



Hipólito Roca el Maldonado de León

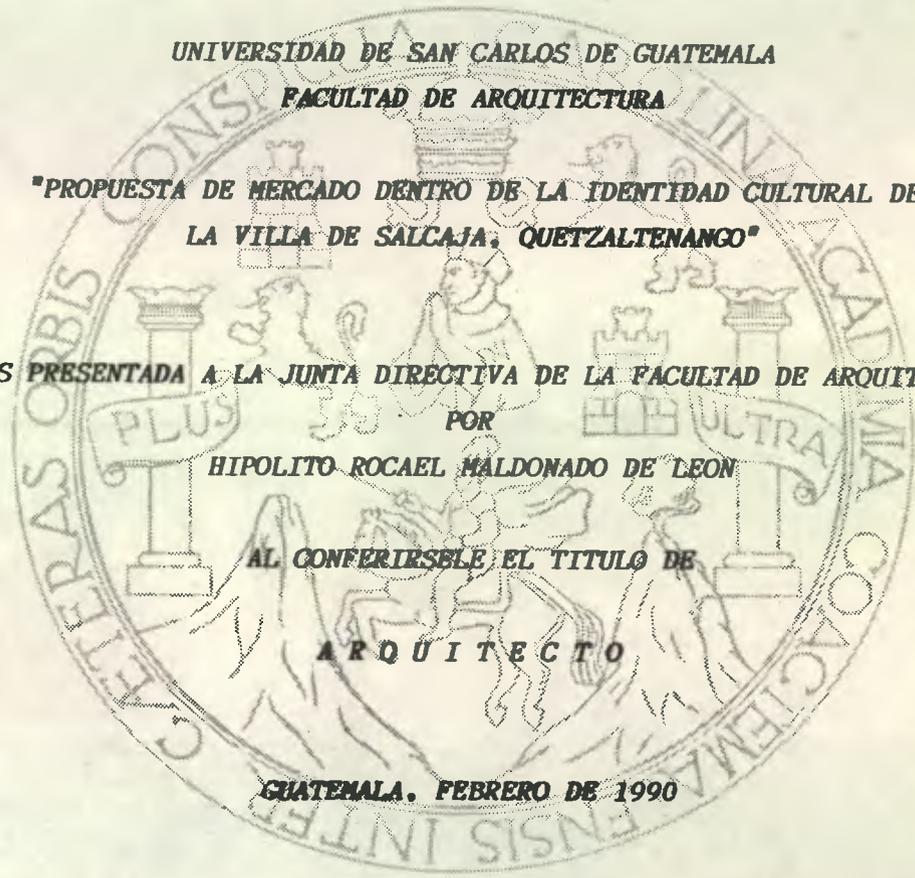
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA

"PROPUESTA DE MERCADO DENTRO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE
LA VILLA DE SALCAJA, QUETZALTENANGO"

TESIS PRESENTADA A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA
POR
HIPOLITO ROCAEL MALDONADO DE LEON

AL CONFERIRSELE EL TITULO DE
ARQUITECTO

GUATEMALA, FEBRERO DE 1990



PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Salcaja - Quetzaltenango



DL
02
T(394)

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

DECANO:	ARQ. FRANCISCO CHAVARRIA SMEATON
SECRETARIO:	ARQ. SERGIO VELIZ RIZZO
VOCAL PRIMERO:	ARQ. MARCO ANTONIO RIVERA MENDOZA
VOCAL SEGUNDO:	ARQ. HECTOR CASTRO MONTERROSO
VOCAL TERCERO:	ARQ. RAFAEL HERRERA BRAN
VOCAL CUARTO:	BR. JUAN CARLOS ALVARADO OVALLE
VOCAL QUINTO:	BR. CARLOS A. ROCA JEREZ

TRIBUNAL EXAMINADOR

DECANO:	ARQ. FRANCISCO CHAVARRIA SMEATON
SECRETARIO:	ARQ. JOSE JORGE UCLES
EXAMINADOR:	ARQ. EDUARDO SOSA MONTERROSA
EXAMINADOR:	ARQ. ADALBERTO RODAS
EXAMINADOR:	ARQ. FERNANDO BURMESTER
ASESOR:	ARQ. MANUEL ALBERTO CASTILLO GARCIA



D E D I C A T O R I A

A DIOS

ARQUITECTO DEL UNIVERSO

A MI MADRE

EMILIA FROILANA SANTOS

A MI TIO

JESUS SANTOS

A MI ESPOSA

MARIA ELENA MAZARIEGOS DE MALDONADO

A MIS HIJOS

*GLENDA PAOLA, Y
ROCAEL ALBERTO*

A MI TRABAJO

INSTITUTO DE FOMENTO MUNICIPAL

A MIS HERMANOS

CON CARÍÑO

EN MEMORIA DE

*AROLDO NEHEMIAS HERNANDEZ SANTOS
MARTA JOSEFINA RENDON ESTRADA*

A USTED

EN ESPECIAL



AGRADECIMIENTO

Patentizo mi agradecimiento al INSTITUTO DE FOMENTO MUNICIPAL -INFOM-, institución que me brindó la oportunidad de lograr este triunfo.

Asimismo reconozco la valiosa ayuda que me proporcionaron las siguientes personas, compañeros de trabajo:

Diseñador Gráfico:	José Carlos Arango
Perito Contador:	Esteban Pérez
Arquitecto:	Fernando Oberlin
Bachiller:	César Rojas
Señoras Secretarias:	Irma de Flores, y Alicia de Sánchez
Señores:	Maximiliano Rosales, y Juan Daniel Ruiz Saavedra

RECONOCIMIENTO MUY ESPECIAL A:

Arquitecto Manuel Alberto Castillo García
Asesor de mi trabajo de Tesis

Arquitecto Eduardo Sosa Monterrosa

Por su valiosa orientación que se sirvió brindarme para la realización de la Tesis.



Hipólito Rocael Maldonado De León

INDICE:

Salcaja - Quetzaltenango



I N D I C E

PAGINA No.

CAPITULO I:

1. INTRODUCCION	01
2. PROBLEMATIZACION	02
3. JUSTIFICACION	03
4. OBJETIVO	04
4.1 Objetivos Generales	04
4.2 Objetivos Académicos	04
4.3 Objetivos Particulares	04 y 05
5. Delimitación del Tema	05
6. Marco Teórico	06 a 08
7. Marco Teórico Conceptual	08 a 09
8. Origen y Conceptos de Identidad	10 a 12
9. Metodología de Trabajo	12 y 13
10. Esquema Metodológico	14
11. Técnicas de Investigación	15
12. Recursos	15 y 16

CAPITULO II:

13. ANTECEDENTES	17 y 18
14. ANALISIS GEOGRAFICO Y CLIMATICO:	18 a 21
14.1 Cuadro No.1, Climatológico de Salcajá	22
14.2 Gráficas Nos. 1, 2 y 3. Temperaturas	23
14.3 Mapa de Guatemala (1)	24
14.4 Mapa de Quetzaltenango (2)	25
14.5 Plano Cartográfico de Salcajá - Quetzaltenango	26
14.6 Plano 3 de la Población	27
14.7 Gráfica No. 4, Pirámide de Población	28
15. ESTRUCTURA SOCIO-ECONOMICA:	29 y 30
15.1 Plano No.3A Densidad de vivienda en Salcajá	30A
15.2 Gráfica No.5, Densidad de Población	31
15.3 Gráficas Nos. 6 y 7, Grupos Etnicos y Religión Predominante ..	32

Salcajá - Quetzaltenango

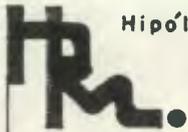


15.4 Gráficas Nos. 8 y 9, Nivel Educativo y Ocupacional de la población	33
15.5 Deterioro de la Identidad Arquitectónica en el Sector de Predio	34
15.6 Fotografías "A" y "B" en las que se muestra la pérdida de Identidad Arquitectónica en el Sector de Predio	34A
15.7 Gráficas Nos. 10 y 11 Techos y Paredes de las Viviendas de Salcajá	35
15.8 Situación de la Comercialización en la Villa de Salcajá	36
15.8.1 Fotografías Nos. 1 y 2	37
15.8.2 Plano No. 1 del Mercado Actual	38
15.8.3 Fotografías 3 y 4	39
15.8.4 Fotografías Nos. 5 y 6	40
15.8.5 Fotografías Nos. 7 y 8	41
15.8.6 Fotografía No. 9	42
15.8.7 Plano No.2 Mercado construido en 1973	43
15.8.8 Fotografías Nos. 10 y 11	43A
16. SINTESIS:	44
16.1 Conclusiones	44 y 45
16.2 Recomendaciones	45 y 46

CAPITULO III

17. TRADICIONES COMERCIALES Y USOS DEL ESPACIO EN PLAZAS Y MERCADOS DE LA REGION DE OCCIDENTE, ANALISIS DE CASOS ANALOGOS	47
17.1 Síntesis Histórica del Origen de las Plazas	47 a 50
17.2 El Patrón Español del pueblo	50 y 51
17.2.1 Plano No. 4, Emplazamiento original de la Villa de Salcajá	52
17.2.2 Plano No.5, Emplazamiento actual del área central de la Villa de Salcajá	53
17.3 Mercados	54 y 55
17.3.1 Mapa No. 3, Localización de Plazas y Mercados	56
17.4 Vendedores y el lugar del Mercado	57
17.5 Días de Mercado	58

Salcaja - Quetzaltenango



	PAGINA No.
17.6 Ventas e Impuestos:.....	58
17.6' Mapa de Guatemala (3A), localización de Mercados y Plazas analizadas, casos análogos:.....	59
17.7 Plaza de San Francisco el alto, Totonicapán:.....	60
17.7.1 Plano No.6, Plaza de San Francisco El Alto, Totonicapán:	61
17.7.2 Fotografías Nos. 12 y 13	62
17.7.3 Fotografías Nos. 14 y 15	63
17.8 Plaza y Mercado de San Juan Ostuncalco, Quetzaltenango:.....	64
17.8.1 Plano No. 7, Plaza y Mercado de San Juan Ostuncalco, --- Quetzaltenango:.....	65
17.8.2 Fotografías Nos. 16 y 17:.....	66
17.8.3 Fotografías Nos. 18 y 19:.....	67
17.8.4 Fotografías Nos. 19A y 19B:.....	68
17.9 Plaza y Mercado de Totonicapán, Totonicapán:.....	69
17.9.1 Plano No.8, Plaza y Mercado de Totonicapán; cabecera:...	70
17.9.2 Fotografías Nos. 20 y 21:.....	71
17.9.3 Fotografías Nos. 22 y 23 :.....	72
17.10 Plaza de Chiché, El Quiché y fotografía No.24:.....	73
17.10.1 Plano No.9, Plaza de Chiché, El Quiché:.....	74
17.10.2 Fotografías Nos. 25 y 26:.....	75
17.10.3 Fotografías Nos. 27 y 28:.....	76
17.11 Parque y Calles de Salcajá, Quetzaltenango:.....	77
17.11.1 Plano No. 10, Parque y calles de Salcajá, Quetzaltenango:.....	78
17.11.2 Fotografías Nos. 29 y 30:.....	79
17.11.3 Fotografías Nos. 31 y 32:.....	80
17.11.4 Fotografías Nos. 33 y 34:.....	81
17.11.5 Fotografías Nos. 35 y 36:.....	82
17.11.6 Fotografía No. 37:.....	83
17.12 Símbolos Arquitectónicos predominantes como elementos culturales y su expresión en la Arquitectura:.....	84
17.12.1 Gráfica No.12, Detalle Portada en Esquina:.....	85
17.12.2 Gráfica No.13, Detalle de Arcadas:.....	86
17.12.3 Gráfica No.14, Detalle Alero y Balcón:.....	87
17.12.4 Gráfica No.15, Detalle Portada y Esquina:.....	88
17.12.5 Gráfica No.16, Detalle Puerta y Alero:.....	89



CAPITULO IV

18. JUSTIFICACION DEL PARTIDO ARQUITECTONICO PLANTEADO	90 y 91
19. ARQUITECTURA Y PROPUESTA ARQUITECTONICA	91 y 92
20. SERVICIOS PLANTEADOS EN EL MERCADO DE LA VILLA DE SALCAJA	92 a la 94
21. MATRIZ DE ENTORNO AMBIENTAL	95
22. PLANO DE ENTORNO FORMAL	96
23. ORGANIZACION ESPACIAL	97 a la 99
24. INDICADORES DE DISEÑO UTILIZADOS EN EL DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO	99 y 100
24.1 Gráfica No. 17, Indicadores de Diseño	101
25. PROGRAMA DE NECESIDADES	102
25.1 Gráficas Nos. 18 y 19, Programas de Necesidades: Mercado Ac- tual y Area de Desbordamiento:.....	103
26. GRAFICA No.20, PROGRAMA DE NECESIDADES PROYECTADO A 1995	104
27. DIAGRAMA DE RELACIONES	105
28. DIAGRAMA DE FUNCIONES FUNCIONAMIENTO.....	106
29. DESARROLLO DEL PROYECTO	107
29.1 A 1/13 Perspectiva	108
29.2 A 2/13 Plano Topográfico + Curvas de Nivel	109
29.3 A 3/13 Planta de Identificación de Ambientes	110
29.4 A 4/13 Planta de Cotas + Niveles	111
29.5 A 5/13 Planta de Acabados	112
29.6 A 6/13 Elevaciones + Sección	113
29.7 A 7/13 Secciones	114
29.8 A 8/13 Planta de Techos	115
29.9 A 9/13 Detalles de Cocina - Comedor	116
29.10 A 10/13 Detalles Arquitectónicos de marranerías, carnicerías y basurero	117
29.11 A 11/13 Detalles Sanitarios	118
29.12 A 12/13 Detalles de Puertas	119
29.13 A 13/13 Detalles de Ventanas + Tablamen	120

CAPITULO V

30. ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERO DEL PROYECTO DE MER- CADO	121
---	-----



31. ANALISIS FINANCIERO DE LA MUNICIPALIDAD:.....	121	y	122
32. PRESUPUESTO POR RENGLONES DEL PROYECTO	123	y	124
33. CRONOGRAMA DE EJECUCION E INVERSION	125		
34. ANALISIS FINANCIERO DEL PROYECTO	126		
35. INGRESOS DEL MERCADO	127		
35.1 Costos	128		
35.2 Inversión	128		
35.3 Estudios Financieros	128		
35.4 Aporte Constitucional	128		
36. GASTOS GENERADOS POR EL PROYECTO	129	y	130
37. PROPUESTA PARA EL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	130		
37.1 Fuente de Financiamiento	130		
38. BENEFICIOS ECONOMICOS DEL MERCADO	130	y	131
39. BIBLIOGRAFIA.....	132	a la	136



Hipólito Roca el Maldonado De León

Salcaja - Quetzaltenango

CAPITULO



PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

BIBLIOTECA CENTRAL

ARQUITECTURA USAC.

1. **INTRODUCCION:**

La conservación y mejoramiento de los bienes arquitectónicos en países como el nuestro, que en el transcurso del tiempo ha creado mayor interés, por su tipología constructiva la que hace que cada centro poblado posea características propias, diferentes a otros; de allí que algunas poblaciones todavía conserven parte de su Identidad, pero a medida que estos sistemas constructivos tradicionales sean modificados, incidirá enormemente en el deterioro de las comunidades del interior del país a consecuencia de la introducción de sistemas arquitectónicos, que contrastan con el Entorno Urbano; requiriéndose lineamientos para el rescate y conservación de nuestras comunidades, principalmente aquellas que son testimonio de nuestra evolución histórica y que por lo tanto constituyen la base de nuestra identidad.

La Villa de Salcajá es una comunidad fundada por los españoles en el año de 1,524, en el transcurso de su formación a través del tiempo por su cultura y costumbres fue formando una tipología constructiva característica de la región, la que dio origen a su propia identidad; pero que con el paso del tiempo y por el empleo de elementos constructivos modernos ha influido en la modificación de su tipología constructiva, provocando como consecuencia en parte el deterioro de su Identidad Cultural.

El presente documento contiene aspectos relacionados a la problemática existente, con relación a las actividades de comercialización y del mantenimiento de la identidad del Casco urbano de la Villa, ya que ésta se caracteriza y diferencia de los demás centros poblados del occidente del país.

Se pretende asimismo, crear conciencia en las nuevas generaciones de Arquitectos del papel que les corresponde desempeñar, en contribuir a la conservación de la Identidad de nuestros pueblos, ya que ésta constituye gran parte de nuestro patrimonio cultural.

2. **PROBLEMATIZACION:**

Actualmente el mercado se ubica en el centro de la Villa, éste se encuentra en malas condiciones, ya que fue construido en el año de 1932, por lo que su vida útil ya es obsoleta, además sus instalaciones ya no pueden albergar a toda la demanda existente. Además, no posee las condiciones mínimas de higiene que garanticen la calidad de los productos que allí se expenden.

Lo mismo se da los días de mercado martes y sábado, ya que el edificio del mercado no cuenta con el piso de plaza descubierto en donde se pueda situar la cantidad de vendedores ambulantes que llegan de lugares circunvecinos para ofrecer sus productos, lo que ha incidido que éstos pasen a ocupar las calles aledañas al mercado actual, parque central San Luis y la calle Capitán Juan de León y Cardona. En primer lugar por la inexistencia de un lugar adecuado y en segundo lugar por el nivel del desarrollo de las relaciones de intercambio que son costumbristas y tradicionales en esta región las que se dan en días específicos y al aire libre.

Ai finalizar el día de ventas, tanto el mercado como el parque central, calles aledañas y la calle real Capitán Juan de León y Cardona vienen a constituir un foco de contaminación para la población, pues el mercado actual no posee un lugar específico para depositar los desechos, lo que viene a dañar el ornato de la población; además de que puede producirse focos de infección en plena vía pública.

Si no se resuelve el problema en el menor tiempo posible, éste tiende a aumentar en proporción al crecimiento de la población.



3. **JUSTIFICACION:**

Siendo la Arquitectura un arte que conforma el espacio en función de las necesidades humanas, y el diseño un proceso lógico para realizarlo en un marco contextual determinado, en consecuencia, en la práctica arquitectónica se hace importante conocer las necesidades humanas del medio, condicionados por la realidad social, económica, cultural, física y ambiental; con el propósito de dar propuestas y soluciones espaciales, contextualmente ubicadas.

Por tal motivo se considera necesario que en la solución espacial arquitectónica del Mercado, se estudie la estructura social, económica, física y recursos de la Villa de Salcajá. (Ver antecedentes en Hoja No. 17 Capítulo II con priorización de servicios).

Adicionalmente el Estudio Profesional Supervisado de Arquitectura, dentro de sus lineamientos contempla el desarrollo de un trabajo de Investigación específico; el haber convivido durante siete meses en la comunidad, permite el conocimiento de la problemática; con respecto a la comercialización de los productos de la canasta familiar o de consumo diario, el que se realiza en forma desorganizada en las instalaciones del actual Mercado Municipal; que además de estar en franco deterioro a vencido su vida útil.

El estudio del Mercado para la Villa de Salcajá, surge como una alternativa de solución; a un problema existente como lo es la Comercialización, actividad que se encuentra desorganizada ya que las mismas se realizan en el Parque Central San Luis, Calle Capitán Juan de León y Cardona y calles aledañas al mercado actual.

Para el presente trabajo el elemento arquitectónico no se analizará aisladamente dentro del casco urbano, sino en conjunto; pretendiéndose de esta forma la conservación de la Identidad de la Villa de Salcajá, la que por su historia es un ejemplo característico del Altiplano Meso-Occidental.

Con la propuesta del mercado se pretende incentivar las actividades de comercialización ya que la misma traerá un incremento de actividades tendientes al progreso, desarrollo económico y social de los comerciantes de la región, ya que éste constituye parte de su modus vivendi.



4. OBJETIVOS:

4.1 OBJETIVOS GENERALES:

- Dar a conocer la problemática de la comercialización en Salcajá.
- Redundar en la importancia de la Organización Centralizada de la actividad comercial, como punto integral para el desarrollo económico y social de la comunidad.
- Realizar un estudio de la problemática del intercambio y consumo comercial de la Villa de Salcajá.
- Proporcionar a la comunidad una alternativa Arquitectónica que enfatice en la revalorización de su sistema constructivo y que a través del Diseño se conserve el entorno Urbano por la importancia que tiene el hecho de mantener la identidad local.

4.2 OBJETIVOS ACADEMICOS:

- Poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Facultad de Arquitectura, en la aplicación de un problema real y concreto, proporcionando una alternativa de solución al problema de comercialización en la Villa de Salcajá.
- Dar a conocer que existe en la Facultad de Arquitectura, el deseo de contribuir a través del análisis a plantear opciones de solución en proyectos arquitectónicos y en respetar su Identidad y al mismo tiempo contribuir al desarrollo económico y social de las distintas comunidades urbanas y rurales del país.

4.3 OBJETIVOS PARTICULARES:

- Definir los factores influyentes que justifiquen la propuesta y proponer un proyecto de mercado para solucionar la problemática de la comercialización.
- Establecer el programa de necesidades actuales para proponer el diseño del mercado y de esa forma plantear una solución lógica a la problemática existente.

- Proveer a la Municipalidad de Salcajá con un documento de consulta que sirva para apoyar la factibilidad del proyecto de mercado, de acuerdo a las posibilidades reales de la comunidad.

5. **DELIMITACION DEL TEMA:**

Siendo el intercambio comercial uno de los aspectos más relevantes y dinámicos en nuestro país, ya que el mismo se realiza de varias formas, especialmente en la región de Occidente, en donde cada comunidad tiene sus propias costumbres y tradiciones, las que denotan su valor cultural.

La transacción comercial se realiza de una forma muy particular como lo es al aire libre y en días específicos para cada población del altiplano occidental.

El presente estudio abarca aspectos generales de la región de occidente, específicamente la Villa de Salcajá, comunidad específica en la que se ubica el objeto de estudio, y el análisis de casos análogos de otras comunidades, tales como San Juan Ostuncalco en Quetzaltenango; San Francisco El Alto en Totonicapán; Totonicapán cabecera; así como de Chiché en el Quiché. (ver mapa 3B en Hoja 59, Capítulo III).

El estudio abarca un período temporal comprendido entre los años de 1981 al 2,000.

La alternativa arquitectónica del problema detectado, es un "MERCADO"; es decir, se proponen soluciones a las relaciones de intercambio comercial existentes, bajo el enfoque técnico y eminentemente descriptivo de la problemática, tomando como parámetro la conservación de su propia identidad cultural.

En el aspecto arquitectónico se plantea como propuesta el proyecto del Mercado; su presupuesto para saber su costo, su cronograma de ejecución e inversión, así como de dónde puede provenir su financiamiento.

6. MARCO TEORICO:

Como ya se ha descrito, Salcajá es una población que fue fundada por los Españoles, quienes por su descendencia transfirieron en la Madre Patria una cultura, la que fue encaminada desde lo religioso hasta lo cultural, dentro del que se encuentra el uso de los sistemas constructivos propios del lugar; de allí que Salcajá se diferencie de los demás centros poblados de la región, en mantener una tipología constructiva propia; pero que a la vez las Instituciones Estatales y Privadas han modificado estos sistemas constructivos al haber construido proyectos importantes dentro del casco urbano que por su magnitud y connotación sobresalen y al mismo tiempo estas obras han sido tomadas como ejemplo por los habitantes del lugar; contribuyendo ellos mismos en la pérdida de su propia identidad cultural, aparte de que no existe reglamentación que regule todo lo que a construcción nueva se refiere.

- La Comercialización en Guatemala:

La ineficiencia del Sistema de Comercialización en Guatemala, se debe a la falta de métodos que lo hagan más fluido ya que ésto ha constituido una de las causas del lento desarrollo a nivel comercial; influyendo además el bajo nivel de la población, lo que conduce a una estrechez del mercado y que por consiguiente ésto ha incidido en los hábitos del consumo.

- Comercio de Exportación:

Más o menos el 40% de la producción agropecuaria del país se destina a los Mercados Internacionales, la que aporta alrededor de un 98% de las divisas extranjeras que ingresan al país, o sea que Guatemala posee una política económica caracterizada por su "Expansión hacia afuera", en pocas palabras el comercio exterior constituye un elemento primordial de la conducta del país. 1/

1/

Navarrete H. Proyecto de Fortalecimiento del Programa de Comercialización del Sector Público Agrícola. (FAO-INDECA). Diagnóstico General de la Comercialización. Abril/73. Pags. 42 y 44



Comercio Regional:

La creación del Mercado Común Centroamericano amplió las perspectivas comerciales de la agricultura guatemalteca.

Por el hecho que es el único país con zona de clima templado frío, Guatemala tuvo ventajas para la colocación de ciertos productos.

Las oportunidades del comercio ampliado fueron aprovechadas, primero con productos sin elaborar como frutas y verduras (en frutas el producto que más posee es la manzana). La actividad que mejores logros tuvo fue la Agroindustria.

Aspectos relevantes de la comercialización de Productos en Guatemala:

A continuación se menciona, a nivel general, la forma en que se comercializan los diferentes productos de la agricultura.

- **Granos Básicos:** por regla general, los productos de granos no participan en la comercialización de sus productos. La parte de sus cosechas que destinan para la venta, la expeden en sus propias fincas a donde llegan los intermediarios o camioneros. De esta manera desconocen las variaciones del mercado, debido a que actúan unos independientes de otros.

Entre los granos básicos de más consumo se pueden mencionar al maíz, arroz y frijol. En todo el proceso comercial siempre el consumidor y productor o agricultor salen afectados debido a la variación porcentual de los precios.

- **Frutas y Hortalizas:** el país tiene abundantes recursos de tierra con aptitudes para el cultivo de ambos grupos de productos. Según estudios realizados por AID, la superficie cultivable con frutas y hortalizas cubre unas 25,000 hectáreas, de las cuales se encuentran bajo explotación unas 10,000 hectáreas.

Las frutas y verduras de más consumo en la ciudad de Guatemala, se distribuyen así: Hortalizas; papa y yuca, plátanos, otros (guineos). Frutas Cítricas, bananos y otras frutas. Con estos productos se suscita el mismo



mo problema de la variación porcentual de los precios. 2/

7. **MARCO TEORICO CONCEPTUAL:**

CONCEPTO DE MERCADEO:

Comercialización:

La comercialización de productos agropecuarios abarca todo el proceso que media desde que el producto sale de la explotación o finca del productor, hasta que llega a manos del consumidor final. Se refiere no sólo a la acción de compra y/o venta, o sea el cambio del propietario del bien sino también a los aspectos físicos del transporte (cambio de lugar), almacenaje, cambio de tiempo, acondicionamiento y procesamiento (cambio de forma). 3/

Producción:

Proceso de creación de los bienes materiales necesarios para la existencia y el desarrollo de la sociedad; los hombres al crear los bienes materiales contraen determinados vínculos y relaciones para actuar conjuntamente. 4/

Consumo:

Utilización del producto social para satisfacer las necesidades de la producción; maquinaria, instrumentos, combustibles, materia prima; así como las necesidades personales de los individuos (artículos alimenticios, ropa, calzado). 5/

2/ Navarrete H. OP. CIT. PP. 42

3/ Coscia Adolfo. Comercialización de productos Agropecuarios Primera Edición 1978. Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires. P. 182

4/ Vidal Augusto. Diccionario de Economía Política. Primera Edición 1975. Barcelona. Editorial Grijalbo. P. 18

5/ Perera, Jaime. El Mercado Moderno y el Mercado Guatemalteco. Seminario Facultad de Economía. USAC.

Distribución:

Es el curso tomado por la transferencia de un producto en su paso del primer dueño ----- (Agricultor o Industrial) al último dueño, o sea al consumidor o usuario. 6/

Este término está ligado a los canales de comercialización, efectuándose estas transferencias a través de comerciantes, intermediarios e instituciones privadas o públicas.

Intercambio:

El intercambio quiere decir dar vuelta, pasar de mano en mano. 7/

Concepto de Mercado de Plaza:

Carol Smith, reconoce tres períodos en el desarrollo del sistema de mercadeo en los Altos (Altiplano Occidental de Guatemala), desde la época de la Conquista. En las primeras dos etapas describe la evolución histórica que desemboca en la actual organización del sistema de mercadeo, éste último integrado por plazas, (que incluyen plazas en los pueblos) e integrante de un sistema más amplio cuyas funciones comerciales son más útiles a los sistemas de intercambio de los países desarrollados que al de su intercambio doméstico y en donde la ciudad de Guatemala desempeña un papel importante.

6/ Perera, Jaime. OP. CIT.

7/ López R., Felipe. Economía Política. Editorial Porrúa, S. A.
México 1977. Pag. 129



8. **ORIGEN Y CONCEPTOS DE IDENTIDAD:**

La Constitución de la República versa que las especializaciones comerciales y artesanales, la distribución de las lenguas indígenas, los procesos de cambio generales y particulares, y sobre todo la identificación de la gente con su comunidad de origen. De aquí que el reconocimiento de la comunidad como una unidad social significativa, es lo que se concibe como Identidad.

"De todas maneras, y por encima de los diversos enfoques doctrinarios sobre la realidad del altiplano, se acepta generalmente que ésta es una realidad pluricultural y que existe una clara identificación de los pobladores con sus comunidades de origen.

Identidad Cultural:

Se reconoce el derecho de las personas y de las comunidades a su IDENTIDAD CULTURAL de acuerdo a sus valores, su lengua y sus costumbres.

Protección e Investigación de la Cultura:

Es obligación primordial del Estado proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional; emitir las leyes y disposiciones que tiendan a su enriquecimiento, restauración, preservación y recuperación; promover y reglamentar su investigación, así como la creación y aplicación de tecnología apropiada.

El sistema de intercambio, y más específicamente el de los mercados locales y regionales, tiene nexos estrechos con la dicotomía Indio-Ladino, con los procesos de estratificación registrados en la historia nacional, con el sistema de fiestas de ciclos rituales, con características ecológicas, y con otros muchos factores similares.



Los habitantes de muchos municipios del altiplano, finalmente, tal como se ha sugerido ya reiteradamente, están conscientes de su unidad y singularidad locales y demuestran apego y expresan identificación con su comunidad de origen.

La resistencia cultural ha alcanzado niveles más claros en el altiplano occidental y allí se ha consolidado también una identidad cultural más firme y definida de la que a veces se beneficia la sociedad entera.

Se define como las características de calidad de vida que distinguen a un conglomerado social. La Identidad de que tratamos es, en consecuencia, un fenómeno social que atañe al dominio de la cultura, y ya que se sabe que ninguna definición de la cultura es totalmente válida a menos que sea útil a los propios interesados.

Para que se pueda hablar de la Identidad Cultural con toda propiedad, se requiere que los atributos asignados a la misma se den de modo distintivo, hasta el punto que permitan diferenciar, particularizar y delimitar -darle una calidad- al grupo o sociedad de que se trata. En algunos casos la Identidad Cultural se manifiesta con cierta facilidad y aún presentar una riqueza y una persistencia histórica de grandes proporciones. Tal es el caso de Guatemala y principalmente de las comunidades del Altiplano Meso-Occidental. Esto se explica, en parte cuando menos, por la consistencia y continuidad de la cultura en el área mesoamericana, de la cual Guatemala forma parte preeminente.

La Identidad Cultural de Guatemala en su conjunto se asocia estrechamente con los modelos de vida y las concepciones morales e ideológicas del sector indígena de la población, el sector que habita el altiplano meso-occidental del país. Este sector, en efecto, ha resistido los embates transculturativos provocados por el contacto con sociedades más evolucionadas, como la Española de la época colonial y otras de las épocas modernas y contemporáneas.

La Identidad Cultural es un valor social de gran trascendencia y eficacia. La Identidad Cultural, finalmente, puede manifestarse también en el plano de los bienes conceptuales como públicos, o sea aquellos de los cuales no se puede prescindir a nivel de la sociedad total. Ejemplo de estos bienes podrían ser el equilibrio ecológico, la belleza natural.

No puede soslayarse que la comunidad ha estado sujeta a presiones diversas en los tiempos modernos -la urbanización, el desarrollo capitalista, las migraciones, la modernización, etc., pero todavía constituye un rasgo típico de la sociedad guatemalteca, y una fuerza

a veces regresiva y a veces impulsora de fenómenos igualmente diversos y a veces contradictorios, como la misma Identidad Cultural y el desarrollo de las fuerzas productivas. 8/

- La Identidad Cultural está estrechamente ligada con el Patrimonio Cultural.
- La Identidad Cultural fue definida como el característico y espléndido edificio erigido sobre los cimientos del Patrimonio Cultural de las sociedades. 9/

9. **METODOLOGIA DEL TRABAJO:**

Convivencia con la población:

Se originó con la práctica del ejercicio profesional supervisado de Arquitectura EPSDA. En el que se desarrollaron las actividades: Investigación; enseñanza-aprendizaje y servicio por el Programa requerido. Estas actividades estuvieron coordinadas por la Unidad de EPS.

Durante la permanencia en la población se apreciaron algunos aspectos de vida, así como se pudo detectar las necesidades más apremiantes que la afectan, estos aspectos se encuentran descritos en los documentos de investigación y análisis entregados en el informe final de EPS, las que se encuentran en la Unidad de EPS de la Facultad de Arquitectura.

Investigación Teórica:

Esta actividad fue realizada al llegar a la población, tomándose como base los documentos de investigación de anteriores epesistas, así como de investigación propia, para conocer y enterarse de sus principales problemas, es de hacer constar que fue de mucha ayuda el diagnóstico de salud de la cabecera municipal, elaborado por el personal del Centro de Salud, bajo la dirección del Dr. Omar Ricardo Fortuny Ruano.

8/ Revista Cultural - Diálogo entre los pueblos del mundo UNESCO 1983. Pags. 11 y 17.

9/ Rojas Lima, Flavio. Antropología y Desarrollo del marco teórico del Programa de Desarrollo Municipal. Guatemala, 1987. Pags. No. 54, 55, 56 y 61.



Investigación Práctica:

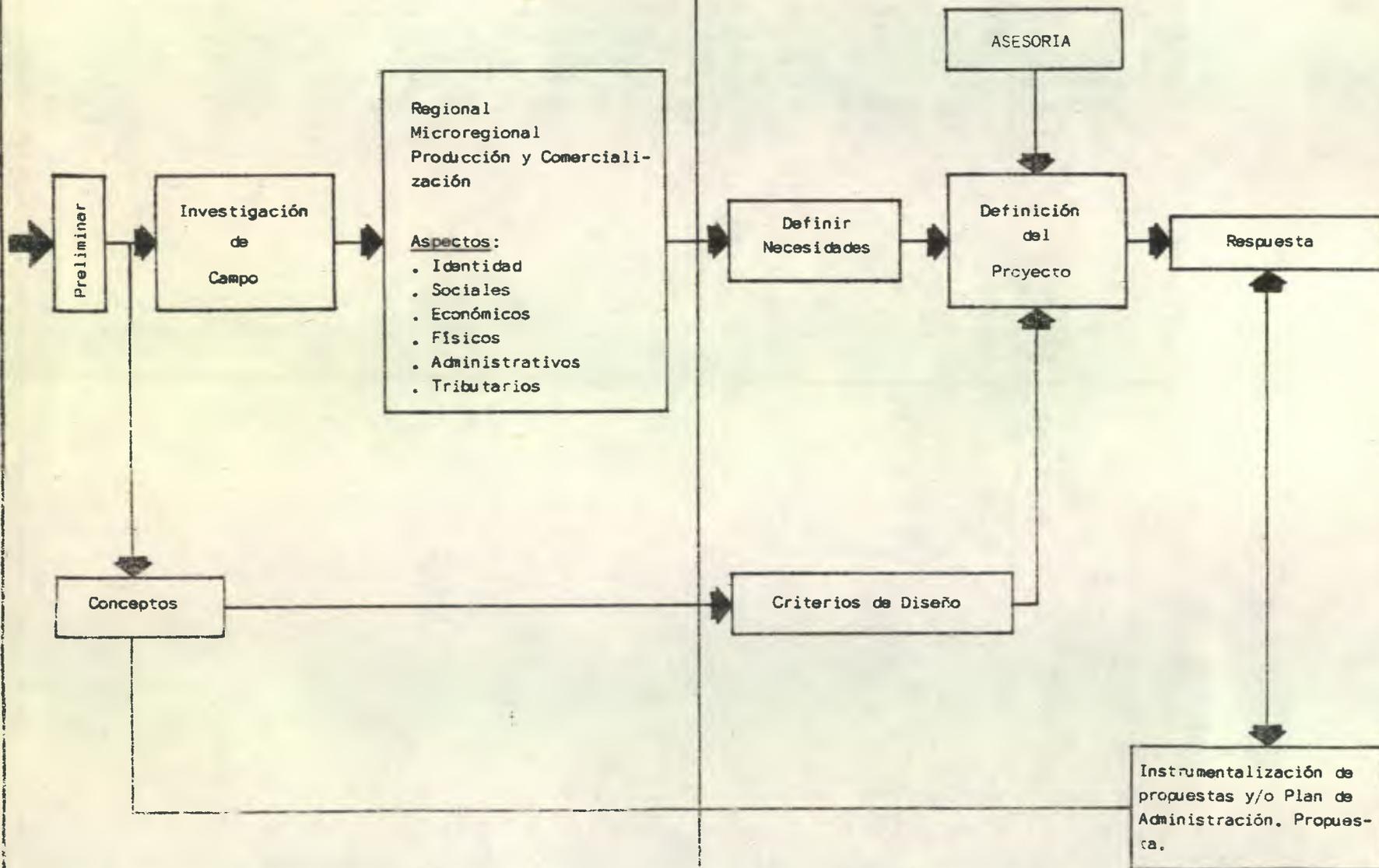
Esta fase de trabajo se realizó en forma coordinada con la realización de la investigación teórica; y se llevó a cabo durante siete meses de permanencia en la comunidad en la práctica del EPS. En el desarrollo de la investigación práctica se utilizaron algunos de los conocimientos alcanzados en la Facultad durante el tiempo de estudio. El método a utilizarse será el científico con la ayuda del proceso de análisis y síntesis.

10. ESQUEMA METODOLOGICO:

ANALISIS

SINTESIS

DIAGNOSTICO - PRONOSTICO



Salcaja Quetzaltenango



11. **TECNICAS DE INVESTIGACION:**

1. **Muestras:** Para establecer la demanda
2. **Encuestas:** Para establecer la aceptación y modalidad de la población general
3. **Observaciones:** Estado físico funcional actual
4. **Levantamientos:** Para delinear físicamente
5. **Fotografías:** Sirve para evidenciar la problemática
6. **Entrevistas:** Opiniones de personas versadas en la materia o que conozcan la problemática, para tenerlas como antecedentes históricos
7. **Consultas:** A expertos como apoyo de criterios de diseño

Análisis del entorno urbano

12. **RECURSOS:**

a) **HUMANOS:**

Estos se presentan con mayor facilidad ya que afortunadamente se conoce a Profesionales versados en lo que a mercados se refiere; no así en lo concerniente al rescate de nuestro patrimonio cultural, específicamente, lo relacionado a Identidad; ya que es un tema no muy divulgado y dé allí el problema de consultar a teóricos que conozcan del mismo.

b) **ECONOMICOS:**

Estos no son considerados ninguna limitante de peso para la realización de la presente Tesis, ya que lo que se pretende es desarrollar un trabajo que a corto plazo de beneficios económicos a la Comunidad con un proyecto rentable, el que podrá servir



de ejemplo para las nuevas generaciones de estudiantes de Arquitectura, por lo que se considera factible realizar una inversión desde el punto de vista económico.

c) BIBLIOGRAFICOS:

Estos se presentan con mayor facilidad en bibliotecas en la ciudad capital, especialmente lo que trata de Mercados. No así con lo relacionado a Identidad Cultural; la que es escasa, limitándose al Consejo para la protección de Antigua Guatemala; sede de UNESCO en nuestro país y en PROCORBIC. (Programa de Conservación y Restauración de Bienes Culturales).

