

34  
24

# UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO



FACULTAD DE ARQUITECTURA

~~ARQ. RAUL PEREZ ROZA RIVERA~~  
Director de la Facultad de Arqui-  
tectura de la Universidad Autonoma  
de Guadalajara



~~ARQ. RAUL PEREZ ROZA RIVERA~~  
PRESIDENTE DE LA COMISION  
REVISORA DE TESIS

## NUEVO MERCADO MUNICIPAL EN PENJAMO GUANAJUATO

TESIS PROFESIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
ARQUITECTO

P R E S E N T A  
**HORACIO PEREZ MEDEL**

GUADALAJARA, JAL., OCTUBRE DE 1988.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## I N D I C E .

CONTENIDO.	HOJAS.
I. PROLOGO.	1
II. INTRODUCCION.	2
III. CONSIDERACIONES.	4
 CAPITULO I. FASE ANALITICA.	 13
A) ASPECTOS SOCIO-CULTURALES.	
A 1.) SIGNIFICACIÓN DEL PROBLEMA.	
a) DEFINICIÓN Y SIGNIFICADO.	
b) OBJETIVOS SOCIO-CULTURAL-ECONÓMICOS Y ARQUITECTÓNICOS.	
A 2.) ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	15
a) HISTORIA GENERAL.	
b) HISTORIA EN MÉXICO.	
c) ANTECEDENTES.	
c 1.) MERCADO RÍO CUALE (PUERTO VALLARTA, JALISCO).	
c 2.) MERCADO FEDERACIÓN (GUADALAJARA, JALISCO).	
c 3.) ACTUAL MERCADO MUNICIPAL (MIGUEL HIDALGO), EN PÉNJAMO, GUANAJUATO.	
c 4.) OTRAS OBSERVACIONES. (MERCADOS EN GUADALAJARA, JALISCO).	
A 3.) PRE-EXISTENCIAS AMBIENTALES.	20
A 4.) ACTIVIDADES.	21
A 5.) ESTADÍSTICAS.	22
A 6.) OTROS ASPECTOS SOCIO-CULTURALES. (PROBLEMAS).	24
B) ASPECTOS FÍSICOS.	26
B 1.) UBICACIÓN DE LA CIUDAD.	

B 2.) ANÁLISIS URBANO.	26
a) TRÁFICO Y VIALIDAD.	
b) ZONAS DE EXPANSIÓN.	
c) CONEXIONES CON EL EXTERIOR.	
B 3.) ANÁLISIS DEL TERRENO PROPUESTO PARA MERCADO (UBICACIÓN, TRÁFICO Y VIALIDAD).	27
B 4.) ESTUDIO DEL TERRENO.	27
a) LOCALIZACIÓN (CROQUIS).	
b) FLUJOS E INFRAESTRUCTURA. (CROQUIS).	
c) TOPOGRAFÍA. (CROQUIS).	
d) DATOS GEOLÓGICOS.	
B 5.) DATOS GEOGRÁFICOS.	32
a) POSICIÓN Y ALTITUD.	
B 6.) DATOS CLIMATOLÓGICOS.	32
a) PRECIPITACIÓN PLUVIAL.	
b) TEMPERATURA.	
c) ASOLEAMIENTO.	
d) HUMEDAD.	
e) VIENTOS DOMINANTES.	
f) ESTACIONES.	
C) ASPECTOS TÉCNICOS-ECONÓMICOS.	35
C 1.) MATERIALES.	35
C 2.) SISTEMA ESTRUCTURAL.	35
C 3.) PROCEDIMIENTOS CONSTRUCTIVOS.	36
C 4.) ECONOMÍA.	36
D) ASPECTOS FUNCIONALES.	37
D 1.) LOCALES.	37

D 2.) LOCALES POR ZONAS.	38
D 3.) ESTUDIO DE LOS LOCALES MÁS REPRESENTATIVOS. (OBTENCIÓN DEL PUESTO TIPO).	42
D 4.) TABLA DE REQUISITOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.	43
a) ZONA ADMINISTRATIVA.	
b) ZONA DE VENTAS.	
c) ZONA DE SERVICIOS.	
D 5.) ARBOL DEL SISTEMA.	48
CAPITULO 2. FASE SINTETICA.	51
A) PROGRAMA.	
A 1.) ALGUNAS CONCLUSIONES.	
A 2.) ALGUNOS REQUISITOS.	52
a) URBANÍSTICOS.	
b) ARQUITECTÓNICOS.	
c) TÉCNICOS (EN CUANTO A INSTALACIONES Y MATERIALES).	
d) CONSTRUCTIVOS. (REFERENTES A LAS CONDICIONES DE CONSTRUCCIÓN).	
A 3.) DIAGRAMA DE RELACIONES (FLUJOS Y LIGAS) POR ZONAS.	56
A 4.) DIAGRAMA FUNCIONAL (LIGAS Y FLUJOS) Y TOPOLÓGICO (MACINO).	57
B) CONCEPTO DE DISEÑO.	58
B 1.) DESCRIPCIÓN DEL CONCEPTO DE DISEÑO.	58
a) ESTRUCTURACIÓN Y ZONIFICACIÓN.	
b) HIPÓTESIS FORMAL.	
1) NIVELES.	
2) VOLÚMEN O MASA.	
3) CIRCULACIONES.	
4) ESPACIOS.	

5) SISTEMA TÉCNICO.

c) FORMULACIÓN DEL ESQUEMA.

CAPÍTULO 3. EL PROYECTO.

68

A) INTRODUCCION AL PROYECTO.

B) PLANOS.

1.-) APUNTES PERSPECTIVOS (EXTERIORES).	69
2.-) PLANTA DE CONJUNTO.	70
3.-) PLANTA ARQUITECTÓNICA (BAJA).	71
4.-) PLANTA ARQUITECTÓNICA (ALTA).	72
5.-) ALZADOS O FACHADAS.	73
6.-) SECCIONES O CORTES.	74
7.-) APUNTES PERSPECTIVOS (INTERIORES).	75
8.-) PLANTA DE CIMENTACIÓN.	76
9.-) PLANTA ESTRUCTURAL.	77
10.-) CORTE CONSTRUCTIVO.	78

BIBLIOGRAFIA.

## I N D I C E   D E   L A M I N A S .

C 3). ACTUAL MERCADO MUNICIPAL (MIGUEL HIDALGO), EN PÉNJAMO, GUANAJUATO.	19
MAPA DEL MUNICIPIO DE PÉNJAMO, GUANAJUATO.	25
a) LOCALIZACIÓN.	28
b) FLUJOS.	29
b) INFRAESTRUCTURA.	30
c) TOPOGRAFÍA. (GEOLOGÍA).	31
B 6.) DATOS CLIMATOLÓGICOS.	34
D 3.) ESTUDIO DE LOS LOCALES MÁS REPRESENTATIVOS.	39
"   "   "   "   "   "   "	40
"   "   "   "   "   "   "	41
D 5.) ARBOL DEL SISTEMA. ZONA DE VENTAS.	48
D 5.) ARBOL DEL SISTEMA. ZONA ADMINISTRATIVA.	49
D 5.) ARBOL DEL SISTEMA. ZONA DE SERVICIOS.	50
A 2.) DIAGRAMA DE RELACIONES (FLUJOS Y LIGAS) POR ZONAS.	56
A 3.) DIAGRAMA FUNCIONAL (LIGAS Y FLUJOS) Y TOPOLÓGICO (NACIMO).	57
a) ESTRUCTURACIÓN Y ZONIFICACIÓN (POR ZONAS).	59
a) ESTRUCTURACIÓN Y ZONIFICACIÓN (POR AREAS).	60
c) FORMULACIÓN DEL ESQUEMA.	63
"   "   "   "	64
"   "   "   "	65
"   "   "   "	66
"   "   "   "	67

P R O L O G O .

