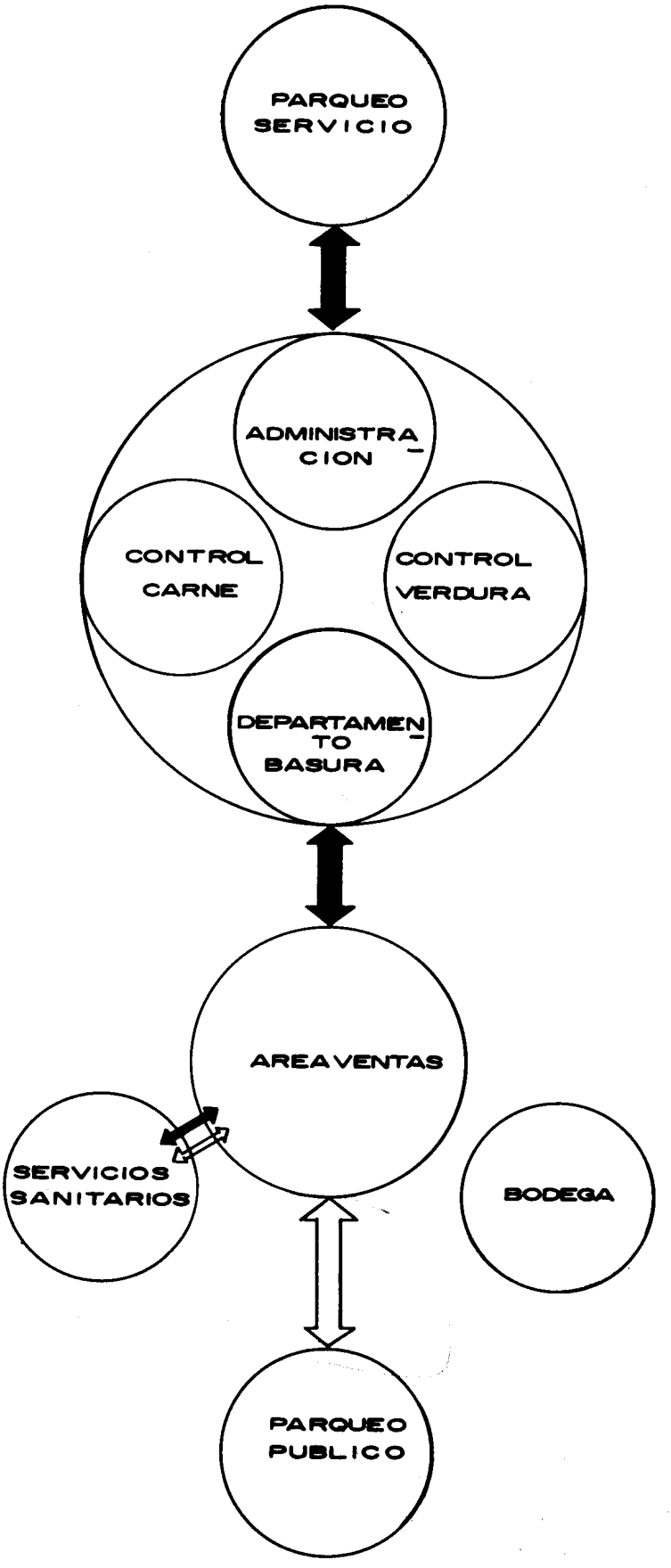
Esta oficina es la encargada exclusivamente de inspeccionar el estado de la carne que ingresa en el mercado diariamente y decomisa la que se encuentra en mal estado, para lo cual debe existir un depósito especial.

En esta área deben existir mostradores de concreto alisado para que los inspectores puedan efectuar el control de la carne, el concreto alisado facilita la limpieza por medio de mangueras del local.