Selección - Quetzaltenango



Hipólito Roca el Maldonado De León

Salcaja - Quetzaltenango

CAPITULO





13. ANTECEDENTES:

En la práctica del Ejercicio Profesional Supervisado de Arquitectura, los Epesistas como parte de su investigación efectúan un diagnóstico de las comunidades en las que realizan su práctica, fue así como en esa oportunidad se formuló un estudio de planificación, el que dio como resultado un "PLAN OPERATIVO", en él se priorizaron las necesidades más urgentes, a las que se debería dar solución; se trató en primera instancia lo concerniente a salud y educación no habiéndose encontrado problema ya que ambas ramas son atendidas por el Gobierno Central a través de sus respectivos Ministerios ya que para su funcionamiento se cuenta con fondos del Presupuesto Nacional de Ingresos y Egresos. En cuanto a la priorización del Mercado, éste surgió debido a que el actual no satisface la demanda existente y además sus instalaciones se encuentran en franco deterioro.

Solo el Instituto de Fomento Municipal es la institución gubernamental que ha estado brindando asesoría técnica a las municipalidades en este tipo de proyectos, ya que la municipalidad de Salcajá no cuenta con los suficientes recursos para planificar y construir un nuevo proyecto; por lo que a través del INFOM, se les planificó un proyecto moderno y funcional que se integre al contexto urbano; es decir, que respete el paisaje urbano de la Villa. Este proyecto será financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo -BID-. Esta actividad de investigación se realizó el primer semestre de 1987, en la cual se detectó la necesidad del mercado, que centralice el comercio, ya que el mismo en la actualidad se encuentra disperso en el parque y calles de la población.

Con fecha 16 de enero de 1987, la municipalidad a través de Acta No. 02-87, solicitó al INFOM la construcción de un nuevo mercado para ubicar a los vendedores ambulantes. Posteriormente el 18 de marzo de 1987, se envió una nota al INFOM, solicitando el desarrollo del proyecto. El 23 de marzo de 1987, se recibió oficio PDM-050-87, en el que se autoriza; siempre y cuando se cumpla con ciertos requisitos, entre los cuales está el hacer un Estudio de mercado, a través de boletas, las que fueron llenadas y enviadas al INFOM, posteriormente se diseñó una boleta para encuestar a los vendedores ambulantes y de esa forma poder establecer el número de puestos, clasificándose por tipo de venta; fue así como se estableció que aproximadamente el 95% de los vendedores, sí requieren el nuevo mercado, ya que el predio que posee la municipalidad se ubica en un punto adecuado y accesible. (ver fotografía No.2, Hoja No. 37 de este Capítulo).

Por medio de la encuesta se determinó que existe un promedio de 200 puestos, para piso de plaza el 12% de los propietarios son del lugar y el 88% son de lugares circunvecinos.



Asimismo se definió el terreno del que se hizo un levantamiento y se elaboró un plano.

14. **ANALISIS GEOGRAFICO Y CLIMATICO:**

Estructura Social:

División Política Administrativa:

Salcajá es un municipio de Tercera Categoría, su cabecera municipal se encuentra distribuida en cuatro zonas que comprenden 10 barrios y su área rural cuenta con dos aldeas, siendo las siguientes:

BARRIOS:

1. El Carmen, zonas 3 y 4
2. San Jacinto, zona 2
3. El Calvario, zona 1
4. San Luis, zona 1 y 2
5. La Cruz, zona 2
6. Barrio Nuevo, zona 1
7. Marroquín, zona 2
8. Curruchique, zona 3
9. El Tigre, zona 4
10. Casa Blanca, zona 1

ALDEAS:

1. Santa Rita
2. Marroquín II

Ubicación y distancia:

La Villa de Salcajá se encuentra ubicada en los Llanos de Urbina, en el departamento de Quetzaltenango; su localización geográfica está a 14° 52' 35" de latitud y 91° 27' 15" de longitud, está a una distancia de 192 kilómetros de la ciudad capital y a 8 kilómetros



de la ciudad de Quetzaltenango.

Límites:

Los límites territoriales de Salcajá son: al Norte con el municipio de San Cristóbal, Totonicapán; al Sur con la cabecera departamental de Quetzaltenango; al Este con la Aldea San Ramón del municipio de San Cristóbal, Totonicapán y al Oeste con Chiquilajá y Quetzaltenango.

(ver plano No. 3 de la población de Salcajá, en Hoja No.26).

Extensión Territorial:

La extensión territorial de la Villa de Salcajá, es de 12 kilómetros cuadrados de los que el área urbana ocupa más o menos 6 kilómetros cuadrados y 6 kilómetros cuadrados en su área rural.

Topografía:

Las características topográficas del territorio de la Villa de Salcajá son como la mayoría de tierras del Altiplano Occidental del País, terreno quebrado y montañoso, zonas que actualmente se encuentran erosionadas, en gran parte como consecuencia de la tala inmoderada de los bosques de pino y por haber sido afectado éste último por la plaga del gorgojo del pino que afectó severamente sus montañas, su cabecera municipal se encuentra situada en la parte plana del territorio, en las faldas de las montañas que rodean el Llano de Urbina.

Vías de Comunicación:

Salcajá cuenta con buenas vías de comunicación con la ciudad capital y Quetzaltenango por medio de la Carretera Interamericana CA-1; así como con los municipios de su periferia como San Cristóbal Totonicapán, San Andres Xecul y Totonicapán, teniendo con sus aldeas comunicación con carreteras de terracería transitables todo el tiempo.



Altura y clima:

Salcajá se encuentra ubicada a una altura de 2,312 mts. sobre el nivel del mar, contándose con clima frío con una temperatura máxima promedio anual de 21.3 °C y una mínima promedio anual de 6.5°C (ver cuadro No.1 en Hoja No.22 y Gráficas No. 1, 2 y 3 en Hoja No.23). La humedad relativa oscila durante el año entre 0.6 y 100%. Las estaciones de invierno y verano se marcan en su clima, haciéndose presentes respectivamente de mayo a octubre el invierno y de noviembre a abril el verano.

Régimen de lluvia y precipitación pluvial:

Su régimen de lluvia es de un promedio de 101 días al año durante los meses de mayo y octubre y la precipitación pluvial por metro cuadrado es de 878 mililitros.

Hidrografía:

Las tierras de Salcajá se encuentran bañadas por los ríos Samalá que divide en dos mitades su cabecera municipal y el Cancujá, además de los riachuelos La Muñeca, Currichique y Los Zopilotes.

Conformación de la población económicamente activa:

En la gráfica No. 4 de la Hoja No.28 se observa como la población de Salcajá corresponde a un factor típicamente latinoamericano, como lo es: la mayoría de la población comprendida entre los 15 y 44 años, lo constituyen la mayor cantidad de mano de obra con que cuenta la Comunidad.

Asimismo puede establecerse que la población joven es la que más servicios requiere. También puede apreciarse en la Gráfica No. 4 de la Hoja No.28 una diferencia numérica entre las edades de 15-19 años a 20-24 años, especialmente con los hombres. Este crecimiento desordenado también se nota entre las edades de 30-34 años a 40-44 años. En observaciones directas, cuando se realizó el Ejercicio Profesional Supervisado y por referencias de personas de esta Comunidad, se estableció que la falta de pobladores de estas edades se debe a la constante inmigración que realiza un buen porcentaje de sus habitantes en busca de mejores medios de vida en países extranjeros.



Derivado del fenómeno descrito anteriormente y para normalizar esta situación, es necesario impulsar políticas que lleven implícitos programas que persigan la consecución de nuevas fuentes de trabajo y fortalezcan las ya existentes, lo cual permitirá a sus habitantes lograr mayores fuentes de ingresos sin necesidad de tener que emigrar al extranjero en busca de ellos. Es necesario resaltar que cuando estas personas emigrantes regresan a sus lugares de origen traen consigo costumbres distintas de aquellas que obtuvieron en sus localidades o regiones, situación que incide directamente en la modificación de sus costumbres y tradiciones en perjuicio de la pérdida de su propia identidad cultural.

14.1 CUADRO No. I

CUADRO CLIMATOLOGICO DE LA VILLA DE SALCAJA - QUETZALTENANGO.

MESES DEL AÑO.	TEMPERATURAS EN °C					PRECIPITACION PLUVIAL		HUMEDAD RELATIVA
	MEDIA	PROMEDIOS		ABSOLUTAS		TOTAL	DIAS	MEDIA
		MAXIMA	MINIMA	MAXIMA	MINIMA			
ENERO	12.0	20.1	2.2	24.6	-5.3	1.4	1	72
FEBRERO	11.7	20.5	2.2	24.7	-6.3	10.2	1	72
MARZO	13.2	22.8	3.3	27.1	-4.1	5.4	1	71
ABRIL	14.6	23.7	6.4	27.9	-2.8	21.2	3	75
MAYO	15.1	23.9	8.0	28.4	1.9	60.0	8	75
JUNIO	14.6	21.8	9.7	26.4	4.6	149.5	18	82
JULIO	14.7	21.3	8.7	24.4	3.3	179.9	16	78
AGOSTO	14.8	21.1	8.6	24.0	2.4	134.8	17	80
SEPTIEMBRE	14.6	20.9	9.7	24.1	4.7	182.5	19	84
OCTUBRE	13.9	20.1	8.6	24.0	2.5	110.0	12	82
NOVIEMBRE	13.0	20.0	6.4	23.8	-3.8	72.9	4	81
DICIEMBRE	11.7	19.5	3.6	23.2	-5.6	3.4	1	75
ANUAL :	13.7	21.3	6.5	25.2	-8.5	931.2	101	77

FUENTE: INSIVUMEN. Año 1988.



GRAFICA 1

14.2

GRAFICA 2



TEMPERATURA MEDIA ANUAL EN °C.

PROMEDIO DE TEMPERATURA MINIMA

GRAFICA 3



PROMEDIO DE TEMPERATURA MAXIMA

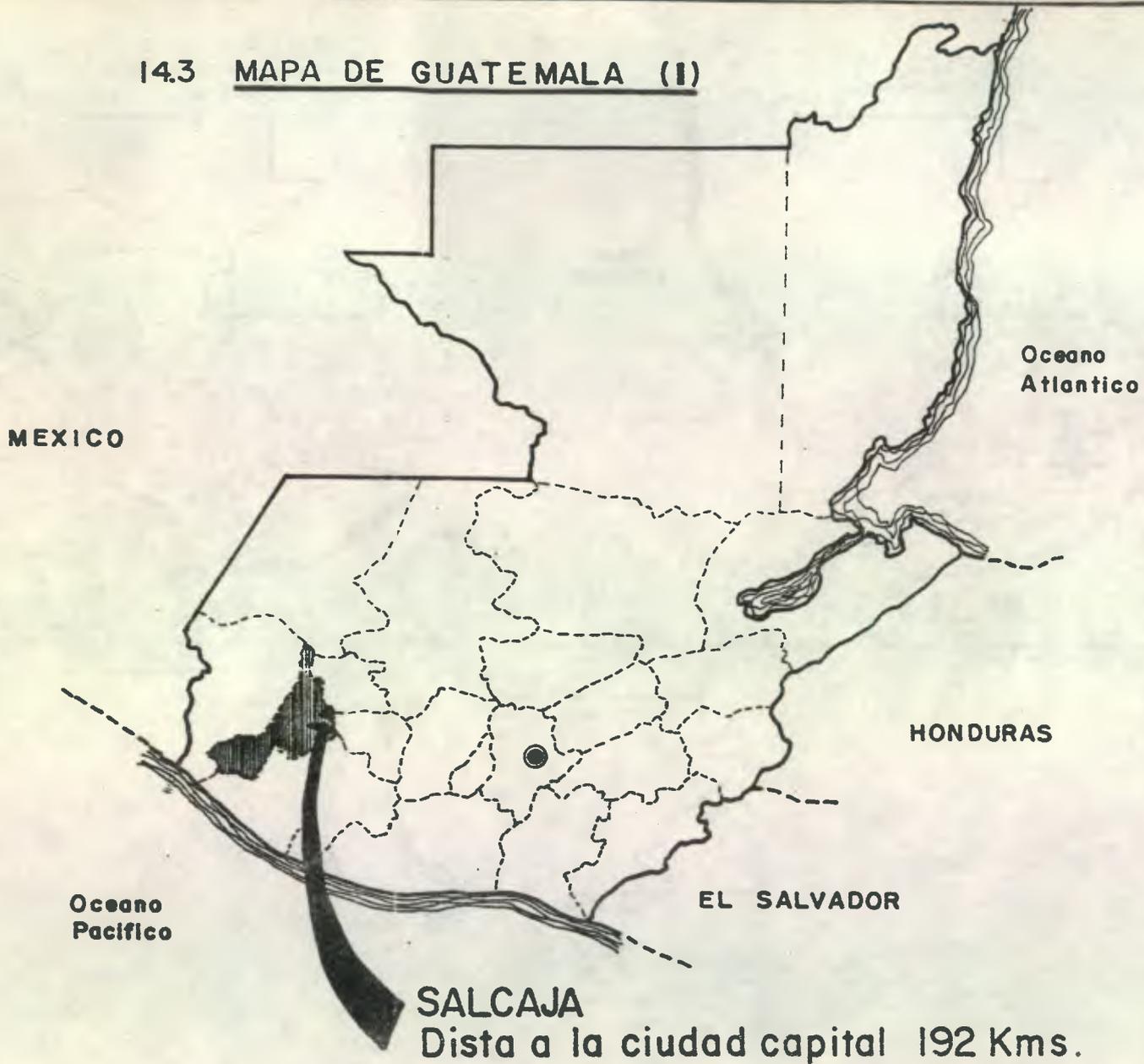
FUENTE: DICCIONARIO ATLAS NACIONAL

ARQUITECTURA USAC.

Salcajá - Quezaltenango



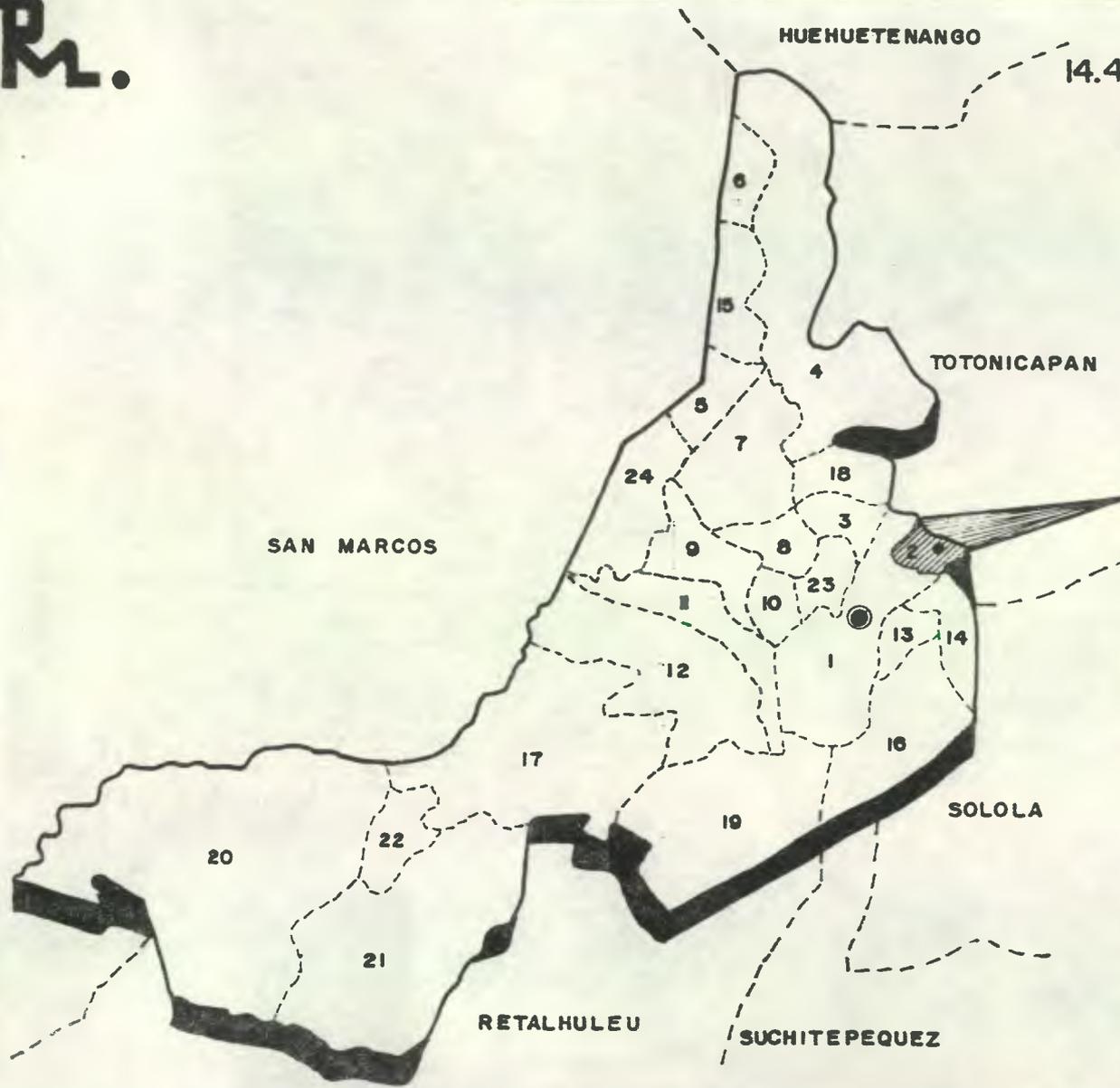
14.3 MAPA DE GUATEMALA (I)



Salcaja - Quetzaltenango



MAPA DE QUETZALTENANGO (2)



- MUNICIPIOS:**
- 1 Quetzaltenango
 - 2 Salcajá

- 3 Olintepeque
- 4 San Carlos Sija
- 5 Sibilla
- 6 Cabrican
- 7 Cajola
- 8 San Miguel Sigüila
- 9 San Juan Ostuncalco
- 10 San Mateo
- 11 Concepción Chiquirichapa
- 12 San Martín Sacatepequez
- 13 Almolonga
- 14 Cantel
- 15 Huitan
- 16 Zunil
- 17 Colomba
- 18 San Francisco La Unión
- 19 El Palmar
- 20 Coatepeque
- 21 Genova
- 22 Flores Costa Cuca
- 23 La Esperanza
- 24 Palestina De Los Altos

Salcajá - Quetzaltenango

SALCAJA: Distancia a la cabecera Departamental: 8 Kms.



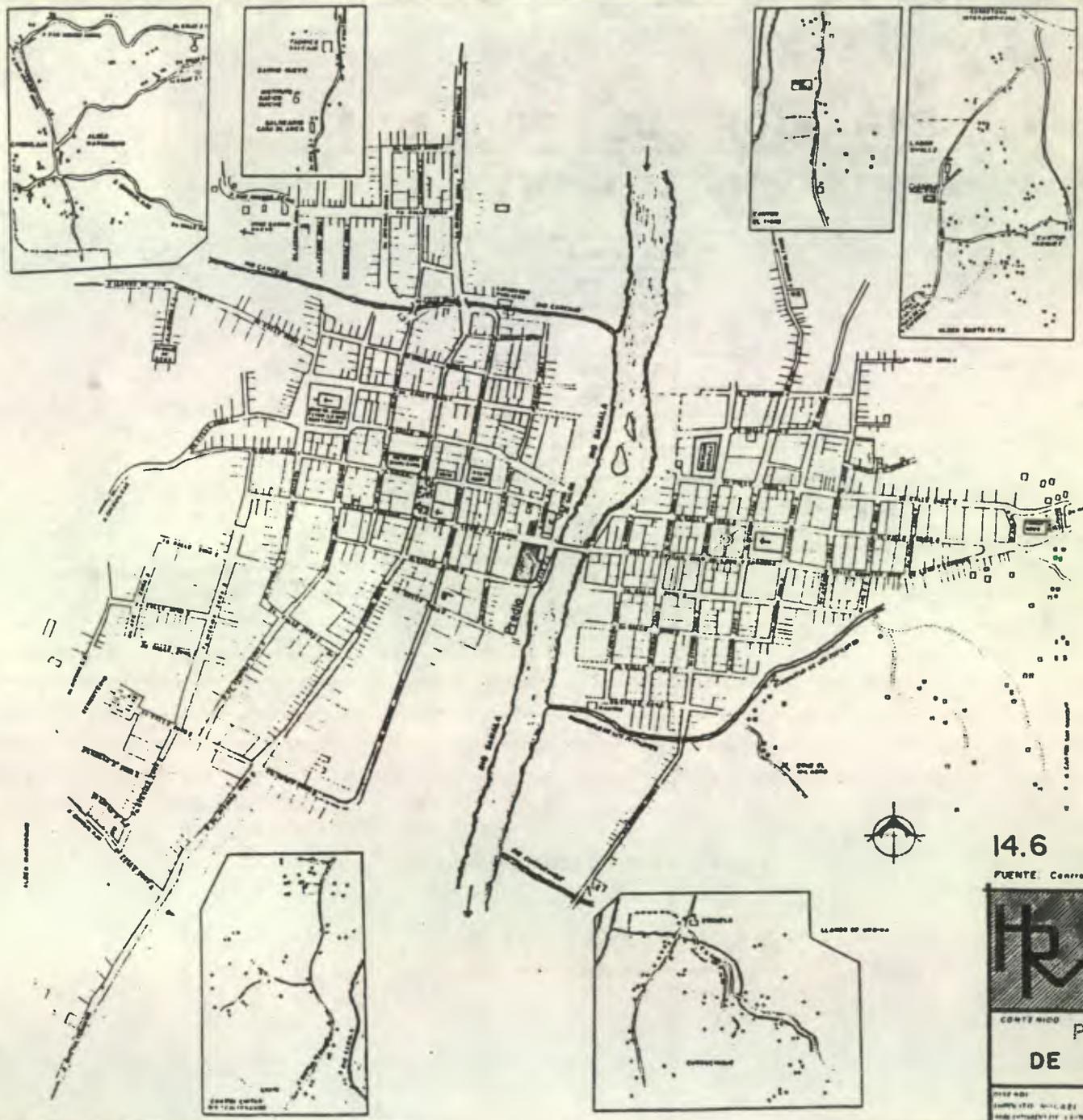
PLANO CARTOGRAFICO DE SALCAJA - QUETZALTENANGO



FUENTE: I.G.M.

Salcajá - Quetzaltenango

ESCALA GRAFICA:



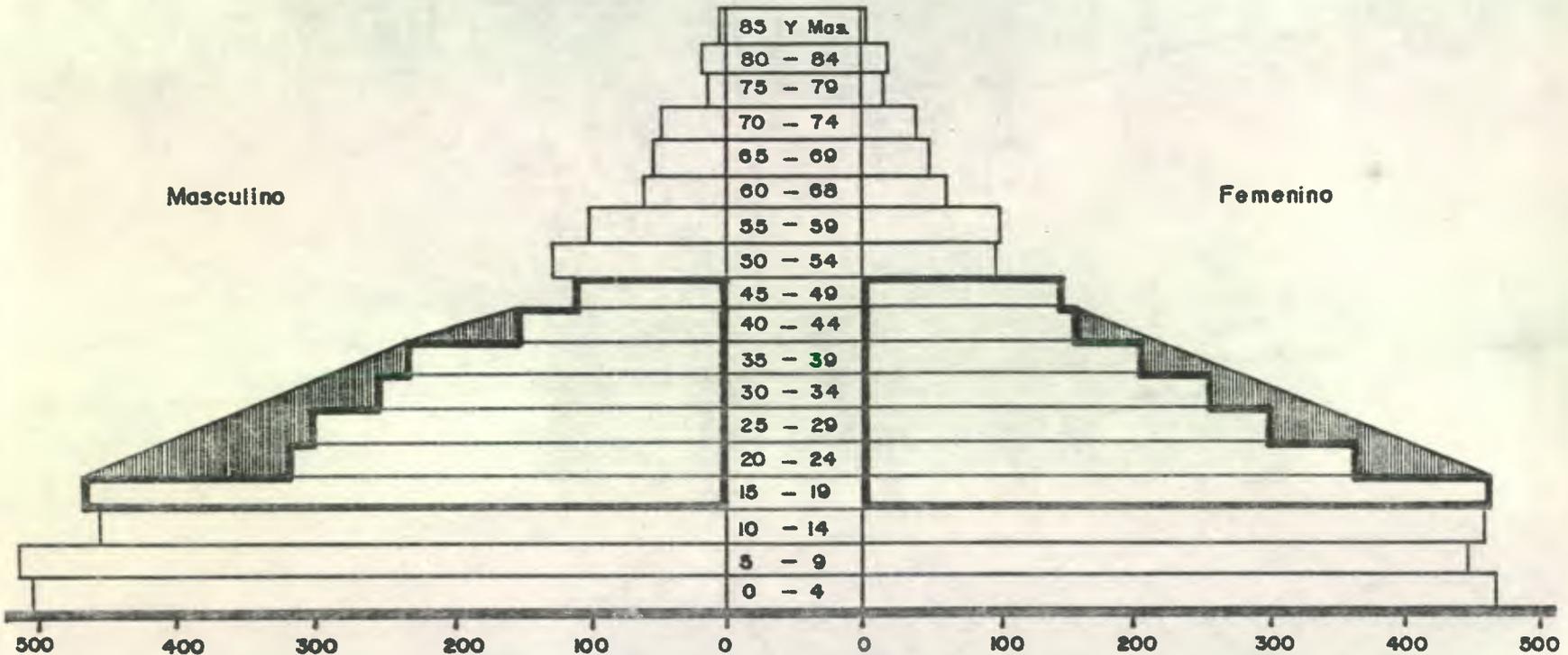
14.6

Escala Gráfica: 0 20 40 60 80 100 Mts.

PUNTE Centro de Salud de Salcaja - Quetzaltenango

	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	
	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
	VILLA SALCAJA DEPARTAMENTO, QUETZALTENANGO	
PROYECTO:	MERCADO	ESCALA INCLUIDA
CONTENIDO:	PLANO No.3 DE LA POBLACION	
PROYECTO: SALCAJA	NO. DE: 100	PROYECTO: 100

14.7 **PIRAMIDE DE POBLACION**
 DE LA CABECERA MUNICIPAL DE SALCAJA AÑO DE 1,983 ..



TOTAL DE HABITANTES

GRAFICA N.4

FUENTE: ENCUESTA DOMICILIAR DEL CENTRO DE SALUD DE SALCAJA-QUETZALTENANGO, NOVIEMBRE DE 1,983 ..



Satcoja - Quetzaltenango

15. **ESTRUCTURA SOCIO-ECONOMICA**

"Estructura Social es la forma como se organizan las distintas partes o elementos (las clases, capas, fracciones y categorías) de un todo o formación social". 10/

Para comprender el grado de desarrollo de una comunidad, es importante analizar los cambios que se generan en la estructura social especialmente la contradicción, entre fuerzas productivas (fuerza humana de trabajo) y las relaciones de producción, debido a que los cambios que se producen en las sociedades tienen su razón de ser por la lucha de clases.

15.1 **Medios de Producción:**

Son los objetos e instrumentos que requiere el hombre para realizar la producción.

A continuación se definen los elementos que componen los medios de producción.

15.2 **Objetos de trabajo:**

"Son los objetos de la naturaleza sobre los que recae la acción humana, es decir el trabajo". 11/

15.3 **Instrumento de Trabajo:**

Son las máquinas, aparatos, motores, etc. que participan directamente en el proceso de transformación de los objetos de trabajo en medios necesarios de consumo productivo y consumo personal.

15.4 **Fuerza de Trabajo:**

En toda comunidad la fuerza de trabajo es uno de los elementos más importantes, pues el hombre genera objetos satisfactorios de la sociedad en la que se desenvuelve.

10/ Búcaro Méndez, Herman Arnoldo. "Mercado Municipal". Río Hondo, Zacapa
Tesis Facultad de Arquitectura. USAC. 1986

11/ Sociología II, Notas para el Curso de Sociología. Pags. 1-12 documento.



En todo contexto histórico, la fuerza de trabajo juega un papel importante, pues analiza al conglomerado humano, desde el punto de vista de composición por sexo, edad, densidad y la población económicamente activa.

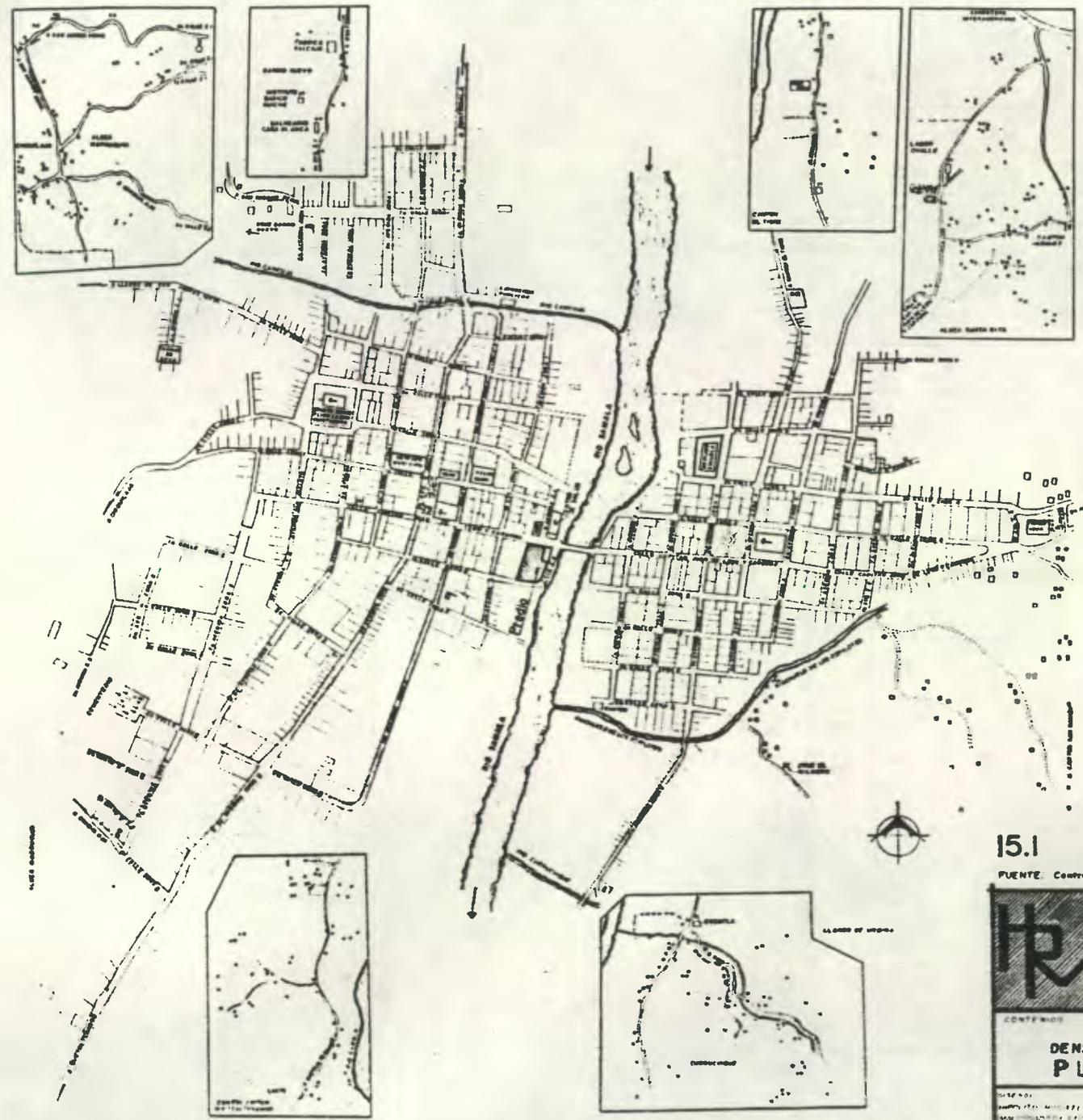
Según estimación de población para el 31/12/87 poseía 14,000 habitantes con perspectivas de crecimiento, posee el menor índice de natalidad de los municipios de Quetzaltenango. (ver gráficas No. 5 en la Hoja No.31). Los habitantes de la Villa de Salcajá son ladinos en su mayoría, así como eminentemente católicos. (ver gráficas No. 6 y 7 en Hoja No. 32).

Con relación al nivel educacional se tienen algunas deficiencias, debido a que la población analfabeta se constituye en un 20%. (ver gráficas No. 8 en Hoja No. 33).

En cuanto a aspectos económicos, la mayor actividad la constituye la artesanal, específicamente los tejidos, (ver gráfica No.9 y Hoja No. 33). Su infraestructura en los renglones de Agua Potable, drenajes Sanitarios y Pluvial se tienen deficiencias, más sin embargo, tanto en el INFOM como en la Dirección General de Obras Públicas se realizan estudios tendientes a mejorarlos; aparte de que la municipalidad por su cuenta los está trabajando con fondos del 8% Constitucional ya que son servicios esenciales. El alumbrado público presenta algunos problemas, pero ésto le corresponde solucionarlos al Instituto Nacional de Electrificación -INDE-.

Carece de un sistema domiciliario de recolección de basura. Afortunadamente en la actual administración municipal se han construido unos basureros públicos en la orilla del río, lo que indudablemente evitará que se siga contaminando la ribera del río Samalá.

Se necesita un Rastro con instalaciones adecuadas; así como definir el campo de la feria. El cementerio requiere de ampliación para que sea utilizado vertical y no horizontalmente. En este caso se considera, según análisis, que son problemas de carácter secundario y que pueden ser resueltos posteriormente.



15.1

Escala Gráfica: 0 10 20 40 60 80 Mts

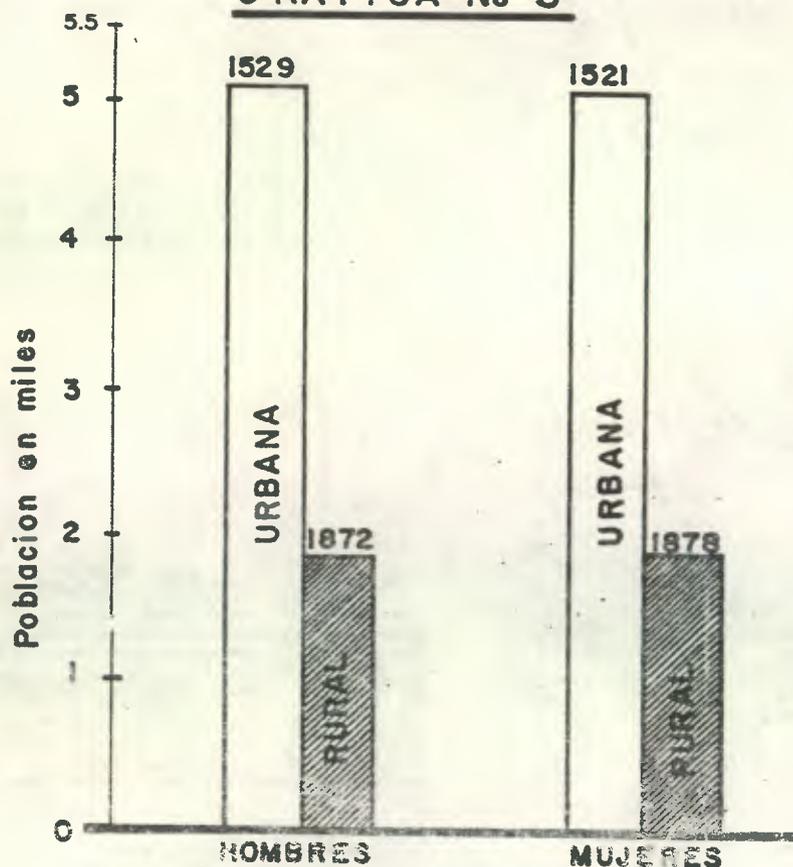
PUENTE: Centro de Salud de Salcaja - Quetzaltenango

	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	
	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
CALLE: SALCAJA		ESCALA Indicada... 1:500 1:1000 1:2000
DEPARTAMENTO: QUETZALTENANGO		
PROYECTO: MERCADO		CONTENIDO DENSIDAD DE VIVIENDA PLANO No. 3A
AUTOR: DR. MANUEL GARCÍA GONZÁLEZ DISEÑO: DR. MANUEL GARCÍA GONZÁLEZ EJECUCIÓN: DR. MANUEL GARCÍA GONZÁLEZ		

15.2

POBLACION:			
SEXO	TOTAL	URBANO	RURAL
Total	14,000	10,250	3,750
Hombres	7,001	5,129	1,872
Mujeres	6,999	5,121	1,878

GRAFICA No. 5



La densidad de población para el año 1981 era de 947.50 habitantes por kilómetro cuadrado, de donde se estima que para el año 2,008 se tendrá una población total de 24,927 habitantes, así: Area Urbana 18,251 habitantes, Area Rural 6,676 habitantes, por lo que para ese mismo año existirá una densidad de 2,077 habitantes por kilómetro cuadrado.

Es lógico indicar que un mayor número de habitantes necesitará mayor cantidad de servicios, por lo que deberán tomarse las medidas necesarias para lograr satisfacer las necesidades de la comunidad, que correspondiendo su crecimiento a una pirámide conoidal, el mayor porcentaje de esa población será joven, lo que implica mayor demanda de servicios e infraestructura.

(Ver Gráfica No. 4 en Hoja No.28)



GRUPOS ETNICOS DE LOS JEFES DE FAMILIA DE LA CABECERA MUNICIPAL DE LA VILLA DE SALCAJA - QUETZALTENANGO. -

GRUPO ETNICO	NUMERO	%
Ladino	1242	79.26
Indigena	325	20.74
TOTAL	1567	100.00

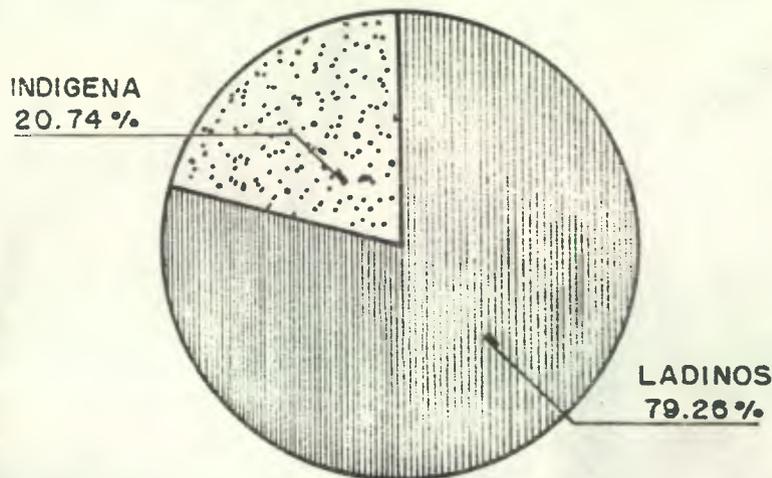
RELIGION DE LOS JEFES DE FAMILIA DE LA CABECERA MUNICIPAL DE LA VILLA DE SALCAJA - QUETZALTENANGO.