EL QUERER VIVIR MEJOR CADA DÍA, LLENOS DE PAZ, SALUD Y ALEGRÍA, CREO QUE HA SIDO, SERÁ Y ES UNO DE --  
LOS PENSAMIENTOS QUE RIGEN LA HISTORIA DE LA HUMANIDAD.

PERO, CÓMO SE HA LOGRADO ÉSTO, CÓMO SE LOGRARÁ O CÓMO SE ESTE LOGRANDO, DEPENDE EN GRAN PARTE DE NO--  
SOTROS, COMO ARQUITECTOS.

PARTIENDO DE ESTO Y PORQUE QUIERO COMPARTIR Y COOPERAR EN LA FORMACIÓN DE UNA SOCIEDAD MEJOR QUE LA -  
DE AYER, HE DECIDIDO TRABAJAR ANDUAMENTE EN LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO ARQUITECTÓNICO, CUYO BENEFICIO  
SE EXTIENDE A TODOS LOS ESTRATOS SOCIALES, ES PUNTO DE PARTIDA DE LA ECONOMÍA DE MUCHOS PUEBLOS Y DE SUS  
HABITANTES, UN PROYECTO QUE ES ALEGRÍA Y ALGARABÍA EN HOMBRES Y MUJERES DE TODAS LAS EDADES, QUE LOS - -  
REUNE Y LES HACE HABLAR.

UN PROYECTO QUE SATISFAGA LAS NECESIDADES PRIMARIAS DE TODA UNA COMUNIDAD, EVITANDO LOS PROBLEMAS, DE  
TODA ÍNDOLE, POR LOS QUE ACTUALMENTE ATRAVIEZA. EN SUMA TAL PROYECTO ES UN "MERCADO MUNICIPAL, EN PÉN--  
JAMO, GTO."

QUIERO MACER AQUÍ PATENTE MI TESTIMONIO DE GRATITUD A TODOS MIS MAESTROS, COMPAÑEROS Y MÁS QUE NADA -  
A MIS AMIGOS, QUE NUNCA DEJARON QUE SE APAGARA EL FUEGO, SINO QUE DE UNA U OTRA MANERA LO AVIVARON MÁS.

QUE ESTE TRABAJO HABLE A PARTIR DE LA SIGUIENTE PÁGINA, DE TODO LO QUE APRENDÍ CON ÉL, ELLA, USTEDES  
Y TODOS.

HORACIO PÉREZ MEDEL  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA.  
GUADALAJARA, JAL.

## I N T R O D U C C I O N .

TODA EXTENSIÓN DE TERRENO TIENE UN MOTIVO DE SER Y DE USO Y A CADA CUAL LE LLEGA SU TIEMPO, LIMITAN--  
DO EL ESPACIO.

BIEN UNOS SON EMPLEADOS PARA HABITACIÓN, OTROS PARA CIRCULACIÓN, UNOS MÁS PARA EDUCACIÓN Y RECREO, --  
AQUÉLLOS SIRVEN DE SOPORTE SOCIAL Y PROTECCIÓN Y ESOS OTROS PARA MANUTENCIÓN Y TRABAJO.

DENTRO DE ÉSTOS ÚLTIMOS SOBRESALE UNO, POR ABARCAR A TODA UNA SOCIEDAD; 'EL MERCADO', QUE POR SU FOL--  
KLOR Y MOVIMIENTO HA SUBSISTIDO A TRAVÉS DE LOS SIGLOS.

EL MOTIVO PRINCIPAL, PUES, DEL PRESENTE TRABAJO ES DESARROLLAR UN PROYECTO PARA UN MERCADO MUNICIPAL  
EN LA CIUDAD DE PÉNJAMO, GTO., QUE SOLUCIONE LOS PROBLEMAS POR LOS QUE ATRAVIESA LA CIUDAD Y SUS HABITAN--  
TES RESPECTO DEL ACTUAL ESTABLECIMIENTO.

BIEN ES CIERTO QUE ANTAÑO EL MERCADO HIDALGO (ACTUAL) FUNCIONABA MUY BIEN, PERO AHORA, SABRIENDO QUE --  
LA POBLACIÓN HA AUMENTADO Y QUE CON ELLO SE HIZO MAYOR EL NÚMERO DE COMERCIOS, LE FUÉ IMPOSIBLE ALBERGAR  
A TODOS, RAZÓN POR LA CUAL LAS CALLES Y PLAZAS QUE LE CIRCUNDAN SE HAN VISTO HACINADAS DE LOCALES, TARI--  
MAS O PUESTOS QUE POR DEMÁS HACEN DEPRIMENTE EL LUGAR, LO HACEN INSALUBRE Y CONFLICTIVO.

DICHO PROBLEMA HA HALLADO SOLUCIÓN POR PARTE DE LA PRESIDENCIA MUNICIPAL Y LA COOPERATIVA PRIVADA, OBT--  
TENIÉNDOSE UN TERRENO DE APROXIMADAMENTE UNA HECTÁREA (10,000 M2.), UBICADO EN EL FRACCIONAMIENTO BELLA--  
VISTA, ENTRE LAS CALLES DE EMILIO CARRANZA Y ALAMO. ES AQUÍ DONDE SE HA DE EMPLAZAR EL NUEVO MERCADO QUE  
TRAERÁ CONSIGO (AL CUBRIR A LOS LOCATARIOS ANTES EXPUESTOS) UNA MEJOR IMAGEN DE LA SOCIEDAD, DE LA CIU--  
DAD Y DE LOS INDIVIDUOS EN PARTICULAR.

( EL PROYECTO AL QUE ME HE ESTADO REFIRIENDO TIENE COMO COMPONENTES, LOS ESENCIALES DE UN MERCADO: --  
ZONA HÚMEDA, ZONA SECA, ZONA DE FONDAS, SERVICIOS GENERALES, ESTACIONAMIENTO PÚBLICO, PATIO DE CARGA Y --  
DESCARGA Y ZONA ADMINISTRATIVA. PARA LOGRAR LO ANTES EXPUESTO RECURRÍ A LA CONSULTA DE VARIOS LIBROS Y --  
REVISTAS, ASÍ COMO ENTREVISTAS CON EL PRESIDENTE MUNICIPAL, EL ADMINISTRADOR DEL ACTUAL MERCADO, VISITAS  
A LAS SECRETARÍAS DEL MUNICIPIO Y A ENCUESTAS CON LOCATARIOS Y COMPRADORES).

EL PROCESO A SEGUIR PARA TAL EFECTO SE BASA EN UNA FASE ANALÍTICA (FACTOR SOCIO-CULTURAL, FACTOR FÍS--  
SICÓ, FACTOR TÉCNICO-ECONÓMICO Y FACTOR FUNCIONAL) DE DONDE EXTRAERÉ UNA SERIE DE CONCLUSIONES QUE ME --

LLEVARÁN A ESTABLECER UNOS REQUISITOS DE DISEÑO Y CON ÉSTOS UN PROGRAMA, QUE ME LLEVARÁ A LA SEGUNDA PARTE.

DENTRO DE LA FASE SINTÉTICA (SEGUNDA FASE), QUE YA TOMA PARA SÍ EL PROGRAMA, SE DESARROLLAN LOS CONCEPTOS DE DISEÑO (ZONIFICACIÓN, HIPÓTESIS FORMAL) QUE POR DECISIÓN MUY PARTICULAR Y POR AJUSTE PARA EL DESARROLLO SE PRESENTA COMO POSIBLE DE REALIZACIÓN.