2.3 Control de frutas y verduras:

Es un área destinada a controlar las redes y canastos de frutas y verduras, uno de los principales problemas consiste en que el tipo de empaque que llevan, llegan en canastos, redes, bultos, cajas de madera, etc. y la estandarización del empaque aunque recomendables es difícil de conseguir porque las condiciones económicas de los vendedores no se los permite; en esta área deben existir lavaderos para que en ellos los vendedores preparen su producto para la venta lavándolo, quitándole los sobrantes y desechando el producto que está en mal estado, tanto en el área de control de carne como en la de verduras debe ponérsele especial atención a los drenajes, de preferencia debería existir un triturador de desperdicios en cada lugar para evitar que los residuos sean ingeridos directamente y se tapen los drenajes como frecuentemente sucede.

MERCADO


PARQUEO SERVICIO
ADMINISTRA CION
CONTROL CARNE
CONTROL VERDURA
DEPARTAMEN TO BASURA
AREA VENTAS
SERVICIOS SANITARIOS
BODEGA
PARQUEO PUBLICO

2.4 Bodegas para decomisos:

Son pequeñas bodegas para depositar los productos en mal estado que pretendan ingresar al mercado, casi siempre están anexas a los centrales.

2.5 Servicios Sanitarios:

Deben existir sanitarios para empleados y sanitarios para servicio del mercado. Estos últimos no necesariamente deben quedar cerca del área administrativa, esto depende de la solución de cada mercado, los sanitarios para servicio del mercado deben ser una batería para hombres y otra para mujeres, su tamaño depende del tamaño del mercado, deben ir controlados ya sea por personal del mercado o por las personas que los arriendan. El tipo de aparatos que se colocan deben ser de muy buena calidad y de preferencia que no tengan partes movibles porque el problema más frecuente es que se roban las tapaderas, los aros, llaves, etc. Lo más recomendable sería usar el sistema de silla turca, tiene la ventaja de ser más higiénico y evita la destrucción de los aparatos.

2.6 Depósito de basura:

Casi siempre queda en la parte posterior del edificio, debe tener rampas para acceso de las carretillas de mano que recogen la basura de los mercados, debe tener acceso para el camión recogedor de la basura.

2.7 Bodegas para implementos de basura:

Debe quedar contigua al depósito, en ella se guardan palas, mangueras, carretillas de mano, rastrillos, etc. que sirven diariamente para la limpieza del mercado.

2.8 **Bodegas generales:**

Son cuartos que se alquilan a los propietarios de los puestos para almacenar sus mercaderías. No tienen mucha demanda.

3. **Area de Puestos:**

Actualmente no existe mucho orden en esta área, pero básicamente podríamos hacer por el tipo de producto varios grupos:

3.1 Area de verduras y frutas.

3.2 Area de carnicerías, cholojerías, marranerías, pescaderías y pollerías.

3.3 Area de Cocinas, refresquerías, comida y atol.

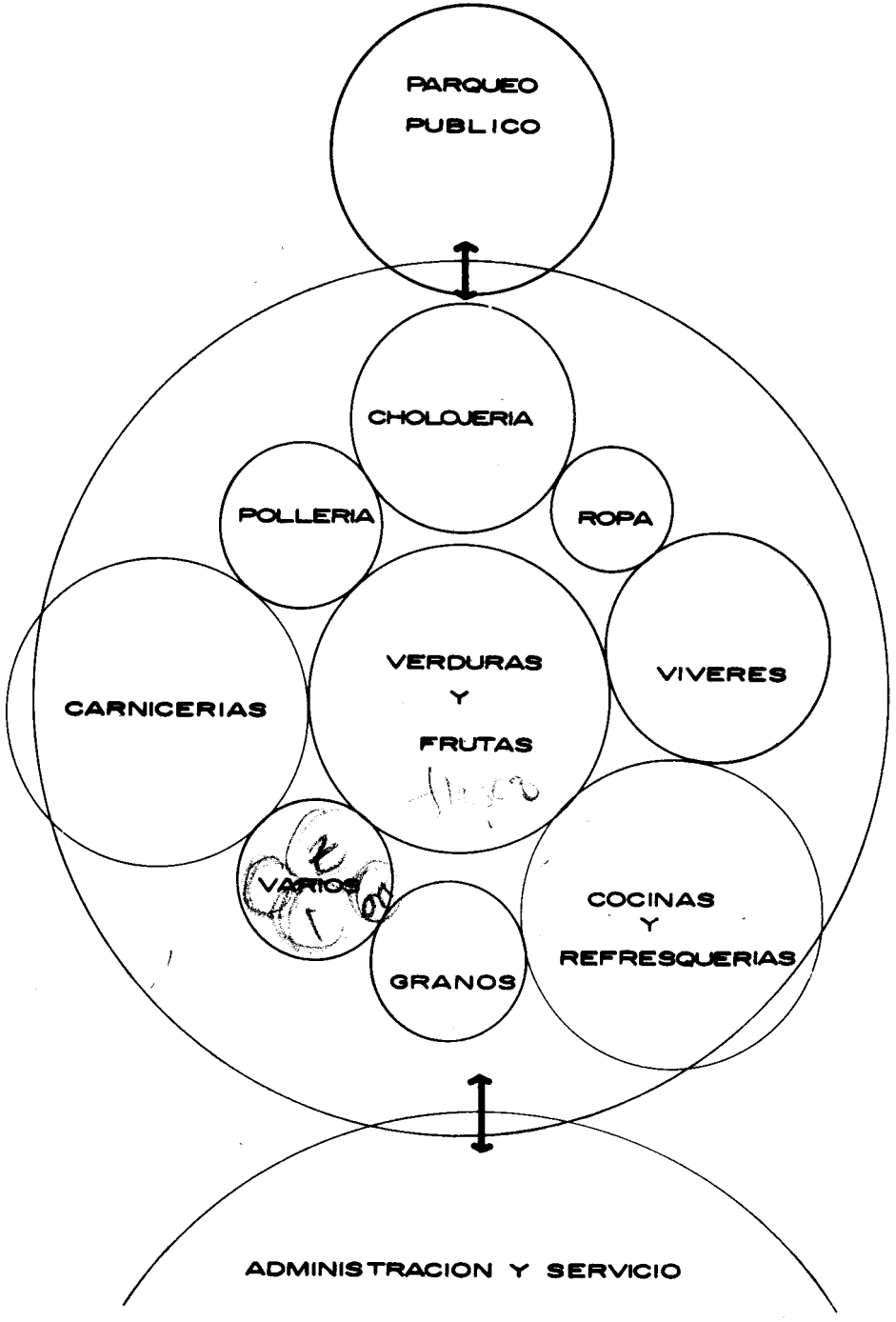
3.4 Area de Víveres y granos.

3.5 Area de Flores.

3.6 Area miscelánea.

TIPOS DE PUESTOS

AREA VENTAS


PARQUEO PUBLICO
CHOLQUERIA
POLLERIA
ROPA
CARNICERIAS
VERDURAS Y FRUTAS
VIVERES
VARIOS
GRANOS
COCINAS Y REFRESQUERIAS
ADMINISTRACION Y SERVICIO

TIPOS DE PUESTOS

Los puestos también pueden ser clasificados por el tipo de alquiler. Siendos FIJOS y ambulantes.

Puestos Fijos:

Cuando la persona por medio de una solicitud ante la Municipalidad se le adjudica el puesto pagando diariamente por él, controlado por el sistema IBM. Casi siempre tienen algún tipo de instalación fija, sea mostrador, un cuarto, una plancha, servicio de agua, luz, etc.

Puestos Ambulantes:

Se alquilan diariamente a cualquier persona que llegue con su mercadería, sobre el piso de plaza y prácticamente sobre cualquier parte del mercado donde puedan instalarse. Se les cobra por ticket y cobrador ambulante. En los mercados grandes no puede controlarse bien este sistema y la Municipalidad pierde muchos ingresos.

Actualmente en los mercados municipales se construyen varios tipos de puestos, tratando de encajar en ellos todas las necesidades que surjan, existen los siguientes:

a.– Tiendas Grandes
b.– tiendas pequeñas
c.– carnicerías
d.– Cocinas–comedores
e.– refresquerías
f.– Cholojerías, pescaderías, pollerías, etc.
g.– verduras, frutas y flores.

a.— Tiendas Grandes:

Aproximadamente tienen 25 mts. cuad. Lo más importante es que tengan bastante frente, y casi siempre dan a la calle, se alquilan vacíos, con servicio de luz y en los mercados modernos se les ponen cortinas metálicas.

b.— Tiendas Pequeñas:

Casi siempre están en el interior del mercado, tienen aproximadamente 10 mts. cuad. Se alquilan sin ningún mobiliario y las usan para puestos de ropa, zapatos, víveres, revistas, baratillos, etc.