RELIGION	NUMERO	%
Catolica	1351	86.22
Evangelica	169	10.78
Otros	47	3.00
TOTAL	1567	100.00

Salcaja - Quetzaltenango

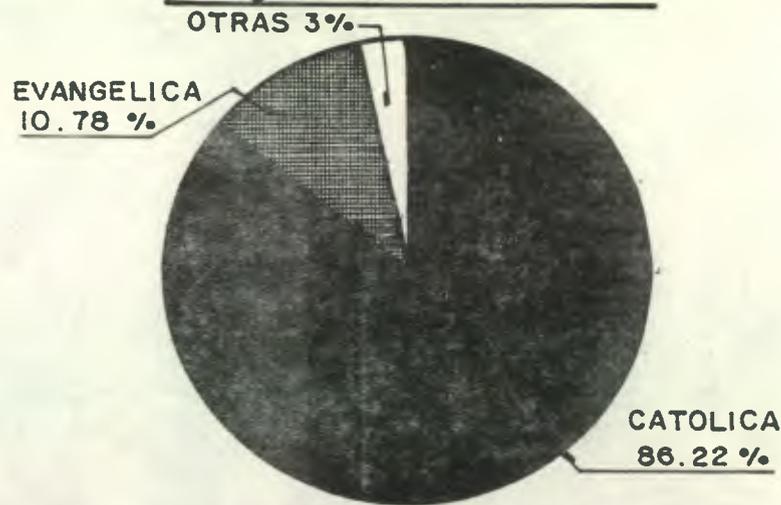
Grupo Etnico:

100% = 360°



GRAFICA No. 6

Religion Predominante:



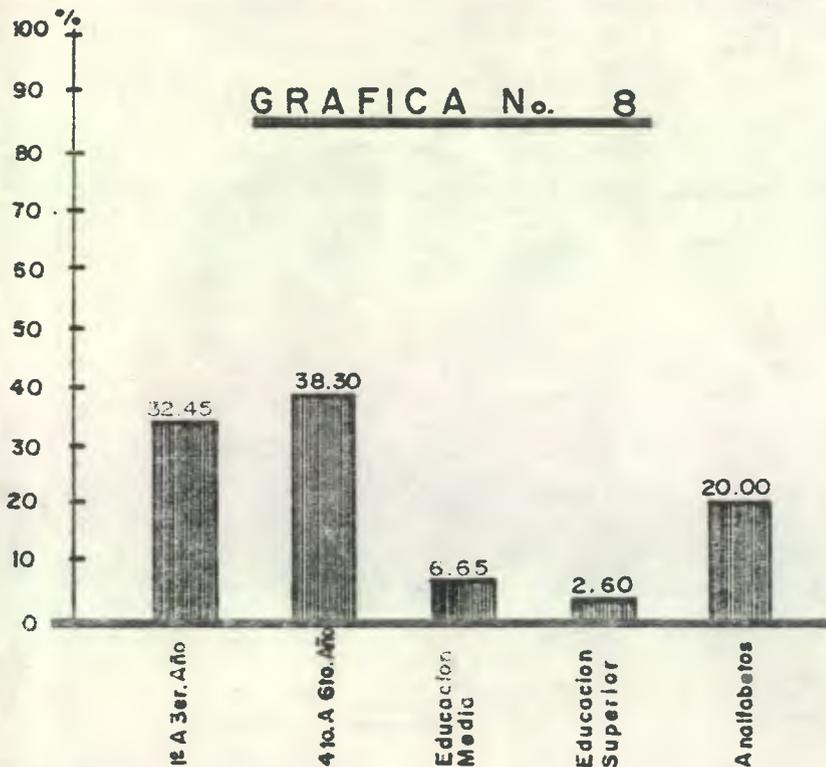
GRAFICA No. 7

Cuadro del Nivel Educativo de los Pobladores de la Cabecera Municipal de la Villa de Salcajá - Quetzaltenango.

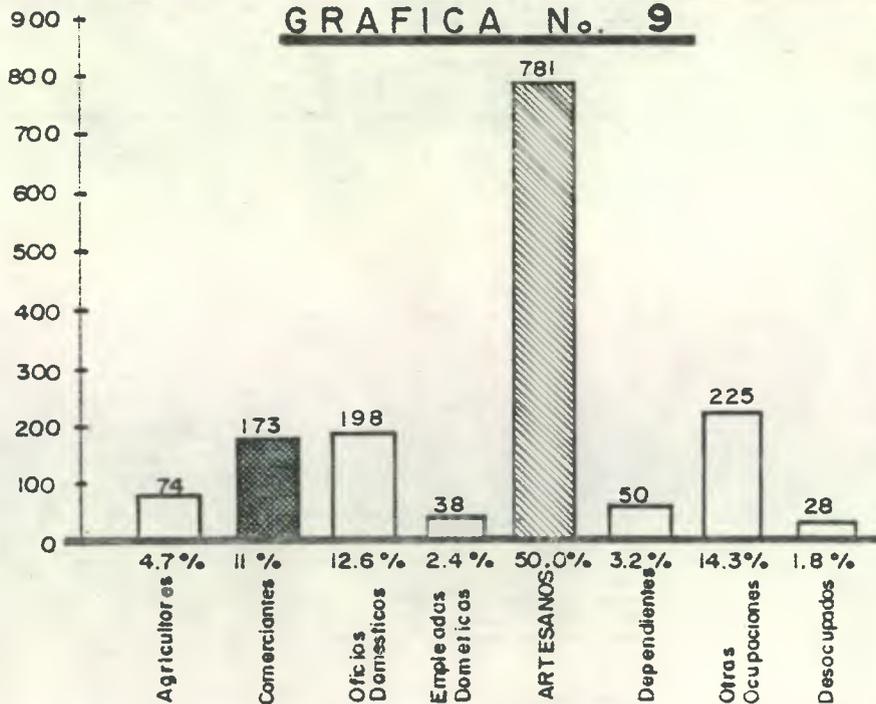
NIVEL	Masculino	Femenino	Total	%
PRIMARIA: 1º a 3er. Año	869	914	1783	32.45
PRIMARIA: 4to. a 6to. Año	1098	1004	2102	38.30
EDUCACION MEDIA	236	129	365	6.65
EDUCACION SUPERIOR	87	55	142	2.60
ANALFABETOS	440	660	1100	20.00
Total	2730	2762	5492	100.00

Ocupacion de los Padres de Familia en la Cabecera Mpal. Salcajá - Quetzaltenango.	Numero	%
AGRICULTORES	74	4.70
COMERCIANTES	173	11.00
OFICIOS DOMESTICOS	198	12.60
EMPLEADAS DOMESTICAS	38	2.40
ARTESANOS	781	50.00
DEPENDIENTES	50	3.20
OTROS	225	14.30
DESOCUPADOS	28	1.80
TOTAL :	1567	100.00

GRAFICA No. 8



GRAFICA No. 9





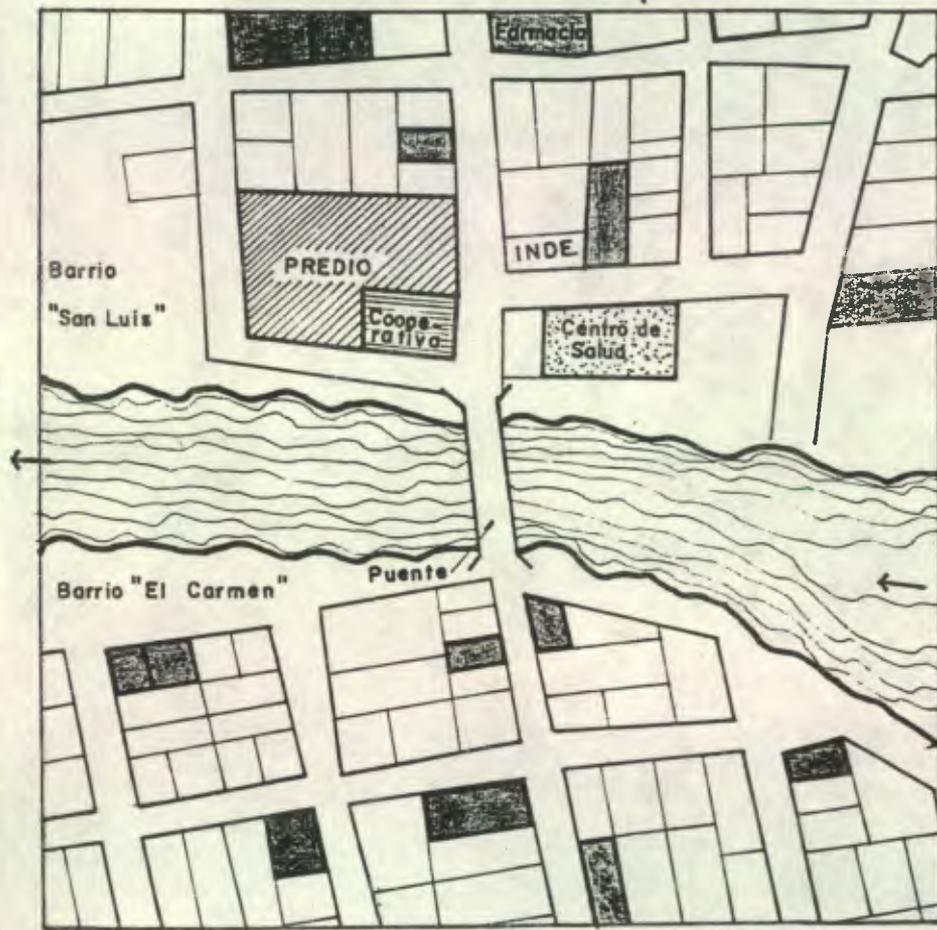
15.5



SIMBOLOGIA:

-  Predio Para Mercado
-  Institucion Gubernamental
Utilizacion de Tecnologia Foranea, Uso de losa, Lamina de Zinc, o de Fibro Cemento
-  Iniciativa Privada
Utilizacion de Tecnologia Foranea, Uso de Losa, Lamina de Zinc, o de Fibra Cemento
-  Viviendas Particulares
Utilizacion de Tecnologia Foranea, Uso de Losa, Lamina de Zinc, o de Fibro Cemento
-  Viviendas Integradas Al Entorno
Utilizacion de Estructura de Madera con Teja de 2 ó 4 Aguas, Asi como el uso de Puertas y Ventanas de Madera...

Salcajá - Quetzaltenango



Deterioro de la Identidad Arquitectónica En El Sector Del Predio...

FOTOGRAFIA "A"

- VEASE LA VOLUMETRIA DEL SALON DE USOS MULTIPLES CONSTRUIDO POR UNA INSTITUCION GUBERNAMENTAL Y LA MUNICIPALIDAD LOCAL; ASI COMO DE VIVIENDAS PARTICULARES QUE CON SU ARQUITECTURA AGENA AL LUGAR, ROMPEN EL PAISE URBANO Y DE ESA FORMA CONTRIBUYEN A LA PERDIDA DE LA IDENTIDAD ARQUITECTONICA LOCAL.



FOTOGRAFIA "B"

- APRECIESE EL CONTRASTE PROVOCADO POR VIVIENDAS NUEVAS EN LAS QUE PREDOMINA EL USO DE LOSA, LAMINA DE ZINC Y/O FIBRO CEMENTO; EN LA MAYORIA DE CASOS, ESTOS HAN SIDO IMITADOS POR LOS POBLADORES DEL LUGAR, CON LO CUAL ELLOS MISMOS HAN CONTRIBUIDO EN LA TRANSFORMACION DEL PAISAJE URBANO, LO QUE HA IMPLICADO LA PERDIDA DE SU PROPIA IDENTIDAD ARQUITECTONICA LOCAL.



Techos de las Viviendas de la cabecera Municipal de la Villa de Salcajá - Quetzaltenango Año 1983 Actualizado EPS. de Arquitectura 1986 - 1987..

Material de la CUBIERTA :	# de Unid.	%
LOSA DE CONCRETO ARMADO	34	1.74
LAMINA DE ZINC	403	20.64
ASBESTO CEMENTO	48	2.45
TEJA DE BARRO COCIDO	1440	73.77
PAJA Y/O PALMA	1	0.10
OTRO	26	1.30
TOTAL :	1952	100.00

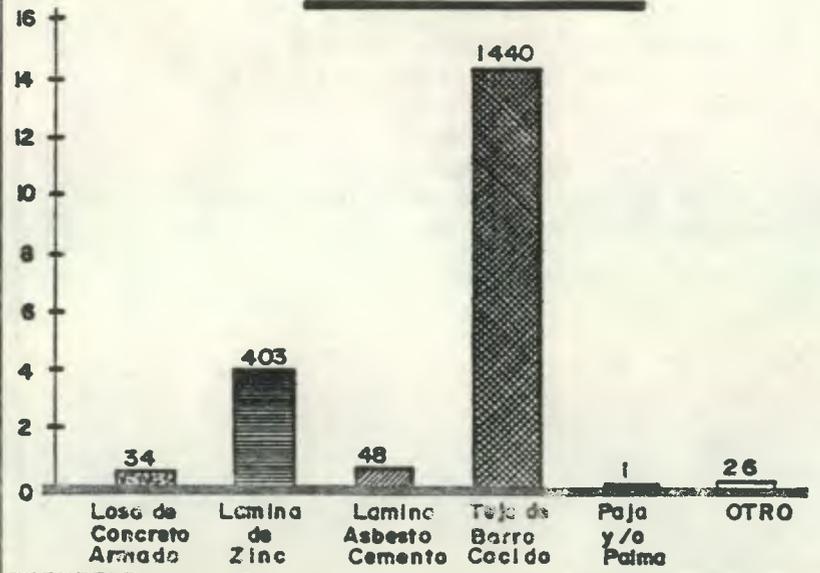
Paredes de las Viviendas de la cabecera Municipal de la Villa de Salcajá - Quetzaltenango, Año 1983 Actualizado EPS. de Arquitectura 1986 - 1987.

Material de las PAREDES :	# de Unid.	%
BLOCK DE POMEZ Y/O LADRILLO	224	11.47
ADOBE	1701	87.14
MADERA	9	0.45
LAMINA METALICA	7	0.34
LEPA	1	0.10
OTRO	10	0.50
TOTAL :	1952	100.00

Salcajá - Quetzaltenango

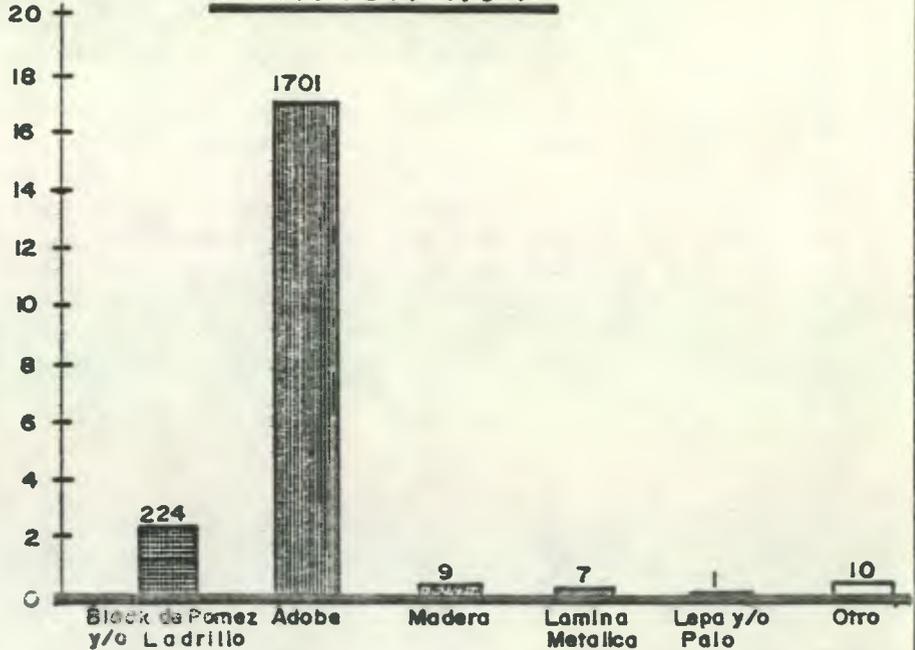
VIVIENDAS (Cientos)

GRAFICA No. 10



VIVIENDAS (Cientos)

GRAFICA No. II



FUENTE: Encuesta Domiciliar por visita del Centro de Salud de la Villa de Salcajá - Quetzaltenango, Noviembre 1983 Actualizado EPSDA. 1986 - 1987. ARQUITECTURA USAC.



15.8 SITUACION DE LA COMERCIALIZACION EN LA VILLA DE SALCAJA:

Como se aprecia en la fotografía No. 1, en la Hoja No. 37 el único puente que comunica los dos sectores que conforman el casco urbano de la Villa de Salcajá, asimismo se nota en la fotografía No. 2 de la Hoja No. 37 el predio disponible con que cuenta la municipalidad para la construcción del nuevo proyecto de Mercado.

En la Hoja No. 38 se aprecia el Plano No. 1 en el que aparece la distribución del mercado actual, en el centro de la Villa de Salcajá. Asimismo en las fotografías No. 3 y No. 4 de la Hoja No. 39 ; fotografías No. 7 y 8 en Hoja No. 41 ; y la fotografía No. 9 de la Hoja No. 42 se muestra el deterioro de las instalaciones y la forma de cómo se da la comercialización en el interior del mercado.

En las fotografías No. 5 y 6 se muestra la fachada Oriente y el ingreso principal sobre la Carretera Nacional 1 que pasa por el centro de la población y que comunica Guatemala con Quetzaltenango; asimismo se aprecia cómo se da la comercialización en el Parque Central San Luis en el centro de la Villa. (ver Hoja No. 40)

Existe otro mercado que fue construido por el INFOM con financiamiento de la AID en el año de 1973. Este se localiza en el Barrio El Carmen, es una construcción moderna y amplia. La distribución del mismo se aprecia en el Plano No. 2 en la Hoja No. 43 ; asimismo se aprecian las fotografías No. 10 y 11 en la Hoja No. 43 A, panorámica exterior que rompe con el entorno urbano ya que es una construcción Tipo y una vista interior del mismo mercado en la que se aprecia la tabicación de madera, ya que en la actualidad se está utilizando como Instituto de Educación; claro que totalmente fuera de las Normas que regulan el funcionamiento de las escuelas.



15.8.1

FOTOGRAFIA No. 1

UNICO PUENTE QUE COMUNICA LOS 2
SECTORES QUE CONFORMAN EL
CASCO URBANO DE SALCAJA



37

Salcaja - Quetzaltenango

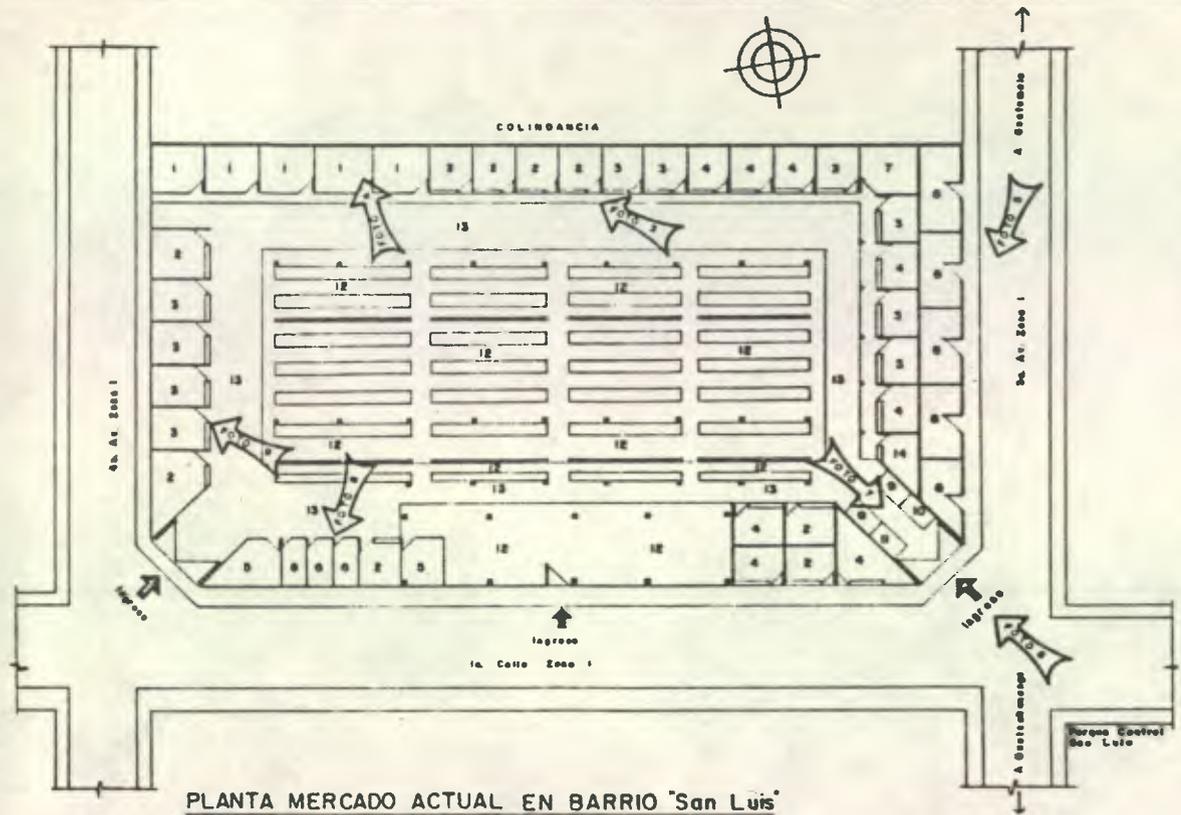
2



FOTOGRAFIA No. 2

PREDIO DISPONIBLE PARA EL
M E R C A D O, UBICADO ENTRE
LOS 2 SECTORES.

AREA: 3414.50 Mts.²



PLANTA MERCADO ACTUAL EN BARRIO "San Luis"

AMBIENTES :		
SIMB.	SIGNIFICADO	No. Unidades
1	Cocinas - Comedores	3
2	Tiendas	9
3	Mercaderías	10
4	Cocinas	8
5	Ventas de Ciel	2
6	Servicios Sanitarios	3
7	Bodega	1
8	Tiendas de Textiles	5
9	Ventas de Piel	2
10	Mercadería	1
11	Cocinas	1
12	Piso de Plaza Cubierta	06
13	Áreas de Circulación	4

15.8.2

	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA FACULTAD DE ARQUITECTURA	
	VILLA: SALCAJA DEPARTAMENTO: QUETZALTENANGO	
PROYECTO: MERCADO		ESCALA: INDICADA
CONTENIDO: PLANO No. I MERCADO ACTUAL CONSTRUIDO EN 1932		FECHA: ABRIL 1989 HOJA:
Diseño: Hugo Roca Maldonado De León	Ve. Dir. Asesor: Arg. Manuel Costello	Dibujo: W. R. M. L.



PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



15.8.3

FOTOGRAFIA No. 3

SITUACION DE COCINAS-COMEDORES,
TIENDAS Y CARNICERIAS EN EL
MERCADO ACTUAL.



Salcojé - Quetzaltenango



FOTOGRAFIA No. 4

SITUACION DE COCINA EN EL MERCADO
ACTUAL.



15.8.4

FOTOGRAFIA No. 5

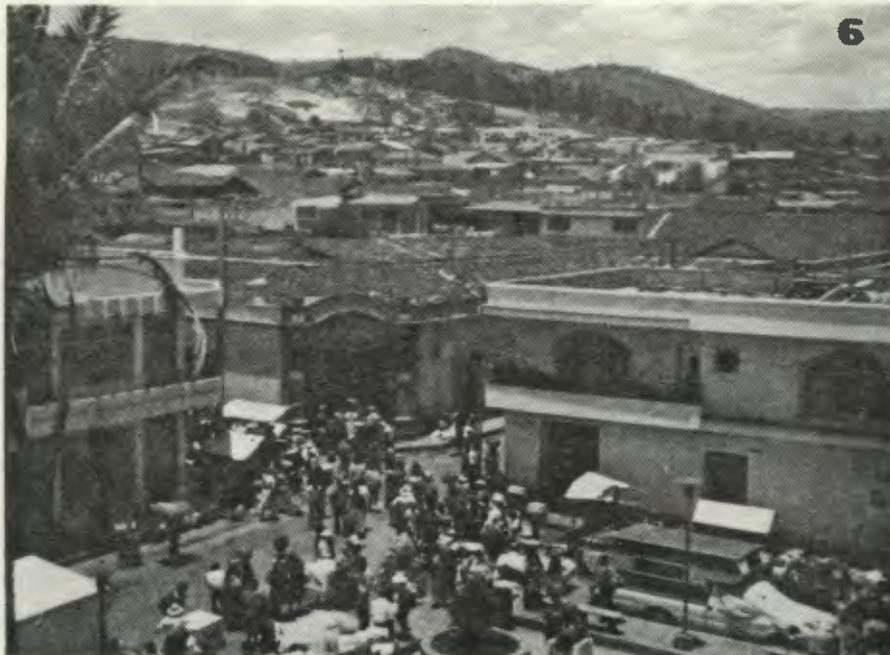
- SITUACION DE LA FACHADA ORIENTE DEL MERCADO ACTUAL



5

-40-

Salcajá - Quetzaltenango



6

FOTOGRAFIA No. 6

- SITUACION DEL INGRESO PRINCIPAL DEL MERCADO ACTUAL.
- VEASE LA ARCADA Y EL USO DE LA TEJA
- VEASE ASIMISMO EL CONTRASTE PROVOCADO POR LAS CONSTRUCCIONES NUEVAS, LAS QUE ROMPEN CON EL ENTORNO O PAISAJE URBANO DEL LUGAR.

FOTOGRAFIA N. 7

- SITUACION DE DETERIORO EN EL INGRESO DEL MERCADO ACTUAL.



FOTOGRAFIA N. 8

- SITUACION DE LOS SERVICIOS SANITARIOS EN EL MERCADO ACTUAL.

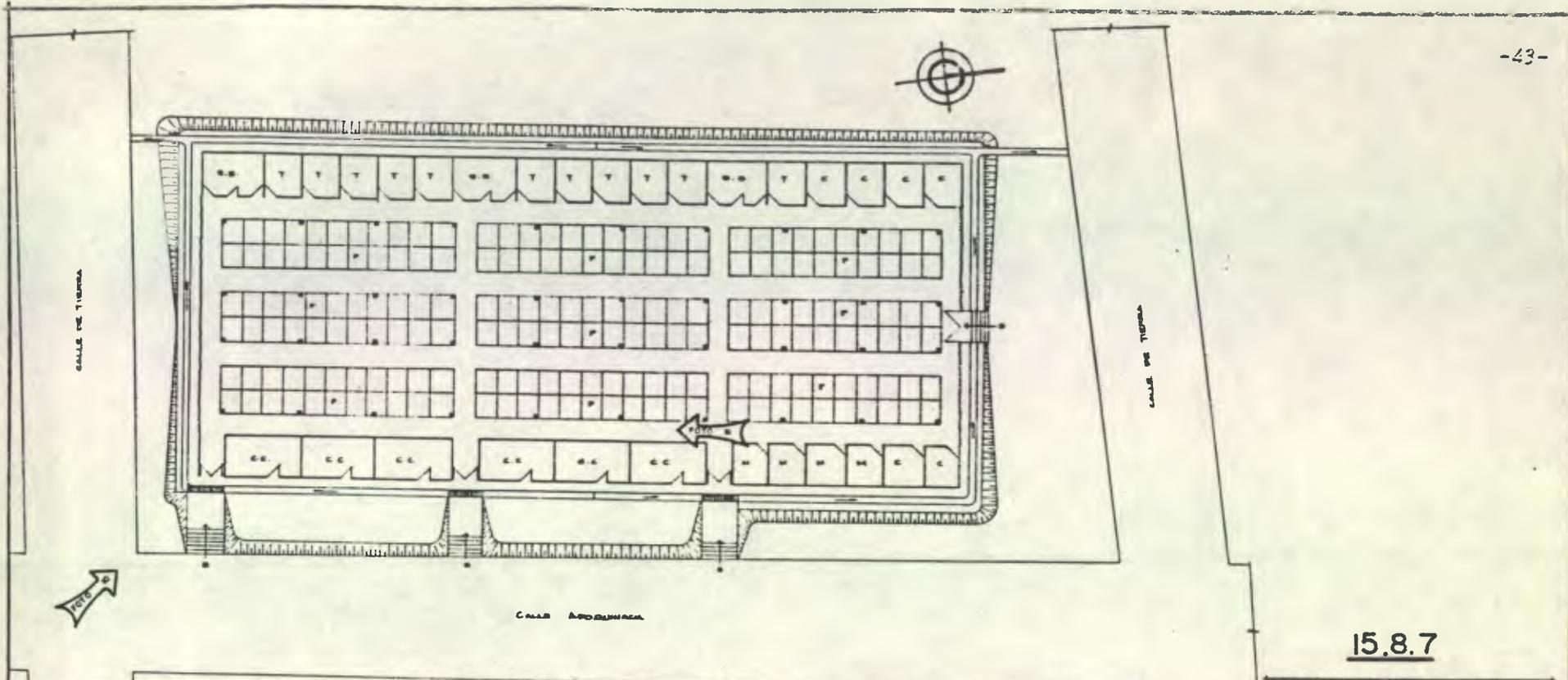
15.8.6

9



FOTOGRAFIA N.º 9

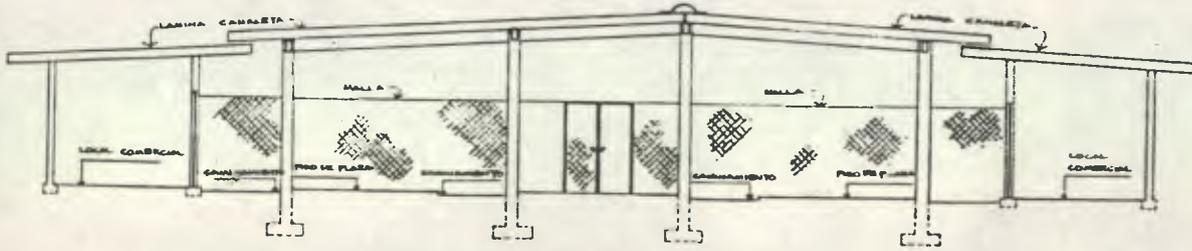
SITUACION ACTUAL DE CARNICERIAS EN EL MERCADO



15.8.7

PLANTA MERCADO TIPO AID - 520-L-017 CONSTRUIDO EN EL BARRIO "EL CARMEN"

IDENTIFICACIÓN DE AMBIENTES:		
P	PISO DE PLAZA CUBIERTO	112
T	TIERRAS	11
M	MARAFIEMPOS	4
C	CAJONERIAS	6
CC	COCHAS - COMEDORES	6
SA	SERVICIOS SANITARIOS	3



CORTE TRANSVERSAL MERCADO TIPO AID-520-L-017



FUENTE: INFOM.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA

VILLA: SALCAJA
DEPARTAMENTO: QUETZALTENANGO

PROYECTO: **MERCADO**

CONTENIDO:
ESTADO ACTUAL MERCADO TIPO AID-520-L-017 (Transformado en Escuela)
PLANO No. 2

Diseño: Hipólito Rosal	Vr. Ba. Arq. Manuel Castillo Asesor	Dibujo: H. R. M. L.
---------------------------	---	------------------------

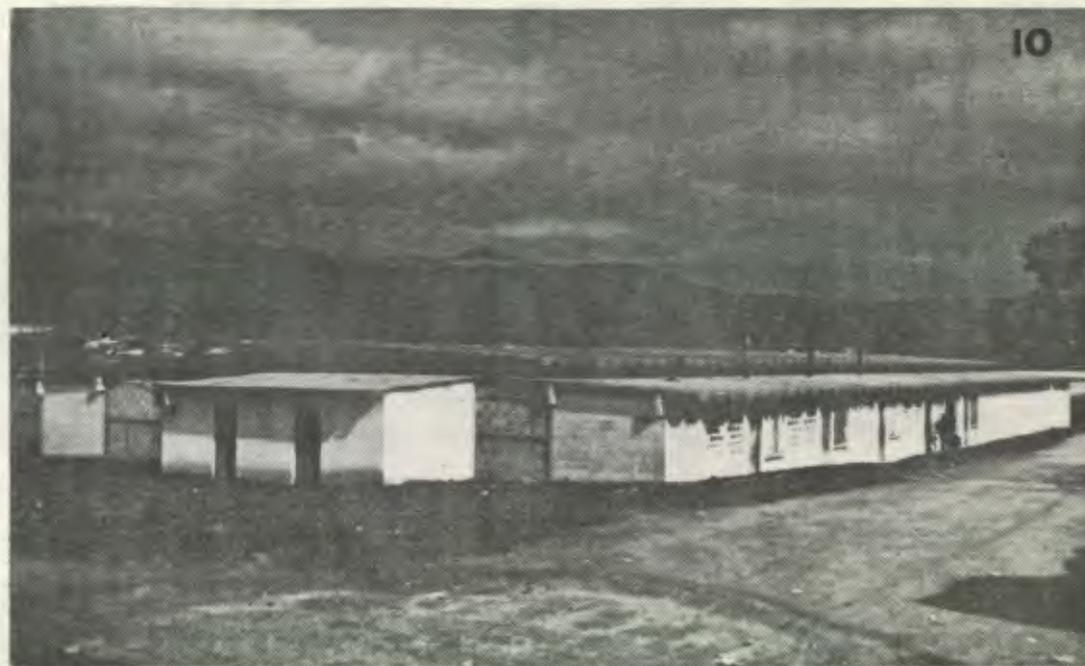
ESCALA: INDICADA
FECHA: ABRIL 1989
HOJA:



15.8.8

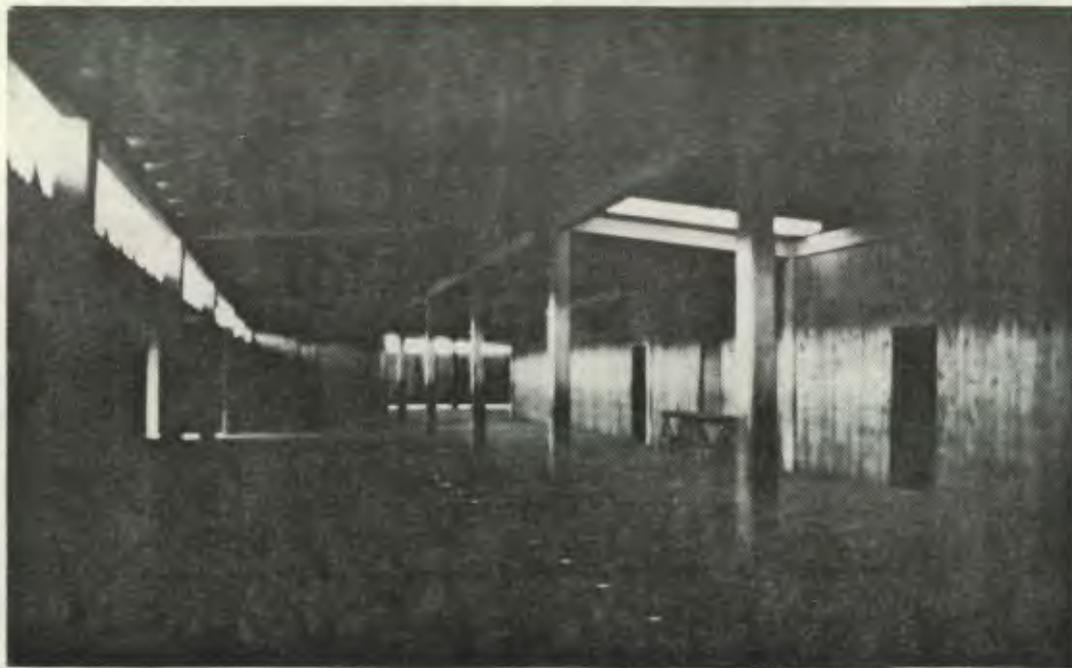
FOTOGRAFIA N.º. 10

- ESTADO ACTUAL DEL MERCADO TIPO AID. CONSTRUIDO EN 1973
- ACTUALMENTE FUNCIONA COMO INSTITUTO DE EDUCACION.



43A

Salcajá - Quezaltenango



FOTOGRAFIA N.º. 11

- SITUACION ACTUAL DEL INTERIOR DEL MERCADO TIPO AID. TOTALMENTE FUERA DE LAS NORMAS QUE REGULAN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS ESCUELAS.



16. **SINTESIS:**

En el transcurso del desarrollo de la anterior investigación, se tuvo un conocimiento amplio de los aspectos y características particulares de la Villa de Salcajá, Quetzaltenango, con el fin de ver las posibilidades que ésta tiene para poder llevar a concretizar el proyecto de Mercado.

En los aspectos generales se determinó que la Villa es muy antigua y que basa primordialmente su economía en la Artesanía, específicamente en la confección de textiles o telas para la indumentaria de los habitantes no ladinos del país. De lo anterior se deduce que existe un excedente en sus transacciones a nivel comercial.

En lo que se refiere a las condiciones socio-económicas, éstas resultan favorables para llegar a realizar un proyecto de Mercado en la Villa, pues su cercanía a la Cabecera y la accesibilidad con que cuenta, le permite tener existencia y disponibilidad de insumos.

Para la escogencia del terreno donde se erigirá el proyecto, por el que se optó, es el que presenta mejores perspectivas para aprovechar al máximo los recursos físicos con que cuenta la Villa, además es el único predio disponible y de propiedad municipal con que se cuenta.

Previo a plantear una propuesta gráfica del proyecto, se realizó el estudio teórico para el Mercado en lo que se refiere a la organización espacial del proyecto con el objeto de conocer las características de las áreas que lo conformarán para lograr que éste tenga la funcionabilidad que se desea.

La Villa de Salcajá llena los requisitos básicos de infraestructura, condicionantes socio-económicas, de tecnología y recursos para llevar a la concretización física el proyecto.

16.1 **CONCLUSIONES:**

En la actualidad el Mercado se encuentra en malas condiciones, ya que fue construido en el año de 1932, por lo que su vida útil ya es obsoleta.

Salcajo - Quetzaltenango

Sus instalaciones no pueden albergar a toda la demanda existente; tanto en el Mercado actual, así como del área de desbordamiento en las calles adyacentes al mercado actual, Parque Central San Luis y Calle Real Capital Juan de León y Cardona.

En lo referente a la pérdida de Identidad Arquitectónica en el casco urbano, éste se ha venido manifestando principalmente por obras importantes que han sido ejecutadas por instituciones gubernamentales, iniciativa privada y la propia municipalidad local, aparte de que un buen porcentaje de sus habitantes han emigrado a países extranjeros en busca de mejores ingresos y cuando regresan a su lugar de origen vienen con otra mentalidad en cuanto a sus costumbres y por consiguiente la transformación de su arquitectura popular.

La Villa presenta condiciones socio-económicas favorables para llegar a concretizar cualquier proyecto de equipamiento urbano.

Asimismo el casco urbano presenta los servicios públicos, es decir, agua potable, energía eléctrica y alcantarillado sanitario, necesarios para llevar a la realidad el proyecto de mercado.

16.2

RECOMENDACIONES:

En primer instancia se recomienda la construcción del nuevo mercado en el predio disponible con que cuenta la municipalidad y de esa forma poder albergar todo el desbordamiento que se da en el Parque Central, calles adyacentes al mercado actual y Calle Real Capitán Juan de León y Cardona.

Se sugiere que el actual mercado sea remodelado totalmente por parte de la municipalidad con fondos del 8% Constitucional y de esa forma darle una mejor utilización al predio; se deberá mantener la fachada oriente, así como el ingreso principal que se ubica en el Sur-oriente; se deberá utilizar cubierta con estructura de madera y teja de barro, así como la utilización de puertas y ventanas de madera, ya que de esa forma se estará respetando su sistema constructivo y por consiguiente el mantenimiento de su propia Identidad Arquitectónica.



Activar los estudios necesarios para que en los sistemas actuales de desfogue del Alcantarillado Sanitario, se empleen técnicas modernas tales como: Lagunas de Oxidación o bien Plantas de Tratamiento de Aguas Negras, para evitar la contaminación del río Samalá que pasa entre los dos sectores que conforman el casco urbano de Salcajá y que es utilizado para desfogar el drenaje.

Gestionar ante el INFOM la modificación de tasas y arbitrios municipales en lo que respecta al piso de plaza y el mercado, pues los que rigen actualmente son muy antiguos y bajos, lo que no permite que la municipalidad obtenga mejores ingresos por este rubro.



CAPITULO



17. TRADICIONES COMERCIALES Y USOS DEL ESPACIO EN PLAZAS Y MERCADOS DE LA REGION DE OCCIDENTE;
ANALISIS DE CASOS ANALOGOS

17.1 Síntesis histórica del origen de las Plazas

Definición de plaza:

(Del latín platea) f. lugar ancho y espacioso dentro de poblado. Aquel donde se venden los mantenimientos y se tiene el trato común de los vecinos y comarcanos; y donde se celebran las ferias, los mercados y fiestas públicas. 12/

Las primeras plazas de América fueron espacios no bien definidos entre las precarias viviendas de aldeas agrícolas ocupadas por unos centenares de habitantes parcialmente dedicados, según las regiones, al cultivo del maíz, del frijol, de la papa o de la quina y de otras plantas comestibles, la caza y/o la pesca. Eran lugares de reunión y trabajo, eventualmente utilizados para alguna festividad. No puede descartarse, dado el incipiente desarrollo agrícola durante el período formativo temprano y medio (1600-500 antes de J.C.) de las culturas indígenas, que sirviesen como primitivas plazas de mercado en las que se intercambiaban los productos locales por los de otras regiones. 13/

En su segunda carta de relación, Cortés informó a Carlos V, que en la plaza del Mercado "hay cotidianamente arriba de 60,000 ánimas comprando y vendiendo, donde hay todos los géneros de mercaderías que en todas las tierras se hallan". 14/

Algunos elementos urbanos desarrollados durante los últimos siglos de reconquista, fueron adoptados en América desde las primeras fundaciones. La Plaza, por ejemplo, era un elemento ajeno a las ciudades del Islam. En la España Cristiana "La Plaza Medieval surgió unida al desarrollo del Mercado, concedido por los Monarcas a los Consejos de las Villas". 15/

Fue hasta que en los siglos XIV y XV, paralelamente al afianzamiento de las instituciones municipales, que la plaza se convirtió en el Centro Cívico y Administrativo

12/ Diccionario Enciclopédico UTHERA. Tomo VIII. Pag. 578. México 1953

13/ Ana María y Jorge Enrique Hardoy. Las Plazas en América: de Teotihuacán a Recife. P. 64

14/ Hernán Cortés. Cartas de Relación. P. 63. México. Editorial Porrúa 1975

15/ L. Torres Balbas, "La Edad Media", en Torres Balbas y otro resumen histórico del Urbanismo en España, Madrid 1954.



de la ciudad y en ella fueron construidos los edificios de las alcaldías. Los que han nacido en América Latina o han vivido en sus ciudades el tiempo suficiente, comprenden la importancia de la Plaza en la vida de sus ciudades. El valor social y comercial de la Plaza ha sido reemplazado en las grandes metrópolis a medida que avanzaba el Siglo XX por algunas calles y avenidas o por los nuevos centros comerciales. Pero en las ciudades menores, donde muchas de las tradiciones y la estructura socioeconómica se mantienen sin muchas variantes desde hace tiempo, donde el ritmo de vida es más pausado y los lazos de familia son más fuertes, la plaza sigue siendo el punto de reunión por las tardes, mientras la marimba o la banda o algún transeúnte toca sones locales e internacionales.