POR ÚLTIMO SE DESARROLLA LA FASE ANTEPROYECTO QUE DA PASO AL PROYECTO FINAL. ESTE ÚLTIMO ES EXPRESADO POR ANOTACIONES SIMBÓLICAS Y GRÁFICAS QUE INDICAN MI INTENCIÓN ARQUITECTÓNICA.

CONSIDERACIONES.

HA CE FALTA UN MERCADO?...

¿DONDE QUEDO LA BOLITA...?,  
DIGO, EL MERCADO.



COMPERMISO? COMPERMISO!...



HABER A QUE HORA ME  
SIENTO,...

POLLO CON SABOR A SALVO, PASE.



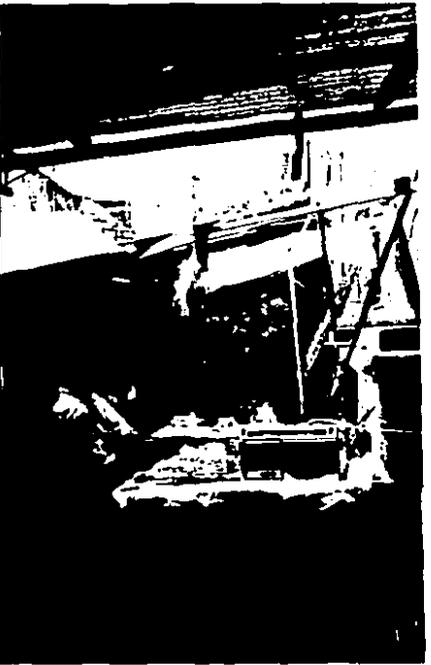
INVASION DE CALLES?,  
INVASION DE PORTALES?,  
PELIGRO ,...



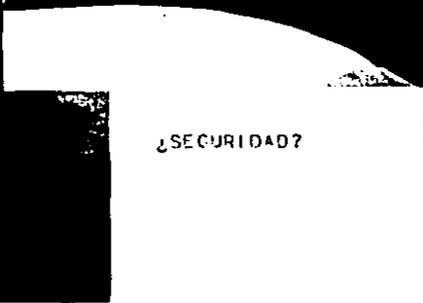
¿HIGIENE?



¿SALUBRIDAD?



¿SEGURIDAD?



EL TIANGUIS.



... HE AQUÍ EL TERRENO.



VISTA NORTE, FOTOGRAFIA TOMADA POR EL SUR.  
(CENTRO DE LA CIUDAD, PAISAJES).



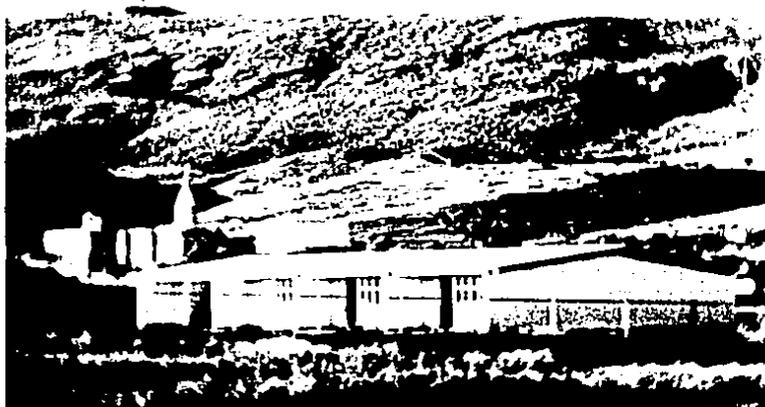
VISTA SUR, FOTOGRAFIA TOMADA POR EL NORTE.  
(COLONIA BELLAVISTA).



VISTA ESTE, FOTOGRAFIA TOMADA POR EL OESTE.  
( NUEVAS COLONIAS, ACCESOS, COMUNICACION).



VISTA OESTE, FOTOGRAFIA TOMADA POR EL ESTE.  
(COLINDANCIA CON UN KINDER, PAISAJE, NUEVAS COLONIAS).



CAPITULO I.  
F A S E   A N A L I T I C A .

A) ASPECTOS SOCIO-CULTURALES.

A 1.) SIGNIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

a) DEFINICIÓN Y SIGNIFICADO.

EN TÉRMINOS GENERALES SE ENTIENDE POR MERCADO, AQUEL LUGAR ABIERTO O CERRADO DONDE SE DAN --  
CITA, CADA SEMANA O DIARIAMENTE, LOS COMPRADORES Y VENEDORES DE DIFERENTES MERCANCÍAS.

UN MERCADO ES UN LUGAR DE REUNIÓN, AL QUE ACUDEN LA GENTE EN BUSCA DE SUS PROVISIONES ALI- --  
MENTICIAS O DE OTRA ÍNDOLE DIARIAS, AQUÍ EL QUE COMPRA PUEDE DIRECTAMENTE ESCOGER LA MERCAH- --  
CÍA, TOCARLA E INCLUSO REGATEAR POR EL PRECIO.

ADEMÁS NO TAN SOLO ES UN LUGAR DE COMPRA Y VENTA, SECUNDARIAMENTE ES UNA PLAZA DE REUNIÓN --  
DONDE SE CONOCE MÁS GENTE, SE PLATICA Y SE ENTRETIENE TODO LO QUE UNO DESEE. AQUÍ SE HALLA --  
UNA EXTENSA VARIEDAD DE ARTÍCULOS Y A MEJOR PRECIO.

b) OBJETIVOS SOCIO-CULTURAL-ECONÓMICOS Y ARQUITECTÓNICOS.

LA CONCENTRACIÓN DE MUCHAS PERSONAS EN LAS CIUDADES SUSCITA UN PROBLEMA DE MÁXIMA IMPORTAN--  
CIA: EL SUMINISTRAR LOS MEDIOS DE VIDA Y CUANTO NECESITA, AL INDIVIDUO AISLADO Y A LA CO- --  
MUNIDAD EN CONJUNTO.

ÉL VECINO DOMICILIADO EN UN PISO NO PUEDE DISFRUTAR DIRECTAMENTE DE LOS BIENES Y PRODUCTOS --  
NATURALES Y ARTIFICIALES, SINO SE LOS TRAEN DESDE LOS LUGARES DE PRODUCCIÓN O DE ALMACENA- --  
MIENTO, O SI ÉL NO VA A BUSCAR LOS QUE NECESITA. POR OTRA PARTE EL PRODUCTOR DE ARTÍCULOS DE --  
PRIMERA NECESIDAD, MUCHAS VECES DISEMINADO POR EL CAMPO, NO SABRÍA A QUIEN DAR SUS GÉNEROS --  
SI NO BUSCARA POR SÍ MISMO A LOS PROBABLES ADQUIRIENTES O LLEVARA SU PRODUCCIÓN A LUGARES DE --  
ALMACENAMIENTO DE MERCANCIAS AFINES.

ESTAS OPEHACIONES DE INTERCAMBIO, FUNDAMENTALES EN TODA MANIFESTACIÓN DE VIDA CIVILIZADA, --  
HOY SON POCO FRECUENTES CON CARÁCTER DIRECTO ENTRE PRODUCTOR Y CONSUMIDOR, RESOLVIENDOSE EN

LA PRÁCTICA A TRAVÉS DE UNA ORGANIZACIÓN COLECTIVA A LA QUE SIRVEN DE BASE LOS MERCADOS. EN EL ABASTECIMIENTO DEBEN INTERVENIR ENTIDADES DE CARÁCTER PÚBLICO, RESPONSABLES, QUE PUEDAN OFRECER UN SUMINISTRO APROPIADO EN CANTIDAD Y CALIDAD, GARANTIZANDO SUS ASPECTOS BROMATOLÓGICOS E HIGIENICOS-SANITARIOS, Y QUE SEA CONSTANTE SIN SOLUCIONES DE CONTINUIDAD NI DESPILFARROS APRECIABLES.

