

MERCADO MUNICIPAL YUPILTEPEQUE, JUTIAPA.

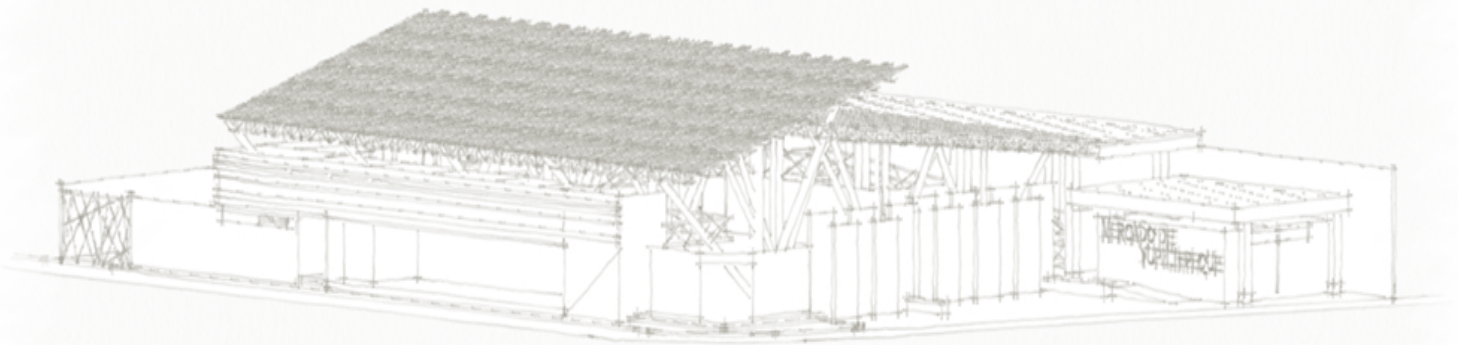
presentado por:

**CRISTINA
DE LEÓN ESCOBAR**
carné 200821707

Previo a optar al título de Arquitecta,
egresada de la Facultad de Arquitectura
de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Guatemala, octubre 2013.

Universidad de san Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Proyecto de Graduación



Mercado Municipal, YUPILTEPEQUE, Jutiapa

PRESENTADO POR:

Cristina de León Escobar / 200821707

Junta Directiva 2013

Decano	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Vocal I	Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal II	Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal III	Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal IV	Br. Carlos Alberto Mendoza Rodríguez
Vocal V	Br. José Antonio Valdés Mazariegos
Secretario	Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Tribunal Examinador Examen Privado

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Arq. Leonel de la Roca
Arq. Alfonso Leonardo Arzú
Arq. Alma de León Maldonado

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A DIOS:

Por darme la vida, tomarme de la mano y guiarme en todos los caminos, por permitirme llegar a este punto y ser la luz de mi vida.

A MI MAMÁ:

Por ser una mujer admirable, mi motor de vida mi ejemplo, mi amiga y confidente, pero sobre todo por enseñarme a luchar y a enfrentarme a la vida, gracias por hacerme una mejor persona día con día.

A MI HERMANO:

Por ser mejor amigo y mi fuerza, mi compañero de batallas, por creer en mí y hacer mi camino mas fácil, apoyándome en cada una de las etapas de mi vida..

A MIS HERMANAS:

María José y Alejandra, por ser mi complemento, y enseñarme a Reír y a compartir, por ser mi orgullo y acompañarme siempre.

A MI ABUELITA:

(Q.E.P.D) Por su ejemplo, de amor honesto e incondicional, y por ser el ángel de mi vida.

A MI TÍA MARIBEL:

Por ser un regalo de vida, por su sonrisa que ilumina mis días.

A MI FAMILIA:

A Emhjamad, por ser mi muestra de cariño puro y honesto; a mis Tíos y Primos que fueron parte de mi camino y que el día de hoy hacen posible este logro.

A MIS AMIGOS:

Por los momentos, y los recuerdos que el día de hoy me acompañan, a todos aquellos que hicieron que esta etapa de mi vida valiera la pena por el simple hecho de tener su compañía.

**A LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA:**

Por perseguir la excelencia académica y enseñarme en sus aulas los valores que deben de construir mi camino.

A:

Universidad de San Carlos de Guatemala, por proveerme el medio para ser una profesional, y la oportunidad de ser mejor.

"La arquitectura es el punto de partida del que quiera llevar
a la humanidad hacia un porvenir mejor" **Le Corbusier**

ÍNDICE	
Introducción	9
CAPÍTULO 1	
Aspectos generales del proyecto	
1.1 Antecedentes	11
1.2 Identificación del Problema	12
1.3 Demanda a Atender	13
1.3.1 Beneficiarios Directos	13
1.3.2 Beneficiarios Directos	13
1.4 Justificación	14
1.5 Objetivos	15
1.5.1 Objetivo General	15
1.5.2 Objetivos Específicos	15
1.6 Delimitación del Tema	16
1.6.1 Delimitación Geográfica	16
1.6.2 Delimitación Social	17
1.6.3 Delimitación Temporal	17
1.7 Metodología de la Investigación	18-19
CAPÍTULO 2	
Marco Conceptual	
2.1 Ciudad	21
2.2 Usos de Suelo	22
2.2.1 Uso industrial	23
2.2.2 Uso Comercial	24
2.2.3 Uso Residencial	24
2.2.4 Uso Recreativo	24
2.2.5 Uso de Equipamiento	25
2.3 Equipamiento Urbano	25
2.3.1 Equipamiento Básico	25
2.3.2 Equipamiento Complementario	26
2.3.3 Equipamiento Según Organización	26
2.4 Criterios Normativos para el Equipamiento	28
2.4.1 Equipamiento Educativo	28
2.4.2 Equipamiento de Salud Asistencial	28
2.4.3 Equipamiento Socio- Cultural	29
2.4.4 Equipamiento administrativo- institucional	29
2.4.5 Equipamiento comercial	29
2.4.6 Equipamiento Recreativo	29-30
2.4.7 Servicios Públicos	31
2.5 Comercio en Guatemala	32

2.6 Antecedentes Generales de los mercados en Guatemala	33
2.7 Definición de un Mercado	35-36
2.8 Principales agentes que intervienen en un mercado	37
2.8.1 Comercio Permanente	37
2.8.2 Comercio Temporal	37
2.8.3 Comerciante Diario	37
2.8.4 Prestador de Servicios	38
2.9 Áreas Básicas para El funcionamiento de un mercado	38
2.9.1 Sección Administrativa	38
2.9.2 Sección de Ventas	38
2.9.3 Sección Comercial	38
2.9.4 Piso de Plaza	38
2.9.5 Sección de Comidas	38
2.9.6 Servicios Generales	38
2.10 Clasificación de Mercados	39
2.10.1 Mercado Metropolitano	39
2.10.2 Mercado Sectorial	39
2.10.3 Mercado Cantonal	39
2.10.4 Mercado Municipal	39
2.11 Caso Análogo Nacional	40-44
2.12 Caso Análogo Internacional	45-48
CAPÍTULO 3	
Marco Legal	
3.1 Aspectos incluidos en la Constitución Política de Guatemala	50
3.2 Aspectos incluidos en el Código Municipal	51
3.3 Aspectos incluidos en el Código de Salud	52
CAPÍTULO 4	
Marco Contextual	
4.1 República de Guatemala	55
4.1.1 Organización Territorial	56
4.1.2 Regiones	56-57
4.2 Departamento de Jutiapa	57
4.3 Municipio de Yupiltepeque	58
4.3.1 Idioma	59
4.3.2 Cultura	59
4.3.3 Religión y Espiritualidad	59
4.3.4 Tradiciones	59
4.3.5 Localización y distancias	59

4.3.5 Población	60
4.3.6 Croquis de Casco Urbano	60
4.3.7 Descripción del Caso Urbano	61
4.3.8 Mapa de caso urbano actual	62
4.3.9 Mapa de Usos de Suelo	63
4.3.10 Mapa análisis de vías principales	64
4.3.11 Estado actual de las vías principales	65
4.3.12 Levantamiento Topográfico	66
4.3.13 Análisis de Sitio	67

CAPÍTULO 5

Premisas de Diseño

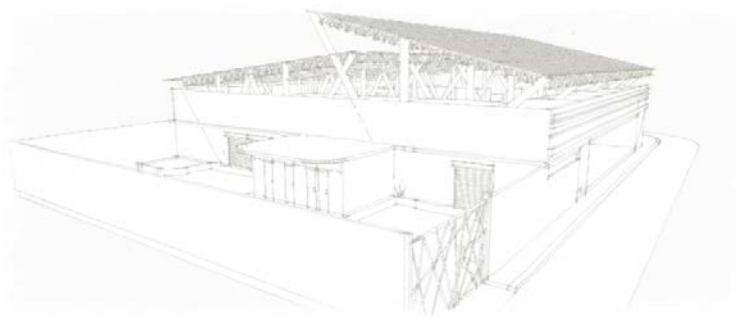
5.1 Premisas ambientales	69-70
5.2 Premisas Funcionales	70-71
5.3 Premisas Morfológicas	72-73
5.4 Premisas Constructivas	73-74

CAPÍTULO 6

Aproximación de diseño

6.1 Agentes y Usuarios	76
7.1.1 usuarios	76
7.1.2 Agentes	76
6.2 Áreas	77
6.2.1 Área de Ventas	77
6.2.2 Área de Piso de Plaza	77
6.2.3 Administración	78
6.2.4 Área de Servicio	78
6.2.5 Área de Estacionamiento	78
6.3 Circulación	78
6.3.1 Circulación de primer orden	78
6.3.2 Circulación de segundo orden	78
6.3.3 Circulación de tercer orden	79
6.4 Determinación del Programa de Necesidades	79
6.4.1 Definición del número de Usuarios	79
6.4.2 Determinación del número de puestos	80
6.3.3 Definición de Áreas	80-81
6.5 Programa de Necesidades	82
6.5.1 Área de ventas	82
6.5.2 Área de Servicio	82
6.5.3 Área de Estacionamiento	83
6.5.4 Área Complementaria	83
6.5.5 Total de Áreas	83
6.6 Zonificación de áreas.	84-85

CAPÍTULO 7	
Figuración del Proyecto	
7.1 Idea Generatriz	87
7.2 Planta de Conjunto	88
7.3 Plantas arquitectónicas	90
Planta Primer Nivel	90
Planta de Segundo Nivel	92
7.4 Diseño de locales	93
7.5 Secciones	96
7.6 Elevaciones	99
7.7 Perspectivas Exteriores	101-106
7.8 Perspectivas Interiores	107-113
CAPÍTULO 9	
Presupuesto y Planificación	115-116
CAPITULO 10	
Conclusiones y Recomendaciones	118-119
CAPITULO 9	
Bibliografía	120-121



Introducción

INTRODUCCIÓN:

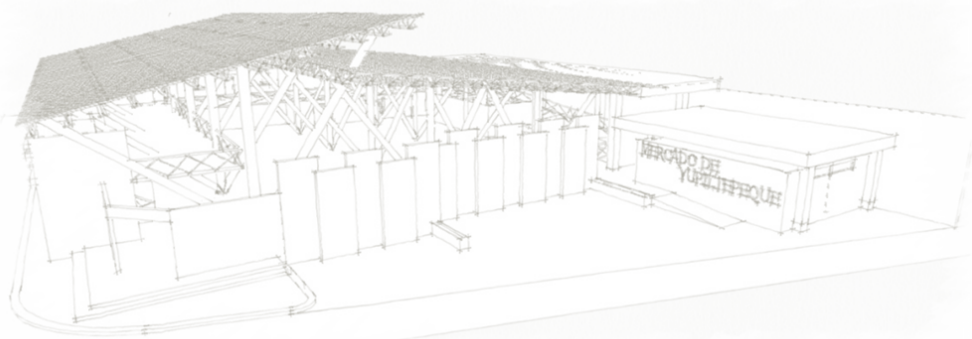
En la República de Guatemala existe deficiencia en la infraestructura relacionada a los servicios que una comunidad demanda para su desarrollo, sin embargo en algunas comunidades las necesidades son más acentuadas rápidamente ya que las mismas se encuentran relacionadas con un crecimiento poblacional acelerado, sin planificación urbana y la ausencia de capacidad productiva de la población.

El municipio de Yupiltepeque se encuentra en una región que ha registrado un incremento notable de pobladores en los últimos años, este crecimiento genera distintas problemáticas para las autoridades del municipio, entre estas el desorden que genera el comercio informal en el casco urbano que se ha incrementado debido a la falta de un espacio físico para realizar dicha actividad.

Como toda actividad comercial, que conlleva a un intercambio de productos, se necesita de un área adecuada para satisfacer las necesidades tanto de vendedores como compradores, brindando las alternativas necesarias para todos aquellos que circulan dentro de la región.

Como respuesta a esa problemática se plantea el desarrollo de un Mercado para el municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa, que contribuya a la formación de la arquitectura y desarrollo urbanístico del lugar.

El proyecto busca garantizar el óptimo funcionamiento con todas las instalaciones requeridas para ese tipo de actividades, al asegurar el servicio a la comunidad y futuras generaciones, y considerar los incrementos poblacionales, las demandas de empleo y el turismo, así como cualquier otro factor que pueda intervenir en la rentabilidad del proyecto. En esta investigación, se presenta una solución para resolver dichos problemas, en busca de mejorar el nivel de vida y satisfacer las expectativas de los habitantes de este Municipio.



CAPÍTULO 1

Aspectos generales del proyecto

1.1 ANTECEDENTES:

Jutiapa, departamento de la Región IV de Guatemala con 17 municipios, de cabecera departamental del mismo nombre, se encuentra ubicado al sur oriente del país a 124 Km. de la Capital, tiene un total de 436,076 habitantes y el 97% de la población es Ladina. Su extensión territorial es de 3,216 Km² con una altitud promedio de 906 Msnm que genera un clima Cálido – Templado.¹

El municipio de Yupiltepeque quedó unido al circuito de Mita, en el departamento de Chiquimula, por decreto del 27 de agosto de 1836, al distribuirse los pueblos de Guatemala para la administración de justicia. Por medio del decreto de gobierno con fecha 23 de febrero de 1848, el departamento de Mita se dividió en tres distritos para la administración, quedando Yupiltepeque dentro de la jurisdicción de Jutiapa. El 9 de octubre de 1850 se suprimen los distritos y el 8 de mayo de 1852, se crea el departamento de Jutiapa que incluyó entonces ya Yupiltepeque.²

Únicamente cuenta con su iglesia tipo colonial y una Ceiba Pentámera que pasa el siglo de edad. La mayor parte de la tierra dedicada a la agricultura se destina al cultivo de granos básicos y se destacan dentro de ellos: el maíz, frijol y el sorgo; mientras que el cultivo de café, arroz y otros granos se siembran en menor escala. El cultivo de maíz se hace por lo general en forma asociada con el frijol. Existe otro tipo de cultivos (caña de azúcar, hortalizas y frutales) que según investigaciones se realizan en forma esporádica y no representan un ingreso significativo para la economía del municipio.

El municipio cuenta con la herramientas básicas para poder ofrecer una muy buena agricultura, pero la falta de medios para su comercialización hace que esta no represente ingresos económicos para las familias de Yupiltepeque, así como la ausencia de sistemas de riego (4.20 has.) ya que los agricultores dependen de la lluvia para el mantenimiento y desarrollo de sus cultivos. Dentro de los principales problemas que afrontan los productores de la región se encuentran el alto costo de los precios de los insumos, las ventas de cosechas a precios bajos, proliferación de plagas y se carece de financiamiento.

¹ INE. Censo año 2002. Jutiapa.

² Revista El Jutiapaneco/Actualizada año 2010.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:

El municipio de Yupiltepeque se encuentra en este momento, al igual que muchos municipios de Guatemala, en una etapa de consolidación para una mejor forma de vida para todos sus habitantes, lo que conlleva a ciertas necesidades específicas, que le permitan continuar de forma viable en esta etapa de desarrollo.

Yupiltepeque pertenece a la mancomunidad del cono Sur junto con los municipios de Jerez, Atescatempa, El Adelanto y Zapotitlán. Su ubicación es privilegiada y su desarrollo presenta mayores avances a comparación de los otros cuatro municipios

La población de este municipio en aras de lograr un mejor nivel de vida económico, ha creado muchas fuentes de ingreso a nivel personal y como resultado está el surgimiento de pequeñas y medianas empresas, las cuales se han ubicado en muchos puntos del casco urbano, pero que ha creado un crecimiento desordenado a nivel comercial y vehicular, en especial porque no se cuenta con un punto de convergencia en común como lo sería un mercado municipal que estimule el comercio y el desarrollo económico.

Reflejo de esto en los últimos dos años la población enfrenta ciertos problemas producto de este desorden, ya que el comercio informal se ha ubicado en el área urbana, sin los espacios necesarios para poder realizar esta actividad de forma óptima; la mayoría de los habitantes de todo la mancomunidad del cono sur abordan microbuses para realizar compras básicas en el departamento de Jutiapa, el cual se encuentra a una distancia de 30 km los cuales los pobladores recorren a diario para abastecer sus hogares de los productos de la canasta básica.

Dicho desorden repercute en una obstaculización de un progreso ordenado en la área de comercio, y tiene como consecuencia la falta espacios óptimos que generen ingresos para que los agricultores puedan seguir cosechando productos de calidad y que estos puedan ser exportados e intercambiados entre los mismos pobladores .

1.3 DEMANDA A ATENDER

La propuesta del presente proyecto tiene como objetivo primordial contribuir con el desarrollo del municipio de Yupiltepeque, al iniciar con la construcción de equipamiento adecuado para la satisfacción de las necesidades de intercambio comercial y buscar soluciones a problemas a los cuales se enfrenta la población de Jutiapa, ya que a pesar de ser un departamento con un clima y suelo con todas las condiciones para ofrecer muy buenas cosechas, la falta de mecanismos de comercio hace que en lugar de representar fuentes de ingreso para la población, se convierta en una actividad secundaria.

2.3.1 Beneficiarios directos

- El mercado podría significar para los 13,675 pobladores de Yupiltepeque una mejora marcadable en su calidad y forma de vida al brindar los espacios y las herramientas necesarias para explotar los recursos con los cuales el departamento cuenta.
- Ayudaría a crear fuentes de empleos en la región y reduciría el gasto diario que genera en la población el traslado entre municipios, al mejorar la calidad de vida de los vendedores del Mercado al poder desarrollar sus actividades cotidianas en un espacio de trabajo, confortable, funcional y salubre.

2.3.2 Beneficios indirectos

- Abastecimiento de productos de la canasta básica, por parte de la población de los municipios de Jerez, Atescatempa, El Adelanto y Zapotitlán y generación de ingresos económicos para la población del departamento de Yupiltepeque.
- Venta a precio accesible de productos, de alta calidad nutricional a pobladores del municipio y de los municipios vecinos, lo que pueda representar fortalecimiento en seguridad alimentaria al reducir los índices de desnutrición de la región.

El proyecto beneficiaría a toda la población en general al permitir el acceso de niños, adultos y ancianos, con las facilidades de la compra y venta de productos de la canasta básica y creación de un área de comercio que tenga una variedad de productos y que cubra los diferentes gustos y atractivos de la población.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La problemática generada por la falta de espacios diseñados para la transferencia eficiente de productos de comercio y el crecimiento de pequeños empresarios que buscan productos para distribuirlos en el resto del departamento, hace necesario un área directamente destinada al albergue de productos, que haga ágil y optimice las actividades comerciales, al sanear los espacios urbanos, que reduzca los conflictos viales y los accidentes causados por los mismos. En suma la creación de espacios para el intercambio económico, social y cultural de la región y el mejoramiento del ambiente en general.

En este caso, se detectó la importancia de este centro de intercambio comercial el cual pueda permitir brindar al consumidor de la población, como de otras comunidades vecinas, una variedad de actividades y productos que se venden dentro y fuera de la canasta familiar, con la concentración en un punto determinado al pequeño y mediano comerciante que trabaja con productos de primera necesidad y con el agregado del estacionamiento temporal de vehículos del transporte colectivo, el que es utilizado por la mayor parte de la población con gran frecuencia para fines de comercio, trabajo, placer, etc.

Estos aspectos generan a la vez un movimiento de capital, fuentes de trabajo y obtienen se paralelamente fondos para la municipalidad y de esta manera atender directamente los problemas urbanos -arquitectónicos que actualmente se dan en el municipio de Yupiltepeque.

El diseño de dicho espacio arquitectónico logra una apreciable integración comercial para la utilidad de la población en general, dada la situación actual, el mercado del municipio de Yupiltepeque se ha considerado y calificado de necesario y al ejecutarse contribuirá a la formación de la arquitectura y desarrollo urbanístico del lugar, por tener mayor afluencia en la mancomunidad del cono sur del departamento de Jutiapa.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 GENERAL

Diseñar, planificar y desarrollar una propuesta arquitectónica para la construcción del mercado del municipio de Yupiltepeque departamento de Jutiapa.

1.5.2 ESPECÍFICOS

- Contribuir al desarrollo del municipio de Yupiltepeque al diseñar los espacios necesarios y brindarle a la población herramientas necesarias para mejorar sus ingresos económicos y de esta forma mejorar su nivel de vida.
- Planificar una manera organizada de intercambio comercial en un lugar adecuado para ello.
- Proporcionar a las autoridades del municipio de Yupiltepeque las bases para construcción del proyecto arquitectónico, enfocado en las necesidades de los pobladores de este municipio.
- Presentar un proyecto que cumpla con las normas de higiene y control sanitario y permita seguridad al proveedor y consumidor.
- Implementar nuevos materiales y utilizar los que se produzcan en el área, para reducir costos y a su vez implementar la utilización de materiales que sean amigables con el ambiente y con el entorno en el que se encuentra.
- Generar ingresos al Municipio al consumir materiales fabricados en él y apoyar la creación de empleos a los habitantes del Departamento.

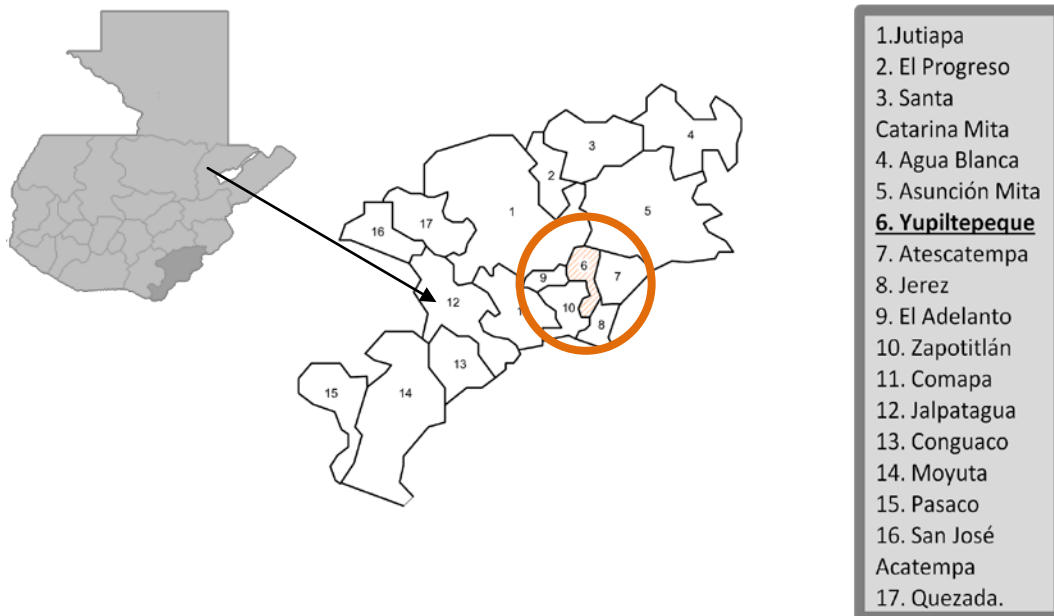
1.6 DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.6.1 Delimitación Geográfica:

El municipio de San Juan Yupiltepeque, es uno de los 17 que conforman el departamento de Jutiapa, su nombre oficial es Yupiltepeque, localizado a 24 kilómetros de la cabecera Departamental y a 142 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala. Pertenece a la mancomunidad del cono sur de Jutiapa, Yupiltepeque es el Municipio céntrico y el que atiende más demanda esencialmente al considerar los incrementos poblacionales las demandas de empleo, y turismo así como cualquier otro factor que pueda intervenir en la rentabilidad del proyecto. Se busca esencialmente satisfacer las necesidades urgentes de los pobladores

NORTE: Jutiapa **SUR:** Jerez **ESTE:** Asunción Mita y Atescatempa **OESTE:** Zapotitlán y El Adelanto

El nuevo mercado ubicado a 100 metros del parque central del municipio de Yupiltepeque, pretende almacenar, abastecer y distribuir los productos de consumo básico de la población. El terreno propuesto está ubicado en la carretera que sirve de conexión entre los municipios de Jutiapa, al ser un punto de fácil ingreso y céntrico, permitiendo el acceso de pobladores de los municipios que conforman el cono sur del departamento de Jutiapa.



Esquema 1 Elaboración Propia

1.6.2 Delimitación social:

El proyecto está enfocado para satisfacer las necesidades de los pobladores de Yupiltepeque que actualmente necesitan de un lugar donde poder transferir sus productos a pequeños mercaderes que hacen uso de instalaciones que les faciliten el trámite de compra y venta, en un centro de intercambio comercial.

Basados en la proyección del instituto nacional de estadística, realizada en base al último censo realizado en el año 2002 para el año 2011 los departamentos que pertenecen al cono sur de Jutiapa albergan a 51,143. 2 habitantes, y el municipio de Yupiltepeque residen el 25% de estos, en base a estos datos se considera que es el municipio apto para explotar el comercio del sector y evitar así, que los pobladores viajen a diario al municipio de Jutiapa.

1.6.3 Delimitación temporal :

La terminal y el centro de abasto está proyectado para un tiempo de 13 años, si se considera el incremento de población que se tendrá en ese lapso de tiempo, sin dejar por un lado que uno de los objetivos del proyecto sería incrementar el comercio en el área, y la ubicación temporal colinda con el casco urbano, al considerar el crecimiento del área, se espera que en ese momento se pueda construir una ampliación o de una construcción que pueda ser significado de progreso para el municipio.

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Investigación cualitativa

La investigación cualitativa o metodología cualitativa es un método de investigación usado principalmente en las ciencias sociales que se basa en cortes metodológicos basados en principios teóricos tales como la fenomenología, hermenéutica, la interacción social al emplear métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan los correspondientes. La investigación cualitativa requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan.

A diferencia de la investigación cuantitativa, la investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa la cual busca responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo. La investigación cualitativa se basa en la toma de muestras pequeñas, esto es la observación de grupos de población reducidos.

El procedimiento a utilizar para recopilar información será por medio de las técnicas e instrumentos de investigación, tales como la observación y la entrevista, con la intención que la información que se logre obtener, sea lo más certera posible para que la propuesta cumpla con el programa de necesidades que se establezca.³²

Investigación:

Se hará una compilación de datos históricos relevantes, que permitan conocer el pasado de la comunidad, así como las áreas de ingreso para poderlas aprovechar en el diseño del proyecto y éste pueda brindar áreas de apoyo y que sea de mejora para toda la comunidad, esta información se recopiló en la municipalidad, periódicos nacionales así como en anuncios, publicaciones, y artículos entre otras que puedan brindar información.