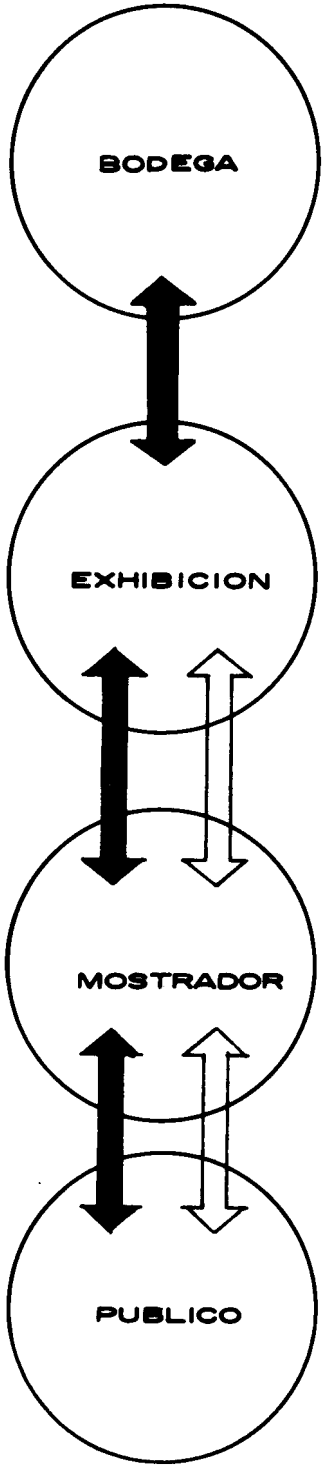
c.— Carnicerías:

Casi siempre se encuentran en el interior del mercado. Aproximadamente tienen un área de 25 mts. cuad. Se les provee de una plancha fundida con un lavaplatos y un mostrador fundido. Tiene servicio de agua y de energía eléctrica. El resto del mobiliario lo ponen los propietarios. Cada local debe tener su contador de agua y de luz.

d.— Cocinas—comedores:

Son locales de aproximadamente 25 mts. cuad. de área. Deben estar localizados en un ala del mercado que pueda independizarse fácilmente del resto para prestar servicio a horas extras porque muchos trabajadores en las noches comen en ellas. Deben tener servicio de agua, energía eléctrica, facilidades para instalación de gas, chimenea para el humo. El mobiliario lo pone cada propietario, la Municipalidad les funde un pollo, una pila y un lavatrastos.

TIENDAS



e.— Refresquerías:

Son pequeños locales colocados cerca de las cocinas, únicamente tienen una pila o lavatrastos. Tienen servicio de agua y energía eléctrica.

f.— Cholojerías, Pescaderías, marranerías y pollerías:

Unicamente tienen un mostrador fundido. Ocupan un área aproximada de 6 mts. cuad. No tienen ningún servicio.

g.— Verduras, frutas y flores:

De este tipo de puesto hay gran variedad, desde pintar cuadros sobre el suelo, hasta puestos con mostradores fundidos para exhibir el producto. No tienen ningún servicio.