AMORA BIEN EL MERCADO ES UNA EMPRESA MUNICIPAL, ES DECIR, FINANCIADO Y CONSTRUÍDO POR EL GOBIERNO MUNICIPAL CUANDO Y DONDE SE CONSIDERE NECESARIO PARA LA COMODIDAD DE LAS PERSONAS DE "N" BARRIO O POBLACIÓN, EN TERRENOS DE PROPIEDAD MUNICIPAL.

APARTE DE ÉSTA COMODIDAD, EL MERCADO BENEFICIA A UN MAYOR NÚMERO DE PERSONAS, YA QUE LA CENTRALIZACIÓN DE SERVICIOS SIMILARES, ADEMÁS DE FISCALIZAR POR COMPLETO LOS DIVERSOS GÉNEROS EN VENTA, FACILITA LA ESTABILIZACIÓN DE LOS PRECIOS, CON GRAN VENTAJA PARA LA ECONOMÍA GENERAL. POR OTRA PARTE LOS LOCATARIOS TAMBIÉN SALEN BENEFICIADOS YA QUE SIN INVERTIR DINERO EN LA CONSTRUCCIÓN, ASEGURAN LOCAL. POR EL OTRO LADO EL GOBIERNO MUNICIPAL RECUPERA LA INVERSIÓN PUESTO QUE LOS LOCALES SE PAGARÁN POR RENTA MENSUAL. DE ESTA MANERA SE PUEDE DECIR QUE SON MUCHOS LOS PROPIETARIOS EN LUGAR DE UNO SOLO COMO ACONTECE EN LAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO.

ÉSTE SITIO SATISFACE LAS NECESIDADES SOCIALES Y COMERCIALES DE LA COLECTIVIDAD Y DE LA MISMA MANERA CONTRIBUYE EN LA FISIONOMÍA CULTURAL, URBANA Y DE PAISAJE DE LA POBLACIÓN EN DONDE SE ESTABLECE.

RESULTA SER MÁ S EFICAZ QUE LOS SUPER-MERCADOS SI ESTA POBLACIÓN ES DE NÍVEL ECONÓMICO MEDIO O BAJO (AUNQUE ASISTEN AL MERCADO TODOS LOS ESTRATOS SOCIALES). SI NO SE CONTARA CON UN EDIFICIO, LA COMPRA-VENTA SE LLEVARÍA A CABO EN LA CALLE O EN LOTES BALDÍOS COMO ACTUALMENTE OCURRE, PROVOCANDO CON ELLO CONFLICTOS SOCIALES, VISUALES, DE CONTAMINACIÓN Y DE CIRCULACIÓN (DE PERSONAS Y VEHÍCULOS).

ASÍ PUES, ES UNA NECESIDAD INMEDIATA CON UN VALOR SOCIAL Y CULTURAL EXPRESADO EN FORMAS Y ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS, DONDE SE ALBERGAN LOS SERVICIOS DE VENTA DE PRODUCTOS TALES COMO: VERDURAS, CARNES, HOPA, JARCIERA, COMIDA, SEMILLAS, ABARROTES, HERRERÍA, BARRO, HOJALATERÍA

FLORES, ETC., TENIENDO ESTO COMO CONSECUENCIA UNA FUENTE DE INGRESOS PARA LOS VENDEDORES Y - AL MISMO TIEMPO SE CONVIERTE EN PUNTO FOCAL DE LA ECONOMÍA LOCAL Y EN CENTRO DE VIDA SOCIAL.

## A 2.) ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

### A) HISTORIA GENERAL.

LA EXISTENCIA DE UN LUGAR DONDE SE EJERCÍA EL COMERCIO DE LOS ARTÍCULOS MÁS INDISPENSABLES - PARA LA VIDA DEBE SER CONTEMPORÁNEA DE LAS PRIMERAS CIVILIZACIONES.

ENTRE LOS EGIPCIOS SERVÍAN DE MERCADOS LOS ALREDEDORES DE LOS TEMPLOS DONDE SE CONGREGABAN - MULTITUDES CON OCASIÓN DE LAS GRANDES FIESTAS.

DESDE LOS TIEMPOS MÁS REMOTOS YA SE ENCONTRABAN MERCADOS EN EL INDUSTÁN, EL MEDITERRÁNEO, -- CHINA, JERUSALÉM, ETC., ESTABLECIÉNDOSE EN LAS PLAZAS Y VILLAS Y EN LOS ESPACIOS LIBRES DE - ÉSTAS, AFECTANDO CIERTAS CALLES Y COMERCIOS PARTICULARES.

EN GRECIA, EL MERCADO O ÁGORA SIRVIÓ A LA VEZ DE CENTRO DE REUNIONES PARA LAS ASAMBLAS PO-- PULARES Y DE MERCADO PROPIAMENTE DICHO. ÉSTE NO ERA SOLO PARA LA VENTA DE COMESTIBLES, SINO QUE TAMBIÉN TENÍA COMERCIOS DE BANQUEROS Y SERVÍA DE PUNTO DE REUNIÓN PARA LOS DESOCUPAJOS - DE LA CIUDAD, DONDE FOMENTABAN SU OCIO Y COVENTABAN LAS NOTICIAS DEL DÍA.

EN CUANTO A ROMA LOS MERCADOS SE ESTABLECÍAN PRIMERO EN EL FORUM Y TIEMPO DESPUÉS FUNDARON - SUS PROPIOS FOROS O PEQUEÑOS MERCADOS ESPECIALES EN LA VENTA DE CIERTO PRODUCTO (MERCADO DE PECES, MERCADO DE ROPAS, ETC.). AQUÍ UN MERCADO SE COMPONÍA DE UN ÁREA O PLAZA RECTANGULAR - CERCADA DE PÓRTICOS BAJO LOS CUALES SE ABRÍAN LAS TIENDAS.

DURANTE LA EDAJ MEDIA LA PREPONDERANCIA DE LA IGLESIA DETERMINÓ LA FORMACIÓN DE ESTOS CENTRO A SU ALREDEDOR, EN LOS ESPACIOS LIBRES QUE LE CIRCUNDABAN. EN ESTA ÉPOCA Y EL RENACIMIENTO - LOS MERCADOS CONSERVARON LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN ROMANA, SOLO QUE EN LUGAR DE PÓRTICOS SE RECURRIÓ AL SISTEMA DE COLUMNAS EN LAS CASAS DE LA PLAZA-MERCADO.

LA INDUSTRIALIZACIÓN POSTERIOR A LA REVOLUCIÓN FRANCESA, EL CRECIMIENTO DE LAS CIUDADES Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS PRIMERAS FERIAS INTERNACIONALES, IMPUSIERON LA NECESIDAD DE LOS PRIMEROS

## GRANDES MERCADOS.

## B) HISTORIA EN MÉXICO.

LA MAYORÍA DE LOS PUEBLOS QUE HABITABAN EL TERRITORIO DE MÉXICO, ERAN ANTES DE LA CONQUISTA AUTOSUFICIENTES EN SUMO GRADO, EXCEPTUANDO LOS PRODUCTOS TALES COMO SAL, PEDERNALES, OBJETOS DE BARRO, ETC., QUE SE OBTENÍAN POR MEDIO DEL TRUEQUE.

AL CONSTRUIRSE LOS GRANDES CENTROS CEREMONIALES Y LAS CIUDADES, PARA SATISFACER LAS NECESIDADES PRIMARIAS SE RECURRIÓ A EXPEDICIONES COMERCIALES Y AL ESTABLECIMIENTO DE GRANDES MERCADOS.