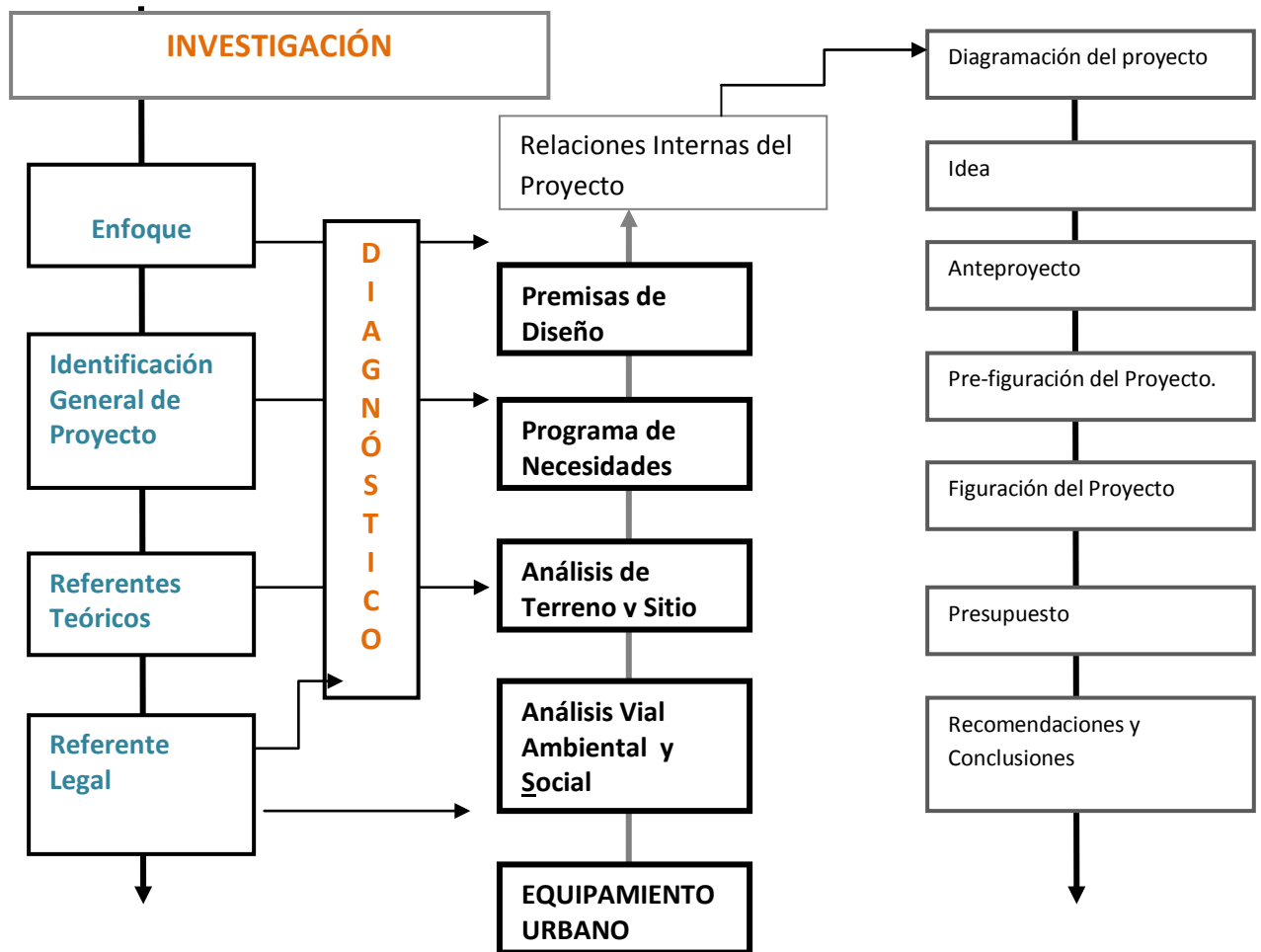
³ Centro Virtual DCervantes/Instituto Cervantes, 1997-2013.

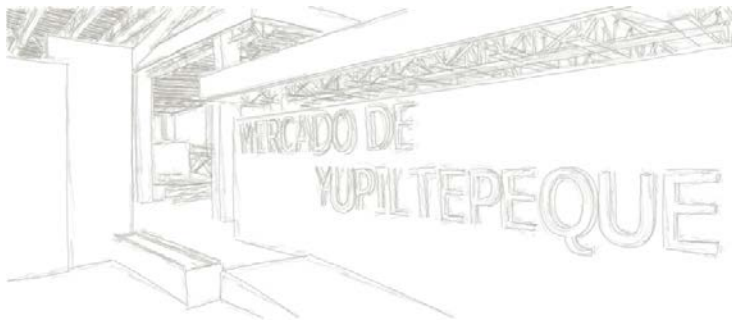
Observación:

Se realizaron visitas al área en donde se propone el proyecto para conocer las actividades cotidianas de la población así como días festivos y de descanso y se busca profundizar y conocer las necesidades de la población no solo las fáciles de notar, si no aquellas que no se detectan pero que afectan de mismo modo.

Entrevista:

Entrevistas que permitan conocer las características de la población la cual va hacer uso del centro, así como de los usuarios que tratan de encontrar un balance entre ambas partes y poder beneficiar y satisfacer las necesidades de la población en general.





CAPÍTULO 2

Marco Conceptual



Algunos conceptos relacionados con equipamiento urbano y, más específicamente, con la unidad de estudio arquitectónico: Mercado, y los la necesidad de estos en el equipamiento básico de un caso urbano.

2.1 CIUDAD:

La intervención humana sobre el territorio ha transformado los espacios naturales en espacios humanizados. Aquellas zonas donde existe una alta densidad de población son las más transformadas, donde el paisaje refleja la actividad humana con más intensidad. Estos lugares son las ciudades, en las que los componentes bióticos del paisaje han sido sustituidos por elementos antrópicos.

El criterio de la morfología del paisaje urbano es uno de los que se ha utilizado para definir que es una ciudad, es decir, para distinguir aquello que es una ciudad de aquello que no alcanza dicho rango. La apariencia externa, la forma, la estructura de una ciudad es diferente a la de otros núcleos de población: edificios altos, calles grandes y anchas que facilitan un tráfico intenso, etc. Otros de los criterios que se utilizan habitualmente para definir las ciudades es el estadístico, así cada país fija un volumen de población mínimo para considerar a un núcleo de población como ciudad. España lo tiene fijado en 10000 habitantes, Japón en 30000, mientras que en algunos países escandinavos los tienen fijados en 200 habitantes. Es por lo tanto un criterio variable al existir tal disparidad de umbrales de población en el mundo.

El tercer criterio utilizado para diferenciar el espacio urbano del espacio rural es la actividad económica que desarrollen sus habitantes. Así, mientras en el espacio rural dominan las actividades relacionadas con el sector primario, en el mundo urbano los trabajos principales son los vinculados a los sectores industrial y de servicios. Así sería difícilmente clasificables como ciudad algunas aglomeraciones humanas (por ejemplo en algunos países asiáticos) en la que sus habitantes trabajan principalmente en el sector primario, mientras en otros lugares (como los mencionados núcleos urbanos de los países escandinavos) a pesar de no alcanzar un elevado número de habitantes, podrían ser clasificados como ciudades debido a su actividad laboral.

Otros criterios utilizados hacen referencias a aspectos sociológicos, como la composición y desigualdad de la sociedad, siendo más homogénea en las zonas rurales que en las urbanas; las relaciones interpersonales, más estrechas en el mundo rural y más distantes en el urbano; etc.

No existe por lo tanto una definición unánime del concepto de ciudad, si bien la más acertada podría ser aquella que uniera los principales criterios descritos anteriormente: **Aglomeración de población que ha transformado un espacio natural preexistente en un espacio altamente humanizado de características físicas y sociológicas fácilmente diferenciables del medio rural en cuanto a su morfología, composición y comportamiento social, y actividades económicas que en ella se desarrollan.**⁴

3.2 USOS DE SUELO:

No existen estándares definidos , para determinar las necesidades de espacios a futuro, para cada tipo de uso o para cada actividad incluida en la planeación de una zona, para ello se podrán hacer estimaciones, razonables de requerimientos para cada tipo de uso de suelo, en una comunidad.

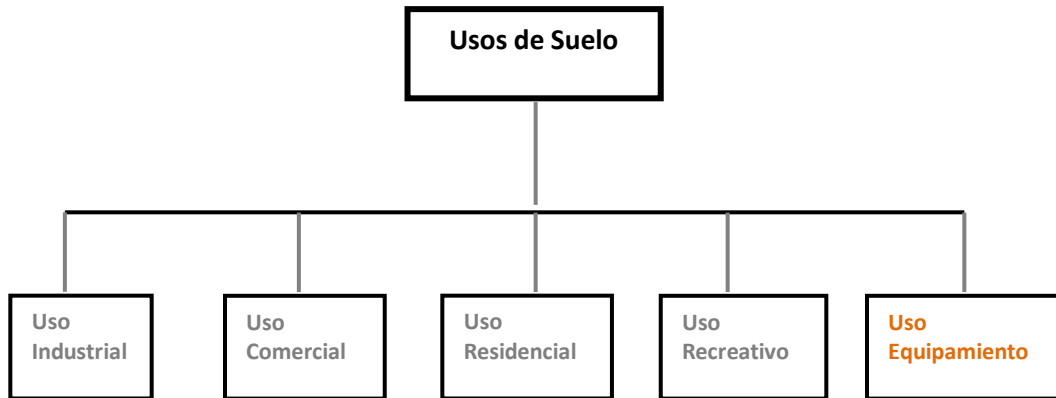
Las medidas que se usan para hacer dichas estimaciones se basan en el uso actual del suelo y estas se encuentran sujetas al impacto de una nueva tecnología, como transporte o comunicaciones, a los reglamentos de zonificación y subdivisión de la tierra, a la demanda de vivienda, al requerimiento de espacio para estacionamientos, zonas de recarga acuífera o de forestación mas una zona adicional para reservas.

Los estándares de espacios están en función de unidades de medición tales como los usuarios de un espacio, los trabajadores, los compradores entre otros, por esta razón las proyecciones demográficas y económicas resultan fundamentales para determinar las necesidades futuras de espacios y sus requerimientos de uso

El criterio de zonificación por requerimientos, permite la mezcla de usos del suelo y de actividades siempre y cuando, estas cumplan con ciertas normas que permiten que sean combinables entre sí con resultados más efectivos para la planeación de centros urbanos de rápida expansión, puesto que la mezcla de actividades se presenta en la realidad y resultara de mas utilidad, calibrar y ordenar la mezcla de actividades existentes que buscar separarlas espacialmente. La separación de actividades por zonas generalmente resulta mas fácil utilizar para nuevos desarrollos que para zonificar los existentes.

⁴ Ciudad/ Conceptos de Geografía humana/ Izaac Buzo Sánchez/2002

En seguida se exponen algunas consideraciones que habrá que tener presente en la formulación de los requerimientos de usos del suelo.



Organigrama 1. Fuente Elaboración propia.

2.2.1 Uso industrial:

El indicador de empleo por hectárea tiende a variar con la ubicación del proceso de manufacturación, su índice de contaminación, el grado de automatización y en fabricas urbanas por la necesidad de economías de escala, para cada concepto se puede derivar indicadores que muestren por un lado, el beneficio o la afectación al obrero o residente urbano en términos de contaminación, tiempo de recorridos al trabajo, oportunidad de empleos y demás; e indicadores que muestren por otro lado, a los propietarios industriales el beneficio la afectación de contar con una infraestructura de servicios, adecuados para expansión , proximidad al mercado de consumo y otras. Para cada industria se podrán traducir algunos de estos conceptos en requerimientos con los que sería posible establecer alguna racionalidad sobre los rangos de su comportamiento dentro de las ciudades.

2.2.2 Uso Comercial:

El uso comercial del suelo podría ser preliminarmente dividido en tiendas de menudeo y almacenes de mayoreo, además de que posteriormente su división podrá ser tipo o genero, magnitud, etc.

Dado que el comercio de menudeo necesita de la proximidad física con lugares de residencia o trabajo para ser rentable, su definición podría depender sobre la necesidad de de las diversas actividades humanas que tienen que ser apoyadas por diferentes servicios y comercios , para luego determinar con requerimientos la intensidad de relación que es deseable implementar.

2.2.3 Uso residencial:

El uso habitacional del suelo tiene una variada y compleja red de relaciones con el de las actividades económicas y humanas de una ciudad, las cuales previamente deben de quedar definidas, con la planificación urbana, para ello inicialmente se definen los tipos predominantes de viviendas o zonas habitacionales, que existen en la ciudad, para posteriormente determinar sus relaciones, funcionales con los demás centros de actividades en los que la población se encuentra involucrada. La formulación de requerimientos habitacionales es resultado de esta relación funcional pensada y trabajada en la planificación urbana, para su implementación se podrían reducir estos conceptos funcionales en términos de niveles de ingreso y capacidad de compra, gasto en transporte, tiempos de recorrido, intensidad de construcción etc. Los cuales son indicadores que en conjunto pueden definir la modalidad e intensidad en que todas están relacionadas podría darse en la realidad.

2.2.4 Uso recreativo:

Ciudades que se han desarrollado sin planeación muestran una deficiencia en áreas recreativas, ello repercute en la salud física y mental de sus habitantes en respuesta a lo cual el gobierno, compensa si construye hospitales y clínicas, así como organiza un gran aparato policial que combate la criminalidad, prostitución, drogadicción entre otras. Una forma de afrontar el problema de salud pública (y no sus consecuencias) es fomentar que la población , particularmente de bajos ingresos se recree sanamente a través del deporte, de la convivencia con la naturaleza o de la participación en programas comunitarios.

2.2.5 Uso de equipamiento :

Intrínsecamente relacionado con sus usuarios a los que les brinda un servicio, el equipamiento, juega un rol importante, de consolidación en el desarrollo urbano y como apoyo a su población, para realizar las relaciones necesarias se pueden utilizar indicadores de capacidad de servicio, inversión por usuario, localización etc., que conjuntamente podrán definir este juego de relaciones funcionales.

2.3 EQUIPAMIENTO URBANO:

Para el equipamiento existen pautas que indican la naturaleza y las características del servicio, en consideración a factores como población a servir, sus características demográficas y socio económicas, distancias entre poblados, y requerimientos volumétricos de espacio y concepto funcional.

El equipamiento urbano se divide en dos categorías, en equipamiento Básico, y equipamiento complementario, el primero está conformado por los satis factores urbanos como educación, salud y recreación, los que deben de estar repartidos equitativamente en el área a través de radios de influencia correspondientes con las densidades de población y su estructura social, este equipamiento debe de ser proporcionado por el estado o el municipio.

El equipamiento complementario está conformado por guarderías, actividades administrativas, económicas y comercio etc. Es el que facilita a los usuarios varios servicios con lo que propicia eficiencia y economía sustentable, además cumple con dos funciones resuelve necesidades a nivel comunitario y sirve de integración social.

2.3.1 Equipamiento Básico:

Equipamiento recreacional: Áreas e instalaciones para el estímulo desarrollo físico y mental de los habitantes.

Equipamiento educativo: Son establecimientos destinados a la enseñanza y capacitación educacional de los habitantes.

Equipamiento de salud: Establecimientos destinados a la atención de la salud y supervivencia de la población.

2.3.2 Equipamiento Complementario:

Equipamiento socio cultural: Establecimientos de estímulo e incentivo para el desarrollo de la personalidad de los individuos y su relación de convivencia.

Equipamiento administrativo institucional: establecimientos identidad, que funcionan de acuerdo al régimen administrativos sustenta a la población.

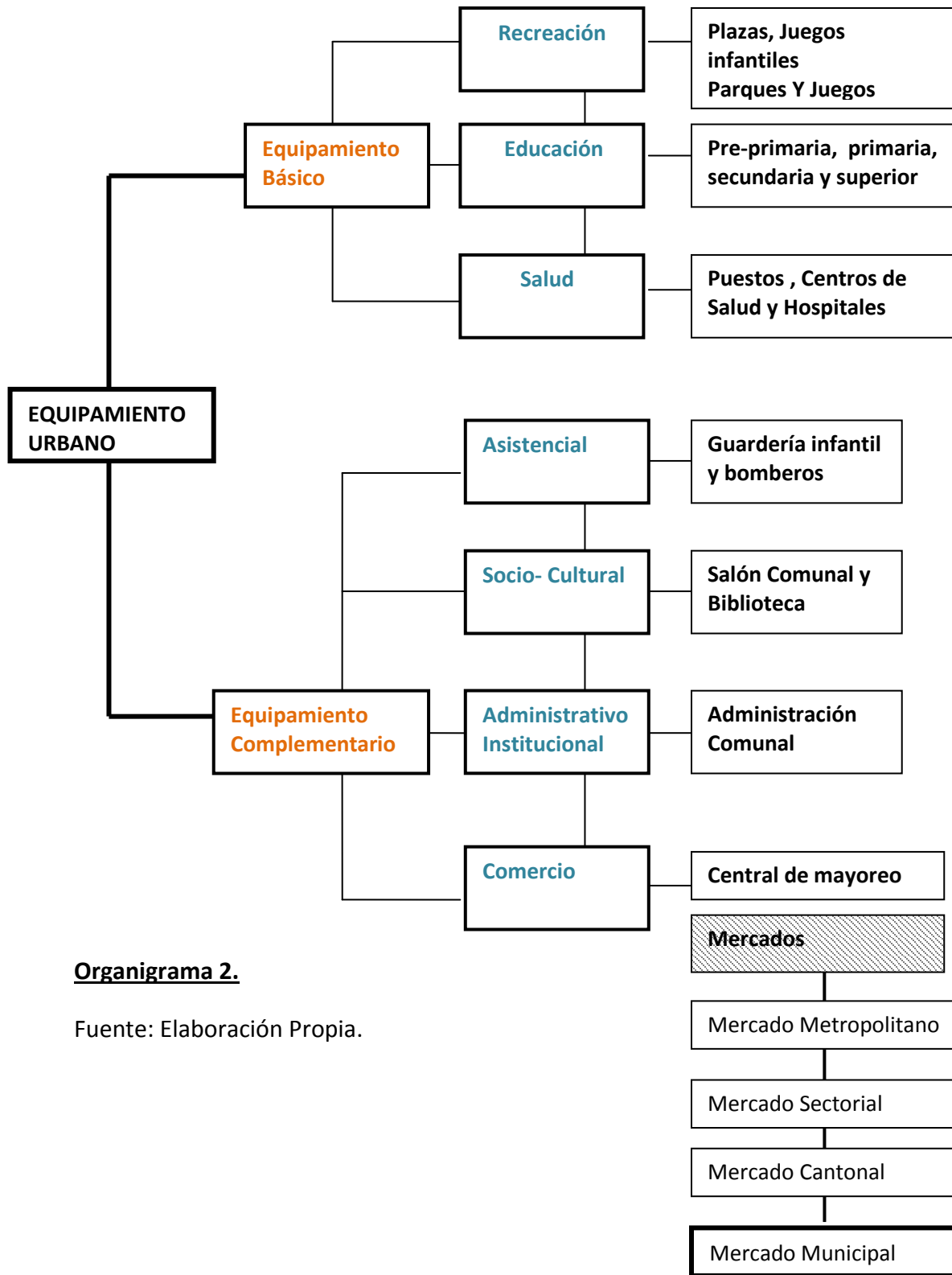
Equipamiento Diverso: establecimientos o espacios de carácter especial en cuanto a su dimensionamiento, uso y función. Rastro

3.3.3 Equipamiento según organización:

Existe también la clasificación del equipamiento según dependa de iniciativa de organización que es la siguiente:

Equipamiento Institucional son instituciones gubernamentales responsables de promover su desarrollo, les corresponde la educación y la salud.

Equipamiento Local: la comunidad y sus autoridades principales promoverán su desarrollo según sus necesidades; les corresponden los mercados comercios y centros sociales.



Organigrama 2.

Fuente: Elaboración Propia.

2.4 CRITERIOS NORMATIVOS PARA EL EQUIPAMIENTO

2.4.1 Equipamiento Educativo:

Las instalaciones escolares estarán localizadas en los sectores donde exista mayor densidad de usuarios. Deberán estar conectados al sistema vial urbano y ofrecer seguridad para el tránsito de los alumnos, y cubrir con los tres niveles básicos:

- Educación pre-primaria
- Educación primaria
- Educación secundaria

Su mejor ubicación será en lugares bien ventilados y fuera de aire con focos de contaminación, como basureros y rastros.

2.4.2 Equipamiento de salud y asistencial:

Equipamiento de salud:

La ubicación del centro de este servicio es importante dentro del área urbana, localizado dentro de la mayor afluencia de usuarios que exista su acceso debe de ser inmediato, se debe de considerar el paso del transporte a no menos de 80.00 metros ni mayor de 150.00 metros.

Se necesitara con áreas con adecuada circulación de aire, al tomar en cuenta la dirección de los vientos, por lo que es recomendable que se encuentre alejado a 600 metros como mínimo de rastros, cementerios, basureros, que no exista ningún contaminante cercano. La protección a la incidencia solar se deberá de evitar con vegetación, y el ingreso a las instalaciones no deberá de estar a menos de 15.00 metros de la esquina más próxima, para evitar peligroso ingreso salida de las mismas.

Equipamiento Asistencial:

Dentro de este equipamiento se encuentran los bomberos y la guardería infantil. La ubicación del edificio de bomberos es importante dentro del área urbana, su acceso debe de ser fácil e inmediato y evitar las calles en las que se presentan congestionamientos vehiculares. En las vías principales de acceso a la población es conveniente que su señalización sea la adecuada, para la rápida movilización de las unidades, es recomendable que este sobre las vías de acceso colectora o arterial. La

guardería infantil debe de estar localizada sobre vías de acceso local y peatonal.

2.4.3 Equipamiento Socio Cultural:

Son los espacios destinados a las actividades y a los servicios de la población, en consecuencia su uso tiene carácter comunitario. Se encuentran este tipo de equipamiento el salón comunal, casa de la cultura y biblioteca.

Los edificios destinados a este equipamiento estará ubicado de preferencia en el centro del área urbana y con vías de Fácil acceso. Es recomendable que estén ubicados en zonas donde se encuentren todos los servicios de infraestructura básica y retirados de centros contaminantes como basureros, rastros etc. La biblioteca por ser un ambiente en el que el ser humano necesita de concentración es recomendable que se encuentre en las calles que no sean de alto tránsito o de espacios arbolados que proporcionen tranquilidad en su entorno.

2.4.4 Equipamiento Administrativo Institucional:

Este equipamiento está integrado por todos los establecimientos que tienen que ver con la función de gobierno. Está integrado por la municipalidad, Comandancia de la policía y el Juzgado de paz. Por considerarse que en estas instituciones, realizan diferentes gestiones al nivel político administrativo. Los edificios destinados a este equipamiento estarán ubicados de preferencia en el centro del área urbana, donde se concentra la mayor afluencia de habitantes y sus vías de comunicación vehicular, de transporte público y peatonal; deberán proporcionar la mayor eficacia posible.

Sus instalaciones se identificarán de acuerdo a la importancia de las actividades que se realicen dentro, también proporcionar un ambiente agradable y contara con todos los servicios de infraestructura básica.

2.4.5 Equipamiento Comercial:

El equipamiento comercial se produce de acuerdo a la demanda, sistema productivo e intercambio, que caracteriza la economía del lugar, dentro de este equipamiento están los Mercados, Centros Comerciales privados, etc.

Localización:

El edificio destinado a este equipamiento estará ubicado de preferencia dentro del área urbana, donde se concentra la mayor afluencia de habitantes. Sus vías de comunicación vehicular, de transporte público y peatonal deberán proporcionar la mayor eficacia posible.

Ubicación:

Deberá de proporcionar un ambiente agradable seleccionado predios en los que se aproveche la ventilación y contar con todos los servicios de infraestructura básica, y es importante que no se encuentre cercano a foso de contaminación para que no afecte la higiene necesaria para los distintos productos.

También se tiene que tomar en cuenta las costumbres del lugar, los días principales de mercado y los diferentes tipos de ventas para que su funcionamiento sea eficiente. La necesidad de un diseño apropiado dentro de un espacio definido traerá como consecuencia un mejor ordenamiento de las necesidades que en él se realicen y, lograr a su vez, facilidad de desplazamiento interno y externo.

Tiempo y distancia :

La distancia y tiempo aceptables para el mercado municipal es de 1,500 metros de recorrido o de 20 a 35 minutos a pie, aunque es relativo este recorrido, ya que no está establecida la distancia por ser un centro de compra y venta de consumos básicos para los habitantes del municipio en donde se ubica.

Área de Influencia :

Existen dos conceptos de influencia en el mercado municipal influencia directa y la indirecta, la primera es la que se localiza su radio establecido por la distancia y tiempo de recorrido, en este caso está comprendida por el área urbana y comunidades cercanas que cubran los 1500 metros la influencia indirecta está integrada por el resto del municipio que también ejerce influencia en este tipo de equipamiento.

Terreno :

La topografía del terreno deberá ser preferiblemente regular y una pendiente del terreno no mayor al 10%. Es necesaria también la realización de un estudio de suelos que garantice que la capacidad del mismo es aceptable para este tipo de edificaciones, para garantizar la seguridad de los usuarios.

Población a atender:

El uso del coeficiente poblacional es de toda la población urbana y del municipio en donde se desarrolla el proyecto, en este caso del municipio de Yupiltepeque.

2.4.6 Equipamiento recreativo:

Las instalaciones, edificaciones deportivas y recreativas pertenecientes al estado estarán al alcance de la población escolar para el desarrollo de programas y eventos de educación física, deporte o recreación, previa coordinación con la parte administradora de tales instalaciones.

En la construcción adaptación o arrendamiento de edificios o casas para centros educativos, deberá garantizarse la reserva de espacios necesarios y adecuado para instalaciones o campos de educación física y deporte. Queda prohibida a las autoridades de los centros educativos y demás instancias educativas la autorización de construcciones que segreguen, mutilen o restrinjan el espacio que las actividades de educación física utilizan.

2.4.7 Servicios Públicos :**Rastro:**

El rastro tiene como objeto principal el centralizar la actividad del destace de reses en instalaciones debidamente implementadas, para que la población consuma un producto cárnico higiénico y de mejor calidad, al evitar con ello destaces clandestinos y focos de contaminación.

Terminal de buses:

Su localización debe ser fuera del perímetro urbano, debe procurarse que queden cerca de vías que permitan el fácil acceso tanto a vehículos como a peatones.

2.5 COMERCIO EN GUATEMALA

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales se entiende tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

Guatemala es un país en vías de desarrollo. Su economía es la novena a nivel latinoamericano. El sector más grande en la economía guatemalteca es la agricultura, es Guatemala el mayor exportador de cardamomo a nivel mundial, el quinto exportador de azúcar y el séptimo productor de café. El sector del turismo es el segundo generador de divisas para el país, la industria es una importante rama de la economía guatemalteca y el sector de servicios que año tras año cobra mayor importancia, por lo que convierte la típica economía guatemalteca basada en la agricultura en una economía basada en la prestación de servicios. Los sectores que más aportes generan al PIB (producto interior bruto) en Guatemala son:

Agricultura, ganadería y pesca.

El sector agrícola conforma un cuarto del PIB (Producto interior bruto), dos tercios de las exportaciones, y la mitad de la fuerza laboral. Los productos agrícolas principales son café, caña de azúcar, bananos y plátanos. También se cultiva tabaco, algodón, maíz, frutas y todo tipo de hortalizas. El país destaca por el cultivo de productos agrícolas no tradicionales como brócoli, arveja china, col de brúcelas, ajonjolí, espárragos y chile, que en su mayor parte se destinan al comercio exterior. Guatemala cuenta con ganadería, básicamente para consumo interno y un pequeño porcentaje para exportación a Honduras y El Salvador. La pesca es importante principalmente en la costa sur, los principales productos de exportación son los camarones, langostas y calamares. Los departamentos de Escuintla y Retalhuleu son los más importantes para la pesca.

Por su aridez, el llamado corredor seco que cubre parte de los departamentos de Baja Verapaz, Zacapa, El Progreso, Jalapa, Chiquimula, Jutiapa y Santa Rosa, es muy vulnerable a las sequías, no cuenta

con seguridad alimentaria además de tener un alto grado de pobreza extrema.⁵

3.6 ANTECEDENTES GENERALES DE LOS MERCADOS EN GUATEMALA

La palabra mercado procede del latín *mercatus* (lugar donde compran o permutan productos de toda clase), a su vez derivado del latín *merx*, *mercis* (mercancía).⁶

Luego de la conquista de los españoles, se empezó a fundar ciudades que generalmente contaban con un mercado para realizar las transacciones comerciales que se daban entre compradores y vendedores, pasados los años el comercio siguió desarrollándose pero en las mismas zonas; con el aumento en la población se vio la necesidad de mayor espacio y de instalaciones adecuadas para desarrollar las transacciones comerciales que se realizaban con una mayor afluencia, surge así la necesidad de construir mercados particulares y gubernamentales, pero sin ser planificados y edificados alrededor de la misma zona, lo que vino a construir un nivel de desorden y por ende una gran cantidad de desperdicio producido por los vendedores.

Desde la década de los años 70's el deterioro del sistema de mercados era notable y evidente con la presencia de vendedores ubicados desordenadamente en áreas externas a las instalaciones físicas de los mercados. Los lugares de mercado son indispensables en las ciudades o áreas geográficas que tienen gran concentración poblacional. Es en los mercados donde concurren los habitantes de dichas áreas para aprovisionarse de los artículos o productos básicos de consumo, tales como: cereales, frutas, verduras legumbres, y una gran variedad de artículos.

En los municipios de Guatemala, la existencia de los mercados ha sido una necesidad y un problema que data de muchos años. Una necesidad, porque estos centros son imprescindibles como lugares de aprovisionamiento de los habitantes de las ciudades; y un problema, porque hasta la fecha no se cuentan en su totalidad con los mercados suficientes y adecuados, para dar cabida a todos los negocios de las

⁵ Revista Fiscal.Net/ Comercio en Guatemala.

⁶ Capítulo 1/ Antecedentes de los mercados municipales./ Antecedentes de los mercados municipales de El Salvador.

personas que en ellos quieren dedicarse al ejercicio de sus actividades comerciales.

Los gobiernos municipales no obstante lo limitado de sus recursos económicos, han procurado resolver en alguna forma la necesidad y problema de los centros de mercadeo, así también, desde hace muchos años, han construido locales o edificios que en alguna medida cumplen con la función de centros de mercadeo; los que son los mercados municipales del país.