En la plaza mayor se centralizaban durante la colonia todas las actividades que no podían realizarse en el interior de las iglesias, en las calles, en los patios de las casas o en los salones de los palacios. En la plaza se reunía el Mercado, diario en las grandes ciudades, semanal en las pequeñas. Sobre el empedrado o polvo de la plaza se extendían las mantas o las esteras con los productos de la tierra o en kioskos permanentes se exhibían los tejidos. 16/

Las plazas de América, sus formas y sus funciones, siguieron una trayectoria distinta a la que se había producido y se produciría en España. Para comenzar eran plazas de ciudades nuevas, delineadas al mismo tiempo que el trazo de la ciudad y planeadas o desarrolladas para servir a una sociedad que las había conocido y utilizado en España y deseaba introducirlas en las nuevas regiones. Si exceptuamos los casos ---- de plazas de las ciudades desarrolladas sobre ciudades indígenas existentes, que como veremos, constituyen muy pocos pero importantes ejemplos, casi todas las nuevas plazas de Hispanoamérica fueron trazadas sobre terrenos vírgenes. Esto es importante ya que no hubo necesidad de remodelar o de adaptarse a elementos y construcciones existentes.

No es totalmente exacta la idea de que la plaza colonial fue invariablemente, desde el momento de las primeras fundaciones, un área cuadrada o casi cuadrada en el sitio libre dejando una manzana sin construir, rodeada de portales con las calles partiendo

16/ Ana María y Jorge E. Hardoy. OP. CIT. P. 76 - 78

de las cuatro esquinas, orientada a los puntos cardinales y con la iglesia mayor, los edificios de la audiencia, la cárcel y el palacio virreynal, la gobernación o su equivalente en sus lados. 17/

La idea de un centro para las actividades sociales y cívicas debió ser dominante desde el comienzo de la conquista, y como la conquista en América fue una empresa real, llevada a cabo en nombre del Rey por las fuerzas combinadas de la Corona, los intereses privados y la Iglesia, es comprensible que la audiencia, el palacio virreynal, la gobernación o su equivalente, el ayuntamiento y la Iglesia mayor, ocupasen los lugares de jerarquía alrededor de la Plaza.

En ninguna plaza de América el pasado cultural indígena ha sido tan importante en la determinación de su forma, características y funciones como en la plaza de Armas de Cuzco; ocupada parcialmente por las primeras construcciones españolas al producirse el primer reparto de solares en Octubre de 1543; pocos meses después de la llegada de los conquistadores, fue rápidamente fragmentada en tres plazas menores. En muchos aspectos la Plaza de Armas de Cuzco es única en América. 18/

- 17/ La localización y forma de las plazas y la necesidad de construir portales a su alrededor constituyen las ordenanzas 111, 112, 114, 115 y 119 respectivamente. La ordenanza 114, que se ocupaba del trazado de la ciudad, la No. 115 que se ocupa de la construcción del Portales alrededor de la Plaza y en las calles principales. La necesidad de ordenar el trazado de la ciudad a partir de la plaza, la ordenanza No. 111 era el Punto Séptimo de la instrucción del Rey Fernando a Pedrarias Dávila de 1513, de una "Real Cédula de población otorgada a los que hicieron descubrimientos en tierra firme". (1521) y de la instrucción del Rey Carlos V a Cortés. (1523).
- 18/ El estudio de la Arquitectura de la Plaza de Armas de Cuzco realizado por E. Tedeschi y sus alumnos, publicado por la Universidad de Tucumán, es uno de los más detallados que se hayan realizado de una Plaza Colonial Hispanoamericana.



Detrás de los portales, tras las simples puertas de madera, están los oscuros estancos, tiendas y negocios dedicados a la venta de chicha. Son recuerdos de cuando la plaza era utilizada para reunir el Mercado.

Como su predecesora indígena, la plaza de Armas de México mantuvo su carácter de centro de la actividad administrativa, religiosa, cívica y comercial de la ciudad y de la colonia. Gradualmente fue invadida por tiendas, reunidas en 1692 bajo una construcción única, que ampliaba el número de comercios alineados bajo los portales a los lados de la plaza y de las calles que accedían a ella.

No era la Plaza de Armas la única de la ciudad; "Tiene esta excelentísima ciudad muchas plazas y mercados donde se trata y contrata en todo lo referente al comercio, por ejemplo: ropa, utensilios y alimentos.

Las plazas coloniales rara vez estuvieron decoradas por estatuas, rejas o monumentos, como ya era habitual en las de Europa desde fines del siglo XVI. Las fuentes cumplían una función utilitaria y decorativa a la vez, y constituían el único elemento que interrumpía un espacio seco, generalmente plano y sin arbolar".

En conclusión la plaza fue el principal elemento urbano de las ciudades fundadas por los Españoles en América. En las ciudades interiores y en los centros administrativos la Plaza de Armas Iberoamericana era el centro de las actividades cívicas, religiosas, culturales y comerciales de la sociedad colonial, simbolizadas por la ubicación de la iglesia mayor, el cabildo, el palacio del Gobernador y los comercios a su alrededor. 19/

17.2 El Patrón Español del pueblo:

Ley I, que las nuevas poblaciones se funden con las calidades de esta Ley.

El Emperador D. Carlos Ordenanza II, de 1523, D. Felipe II Ordenanza 39 y 40 de poblaciones, D. Carlos II y la Reina Gobernadora.

19/ Ana María y Jorge Enrique Hardoy: OP. CIT. 80, 81, 86 y 94



...Elijan el sitio de los que estuvieren vacantes; y por disposición se pueda ocupar, sin perjuicio de los indios y naturales, o con su libre consentimiento: Y cuando hagan la planta del lugar, repártanlo por sus plazas, calles y solares a cordel y regla, comenzando desde la plaza mayor, y sacando desde ella las calles o las puertas y caminos principales, y dejando tanto compas abierto, que aunque la población vaya en gran crecimiento, se pueda siempre proseguir y dilatar en la misma forma... (ver planos No. 4 y 5 en Hojas No.52 y 53).

El patrón étnico en el suroeste de Guatemala es tan constante como el aspecto rectangular de los poblados. En la parte central de un poblado mixto, los ladinos y unos pocos extranjeros dominan económica, política y también numéricamente, mientras que por lo general los indígenas son pobres y viven en los barrios y aldeas.

Cada pueblo tiene una Plaza Central, llamada usualmente "Parque", para diferenciarla del mercado, que es designado mas como "Plaza" que como "Mercado". A veces coinciden los dos, pero en la mayoría de los pueblos el mercado ha sido trasladado de la Plaza Central para poder dejar el espacio para embellecerlo y con ello se ha ido la voz "Plaza". 20/

La Plaza Central en un pueblo grande tiene la Iglesia a un lado, tal vez el edificio gubernativo en el otro y almaneces, tiendas, guarnición y muy frecuentemente, escuelas a su alrededor. En los más pequeños poblados indígenas puede haber sólo la Iglesia y la Municipalidad. En muchos casos, la Iglesia es el punto predominante de referencia de una comunidad. 21/

20/ Félix Webster McBryde: Geografía Cultural e Histórica del Suroeste de Guatemala. 1969. P-266, 267 y 268.

21/ Oviedo, 1851-55. Vol. 4, P. 37. Ver también Ximénez, 1929-31. Vol. 1, P. 94 y Cervantes Salazar, 1914 P. 303 - 308.

Salcaja - Quetzaltenango



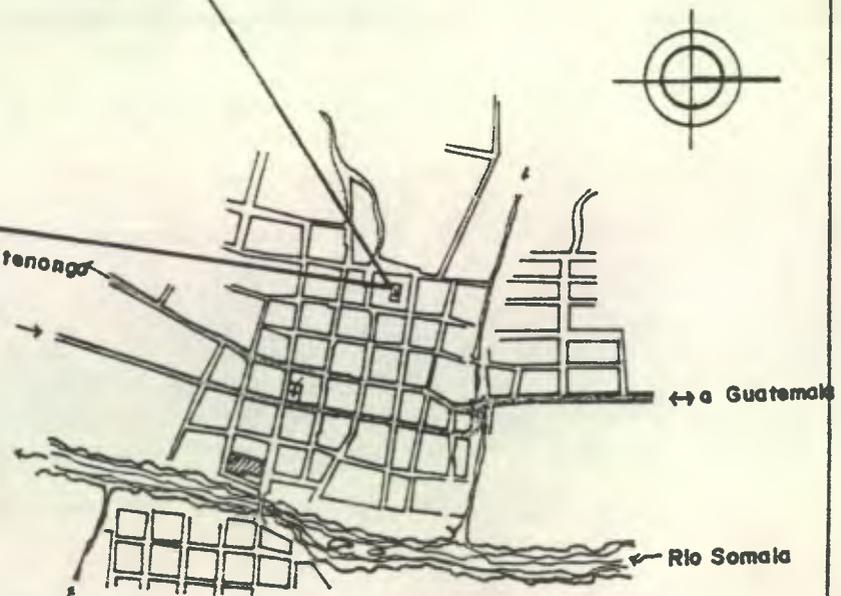
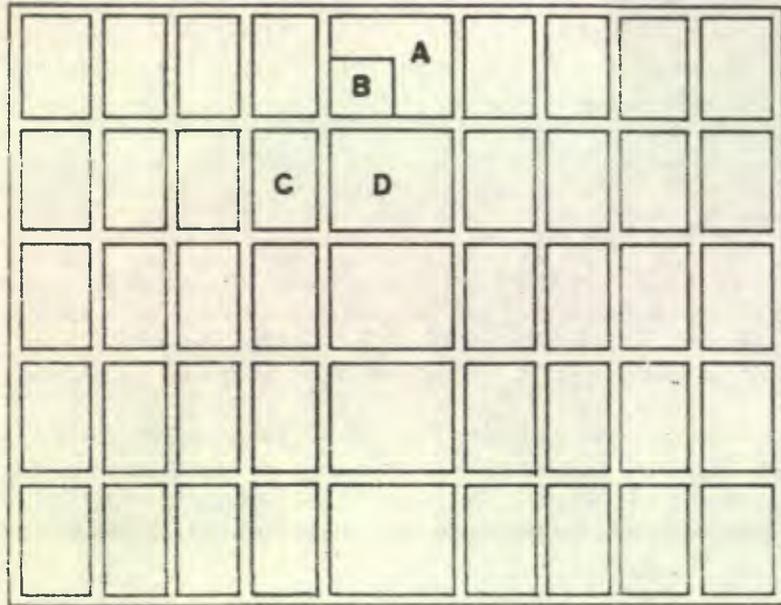
17.2.1



PLANO No. 4

- A: Iglesia de Concepcion lo Conquistadora
- B: Casa de Curó
- C: Cabildo
- D: Plaza

Salcaja - Quetzaltenango



PLANO DE:

EMPLAZAMIENTO ORIGINAL DE LA VILLA DE SALCAJA

FUENTE: Tesis Arq. Iria Asuncion Guerra Tezen

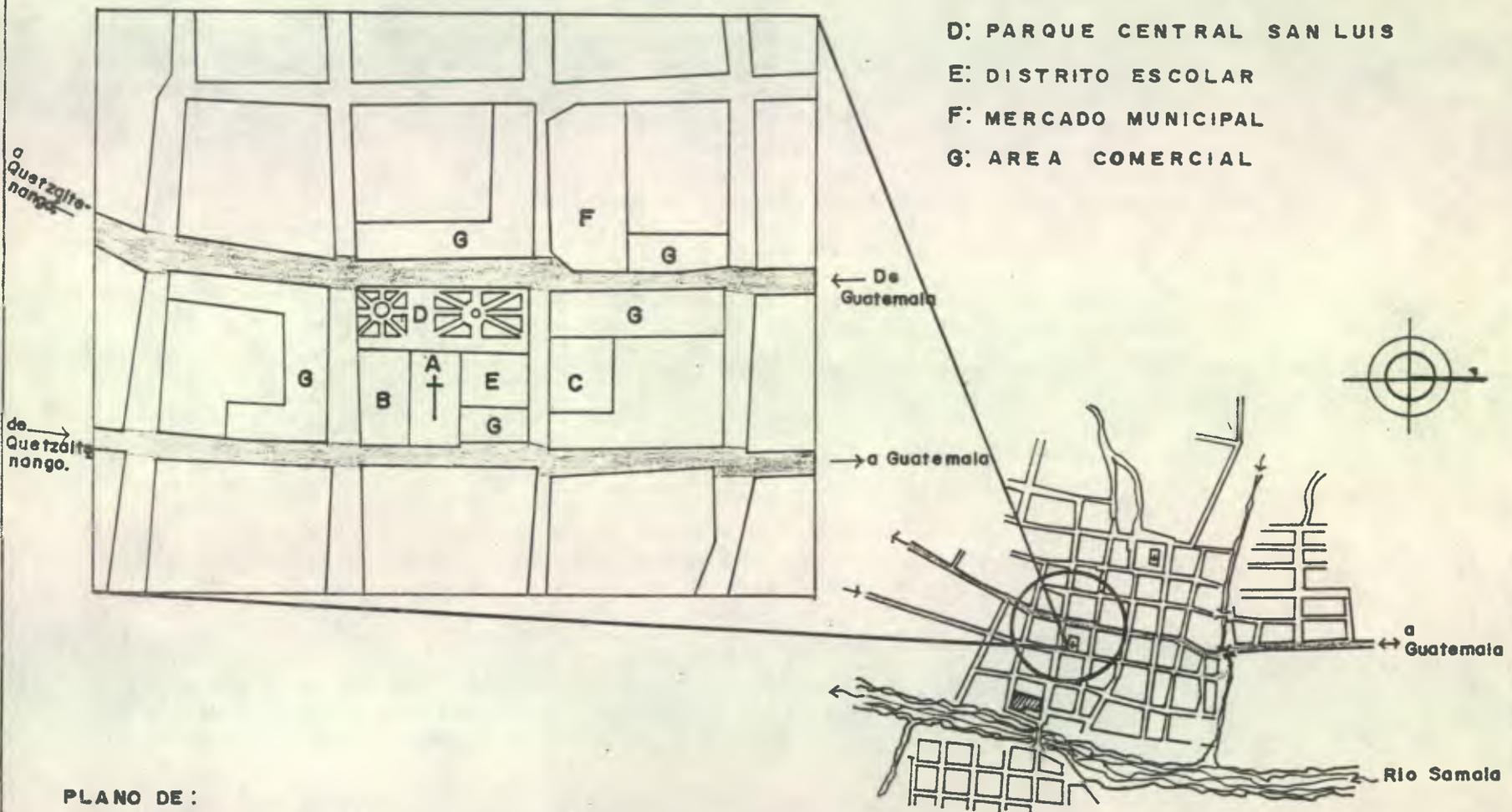
"Esquema de Ordenamiento Urbano y Puesta En Valor de la Ermita de Concepcion lo Conquistadora ó San Jacinto."

ARQUITECTURA USAC.



17.2.2 PLANO N.º 5

- A: IGLESIA SAN LUIS REY DE FRANCIA
- B: CASA PARROQUIAL
- C: MUNICIPALIDAD
- D: PARQUE CENTRAL SAN LUIS
- E: DISTRITO ESCOLAR
- F: MERCADO MUNICIPAL
- G: AREA COMERCIAL



PLANO DE:
EMPLAZAMIENTO ACTUAL DEL AREA CENTRAL DE LA VILLA DE SALCAJA

FUENTE:
 ELABORACION PROPIA
 ARQUITECTURA USAC.

Salcaja - Quetzaltenango

17.3 Mercados:

Muchas de las fuentes en la literatura que tratan de la vida aborígen en América Central, se refieren al tamaño, importancia y complejidad de los mercados, que han impresionado a los viajeros y escritores desde la época de la dominación española. Los mercados en los populosos distritos a los largo de América Central, se evidencia de numerosas fuentes originales, como Oviedo: "...cada generación tiene sus plazas o mercados... en cada ciudad principal; pero sólo aquellos que hablen la misma lengua son admitidos a estas ferias o plazas, y si van otros, es para vender comestibles a los otros, o servirles como esclavos". 22/

Mercados Regionales de Guatemala:

Actúan como sistemas que regulan la distribución de los productos, los mercados regionales de Guatemala son de especial importancia para la economía nacional. Comprueba su función vital en la vida económica del país, el hecho de que existen desde épocas precolombinas en muchos de los actuales centro de comercio de la República.

Siendo el Mercado Regional el eje comercial por excelencia de la población indígena guatemalteca. 23/

Sin considerar que el factor étnico pueda ser un concomitante necesario en la distribución geográfica de los mercados regionales, es un hecho que éstos son más numerosos en las regiones de mayor densidad de población indígena.

Lugares destinados a los mercados:

Son tan variadas las clases de edificios destinados para los mercados, que lo fundamental a este respecto parece ser si los municipios cuentan o no con estructuras techadas que protejan a los vendedores y compradores de los rigores de la intemperie.

22/ Oviedo, 1851 -55, Vol. 4, P. 37, OP. CIT., ver también Ximénez, 1929-31. Vol. 1, P.94 y Cervantes Salazar, 1914, P.P. 303 - 308.

23/ Mercados Regionales de Guatemala
(El Folklore de Guatemala 2) 1966, P.P. 34, 35 y 36



Los mercados en las Plazas Públicas por lo general, ofrecen mayor protección a los efectos climáticos que la de cubrirse con pequeños toldos, que en la mayoría de los casos los vendedores acostumbran colocar el día de Plaza o de Mercado. La mayoría de los mercados se realizan en las Plazas Públicas, en calles principales de la población o en predios dedicados para ellos. 24/

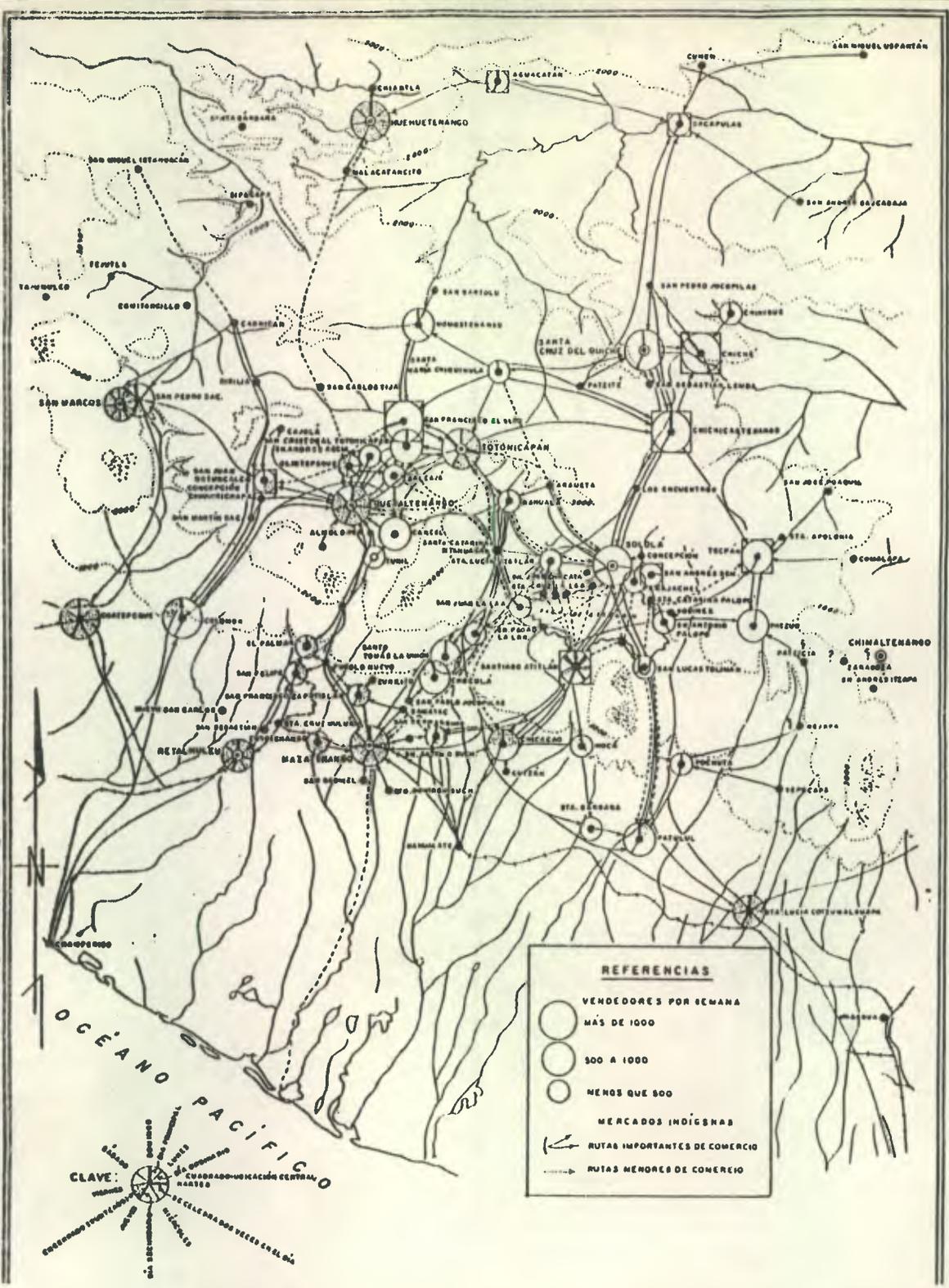
La distribución hoy en día de los mercados en el Suroeste de Guatemala, la relativa importancia aproximada de cada uno en cuanto al número de vendedores por semana y la frecuencia de reunión, puede verse en el mapa No.3, Hoja No56 Oviedo escribió hace 400 años que cada "Ciudad Principal" tiene un mercado. Algunos son más grandes que otros, y no todos los grandes se verifican diariamente. En ciertos casos, poblados ubicados estratégicamente como el de San Francisco El Alto, pueden tener mercados más grandes aunque se celebren una vez a la semana, que aquellos ubicados en muchos lugares poblados más importantes y con mayor número de habitantes.

Factores Subvacentes en los mercados:

En general, aunque en su mayoría los ladinos compran en la Plaza, pocos de ellos venden allí, ya que prefieren operar tiendas o puestos de ventas en los mercados mayores, y más ladinos que indígenas tienen tales recursos. Existen tres factores principales que favorecen un mercado fuertemente desarrollado, parecen ser los siguientes: 1) Una alta densidad de población en el área tributaria; 2) Ubicación dentro de las principales rutas de comercio y 3) Una ubicación intermedia entre áreas contrastadas de producción. Aunque ningún mercado en sí depende únicamente de cualquiera de estos factores, el primero es de importancia primaria en una metrópoli como Quetzaltenango; el segundo está bien tipificado en Santo Tomás La Unión, Suchitepéquez, mientras que el tercero es un resultante principal del extraordinario mercado semanal en la plaza de San Francisco El Alto, Totonicapán. Todos estos factores contribuyen algo en cada mercado importante. La relación general entre los mercados y áreas de población densa puede observarse en el mapa No.3, en Hoja No.56, que muestra que la mayor parte de las Plazas grandes están en las bien pobladas partes del altiplano, como en el Valle de Quetzaltenango - Totonicapán. 25/

24/ Mercados Regionales de Guatemala. OP. CIT. 1966 P. 26

25/ Félix Webster McBryde. OP. CIT. P-240, 241 y 242



Mapa No.3: Localización de plazas y mercados indígenas y corrientes de comercio en el Suroeste de Guatemala, un cuadro alrededor - de un círculo significa que el Mercado está en la Plaza Cen tral o Principal. 26/

26/ Félix Webster McBryde: OP. CIT. Pags. 242 y 243; Mapa No. 19.



17.4 Vendedores y el lugar del mercado:

En la mayoría de los mercados las mujeres sobresalen, no solo como compradoras sino como vendedoras de artículos. En algunos mercados como en el de Santiago Atitlán, la Plaza está integrada casi exclusivamente por mujeres, comprando o vendiendo. Por lo general, las mujeres predominan en los pequeños mercados diarios de centros, tales como Sololá que tienen su plaza principal los viernes y martes y actividad menor en los días intermedios. En el principal día de plaza, más o menos la mitad de los vendedores y la mitad de los compradores son mujeres, en casi todos los grandes mercados ellas son sagaces en sus transacciones y generalmente operan con mercaderías en detalle en vez de cantidades al por mayor, debido a que solo hombres llevan cargas grandes y pesadas. Algunos comerciantes ambulantes profesionales son mujeres, con mayor frecuencia en la región, Quetzaltenango-Totonicapán.

La distribución de los lugares de los vendedores en el mercado es por lo general bien ordenada, con líneas regulares en las cuales el agrupamiento es primeramente de acuerdo con los tipos de mercancías y en segundo lugar, sobre la base de procedencia. Esto varía de modo considerable, de acuerdo con los poblados individuales.

El plan general del mercado en términos de artículos y procedencia de los vendedores, es notablemente conservador y cambia poco, de semana a semana y aún de año a otro.

Aunque los vendedores no ocupan necesariamente el mismo lugar cada semana en el mercado abierto, lo común es que regresan a la misma sección general. Los puestos en el mercado cerrado son alquilados y ocupados usualmente de manera repetida por largos períodos.

Por regla general, sólomente los poblados más grandes tienen edificios de mercados, excepto en la más ladinizada y lluviosa boca costa (mapa No.3), en hoja No56 En muchos grandes poblados, el mercado ha sido movido del parque central a un área cercana. Tal es el caso de Mazatenango, habiendo sido el mercado original arreglado como jardín y "hermoseado" de distintas maneras. Entonces se le denomina "Parque Central", en tanto que el mercado sigue siendo "La Plaza". 27/



17.5 Días de Mercado:

Aunque ciertos poblados como Quetzaltenango, Huehuetenango, Totonicapán, Mazatenango y otros, tienen mercados cerrados que son concurridos diariamente, sin variación durante la semana, la mayoría de los mercados tienen un día grande cada semana. En muchos casos también hay un día secundario de mercado, con poca o ninguna actividad durante el resto de la semana. El día domingo es el del mercado principal con mayor frecuencia que cualquier otro en el altiplano, aunque muchas plazas a través de esta región su día principal en fecha distinta, especialmente el jueves, Tecpán Guatemala; viernes San Lucas Tolimán, Sololá; San Francisco El Alto, Totonicapán y sábado Chiché. Santa Cruz del Quiché y Chichicastenango los días jueves y domingo. De hecho, todos los días están representados. (ver mapa No.3, en Hoja No.56).

Como resultado de lo anterior, los habitantes de la parte más poblada del altiplano pueden visitar diferentes mercados cada semana, sin tener que ir lejos de sus viviendas y los comerciantes ambulantes pueden ir de una plaza a otra en días sucesivos durante la semana. Sin embargo, en el gran día de mercado, sea o no domingo, el mayor número de gente va a Misa.

17.6 Ventas e impuestos:

Por lo general, las transacciones en el mercado se hacen sobre una base de efectivo, aunque el pago de mercancías en vez de dinero no es fuera de lo común en la región de los Cuchumatanes donde las mazorcas de maíz se utilizaron como medio de canje.

Los vendedores en la mayoría de los mercados de Guatemala, especialmente en los mayores, pagan un impuesto (piso de plaza) por su espacio, aún si es en plena calle. La cantidad del impuesto depende de la naturaleza, tamaño y valor de la mercadería, y esto conduce a frecuentes discusiones entre los vendedores y los cobradores del impuesto, que por lo general pasan para este fin por la Plaza. En San Juan Ostuncalco, Quetzaltenango, los vendedores pagan al abandonar la Plaza.



17.6' MAPA DE GUATEMALA (3'B')



Salcaja - Quetzaltenango

LOCALIZACION DE MERCADOS Y PLAZAS ANALIZADAS CASOS ANALOGOS:



17.7 Plaza de San Francisco El Alto, Totonicapán:

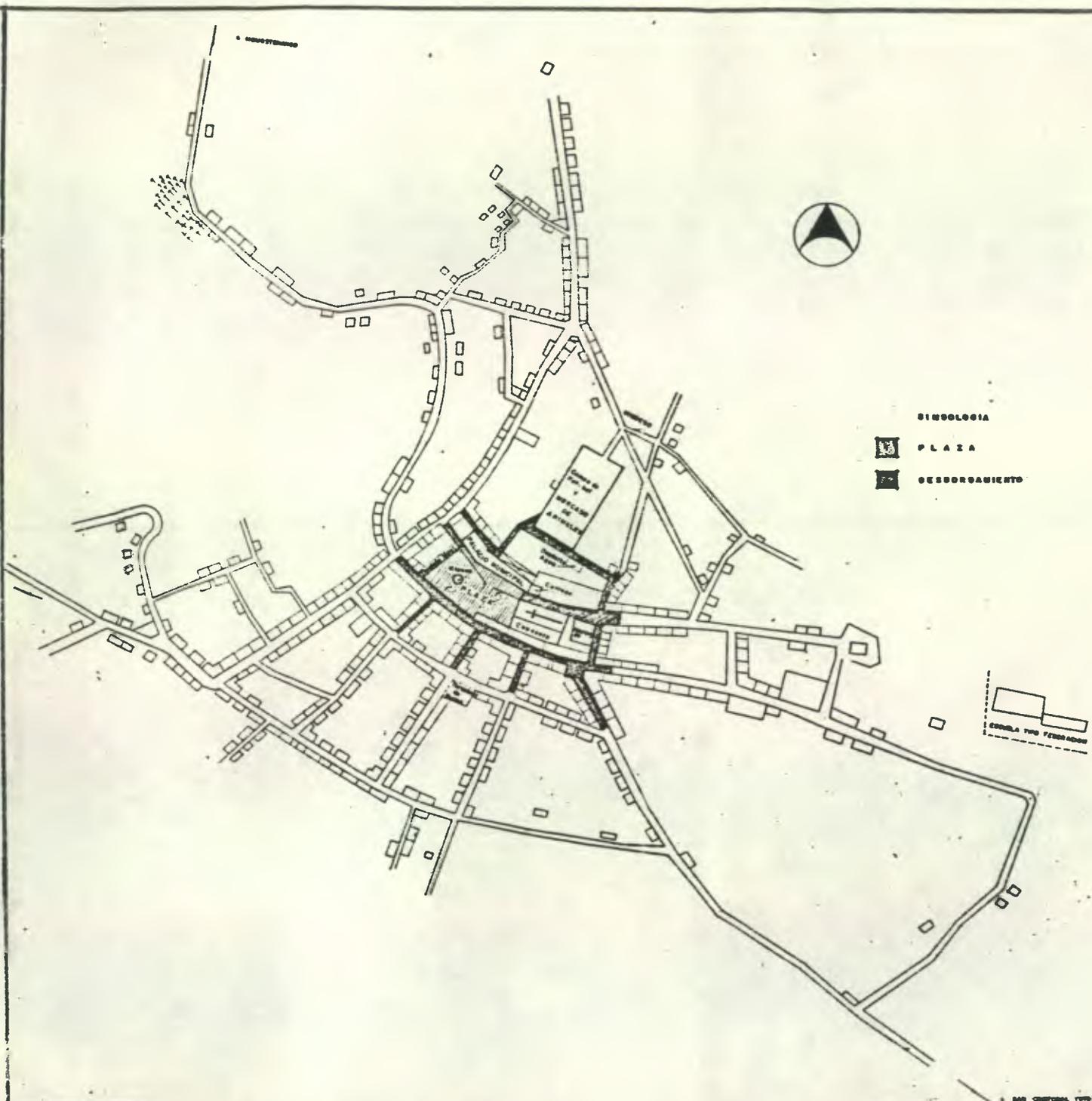
San Francisco El Alto tiene probablemente el mayor "Mercado" que se desarrolla en una Plaza abierta de todo el altiplano; es principalmente un mercado de ventas al por mayor. De un pueblo casi desierto en los demás días, en una cresta alta donde bate el viento, se torna en un centro de mercado apiñado para miles de indígenas cada día viernes.

Aunque probablemente en San Francisco El Alto no haya más vendedores que en Sololá, hay más vendedores al por mayor con variedad de artículos, así como más comerciantes. Aquí cerca de la divisoria continental, existe un lugar principal de reunión del Norte y sur, donde afluyen corrientes de personas hacia y del mercado semanal.

Evidentemente, esta ubicación divisoria con accesibilidad a diversificados productos por todos los lados, constituye la principal base para la importancia comercial de San Francisco El Alto en el departamento de Totonicapán. Ver plano No. 6 en Hoja No. 61, en la que se localiza una plaza empedrada, aparece en el centro de la misma una fuente la que fue construida en el año de 1888; posteriormente le fue construido sobre la misma un kiosko desde donde se aprecia toda la Plaza Central.

28/
El Edificio Municipal que se ubica al norte de la plaza posee un amplio corredor, el que desempeña la función de portal. Aquí también se da que el vender al aire libre es una tradición y costumbre y muchos de los puestos se han ido dando por herencia, es decir, de bisabuelos a abuelos y de abuelos a hijos, aunque no sean propietarios del terreno ya que pagan su cuota de Piso de Plaza. (ver fotografías Nos. 12, 13, 14 y 15 en Hojas Nos. 62 y 63).

Solcoja - Quetzaltenango



SIMBOLOGIA
 [Symbol] PLAZA
 [Symbol] DESBORDAMIENTO

EDUCIA VIVO FERRADON



17.7.1

	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	ESCUELA DE ARQUITECTURA
	MUNICIPIO: SAN FRANCISCO EL ALTO	DEPARTAMENTO: TOTONICAPAN
PROYECTO	TESIS	FECHA INDICADA
CONTENIDO: PLANO No 6	LOCALIZACION PLAZA-MERCADO	FECHA: ABRIL 1999
HOJA		
Autor: [Name] Profesor: [Name] Asesor: [Name]	Dibujo: [Name] Escala: [Scale]	Fecha: [Date] Hoja: [Page]



17.7.2 PLAZA DE:
San Francisco El Alto-Totonicapan.

FOTOGRAFIA No. 12

- UBICACION DE LOS PUESTOS DE VENTA EN LA PLAZA A LAS 7:00 AM. LOS DIAS VIERNES.
- AL FONDO SE APRECIAN LOS PORTALES DEL EDIFICIO MUNICIPAL.



Salcajá - Quetzaltenango



FOTOGRAFIA No. 13

- ESTANTERIAS PARA UBICAR LA MERCADERIA EN LA PLAZA LOS DIAS JUEVES POR LAS TARDES.

17.7.3

FOTOGRAFIA No. 14

- INICIACION DE MERCADO EL DIA DE PLAZA.
- A LA DERECHA LOS PORTALES DE EDIFICIO MUNICIPAL.
- AL FONDO EL TINGLADO MUNICIPAL EN EL QUE SE VENDEN SOLO ROPA TIPICA.



FOTOGRAFIA No. 15

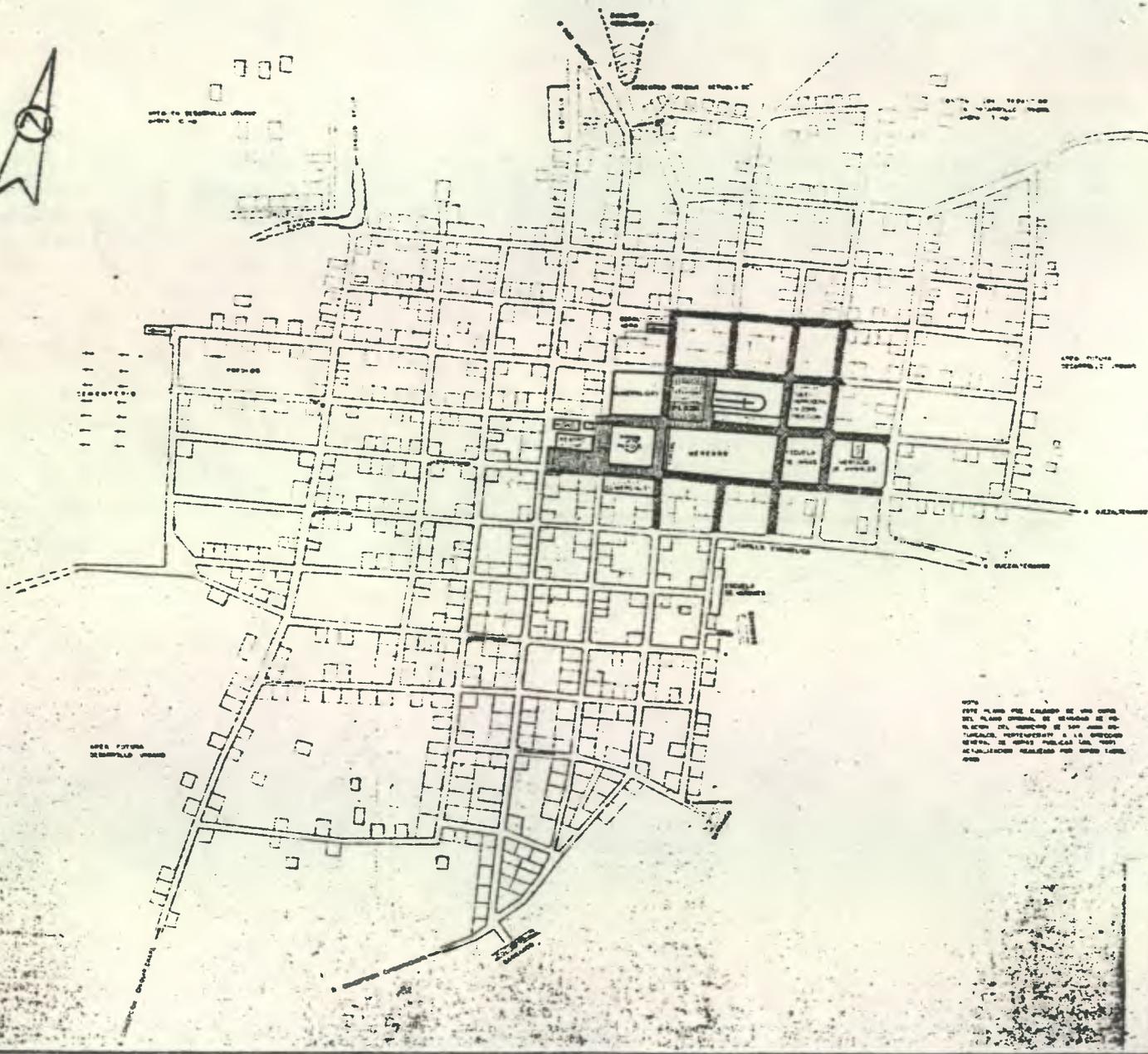
- INICIACION DE VENTAS EN LA PLAZA LOS DIAS VIERNES.
- AL FONDO LA MAJESTUOSA IGLESIA DE SAN FRANCISCO EL ALTO.