DE ENTRE ESOS MERCADOS DESTACA EL DE TLATELOLCO EN LA CIUDAD DE TENOCHTITLAN, QUE POR SER PERMANENTE Y POR LA EXTENSA VARIEDAD DE MERCADERÍA QUE ALLÍ SE VENDÍA CAUSÓ ASOMBRO EN LOS CONQUISTADORES ESPAÑOLES, ASÍ HERNÁN CORTÉS, EN SUS CARTAS DE RELACIÓN DE LA NUEVA ESPAÑA, AFIRMABA... "HAY EN ESTA CIUDAD UN MERCADO EN EL QUE COTIDIANAMENTE HAY ARRIBA DE TREINTA MIL ÁNIMAS VENIENDO Y COMPRANDO... EN ESTE MERCADO HAY TODAS CUANTAS COSAS, ASÍ DE MANTENIMIENTO COMO DE CALZADO, VESTIDO, JOYAS Y PLUMAJES, TAN BIEN CONCENTRADO COMO PUEDEN SER EN TODAS LAS PLAZAS Y MERCADOS DEL MUNDO...", DE ÉSTA DESCRIPCIÓN SE DESPRENDE EN LO GENERAL, QUE EL MERCADO TENÍA CARÁCTER REGIONAL.

LOS CAMPESINOS SOLÍAN ACUDIR A LOS MERCADOS PARA NEGOCIAR CON SU MAÍZ, VERDURAS, PLANTAS MEDICINALES, AVES Y ANIMALES. LAS MUJERES VENDÍAN COMIDA O ALGUNAS PRENDAS Y LOS ARTESANOS PROCEDÍAN AL INTERCAMBIO DE SUS PRODUCTOS (HUAPACHES, CORDELES, CESTAS, ETC.).

ÉSAS OPERACIONES SE LLEVABAN GENERALMENTE AL AIRE LIBRE Y FRENTE A LA PLAZA MAYOR A MANERA DE LOS TIANGUIS ACTUALES.

ÉSTOS TIANGUIS SE ORGANIZABAN EN ESPACIOS AMPLIOS Y POR TANTO DESCUBIERTOS, INVADIENDO EL ATRIO DE LA IGLESIA. EL ELEMENTO DE LOS TIANGUIS ERA EL TENDIDO Y EL PARASOL, GENERALMENTE DE MANTA.

CON EL PASO DEL TIEMPO SE FUERON ESTABLECIENDO TIENDAS PARA ABASTECIMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD, HASTA LOS MERCADOS.

LOS PRIMEROS MERCADOS CONSTRUÍDOS AQUÍ TIENEN LA INFLUENCIA FRANCESA EXTENDIDA EN LA SEGUN-

DA MITAD DEL SIGLO PASADO A LOS PRINCIPIOS DEL PRESENTE Y FUERON POR LO GENERAL, DE PLANTA - RIGUROSAMENTE SIMÉTRICA, DE ALTOS ESPACIOS GENERALES CON VENTANALES LATERALES Y A VECES CON ESTRUCTURA DE FIERRO CONFUNDIDA EN HERRERÍAS CAPRICIOSAS.

ACTUALMENTE LOS MERCADOS SON GENERALMENTE (POR NO DECIR TODOS) EN UN ESPACIO CERRADO, CUBIERTO POR ESTRUCTURAS DE FIERRO O BIEN CUBIERTAS, BÓVEDAS O PARABOLOIDES Y OTROS ALARDES HECHOS DE CONCRETO ARMADO. PERO QUE NO POR ELLO, TODOS TENGAN QUE SER ASÍ.

c) ANTECEDENTES.

c 1.) MERCADO RÍO CUALE (PUERTO VALLARTA, JALISCO).

ARQ. ALEJANDRO ZOHN.

ASPECTO SEMÁNTICO: ARMONÍA CON EL CARÁCTER DE LA POBLACIÓN, CONTRIBUYE AL SABOR LOCAL DE MANERA CLARA, LÓGICA Y CONTEMPORÁNEA.

ASPECTO ESTRUCTURAL: ESTRUCTURA BÁSICA (MÓDULO 6 MT. X 6 MT.) DE CONCRETO, ENTREPISO - DE LOSA, LA CUBIERTA (CUBIERTAS) ES A BASE DE TRABES DE CONCRETO, VIGAS DE MADERA, LADRILLO DE BARRO Y TEJA, SISTEMA DE LA REGIÓN.

ASPECTO FORMAL: DENTRO DE EDIFICIOS MERCADO, ES ÉSTA UNA INNOVACIÓN EN EL TRATAMIENTO DE LA CUBIERTA (TEJADOS) QUE ÉL FORMÓ CON UNA SERIE DE ELEMENTOS QUE SE AJUSTAN AL - - CUNTOIRNO IRREGULAR DEL TERRENO.

EN GENERAL ES LA SENCILLEZ TRADICIONAL, SE MARCA CLARAMENTE UN SENTIDO HORIZONTAL.

ASPECTO FUNCIONAL: SE DESARROLLA EN DOS DESNIVELES, DANDO CABIDA A 250 PUESTOS APROX.

- LA PLANTA BAJA ALDJA BÁSICAMENTE ARTESANÍAS Y ROPA.

- LA PLANTA ALTA CONTIENE LAS FONDAS Y REFRESQUERÍAS, APROVECHANDO LAS VISTAS.

EXISTEN DOS GRANDES ESPACIOS DE DOBLE ALTURA PARA LA COMUNICACIÓN VISUAL Y EL TRAZO - - BÁSICO ES UNA REJÍCULA DE 6 MT. X 6 MT., QUE SE ADAPTA A LOS DIFERENTES TAMAÑOS DE - - PUESTOS.

c 2.) MERCADO FEDERACIÓN (GUADALAJARA, JALISCO).

ARQ. FERNANDO GONZÁLEZ GORTAZAR.

ASPECTO SEMÁNTICO: ORDEN Y LIMPIEZA ESENCIALES EN UN MERCADO. POR SU VOLUMETRÍA ES CLA

RO EL SIGNIFICADO DE APROVECHAMIENTO DEL TERRENO Y SU ECONOMÍA.

ASPECTO ESTRUCTURAL: MÓDULO DE 7.5 MT. x 7.5 MT., CUBIERTOS CON LOSA PLANA CASETONADA DE CONCRETO, EL PATIO CENTRAL DE 21.5 x 21.5 MT., ES CUBIERTO POR UNA ESTRUCTURA METÁLICA CUBIERTA DE LÁMINA ASBESTO EN SUS EXTREMOS SUPERIOR E INFERIOR, PROVOCANDO UN ROMBO, LA CUBIERTA ESTÁ SOSTENIDA POR MURETES.

ASPECTO FORMAL: FORMA ÚNICA ENVOLVENTE DE SENTIDO HORIZONTAL. LOS MATERIALES EMPLEADOS DENOTAN LA CALIDAD EN EL TRATAMIENTO.

ASPECTOS FUNCIONALES: CONSTA DE TRES PARTES PRINCIPALES: DOS CRUJÍAS POR LOS LADOS -- QUE ALBERGAN PUESTOS FIJOS DE CARNES (HACIA EL INTERIOR) Y MERCANCIAS VARIAS (HACIA -- EL EXTERIOR). ESTAS CRUJÍAS REMATAN EN PORTALES MUY AGRADABLES PARA LA CIRCULACIÓN, -- ADEMÁS EVITAN EL ASOLEAMIENTO DIRECTO.