En tiempos pasados donde se encontraba ubicada la iglesia, la casa de gobierno y la plaza central, había un lugar abierto donde se efectuaban las operaciones de trueque entre los habitantes de esa época. Allí se realizaba el intercambio de productos agrícolas o de naturaleza casera, por otros de igual naturaleza o por granos de cacao que se utilizaba como unidad monetaria.⁷

El apareamiento de los automotores como medio de transporte y los nuevos medios de comunicación juntamente con el crecimiento de la población, ejercen su influencia cada vez más en las operaciones comerciales, cuyo radio de acción se amplió ilimitadamente. La plaza que inicialmente servía para abastecer a la población de los productos necesarios se vuelve insuficiente, fue imperativo construir nuevos locales, utilizar edificios que habían sido diseñados para otras actividades y que se encontraban desocupados. Debido a lo anterior surgieron otros mercados que ayudaron a contrarrestar los problemas que se dieron a causa del crecimiento de las actividades comerciales y de la población humana.

Los mercados municipales tienen una participación sumamente significativa dentro de la economía nacional, al considerar que esta gira en un buen porcentaje con base al consumo de los productos y servicios que en ellos se ofrece, es de hacer notar que a nivel nacional los mercados municipales tienen una gran demanda debido a que en su mayoría la población de toso los rincones del país decide efectuar sus compras en estos lugares. Es por ello que el intercambio comercial entre oferentes y

⁷ www.Mercasa.es/boletinformativo (consultado en febrero de 2007)

demandantes es muy amplio esto permite que el flujo de efectivo sea constante en cantidades sumamente altas.

En Guatemala una gran parte de la población se dedica a la agricultura en los mercados los productos agrícolas son los de mayor demanda; esto conlleva a respaldar que el comercio de los mercados permiten también que los pequeños productores agrícolas tengan la oportunidad de ofrecer sus productos para obtener mejores utilidades.⁸

Es importante mencionar que la participación de los mercados municipales dentro de la economía nacional es el alto número de empleos que ofrecen a los pobladores de los diferentes municipios del país, al tomar en cuenta que los productores intermediarios y detallistas tienen una cantidad de empleados que les colaboran en sus actividades diarias de producción y comercialización, permitiéndoles de esta manera una forma de ganarse la vida y obtener el dinero necesario para satisfacer sus necesidades individuales y familiares.⁹

2.7 DEFINICIÓN DE UN MERCADO

Es un sitio o lugar expresamente determinado por el ayuntamiento, destinado a la compra o venta al detalle de productos de primera necesidad en las diversas localidades y poblaciones del municipio; se concibe también como una unidad comercial estructurada con base en la organización de pequeños comerciantes, que proporciona a la población un abastecimiento adecuado de productos básicos de consumo en condiciones higiénicas y sanitarias. El mercado municipal representa, además, un instrumento de distribución donde se establece una relación más directa con las economías familiares y donde se manifiestan las virtudes o defectos del sistema comercial. Por esta razón, es conveniente una organización adecuada del mercado, donde las personas interesadas puedan realizar cómodamente sus compras con una garantía de calidad de los productos que adquieren y donde el abastecimiento sea permanente. Los productos que generalmente se encuentran en los mercados son los de tipo perecedero, como carnes, frutas, verduras y demás alimentos no elaborados y en menor importancia artículos de uso

⁸ Estudio realizado por la UCA (Universidad Centro Americana José Simeón Cañas) Desarrollo de los mercados Municipales en el Salvador, realizada en el año 2000.

⁹ IDEM.

doméstico, como detergentes, productos de limpieza y alimentos enlatados, entre otros.¹⁰



Ventajas de los mercados municipales

- Favorecen la adquisición de productos diversos en un mismo lugar.
- La existencia de varios establecimientos permite seleccionar los productos a los precios más accesibles.
- La concentración de comerciantes provoca la competencia comercial que favorece al equilibrio de los precios

Principales funciones de los mercados municipales

- Concentrar el comercio de la localidad al menudeo.
- Abastecer y distribuir al detalle diariamente los productos básicos que necesita la comunidad.
- Organizar dentro de un local a pequeños comerciante.

Con el fin de lograr la modernización del mercado público municipal es necesario observar las normas para construcción y operación, que expiden las autoridades lo que permitirá aumentar su eficiencia y el adecuado manejo de los productos.¹¹

2.8 PRINCIPALES AGENTES QUE INTERVIENEN EN UN MERCADO

El ejercicio del comercio en los mercados es realizado libremente por comerciantes particulares y prestadores de servicios, previa autorización del ayuntamiento. El carácter de los comerciantes puede ser permanente, temporal o tianguista. En todo caso, para poder realizar sus actividades deberán considerar los siguientes aspectos:

¹⁰ LA ADMINISTRACIÓN DE MERCADOS Y CENTRALES DE ABASTO, INAFED. documento realizado por la secretaría de gobernación de la Republica Mexicana.

¹¹ IDEM.

- Registrarse en el padrón de comerciantes del municipio y hacer su referendo anualmente.
- Colocar sus mercancías a la venta únicamente en el espacio que ocupa su local o puesto asignado.
- Mantener libres de obstáculos los pasillos, andadores, banquetas y corredores.
- Dar mantenimiento a las instalaciones a su cargo.
- Tener licencia sanitaria y de funcionamiento expedidas por las autoridades correspondientes.
- Cumplir con lo establecido en las disposiciones legales en materia de sanidad.
- Mantener limpios sus puestos y el frente de los mismos.
- Colocar en un lugar visible los precios oficiales de las mercancías y artículos de primera necesidad sujetos a control.

2.8.1. Comerciante Permanente

Es la persona que ejerce el comercio en un lugar fijo, establecida en los mercados y centrales de abasto o en aquellos lugares que determinen las autoridades municipales por tiempo indeterminado, como son los locatarios y bodegueros.

2.8.2. Comerciante Temporal

Es aquel que, ha obtenido la autorización correspondiente, ejerce el comercio en un lugar fijo dentro de los mercados o centrales de abasto por un tiempo determinado, que no excede de seis meses.

2.8.3 Comerciante Diario (piso de plaza)

Es aquel comerciante que está autorizado para efectuar el comercio en los lugares, días y horarios destinados y que se ubican normalmente en las áreas aledañas al mercado o central de abasto destinadas para tal fin.

2.8.4 Prestador de Servicios

Son las personas que venden alimentos preparados o prestan algún servicio en los mercados y centrales de abasto, como son: plomeros, cerrajeros, estibadores, cargadores, los cuales están obligados a pagar un derecho a la Tesorería Municipal por ejercer su actividad.

2.9 ÁREAS BÁSICAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN MERCADO

Las áreas necesarias para el funcionamiento del mercado son las que a continuación se mencionan:

2.9.1 Sección Administrativa.

Esta sección se integra por los siguientes servicios:

- Oficina administrativa.
- Módulo de informes y sala de espera.
- Pagaduría y caja.
- Área de sanidad y control.
- Sanitarios.
- Guardarropa.
- Área de utilería y limpieza.

2.9.2 Sección de Ventas.

Esta sección se integra por dos tipos de locales, que son:

- Comercio seco y fresco; donde se encuentra abarrotes, misceláneas, semillas, frutas frescas, chiles, etc.
- Comercio húmedo; se encuentran en esta área carnicerías, pollerías, salchicherías, legumbres y verduras, plantas, etc.

2.9.3 Sección Comercial.

En esta sección se establecen boneterías, zapaterías, jugueterías, perfumerías, papelerías y reparaciones menores.

2.9.3 Piso de plaza

Es una zona exterior del mercado, utilizable generalmente un día a la semana.

2.9.4 Sección de Comidas y Antojitos.

Esta sección se integra con fondas, refresquerías, neverías, juguerías, etc.

2.9.5 Servicios generales.

En esta sección se integra el servicio médico, andenes para carga y descarga, zona de lavado, baños y vestidores para empleados, servicios sanitarios para el público, local para subestación, local para basura, patio de maniobras, pesado de carnes, refrigeración, bodegas, etc. De acuerdo con las características que se han señalado, se puede considerar que el desarrollo de un sistema de mercados municipales debe comprender acciones de dotación y complementación entre los mismos estos y la cercanía con centrales de abasto a fin de que se integren a las necesidades de concentración y abastecimiento de productos básicos en los municipios.¹²

2.10 CLASIFICACIÓN DE MERCADOS

Los mercados según la influencia que ejerce la población a servir como por su capacidad en Guatemala se dividen en:

2.10.1 Mercado Metropolitano:

La ubicación de este mercado sirve a los usuarios específicos de una ciudad, los cuales están dispersos en toda el área metropolitana.

2.10.2 Mercado Sectorial:

Este tipo de mercado, busca dar servicio a las personas que viven a más de un kilometro de distancia de su ubicación. También está apoyado por servicio de transporte urbano y extraurbano.

2.10.3 Mercado Cantonal:

Este tipo de mercado, da servicio a las personas que habitan en un radio de influencia no mayor a 1 km de distancia. A este mercado también se le llama mercado de barrio o zonal y los usuarios pueden desplazarse a pie sin ninguna dificultad.

2.10.4 Mercado municipal:

El Mercado Municipal se define como un conjunto de establecimientos minoristas independientes, fundamentalmente de alimentación perecedera. Estos establecimientos están agrupados en un edificio de titularidad pública y normalmente de uso exclusivo, que tienen servicios comunes y requieren una gestión de funcionamiento también común.

2.11 CASO ANÁLOGO NACIONAL:

Mercado La Reformita: (11 Avenida entre 22 y 23 calle zona 12 ciudad de Guatemala)



Clasificación: Mercado Cantonal

Puestos Autorizados: 232

Fundación: Año 1978



Ubicación

EL Mercado cantonal **La Reformita** está ubicado en el barrio conocido de mismo modo que su nombre, su excelente ubicación, les permite a usuarios de varios puntos de la ciudad, visitar el centro entre dos y tres veces por semana, el uso de suelo de su alrededor es de un 60% residencial y 40% comercial, y logra así ser el punto de abastecimiento de productos de la canasta básica a varias familias.



1. Área de Estacionamiento: El crecimiento de la población en los últimos años en la ciudad de Guatemala ha tenido un incremento marcado, perjudicando a serios sectores con el exceso de Vehículos y la falta de áreas de estacionamiento, el mercado se encuentra en un punto de vías transitadas sin la cantidad de parqueos recomendada, tomando en cuenta la demanda que en los últimos años a adquirido.

2. Circulaciones de Ingreso: El mercado **La Reformita** fue construido hace 40 años, en la ciudad de Guatemala encontramos varios sectores con cultura de compra - venta de productos básicos diario, siendo este uno de los ejemplos de la rutina cotidiana de ciertas familias, dándole prioridad al peatón, con pasillos exteriores mayor de 2.50 metros y plazas de acceso en diferentes puntos.



3. Plaza de Ingreso: Hace 6 años la municipalidad de Guatemala invirtió en el proyecto, adoquinando las aceras principales y un espacio de 6 x 9 libre de comercio, con el fin de darle a los compradores un vestíbulo de ingreso, que les permite tener alargado su tiempo de estadía en el mercado teniendo un área destinada para descanso.



4. Cubierta : El mercado tiene una cubierta ligera de lamina galvanizada y estructura metálica de costanera en U con diseño de dos aguas, que facilita la protección del centro en época de invierno, modulado para dejarle ventilación el parte superior ofreciéndole al usuario un área de compra iluminada y amplia teniendo un panorama limpio para poder observar y tener acceso a todas las ventas.

5. Estructura: La modulación de columnas para la cubierta está diseñada con la de los puestos de venta a modo de que estas con interfieran con el paso de los usuarios dentro del establecimiento, el cerramiento es una estructura aparte que es de mampostería, con columnas a cada 5 metros, dejando de separación de 2 metros en la partes bajas de la cubierta buscando un sistema de ventilación cruzada .



6. Administración: Por la cantidad de puestos del mercado el área de administración cuenta con dos oficinas, una del administrador y otra de la contabilidad, quienes están a cargo del mantenimiento del establecimiento así como el pago de vendedores cada mes, el cual es utilizado para el mantenimiento anual del centro, manteniéndolo en buenas condiciones y visualmente atractivo, llamando la atención del usuario.

Área de ventas: Según la administradora del centro, en los últimos años se ha buscado la forma de ordenar a los vendedores, según la clasificación del producto que comercializan, y se pudo separarlos en área húmeda, área seca y /o área semi- húmeda. Aunque esto les a resultado un poco difícil dado que ciertos puestos están ubicados desde hace mas de 20 años, a pesar de esto en el mercado si se puede ver pasillos organizados de la forma anterior descrita.



7. Comedores: caracterizada por sus amplios pasillos y la ubicación de mesas y sillas que le permiten a los usuarios realizar tiempos de comida adentro del establecimiento.

8. Área Húmeda: Área en donde podemos encontrar carnicerías, pollerías, marraneras, lácteos entre otros, se caracteriza por necesitar agua adentro del local para su mantenimiento así como un material como azulejo que les permita con facilidad limpiar de dos a tres veces al día.

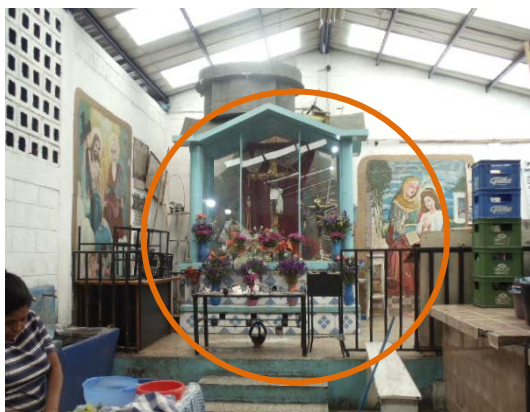


9. Área Seca: Área caracterizada por la venta de productos secos misceláneas o abarroterías en las cuales se vende producto de todo tipo y tamaño debido a esto es necesario que tengan algún tipo de cerramiento permanente que les ayude a los vendedores a proteger sus productos como persianas metálicas como se muestra en el ejemplo.



9. Área Semi-Húmeda: Área en la cual se ubican las ventas de verduras, frutas y hortalizas, producto que en algún momento puede ser catalogado como húmedo, debido a esto se deben de tener áreas con drenajes que les permitan a los vendedores limpiar en dos y tres veces a la semana. En el caso del mercado de la Reformita no se logra ya que estos locales están diseñados con áreas de madera lo que no les facilita la limpieza.

10. Piso Plaza: Área libre de mobiliario en donde los vendedores colocan a diario sus ventas, en este caso está pegado a una de las calles principales, en esta se encuentra todo tipo de producto, sin ningún tipo de clasificación.



11. Altar: Área necesaria en los mercados debido a las tradiciones que se dan en nuestro país, que les permite a los vendedores encomendar sus ventas cotidianas.

2.12 CASO ANÁLOGO INTERNACIONAL:

Mercado de abastos TIRSO DE MOLINA : Avenida la Paz esquina Avenida Artesanos, comunas de Independencia y Recoleta, Santiago, Chile

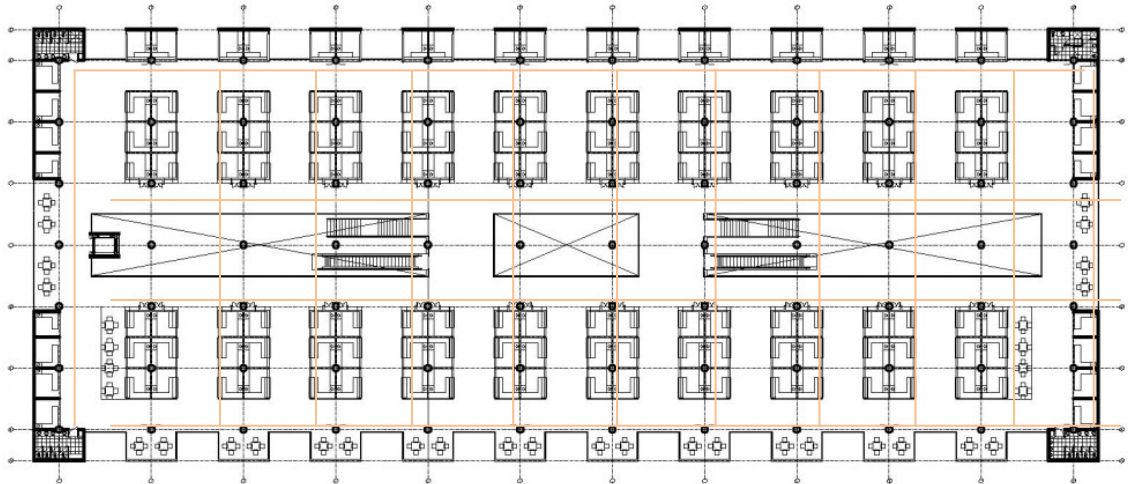
- Superficie del terreno: 14.200 m²
Superficie construida: 8.200 m²



Estructura: El Mercado se concibió como una gran cubierta que descansa sobre una trama de altos pilares. Como árboles artificiales, los módulos de la cubierta de 6 x 6 mts. definen una planta libre y flexible para la instalación de los locales en 2 niveles. Cada módulo está conformado por una estructura piramidal invertida con techo traslucido que genera la iluminación interior reinterpretando el follaje de los árboles. Un juego de luces y sombras se produce en todo el interior y dibuja en los volúmenes y en el suelo múltiples formas que se multiplican por todo el mercado.



Iluminación: La propuesta arquitectónica está modulada, buscando la forma de tener espacios de ventas del mismo tamaño, brindando amplitud en los pasillos de paso, iluminado y con un Angulo de visión libre que permite, a los compradores apreciar los distintos puntos de ventas, así como los productos que estos ofrecen. La traza tradicional permite un recorrido sencillo que ayuda tanto al usuario, como en el proceso administrativo y de mantenimiento.



La fachada frontal es un diseño semi abierto, que posee comercios en su parte baja lo que permite a los usuarios de paso tener acceso, a realizar sus compras en abarroterías sin necesidad de ingresar al establecimiento.

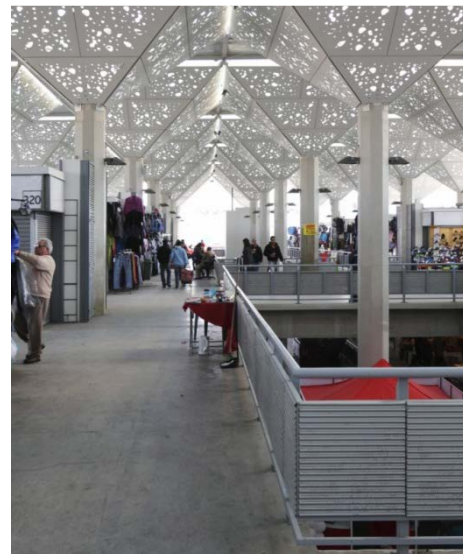
Modulación: En el espacio central que recorre a lo largo todo el edificio se disponen rampas y escaleras permitiendo la relación espacial entre ambos niveles y logrando que el espacio interior se entienda como uno solo. En el 2º nivel se ubican locales de cafeterías que se abren a la vista hacia el río Mapocho y el Parque Forestal. El lugar es abierto y ventilado, amplio y de fácil acceso. En el subsuelo se ubican servicios higiénicos y recintos de apoyo.



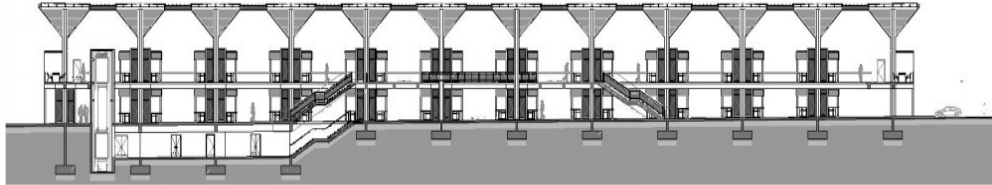


Sistema Constructivo: Los materiales para la elaboración del proyecto, son amigables con el ambiente, la mezcla de tonos hace que sea una propuesta sobria, abierta para todo tipo de personas, y al mismo tiempo hace que el mantenimiento no sea costoso lo que reduce precios de alquiler de locales, dando la oportunidad de que el usuario tenga precios accesibles a los productos que busca.

Iluminación: El diseño de la cubierta permite, que los pasillos de paso sean iluminados y ventilados naturalmente, lo que brinda un espacio semi abierto, que al mismo tiempo es acogedor. Y que cuenta con todos los servicios básicos, sectorizando por pasillos los productos que se venden.



La volumetría exterior busca asociarse armónicamente con la Pérgola de las Flores. Volúmenes de igual altura, modulación y materialidad forman una sola unidad entre los 3 edificios. Un edificio de simpleza formal y constructiva pensado para una gran intensidad de uso y como ícono arquitectónico en un lugar muy significativo de la ciudad



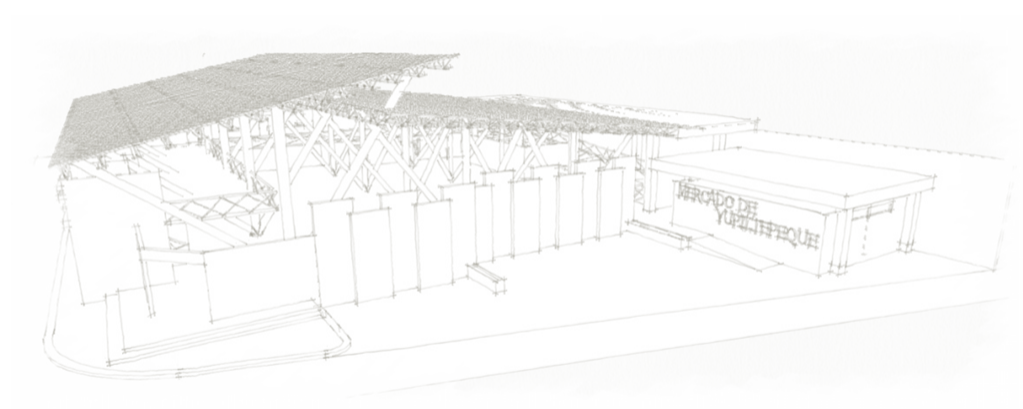
Sección Longitudinal



Sección Transversal A-A



Sección Transversal B-B



CAPITULO 3

Marco legal



En la construcción de cualquier es necesaria la consulta con la reglamentaria que rige tanto el sitio como las actividades que se desarrollan en estos, buscando la complementación de un buen funcionamiento basado en lineamientos establecidos.

3.1 ASPECTOS LEGALES INCLUIDOS EN LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

Según la Constitución Política de la República de Guatemala, en su capítulo único el Estado de Guatemala se debe de organizar para proteger en todo sentido a la persona y a su familia garantiza a los habitantes la libertad, la justicia, la seguridad, la paz y el desarrollo integral de cada persona, se desglosa por secciones los diferentes ámbitos que intervienen en las actividades cotidianas de los ciudadanos.

La sección octava relacionada al trabajo en sus artículos 101 y 102 hace énfasis en el trabajo como un derecho de cada persona y una obligación social, es el régimen laboral el encargado para organizarse conforme a principios de justicia, deja libertad en la elección de trabajo, siempre y cuando se logren condiciones satisfactorias que garanticen para el trabajador y para su familia una existencia digna.

Y en su sección decima, en sus artículos 118, 119, 131 , régimen económico y social de la republica es fundado en principios de la justicia social la cual abarca obligaciones fundamentales como:

Obligación del estado orientar la economía nacional para lograr la utilización de los recursos naturales y el potencial humano, para incrementar la riqueza y tratar de lograr el empleo la equitativa distribución de los ingresos nacionales.

Algunas obligaciones del Estado:

- Promover el desarrollo económico de la Nación, estimulando la iniciativa en actividades agrícolas, pecuarias, industriales, turísticas y de otra naturaleza;
- Promover en forma sistemática la descentralización económica administrativa, para lograr un adecuado desarrollo regional del país;
- Adoptar las medidas que sean necesarias para la conservación, desarrollo y aprovechamiento de los recursos naturales en forma eficiente; d. Velar por la elevación del nivel de vida de todos los habitantes del país y procurar el bienestar de la familia;

- Otorgar incentivos, de conformidad con la ley, a las empresas industriales que se establezcan en el interior de la República y contribuyan a la descentralización;
- Proteger la formación de capital, el ahorro y la inversión;
- Promover el desarrollo ordenado y eficiente del comercio interior y exterior del país, fomentando mercados para los productos nacionales.
- Proteger la formación de capital, el ahorro y la inversión.

3.2 ASPECTOS LEGALES INCLUIDOS EN EL CÓDIGO MUNICIPAL

(DECRETO 12-2012)

Tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, gobierno, administración, y funcionamiento de los municipios y demás entidades locales determinadas en este código y el contenido de las competencias que correspondan a los municipios en cuanto a las materias que se regulen.

Se hace énfasis en el capítulo III, que el alcalde representa a la municipalidad y al municipio, es el personero legal de la misma, debe buscar la forma de cumplir las ordenanzas, reglamentos, acuerdos, resoluciones y demás disposiciones del concejo Municipal, al efecto expedirá las ordenes e instrucciones necesarias para resolver los asuntos del municipio que no estén atribuidos a otra autoridad, es derecho del vecino a ser informado y a participar en las decisiones que este tome acorde a las necesidades que se reflejen en el municipio.

TITULO V ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL

CAPITULO I Competencias Municipales

ARTICULO 69. Obras y servicios a cargo del Gobierno Central. El Gobierno Central u otras dependencias públicas podrán, en coordinación con los planes, programas y proyectos de desarrollo municipal, prestar servicios locales cuando el municipio lo solicite.

ARTICULO 70. Competencias delegadas al municipio. El municipio ejercerá competencias por delegación en los términos establecidos por la ley y los convenios correspondientes, en atención a las características de la actividad pública de que se trate y a la capacidad de gestión del gobierno municipal, de conformidad con las prioridades de descentralización, desconcentración y el acercamiento de los servicios públicos a los ciudadanos.

ARTICULO 71. Efectividad de la delegación. La efectividad de la delegación requerirá su aceptación por parte del municipio interesado; en todo caso, la delegación habrá de ir acompañada necesariamente, de la dotación o el incremento de los recursos necesarios para desempeñarla, sin menoscabo de la autonomía municipal.

ARTICULO 72. Servicios públicos municipales. El municipio debe regular y prestar los servicios públicos municipales de su circunscripción territorial y, por lo tanto, tiene competencia para establecerlos, mantenerlos, ampliarlos y mejorarlos, en los términos indicados en los artículos anteriores, garantiza un funcionamiento eficaz, seguro y continuo y, en su caso, la determinación y cobro de tasas y contribuciones equitativas y justas. Las tasas y contribuciones deberán ser fijadas atendiendo los costos de operación, mantenimiento y mejoramiento de calidad y cobertura de servicios.

ARTICULO 73. Forma de establecimiento y prestación de los servicios municipales. Los servicios públicos municipales serán prestados y administrados por:

- a) La municipalidad y sus dependencias administrativas, unidades de servicio y empresas públicas;
- b) La mancomunidad de municipios según regulaciones acordadas conjuntamente;
- c) Concesiones otorgadas de conformidad con las normas contenidas en este Código, la Ley de Contrataciones del Estado y Reglamentos Municipales.

3.3 ASPECTOS LEGALES INCLUIDOS EN EL COGIDO DE SALUD

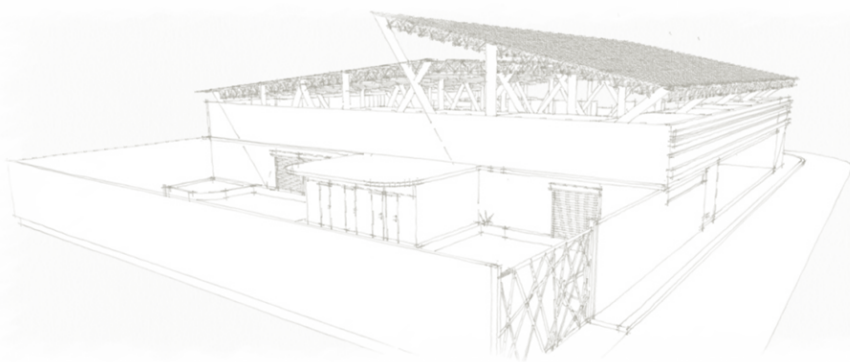
A partir de este código se tomarán todas las normas sanitarias relacionadas con el almacenamiento y venta de productos dentro del mercado municipal.

Para el saneamiento del medio ambiente se desarrollarán áreas especiales destinadas al almacenamiento de basura y otros desechos que puedan ser clasificados y tratados de acorde a las características de cada uno de estos, busca la forma de eliminar y controlar plagas de insectos roedores entre otros.

El Ministerio de Salud en coordinación con las demás instituciones del Sector, y con la participación activa de las comunidades organizadas, deberá promover y desarrollar acciones que tiendan a evitar la difusión, y el control y la erradicación de las enfermedades transmisibles en todo el territorio nacional, ejercer la vigilancia técnica en el cumplimiento de la materia y emitir las disposiciones pertinentes, conforme a la reglamentación que se establezca. Supervisa el cumplimiento de las normas sanitarias de todas las actividades que se desarrollen en el inmueble, siendo estas la carga y descarga de productos, almacenamiento, distribución, preparación de comida, y mantenimiento del mismo.

El Ministerio de Salud, se compromete a velar por la creación de ambientes saludables en colaboración con la Comisión Nacional del Medio Ambiente, las Municipalidades y la comunidad organizada, promoverán un ambiente saludable que favorezca el desarrollo pleno de los individuos, familias y comunidades.