17.8 Plaza y Mercado de San Juan Ostuncalco, Quetzaltenango:

El principal día de mercado es el domingo y éste siempre se ha realizado en una plaza abierta, según se puede apreciar en las fotografías Nos. 16, 17, 18, 19, 19A y 19B, en hojas Nos. 66, 67 y 68, ver planos No.7 en Hoja No. 65 esta Plaza al igual que las otras por mucho tiempo mantuvo una fuente en la parte central, posteriormente la Plaza Pública en donde se realizaba el mercado fue transformado en Parque, al que se le construyó un kiosko en lugar de la fuente, el resto de área fue jardinizada con la definición de caminamientos peatonales; ésto provocó un mayor desbordamiento de vendedores en las calles periféricas al parque, lo que en un determinado momento obligó a las autoridades en turno a utilizar dos manzanas, las que se ubican hacia el sector Oriente del parque, al inicio solo se le levantó muro perimetral con la ubicación de algunos locales que dan servicio hacia la calle, posteriormente una institución gubernamental le construyó unas galeras las que fueron techadas con lámina de fibrocemento; esto vino a provocar por consiguiente el que los vendedores regresaran en su mayoría, a vender en las calles a una plaza pequeña que se ubica frente al átrio de la Iglesia Católica y en parte del parque Central.

Esta Plaza al igual que las que se han analizado, poseía en sus inicios Portales en sus alrededores; como ya se puntualizó anteriormente ésto les servía como área para colocar sus ventas y además para poder dormir, debido a la falta de hospedaje en la localidad.



SIMBOLOGIA:

-  PLAZA
-  DESBORDAMIENTO
-  PORTAL

ESTE PLANO DEL CAMPO DE LOS CUROS DEL PLAZO ORIGINAL DE SEÑORADO DE LOCALIDAD DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN DE TULUCA, PERTENECE A LA CIUDAD DE SAN JUAN DE TULUCA, DE DONDE PUBLICA LA TITULO DE LOCALIDAD REALIZADO POR DON JUAN...



17.8.1

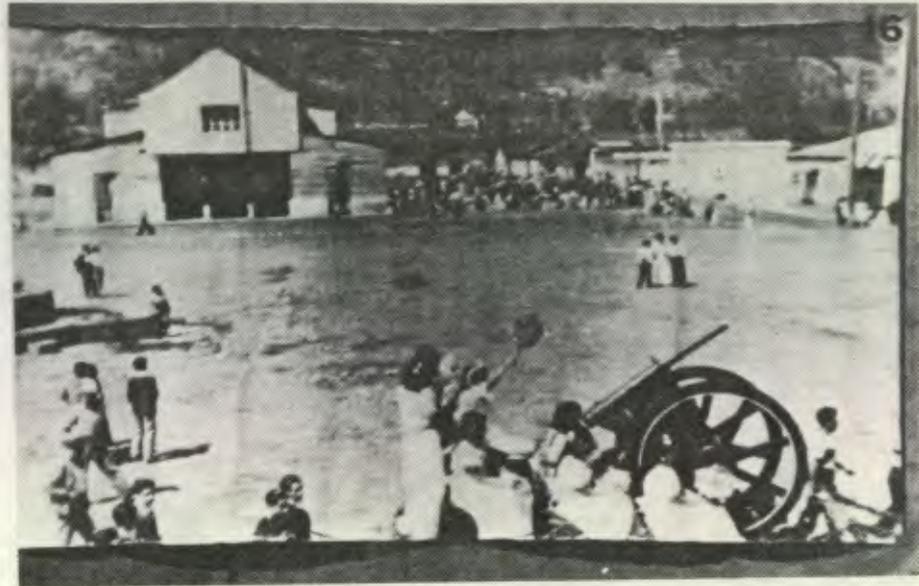
	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA		
	FACULTAD DE ARQUITECTURA		
MUNICIPIO SAN JUAN DE TULUCA			ESCALA
DEPARTAMENTO: QUETZAL TENANGO			INDICADA
PROYECTO			FECHA
TESIS			ABRIL 1959
CONTENIDO: PLANO No. 7			HOJA
LOCALIZACION PLAZA-MERCADO			
Elaborado por: [Name]	Revisado por: [Name]	Drawn by: [Name]	



**17.8.2 PLAZA Y MERCADO DE:
San Juan Ostuncalco-Quetzaltenango..**

FOTOGRAFIA N. 16

- PLAZA ORIGINAL A FINALES DE 1800.
- NOTESE EN EL EXTREMO IZQUIERDO LA FUENTE ELEMENTO IMPORTANTE EN LAS PLAZAS.
- AL FONDO LUGAR EN DONDE ACTUALMENTE FUNCIONA EL TEATRO MPAL.



Salcajá - Quetzaltenango

17



FOTOGRAFIA N. 17

- VENTAS EN LA PLAZA FRENTE A LA IGLESIA LOS DIAS DOMINGO.
- NOTESE LA INVACION DE VENTAS EN LA CANCHA DE BASQUET-BOL
- AL EXTREMO IZQUIERDO EL MERCADO EN DONDE SE UBICAN LOS PUESTOS FIJOS.

17.8.3

FOTOGRAFIA No. 18

AL EXTREMO DERECHO EL MERCADO CERRADO.

NOTESE LA INVACION DE VENTAS EN LAS CALLES, PLAZA Y EL PARQUE.

EN EL EXTREMO IZQUIERDO PARTE INFERIOR EL EDIFICIO MUNICIPAL.



Salcajá - Quetzaltenango



FOTOGRAFIA No. 19

- A LA IZQUIERDA EL PORTAL AL PIE DE LA TORRE EN EL MERCADO CERRADO
- VEASE LO QUE FUE LA PLAZA, AHORA TRANSFORMADA EN PARQUE.
- APRECIERE EL KIOSKO EN DONDE ORIGINALMENTE EXISTIO LA FUENTE.

17.8.4

FOTOGRAFIA No. 19A

- NUEVAMENTE AQUI LA UTILIZACION DE LOS PORTALES, LOS QUE ERAN UTILIZADOS PARA QUE LOS COMERCIANTES DURMIERAN POR LA FALTA DE HOSPEDAJES EN EL LUGAR.



19A

Salcajá - Quetzaltenango



19B

FOTOGRAFIA No. 19B

- NOTESE EL DEBORDAMIENTO DE VENTAS EN LAS CALLES Y ENFRENTA DE LA IGLESIA.
- AL FONDO LA MAJESTUOSA IGLESIA CATOLICA
- A LA DERECHA LAS INSTALACIONES DEL MERCADO CERRADO
- ENFRENTA LAS INSTALACIONES DEL EDIFICIO MUNICIPAL.
- EN EL EXTREMO DERECHO PARTE DEL PARQUE SATURADO DE VENTAS.



17.9 Plaza y Mercado de Totonicapán, Totonicapán:

Los principales días de mercado se realizan los días martes y sábado, siendo el primero el más concurrido. Fue la plaza el lugar en donde se inició el comercio, tal y como se puede apreciar en la fotografía No. 20 en Hoja No. 71 la que data del año 1775, de como era la Plaza; asimismo se aprecia en la fotografía No. 21, en Hoja No. 71, la utilización de portales, tal y como se estipulaba en la Ordenanza No. 115. 29/

Fue hasta el año de 1917, cuando se construyó el primer Mercado cerrado de Totonicapán, pero a medida que siguió transcurriendo el tiempo se siguió dando el comercio en la Plaza sólo los días principales, ya que el Mercado Cerrado funciona todos los días. Fue en el año de 1981 cuando el INFOM construyó un nuevo y moderno mercado de dos niveles, el que casi siempre está desocupado, principalmente el segundo nivel, ya que los compradores están acostumbrados a realizar sus compras en la plaza o en la calle y no les gusta subir. Es de hacer mención que la gente ya tiene como costumbre o tradición el realizar sus transacciones en la Plaza; aparte de que el actual mercado contrasta con el entorno urbano de la población. (ver fotografía No. 22 y 23 en Hoja No. 72).

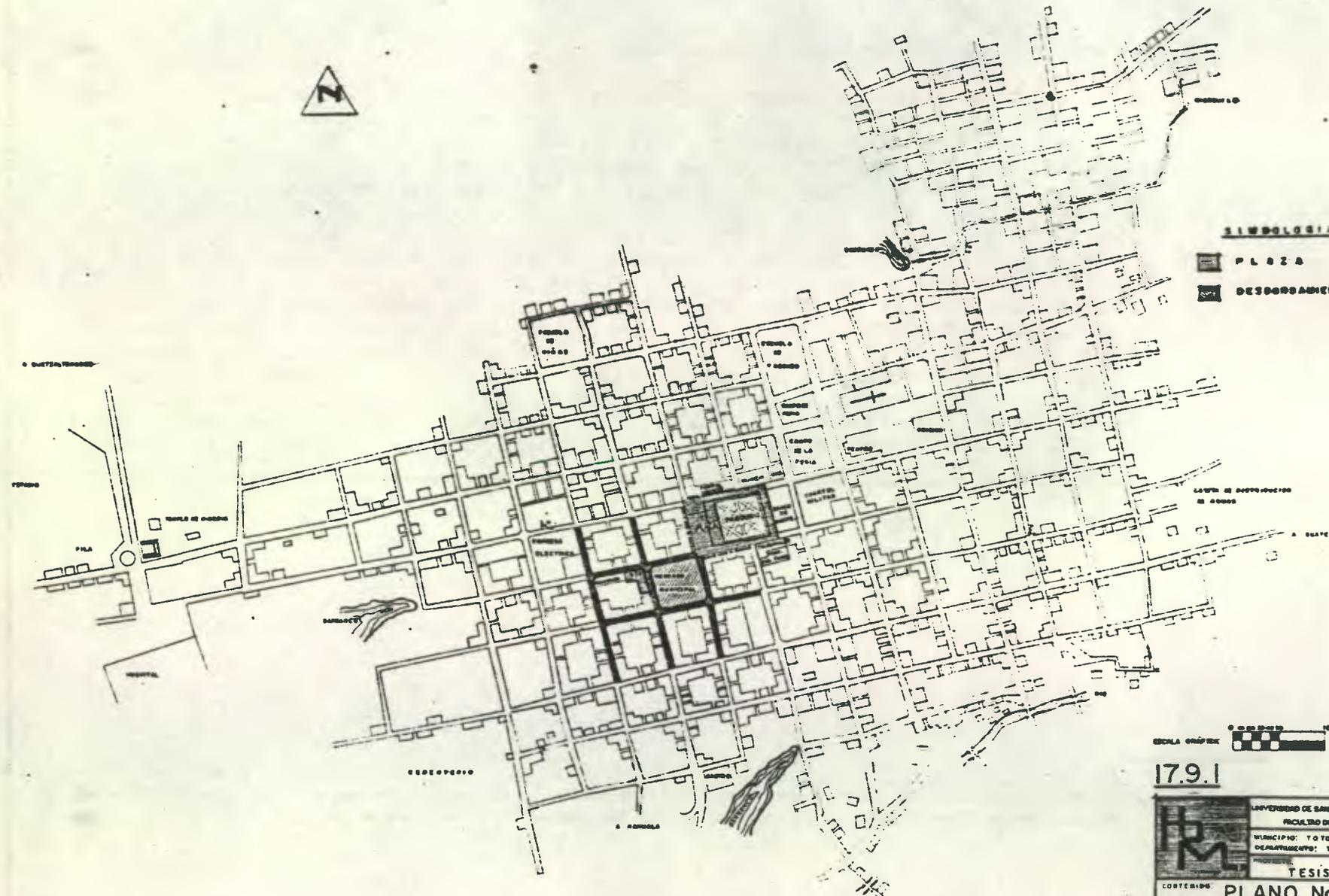
29/ Del Rey A. Pedriarías Dávila de 1513 de una "Real Cédula de población otorgada a los que hicieron descubrimientos en tierra firme (1521) y de la instrucción del Rey Carlos V a Hernán Cortés en 1523.





SIMBOLOGIA

-  PLAZA
-  DESBORDAMIENTO



17.9.1

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
MUNICIPIO: TOTONICAPAN	
DEPARTAMENTO: TOTONICAPAN	
PROYECTO: TESIS	
CONTENIDO: PLANO No. 8	
LOCALIZACION PLAZA-MERCADO	
ESTADO: GUATEMALA	FECHA: ABRIL 1959
HOJA: 1	HOJA: 1
Escuela de Arquitectura	U.S.C.G.

PLAZA Y MERCADO DE:
Totonicapán- Totonicapán

FOTOGRAFIA No. 20

- PLAZA ORIGINAL EN DONDE SE ORIGINO EL INTERCAMBIO COMERCIAL A FINALES DE 1800.



Salcajá - Quetzaltenango



FOTOGRAFIA No. 21

- SITUACION ACTUAL DE LOS PORTALES EN LA PERIFERIA DE LA PLAZA, TAL COMO SE ESTIPULABA EN LA ORDENANZA 115 DEL REY CARLOS V A CORTES EN 1523..



17.9.3

FOTOGRAFIA N.º 22

- PLAZA ATANACIO TZUL Y PARQUE CONVERTIDOS EN AREA COMERCIAL



Salcajá - Quetzaltenango

23



FOTOGRAFIA N.º 23

- VISTA DEL ACTUAL MERCADO MUNICIPAL DE 2 NIVELES.
- VEASE EL CONTRASTE PROVOCADO POR LA TIPOLOGIA CONSTRUCTIVA QUE ROMPE CON EL ENTORNO URBANO DEL LUGAR

17.10 Plaza de Chiché, El Quiché:

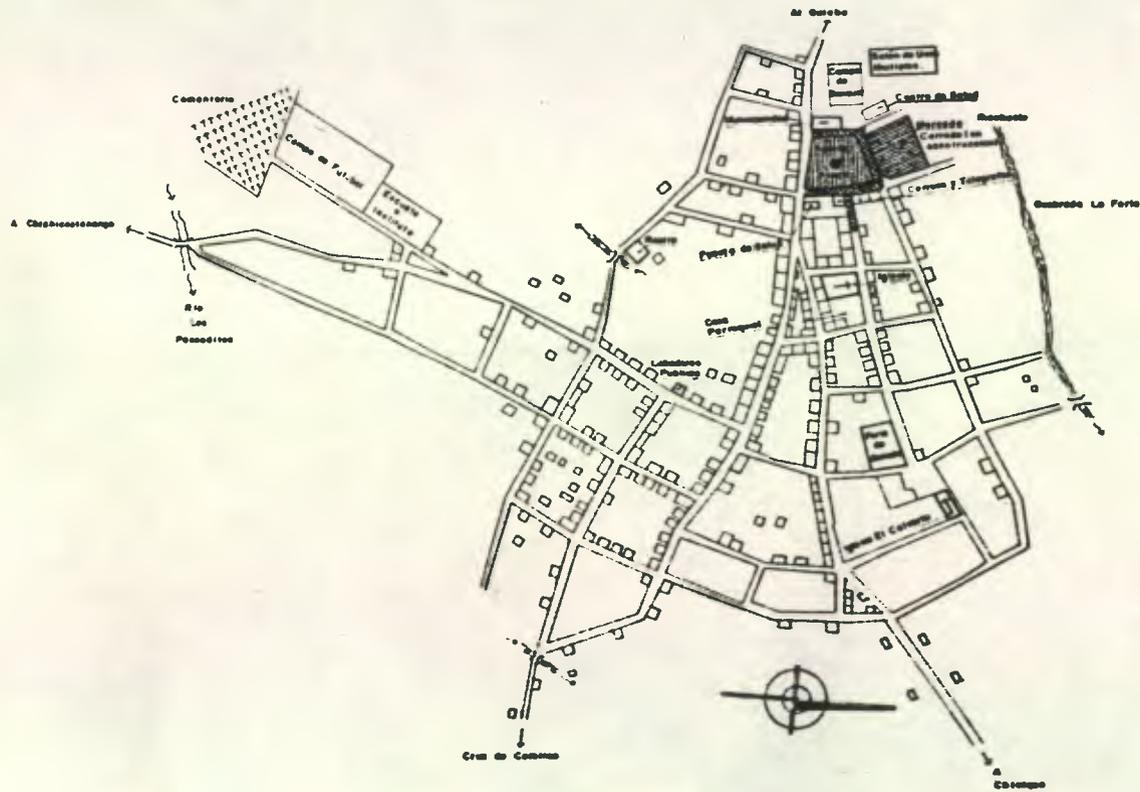
Esta se desarrolla en un espacio abierto y amplio, posee una fuente en la parte central, allí se ha desarrollado el mercado todos los miércoles y sábados, desde principios del Siglo XIX. Actualmente se está construyendo un mercado cerrado a un costado de la plaza; ahí se ubicarán todos los locales comerciales fijos. (ver plano No.9 en Hoja No. 74).

Al igual que en plazas anteriores, esta plaza mantuvo por mucho tiempo portales perimetrales en los cuales los vendedores pernoctaban, ya que no se encontraban hospedajes en donde poder dormir. (ver fotografías No.24 en esta Hoja y Nos. 25 y 26 en Hoja No.75 y Nos. 27 y 28 en Hojas No. 76).



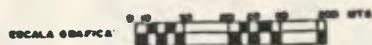
FOTOGRAFIA No. 24

PLAZA COMPLETAMENTE ABIERTA EN DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD COMERCIAL .



SIMBOLOGIA:

-  PLAZA
-  MERCADO CERRADO (En Construcción)
-  DESBORDAMIENTO



17.10.1

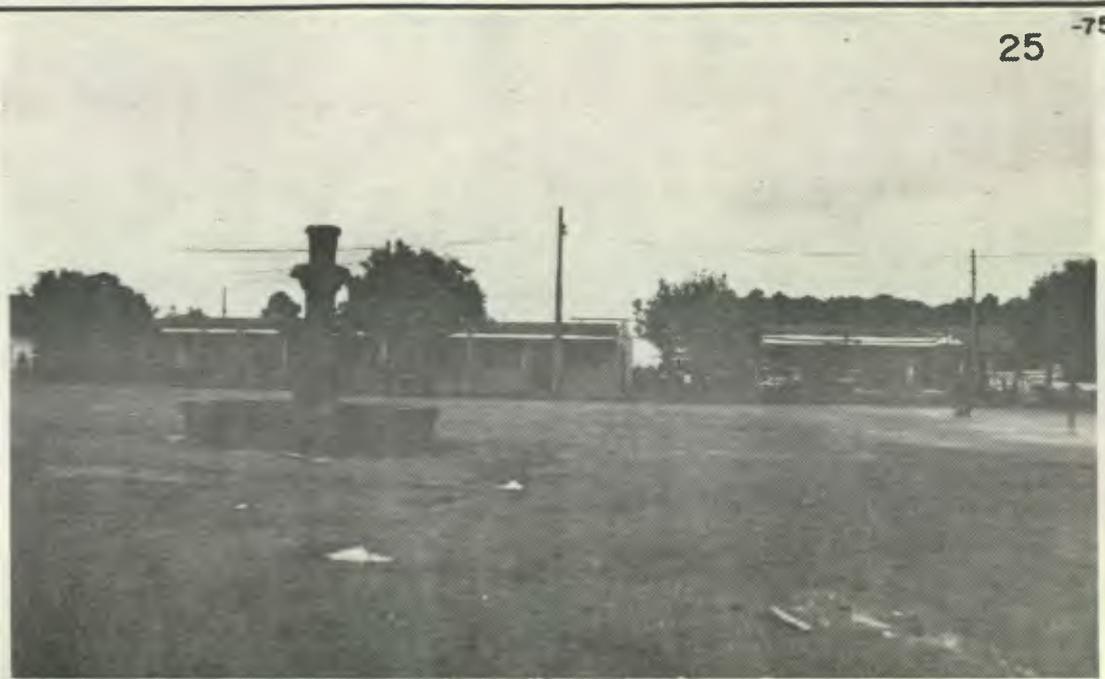
	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA		ESCALA INDICADA
	FACULTAD DE ARQUITECTURA		
	MUNICIPIO CHICHE		
	DEPARTAMENTO EL QUICHE		
PROYECTO:		TESIS	FECHA: ABRIL 1969
CONTENIDO:		PLANO No. 9	
LOCALIZACION PLAZA-MERCADO..		HOJA.	
Diseño: Hoyos Maldonado De Lora	Recepción: Roca Maldonado De Lora	Va. Sa. Arq. Manuel Castillo Asesor	Dibujo: H. R. M. L.

17.10.2

25 -75

FOTOGRAFIA N.º 25

LA PLAZA CON SU FUENTE CENTRAL
ELEMENTO PRIMORDIAL YA QUE
ABASTECE DE AGUA AL SECTOR,
SIENDO EL UNICO SERVICIO CON
QUE CUENTAN LAS PLAZAS.



Salcajá - Quetzaltenango

26

FOTOGRAFIA N.º 26

FORMA DE COMO SE UTILIZA LA
PLAZA EL DIA DE MERCADO.



17.10.3

FOTOGRAFIA No. 27

- NUEVAMENTE EL APARECIMIENTO DE LOS PORTALES EN LA PERIFERIA DE LA PLAZA, TAL COMO SE ESTIPULABA EN LA ORDENANZA No. 115 DEL REY CARLOS V A CORTES EN 1523.



27-76

Salcajá - Quetzaltenango

28



FOTOGRAFIA No. 28

- UTILIZACION DEL AREA DE LA PLAZA LOS DIAS DE MERCADO MIERCOLES Y SABADOS.



17.11 *Parque y calles de Salcajá, Quetzaltenango:*

Como ya se ha puntualizado anteriormente, el problema que provoca el actual mercado, debido a su deterioro y falta de espacio, esto ha incidido en el desbordamiento de ventas en el parque central San Luis y calles aledañas al mercado, los días martes y sábado, lo que indudablemente va en contra del ornato del centro del casco urbano de la Villa.

Nótese el plano No. 10 en la Hoja No.78 de cómo el parque y calles se transforman en centro de comercialización, lo que indudablemente provoca problemas de circulación vehicular en las calles y el parque se transforma en una función distinta. Ver fotografías Nos. 29, 30, 31, 32, 33 y 34 en Hojas de la No.79 a la No.81 de cómo se usa el parque el día de plaza o mercado. Asimismo véase las fotografías Nos. 35, 36 y 37 de cómo son bloqueadas las calles principales y secundarias, en hojas Nos. 82 y 83.



SIMBOLOGIA:

-  Parque San Luis
-  Desbordamiento en las Calles

17.11.1

	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	
	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
VILLA: SALCAJA		ESCALA: Indicada
DEPARTAMENTO: QUETZALTENANGO		
PROYECTO: MERCADO		FECHA: ABRIL 1940
CONTENIDO: PLANO N. 10		HOJA:
PARQUE Y CALLES DE SALCAJA		
DISEÑO: MIGUELITO ROSAEL MALDONADO DE LEÓN	BO. 40 APO MANUEL CASTILLO ACEVEDO	DIBUJO: H. M. L.



17.II.2 PARQUE Y CALLES DE:
Salcajá - Quetzaltenango.

FOTOGRAFIA No. 29.

- NOTESE EL DESBORDAMIENTO DE LAS VENTAS EN LAS CALLES Y EN EL PARQUE CENTRAL "SAN LUIS".



Salcajá - Quetzaltenango



FOTOGRAFIA No. 30

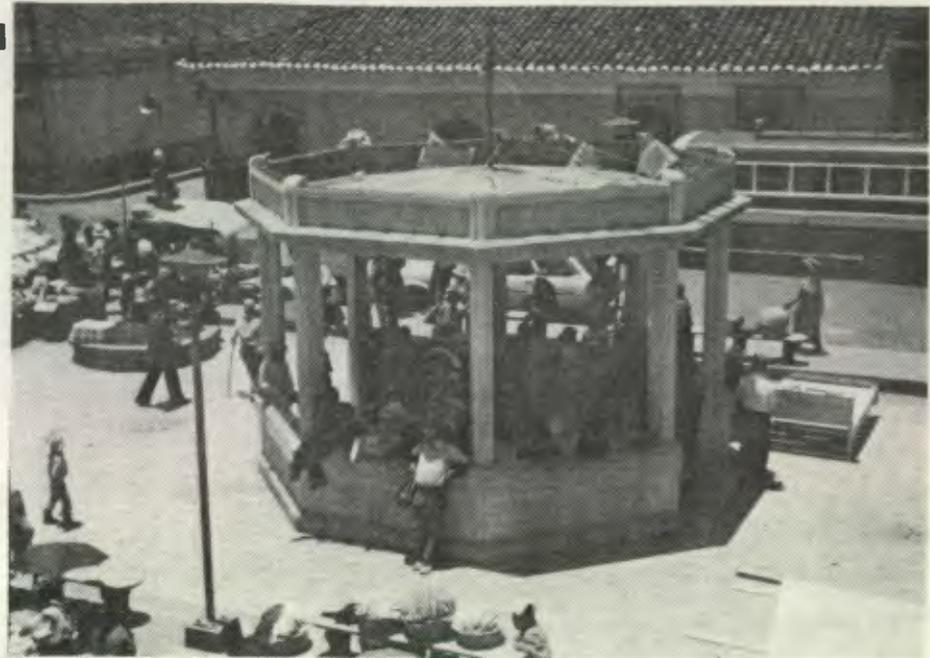
- NUEVAMENTE VENTAS UBICADAS EN EL PARQUE CENTRAL.
- EN EL CENTRO EL KIOSKO CONVERTIDO EN PUESTO DE VENTAS.
- A LA DERECHA LA IGLESIA SAN LUIS REY DE FRANCIA.

17.II.3

31

FOTOGRAFIA No. 31

- VEASE LA UTILIZACION DEL PARQUE COMO SI FUESE UNA PLAZA.
- AL FONDO LA TIPOLOGIA CONSTRUCTIVA PREDOMINANTE.



-80-

Salcojé - Quezaltenango



32

FOTOGRAFIA No. 32

- NOTESE EL DESBORDAMIENTO DE VENTAS EN PLENO PARQUE CENTRAL SAN LUIS.

17.II.4

33

FOTOGRAFIA No. 33

- AL FONDO LA TIPOLOGIA CONSTRUCTIVA PREDOMINANTE.
- NOTESE EL BLOQUEO PROVOCADO POR EL VEHICULO Y LAS VENTAS EN LA CALLE REAL CAPITAN JUAN DE LEON Y CARDONA



34



FOTOGRAFIA No. 34

- EL PARQUE LLENO DE PUESTOS DE VENTA LOS DIAS DE MERCADO, LOS MARTES COMO DIA PRINCIPAL Y SABADOS COMO DIA SECUNDARIO.

17. II. 5

FOTOGRAFIA No. 35

- NOTESE EL DESBORDAMIENTO PROVOCADO POR LAS VENTAS EN LA CALLE REAL A LAS 10:00 Hrs. AM.



Salcajá - Quetzaltenango



36

FOTOGRAFIA No. 36

- LA MISMA CALLE REAL CAPITAN JUAN DE LEON Y CARDONA, LA QUE UNE LOS 2 SECTORES QUE CONFORMAN EL CASCO URBANO DE SALCAJA, NO PUDIENDO CIRCULAR DE 7:00 Hrs. AM. A LAS 18:00 Hrs. PM. NI EN CASOS DE EMERGENCIA.

17.II.6



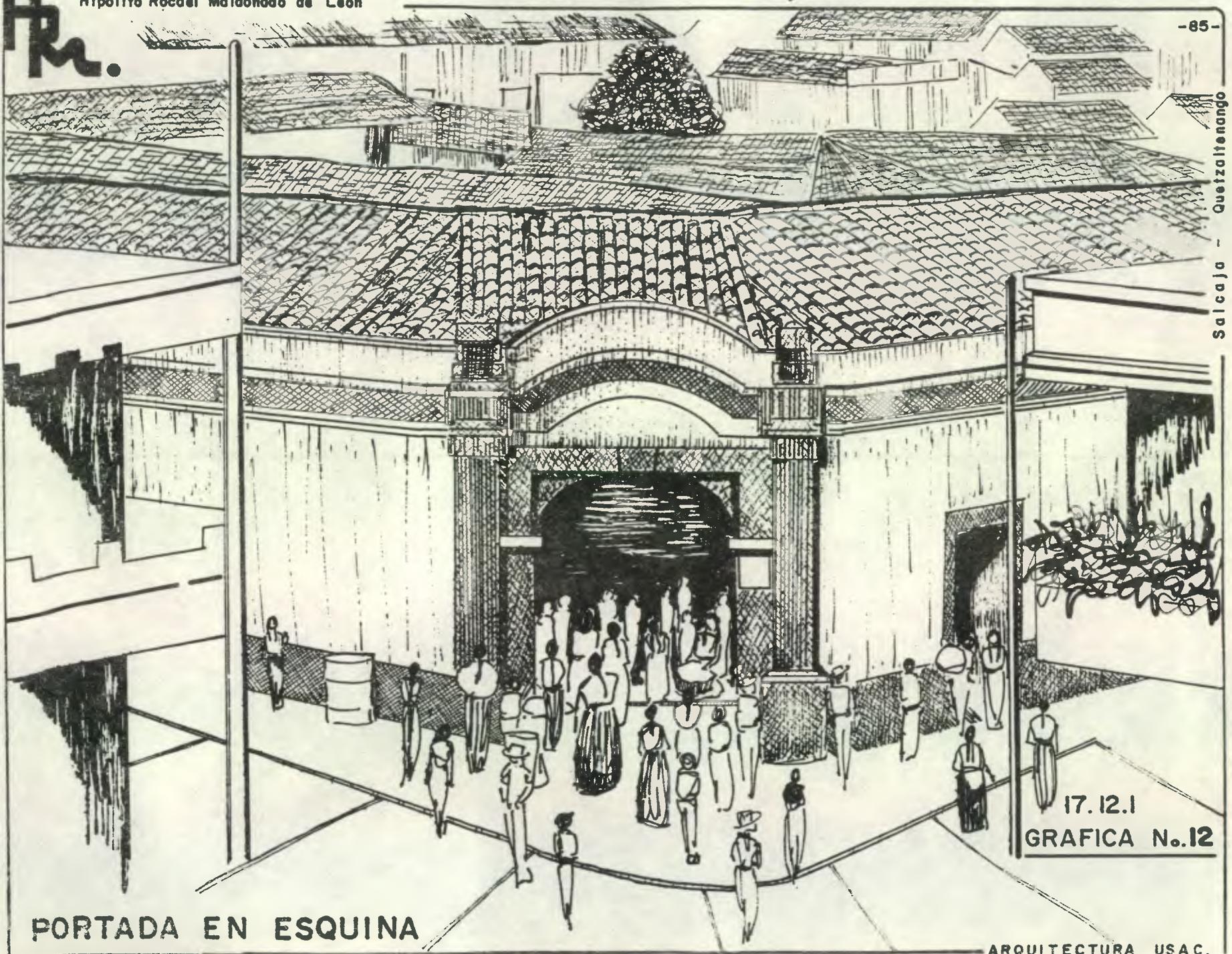
FOTOGRAFIA N.º 37

- VEASE EL DESBORDAMIENTO PROVOCADO POR LAS VENTAS EN LAS CALLES DE LA POBLACION, INTERRUMPIENDO LA CIRCULACION VEHICULAR.



17.12 SIMBOLOS ARQUITECTONICOS PREDOMINANTES COMO ELE-
MENTOS CULTURALES Y SU EXPRESION EN LA ARQUI-
TECTURA.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



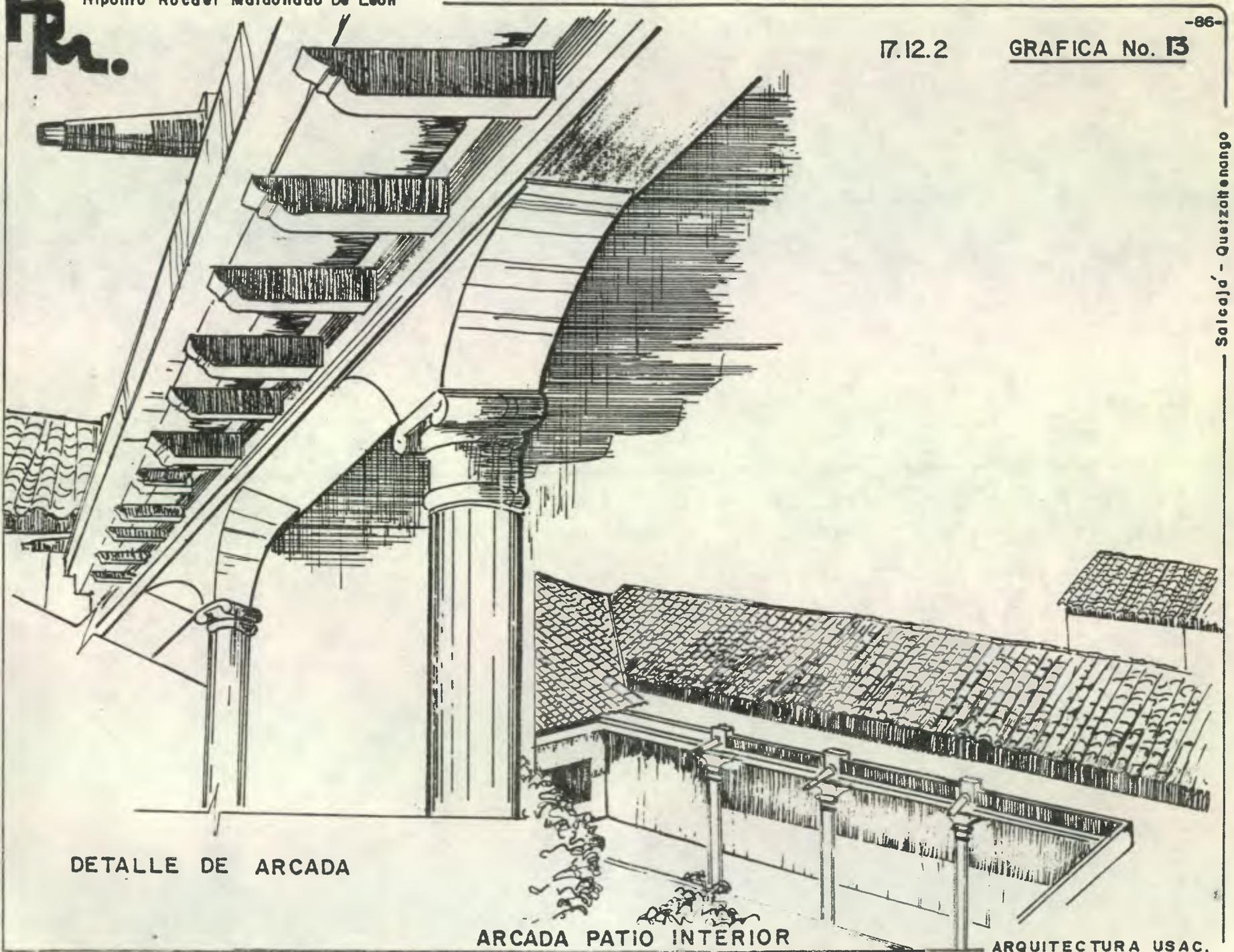
Salcaja - Quetzaltenango

17.12.1

GRAFICA No.12

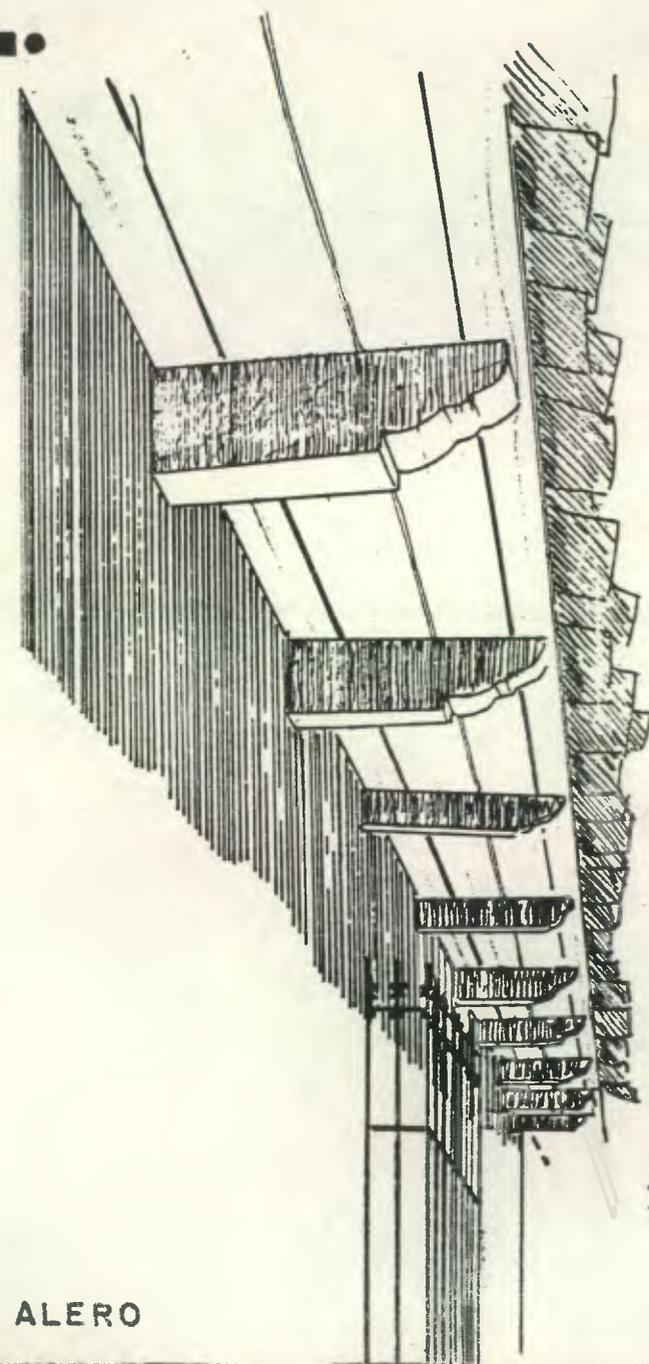
PORTADA EN ESQUINA

ARQUITECTURA USAC.