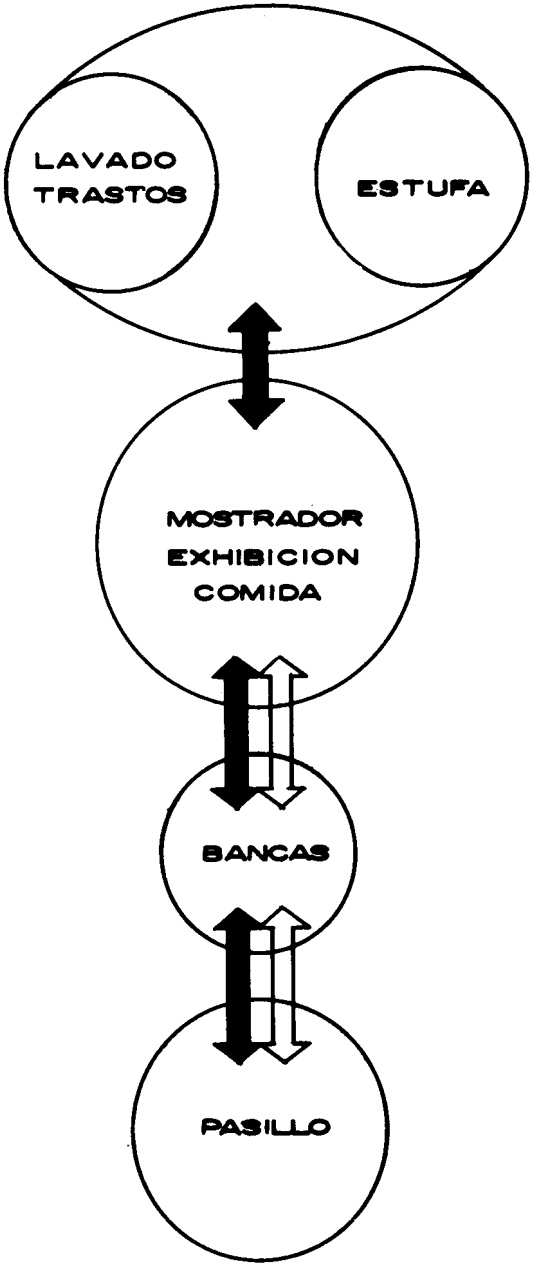
Estos son los tipos de puestos que se construyen actualmente.

Según el producto que venden existen los siguientes puestos:

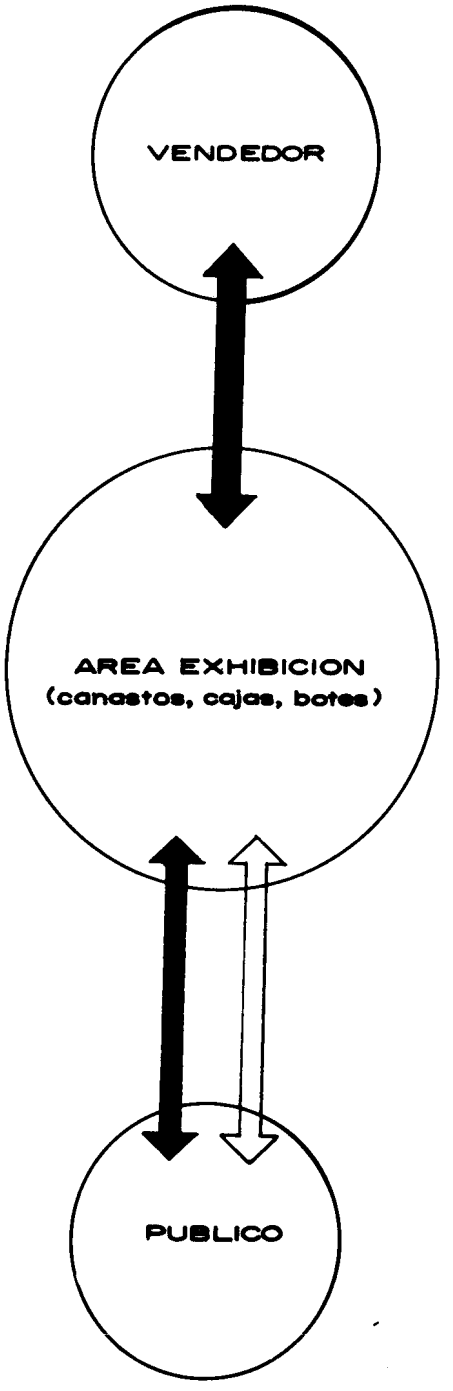
1.— Carnicerías,
2.— Cholojerías,
3.— Marranerías,
4.— Pollerías,
5.— Pescaderías,
6.— Chicharronerías,
7.— Pan,
8.— Ventas de comida,
9.— Cocinas—comedores,