Sera necesario conocer las normas sanitarias que El Ministerio de Salud con otras instituciones del sector dentro de su ámbito de competencia, establecerán buscando la regulación, y construcción de obras para la eliminación y disposición de excretas y aguas residuales y establecerá de manera conjunta con las municipalidades, la autorización, supervisión y control de dichas obras.



CAPÍTULO 4

MARCO CONTEXTUAL



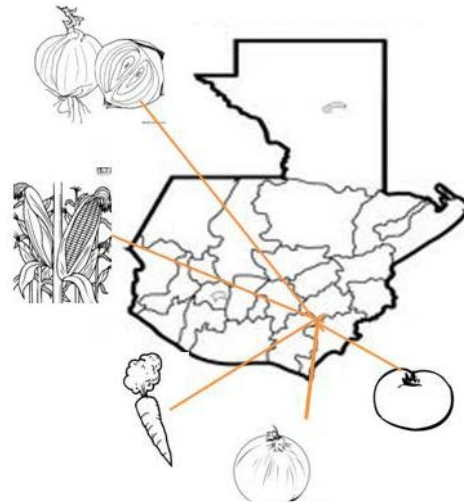
4.1 REPÚBLICA DE GUATEMALA

El proyecto se encuentra ubicado en la República de Guatemala, Centro América, limita al oeste y norte con México, al este con Belice y el golfo de Honduras, al Sureste con Honduras y el Salvador y al sur con el Océano Pacífico.



La base de la economía guatemalteca es la producción agrícola, la cual es destinada en su mayor parte a la exportación. Desde el período de la colonia, se inició la configuración del sistema productivo actual, que

consiste en grandes extensiones de tierra que producen para la exportación y pequeñas propiedades cuya producción vital se destina exclusivamente al autoconsumo. También se sabe que antiguamente existían sitios determinados para el intercambio y la compra y venta de mercancías, éstos eran centros ceremoniales a los que se les llamaba “mercados”. Desde entonces, el mercado se convirtió en una práctica que continúa



ESQUEMA 3: Elaboración Propia

vigente en todos los pueblos de Guatemala. El desarrollo agrícola y el comercio originaron la construcción de vías de comunicación. Con mejores accesos y transporte interurbano se incrementa la interacción de pobladores de diferentes comunidades en sitios como los mercados.

El territorio guatemalteco, es atravesado por tres ejes principales de carreteras, de los cuales dos son de oriente a poniente y uno de norte a sur. Uno de ellos, la carretera interamericana CA-1, se extiende desde la mesilla, en la frontera con México, hasta San Cristóbal, en la frontera con El Salvador; con longitud de 519 km.

4.1.1 Organización Territorial

Guatemala se encuentra organizada en 8 Regiones, 22 departamentos y 335 municipios y son los departamentos de Guatemala los siguientes:

1. Alta Verapaz
2. Baja Verapaz
3. Chimaltenango
4. Chiquimula
5. Petén
6. El Progreso
7. El Quiché
8. Escuintla
9. Guatemala
10. Huehuetenango
11. Izabal
12. Jalapa
13. Jutiapa
14. Quetzaltenango
15. Retalhuleu
16. Sacatepéquez
17. San Marcos
18. Santa Rosa
19. Sololá
20. Suchitepéquez
21. Totonicapán
22. Zacapa



ESQUEMA 4 Elaboración Propia

4.1.2 Las regiones

Para fomentar los planos de desarrollo de Guatemala se hizo necesaria la regionalización, que es una descentralización de la administración pública para así ejercer una mejor efectividad de las labores gubernamentales. Una región comprende el espacio geográfico contenido dentro de los límites de una unidad funcional desde el punto de vista económico, social y territorial de los departamentos que la conforman, por contar con condiciones similares, en esta unidad se considera en general, menor que el país y mayor que el departamento. El país actualmente, atiende en general a similitudes geográficas, culturales y humanas:

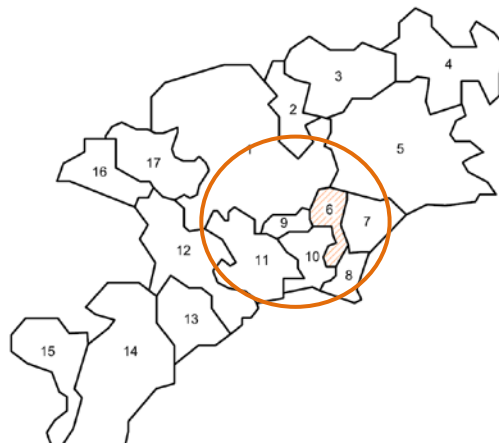
- **Región 1 Metropolitana:** Conformado por el departamento de Guatemala.
- **Región 2 Norte:** Conformada por los departamentos de Alta y Baja Verapaz.
- **Región 3 Nor-Oriente:** Conformada por los departamentos de Chiquimula, El Progreso, Izabal y Zacapa.
- **Región 4 Sur-Oriente:** conformada por los departamentos de Jalapa, Jutiapa y Santa Rosa.

- **Región 5, Central:** Conformada por los departamentos de Chimaltenango, Escuintla y Sacatepéquez.
- **Región 6 Sur-Occidente:** Conformada por los departamento de Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos, Sololá, Suchitepéquez y Totonicapán.
- **Región 7 Nor-Occidente:** Conformada por los departamento de Huehuetenango, Quiché.
- **Región 8 Petén:** Conformada por el departamento más grande del país, El Petén.

4.2 DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

En el extremo suroriental del país, en donde la cordillera volcánica termina su recorrido por tierras guatemaltecas, se estira entre los montes y el mar, el departamento de Jutiapa. Su posición, apretada contra la línea de

1. Jutiapa
2. El Progreso
3. Santa Catarina Mita
4. Agua Blanca
5. Asunción Mita
- 6. Yupiltepeque**
7. Atescatempa
8. Jerez
9. El Adelanto
10. Zapotitlán
11. Comapa
12. Jalpatagua
13. Conguaco
14. Moyuta
15. Pasaco
16. San José Acatempa
17. Quezada.



ESQUEMA 5 Elaboración Propia

levante, le otorga el privilegio de recibir al sol naciente; por eso es llamado: “la cuna del Sol”. La cadena orográfica del sur de Guatemala, la cordillera volcánica, que se extiende a

todo lo ancho, forma un monumental espinazo de conos. Es un verdadero eje de fuego. Pero es en Jutiapa en donde la preeminencia de la condición volcánica se manifiesta con excepcional vigor y agradable diversidad. Ahí, los conos volcánicos no sólo se encuentran por montones; están, también, asociados a multitud de lagunas debido a su privilegiado clima, la zona es indicada para la agricultura

Ciudad más poblada Jutiapa

Idioma oficial Español

Cabecera Jutiapa

Clima Cálido Templado

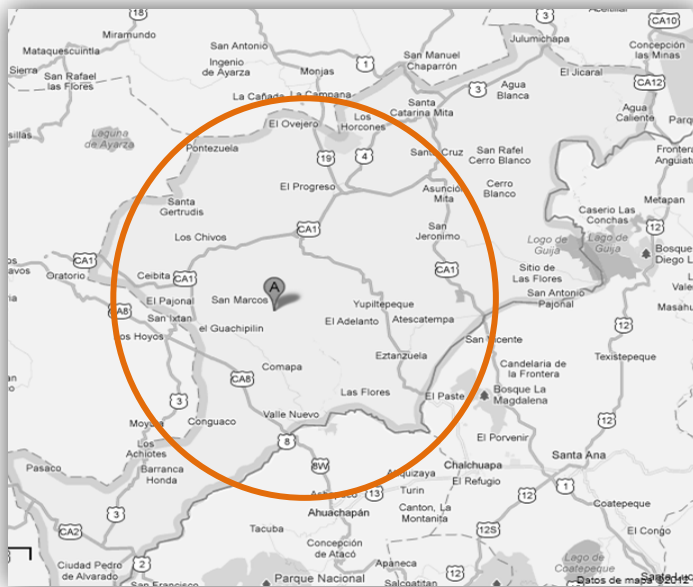
Cristina de León Escobar

Total 489.085 habitantes¹²

Densidad 152.08 habitantes/m²

La principal actividad económica en Jutiapa es la agricultura y la ganadería. Los cultivos principales son el, Chile pimiento, Tomate, el además se produce sorgo, lentejas, azúcar, tabaco, papas, mandioca, sésamo, henequén, maguey, café, algodón y diversas frutas. Jutiapa también es el segundo departamento productor de leche a nivel nacional.

4.3 MUNICIPIO DE YUPILTEPEQUE



Yupiltepeque tiene una extensión territorial de 36 km cuadrados aproximadamente, con una altura de 1.050 metros sobre el Nivel del Mar¹³

Hay una distancia de 24 kilómetros de la cabecera departamental; de este municipio se puede uno conducir hacia el municipio de

Jerez, Atescatempa y a San Cristóbal Frontera, la cual se encuentra fronteriza a la República de El Salvador.

El municipio de Yupiltepeque cuenta con un potencial económico fuerte, debido a que tiene una posición estratégica dentro de la mancomunidad del Cono sur, es un paso para la interconexión con esos municipios hacia como hacia la frontera con el Salvador. La economía del municipio se encuentra sustentada en la producción agrícola, es un productor de granos básicos, los cuales sirven para abastecer la demanda local. El excedente de la producción agrícola, es aprovechado por intermediarios

¹² Censo año 2002 INE. Jutiapa.

¹³ Matriz de resultados estudios socioeconómico creado por SEGEPLAN <http://sistemas.segeplan.gob.gt>

Cristina de León Escobar

quienes la comercializan tanto en el mercado departamental como en el ámbito nacional.¹⁴

4.3.1 Idioma:

El idioma predominante en el municipio es el español. De acuerdo a la información suministrada por el INE, el 21% de la población está catalogada como indígena de descendencia Xinca. Sin embargo no hay evidencia del uso del idioma, traje o costumbres indígenas.

4.3.2 Cultura indígena y no indígena:

Los descendientes que se denominan indígenas Xincas actualmente no conservan ningún rasgo de sus tradiciones ancestrales. El proceso de ladinización ha sido progresivo lo que implica una pérdida total de cualquier vestigio de su cultura al asumir todas las características ladinas tanto en términos de su idioma, vestimenta y costumbres. La cultura no indígena está conformada por todos los patrones de vida ladina, la cual está vinculada con el desarrollo del municipio, las oportunidades de empleo, el acceso a los servicios básicos y la disponibilidad de las condiciones económico productivas que han prevalecido dentro de la cultura de ladinización. Esta es la cultura que predomina actualmente en la totalidad de los habitantes del mismo.

4.3.3 Religión y espiritualidad:

Las religiones que prevalecen en el municipio son: católica 60%, cristiano evangélica 30% y un 10% que no profesan ninguna.

4.3.4 Tradiciones:

La feria titular del municipio fue instituida por acuerdo gubernativo del 14 de noviembre del año 1,936, en honor al Patrón San Lucas, en la actualidad se celebra del 15 al 20 de octubre. Las procesiones se celebran durante las fiestas de Semana Santa. Las posadas que están vinculadas con las fiestas Navideñas, la quema del diablo el 7 de diciembre y el baile de los Viejos y el verano e invierno.

4.3.5 Localización y distancias:

El municipio es uno de los 17 que conforma el Departamento de Jutiapa, con nombre oficial de "Yupiltepeque" el cual quedo unido al circuito de Mita en el departamento de Chiquimula por decreto del 27 de Agosto de 1,836. Se encuentra localizado al sur- este del Departamento de Jutiapa, situado en la latitud 14 19` 58"; longitud 89 42` 34" a una altura de 1,439 metros sobre el nivel del mar. Límites: al norte con Jutiapa; al este con

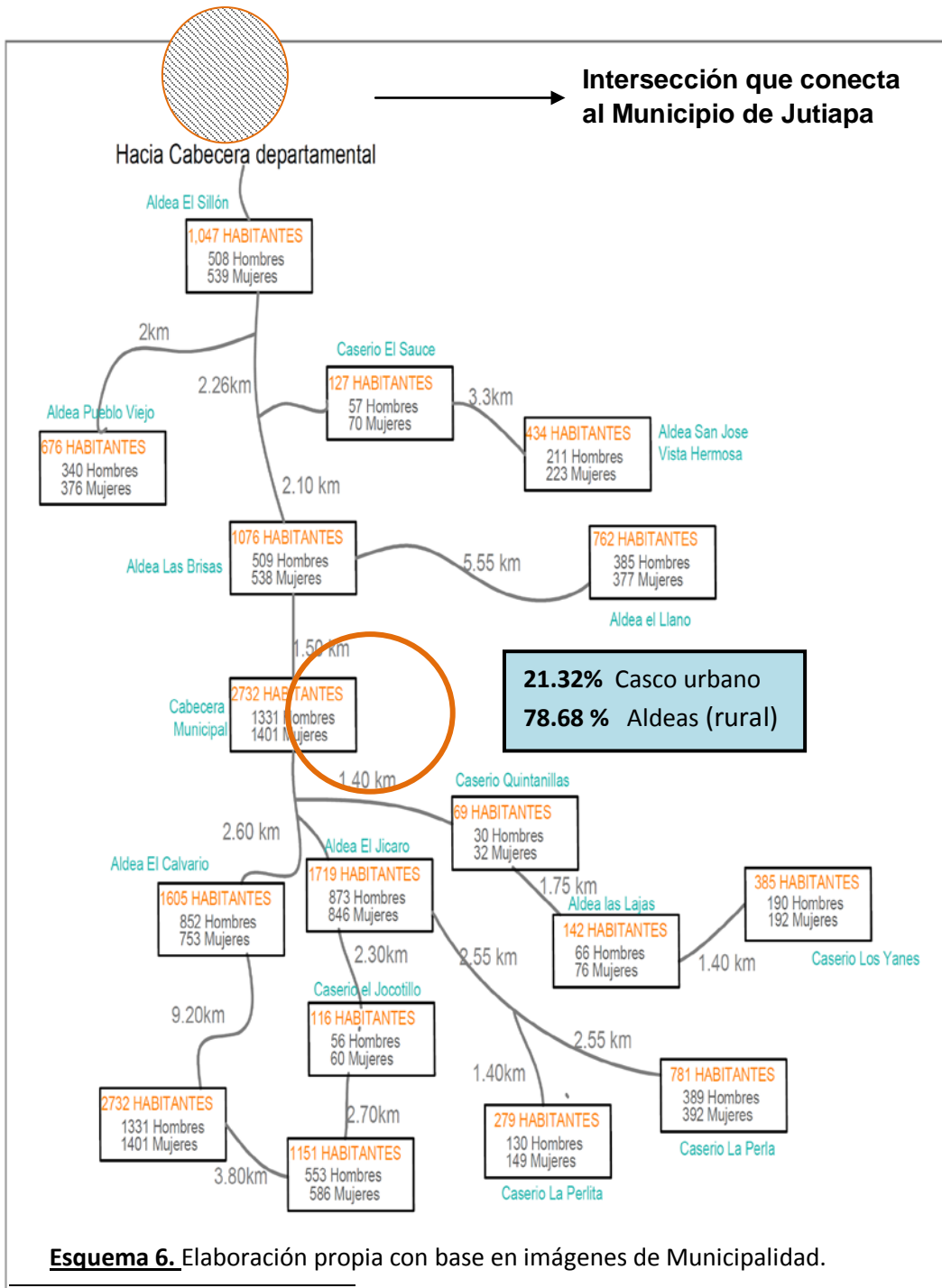
¹⁴ Idem.

Cristina de León Escobar

Asunción Mita y Atescatempa: al sur con Jerez; al oeste con Zapotitlán y El Adelanto, todos municipios del departamento de Jutiapa.¹⁵¹⁶

4.3.6 Población:

Población de 14, 933 habitantes (distribuidos de la forma explicada en el esquema no. 4)



¹⁵ Revista El Jutiapaneco/ actualizada año 2010.

Crecimiento poblacional

El crecimiento poblacional o crecimiento demográfico es el cambio en la población en un cierto plazo, y puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población es como porcentaje para el municipio de Yupiltepeque del 2.1% ¹⁶

4.3.7 Descripción del Casco urbano:

El casco urbano está conformado por el parque central, templo católico, viviendas circundantes y pequeños comercios.



Ubicada al este del parque principal está el templo católico que data de la época colonial, es de estilo barroco español y cuenta con una fachada en forma de retablo, un campanario, un atrio en forma cuadrada sin ningún tipo de cerramiento.

El palacio municipal de Yupiltepeque se encuentra al oeste del parque, en una manzana que alberga el área bancaria y algunos comercios de distinta índole, el palacio municipal cuenta con un salón de usos múltiples en donde se desarrollan diferentes tipos de actividades.

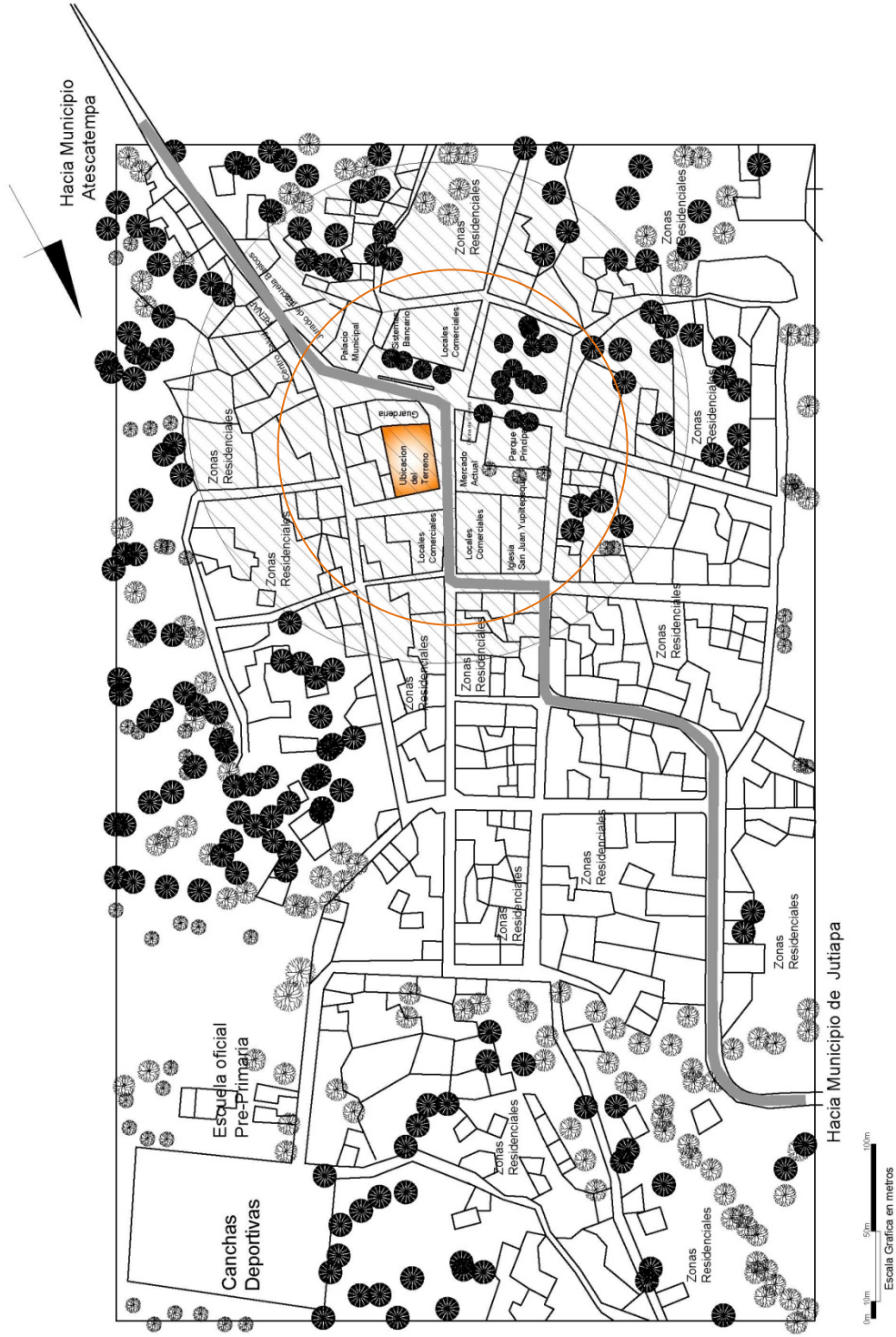


Las construcciones de vivienda en Yupiltepeque se caracterizan por la utilización de muros de block pómez, con repellos cernidos, los marcos de las puertas y de las ventanas son rectangulares, pero en algunas edificaciones presentan arcos de medio punto, la utilización de cenefas que cubren los techos para no tener acceso visual desde el exterior.

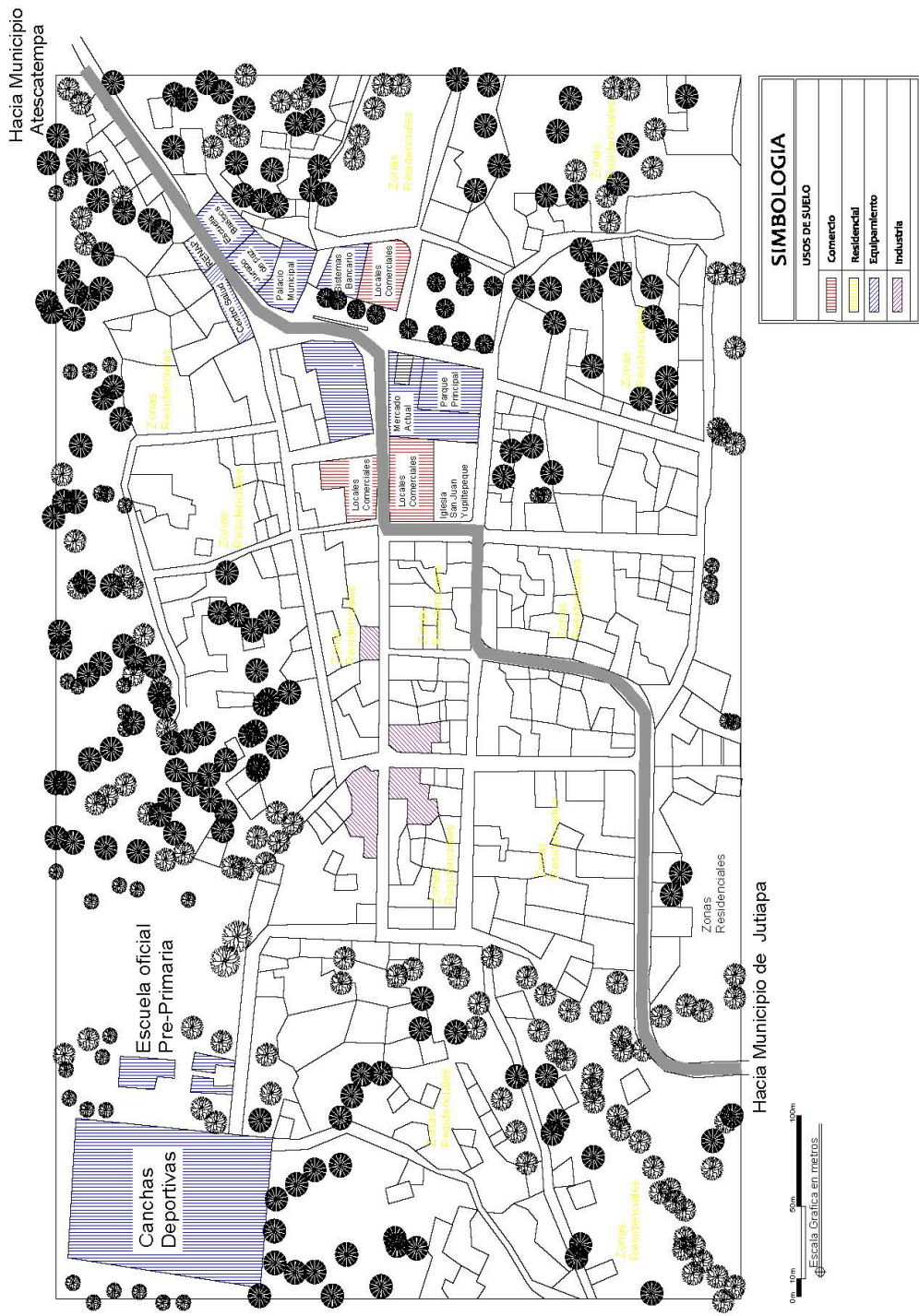


Como se describió anteriormente la arquitectura de Yupiltepeque se caracteriza por responder los aspectos culturales de la población, por lo que se utilizan diversos sistemas y materiales constructivos que dependen del gusto pero más que todo de la economía de la familia.

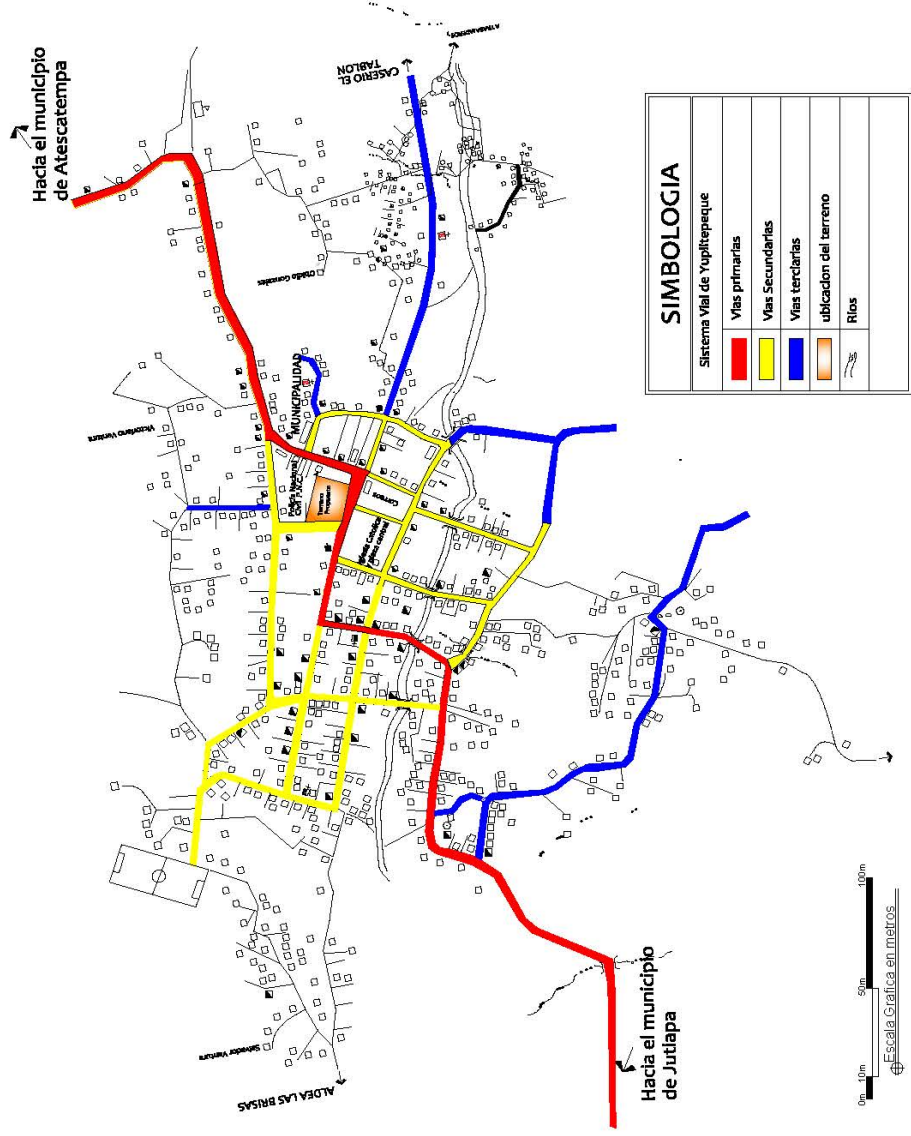
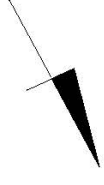
Cristina de León Escobar