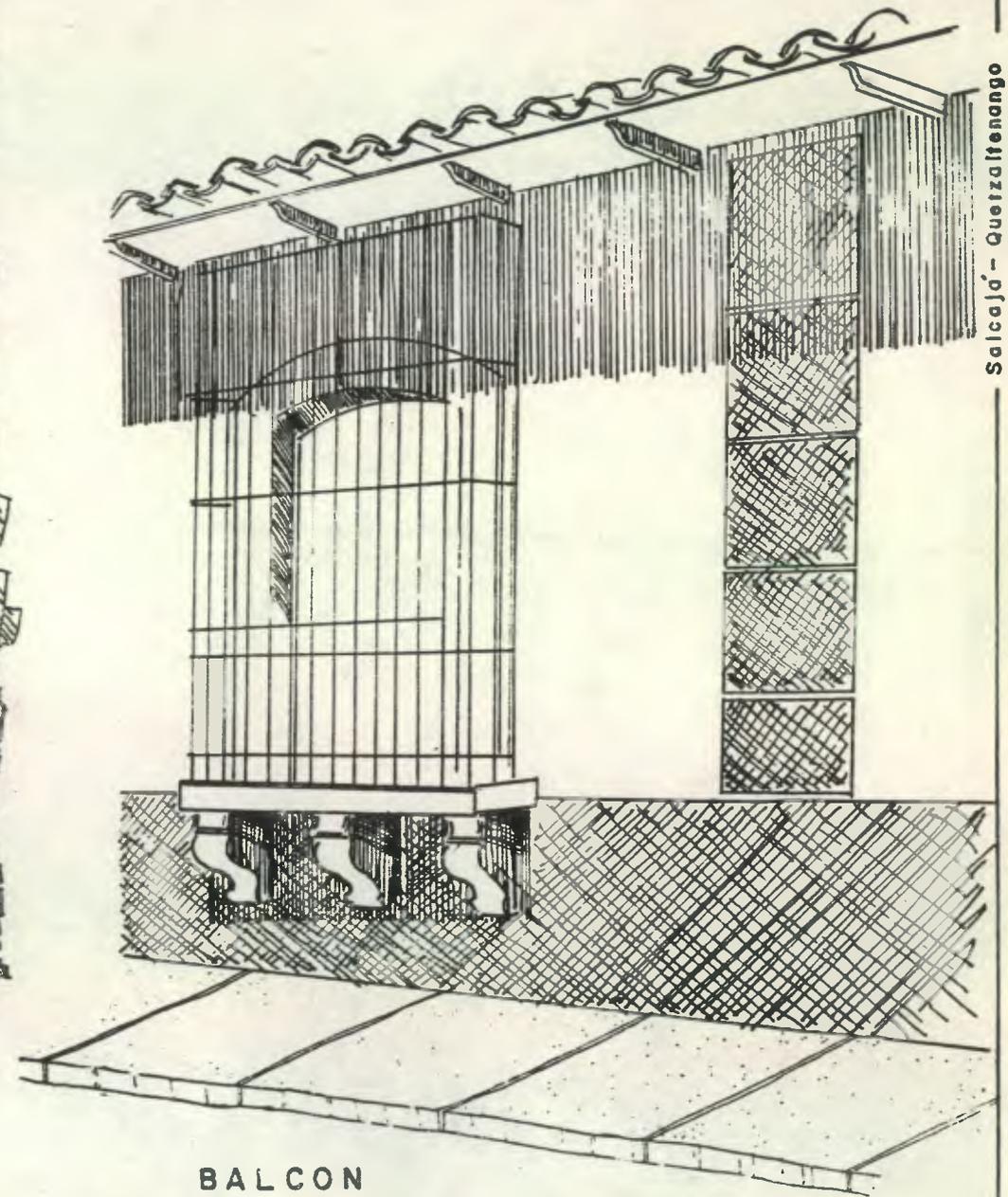


DETALLE DE ARCADA

ARCADA PATIO INTERIOR

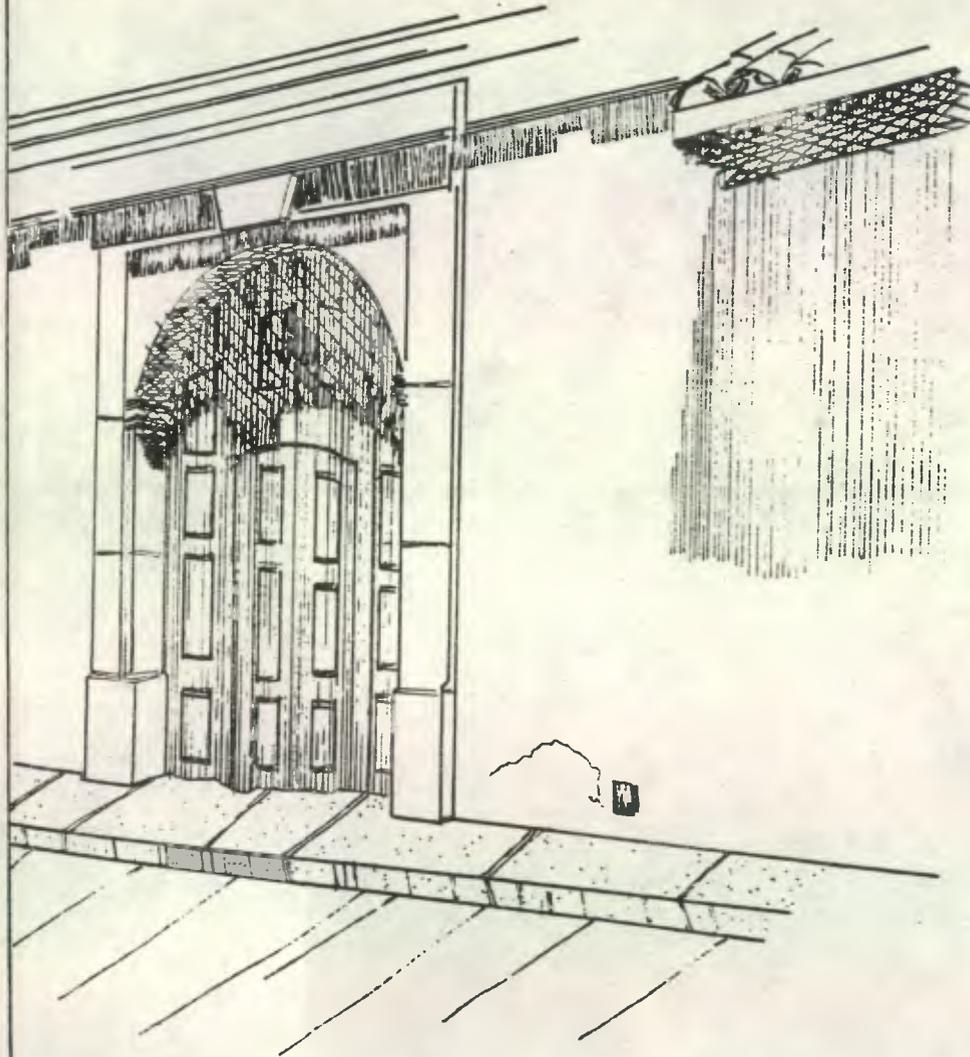


ALERO

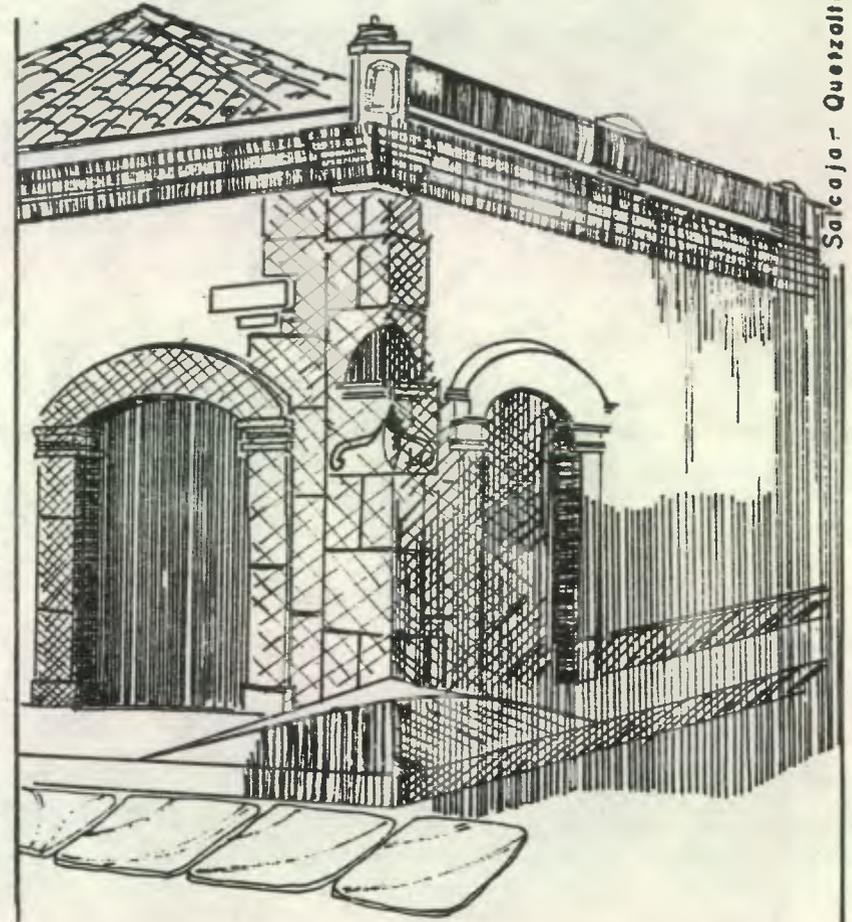


BALCON

Salcajá - Quetzaltenango

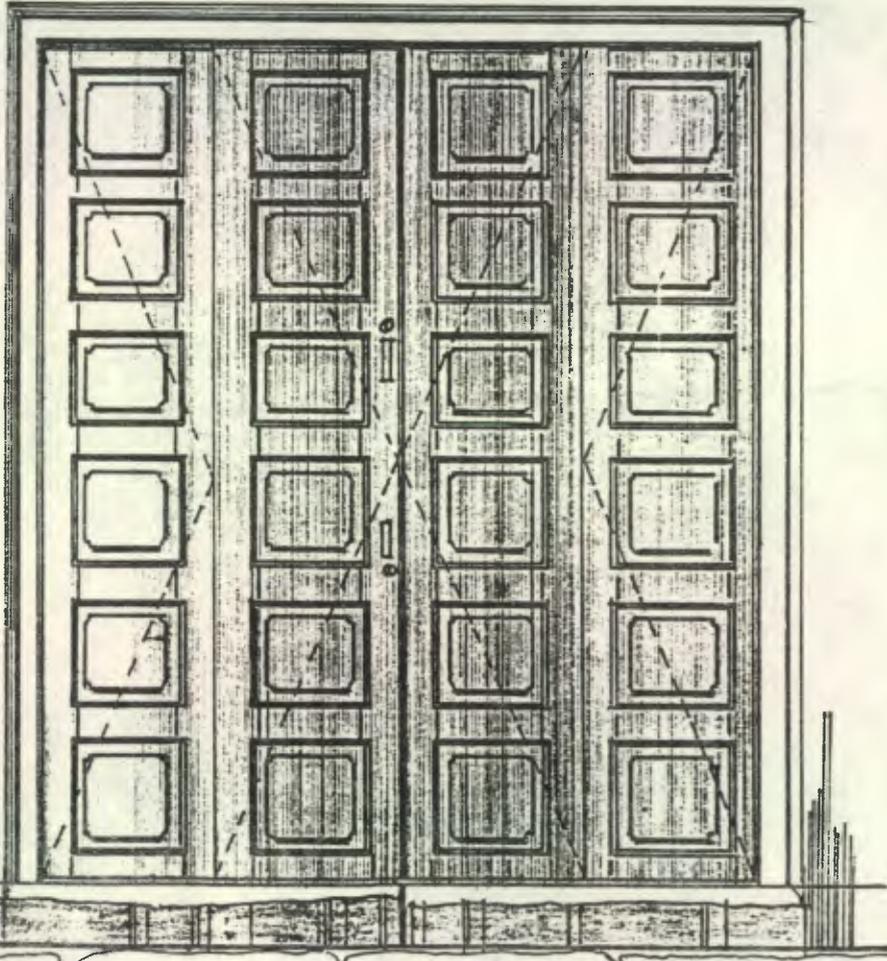


PORTADA

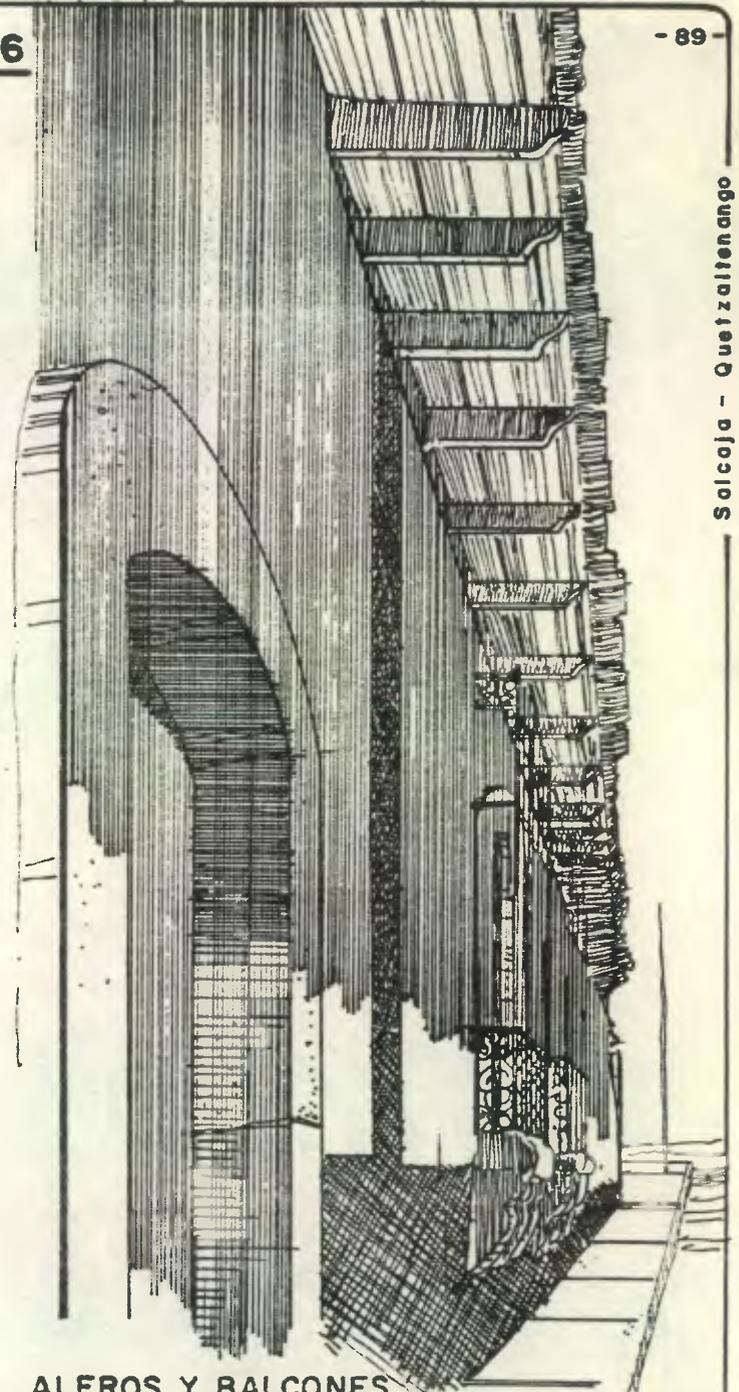


DETALLE DE ESQUINA

Salcaja - Quetzaltenango



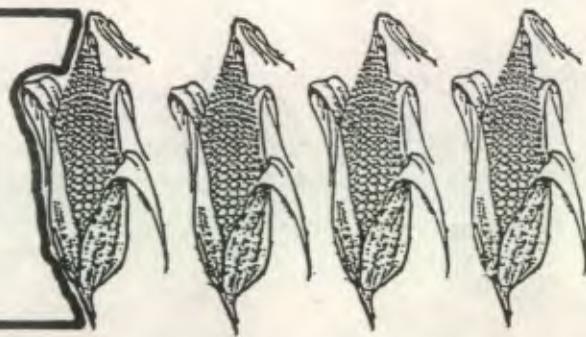
PUERTA DE TABLERO



ALEROS Y BALCONES



CAPITULO





18. **JUSTIFICACION DEL PARTIDO ARQUITECTONICO PLANTEADO:**

La solución propuesta se ubica en un predio que se localiza entre los dos sectores que conforman la Villa de Salcajá, tal como se muestra en el Plano No.3, hoja No. Este tiene fácil acceso y cuenta con toda la infraestructura necesaria; además es el único predio disponible con que cuenta la Municipalidad.

Quando se realizó la práctica en la comunidad se hicieron consultas a vendedores, compradores y vecinos del lugar; ellos coincidieron en que es el sector adecuado en donde sí funcionaría el nuevo mercado, ya que por lo lejos de acceso de la vía principal y por la falta de estudio para Mercado, fracasó el Mercado tipo que se construyó en 1973 en el Barrio "El Carmen" como se aprecia en el Plano No. 2, Hoja No. Fue hasta 1987 cuando las autoridades de turno transformaron dicho mercado en escuela; claro que totalmente fuera de las normas que regulan la funcionalidad de las mismas.

Con el mercado propuesto se satisface la demanda existente, se propone la centralización de los puestos de piso de plaza para unificarlos en forma ordenada y sectorizada. Así se evitarán las ventas ambulantes; las que dan mala imagen y lo anti-higiénico que resultan, dado a que las mismas se dan a la intemperie y por consiguiente después de las ventas en el día queda toda el área contaminada.

En cuanto a la ubicación del piso de plaza dentro del proyecto, éste tiene su razón de ser ya que con su localización se pretende, a través del diseño, obligar a que los compradores ingresen al interior del mercado dándoles oportunidad a los puestos fijos o locales comerciales de vender ya que cuando el piso de plaza se ubica afuera del mercado regularmente los puestos fijos dejan de vender y por consiguiente van a la quiebra económica o bien resultan vendiendo en la calle.

En la presente tesis se ha descrito una síntesis histórica del uso de las plazas desde sus inicios y la forma de cómo se siguen utilizando, asimismo de cuándo la plaza se ha transformado en parque con una función distinta.

El hecho de que en sus inicios la plaza desempeñaba una función social y de intercambio comercial por la falta de un lugar adecuado y definido para el comercio; eso no significa que en el actualidad se siga manifestando, específicamente en Salcajá en donde ya no se cuenta con una plaza abierta, sino que con un parque.

Salcaja - Quetzaltenango

Se ha afirmado que las plazas fueron y siguen siendo espacios abiertos en donde los vendedores se ubican y colocan sus mercancías al aire libre, cubriéndose algunas veces con lonas o champas. En la plaza no se cuenta con la infraestructura necesaria para poder realizar adecuadamente dichas transacciones.

Es por eso que respetando la forma, función y lo tradicional de lo que han sido las plazas, en el presente trabajo se deja el piso de plaza descubierto con sus portales perimetrales a los que se les ha integrado sus servicios para su mejor funcionamiento.

Como se puede apreciar en los planos de las poblaciones analizadas, se da un desbordamiento de ventas en las calles y en los parques, lo que ha provocado problemas, principalmente en lo concerniente a circulación; claro que hay comunidades que se caracterizan por realizar el día de mercado en su plaza, tal el caso de San Francisco El Alto, Totonicapán.

19. **ARQUITECTURA Y PROPUESTA ARQUITECTONICA:**

Definición del Mercado y sus Servicios:

Definición: "Es el área en que convergen las fuerzas de la demanda y la oferta de productos básicos en cantidades pequeñas, asistiendo al mismo vecinos de un barrio, cantón, colonia o sector. 30/

Características de los Servicios: brindar espacios adecuados para la comercialización de producción obtenida dentro y/o fuera del municipio.

Requerimientos espaciales y constructivos: la carencia de normas para el diseño de un mercado por la complejidad de cada uno ya que para su definición y dimensionamiento se tienen que analizar varios factores dependiendo de qué tipo de productos se comercializarán en el mismo.

Se tiene la experiencia de laborar en el INFOM desde hace aproximadamente 17 años, siendo los últimos diez (10) años en que mi trabajo ha sido relacionado con el diseño; dentro de los que se han realizado estudios de mercados, por lo que se efectuó un análisis basado

30/ Asturias A., Pedro. Estudio de Factibilidad Consumepro. Guatemala 1984. Documento inédito. P.38

Salcoja - Quezaltenango



en la metodología existente y fue así como se tomó una decisión en cuanto al diseño espacial del proyecto planteado.

20. **SERVICIOS PLANTEADOS EN EL MERCADO DE LA VILLA DE SALCAJA:**

Centralización de Servicios:

1. **Administración:** encargada del control y funcionamiento del Mercado, posee espacio para el administrador, área de espera. Su función principal será llevar un control general del mercado.
2. **Control sanitario y bodega de decomisos:** se ubica en el ingreso de los productos que se comercializarán dentro del mercado. Su función es controlar la calidad y pureza de los productos, especialmente las carnes. Cuenta con un área en donde se confiscan los artículos en mal estado. Su ubicación es cercana al depósito de basura.
3. **Servicios sanitarios:** el funcionamiento de éstos dependerá del horario de atención del mercado, estimándose que su uso sea de 6:00 AM a las 18:00 PM, con una mayor insidencia entre las 10:00 AM a las 13:00 PM. Se le deja una área específica a los depósitos de los retretes para garantizar que los mismos no sean destruidos por los usuarios. Además esta área podrá utilizarse como bodega para el guardado de accesorios para la limpieza.
4. **Control para baterías de servicios sanitarios:** ésta se ubica entre las dos baterías de servicios sanitarios y su función es atender al público usuario y así recaudar la tasa que se cobra por el uso de los mismos. El encargado de esta área velará por el buen funcionamiento de los mismos, así como de que las instalaciones estén en buen estado y que se conserve limpia.
5. **Lavaverduras:** su ubicación está en el ingreso de los productos que se venderán en el piso de plaza. En esa área se lavan verduras, legumbres y frutas; además, surte de agua al piso de plaza.
6. **Depósito de basura:** ubicado en un punto estratégico que ofrece una fácil evacua-

Salcaja - Quetzaltenango

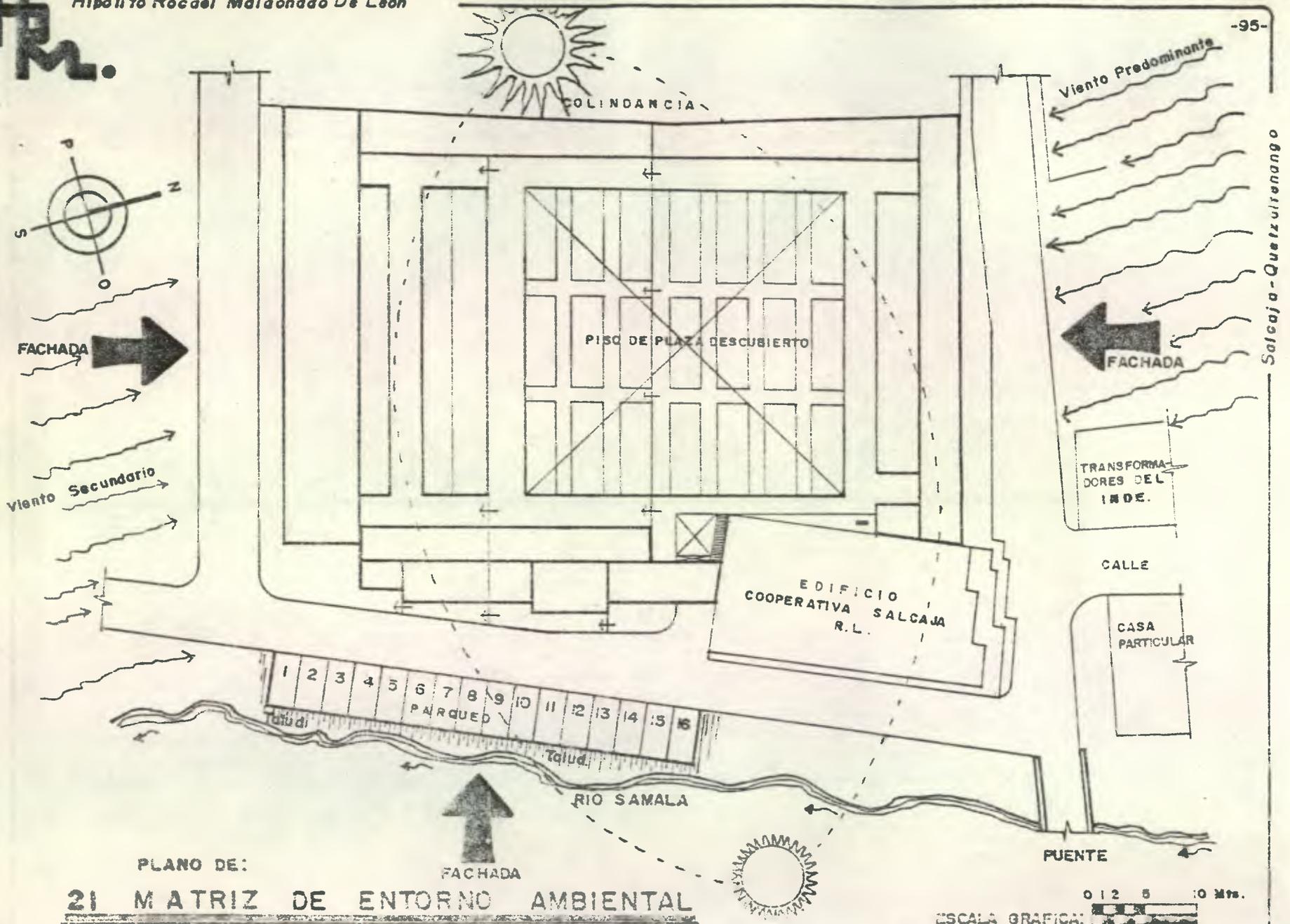


ción de los sólidos por medio de vehículos. Quedaría completamente cerrado para evitar los malos olores, se le plantea una reposadera central y alisado perimetral para lavarlo adecuadamente.

7. Area de cocinas-comedores: están ubicados con atención a la calle ya que se pretende que se atienda al público, inclusive cuando el mercado está cerrado. Se plantean cocinas bien equipadas, así como mobiliario adecuado para los comedores.
8. Area de carnes: estos ambientes están integrados en carnicerías, marranerías y pollerías. Cuentan con instalaciones adecuadas, allí se comercializará carnes de res, carnero, cerdo, pollo, pescado y mariscos.
9. Area de víveres y granos: los artículos que se ofrecen en este tipo de negocio son los más consumidos, éstos se localizan en el piso de plaza descubierto y constituyen el sector seco; por lo regular este tipo de productos son movilizados de plaza en plaza por sus propietarios en los días específicos en que se realizan los mercados o plazas.
10. Area de frutas y verduras: están constituidos como puestos de piso de plaza descubierto sectorizados, como área semi-húmeda y húmeda. Su ubicación es cercana al área de lavaverduras y al basurero por ser éstos generadores de basura.
11. Tiendas o locales comerciales: se ubica unas con atención hacia el piso de plaza descubierto y otras atenderán hacia la calle, las que darán servicios a la comunidad en horas en que el mercado se encuentre cerrado.
12. Cuarto de tableros: ambiente ubicado contiguo a la Administración. Aquí se colocarán los tableros para controlar el sistema eléctrico del mercado.
13. Estacionamiento para vehículos: éstos se ubican al sector Oriente a orillas del río Samalá; se localiza allí por la accesibilidad al área de descarga de la mercadería así como de carga del basurero.
14. Altar a la Santa Cruz: siendo los habitantes de Salcajá eminentemente católicos, se propone dejar dentro del mercado un espacio destinado para rendir culto al Creador del Universo, simbolizado a través de la Santa Cruz a la que se le rinde



culto todo el mes de mayo y en esta forma se estará respetando una de sus mayores tradiciones y costumbres, las que son parte de su propia identidad cultural.

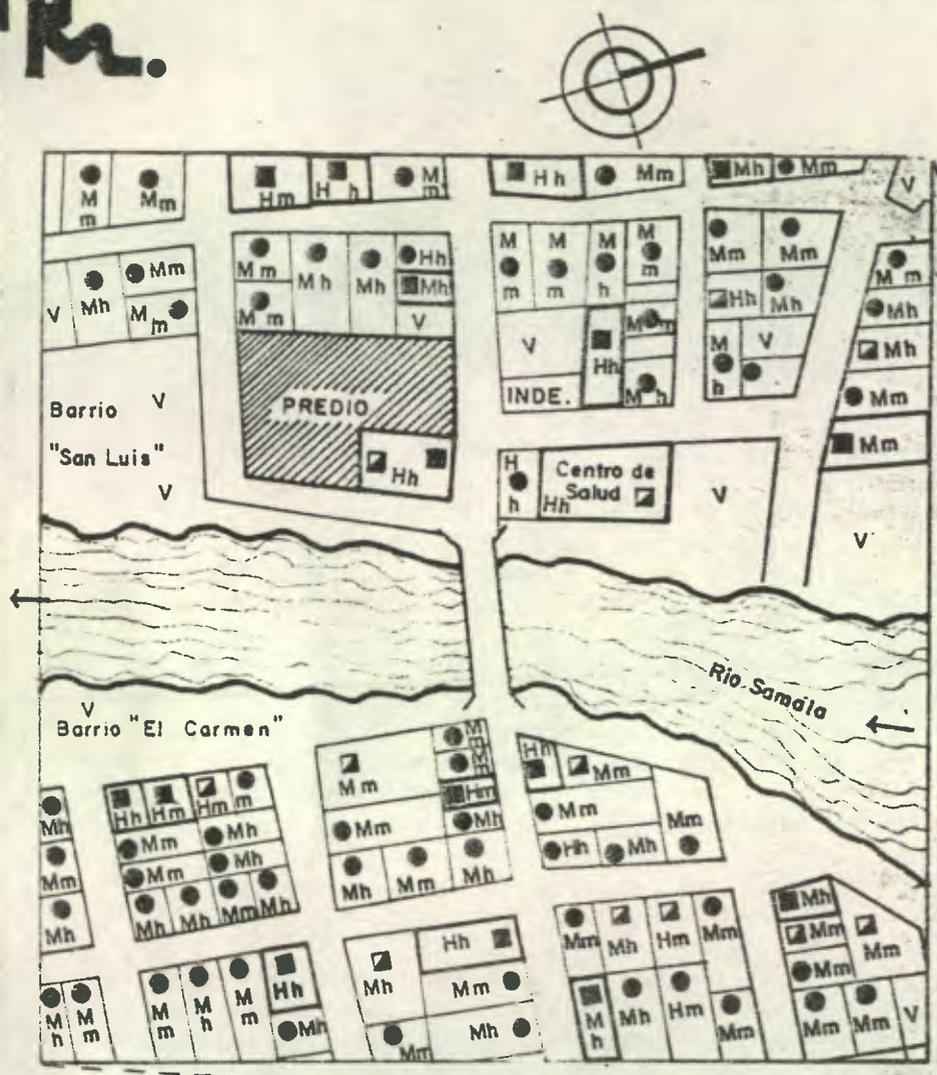


PLANO DE:
21 MATRIZ DE ENTORNO AMBIENTAL

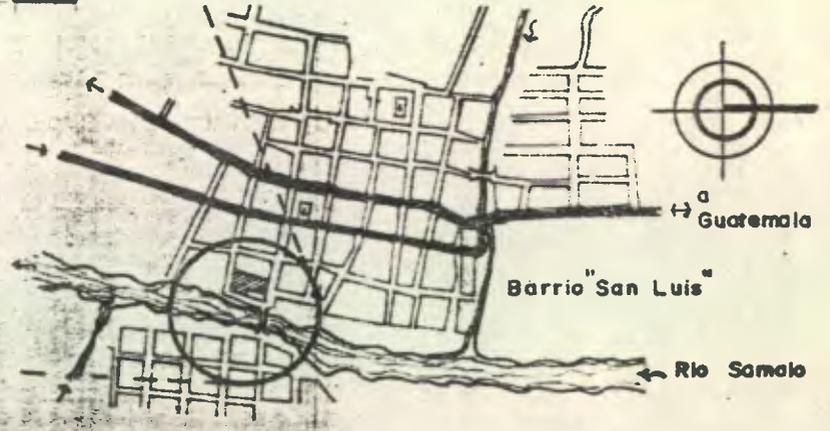
ESCALA GRAFICA: 0 2 5 10 Mts.

SIMBOLOGIA:

Salcajá - Quetzaltenango



-  TECHO DE TEJA, PUERTAS Y VENTANAS DE MADERA
-  TECHO DE TEJA, PUERTAS MADERA Y VENTANAS HIERRO
-  TECHO DE TEJA, PUERTAS Y VENTANAS DE HIERRO
-  TECHO DE LOSA, PUERTAS Y VENTANAS DE HIERRO
-  TECHO DE LOSA, PUERTAS MADERA Y VENTANAS HIERRO
-  TECHO DE LOSA, PUERTAS Y VENTANAS DE MADERA
-  TECHO DE LAMINA, PUERTAS Y VENTANAS DE MADERA
-  TECHO DE LAMINA, PUERTAS MADERA Y VENTANAS HIERRO
-  PREDIOS BALDIOS
-  PREDIO PARA MERCADO



COLORES PREDOMINANTES:

EN VIVIENDAS, INMUEBLES PUBLICOS Y PRIVADOS

- AZUL CLARO
- BEIGE
- BLANCO
- ROSADO
- AMARILLO CLARO
- CELESTE
- CAFE

22 Plano De Entorno Formal

ESC. GRAFICA:



23. ORGANIZACION ESPACIAL:

Al haber hecho el análisis de las diferentes posibilidades de las condicionantes socio-económicas y la incidencia que tiene el clima para la ejecución del proyecto de Mercado dentro de la Identidad Cultural de la Villa de Salcajá, Quetzaltenango; lo que procede es hacer el estudio de las diferentes actividades que lo conforman, con el fin de lograr una buena organización que garantice a cabalidad el funcionamiento del mercado.

El área de influencia recomendable es de 1,500 metros, es decir, de 15 a 30 minutos de recorrido a pie. Por razones de influencia comercial de la carretera Nacional 1, se considera que el área comercial se mantendrá en la zona central actual del casco urbano, por lo que se recomienda ampliar el área comercial en el mismo sector en que se encuentra. Esta ampliación constaría de 2,885 metros cuadrados de edificación para el año 1995, sin embargo, es importante crear la necesidad de uso del mercado de la zona 4 en el barrio El Carmen, para que la demanda de ampliación sea menor y no sea éste un recurso desperdiciado.

Plaza semanal minorista: esta plaza se desenvuelve sobre vías vehiculares importantes dentro de la red vial, Parque Central San Luis y calles adyacentes al actual mercado. Como ya se ha puntualizado anteriormente, se calcula que Salcajá para 1995 puede tener una población de 14,000 habitantes, por lo que se estima un puesto por cada 60 habitantes de donde para ese mismo año se requerirán 235 puestos. 31/

Además de la experiencia del EPS (1987) y ampararnos de información aportada por otros trabajos de Tesis Profesional realizados en localidades con características similares.

Previamente es necesario hacer hincapié en los aspectos ideológicos y costumbristas de la población en lo que se refiere al intercambio comercial, pues lo que se pretende en este punto es conformar un espacio que satisfaga las necesidades, tanto de los vendedores en puestos fijos como en los ambulantes, así como de los compradores y aspectos ambientales que no hagan perder lo pintoresco del lugar.

Para tomar ciertos parámetros se hace referencia al reglamento del Plan Regulador de Desarrollo Metropolitano, el cual establece que "Se destinará un Mercado por cada 30,000

31/ Guerra Tesen, Iris Asunción. "Esquema de ordenamiento urbano y puesta en valor de la Ermita de Concepción La Conquistadora". Pag. 99. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC. 1987.



habitantes, con un área calculada en base a 0.10 mts. cuadrados por habitante" y el equipamiento urbano de INFONAVIT (México) establece que el nivel de operatividad viable para un mercado es de más de 10,000 habitantes.

Por la cantidad de habitantes con que cuenta la localidad y, según cuadros de renglamiento anterior, a éste le correspondería un comercio tipo C-6, o sea un mercado cantonal o sectorial, más sin embargo las experiencias de EPS y las costumbres de los pobladores se ha analizado que este tipo de comercio no es adaptable para esta zona del país y únicamente se tomó en cuenta el programa de necesidades que presenta este reglamento para un mercado de este tipo y tener cierta base para plantear luego un programa de necesidades adaptado a las características reales de la Villa de Salcajá.

El Programa establecido por el Reglamento es:

1. AREA DE PARQUEO:

1.1 Parqueo Público
Vehículos particulares
Motos y bicicletas
Taxis
Microbuses

1.2 Parqueo de servicio
Páneles
Vehículos de palangana
Carretas de mano
Vehículos de extracción de basura

2. AREA ADMINISTRATIVA Y SERVICIOS:

Administración
Control Sanitario
Lavado de Vegetales
Bodega de Decomisos
Servicios Sanitarios
Servicios Públicos

Salcaja - Quetzaltenango



Servicio Personal
Depósito de Basura
Bodega de implementos de limpieza

3. AREA DE VENTAS:

Carnes Comidas
Vegetales Comestibles
Vegetales no comestibles
Viveres y granos
Miscelánias

Partiendo de lo anterior y de la forma tan especial y costumbrista del que hacen uso del mercado los pobladores de esta Villa, se determinó:

1. Debe existir un área cubierta que posea las áreas administrativas, de ventas y servicios que puedan cubrir las necesidades para el intercambio comercial durante toda la semana, para la población que hace uso de ella.
2. Asimismo, un área descubierta tipo plaza que pueda absorber en determinados días (martes y sábado), la gran cantidad de vendedores y compradores ambulantes que invaden el parque central San Luis, calles aledañas al mercado actual y la calle real Capitán Juan de León y Cardona. Se pretende de esta forma darles facilidades para su acomodamiento sin alterar la rutina de la población, próxima a ésta se contemplarán los parqueos públicos y de servicio, los cuales estarán a disposición, tanto para el área cubierta como descubierta.
3. Las ventas en el área descubierta se darán en forma sectorizada, así:
Húmedas
Semihúmedas y
Secas

24. INDICADORES DE DISEÑO UTILIZADOS EN EL DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO:

A continuación me permito presentar una gráfica en la que se indican las



dimensiones utilizadas para determinar las áreas del proyecto; se hace referencia que dichas dimensiones han sido utilizadas en el dimensionamiento de varios proyectos de mercado planificados por el Instituto de Fomento Municipal -INFOM-, institución en la que he laborado más de 10 años en la rama de la Arquitectura, por lo que se recomienda que posteriormente a ser construido el Mercado, se realice una evaluación a las dimensiones aquí planteadas.

Dicha evaluación podrá ser realizada por estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para que se hagan los planteamientos de las dimensiones que requieran modificaciones, ya que serán de beneficio para posteriores proyectos de mercado.

Según la gráfica No.24.1 "Indicadores de Diseño Utilizados en el Dimensionamiento", nos da un 39% del área de circulación y un 61% del área a ser construida o de uso comercial, parámetro que se considera adecuado.

PERIODO DE SATURACION DEL PROYECTO:

El Proyecto plantea cubrir las necesidades actuales con una proyección hasta el año 1995; se recomienda que cuando el Proyecto llegue a su fase final de período de diseño y la población continúe su crecimiento, se deberá de mejorar la eficiencia de los comerciantes para dinamizar la comercialización, con lo que se estaría incrementando la vida útil del proyecto en unos cinco años más, es decir, se llegaría al año 2,000. Posteriormente al año 2,000, la única alternativa de solucionar la demanda por el crecimiento de la población sería el de ampliar el área de comercialización en otro sector, analizando las tendencias de crecimiento urbano de la Villa de Salcajá en el Departamento de Quetzaltenango.

Salcaja - Quetzaltenango

INDICADORES DE DISEÑO UTILIZADOS EN EL DIMENSIONAMIENTO

No.	AMBIENTE	Dimensiones		No. Unidades.	Area Mts. ²
		Ancho	Largo		
1	ADMINISTRACION	3.00	4.13	1	12.40
2	CONTROL SANITARIO	2.06	4.00	1	8.24
3	BODEGA DECOMISOS	2.06	4.00	1	8.24
4	LAVAVERDURAS	3.00	4.00	1	12.00
5	CONTROL PARA SERVICIOS SANITARIOS	1.80	1.80	1	3.24
6	SERVICIOS SANITARIOS PUBLICOS	6.56	6.56	1	43.00
7	RAMPA PARA BASURERO	1.00	5.00	1	5.00
8	BASURERO	3.50	4.00	1	14.00
9	CARNICERIAS	3.00	4.00	14	168.00
10	MARRANERIAS	3.00	3.00	19	171.00
11	COCINAS	2.40	4.00	9	86.40
12	COMEDORES	4.00	4.60	9	165.60
13	POLLERIAS	2.00	3.00	3	18.00
14	CUARTO DE TABLEROS	1.80	1.80	1	3.24
15	TIENDAS O LOCALES COMERCIALES GRANDES	4.00	4.15	20	332.00
16	TIENDAS O LOCALES COMERCIALES PEQUEÑOS	3.00	3.00	14	126.00

1176.36

PISO DE PLAZA DESCUBIERTO:					
17	PUESTOS EN SECTOR AREA HUMEDA	1.50	1.50	84	189.00
18	PUESTOS EN SECTOR AREA SEMIHUMEDA	1.50	1.50	84	189.00
19	PUESTOS EN SECTOR AREA SECA	1.50	1.50	84	189.00

567.00

AREA EXTERIOR:					
20	ESTACIONAMIENTO PUBLICO	2.50	5.00	16	200.00 †
21	AREA DE CARGA Y DESCARGA	3.40	7.35	1	25.00

25.00

CIRCULACIONES:					
PRIMER ORDEN	ANCHO	3.00	MTS.	INGRESOS PRINCIPALES	
SEGUNDO ORDEN	ANCHO	2.50	MTS.	INGRESO DE SERVICIO	
TERCER ORDEN	ANCHO	2.50	MTS.	PERIMETRAL AL PISO DE PLAZA DE DESCUBIERTO	
CUARTO ORDEN	ANCHO	1.50	MTS.	ENTRE SECTORES INTERIORES	
QUINTO ORDEN	ANCHO	1.20	MTS.	ENTRE PUESTOS DE PISO DE PLAZA	
				AREA DE CIRCULACION EXTERIOR BANQUETAS	

† Area independiente al predio

Salcaja - Quetzaltenango



25. **PROGRAMAS DE NECESIDADES:**

Para determinar los programas de necesidades se tomó como base los datos proporcionados por la Municipalidad, en lo que respecta al mercado actual, refiriéndonos al número de locales y puestos que éste posee, los cuales alcanzan a cubrir la demanda actual únicamente en lo que son las actividades de intercambio comercial bajo techo, pues el objeto arquitectónico no tiene el área descubierta necesaria para ubicar a los aproximadamente 250 vendedores ambulantes que se presentan los días de mercado, además de no tener incluido en su área techada los servicios básicos de administración, control sanitario, depósito de basura, área de carga y descarga, etc.