REFRESQUERIAS

PUESTOS DE COMIDA Y ATOLE

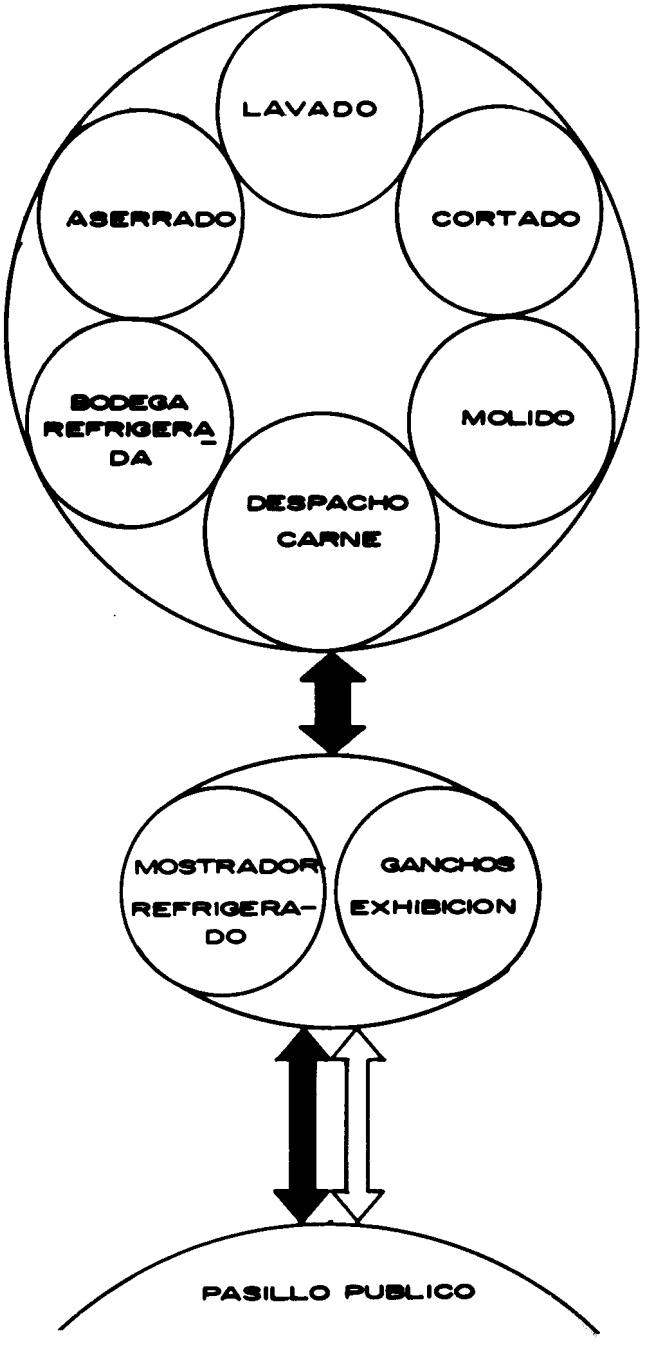


VERDURA, FRUTA, FLORES



10.– Refresquerías,
11.– Atol,
12.– Productos lácteos,
13.– Huevos,
14.– Víveres,
15.– Mercerías,
16.– Misceláneas,
17.– Abarroterías,
18.– Jabón,
19.– Flores,
20.– Frutas,
21.– Verduras,
22.– Plantas Medicinales,
23.– Hierbas Frescas,
24.– Granos,
25.– Hojas para tamales,
26.– Telas,
27.– Ropa,
28.– Baratillos,
29.– Revistas,
30.– Botellas,
31.– Hojalaterías,
32.– Zapaterías,
33.– Ferreterías,