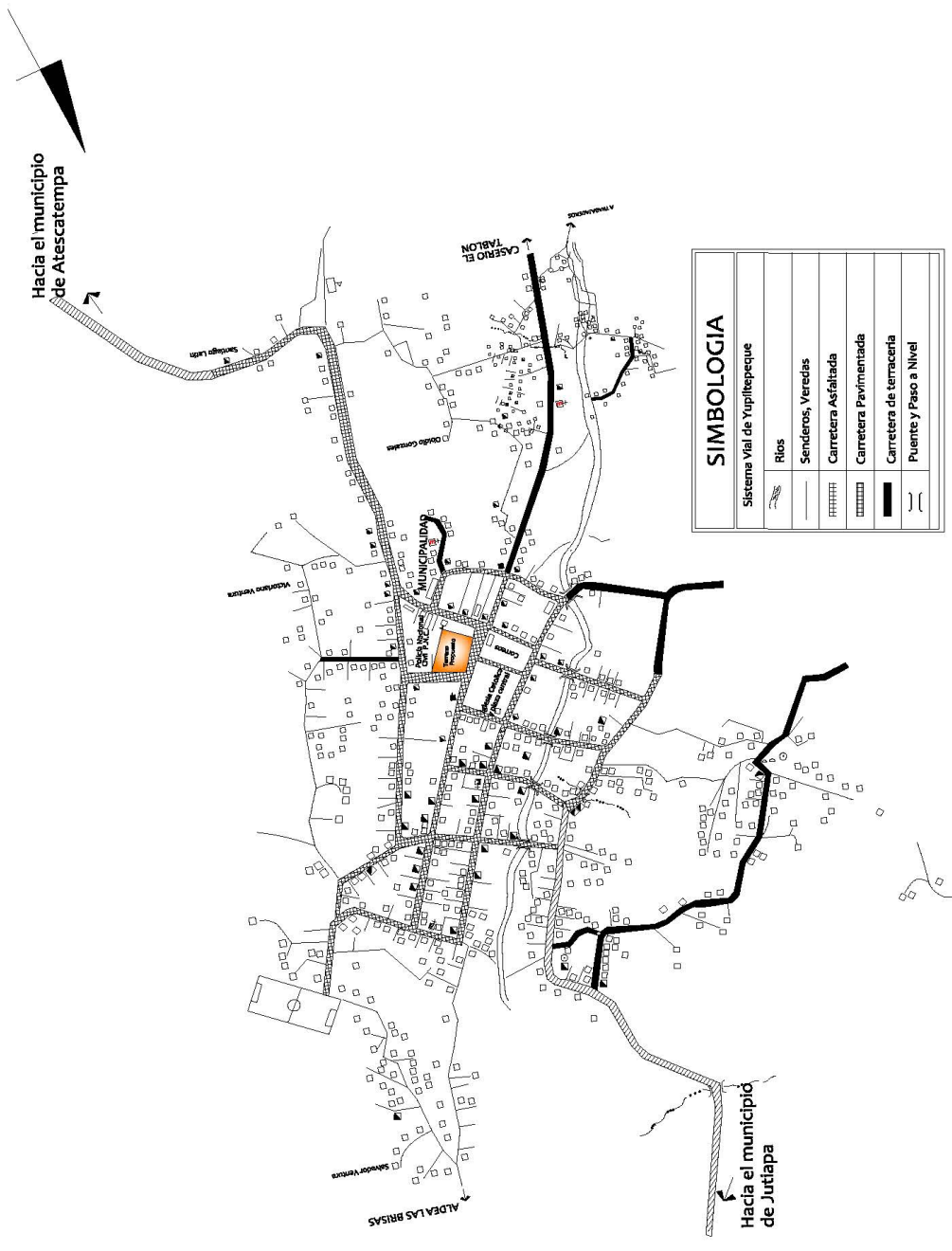
4.3.8 Casco Urbano



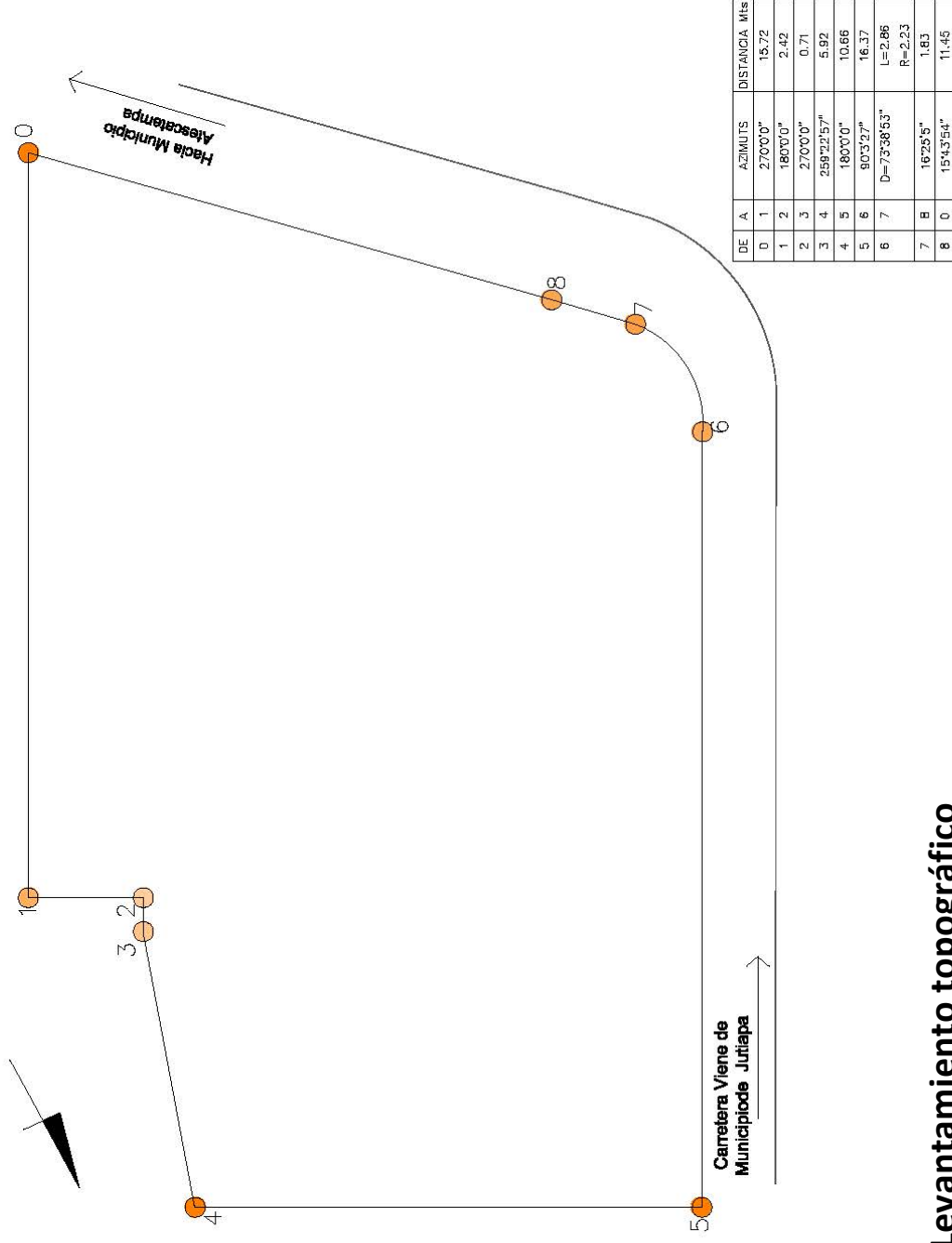
4.3.9 Usos de suelo



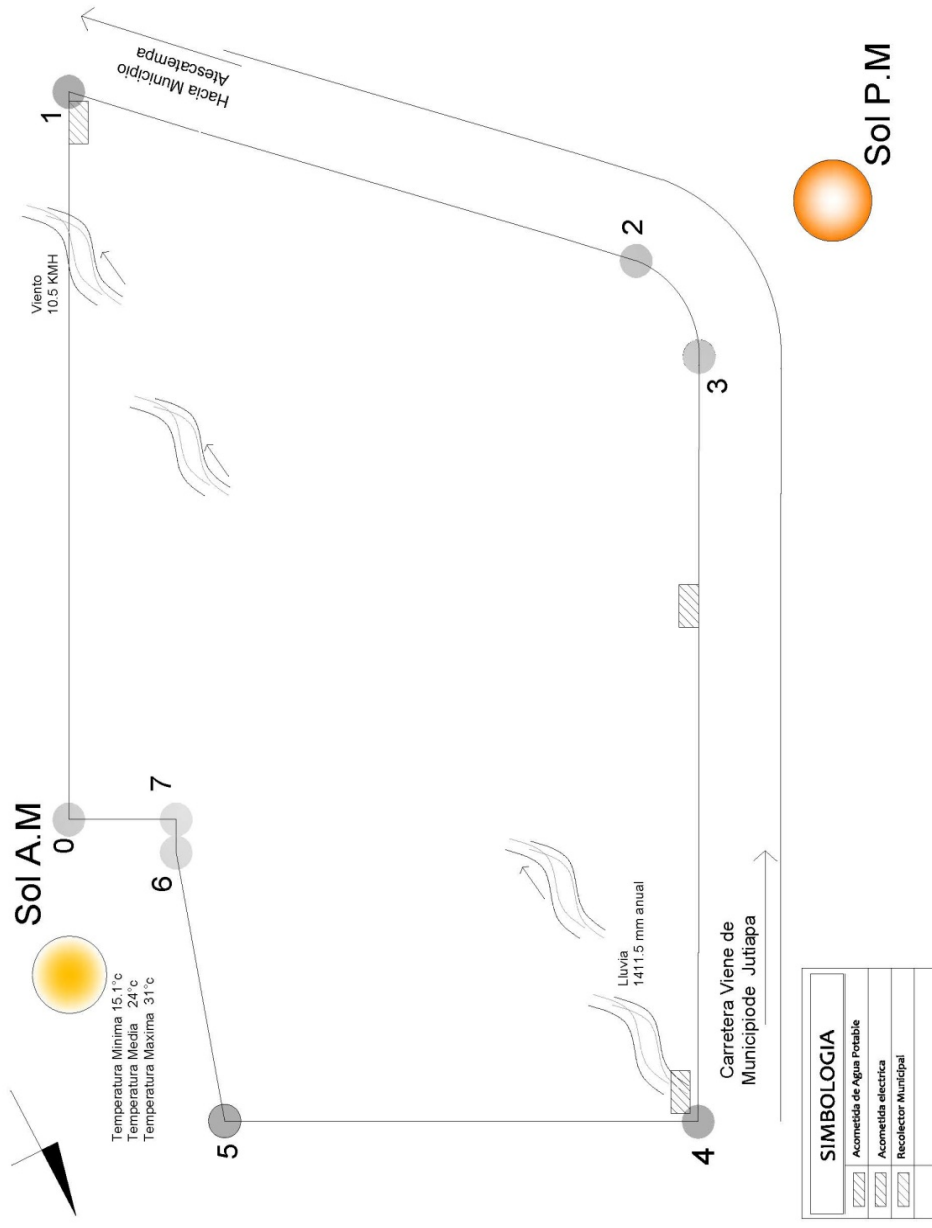
4.3.10 Análisis de vías principales



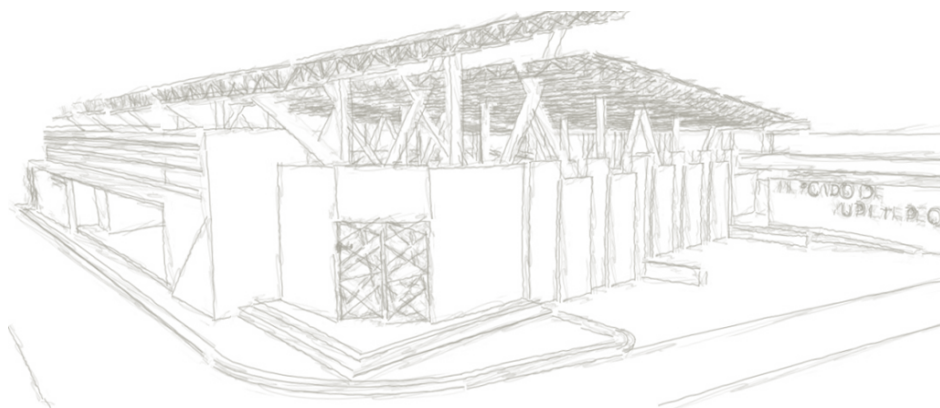
4.3.11 Estado actual de vías principales



4.3.12 Levantamiento topográfico



4.3.13 Análisis de Sitio



CAPÍTULO 5

Premisas de diseño



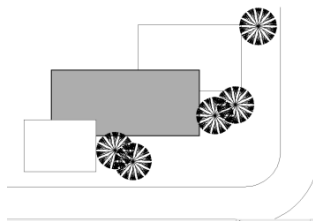
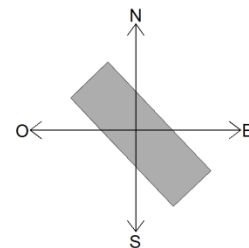
Las premisas de diseño con el conjunto de elementos que en base al estudios previos realizados, serán los lineamientos a ser utilizados en el diseño, buscando una propuesta integral que satisfaga las necesidades de una forma complementada.

5.1 PREMISAS AMBIENTALES:

Son todos aquellos lineamientos que permiten unificar los aspectos ambientales, tales como soleamiento, vientos predominantes, vegetación, entre otros, ya que su principal objetivo es realizar un diseño que haga uso adecuado de estos para que le representen beneficios a la propuesta en lugar de algún tipo de complicación, que pueda dañar algunos otros aspectos.

ORIENTACIÓN:

Orientación de fachadas principales al norte, aprovechar vientos predominantes.

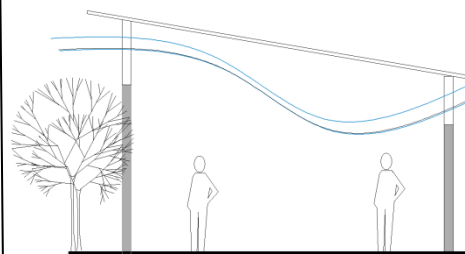


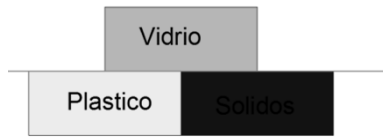
VEGETACIÓN:

Uso de vegetación en plazas externas que permitan servir de barrera acústica, debido a la cercanía del centro con las calles principales del municipio.

VENTILACIÓN:

Diseño que permita la ventilación cruzada, así como la iluminación natural, buscando ahorrar gastos de electricidad.



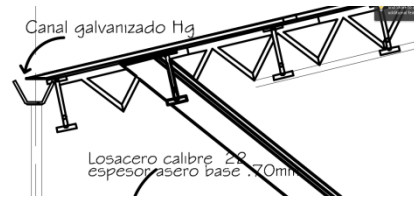


RECICLAJE:

Control y manejo de los desechos sólidos, de forma ordenada.

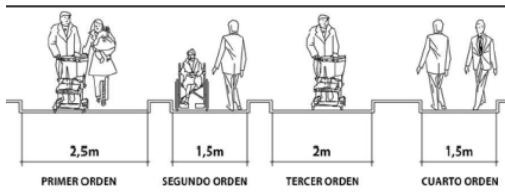
Protección Contra la Lluvia:

Protección contra la lluvia por medio de voladizos y manejo de agua pluvial para ser utilizada en riego, por medio de canaleta de PVC



5.2 PREMISAS FUNCIONALES

Estas premisas tienen como objeto, delimitar los parámetros de diseño, que permitan realizar que la propuesta arquitectónica sea integral, y cubra las necesidades de los diferentes usuarios que hacen uso de ello, mezclando y complementando las diferentes actividades que se realizan.

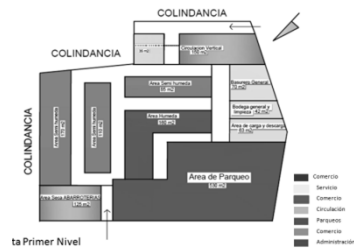


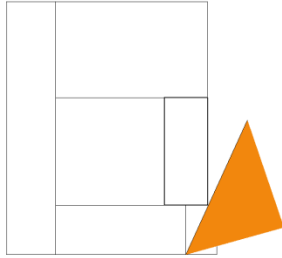
Circulación:

Definición de uso de cada uno de los pasillos, para definir el ancho necesario dependiendo de la actividad a la cual brindan servicio. Así como rampas para darle libertad los usuarios discapacitados.

Zonificación:

Zonificar cada una de las áreas, así como los espacios con los que deben de tener relación de primera y segunda necesidad.



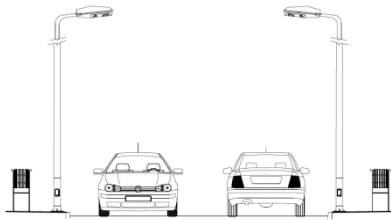
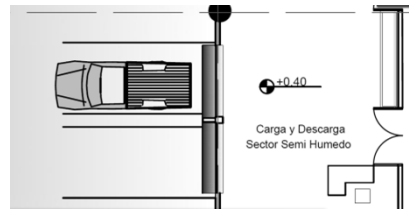


Identificación de Ingresos:

Identificación de ingresos principales y secundarios por medio de énfasis en colores forma y/o alturas.

Áreas de Carga y descarga :

Áreas con ingreso separado, al de los compradores que permita que los vendedores descarguen y carguen su producto sin necesidad de alterar las comodidad de los usuarios compradores.

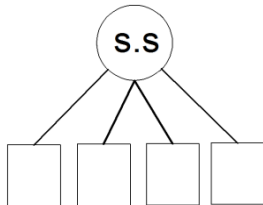


Clasificación de circulaciones:

Separar ingresos peatonales de vehiculares, señalizados correctamente.

Modulación:

Modulación en ventas que permita tener un diseño ordenado que ayude a los usuarios a realizar los diferentes recorridos que se les presentan. Se la mejor manera.

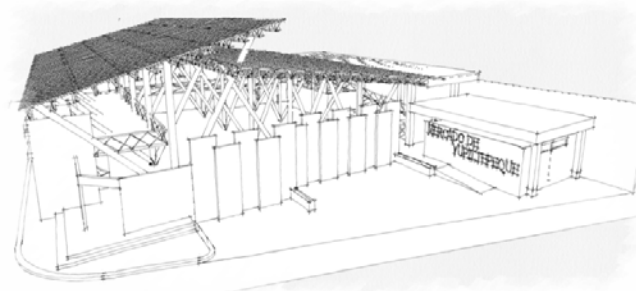


Servicios Sanitarios:

Los servicios sanitarios deberán de estar colocados en un área libre de paso, identificados y céntricos.

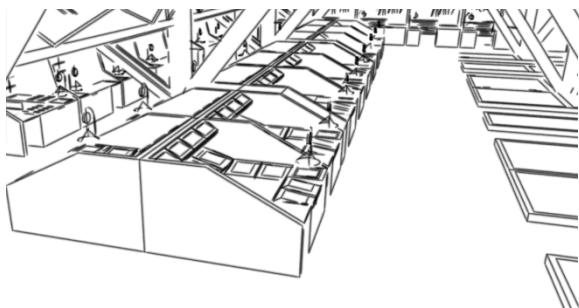
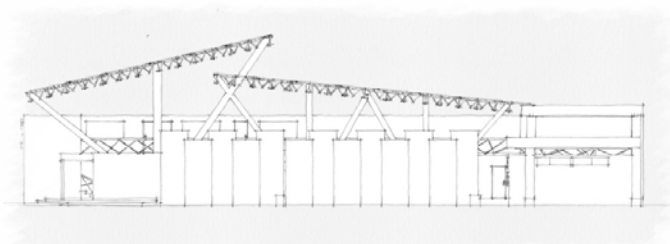
5.3 PREMISAS MORFOLÓGICAS:

Son aquellas, que tienen como objetivo establecer los lineamientos, en cuestión de forma del edificio, las cuales servirán para darle estética al proyecto al utilizar principios ordenadores y aprovechar lo que brinda el entorno.



Integración del diseño con el tipo de arquitectura del municipio tratando de utilizar los techos en dos aguas, aprovechando las alturas para crear ventilación debido a las altas temperaturas que se presentan en el municipio.

Predominio de la horizontalidad sobre la verticalidad, en los edificios para facilitar la circulación de los usuarios y de mismo modo no competir con la arquitectura del sitio.



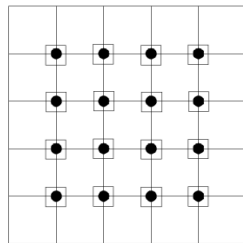
Pasillos amplios que permiten el paso de luz de un extremo al otro, así mismo ingreso de luz solida brindando espacios agradables ventilados e iluminados naturalmente.



Diseño de espacios con dobles alturas, para ganar amplitud y aprovechamiento de mejores vistas en áreas de superiores.

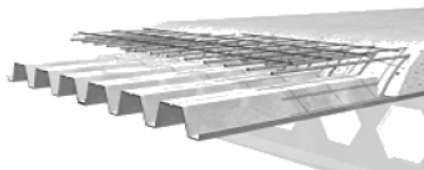
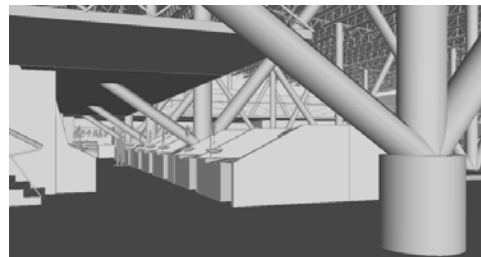
5.4 PREMISAS CONSTRUCTIVAS:

Son los lineamientos del sistema constructivo a utilizar así como los materiales, que predominaran en el proyecto, al establecer desde cada área como cimentación, cerramientos, entrepisos, cubierta entre otros.

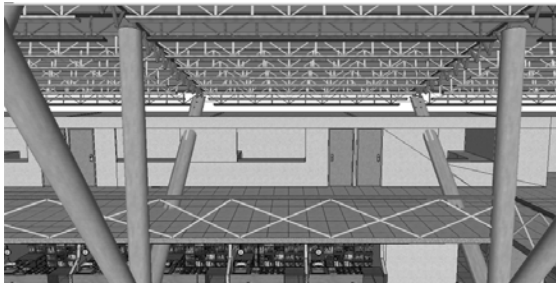


Modulación de columnas en marcos de 7.50m x 8.50m buscando que estos no intervengan con la circulación de los peatones. Y que ayuden a formar la traza que marca la circulación dentro del mercado.

Columnas metálicas en forma de Y, ancladas a una cimentación de concreto reforzada con hierro autentico, por medio de platinas metálicas, y pernos que permitan darle la resistencia necesaria para sostener el peso de la cubierta.



Entre piso, cubierto con losa cero, por tema de facilidad de anclaje con columnas metálicas, y grandes luces por cubrir.

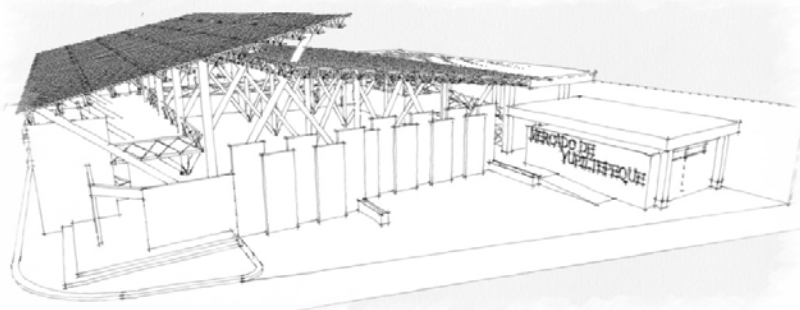


Cubierta modulada con vigas principales y secundarias de sistema joist que descansan sobre las los extremos de las columnas principales dándole rigidez y amarrando estas entre si.

Cerramientos exteriores e interiores de block de concreto, con un acabado rustico sisado que permita brindarle al espacio una sensación de amplitud y que ayude al mantenimiento del establecimiento.



Acabados en piso serán de azulejo, sobre todo en áreas de lavado, y ventas húmedas buscando la forma de facilitar el lavado, y contribuyendo a la higiene del establecimiento.



CAPÍTULO 6

Aproximación de Diseño



6.1 AGENTES Y USUARIOS

6.1.1 Usuarios:

Usuarios Compradores:

Son las personas que se dirigen al edificio a realizar compras mayoristas o minoristas de productos. Los usuarios compradores se pueden clasificar dependiendo del modo como viajan hacia el establecimiento, y pueden ser:

- Usuarios con vehículo propio.
- Usuarios con moto o bicicleta.
- Usuarios que hacen uso del servicio público (buses o moto taxis).
- Usuarios peatones.

Usuarios Vendedores:

- Usuarios vendedores de piso de plaza: Son vendedores que no tienen un puesto fijo en la terminal, sino que la visitan los días establecidos para el mercado, e instalan un puesto provisional en áreas ya previamente señaladas.
- Usuarios vendedores de piso de plaza: Son los usuarios que poseen un puesto permanente dentro del edificio, por el cual pagan una cuota mensual a las autoridades municipales.
- Usuarios vendedores ambulantes: Son vendedores que no poseen un puesto fijo, ni instalan un puesto provisional sino que deambulan por el mercado ofreciendo sus productos, en distintas horas del día.

Usuarios distribuidores:

Son las personas que distribuyen la mercadería de la central de mayoreo, para su posterior venta en el edificio, son los usuarios del área de carga y descarga de productos y su permanencia en el edificio no es de largo tiempo, ni días consecutivos.

6.1.2 Agentes :

Personal Administrativo:

Son las personas encargadas de las actividades administrativas, y de organización del edificio este grupo está compuesto por:

- Administración del mercado
- Secretaria
- Contador
- cobrador

En este caso la administración del mercado municipal de Yupiltepeque , tendrán como sede la municipalidad de dicho municipio debido a la cercanía y a las instalaciones con las que está ya cuenta.

Personal de Servicio :

Son las personas que colaboran con el buen funcionamiento del mercado, encargándose del mantenimiento de cada uno de los servicios que se hacen uso cotidianamente.

6.2 ÁREAS

7.2.1 Área de ventas:

- Área Seca : Es el área en la cual sus ocupantes no necesitan agua, por tratarse de productos como: venta de granos, abarrotos, productos de primera necesidad, venta de calzado, ropa, etc.
- Área Húmeda : Es el área en que se ubican los puestos que requieren de instalación de agua para el lavado de productos e instrumentos como carnicerías, marranerías venta de mariscos, pollerías y comedores.
- Área Semi-húmeda: Es el área que necesita de instalación de agua para limpieza de sus productos o puestos, aquí los pisos se deben lavar y los productos mismos deben de estar lavados previo a su comercialización como frutas hortalizas flores etc.

7.2.2 Área de piso plaza :

Es el área destinada a los vendedores que no poseen puestos fijos en el mercado y a vendedores ambulantes, es un área que se mantiene libre ya que puede ser utilizado para recreación, juntas y convivencia entre la población, por lo que solo se incluye mobiliario urbano.

7.2.3 Administración:

Es el área en donde se ubica el administrador del mercado y demás personal que vela por el buen funcionamiento de este además, es el lugar en donde los usuarios compradores pueden acercarse a solicitar información sobre el lugar y sus actividades.

7.2.4 Área de servicio:

Es el área en donde se encuentran las bodegas de servicio, áreas de apoyo y servicios sanitarios para el personal, cuarto de maquinas, almacenaje de basura y área de control de insumos. Deberá estar en un punto alejado del área de ventas y del publico comprador.

7.1.5 Área de estacionamiento:

- Estacionamiento Publico: El área para estacionamiento público ya se encuentra ubicada en el terreno, debe generarse una conexión lo más directa posible con el edificio. El cálculo de las plazas de parqueo será en base al número de puestos fijos del mercado, se deja una plaza de parqueo por cada 15 puestos fijos, según el manual de administración, operación y mantenimiento de mercados del INFOM.
- Estacionamiento de servicio: el área de estacionamiento de servicio se hace uso para carga y descarga de los productos de las ventas dentro del mercado, esta deberá de tener un área de control para evitar el ingreso a personas desconocidas a esta área. .

6.3 CIRCULACIÓN:

Las circulaciones de un mercado pueden clasificarse de primer, segundo y tercer orden, y se definen de la siguiente manera:

7.3.1 Circulación de primer orden :

Se les llama así a las circulaciones destinadas al ingreso y egreso de compradores al mercado así como el acceso al área de parqueo, descarga y circulación perimetral a los accesos al mercado. Se le debe de dar como mínimo 2.50 metros de ancho.

7.3.2 Circulación de Segundo orden :

Son las circulaciones utilizadas por vendedores para acceso de productos a los comercios y como es el principal ramal de circulación de compradores de aquí se desprenden las circulaciones de tercer orden. Para estas circulaciones se debe dar el 2.20 o 2.00 metros de ancho.

7.3.3 Circulación de tercer orden :

Son utilizadas por los compradores dentro del mismo sector de ventas afines y comunican ramales principales, para estas se recomienda un ancho no menor de 1.50 metros.

6.4 DETERMINACIÓN DEL PROGRAMA DE NECESIDADES

6.4.1 Definición del número de usuarios :

Número de usuarios : para determinar el número de usuarios a atender se utilizara la siguiente formula.

$$Ca_g = \frac{2 \times (P2-P1)}{N \times (P2+P1)}$$

En donde:

Ca_g = crecimiento anual geométrico
 P1 = cifra del censo anterior
 P2 = cifra del censo reciente
 N = tiempo transcurrido entre los censos

Según el censo realizado por el INE la población habitantes, determinando que para el año 2020 19,249 habitantes.

$$Ca_g = \frac{2 \times (15,659-14,341)}{4 \times (15,659 + 14,341)} = 0.0219$$

Luego se calcula la población para los años siguientes con la formula:

$$Pn = (Ca_g + 1)^n \times Pn-1$$

En donde:

Pn = Población estimada en el año n
 Pn-1 = Población del año anterior

En donde se obtiene:

$$Pn = (0.0219+1)^{20} \times (15,659-1) = 25,308.0254 \text{ habitantes}$$

En donde se determina que la población para el año 2032 será de **25.308.0254 habitantes**

Según el instituto de Fomento Municipal INFOM, la cantidad de familias que harán uso del mercado se obtiene dividiendo el número de habitantes dentro de 5 siendo este el número promedio de los integrantes de una familia.¹⁷

$$25,308.0254 / 5 = 5061.6050 \text{ familias.}$$

¹⁷ Tesis de central de abastos para el municipio de Cobán departamento de Alta Verapaz/Manual de administración operación y mantenimiento de mercados del instituto de fomento municipal INFOM.