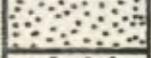
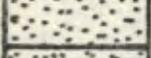
Tomando en cuenta lo anterior y el crecimiento que tendría la población, el programa de necesidades que se establece se proyectó para suplir las necesidades a cinco años plazo (1995) determinando un crecimiento del número de locales y puestos actuales, basado en la tasa promedio de crecimiento anual de la población que es del 4.5%. Asimismo se tomó en cuenta el contenido del programa de necesidades que establece el reglamento del Plan Regulador de Desarrollo Metropolitano para un comercio tipo C-6, para completar el programa actual con los servicios básicos con que éste debe dotarse.

Es así que el programa de necesidades proyectado a 1995, presenta un área cubierta dotada de todos los servicios con su respectivo aumento porcentual en lo que se refiere al número de puestos y locales que tiene el mercado actual, contemplando además, un área descubierta destinada a ubicar los puestos de piso de plaza para los vendedores ambulantes, parqueos de servicio y públicos, así como también áreas de carga y descarga respectivamente.

PROGRAMA DE NECESIDADES EN EL MERCADO ACTUAL .

AREA	TIPO DE LOCAL	Nº. UNIDAD.
------	---------------	-------------

AREA CUBIERTA

	1 COCINAS - COMEDORES	5
	2 MARRANERIAS	17
	3 CARNICERIAS	12
	4 VENTAS DE POLLO	2
	5 S.S. (Retretes)	3
	6 PUESTOS FIJOS	66
	7 TIENDAS	15

GRAFICA No. 18



AREA HUMEDA



AREA SEMIHUMEDA

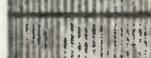


AREA SECA

GRAFICA No. 19
PROGRAMA DE NECESIDADES DEL AREA DE DESBORDAMIENTO

AREA	TIPO DE LOCAL	Nº. UNIDAD.
------	---------------	-------------

ACTUALMENTE AREA LIBRE

	1 COCINAS - COMEDORES	2
	2 VENTAS DE FRUTAS	25
	3 VENTAS DE VERDURAS	50
	4 VENTAS DE CARNES	6
	5 FRESCOS Y GRANIZADAS	8
	6 VARIEDAD DE GRANOS	19
	7 DIVERSIDAD DE ROPA	32
	8 MERCERIA	17
	9 VENTAS DE CALZADO	7
	10 VENTAS DE MUEBLES	3
	11 VENTAS DE SOMBREROS	6
	12 VENTAS DE ARTESANIAS	5
	13 ESPECIES COMESTIBLES	9
	14 VENTAS DE DULCES	2
	15 VENTAS DE JABONES	8
	16 VENTAS DE PLASTICOS	6

26 PROGRAMA DE NECESIDADES PROYECTADO

A 1995

GRAFICA No. 20

AREA	TIPO DE LOCAL	No. UNIDADES	AREA (M2) UNITARIA	AREA (M2) TOTAL
A. AREA CUBIERTA				
	ADMINISTRACION	1	12.40	12.40
	2 CUARTO DE TABLEROS	1	3.24	3.24
	3 TIENDAS O LOCALES COMERCIALES GRANDES	20	16.60	332.00
	4 TIENDAS O LOCALES COMERCIALES PEQUEÑOS	14	9.00	126.00
	5 CONTROL SANITARIO	1	8.24	8.24
	5.1 BODEGA DECOMISOS	1	8.24	8.24
	5.2 LAVAVERDURAS	1	12.00	12.00
	6 CONTROL PARA SERVICIOS SANITARIOS	1	3.24	3.24
	7 SERVICIOS SANITARIOS PUBLICOS	2	21.50	43.00
	8 RAMPA + BASURERO	1	19.00	19.00
	9 CARNICERIAS	14	12.00	168.00
	10 MARRANERIAS	19	9.00	171.00
	11 COCINAS - COMEDORES	9	28.00	252.00
	12 POLLERIAS	3	6.00	18.00
B AREA DESCUBIERTA:				
	13 PISO DE PLAZA:			
	13.1 AREA HUMEDA	84	2.25	189.00
	13.2 AREA SEMI HUMEDA	84	2.25	189.00
	13.3 AREA SECA	84	2.25	189.00
	14 PARQUEOS:			
	14.1 PARQUE PUBLICO	16	12.50	200.00
	15 AREA DE CARGA Y DESCARGA	1	25.00	25.00



27 DIAGRAMA DE RELACIONES

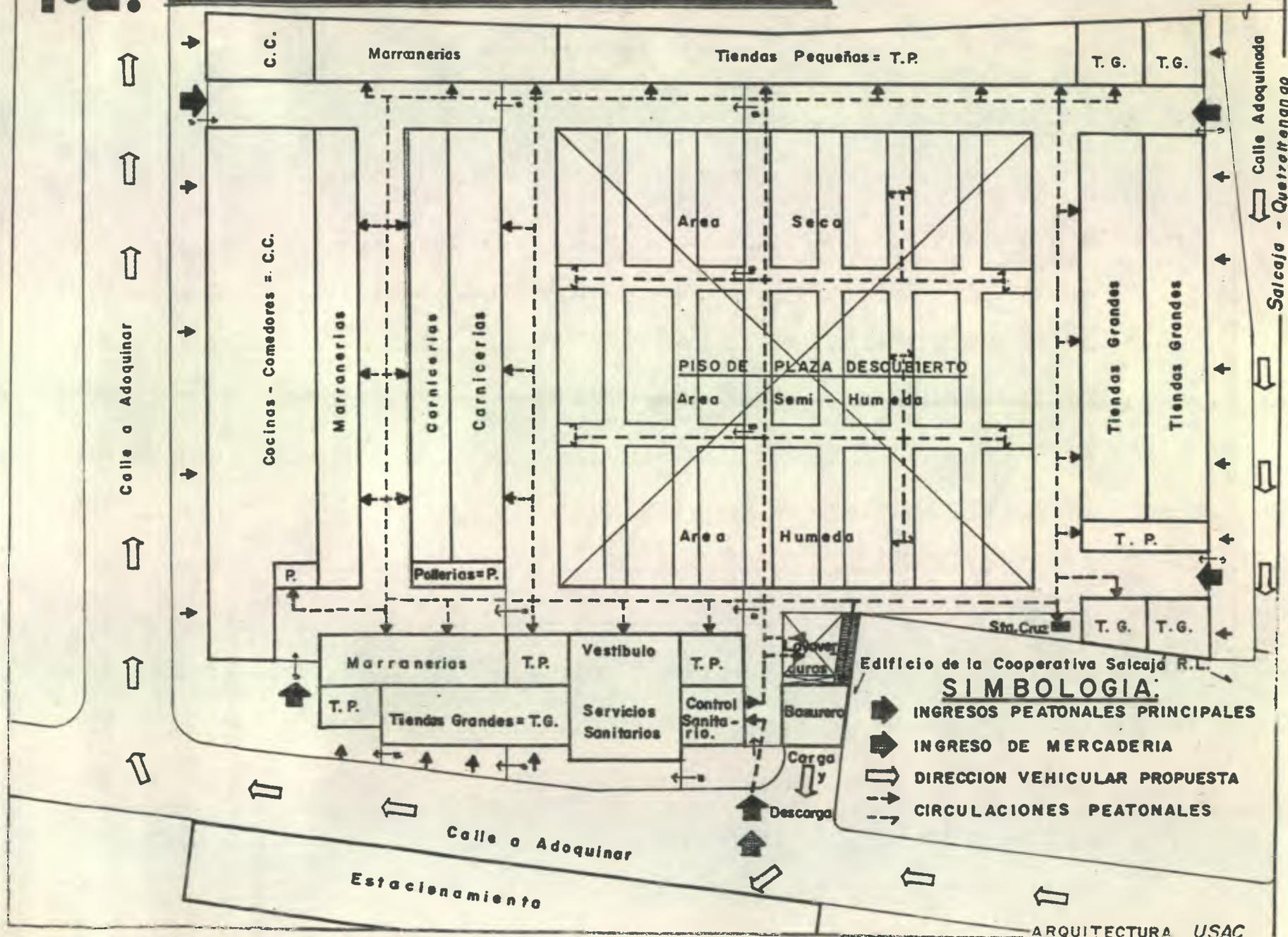
NOMENCLATURA:

- Relacion Directa
- Relacion Indirecta
- ◇ No Hay Relacion

No.	ACTIVIDAD:
1	Area de Estacionamiento
2	Area de Carga y Descarga
3	Basurero
4	Lavaverduras
5	Control para Servicios Sanitarios
6	Bodega de Limpieza
7	Control Sanitario
8	Bodega Decomisos
9	Piso de Plaza Descubierta
10	Tiendas Grandes
11	Tiendas Pequeñas
12	Marranerias
13	Carnicerias
14	Pollerias
15	Cocinas -
16	Area Administracion

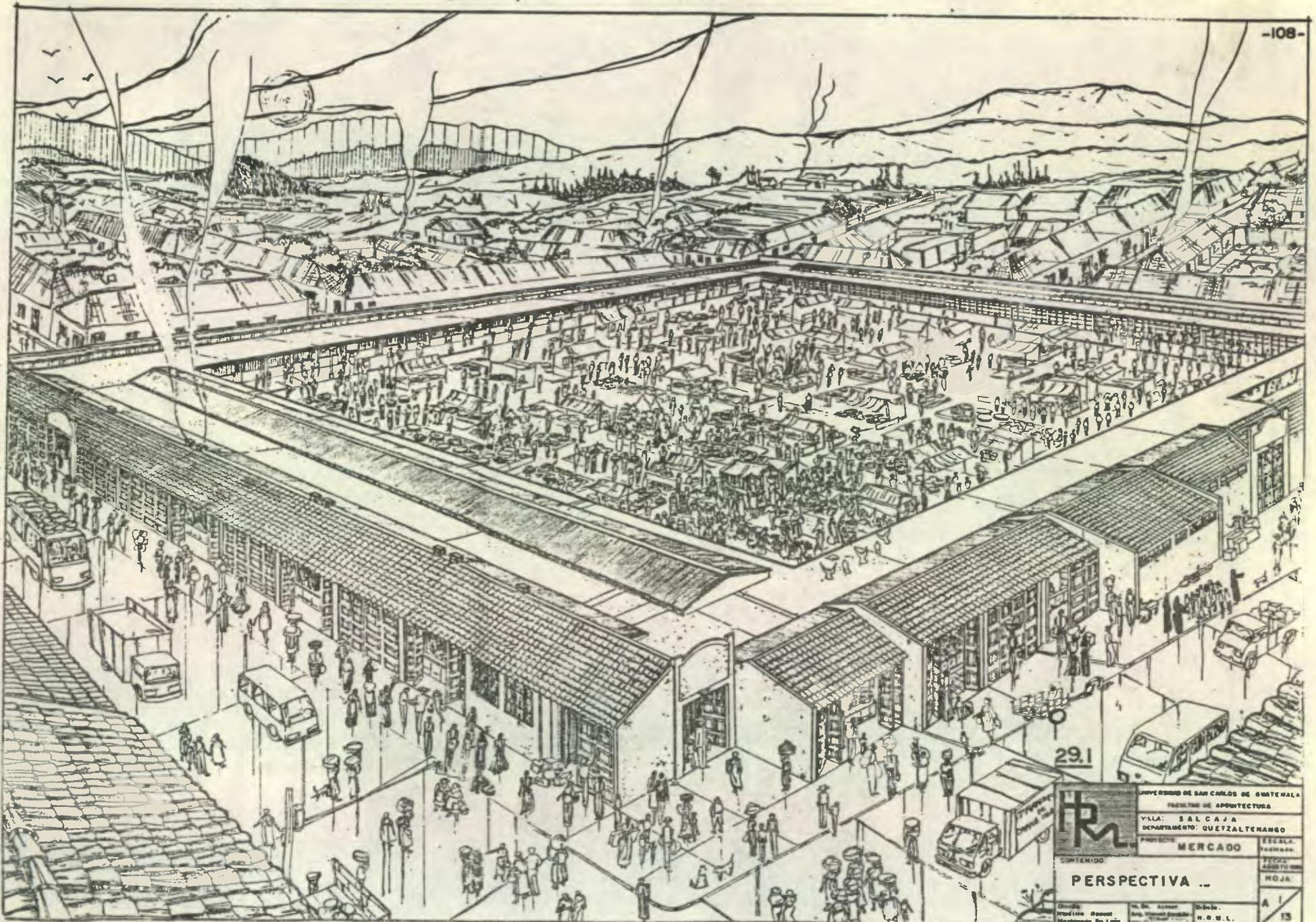
Salcajá - Quezaltenango

28 DIAGRAMA DE FUNCIONAMIENTO



29 - DESARROLLO DEL PROYECTO DEL MERCADO:**Arquitectura:**

	Hoja #
— A 1/13 PERSPECTIVA _____	108
— A 2/13 TOPOGRAFIA + CURVAS DE NIVEL _____	109
— A 3/13 IDENTIFICACION DE AMBIENTES _____	110
— A 4/13 PLANTA DE COTAS + NIVELES _____	111
— A 5/13 PLANTA DE ACABADOS _____	112
— A 6/13 ELEVACIONES + SECCION _____	113
— A 7/13 SECCIONES _____	114
— A 8/13 PLANTA DE TECHOS _____	115
— A 9/13 DETALLES DE COCINA Y CHIMENEA _____	116
— A 10/13 DET. ARQ. DE MARRANERIAS, CARNICERIAS Y BASURERO _____	117
— A 11/13 DETALLES SANITARIOS _____	118
— A 12/13 DETALLES DE PUERTAS _____	119
— A 13/13 DETALLES DE VENTANAS + TABLAMEN _____	120



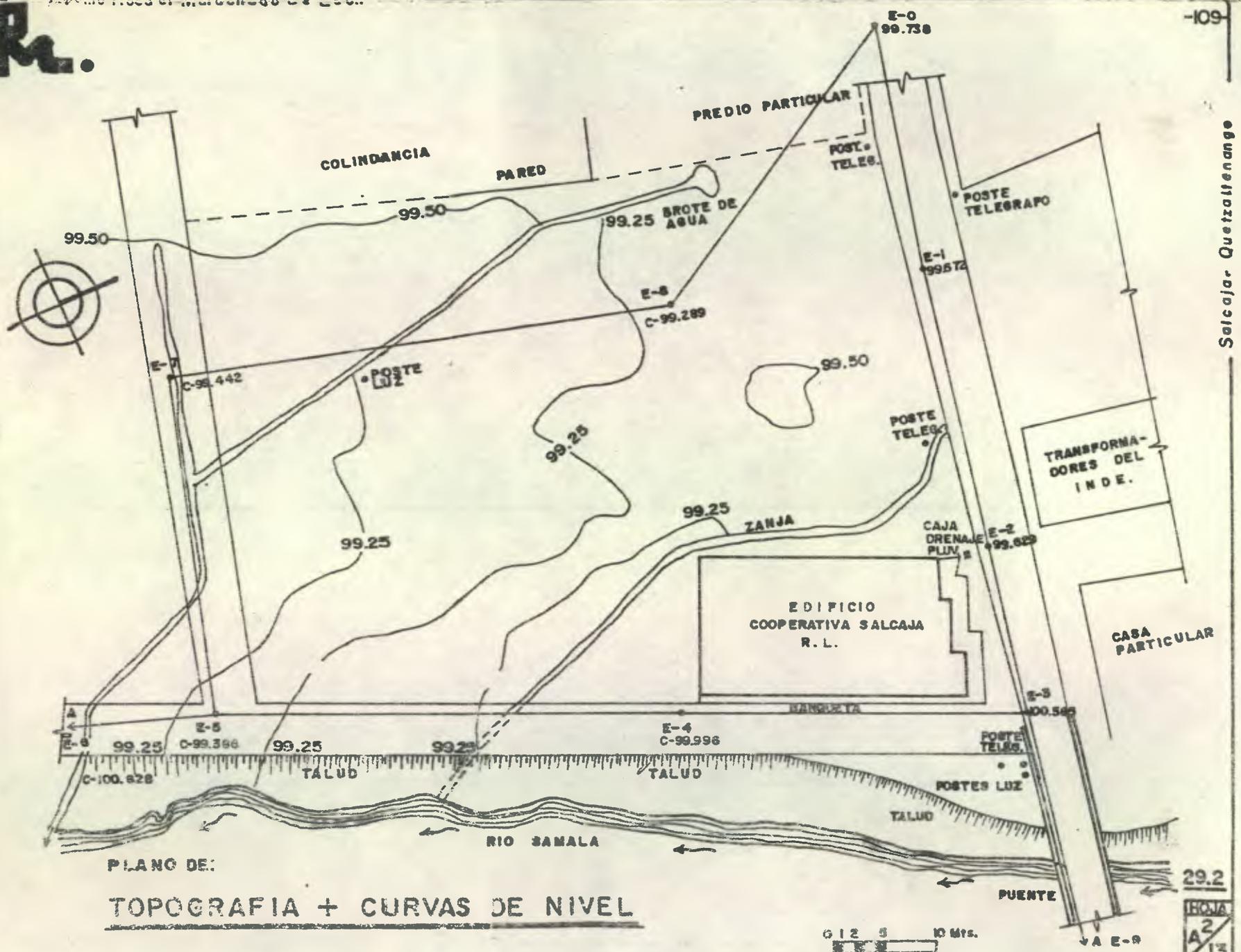
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 FACULTAD DE ARQUITECTURA
 VILLA: SALCAJA
 DEPARTAMENTO: QUEZALTENANGO
 PROYECTO: MERCADO
 ESCALA: 1:500
 FECHA: 29.1
 HOJA: A / 13

CONTENIDO:
PERSPECTIVA ..

Autores:
 Modesto Rosset
 Maximiliano de León

Dirigido por:
 Arquitecto Jefe
 Maximiliano de León

Ordo de:
 N. O. S. L.



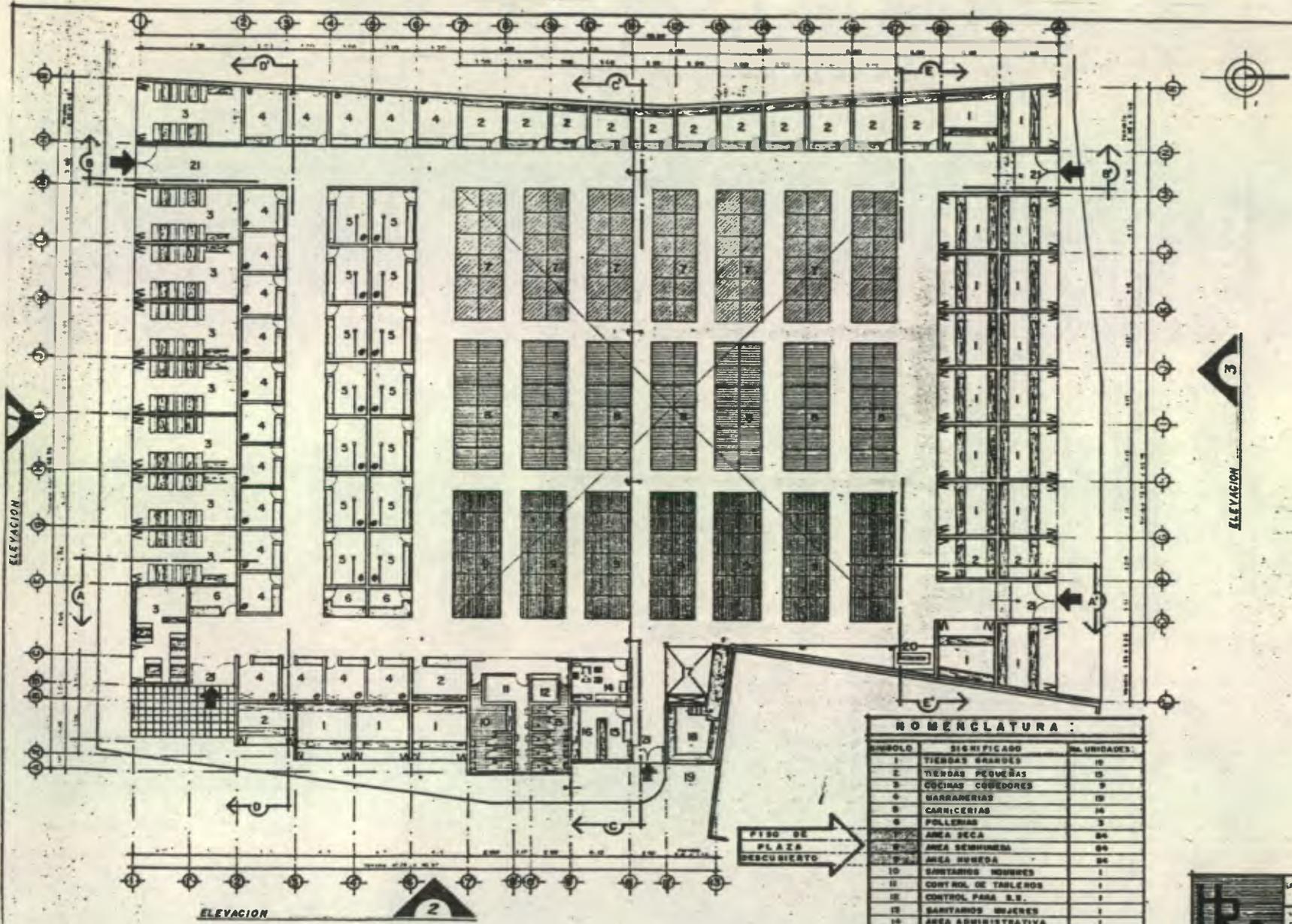
Salcaja Quetzaltenango

PLANO DE:
TOPOGRAFIA + CURVAS DE NIVEL

ESCALA GRAFICA: 10 Mts.

ARQUITECTURA USAC

HOJA
 2
 13



PLANTA DE IDENTIFICACION AMBIENTES

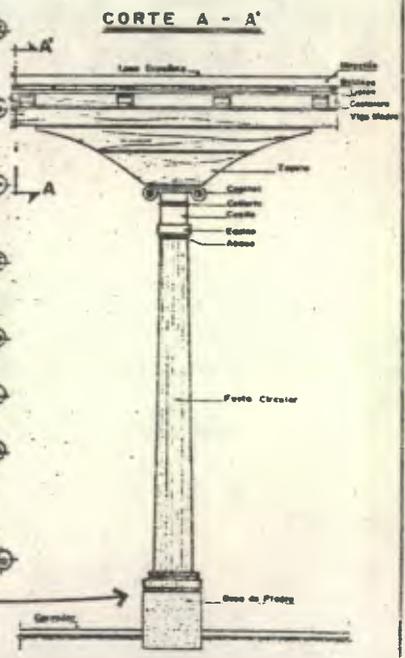
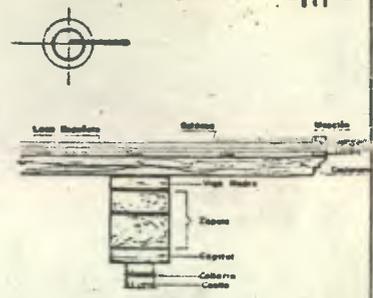
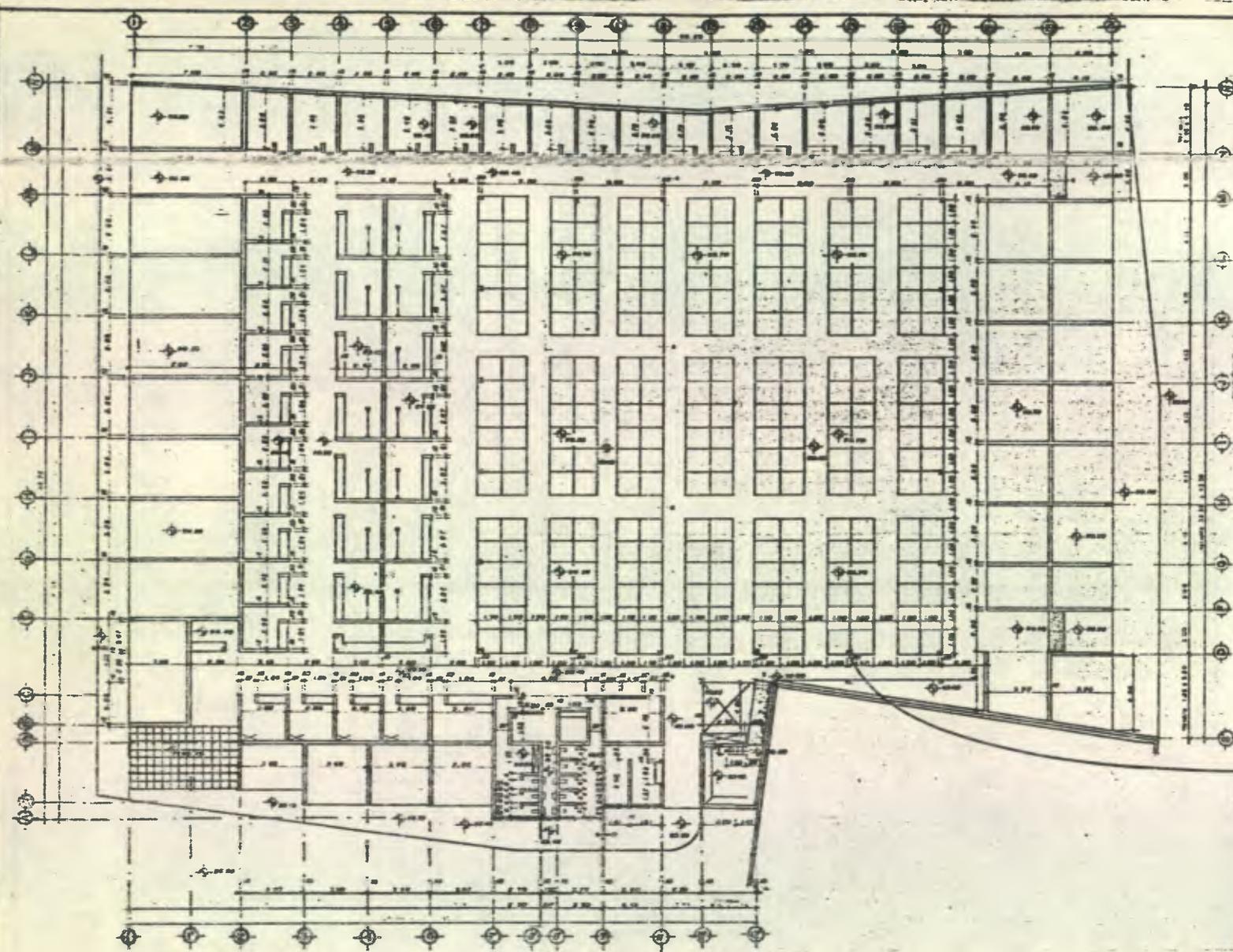


NOMENCLATURA :

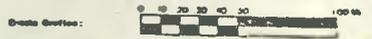
SIMBOLO	SIGNIFICADO	NAL. UNIDADES
1	TIENDAS GRANDES	10
2	TIENDAS PEQUEÑAS	15
3	COCINAS COQUEADORES	9
4	BARRANERIAS	19
5	CARNICERIAS	14
6	POLLERIAS	3
7	AREA SECA	84
8	AREA SEMIHUMEDA	84
9	AREA HUMEDA	84
10	SANTARIOS HOMBRES	1
11	CONTROL DE TABLEROS	1
12	CONTROL PARA S.E.	1
13	SANTARIOS MUJERES	1
14	AREA ADMINISTRATIVA	1
15	CONTROL SANITARIO	1
16	BODEGA DECOMISOS	1
17	LAVABORNAS	1
18	SANITARIO	1
19	AREA DE CARGA Y DESCARGA	1
20	ALTAR A LA SANTA CRUZ	1
21	INGRESOS PRINCIPALES	5

29.3

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 FACULTAD DE ARQUITECTURA
 VIALA SALCABA
 DEPARTAMENTO QUETZALTENANGO
 PROYECTO **MERCADO**
 CONTENIDO IDENTIFICACION DE AMBIENTES...
 HOJA 3
 A 3
 13



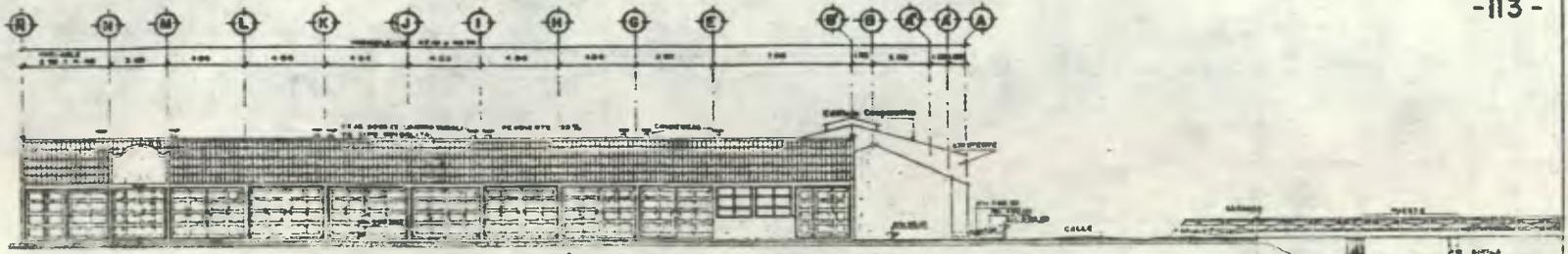
COLUMNA TIPICA 29.4



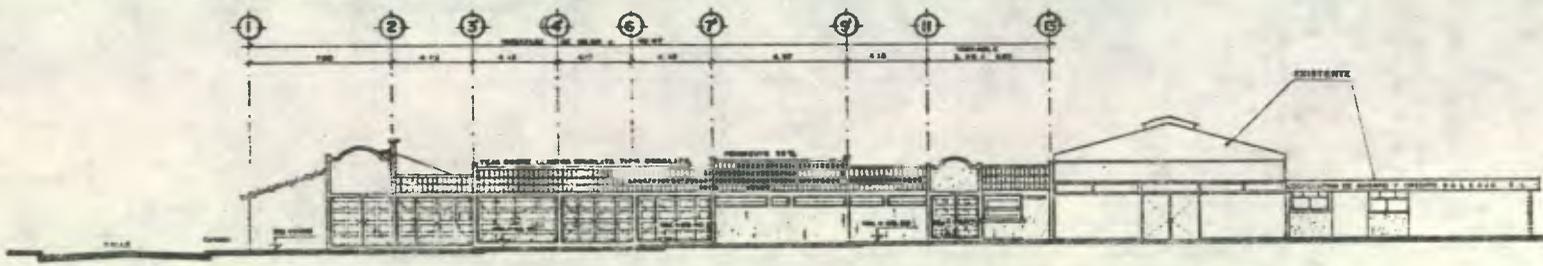
PLANTA DE COTAS + NIVELES



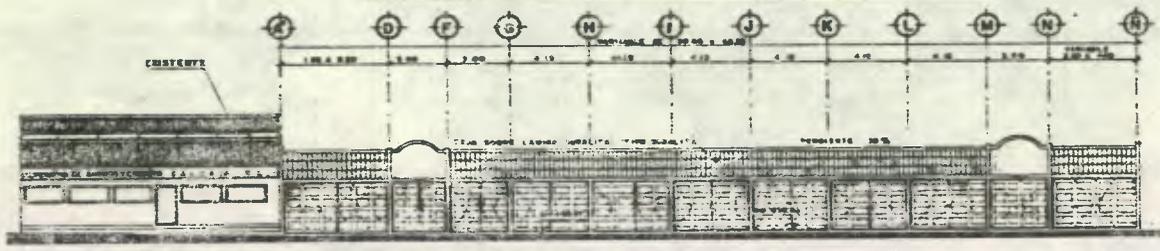
	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	No. 1 10 de Abril 1958
	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
VILLA SALCAJA DEPARTAMENTO QUETZALENTENANGO		No. 4 10 de Abril 1958
MERCADO		
CONTENIDO		
PLANTA DE COTAS + NIVELES		
Dibujo: [Name] Escala: [Scale] Elaborado por: [Name]	No. de Proyecto: [Number] No. de Hoja: [Number]	No. de Hoja: [Number] No. de Hoja: [Number]



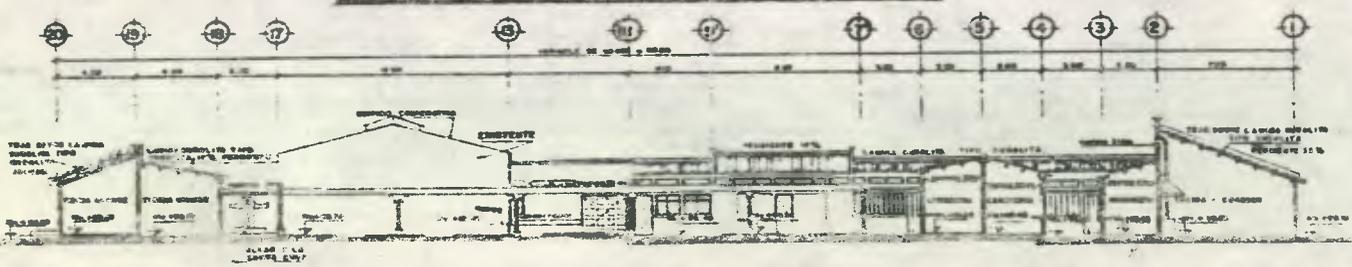
ELEVACION



ELEVACION



ELEVACION



SECCION A - A'

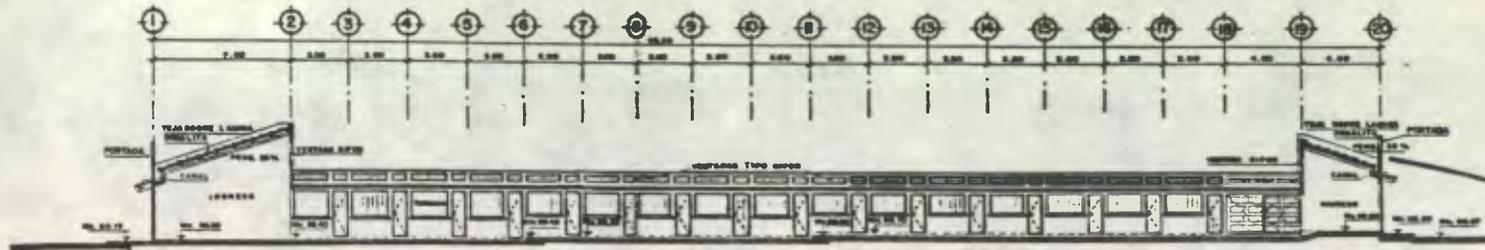
A - A'

29.6

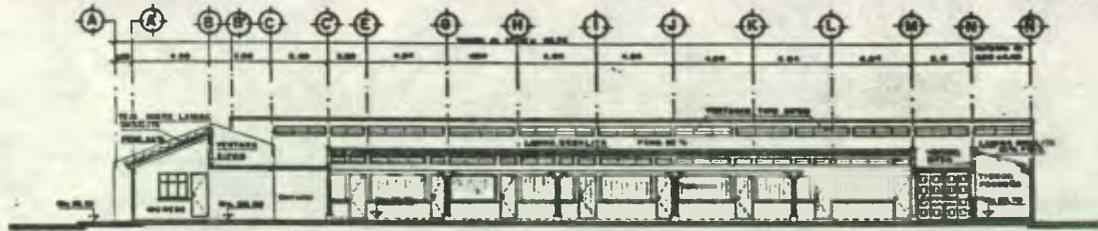
Escala Grafica.