LA PARTE CENTRAL CONTIENE LOS PUESTOS DE FRUTAS, VENDURAS, FLORES Y OTROS. AQUÍ GRA-- CIAS A LA CUBIERTA DE FORMA DE ROMBO QUE AL ESTAR ORIENTADA DE NORTE A SUR, EVITA LA PENETRACIÓN DEL SOL DE ORIENTE Y EL PONIENTE, PRODUCIÉNDOSE UNA MUY BUENA ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN INTERIOR.

c 3). ACTUAL MERCADO MUNICIPAL (MIGUEL HIDALGO), EN PÉNJAMO, GUANAJUATO.

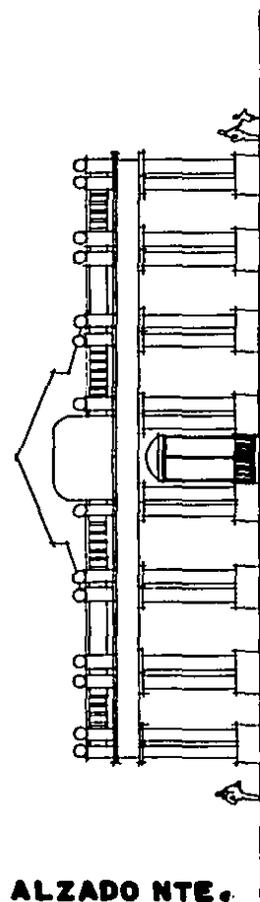
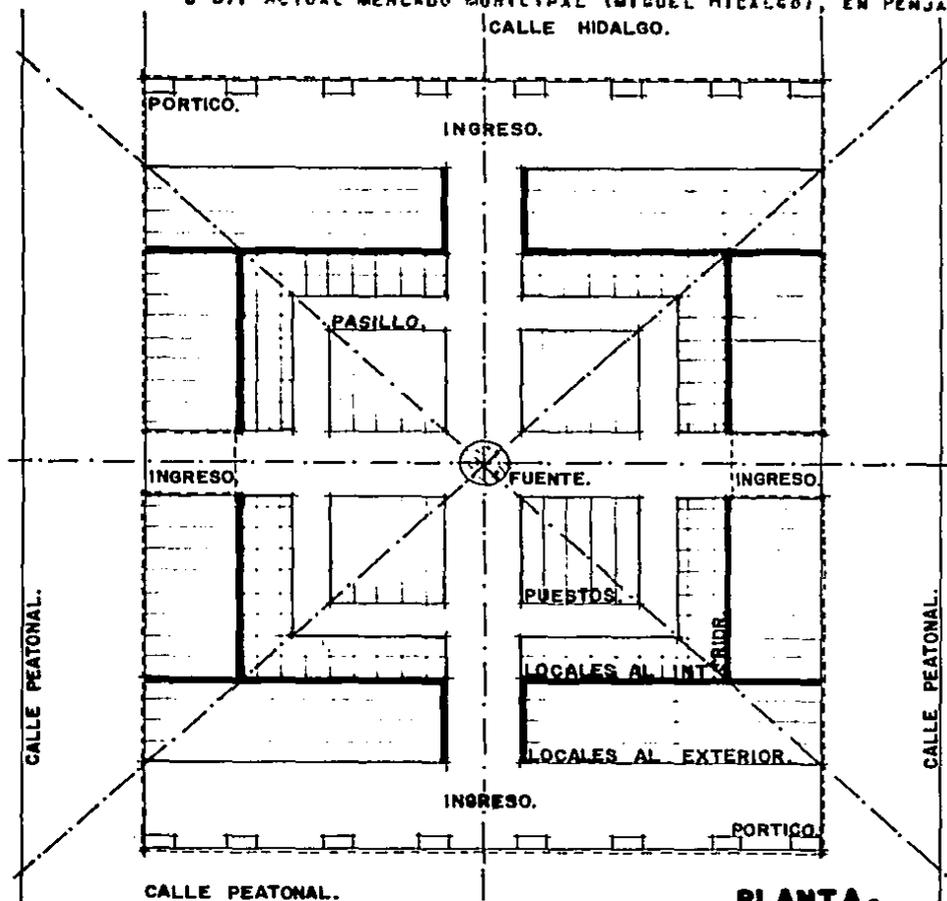
ASPECTO SEMÁNTICO: FUE EJEMPLO DE UNA ÉPOCA CULTA Y PRÓSPERA DE LA CIUDAD. SU UBICA-- CIÓN CORRESPONDE A LA DE LOS MERCADOS DEL SIGLO XV (A UN LADO DEL TEMPLO PRINCIPAL).

ASPECTO ESTRUCTURAL: GRAN CUBIERTA A DOS AGUAS (METÁLICA), SOSTENIDA POR ARMADURAS, -- APOYADAS EN COLUMNAS DE CANTERA Y MUROS DE PIEDRA.

ASPECTO FORMAL: EJEMPLO DE ARQUITECTURA NEOCLÁSICA DEL SIGLO XIX CON GRAN INFLUENCIA FRANCESA EN SU CUBIERTA ( VITRALES Y COLUMNAS METÁLICAS EN EL INTERIOR).

ASPECTO FUNCIONAL: UN SOLO NIVEL. EN SÍ ES UN TRAZO SIMÉTRICO. PATIO INTERIOR CON FUEN-- TE QUE DA LUGAR A CUATRO PASILLOS PRINCIPALES QUE A SU VEZ DESEMBOCAN A LAS ENTRADAS -- (DE APROXIMADAMENTE 3 MT. DE ANCHO). EL VOLUMEN PRINCIPAL ESTÁ HODEADO EN DOS DE SUS -- COSTADOS (AL NORTE Y AL SUR) POR PÓRTICOS QUE ALOJAN LOCALES COMERCIALES DE DIFERENTE ÍNDOLE. EL PLANTEAMIENTO ACTUAL ES UNA TOTAL DESORGANIZACIÓN.

6 3). ACTUAL MERCADO MUNICIPAL (MIGUEL HIDALGO), EN PÉNJAMO, GUANAJUATO.  
CALLE HIDALGO.



C 4.) OTRAS OBSERVACIONES. (MERCADOS EN GUADALAJARA, JALISCO.).

A) MERCADO "SAN JUAN DE DIOS": PLAZAS INTERIORES ABIERTAS DONDE LA NATURALEZA PARTICIPA EN EL MOVIMIENTO DIARIO Y DONDE LOS NIVELES PARTICIPAN COMO UNIÓN ENTRE LAS DIFERENTES ZONAS. LA ZONIFICACIÓN ES MUY CLARA Y CONCISA. ES UNA FERIA.

B) MERCADO "DIGNISIO RODRIGUEZ": PLAZA DE INGRESO ESCALONADA EN TRES LADOS. LOCAL (ESPACIO) PARTICULAR DE BASURA (ESTÁ ARRIBA, LA BASURA ES RECOGIDA ABAJO), EVITANDO MAL ASPECTO. INGRESO DE MERCANCIAS A HORAS FIJAS, CON SER UN MERCADO CHICO ES EL QUE MEJOR HIGIENE TIENE.

C) MERCADO "EJÉRCITO": ZONA DE DESCARGA EN RAMPA CON LUGAR DE LAVADO DE VERDURAS Y FRUTAS. MUY INTERESANTE EL MANEJO ESTRUCTURAL DE PARABOLOIDES Y BÓVEDAS DE CAÑÓN. INTERESANTE TAMBIÉN ES LA ESCALERA Y PUENTE QUE COMUNICA CON LAS FONDAS (EN DIFERENTES NIVELES).

A 3.) PRE-EXISTENCIAS AMBIENTALES.