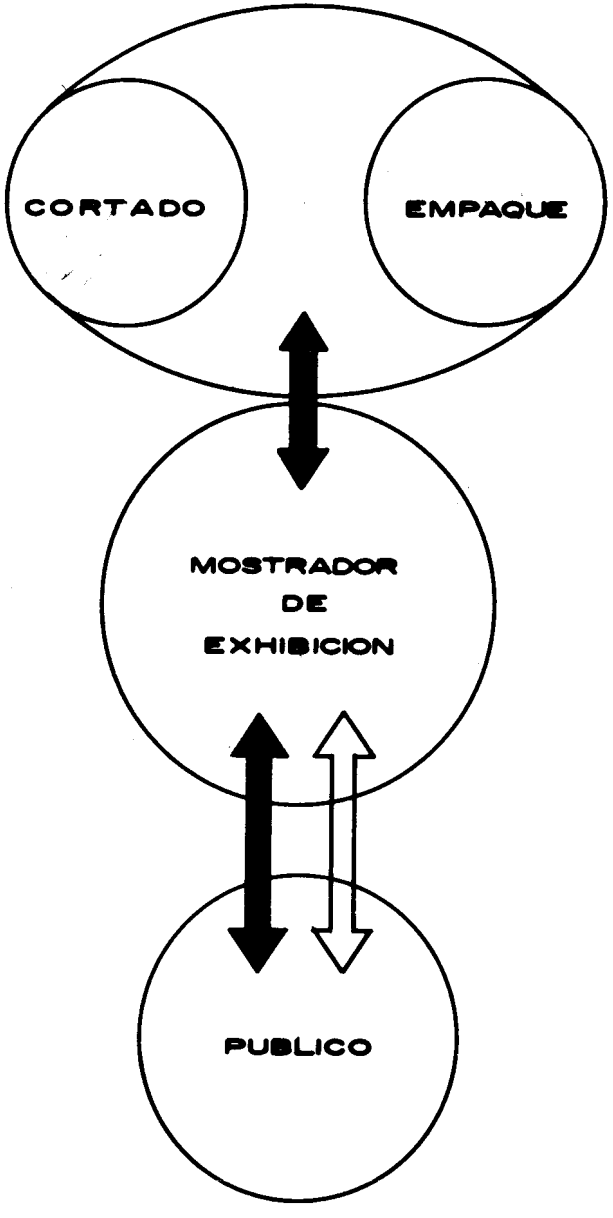
CARNICERIA


LAVADO
ASERRADO
CORTADO
BODEGA REFRIGERADA
MOLIDO
DESPACHO CARNE
MOSTRADOR REFRIGERADO
GANCHOS EXHIBICION
PASILLO PUBLICO

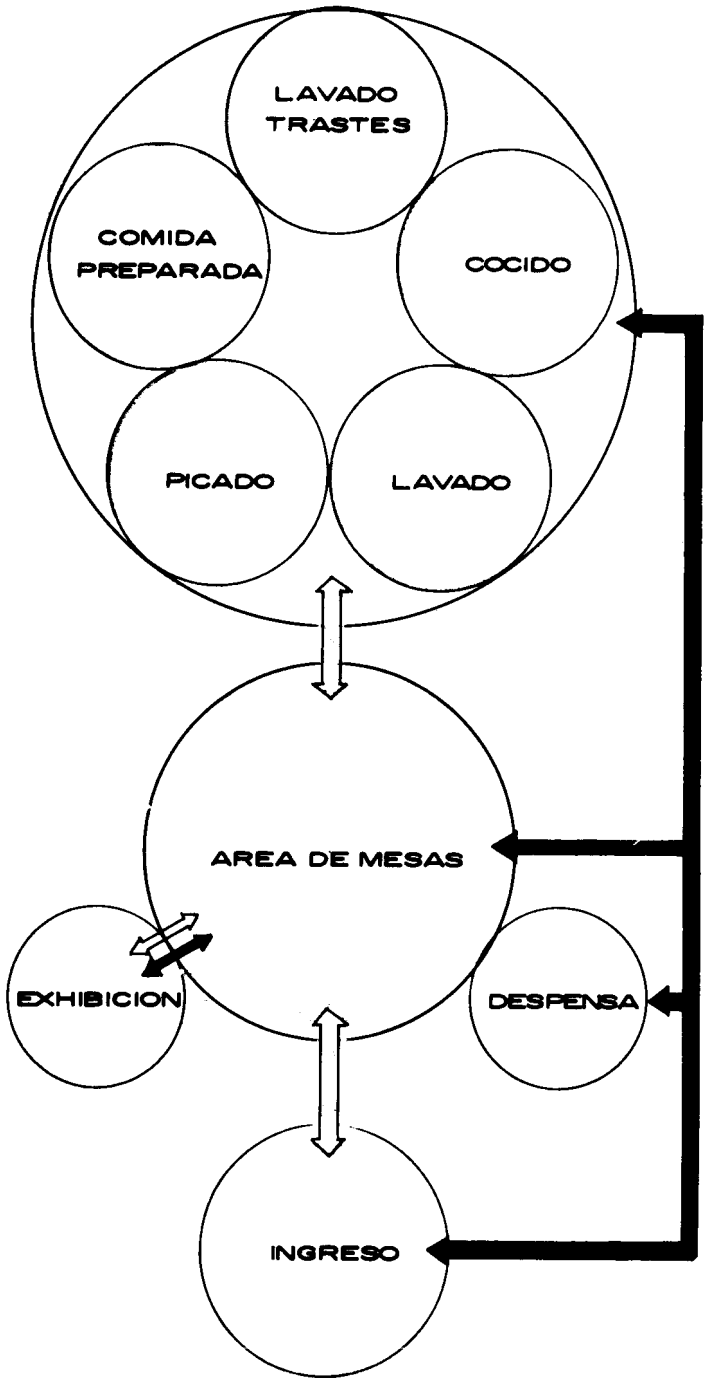
34.– Peltre,
35.– Jarcia
36.– Carbón y ocote,
37.– Veladoras,
38.– Talabarterías,
39.– Colchonerías.