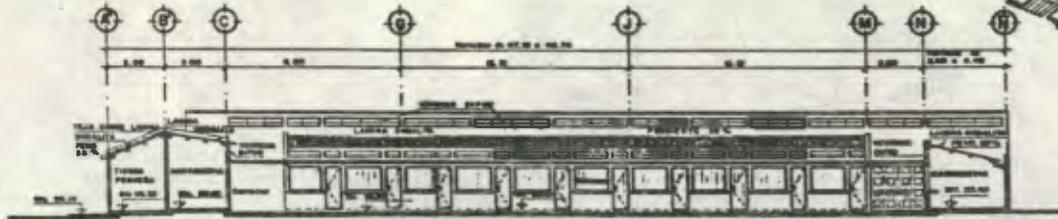
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
CALLE SALCADA	
REPARTICION GUATEMALA	
MERCADO	
ESCALA INDICADA	1:500
FECHA	1958
ELEVACIONES + SECCION..	
Diseno	Arquitecto
Dibujado	Arquitecto
Materializado	Arquitecto
A6	
13	



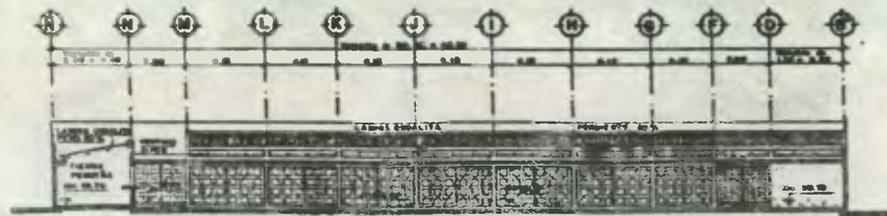
SECCION B - B'



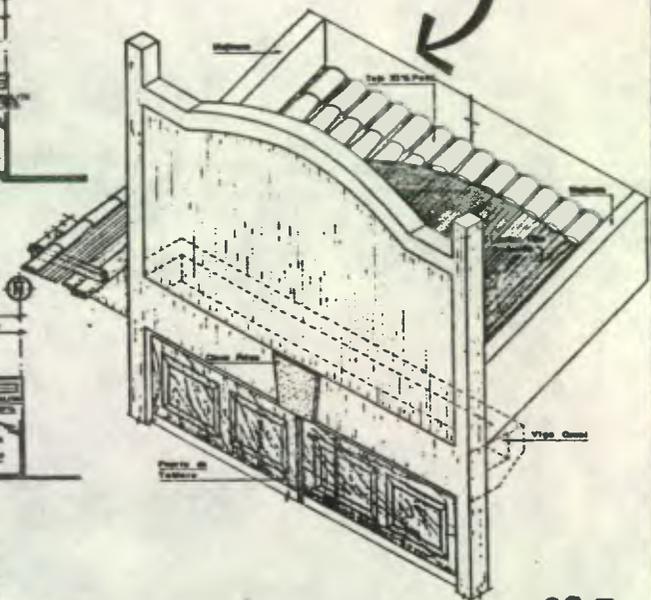
SECCION C - C'



SECCION D - D'



SECCION E - E'



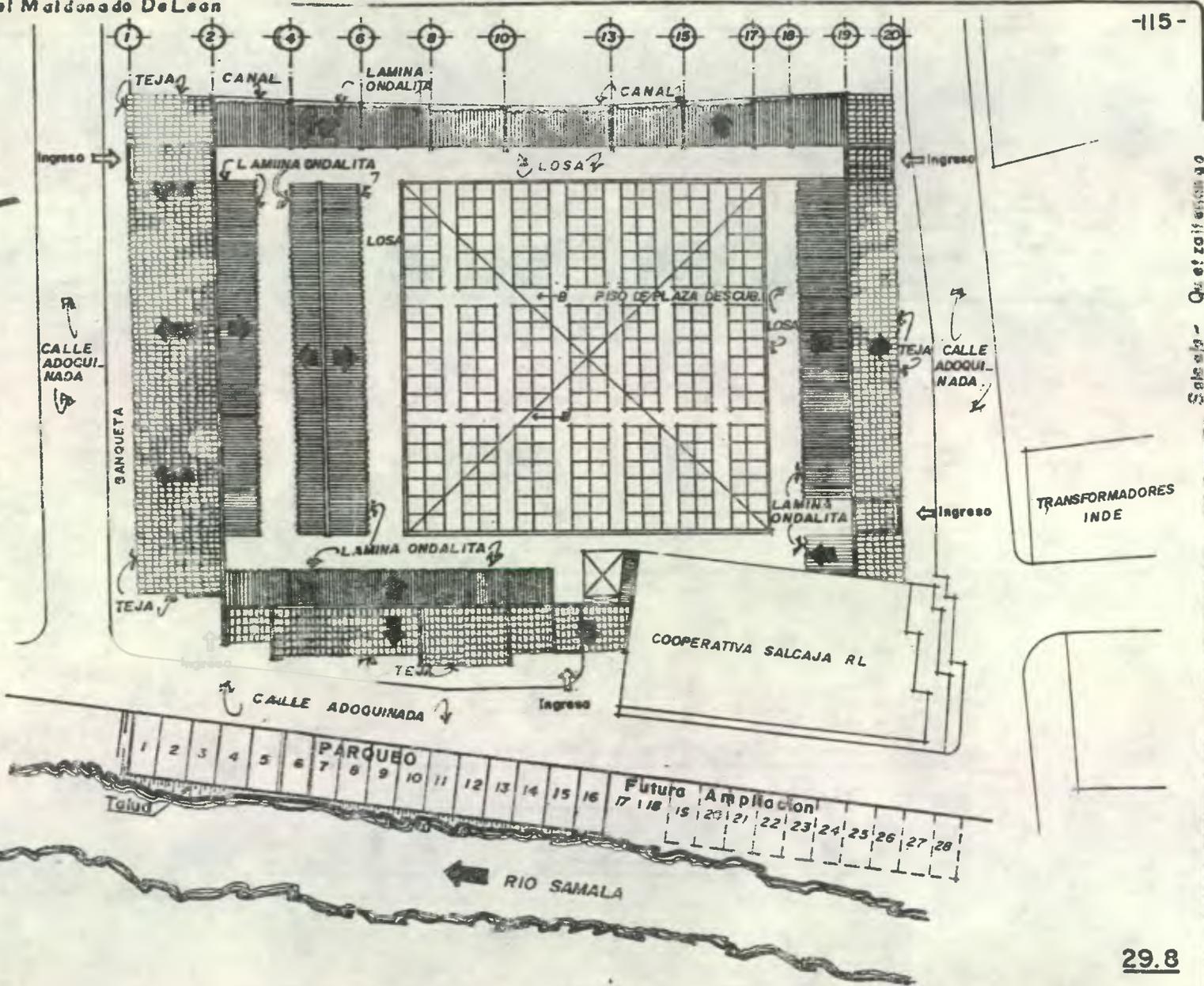
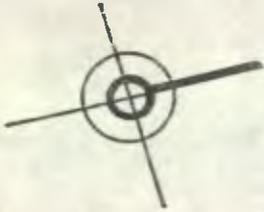
ISOMETRICO DETALLE DE PORTADA

29.7

ESCALA GRAFICA: 1:100

ESCALA GRAFICA: 1:100

	INSTITUCION DE SAN CARLOS DE GUATEMALA FACULTAD DE ARQUITECTURA	
	VIAL: SALCAJA DEPARTAMENTO QUETZALTENANGO	
	PROYECTO: MERCADO	ESCALA: MERCADO
	SECCIONES	
HOJA: 7		
A 7		
15		



PLANTA DE TECHOS

ESCALA GRAFICA:

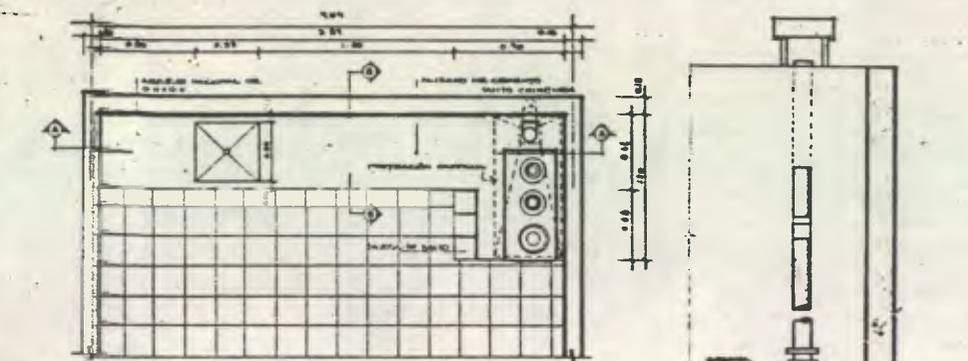


29.8

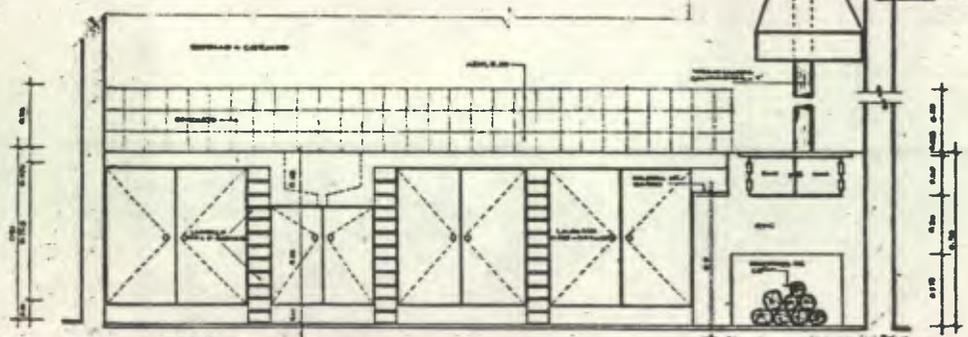
HOJA
A 6
13

ARQUITECTURA USAC.

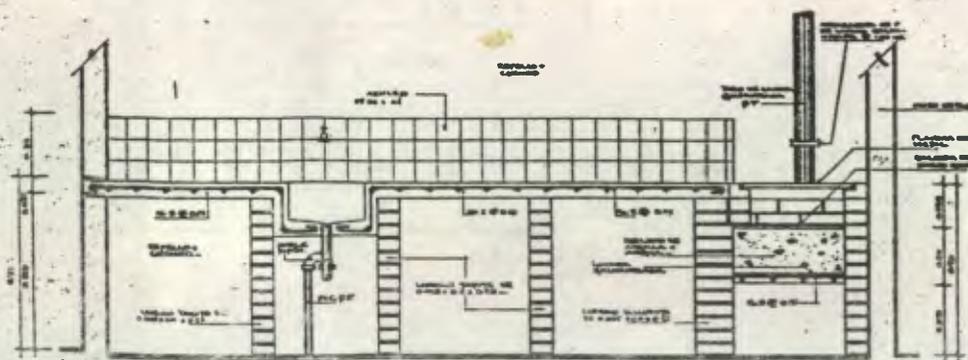
Salcaja - Cooperativa



PLANTA DE COCINA-COMEDOR



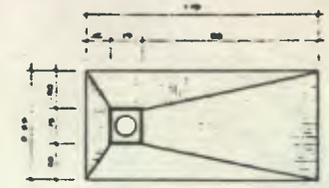
ELEVACION DE COCINA (AREA DE TRABAJO)



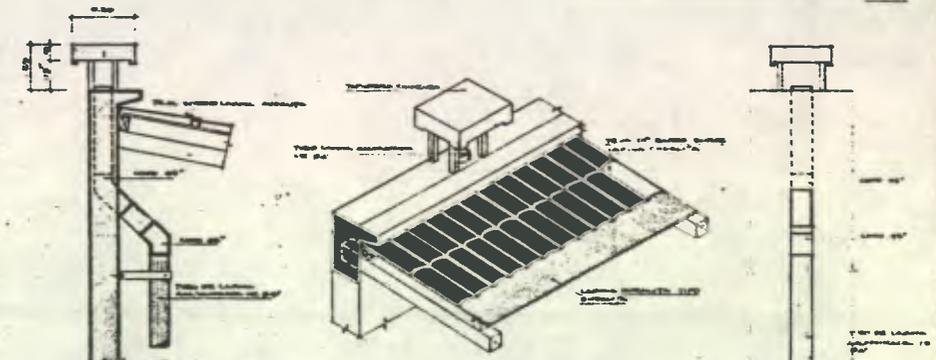
CORTE EN A-A



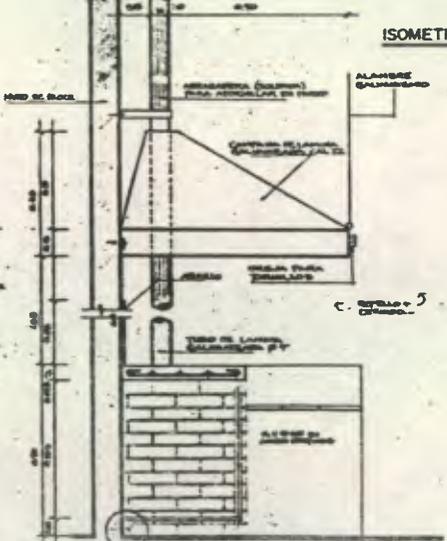
GARGANTA DE CHIMENEA



PLANTA DE CAMPANA CHIMENEA



ISOMETRICA CHIMENEA



VER DETALLE No. 1

CORTE EN B-B

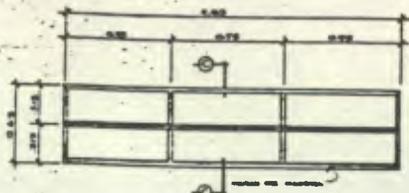
ELEVACION CHIMENEA



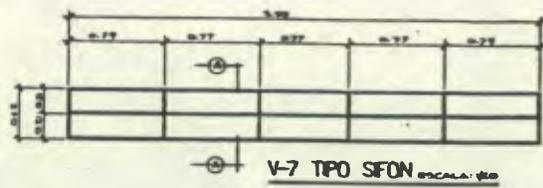
DETALLE No. 1 ISOMETRICO

29.9

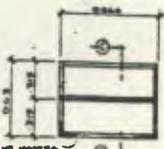
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA		FACULTAD DE ARQUITECTURA	
CALLE SALCAJA		DEPARTAMENTO QUETZALTENANGO	
CARRERA		MERCADO	
CONTENIDO:		ESCALA	
PLANTA; ELEVACION; SECCION +		INDICADA	
DETALLES DE ESTUFA Y CHIMENEA		FECHA	
DE COCINA - COMEDOR.		NOVA	
Diseño: [Nombre]		A 9	
Revisión: [Nombre]		13	
Escalera: [Nombre]			
Fecha: [Fecha]			
Lugar: [Lugar]			



V-1 TIPO SIFON ESCALA 1/20



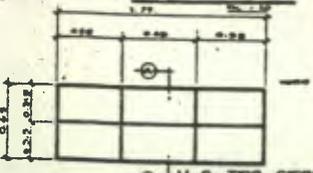
V-7 TIPO SIFON ESCALA 1/20



V-2 TIPO SIFON



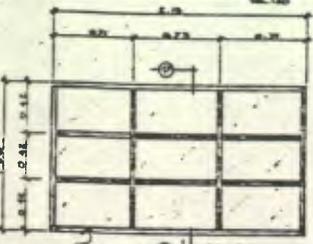
V-8 TIPO SIFON



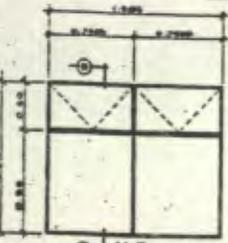
V-3 TIPO SIFON



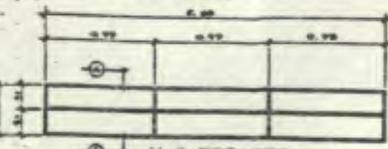
V-9 TIPO SIFON



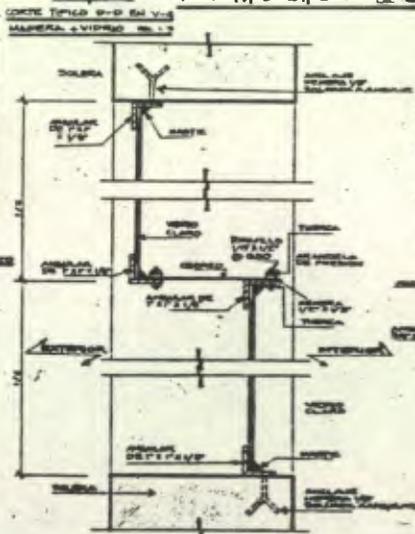
V-4 NORMALIZADA



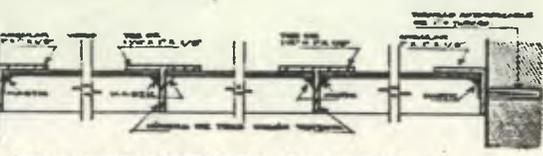
V-5 NORMALIZADA



V-6 TIPO SIFON



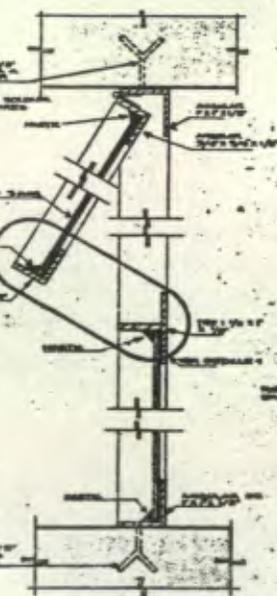
CORTE TÍPICO A-A VENTANA SIFON ESCALA 1/20



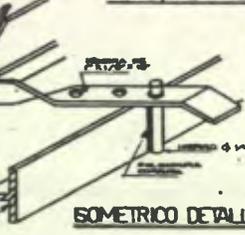
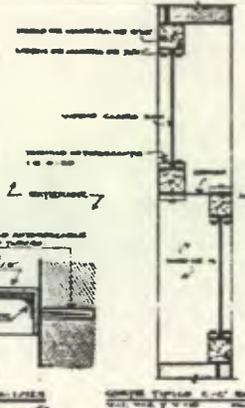
CORTE TÍPICO LONGITUDINAL DE VENTANA ESCALA 1/20

NOTA IMPORTANTE:

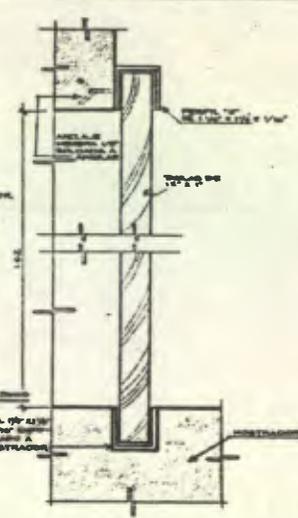
LAS VENTANAS V-1, V-2, V-3, V-4 TIPO SIFÓN, ASÍ COMO LA V-4 SERÁN DE ESTRUCTURA DE MADERA + VIDRIO; YA QUE LAS MISMAS DAN HACIA EL EXTERIOR, EL RESTO DE VENTANAS SERÁN DE HIERRO + VIDRIO, LAS AISLADAS HACIA EL INTERIOR DEL MERCADO, LAS COMUNICACIONES DE VIDRIO EN LA PARTE INTERIOR DE LOS AMBIENTES, VER SECCIONES ADJUNTAS...



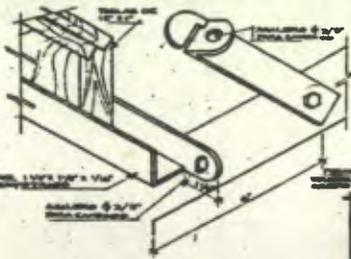
CORTE B-B EN VENTANA ESCALA 1/20



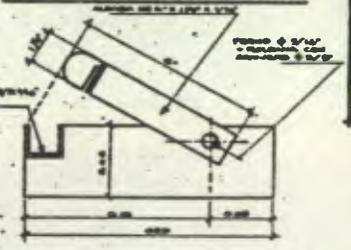
SOMETRICO DETALLE 1 ESCALA 1/20



DETALLE DE TABLAMENTO ESCALA 1/20



SOMETRICO ALDABA TABLAMENTO ESCALA 1/20



ELEVACION ALDABA PARA TABLAMENTO ESCALA 1/20

ESPECIFICACIONES:
 TODAS LAS ESTRUCTURAS DE VIDRIO DEBERÁN SER RESISTENTES CON PINTURA ANTICORROSIÓN TIPO MARCO NEGRO MARC DE VIDRIO RESISTENTE CON DOS MANOS DE PINTURA DE ESMALTE TIPO MARCO NEGRO MARCA N.º 100 DE KATIVO O SIMILAR.
 DEBERÁN SER ELECTROFUNDIDAS DE ALTA RESISTENCIA, DE 1/2" DE ESPESOR, DEBERÁN LLENARSE LAS MEDIDAS PARA LLENAR UN ACABADO IMPERMEABLE.
 LAS PARTES EXTERIORES DEBEN SER PULIDAS EN AMBOS LADOS SIN HERRILLAS EN SUPERFICIES PLANAS, ACABADOS LIGEROS Y DEBE SER UN TONOS PARA DE 17" DE LA LINEA MADERA OSCURA, SIN COPOLIMEROS, PUNTO, PLASTIFICANTES, IMPURIFICACIONES, DEBERÁ SER MADERA TIPO "A" DE PRIMER CLASE CON DOS MANOS DE BOLSADOR N.º 600 O SIMILAR, LUEGO DOS MANOS DE ESMALTE COLORES NEGRO N.º 100 DE KATIVO O SIMILAR, EN TODAS LAS SUPERFICIES ANTES DE LOS ACABADOS FINALES EN LAS OBRAS APLICAR DOS MANOS DE PINTURA CLOROFILAS...

PLANILLA DE VENTANAS				
TIPO	N.º UNIDADES	ANCHO	ALTO	MATERIAL
V-1	8	1.50	0.53	madera + vidrio (sifon)
V-2	1	1.50	0.53	madera + vidrio (sifon)
V-3	1	1.70	0.53	madera + vidrio (sifon)
V-4	2	1.70	1.20	madera + vidrio
V-5	2	1.40	1.20	madera + vidrio
V-6	20	1.50	0.53	madera + vidrio (sifon)
V-7	21	1.50	0.53	madera + vidrio (sifon)
V-8	1	1.50	0.53	madera + vidrio (sifon)
V-9	2	1.70	0.53	madera + vidrio (sifon)

29.13

UNIVERSIDAD DE BACHULOS DE MATERIA
 FACULTAD DE ARQUITECTURA
 VILLA SALCASA
 DEPARTAMENTO QUETZAL VERMADO
 PROYECTO **MERCADO**
 ESCALA **MERCADO**
 FECHA **MAYO 1998**
 HOJA **13**

CONTENIDO
DETALLES DE VENTANAS Y TABLAMENTO..

Escala: **1/20**
 Autor: **Roberto**
 Diseñador: **Roberto**
 Director de Obra: **Roberto**



Hipólito Rocael Maldonado De León

CAPITULO



Salcaja - Quetzaltenango

ARQUITECTURA USAC.

**30. ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERO DEL PROYECTO DE MERCADO**

Para concretar físicamente el Proyecto de Mercado para la Villa de Salcajá, se hace necesario analizar los recursos económicos con que cuenta la Municipalidad y ver, de acuerdo a la propuesta de nuevas tarifas para este proyecto, el autofinanciamiento del mismo.

31. ANALISIS FINANCIERO DE LA MUNICIPALIDAD

El Presupuesto Municipal de Ingresos y Egresos del año 1989, refleja los siguientes montos:

PRESUPUESTO DE INGRESOS 1989

<u>Ingresos Corrientes:</u>	Q.	108 223	100	%
Ingresos Tributarios	Q.	36 094	33.4	%
Transferencias Corrientes recibidas	Q.	39 289	36.3	%
Ingresos No Tributarios	Q.	32 840	30.3	%
<u>Ingresos de Capital:</u>	<u>Q.</u>	<u>329 387</u>	<u>100</u>	<u>%</u>
Transferencias de Capital Recibidas:	Q.	329 387	100.00	%
TOTAL:	<u>Q.</u>	<u>437 610</u>	<u>100.00</u>	<u>%</u>



Presupuesto de Egresos:

Gastos de Funcionamiento	Q. 104 283	24.0 %
Inversión costo	Q. 305 800	70.0 %
Gastos de deuda pública	Q. <u>27 587</u>	<u>6.0 %</u>
TOTAL:	Q. 437 610	100 %
	=====	=====

Como se observa dentro de los rubros de ingresos corrientes, el correspondiente a transferencias recibidas es el de mayor importancia (36.3%), quedando en segundo lugar el de ingresos tributarios (33.4%) y finalmente los ingresos no tributarios (30.3%). Lo anterior refleja que las municipalidades no tienen capacidad administrativa, equipo y técnica para implantar un sistema eficiente de recaudación, lo que hace necesario que el INFOM les preste su asistencia y asesoría para generar sus ingresos y financiar adecuadamente sus egresos. En los Ingresos de Capital, las transferencias recibidas por concepto del 8% Constitucional son los de mayor importancia que sin los cuales los municipios no podrían financiar proyectos de beneficio colectivo para las poblaciones del interior del país. El Estado tendría que hacer donaciones y subsidios, práctica no muy recomendable. En relación al Presupuesto de Egresos, se observa que los de funcionamiento absorben un 24.0 % del total de los mismos, le sigue lo relacionado con la deuda pública. Los Egresos por inversión son considerables pero éstos llevan un beneficio para la colectividad por los servicios que brindarán, sean éstos principalmente por inversión social, educativa y de salud. Se financia con el 8% Constitucional y Préstamos del INFOM y del BID.

**32 PRESUPUESTO:**

PROYECTO: Mercado
 VILLA: SALCAJA
 DEPARTAMENTO: QUETZALTENANGO
 ETAPA: PRIMERA

HOJA No. 1 DE 2
 FECHA: Agosto de 1989
 DISEÑADOR: Rocael Maldonado
 CALCULO: Rocael Maldonado
 COSTO: Q. 889 200,00

No. RENG	FASE DEL PROYECTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	COSTO DE MANO DE OBRA	COSTO DE MATERIALES		TOTAL DE LOS RENGLONES
						LOCALES	DE LA CIUDAD	
I	Preliminares	3 414.50	m2	7,792	12,120.35	14 484.00	-	26 604.35
II	Cimentación	938.00	m1	57.317	15,128.55	8 019.70	30 615.20	53 763.45
III	Levantado de muros	2 089.00	m2	12.977	7 520.40	285.00	19 303.90	27 109.30
IV.	Muro de conteción de piedra	105.75	m3	40.196	1 057.50	2 615.00	578.20	4 250.70
V.	Columnas	1 914.27	m1	20.213	7 375.40	11 159.70	20 157.35	38 692.45
VI	Soleras + vigas + mostradores	2 861.80	m1	14.831	10 043.11	10 892.00	21 507.15	42 442.26
VII	Agua Potable	376.17	m1	9.300	885.94	-	2 612.78	3 498.72
VIII	Artefactos Sanitarios	16.00	U	259.000	264.00	-	3 880.00	4 144.00
IX	Drenaje	940.00	m1	14.142	5 033.13	4 819.91	3 440.56	13 293.60
X	Electricidad	453.00	U	157.474	11 624.00	-	59 711.52	71 335.52
XI	Cubierta	3 405.00	m2	18.024	16 455.50	27 697.50	17 220.25	61 373.25
XII	Puertas	133.00	U	624.00	1 779.00	80 251.20	961.20	82 991.40
XIII	Ventanas + tablamen	97.00	U	217.961	4 170.00	1 990.45	14 981.79	21 142.24
XIV	Equipamiento	116.00	U	88.736	1 263.50	609.50	8 420.33	10 293.33
XV	Acabados	14 130.00	m2	3.611	20 332.85	2 860.00	27 826.68	51 019.53
XVI	Pisos	2 162.15	m2	18.407	11 251.53	12 032.00	31 240.70	54 524.23
XVII	Adoquinado	1 700.00	m2	16.453	1 844.50	2 125.00	24 000.00	27 969.50
XVIII	Andamiaje	Global	-	-	1 000.00	1 000.00	500.00	2 500.00
XIX	Limpieza final	3 414.50	m2	0.942	1 850.00	-	-	1 850.00
			VAN		130 999.26	180 840.96	286 957.61	598 797.83

Salcaja - Quetzaltenango



PRESUPUESTO:

HOJA No. 2 DE 2

PROYECTO: MERCADO

FECHA: Agosto de 1989

VILLA: SALCAJA

DISEÑADOR: Rocael Maldonado

DEPARTAMENTO: QUETZALTENANGO

CALCULO: Rocael Maldonado

ETAPA: PRIMERA

COSTO: 889 200.00

Salcaja - Quetzaltenango

No. RENG.	FASE DEL PROYECTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	COSTO DE MANO DE OBRA	COSTO DE MATERIALES		TOTAL DE LOS RENGONES
						LOCALES	DE LA CIUDAD	
			COSTO DIRECTO		130 999,26	180 840,96	286 957,61	598 797,83
XX	Herramienta	Global	-	-	-	-	2 000,00	2,000,00
XXI	Transporte camionada de 200 qq	54,00	camionad.	780	-	-	42 120,00	42 120,00
XXII	Administración de campo							9 600,00
XXIII	Prestaciones Laborales							71 826,89
XIV	IGSS 6%							10 453,74
XXV	Imprevistos 10%							73 479,85
XXVI	Gastos Técnicos							80 827,83
							Q.	889 106,14
					COSTO TOTAL		Q.	889 200,00
					De donde Q. 889 200,00 ÷ 2885 m2			
					Nos da Q. 308,00/m2			
					Administración de campo = 10 meses			
					1 Maestro de obra = Q. 15,00			
					1 Soderuero Planillero = Q. 10,00			
					1 Guardián = Q. 7,00			

34. ANALISIS FINANCIERO DEL PROYECTO:

El proyecto es viable en toda su extensión y por la propensión de los usuarios o arrendatarios a participar activamente en el proceso de financiamiento del costo del proyecto.

Esta situación permitirá que la Municipalidad reciba ingresos sustanciales, siempre que se ajusten tarifas racionales para que los arrendatarios de los locales del proyecto paguen el alquiler de los mismos y de esa forma el proyecto sea autofinanciable. Se sugiere que se cobre la siguiente tarifa, así:

Tipo de local:	Costo Q./mes
1. Local comercial grande (tienda) exterior y atención al Piso de Plaza descubierto.	Q. 30.00
2. Cocinas-Comedores:	Q. 30.00
3. Local Comercial pequeño (tienda) interior	Q. 25.00
4. Arrendamiento de baterías de Servicios Sanitarios	Q. 30.00

PISO DE PLAZA DESCUBIERTO

<u>Tipo de Puesto:</u>	<u>Area:</u>	<u>Q./DIA/M²</u>	<u>Q./UNID./DIA</u>
Sector húmedo	2.25	0.333	0.75
Sector Semihúmedo	2.25	0.333	0.75
Sector Seco	2.25	0.333	0.75



35. INGRESOS DEL MERCADO:

En el supuesto que se aprueben las tarifas sugeridas, la Municipalidad percibirá ingresos por los siguientes rubros:

INGRESOS ESTIMADOS DEL MERCADO
SALCAJA, QUETZALTENANGO
(En Quetzales)

	AMBIENTE	UNIDADES	TARIFAS	MES	AÑO
1	Tiendas grandes exteriores	11	30	330	3960
2	Tiendas grandes interiores	8	25	200	2400
3	Tiendas pequeñas exteriores	2	25	50	600
4	Tiendas pequeñas interiores	13	25	325	3900
5	Cocinas-Comedores	9	30	270	3240
6	Marranerías	19	25	475	5700
7	Carnicerías	14	25	350	4200
8	Pollerías	3	25	75	900
9	Piso de plaza descubierto área seca	84	0.75	630	7560
10	Piso de plaza descubierto área semihúmeda	84	0.75	630	7560
11	Piso de plaza descubierto área húmeda	84	0.75	630	7560
12	Servicio Sanitarios Mujeres	1	15	15	180
13	Servicios Sanitarios Hombres	1	15	15	180
		<u>333</u>		<u>3995</u>	<u>47940</u>
		=====		=====	=====

Las cifras indican que la Municipalidad percibirá ingresos mensuales por Q.3 995 ó Q.47 940 anuales, siempre que se fijen las tarifas sugeridas. Denotan también que el proyecto es sumamente rentable y no afectaría los demás rubros de ingresos de la Villa de Salcajá.

35.1 **COSTOS:**

El costo total del proyecto es de Q.889,200.00 que en términos económicos se reduce a Q.681,893.00 respecto a los gastos de mantenimiento éstos se estiman en Q.1,731.00 anuales y los gastos de operación en Q.6,318.00.

35.2 **Inversión:**

A nivel de prefactibilidad, el proyecto plantea una inversión estimada en Q.889,200.00, lo que promediado entre el número de metros cuadrados (2,885 mts.²) de construcción, nos da un costo de Q.308.00 por metro cuadrado. Se estima que este costo está dentro de los niveles lógicos de construcción.

35.3 **Estudios Financieros:**

De acuerdo a la estimación de los ingresos que se percibirán al fijar las nuevas tarifas sugeridas, se obtendría un ingreso bruto de Q.47,940.00 anuales, correspondiente a los locales o tiendas a arrendar y el pago de servicios.

Deduciendo los Q.22,917.00 de gastos de mantenimiento, administración y operación anuales, nos da una cantidad neta de Q.25,023.00; estos ingresos netos al multiplicarlos por 8.76% que es el coeficiente de capacidad de crédito para municipalidades de Tercera Categoría, caso específico de la Villa de Salcajá, a un período de 15 años plazo, tiempo acordado para proyectos de mercado. Tanto el porcentaje como el tiempo son parámetros empleados por el Instituto de Fomento Municipal -INFOM-.

Esto generará un autofinanciamiento de Q.219,201.00, los que pueden utilizarse como garantía de crédito.

35.4 **Aporte Constitucional:**

De acuerdo a la Constitución Política de la República, la Municipalidad de la Villa de Salcajá, recibirá por concepto del 8% la suma de Q.329,387.00 en 1989.



36. **GASTOS GENERADOS POR EL PROYECTO:**

Para la Administración del proyecto referido, se calcula en Q.7,800.00 anuales, en sueldos más el 6% de prestaciones sociales que incluye el IGSS, vacaciones y aguinaldos.

Gastos de Operación: estos se calcularon tomando el área por metros cuadrados de construcción del proyecto, sacándole el 30% a dicha área y luego multiplicarla por Q.7.30.

Gastos de mantenimiento: se realizó la misma operación anterior solo que se multiplicó por Q.2.00. Se hace referencia que éstos factores son utilizados para este tipo de proyectos en el INFOM. El siguiente cuadro nos da la estructura convenida:

GASTOS DEL PROYECTO

RENGLON	UNIDAD	SUELDO	ANUAL	VACACIONES	AGUINALDO	TOTAL
ADMINISTRACION						
Administrador	1	250	3 000	200	250	3 450
Conserjes del mercado	3	600	7 200	480	600	8 230
Guardián	1	200	2 400	160	200	2 760
IGSS 3% de Q.1050.00	-	31.5	378	---	---	378
GASTOS DE OPERACION						
2885 m ² x 30% x Q.7.30	-	--	6 318	---	---	6 318
GASTOS DE MANTENIMIENTO						
2885 m ² x 30% x Q.2.00	-	--	1 731	---	---	1 731
			21 027	640	1 050	22 917
			*****	*****	*****	*****

Salcaja - Quetzaltenango



Si las cifras estimadas de los posibles ingresos en comparación con los gastos, tendremos un saldo positivo de Q.25,023.00, tomando un horizonte de 20 años tendríamos ingresos así: Q.47,940.00 multiplicados por 20 años nos da Q.958,800.00 y si se realiza la misma operación con los gastos que son Q.22,917.00, nos da Q.458,340.00; por lo que al sacar la diferencia entre ingresos y gastos nos da un Superávit de Q.500,460.00.

37. PROPUESTA PARA FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO:

Tomando en consideración el autofinanciamiento del proyecto derivado de los ingresos netos estimados, la capacidad de crédito municipal y/o los fondos del 8% Constitucional y el posible subsidio del Banco Interamericano de Desarrollo -BID-, podría integrarse así:

37.1 FUENTE DE FINANCIAMIENTO:	ASIGNACION	PORCENTAJE
Fondos Propios Municipales**	Q. 268,000.00	30%
Préstamo con garantía del 8%	Q. 200,000.00	22%
Subsidio del BID	Q. 421,200.00	48%
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	Q. 889,200.00	100%
	=====	=====

** Indican los renglones financieros obtenidos a través de los Impuestos.

38. BENEFICIOS ECONOMICOS DEL MERCADO:

En virtud de que el proyecto es de trascendencia social, los parámetros de evaluación utilizados se orientan fundamentalmente al beneficio social que conlleva la construcción del mercado, por ejemplo:

- 38.1 Mejoramiento del aspecto urbano de la comunidad.
- 38.2 Se mejorará la accesibilidad de los productos de la canasta familiar o de primera

Salcaja - Quetzaltenango



necesidad.

- 38.3 *Al centralizar la actividad comercial se estará contribuyendo a que exista más higiene dentro del mercado, lo que indudablemente será de mucho beneficio, tanto para compradores como vendedores.*
- 38.4 *Los comerciantes tendrán seguridad de guardar sus productos en el interior del mercado, debido a que se contará con seguridad.*
- 38.5 *El Proyecto es necesario que se realice, pues beneficiaría a la población en general.*
- 38.6 *Descongestionará el tráfico y tránsito vehicular.*
- 38.7 *Al mejorar el sistema de comercialización, traerá beneficios económicos tanto a los comerciantes de la región como a la propia municipalidad.*



BIBLIOGRAFIA:



39. **BIBLIOGRAFIA:**

LIBROS:

- Ana María y Jorge Enrique Hardoy "LA PLAZA PUBLICA, UN ESPACIO PARA LA CULTURA". "Culturas". Tomo I, Vol. V, No.4. UNESCO 1978.
- Aguirre C., Estuardo "ARQUITECTURA SOCIAL DE PARTICIPACION", Proyecto experimental para el desarrollo municipal INFOM-BID. Impresos HERME. 1988.
- Coscia, Adolfo "COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS". Primera Edición 1978. Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires.
- Cortes, Hernán "CARTAS DE RELACION". Editorial Porrúa. México 1975.
- Balbas, L. Torres "LA EDAD MEDIA". Resumen Histórico del Urbanismo en España. Madrid 1954.
- López R., Felipe "ECONOMIA POLITICA". Editorial Porrúa. México 1977.
- Luján Muñoz, Luis "SINTESIS DE LA ARQUITECTURA EN GUATEMALA". Publicado en 1972.
- Rojas Lima, Flavio "ANTROPOLOGIA Y DESARROLLO DEL MARCO TEORICO DEL PROGRAMA DE DESARROLLO MUNICIPAL INFOM" Guatemala 1987.
- Tedeschi, Enrique "EL ESTUDIO DE LA ARQUITECTURA DE LA PLAZA DE ARMAS DE CUZCO, REALIZADO POR LOS ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD DE TUCUMAN, PERU".



- Vidal, Augusto "DICCIONARIO DE ECONOMICA POLITICA". Primera edición 1975. Editorial Grijalvo, Barcelona.
- UTHEA "DICCIONARIO ENCICLOPEDICO". Tomo VIII México 1953.
- UNESCO "CONVENCIONES Y RECOMENDACIONES DE LA UNESCO, SOBRE LA PROTECCION DEL PATRIMONIO CULTURAL". publicado en 1982. Paris.
- Webster McBryde, Félix "GEOGRAFIA CULTURAL E HISTORICA DEL SUR-OESTE DE GUATEMALA". Seminario de Interacción Social. 1969.

- TESIS DE GRADO:
- Arana Jiménez, Hugo Eliú "PROYECTO ARQUITECTONICO PARA UNA COOPERATIVA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TEJIDOS TIPICOS DE SALCAJA, QUETZALTENANGO". Guatemala, 1982. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.
- Cano y Menéndez "PLANIFICACION Y REGULACION DE CRECIMIENTO URBANO DE SAN MARCOS". Guatemala 1976. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.
- Castillo García, Manuel Alberto "ANALISIS DE LA VIVIENDA EN EL MUNICIPIO DE SOLOLA Y DE LAS PROPUESTAS POST-TERREMOTO" Guatemala 1981. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.
- Corado Salazar, Guillermo Wosvelí "PLAZA-MERCADO, CENTRO DE INTERCAMBIO PARA SAN JUAN OCTUNCALCO". Guatemala 1989. Tesis Facultad de Arquitectura -USAC-

- Búcaro Méndez, Hernan Arnoldo "MERCADO MUNICIPAL DE RIO HONDO, ZACAPA". Guatemala, 1981. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.
- Duarte Méndez, Sergio Constantino "MERCADO DE CHUPOL". Guatemala 1980. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.
- Guerra Tezen, Iris Asunción "ESQUEMA DE ORDENAMIENTO URBANO DE SALCAJA Y PUESTA EN VALOR DE LA ERMITA DE CONCEPCION LA CONQUISTADORA". Guatemala 1987. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.
- Molina de García, María Elena "VALORIZACION DEL TERRENO PARROQUIAL DE SAN AGUSTIN SUMPANGO Y SU ENTORNO". Guatemala 1986. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.
- Velásquez Rayo, Erick Fernando "MERCADO Y TERMINAL DE TRANSPORTE DE ASUNCIÓN MITA, JUTIAPA". Guatemala 1987. Tesis Facultad de Arquitectura. USAC.

DOCUMENTOS:

- Navarrete, H. "CONSERVACION Y RESTAURACION DEL PATRIMONIO CULTURAL EN GUATEMALA". Grupo No.5. Universidad Rafael Landivar. 1979.
- "PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACION DEL SECTOR PUBLICO AGRICOLA". (FAO-INDECA). Abril 1973.

- Perera, Jaime

"EL MERCADO MODERNO Y EL MERCADO GUATEMALTECO". Seminario Facultad de Economía. USAC.

"DOCUMENTO SOCIOLOGIA II". Notas para el Curso de Sociología. Facultad de Arquitectura. USAC.

- INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA

"MERCADOS REGIONALES DE GUATEMALA". El Folklore de Guatemala 2, 1962.

"DOCUMENTOS DE INVESTIGACION DE ANTERIORES EPESISTAS DE ARQUITECTURA".

Diagnóstico elaborado por el suscrito en el período de EPS, 87/1.

REVISTAS:

"CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE POLITICAS CULTURALES". Revista Modiacult /3, México, 1982.

"DIALOGO ENTRE LOS PUEBLOS DEL MUNDO", Políticas culturales del modelo a la realidad del Mercado, -33 Culturas, UNESCO, 1983.

"LOS TRES PILARES DE LA IDENTIDAD CULTURAL" Revista Correo de la Unesco, 1982. Paris.

LEYES Y REGLAMENTOS:

"CONSTITUCION POLITICA DE GUATEMALA". 1985. Tipografía Nacional.



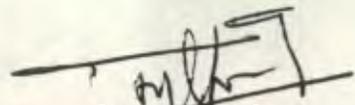
ENTREVISTAS:

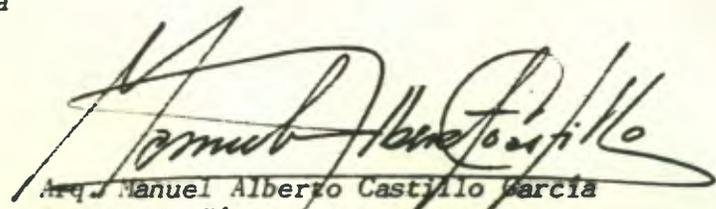
- Ayala Muñoz, Rubén "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MERCADO DE SALCAJA. 1989".
- Menéndez Ronquillo, José Luis Supervisor de EPSDA
Región Occidente. Grupo 1. 1987-1
- Rojas Lima, Flavio Doctor en Antropología Social

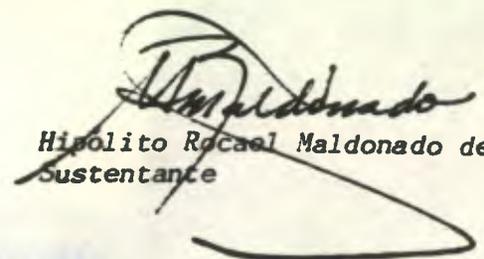
Salcaja - Quetzaltenango



IMPRIMASE:


Arq. Francisco Chavarria Smeaton
Decano Facultad de Arquitectura


Arq. Manuel Alberto Castillo Garcia
Asesor de Tesis


Hipólito Rocaél Maldonado de León
Sustentante

Salcojo - Quetzaltenango