Cristina de León Escobar

Asimismo el INFOM indica que este dato se divide dentro de 2/3 para conocer el número de personas que concurren a los mercados municipales ya que el resto hace uso de mercados que venden por mayoreo.

$$25,308.0254/3 = 8436.00 \times 2 = 16872.0169 \text{ usuarios}$$

Para conocer el dato del número de usuarios por día se divide la cantidad de usuarios dentro del número de días de más venta en el municipio, que en el caso de Yupiltepeque son 2 (martes y jueves).

$$25,308.0254/2 = 12654.0127 \text{ usuarios por día.}$$

6.4.2 Determinación de número de Puestos :

Según el manual de administración operación y mantenimiento de mercados del instituto de fomento municipal (INFOM), manual de administración operación y mantenimiento de mercados del instituto de fomento municipal (INFOM), Para obtener una proyección de número de puestos se debe de multiplicar el número de puestos existentes por la tasa de crecimiento poblacional elevado al número de años.

No. De puestos = no. De puestos actuales $\times (1 + \text{crecimiento anual geométrico})^{\text{No. De años}}$

Obteniendo:

$$\text{No. De puestos} = 50 \times (1 + 0.0219)^{20} = 80 \text{ locales como mínimo.}$$

6.4.3 Definición de Áreas:

- Número de parqueo de vehículos: Se calcula el número de parqueos tomando en cuenta el manual de administración operación y mantenimiento de mercados del instituto de fomento municipal (INFOM), sabiendo que cada 15 puestos se deberá de considerar un plaza de parqueo fija. ¹

$$\text{Parqueos} = 80 / 15 = 6 \text{ plazas de parqueo fijas.} \times 12.50 \text{ m}^2 = 75 \text{ m}^2$$
- Número de parqueo para el área de servicio: Se agregarán cuatro plazas de parqueo en el área de carga y descarga para pick-ups y microbuses, ya que en las visitas de campo se observó que son estos los automóviles que se utilizan para el traslado de producto. Siendo 12.5m^2 el área para cada parqueo. $4 \text{ plazas} \times 12.5 = 50\text{m}^2$.

- Servicios sanitarios públicos: se considera 1 baño para hombres y 1 para mujeres por cada 900 m² de construcción, según el manual de administración, operación, y mantenimiento de mercados INFOM.

Con un total de 1645 m² de construcción el total de baños mínimo será de 2 para hombres y 2 para mujeres, se toma como unidades de servicio sanitario para hombre inodoro y un lavamanos. Se colocara un inodoro por cada dos mingitorios en el servicio sanitario de hombre. Las unidades para mujeres están compuestas por un inodoro y un lavamanos.¹⁸

- Depósito de basura: Según la norma sanitaria para la autorización y control de establecimientos del ministerio de salud se recomienda la separación de basura orgánica e inorgánica. Para la definición del área para disposición de basura se asume que cada puesto produce 0.25m³ de basura al día por lo que se debe de considerar.

$$0.25\text{m}^3 \times 80 = \mathbf{20\text{m}^3 \text{ de basura al día}}$$

Se considera que el área de depósito tiene de altura 3.5m. el área de uso libre sería de

$$20\text{m}^3 / 3.5(\text{ altura del basurero}) = \mathbf{0.57\text{m}^2 \text{ mínimo}}$$

- Área de Carga y descarga : Según el manual de administración, operación, mantenimiento de mercados INFOM. Se considera por cada 15 puestos un área de 6m².

$$80/15 = 6 \times 6\text{m}^2 = \mathbf{36\text{m}^2 \text{ área para carga y descarga mínima}}$$

¹⁸ Ídem.

6.5 PROGRAMA DE NECESIDADES

6.5.1 Área de ventas:

	Puesto	Cantidad Actual	Cantidad Propuesta	Metros cuadrados de local	Metros cuadrados TOTAL	Ubicacion
1	Abarroteria	5 Locales	8 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 8 = 37.84m ²	Area Seca
2	Granos	2 Locales	4 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 4 = 18.92m ²	Area Seca
3	Farmacia	1 Local	1 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 1 = 4.73 m ²	Area Seca
4	Regalos	1 Local	1 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 1 = 4.73m ²	Area Seca
5	Tortillerias	1 Local	2 Locales	1.82 x 1.82 = 3.30 m ²	3.30 x 2 = 6.60m ²	Area Seca
6	Ropa	6 Ventas	10 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.06 x 10 = 50.60m ²	Area Seca
7	Plasticos	2 Ventas	3 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.60 x 3 = 15.18m ²	Area Seca
8	A. de belleza	1 Venta	2 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.06 x 2 = 10.12m ²	Area Seca
9	Artesanias	5 Locales	2 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.06 x 2 = 10.12m ²	Area Seca
			33 Locales	158.84 m ²	AREA SECA	
	Puesto	Cantidad Actual	Cantidad Propuesta	Metros cuadrados de local	Metros cuadrados TOTAL	Ubicacion
1	Frutas y verduras	8 ventas fijas	24 Locales	2.37 x 2.51 = 5.94 m ²	5.94 x 24 = 142.56m ²	Area semi humeda
2	Piso de Plaza	13 Venta	16 Locales	2.42 x 1.54 = 3.60 m ²	3.60 x 16 = 57.60m ²	Area semi humeda
3	Floristerias	2 Ventas	4 Locales	1.83 x 2.05 = 3.75 m ²	5.06 x 2 = 10.12m ²	Area semi humeda
			44 Locales	215.16 m ²	AREA SEMI HUMEDA	
1	Carnicerias	1 Local	3 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m ²	6.37 x 3 = 19.11m ²	Area semi humeda
2	Pollerias	1 Local	2 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m ²	6.37 x 2 = 12.74m ²	Area semi humeda
3	Lacteos	No Existe	2 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m ²	5.06 x 2 = 12.74m ²	Area semi humeda
4	Comedores	2 Locales	7 Locales	5.07 x 3.09 = 15.66 m ²	7 x 15.66 = 109.62 m ²	
			14 Locales	153.62 m ²	AREA HUMEDA	
			91 Locales	527.62 m ²	TOTAL DE LOCALES	

6.5.2 Área de servicio :

	Areas de Servicio	M2
1	S.S de usuarios	92 m ²
2	Bodegas de Ventas	26 m ²
3	Carga y Descarga	82 m ²
4	Lavaderos	45 m ²
5	Area de Seguridad	5 m ²
6	Cuarto de Maquinaria	10 m ²
7	Bodega de Limpieza	12 m ²
8	Bodega de mantenimiento	18 m ²
9	Depositos de Basura	36 m ²
Total de Metraje Cuadrado		326 m ²

6.5.3 Áreas de estacionamiento :

	Estacionamientos	M2
1	Rotonda de microbuses	113 m2
2	Motos y Bicicletas	31 m2
3	Pick-upsdi	99 m2
	Total	243 m2

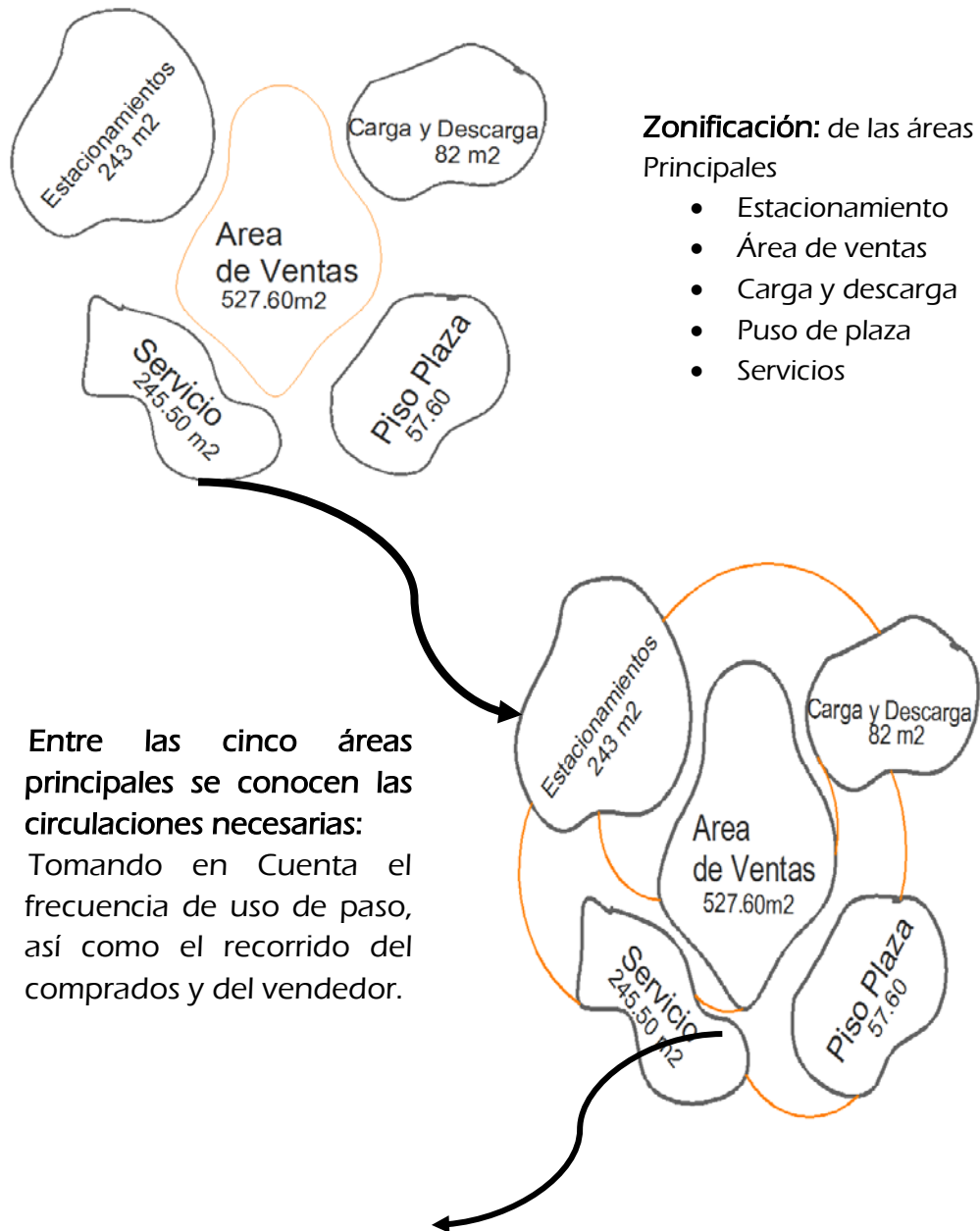
6.5.4 Áreas complementarias:

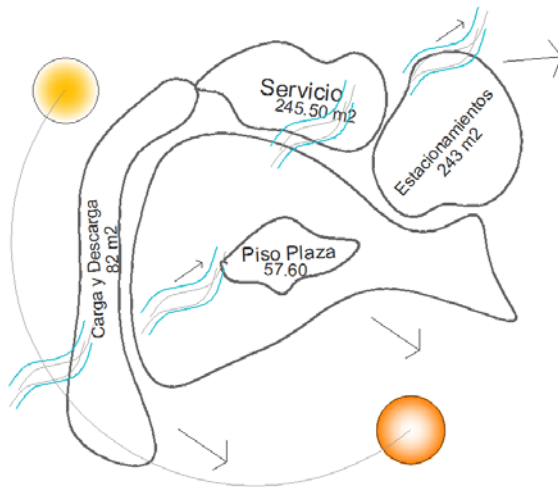
	Areas Complementarias	M2
1	Altar	25 m2
2	Plazas Internas	210 m2
3	Plazas Externas	115 m2
4	Jardines	50 m2
	Total	400 m2

6.5.5 Total de Áreas

	Total de Areas	M2
1	Areas de ventas	527.62
2	Area de Servicio	326 m2
3	Estacionamiento	243 m2
4	Complementarias	400 m2
	Sub-Total	1496 m2
	Circulacion 15%	224 m2
	Total	1720 m2

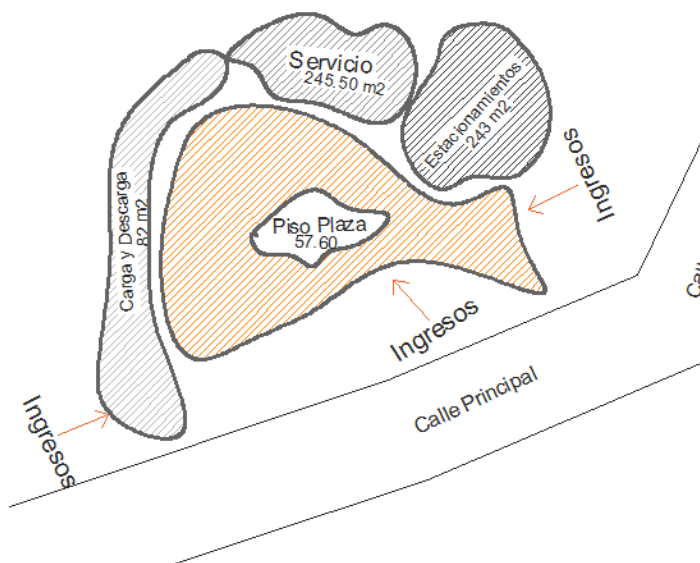
6.6 ZONIFICACIÓN DE ÁREAS





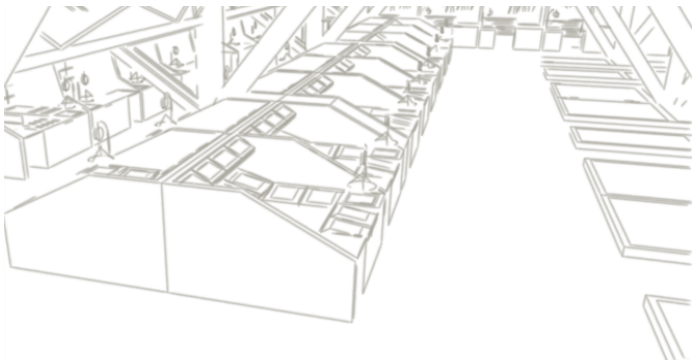
El diagrama nos permite conocer las relaciones necesarias que deberán de existir con algunos bloques.

En este punto es necesario orientar y emplazarlas, en base a los factores climáticos que intervienen asegurándonos que su ubicación se complemente con estos.



El diagrama final de bloques nos permite conocer la ubicación de nuestras cinco áreas principales teniendo un punto de partida hacia el diseño.

Es necesario emplazarlo en el terreno para tener manejados todos los factores que intervienen en el diseño .

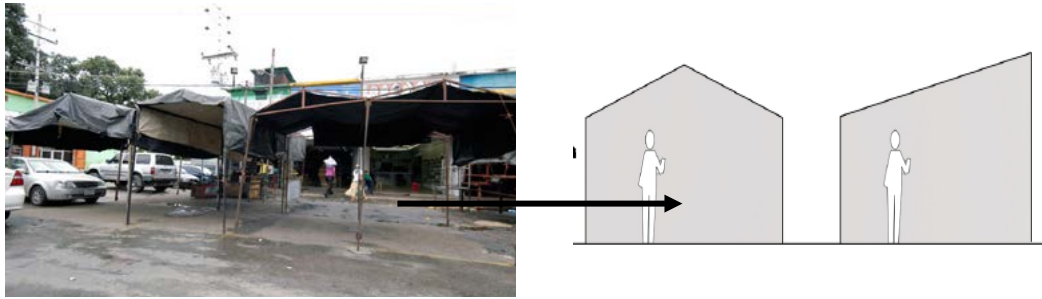


CAPÍTULO 7

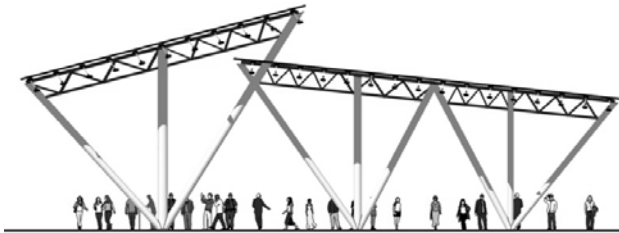
Figuración del Diseño



7.1 IDEA GENERATRIZ

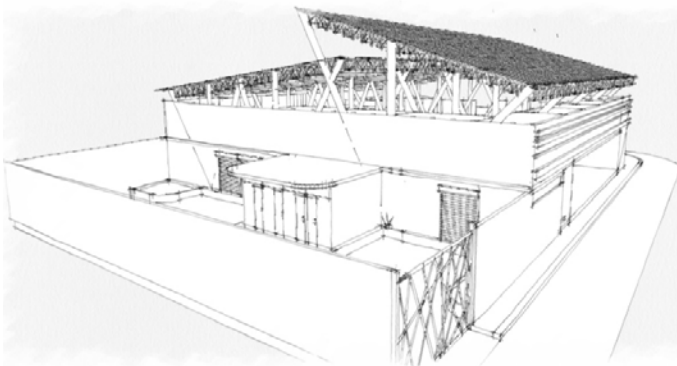
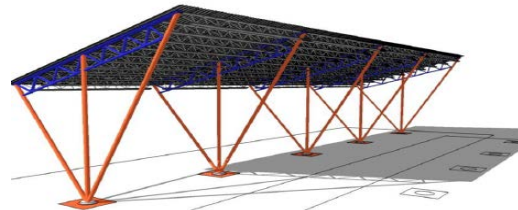


Diseño Actual de la estructura, que utilizan los comerciantes que colocan sus ventas los días mates y jueves en el municipio, de Yupiltepeque, protegiendo a ellos y a los productos de los cambios climatices.



Propuesta de una estructura diseñada con resistencia a los cambios climáticos pero con similitud a la usada por, los pobladores, buscando una forma de conexión, facilitando el traslado de estos a las instalaciones propuestas, manteniendo su preferencia por un ambiente abierto-cerrado, permitiendo la interacción de uno con el otro.

Estructura que permite el cerramiento de todo el volumen, brindando seguridad a los pobladores, pero de mismo modo permite una interacción con el exterior, brindando iluminación directo y ventilación cruzada, en cada uno de los ambientes.

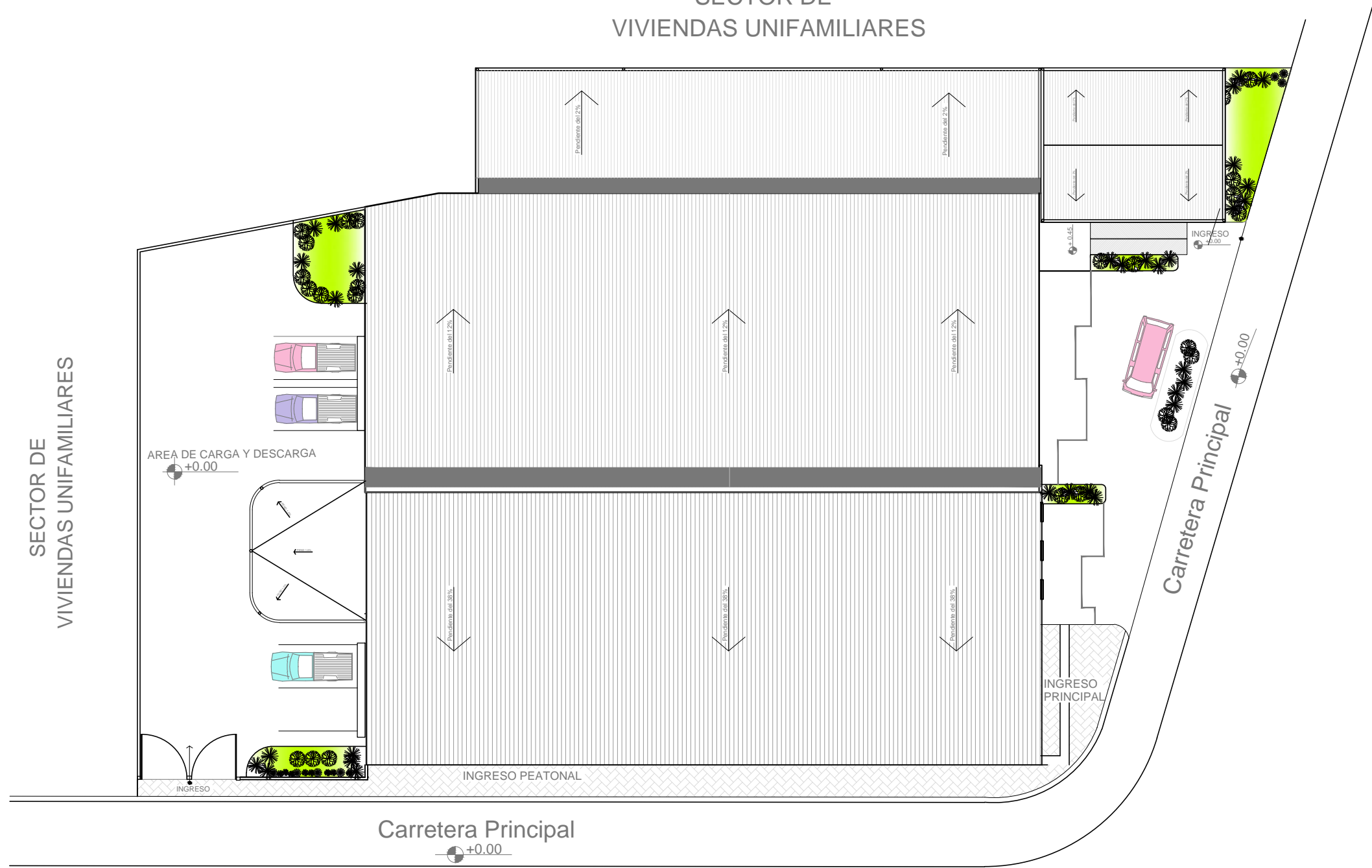


Bosquejo de la propuesta mercado para el municipio de Yupiltepeque departamento de Jutiapa, considerando una estructura resistente, duradera y visualmente atractivo, contribuyendo al desarrollo de dicho municipio.

7.2 Plantas de Conjunto

SECTOR DE
VIVIENDAS UNIFAMILIARES

SECTOR DE
VIVIENDAS UNIFAMILIARES

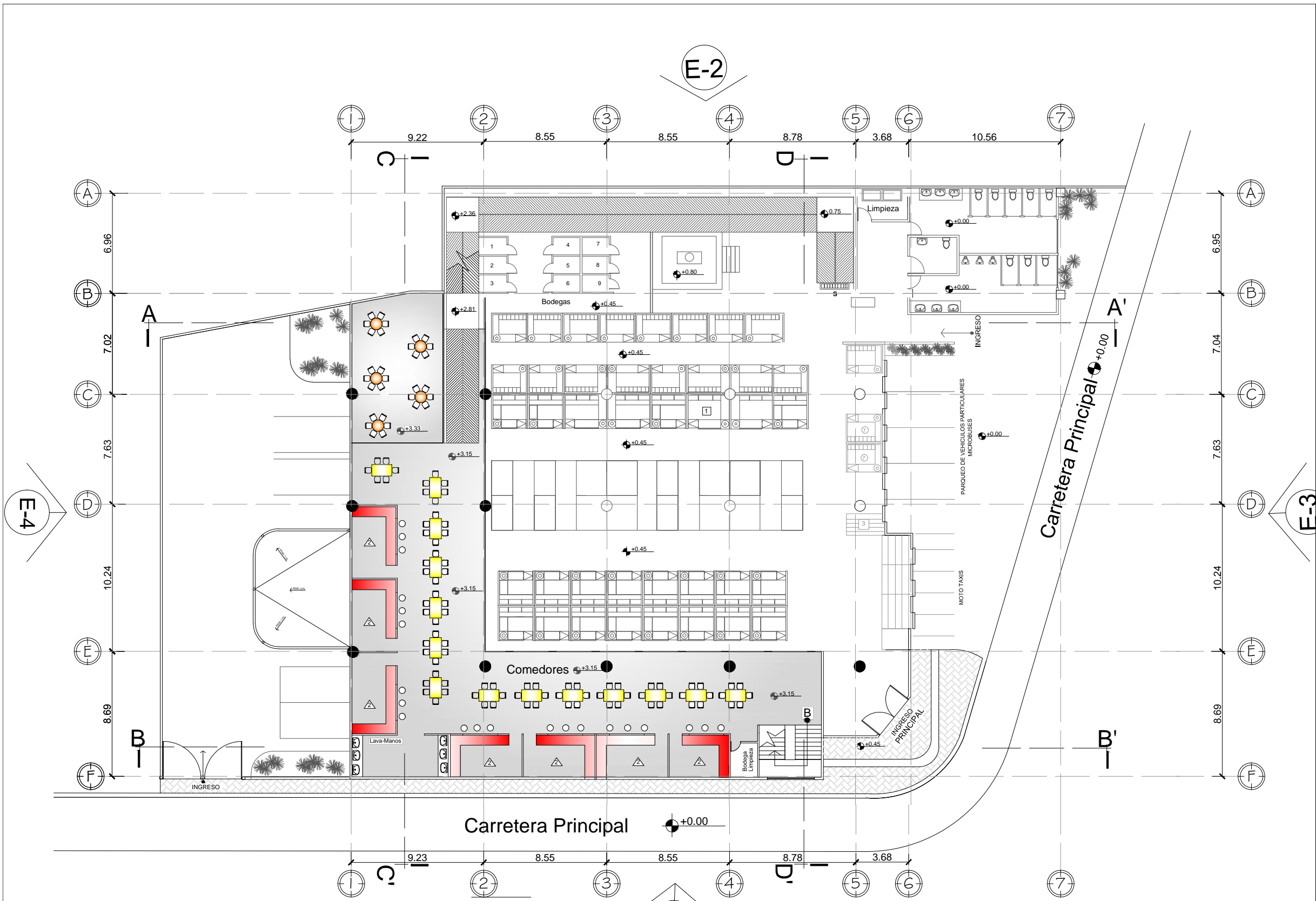


Mercado para el Municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa

PLANTA DE CONJUNTO

Escala 1/250

7.3 Plantas Arquitectónicas



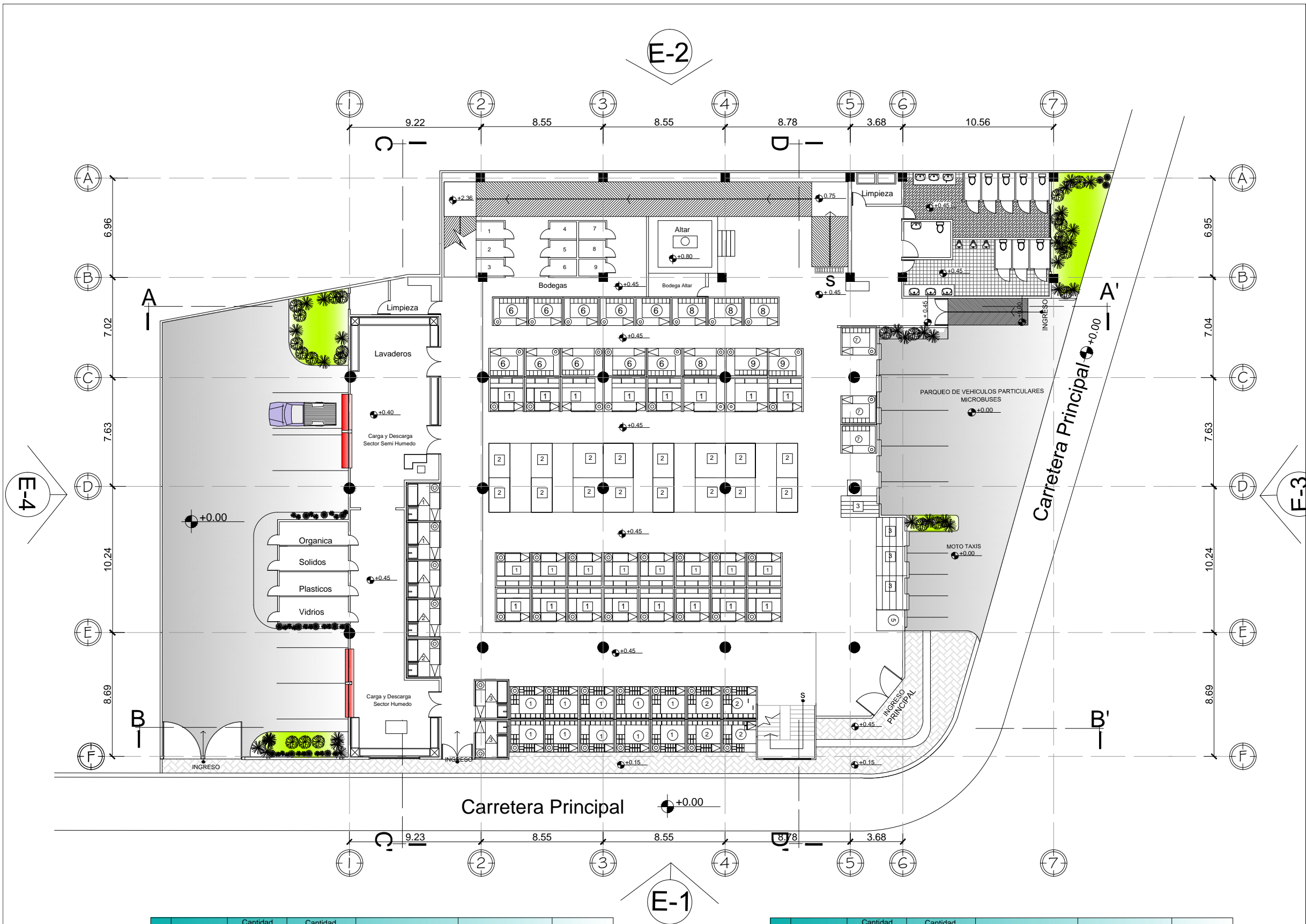
Puesto	Cantidad Actual	Cantidad Propuesta	Metros cuadrados de local	Metros cuadrados TOTAL	Ubicacion
1	Abarroteria 5 Locales	8 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m2	4.73 x 8 = 37.84m2	Area Seca
2	Granos 2 Locales	4 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m2	4.73 x 4 = 18.92m2	Area Seca
3	Farmacia 1 Local	1 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m2	4.73 x 1 = 4.73 m2	Area Seca
4	Regalos 1 Local	1 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m2	4.73 x 1 = 4.73m2	Area Seca
5	Tortillerias 1 Local	2 Locales	1.82 x 1.82 = 3.30 m2	3.30 x 2 = 6.60m2	Area Seca
6	Ropa 6 Ventas	10 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m2	5.06 x 10 = 50.60m2	Area Seca
7	Plasticos 2 Ventas	3 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m2	5.06 x 3 = 15.18m2	Area Seca
8	A. de belleza 1 Venta	2 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m2	5.06 x 2 = 10.12m2	Area Seca
9	Aretesnias 5 Locales	2 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m2	5.06 x 2 = 10.12m2	Area Seca
			33 Locales	158.84 m2	AREA SECA