LA Población de Pénjamo, Gto., NO CUENTA EN REALIDAD CON NINGÚN TIPO DE PRE-EXISTENCIAS AMBIENTALES DIGNAS DE SER SEGUIDAS, O DE SER PROBABLES DE MIMETIZARSE.

EN CUANTO A LAS EDIFICACIONES EXISTENTES PODEMOS ENCONTRAR POCAS CONSTRUCCIONES DE TIPO COLONIAL, MECLADAS CON UN BUEN NÚMERO DE EDIFICIOS HABITACIONALES Y DE COMERCIO DE ESTILOS TODOS DIFERENTES ENTRE SÍ, TANTO EN SU ESTRUCTURA COMO EN SUS MATERIALES EMPLEADOS.

LA VEGETACIÓN ES ESCASA (SOLO EXISTEN 3 ESPACIOS VERDES: JARDÍN PRINCIPAL, JARDÍN DE LOS REMEDIOS Y JARDÍN DE LA 'ESCUELA DEL PARQUE'), LOS ÁRBOLES HAN SIDO SUSTITUIDOS POR MOLES DE CONCRETO SIN DEJAR ESPACIOS JARDINADOS EN CASAS O EDIFICIOS, RAZÓN POR LA CUAL EL AMBIENTE ES UN POCO DEPRIMENTE.

POR ESTOS DOS PRINCIPALES MOTIVOS LA CIUDAD EN SÍ CARECE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DIGNOS DE SER ADMIRADOS Y VIVIDOS.

AHORA BIEN, DENTRO DEL LUGAR DONDE SE UBICA EL TERRENO PREDESTINADO PARA EL MERCADO (COL. BELLAVISTA), NOS ENCONTRAMOS CON ALGUNAS PRE-EXISTENCIAS DE TIPO CULTURAL Y PAISAJISTAS.

DENTRO DE LAS PRIMERAS TENEMOS POR EL PONIENTE UN KINDER FEDERAL CUYA FISONOMÍA ES LA EMPLEADA POR EL CAFFCE, POR EL ORIENTE SE HALLA EL RASTRO MUNICIPAL Y ALGUNAS CASAS Y COMERCIOS QUE FORMALMENTE NO INFLUYEN EN LA PROYECCIÓN.

POR OTRA PARTE HACIA EL NOROESTE, NORTE Y SUROESTE, SE CUENTA CON UNA DE LAS MEJORES PANORÁMICAS DE LA CIUDAD, LA NATURALEZA LEJANA (CERROS). HACIA EL SUR ENCONTRAMOS EL FRACCIONAMIENTO - (CON ESCASAS EDIFICACIONES DE NIVEL ECONÓMICO MEDIO).

LOS MATERIALES, ESTRUCTURAS Y SISTEMAS CONSTRUCTIVOS SON VARIOS Y DE Poca INFLUENCIA, MIENTRAS QUE EL REGLAMENTO DEL FRACCIONAMIENTO NO MENCIONA SERVIDUMBRES.

#### A 4.) ACTIVIDADES.

ADMINISTRATIVAS, VENDEDORES, COMPRADORES, MANTENIMIENTO Y OTROS.

EN LA MODERNA ORGANIZACIÓN URBANA SE TIENDE A DAR A CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES DIARIAS, UN PUESTO FIJO Y BIEN DETERMINADO, A BASE DE LAS NECESIDADES Y DE LOS RECÍPROCOS REQUISITOS DE ACCESO Y PROXIMIDAD, CASI SIEMPRE CERRADO Y CUBIERTO, PARA QUE TODO PUEDA DESARROLLARSE DE MANERA REGULAR, SIN INGERENCIAS EXTRAÑAS, AL RESGUARDO DE LAS CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS O METEOROLÓGICAS, Y EN LOCALES FÁCILES DE INTERVENIR HIGIENICAMENTE.

##### A) ADMINISTRATIVAS:

EN AUTO

ESTACIONAR

INGRESAR

A PIE

ORGANIZAR

CONTROLAR

INSPECCIONAR

VIGILAR

ASEARSE

COMER

COBRAR

RECREARSE

## b) VENEDORES (LOCATARIOS).

AUTO	ESTACIONAMIENTO		CARGAR
CAMIÓN	APEAR	INGRESAR .	LAVAR, ACOMODAR
BICI. y/o MOTO.		ING.-EST.	VENDER
A PIE			COMER
			ASEARSE
			RECREARSE

## c) COMPRADORES.

A PIE			COMPRAR
EN AUTO	ESTACIONAR		CARGAR
EN CAMIÓN	APEAR	INGRESAR	COMER
EN TAXI			ASEARSE
EN BICI-MOTO.	ESTACIONAR		RECREARSE

## d) MANTENIMIENTO.

			CAMBIARSE
EN BICI-MOTO.	ESTACIONAR	ING.-EST.	ASEARSE
EN CAMIÓN	APEAR	INGRESAR	COMER
A PIE			CUIDAR
			RECOGER Y ALM. BASURA

## A 5.) ESTADÍSTICAS.

LA CIUDAD DE PÉNJAMO, GTO., CUENTA EN LA ACTUALIDAD CON UNA POBLACIÓN TOTAL (APROX.) DE 50 MIL HABITANTES Y QUE SI SABEMOS QUE HACE DIEZ AÑOS CONTABA CON 35 MIL HABITANTES CONCLUIMOS QUE EL INCREMENTO APROXIMADO DE LA POBLACIÓN CORRESPONDE A UN TOTAL DE 2,000 HABITANTES POR AÑO, DE - SEGUIR ASÍ PARA EL AÑO 2000, PUEDE, PÉNJAMO CONTAR CON UNA POBLACIÓN DE 100,000 HABITANTES.

POR OTRA PARTE EL MUNICIPIO ESTÁ CONSTITUIDO POR MÁS DE UN CENTENAR DE RANCHERÍAS O LOCALIDADES DE, APROXIMADAMENTE, 5,000 HABITANTES CADA UNA.

DE ÉSTAS RANCHERÍAS, UNA GRAN PARTE, POR SU PROXIMIDAD Y POR TENER VÍAS DE COMUNICACIÓN, MERCAN O HACEN COMERCIO EN LA CIUDAD. ESTE COMERCIO SE DA POR LO GENERAL TODOS LOS DOMINGOS Y LUNES DE CADA SEMANA, Y LOS DÍAS FESTIVOS (RELIGIOSOS O CIVILES). ASÍ PUES LA GENTE DEL CAMPO COMPRÁ POR LO REGULAR EL ABASTO PARA TODA UNA SEMANA, DANDO ESTO LUGAR A LA VENTA DE MEDIO-MAYOREO, TAL -- COMO SUCEDÉ EN LOS ABARROTES Y FRUTERÍAS.

DE TODO LO ANTERIOR Y SI SABEMOS QUE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MERCADOS, UNO DEBE ATENERSE SOBRE TODO A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD, SE CALCULA QUE PARA CADA 20,000 A 30,000 HABITANTES, SE RE-- QUIERE UN MERCADO, DE MODO QUE EL AUMENTO DE POBLACIÓN DE UNA URBE, CUANDO REBASA CIERTO LÍMITE TRAE APAREJADA LA NECESIDAD DE NUEVOS MERCADOS.