CHOLOJERIAS POLLERIAS Y PESCADERIAS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
BIBLIOTECA



COCINA


LAVADO TRASTES
COMIDA PREPARADA
COCIDO
PICADO
LAVADO
AREA DE MESAS
EXHIBICION
DESPENSA
INGRESO

CONCLUSIONES II Parte

CONCLUSIONES:

PROPUESTA DE PROGRAMA PARA MERCADO CANTONAL O SECTORIAL

El programa para un mercado cantonal o sectorial puede considerarse así:

1.– Area de parqueo:
- 1.1 público
- 1.2 taxis
- 1.3 carretillas de mano
- 1.4 servicio

2.– Area de administración y servicios:
- 2.1 Oficina de control administrativo.
- 2.2 Control Sanitario de carne.
- 2.3 Control y lavado de verduras frescas.
- 2.4 Bodega de decomiso.
- 2.5 Bodegas Generales.
- 2.6 Servicios Sanitarios: **Público**
  Empleados
- 2.7 Depósito de Basura.
- 2.8 Bodega de implementos de basura.

3.– Area de Ventas:
- 3.1 Verdura, frutas, hojas.
- 3.2 Flores.

3.3 Carnicerías, cholojerías, pollerías, marranerías y pescaderías.

3.4 Víveres.

3.5 Cocinas–comedores, refresquerías, puestos de comida y atoles.

3.6 Misceláneas y puestos varios.

Este programa está diseñado para un mercado cantonal o sectorial considerando las condiciones económicas actuales de la municipalidad, en el futuro cuando estas condiciones cambien, podrán considerarse una serie de adelantos técnicos para mejorar los servicios que presta el mercado.

Hay mercados que presentan áreas especializadas como la venta de artículos típicos, para estas áreas deberán proponerse soluciones especiales según se presente el caso.

BIBLIOGRAFIA:

Encuesta realizada por la Dirección de Obras Municipales en el Mercado Central. Año 1969.

Investigación hecha por los Alumnos de la Escuela de Mercadotecnia de la Universidad Mariano Gálvez en el Mercado Terminal. Zona 4. Año 1968.

Encuesta de Puestos y ventas de los Mercados: Palmita, Colón, Guarda Viejo, San Martín de Porres, realizada por la Dirección de Obras Municipales. Año 1969.

Coralia Díaz de García

Vo.Bo.

Arq. HERMES MARROQUIN CAMPOS

Asesor

IMPRIMASE:

Arq. LEONEL MENDEZ DAVILA

Decano en funciones