Puesto	Cantidad Actual	Cantidad Propuesta	Metros cuadrados de local	Metros cuadrados TOTAL	Ubicacion
1	Frutas y verduras 8 ventas fijas	24 Locales	2.37 x 2.51 = 5.94 m2	5.94 x 24 = 142.56m2	Area semi humeda
2	Piso de Plaza 13 Venta	16 Locales	2.42 x 1.54 = 3.60 m2	3.60 x 16 = 57.60m2	Area semi humeda
3	Floristerias 2 Ventas	4 Locales	1.83 x 2.05 = 3.75 m2	5.06 x 2 = 10.12m2	Area semi humeda
			44 Locales	215.16 m2	AREA SEMI HUMEDA
4	Camicerias 1 Local	3 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m2	6.37 x 3 = 19.11m2	Area semi humeda
5	Pollerias 1 Local	2 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m2	6.37 x 2 = 12.74m2	Area semi humeda
6	Lacteos No Existe	2 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m2	5.06 x 2 = 12.74m2	Area semi humeda
7	Comedores 2 Locales	7 Locales	5.07 x 3.09 = 15.66 m2	7 x 15.66 = 109.62 m2	Area semi humeda
			14 Locales	153.62 m2	AREA HUMEDA
			91 Locales	527.62 m2	TOTAL DE LOCALES

PLANTA ALTA

Escala 1/250

Mercado para el Municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa



Puesto	Cantidad Actual	Cantidad Propuesta	Metros cuadrados de local	Metros cuadrados TOTAL	Ubicacion
1	Abarroteria 5 Locales	8 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 8 = 37.84m ²	Area Seca
2	Granos 2 Locales	4 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 4 = 18.92m ²	Area Seca
3	Farmacia 1 Local	1 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 1 = 4.73 m ²	Area Seca
4	Regalos 1 Local	1 Locales	2.17 x 2.18 = 4.73 m ²	4.73 x 1 = 4.73m ²	Area Seca
5	Tortillerias 1 Local	2 Locales	1.82 x 1.82 = 3.30 m ²	3.30 x 2 = 6.60m ²	Area Seca
6	Ropa 6 Ventas	10 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.06 x 10 = 50.60m ²	Area Seca
7	Plasticos 2 Ventas	3 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.06 x 3 = 15.18m ²	Area Seca
8	A. de belleza 1 Venta	2 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.06 x 2 = 10.12m ²	Area Seca
9	Aretesanas 5 Locales	2 Locales	2.01 x 2.52 = 5.06 m ²	5.06 x 2 = 10.12m ²	Area Seca
			33 Locales	158.84 m ²	AREA SECA

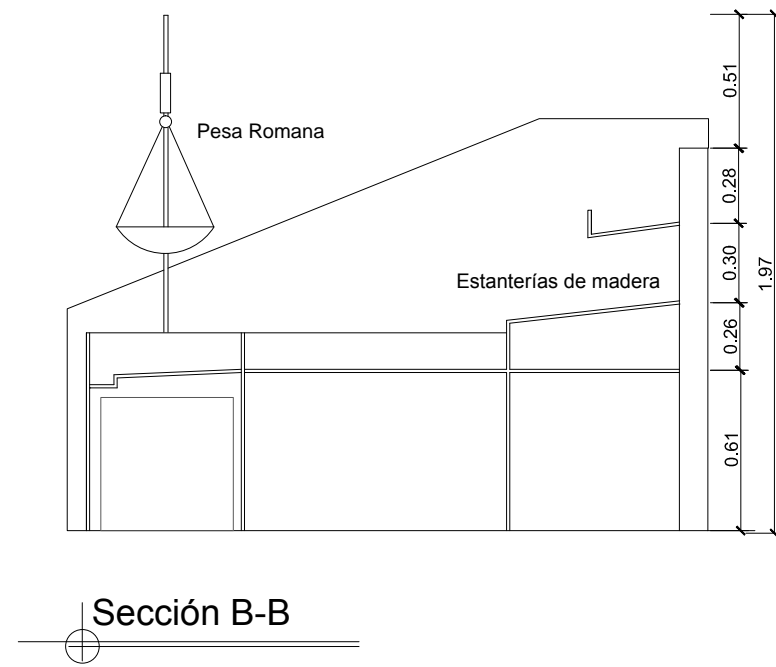
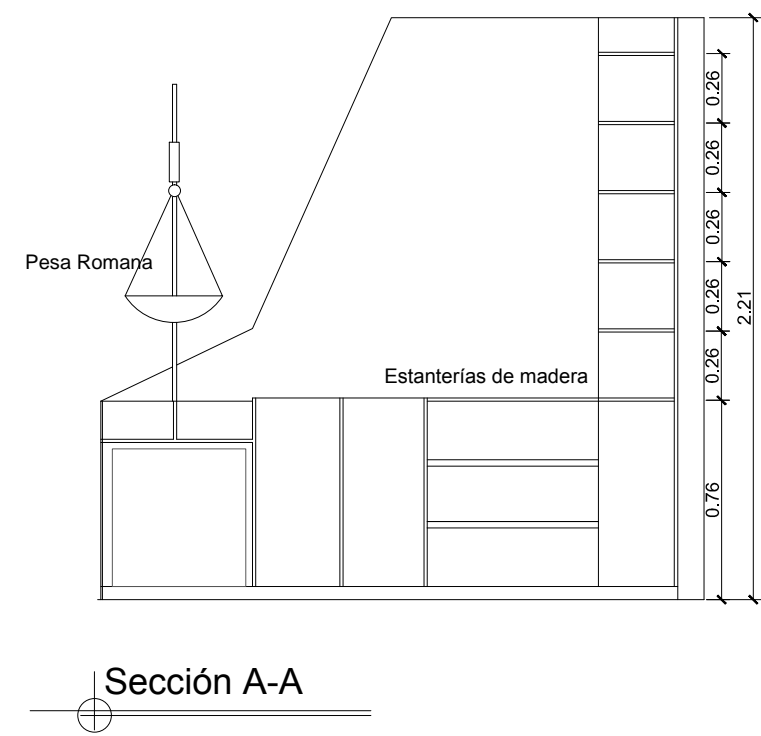
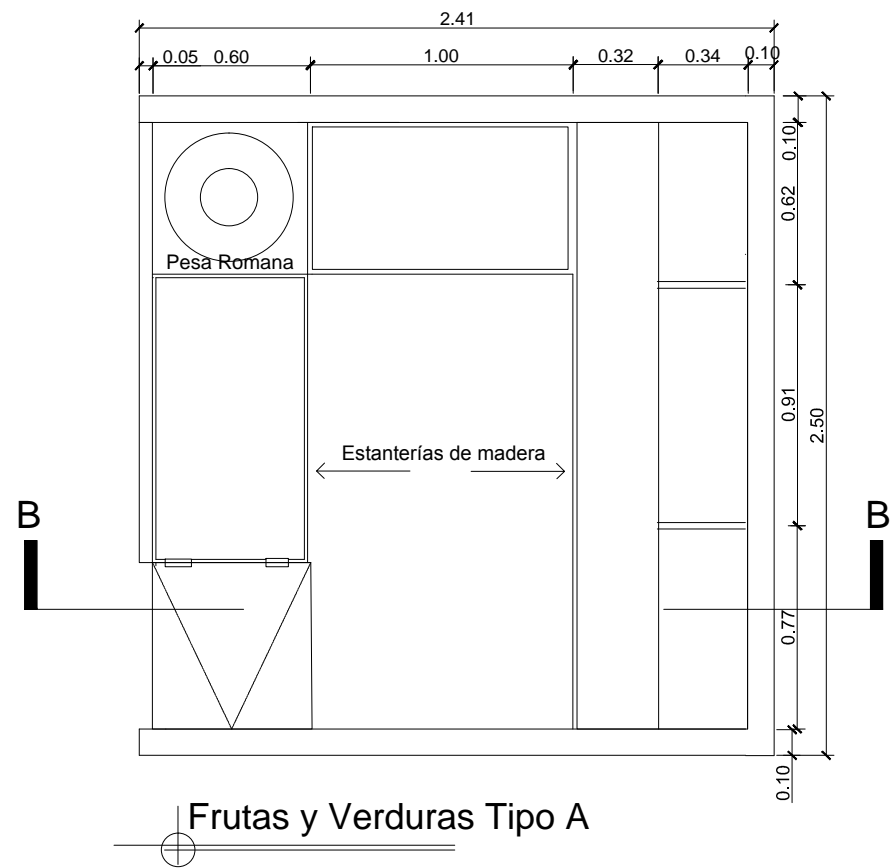
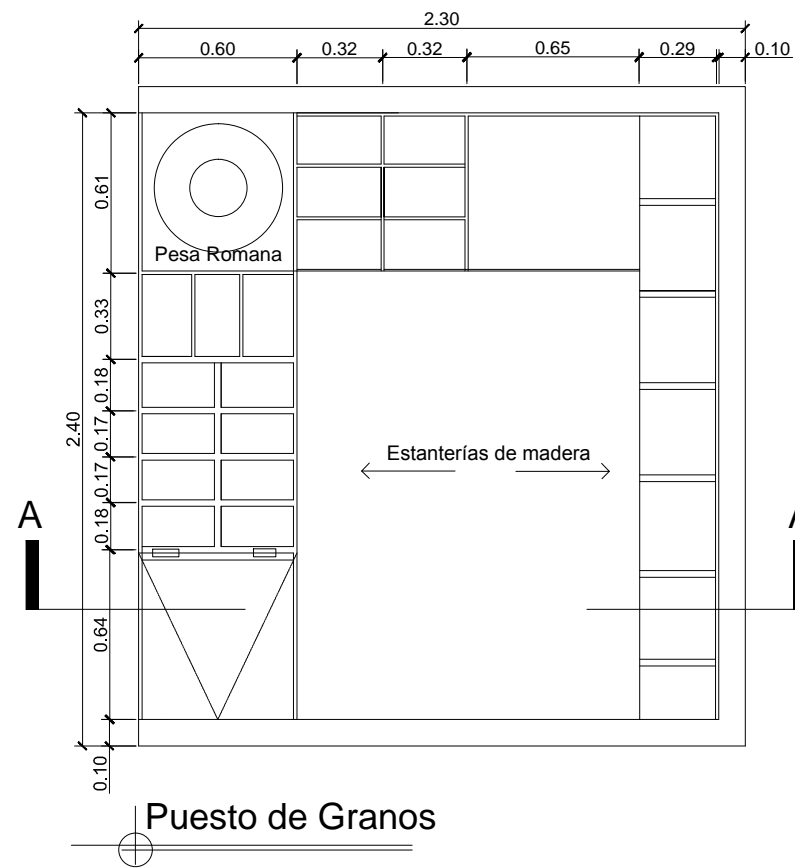
Puesto	Cantidad Actual	Cantidad Propuesta	Metros cuadrados de local	Metros cuadrados TOTAL	Ubicacion
10	Frutas y verduras 8 ventas fijas	24 Locales	2.37 x 2.51 = 5.94 m ²	5.94 x 24 = 142.56m ²	Area semi humeda
11	Piso de Plaza 13 Venta	16 Locales	2.42 x 1.54 = 3.60 m ²	3.60 x 16 = 57.60m ²	Area semi humeda
12	Floristerias 2 Ventas	4 Locales	1.83 x 2.05 = 3.75 m ²	5.06 x 2 = 10.12m ²	Area semi humeda
			44 Locales	215.16 m ²	AREA SEMI HUMEDA
13	Carnicerías 1 Local	3 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m ²	6.37 x 3 = 19.11m ²	Area semi humeda
14	Pollerías 1 Local	2 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m ²	6.37 x 2 = 12.74m ²	Area semi humeda
15	Lacteos No Existe	2 Locales	2.51 x 2.24 = 6.37 m ²	5.06 x 2 = 12.74m ²	Area semi humeda
16	Comedores 2 Locales	7 Locales	5.07 x 3.09 = 15.66 m ²	7 x 15.66 = 109.62 m ²	
			14 Locales	153.62 m ²	AREA HUMEDA
			91 Locales	527.62 m ²	TOTAL DE LOCALES

PLANTA BAJA

Escala 1/250

Mercado para el Municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa

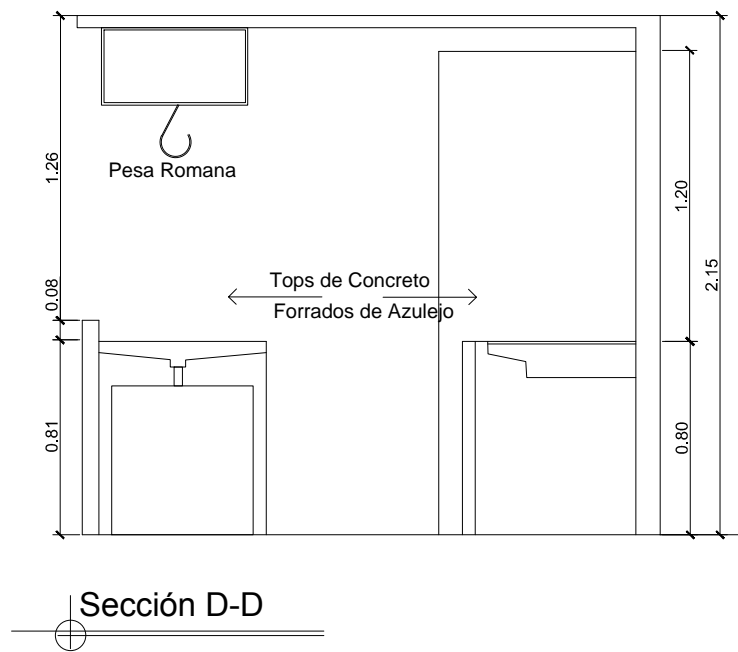
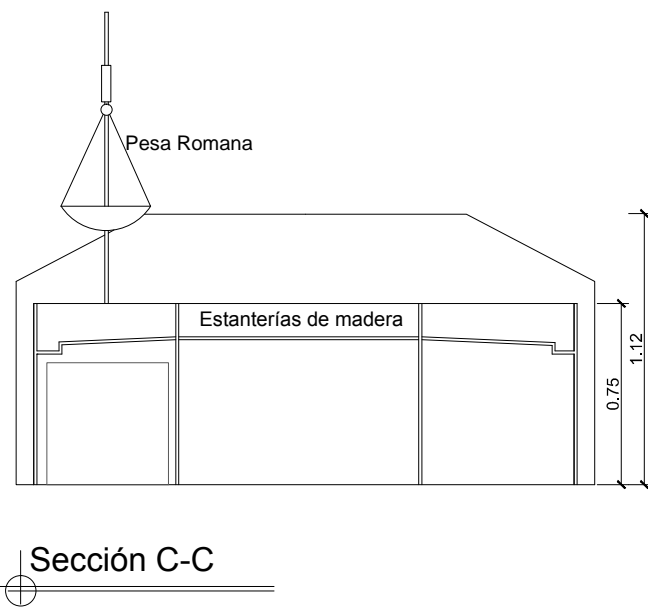
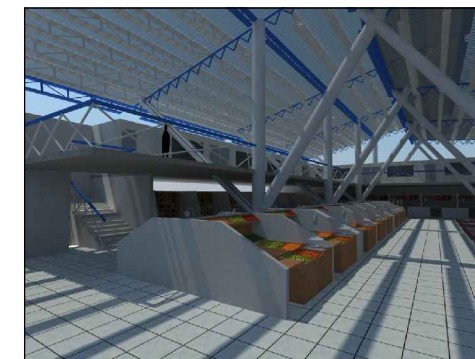
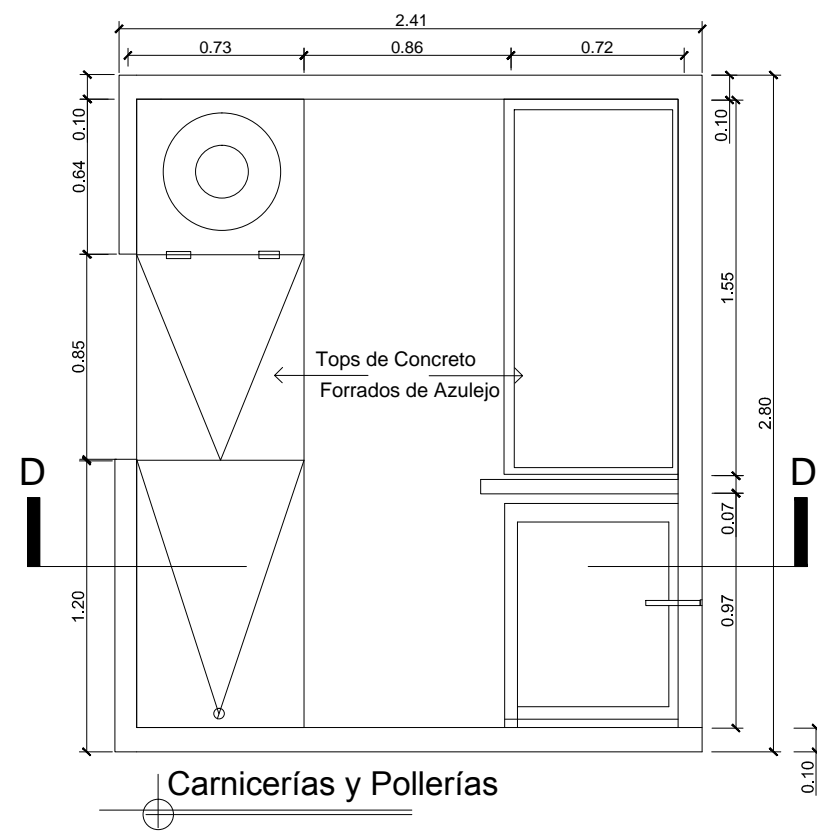
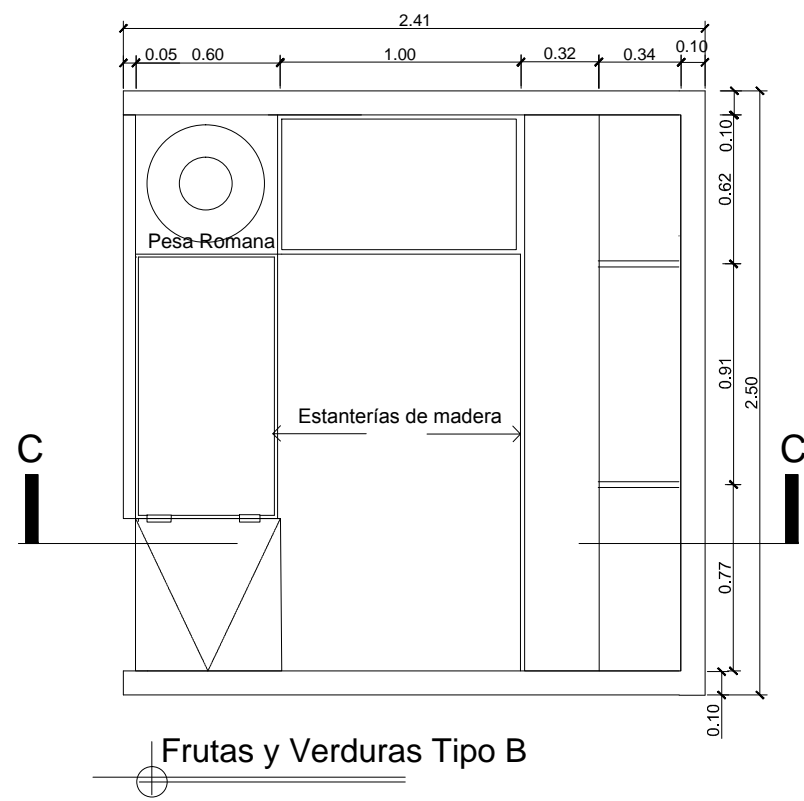
7.4 Plantas de Locales



DISEÑO DE LOCALES

Escala 1/250

Mercado para el Municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa

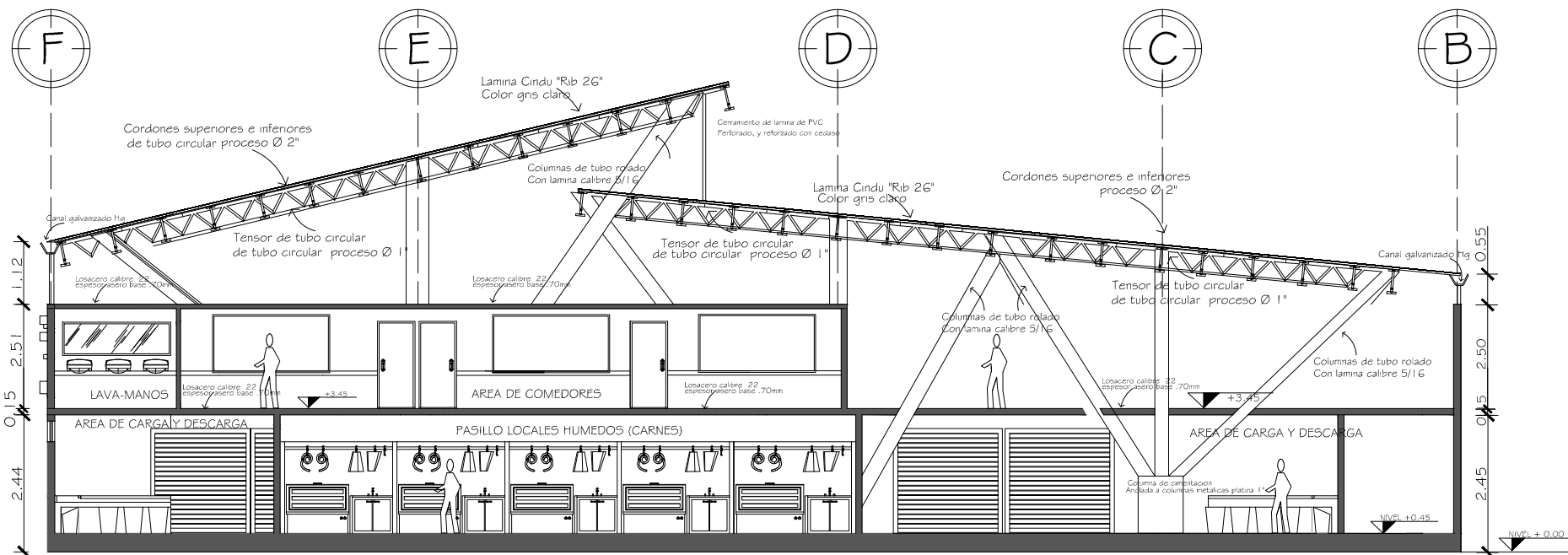


DISEÑO DE LOCALES

Escala 1/250

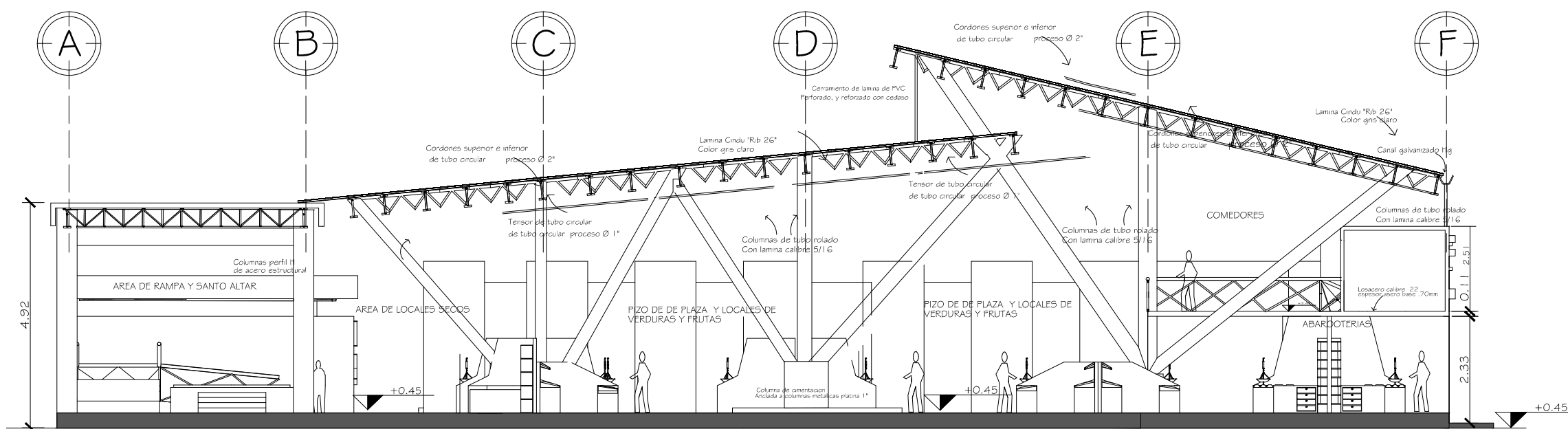
Mercado para el Municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa

7.5 Secciones



Sección A-A

ESCALA 1/200

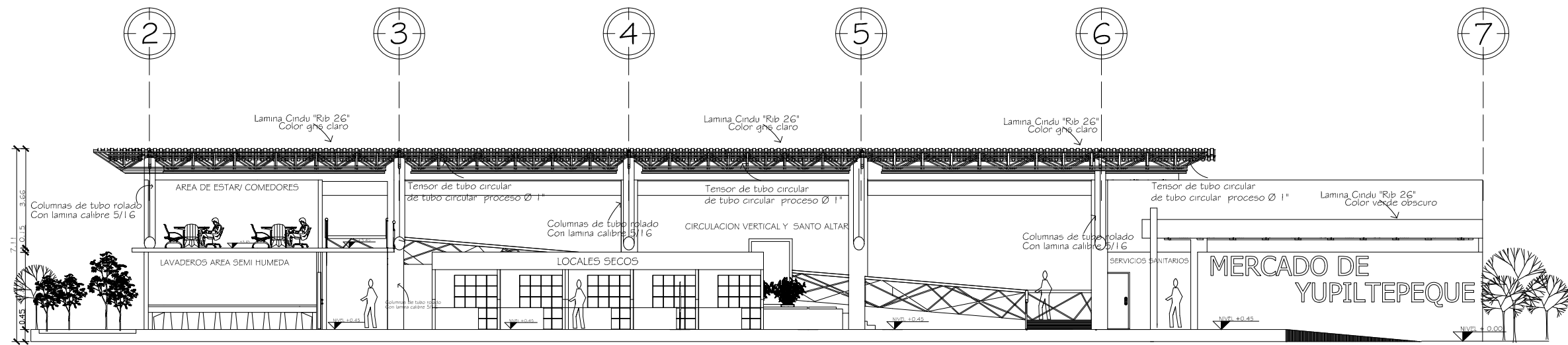


Sección B-B

ESCALA 1/200

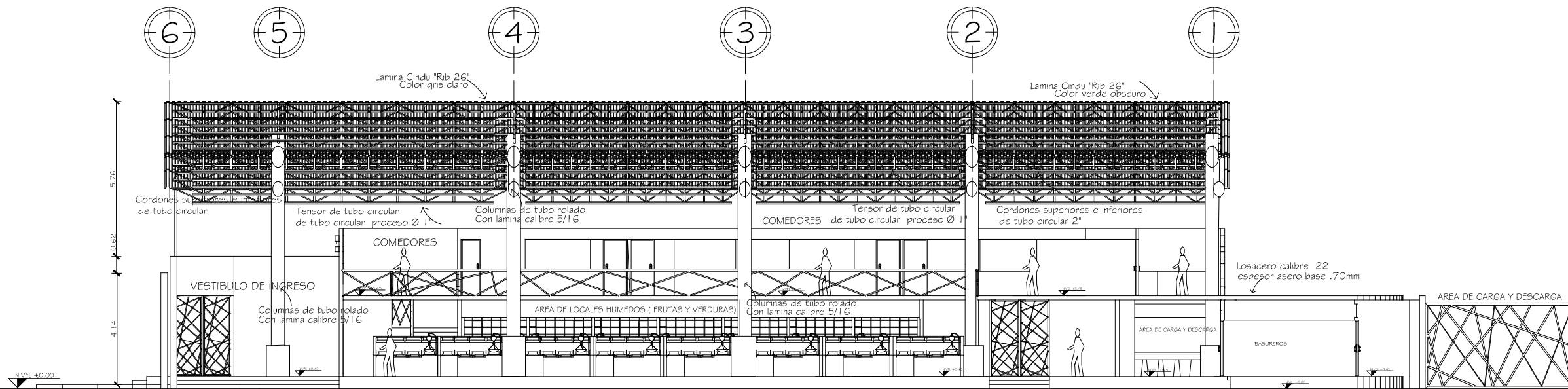
Secciones

Escala 1/250
 Mercado para el Municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa



Sección C-C

ESCALA 1/200



Sección D-D

ESCALA 1/200

Secciones

Escala 1/250
 Mercado para el Municipio de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa

7.6 Elevaciones



 Elevacion Frontal 1



 Elevacion Lateral 2



 Elevacion Posterior 3

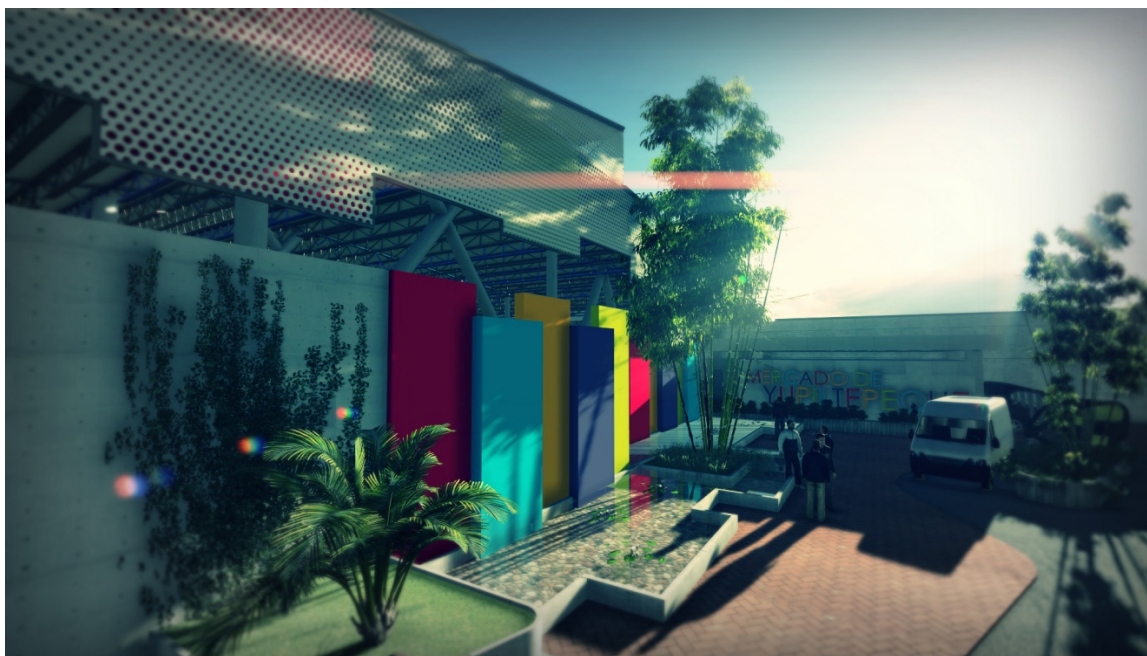
Elevaciones

7.7 Perspectivas Exteriores



Perspectiva Ingreso Principal





Rotonda de Buses



Ingreso Secundario



Área de Plaza Principal / Parada de Buses



Salida al área de plaza.



Área de carga y descarga



Perspectiva Ingreso de Servicio/ Ventas Exteriores



Área ventas Exteriores

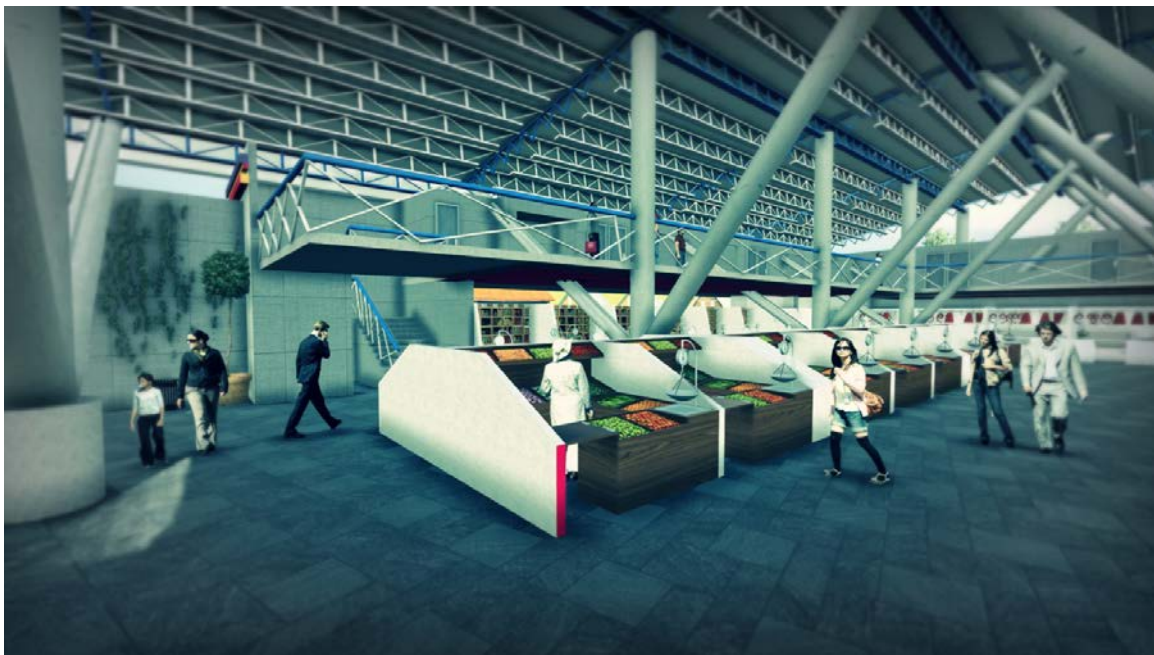


Área ventas Exteriores

7.8 Perspectivas Interiores



Ingreso Principal



Pasillos de áreas de ventas



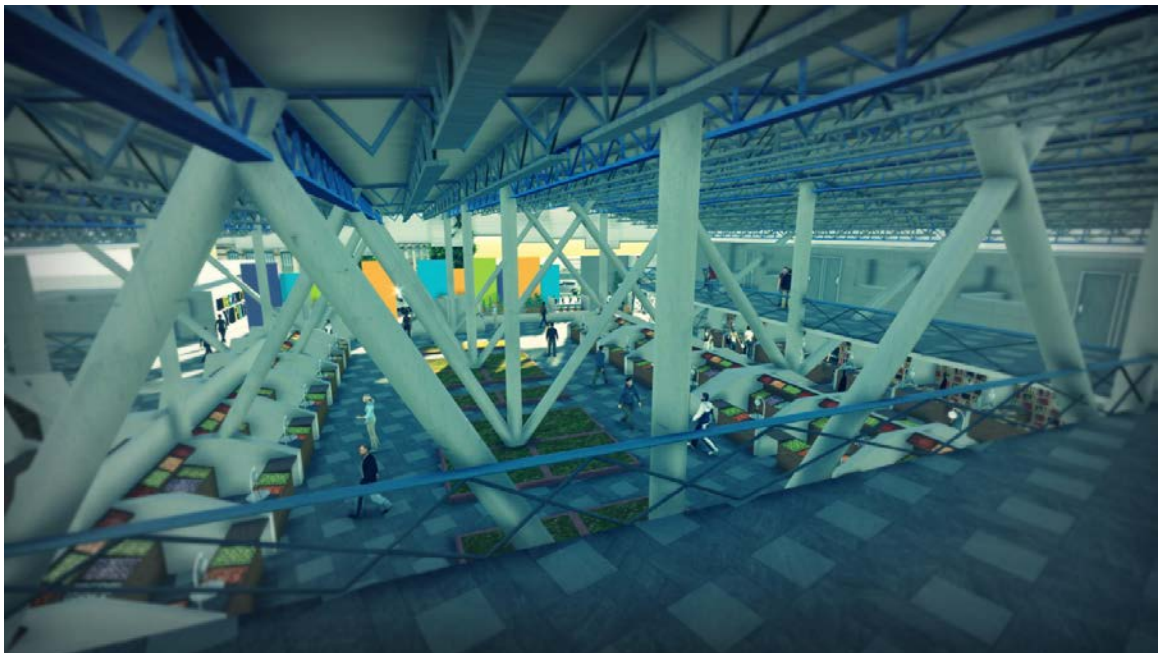
Pasillo del área Seca



Pasillo del Área semi- Húmeda



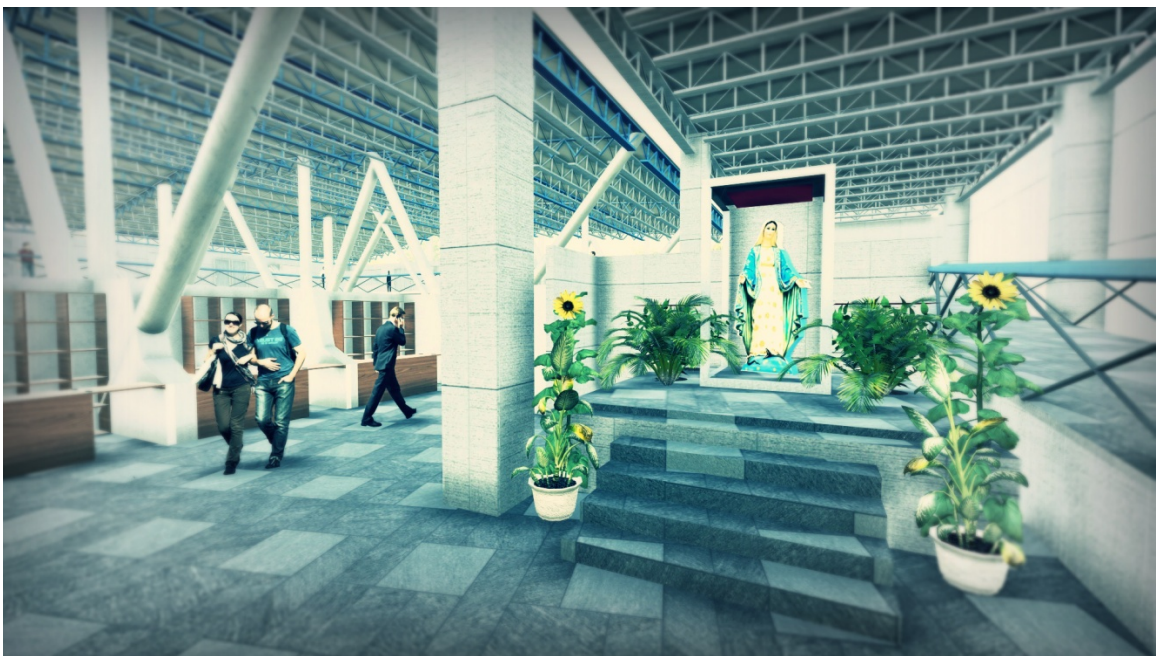
Pasillo del Área Húmeda



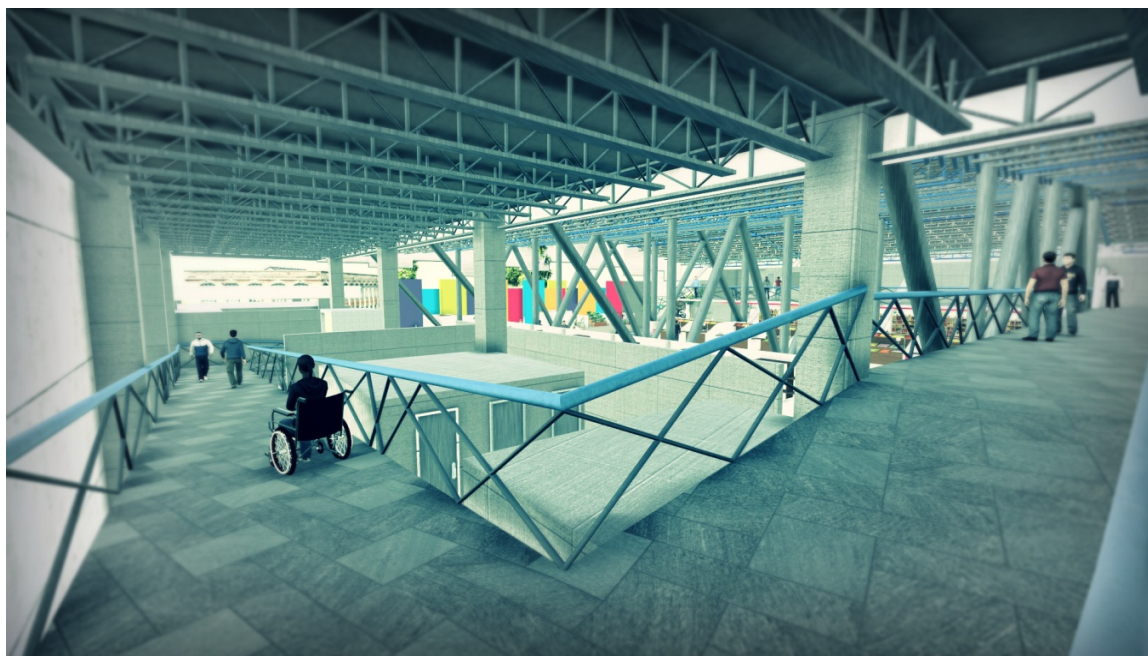
Vista de piso de Plaza



Pasillo del Área seca



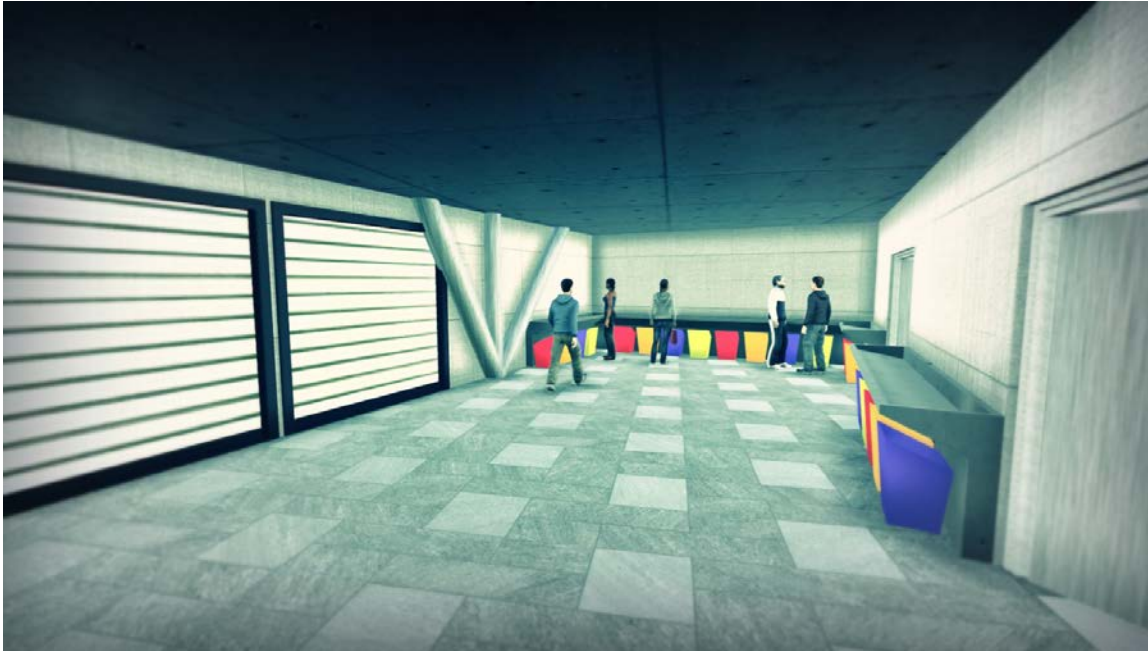
Altar Principal



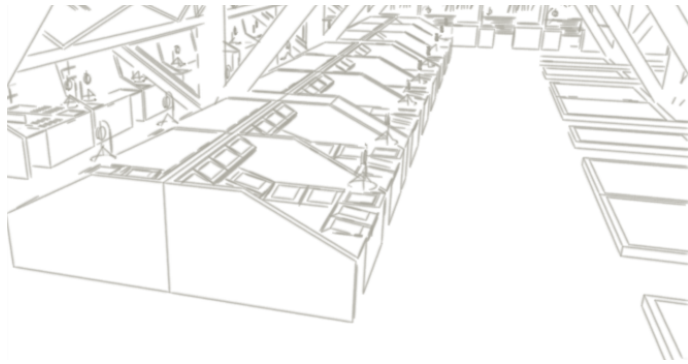
Rampa para el área de comedores



Rampa para el área de comedores



Área de pilas industriales para el lavado de productos.



CAPÍTULO 8

Presupuesto y Planificación

Costos Directos

Renglones principales de trabajo	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Sub Total
Demolición y limpieza de terreno	2054	M2	Q 150.00	Q 308,100
Cimentación estructura de cubierta	25	unidades	Q 3,750	
Columnas Sección Circular	405	MI	Q 2,100	Q 850,500
Cubierta Metálica	1593	M2	Q 650.00	Q 1,035,450
Cerramiento de PVC + Cedazo	212.50	M2	Q 375.00	Q 79,687.50
Levantado de Mampostería	255	M2	Q 325.00	Q 82,875
Rampa y área de Mezzanine	605	M2	Q 650.00	Q 393,250
Contrapiso Fundido acabado remolineado de concreto	1466	M2	Q 140.00	Q 205,240
Tabicación locales interiores	75	M2	Q 2,800.00	Q 210,000
Suministro e instalación de azulejo en áreas indicadas en planos	293	M2	Q 75.00	Q 21,975
Suministro e instalación de artefactos sanitarios	27	unidades	Q 750.00	Q 20,250
Instalación de artefactos para Pilas industriales	20	unidades	Q 125.00	Q 2,500
Asfalto en áreas de parqueos	606	M2	Q 115.00	Q 69,690
Adoquinamiento en plazas principales	90	M2	Q 105.00	Q 9,450
Gradas	16	M2	Q 562.50	Q 9,000
Áreas verdes y espejos de agua.	121	M2	Q 75.00	Q 9,072
Basureros	38	M2	Q 550.00	Q 20,900
			Total	Q 3,327,939.50

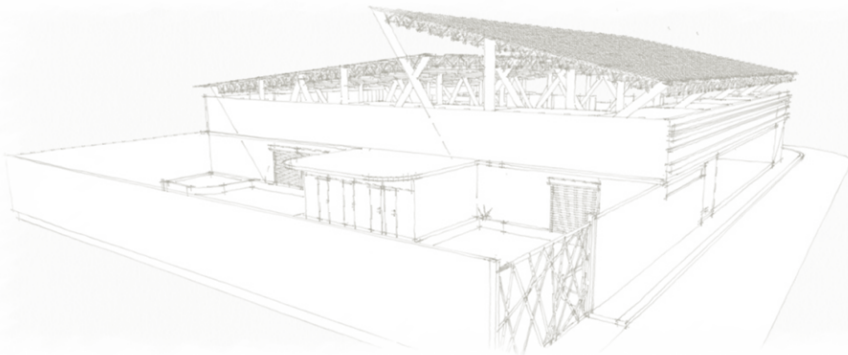
Imprevistos	3%	Q 99,838.18	
Planificación	3%	Q 99,838.18	
Maquinaria y equipo	2%	Q 66,558.79	
Supervisión	7%	Q 232,955.76	
Gastos Legales	2%	Q 66,558.79	Q 565,749.70

Integración de Costos

Costos Directos	Q 565, 749.70	
Costos indirectos	Q 3,327, 939.50	Q 3,893,689.2
COSTO POR METRO CUADRADO		<u>Q 2,300.00</u>

Renglon Principal	MeS 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Demolicion y Limpieza de Terreno	■	■	■					
Cimentacion de Estructura de cubierta		■	■	■	■	■	■	■
Columnas Seccion Circular		■	■	■	■	■	■	■
Cubierta Metalica		■	■	■	■	■	■	■
Levantado de Mamposteria		■	■	■	■	■	■	■
Cerramiento de PVC + Cedaso					■	■	■	■
Rampa y Area de Mezzanine			■	■	■	■	■	■
Contrapiso Fundido Acabado remolineado de concreto					■	■	■	■
Tabicacion de Locales Interiores						■	■	■
Suministro e instalacion de azulejo						■	■	■
Suministro e instalacion de artefactos							■	■
Instalacion de artefactos en pilas industriales							■	■
Asfalto en areas de parqueos					■	■	■	■
Adoquinamiento plazas principales					■	■	■	■
Gradas				■	■	■	■	■
Areas verdes								■
Basureros			■	■	■	■	■	■

NOTA : El presente presupuesto es de carácter estimativo pues no se ha desglosado cada uno de los renglones de trabajo, ya que para el efecto se deberá contar con el juego de planos completo del proyecto, y esta es únicamente una propuesta a nivel de ante proyecto.



Capítulo 9

Conclusiones y Recomendaciones

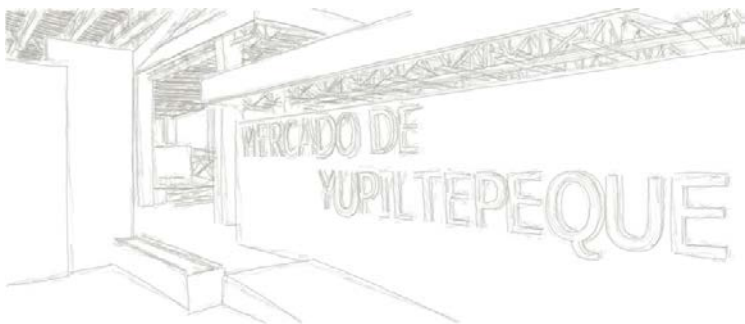


9.1. CONCLUSIONES

1. El mercado municipal de Yupiltepeque, departamento de Jutiapa, contara con 1720 m² de construcción, alberga a 91 puestos fijos, los cuales pretenden abastecer a toda la población y cubrir sus necesidades básicas con incidencia en el ahorro de gastos en viajes diarios hacia los municipios vecinos y el fomento al comercio que existe dentro de la región.
2. El funcionamiento de la propuesta forma parte de un modelo básico de comercialización, al considerar las necesidades de la población y las características del área y del terreno a utilizar, emplear un adecuado sistema constructivo, que permita brindar una propuesta sólida, y duradera con el desarrollo de la región.
3. La propuesta del mercado permitirá resolver parte de la problemática en la comunidad, pero los alcances del proyecto no trasciende a solucionar los problemas del casco urbano lo que deberá de ser complementado con un plan de ordenamiento previsto por las autoridades locales.
4. El diseño, dimensionamiento y características del proyecto fueron planteadas para satisfacer de la mejor manera la demanda que se presenta en la actualidad, hasta la que se ha previsto pueda surgir en los próximos 20 años.
5. Al momento de realizar una evaluación ambiental se analizará el impacto que indudablemente surgirá, al obtener así los lineamientos correctos para poder realizar una propuesta arquitectónica sostenible que no compita si no que se adecue al ambiente donde será realizada.

9.2. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que las autoridades realicen la propuesta como se les presenta en el documento, ya que toda la propuesta está realizada en base a las necesidades y características de la población de Yupiltepeque.
2. El surgimiento del mercado deberá de ser realizado simultáneamente a una campaña informativa en donde se guíe a la población y se motive de distintas formas a utilizar correctamente sus instalaciones.
3. Se recomienda analizar y observar los patrones de crecimiento poblacional que se generen en el municipio, para poder tomar las medidas correctas cuando el mercado llegue al límite de usuarios para los cuales ha sido diseñado.
4. Los lineamientos ambientales deberán de ser utilizadas de mismo modo en el momento de ejecución del mercado, así como en su momento de producción, para crear ambientes confortables y saludables para los usuarios de este.
5. Los materiales de construcción deben de ser de la mejor calidad, así como la mano de obra, el departamento de Jutiapa, cuenta con distintas distribuidoras de materiales de construcción, de donde se podrá abastecer sin ningún inconveniente, facilitando así su ejecución y la generación de ingresos para la el departamento y aprovechar los recursos que se encuentran el área.



Capítulo 10

Bibliografía



BIBLIOGRAFÍA.

1. BAZANT SÁNCHEZ, Jan. (2003) **Manual de diseño Urbano**. 6ª Edición reimpressa. México: Ed. Trillas Sa de Cv.
2. **CÓDIGO DE SALUD**. Decreto no. 90-97 Organismo Legislativo, Congreso de la Republica de Guatemala.
3. Código Municipal. Decreto No.12-2002 Organismo Legislativo. Tipografía Nacional de Guatemala.
4. **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA**. Asamblea Nacional Constituyente 1986. Tipografía Nacional de Guatemala.
5. **INAFED. (1987) ADMINISTRACIÓN DE MERCADOS Y CENTRALES DE ABASTO**, Documento realizado por la Secretaría de la gobernación de la República Mexicana. México.
6. **INFOM. (2000) MANUAL DE ADMINISTRACIÓN, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE MERCADOS**. Instituto de Fomento Municipal, Guatemala, Guatemala.
7. MACNUTT HURTADO, María Fernanda. 2011 Central de Abastos para el municipio de Cobán departamento de Alta Verapaz. Guatemala. Tesis de Licenciatura en arquitectura, Facultad de Arquitectura, universidad de San Carlos De Guatemala
8. ORELLANA, Carlos. **Espacios Urbanos**. Prensa Libre. Guatemala 9 de Julio año 2012.
9. ORTIZ, Carlos. **Conociendo A Jutiapa**. Guatemala, Año 2010.
10. RASHJAL Sánchez, Cristian Alexander. 2008 Anteproyecto de revitalización del mercado municipal y terminal de buses de Jalapa, Jalapa. Tesis de Licenciatura en arquitectura, Facultad de Arquitectura, universidad de San Carlos De Guatemala
11. SCHEJETNAN, Mario. (1984) **Principios de Diseño Urbano/ambiental**. México. 2ª Edición. Paxmexico.
12. **SEGEPLAN. (2012) MATRIZ DE RESULTADOS ESTUDIOS SOCIO-ECONÓMICOS**. Departamento de Jutiapa, Municipio de Yupiltepeque. Guatemala.

13. UCA. (2000) **DESARROLLO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES**. Universidad Centro Americana José Simeón Cañas. El Salvador.
14. URQUIZU González, Lisbeth Pamela. Ramírez Monterroso, Ronald Alberto. (año) Central de mayoreo y terminal de buses del municipio de Chiquimula, Chiquimula. Tesis de Licenciatura en arquitectura, Facultad de Arquitectura, universidad de San Carlos De Guatemala

SITIOS WEB

- POBLACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE YUPILTEPEQUE.-Consultado en : www.ine.gob.gt/departamentojutiapa.
- DEFINICIÓN DE CIUDAD, Consultado en: Ciudad/ Conceptos de Geografía humana/ Izaak buzo Sánchez/2002.
- MUNICIPALIDAD DE YUPILTEPEQUE, Consultado en: www.muniyupiltepeque.gob.gt/



Mercado Municipal, **YUPILTEPEQUE**, Jutiapa.

IMPRÍMASE

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes and a horizontal line at the end.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

A handwritten signature in black ink, featuring a complex, overlapping pattern of lines.

Arquitecto Leonel de la Roca

ASESOR

A handwritten signature in black ink, with a large, sweeping horizontal stroke at the beginning.

María Cristina De León Escobar

SUSTENTANTE



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



**Facultad de
Arquitectura**
Universidad de San Carlos de Guatemala

Arquitecto
Carlos Valladares Cerezo
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el proyecto de graduación para optar al Grado de Licenciado en Arquitectura, de la estudiante **MARÍA CRISTINA DE LEÓN ESCOBAR**, carné **200821707**, titulado "**MERCADO MUNICIPAL DE YUPILTEPEQUE, JUTIAPA.**"

Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los catorce días de agosto de dos mil trece.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular No. de Personal 16861
Colegiado Activo 4,509

MERCADO MUNICIPAL
YUPILTEPEQUE, JUTIAPA.

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Guatemala, octubre 2013.