DE ACUERDO PUES, CON LAS NORMAS DE URBANISMO DE LA SECRETARÍA DE PATRIMONIO NACIONAL, TENEMOS -- TRES TIPOS DE MERCADOS:

- 1.) MERCADO DE BARRIO: RADIO MÍNIMO DE ACCIÓN (565 MT.). SU LOCALIZACIÓN ES EN EL CORAZÓN DE -- LOS DIVERSOS BARRIOS. SIRVE A UNA POBLACIÓN DE 20,000 A 30,000 H. Y EL PERSONAL OCUPADO ES -- DE 400 INDIVIDUOS. CUENTA CON PUESTOS Y LOCALES, LIMPIEZA, CARGA Y DESCARGA, TIANGUIS, ESTA -- CIONAMIENTO, ADMINISTRACIÓN Y CIRCULACIONES.
- 2.) MERCADO DE ZONA: EL RADIO DE ACCIÓN ABARCA TODC EL BARRIO (ES DECIR ES MEDIO). SU SITUACIÓN ES CONVENIENTE TENDIENDO A LA PERIFERIA. SIRVE A UNA POBLACIÓN DE 100,000 Ó MÁS HIBITANTES. EL PERSONAL OCUPADO ES DE 2,500 INDIVIDUOS. CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS DEL MERCADO AN-- TERIOR, MÁS APARTE: FRIGORÍFICOS Y SERVICIOS MÉDICOS.
- 3.) MERCADO DE ABASTOS: TODA LA CIUDAD ES SU RADIO DE ACCIÓN (RADIO MÁXIMO). SU LOCALIZACIÓN -- ÓPTIMA ES EN LA PERIFERIA DE LA JRBE. SIRVE A UNA POBLACIÓN DE MÁS DE 200,000 H. Y OCUPA -- MÁS DE 2,500 INDIVIDUOS, COMO PERSONAL. CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS DEL ANTERIOR Y CON -- VENTA DE MAYOREO Y ALMACENAMIENTO.

DE TODO LO ANTERIOR CONCLUÍMOS PUES, QUE EL MERCADO EXISTENTE ES YA INSUFICIENTE PARA SATISFA-- CER LAS DEMANDAS DE LA POBLACIÓN ACTUAL Y QUE POR LA LOCALIZACIÓN DEL TERRENO PARA EL NUEVO MER

CADC, SE ENCUENTRA DENTRO DE LA CIUDAD Y MÁS AÚN EN EL CORAZÓN DE UNA NUEVA COLONIA, NOS INCLINAMOS POR UN MERCADO DE BARRIO.

A 6.) OTROS ASPECTOS SOCIO-CULTURALES. (PROBLEMAS).

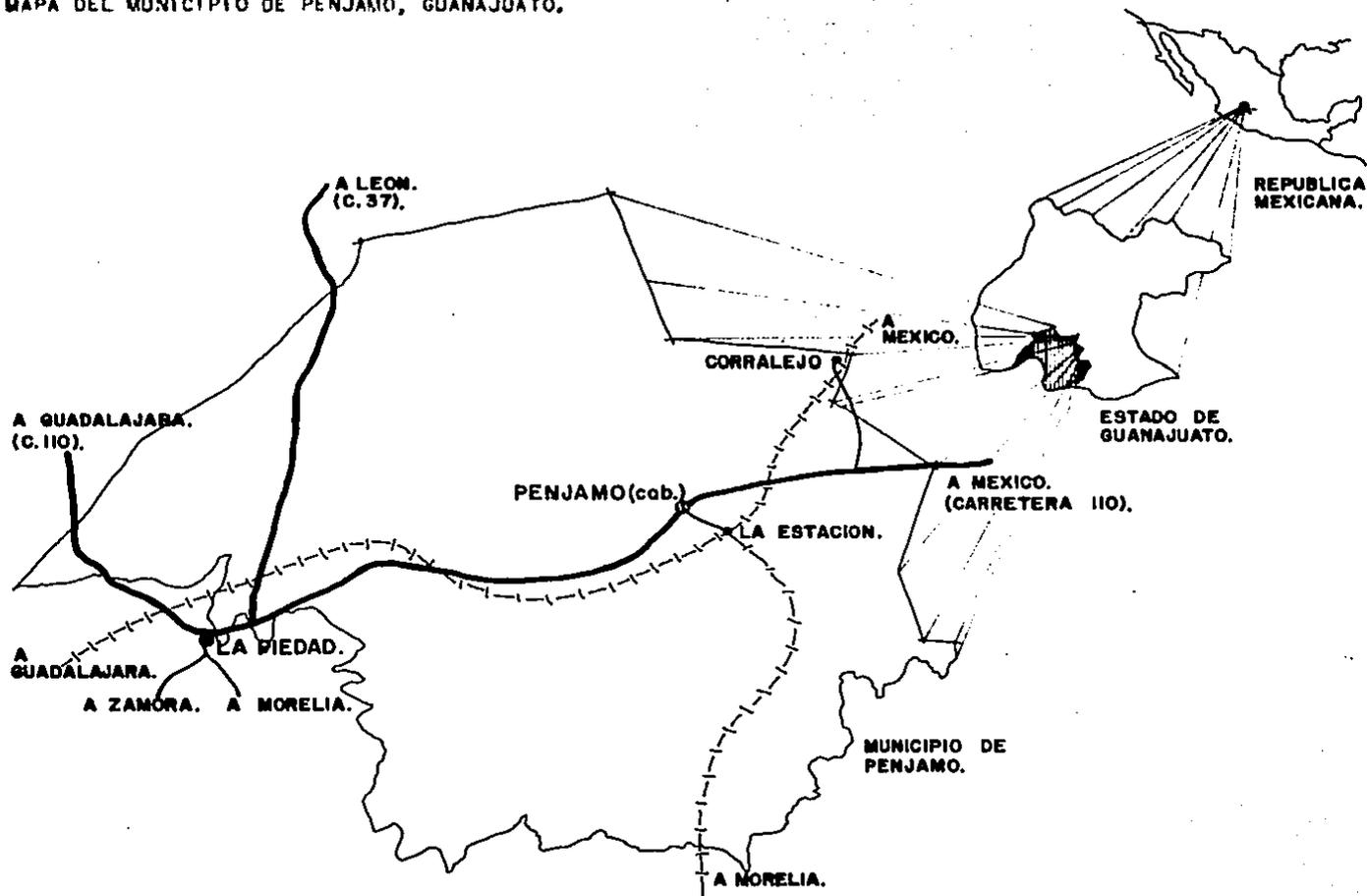
TOMANDO EN CUENTA TODOS LOS DATOS ANTERIORES Y AUNANDO ESTE OTRO: LA GRAN MAYORÍA DE LAS GENTES QUE DOMINGOS Y LUNES SE DAN CITA, DESPUÉS Y A LA HORA DE SUS COMPRAS, EN LOS JARDINES ALEDAÑOS AL MERCADO, SE VE LA NECESIDAD DE TENER QUE CERRAR LAS CALLES QUE RODEAN AL JARDÍN PRINCIPAL, - PROVOCANDO PROBLEMAS DE TRÁFICO, VISUAL, PERSONAL Y DE AUTOMÓVILES, YA QUE ESTAS CALLES SON DE LAS PRINCIPALES.

ASÍ TAMBIÉN LA CALLE HIDALGO, LATERAL AL MERCADO, SUFRE DE FUERTES CONFLICTOS DE TRÁFICO DEBIDO A QUE COMO LAS FRUTERÍAS SE ENCUENTRAN POR AHÍ, LOS CAMIONES SIN NINGÚN HORARIO, DESCARGAN DURANTE HASTA MÁS DE UNA HORA INTERRUMPIENDO LA CIRCULACIÓN.

LA CIUDAD DE PÉNJAMO, GTO., ES NETAMENTE DE POBLACIÓN PREDOMINANTEMENTE RURAL, DONDE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA NO SUPERA EL 25%. DE ESTE PORCENTAJE LA GRAN MAYORÍA SE DEDICA A LA AGRICULTURA Y A LA PORCICULTURA, OTRO TANTO AL COMERCIO, MIENTRAS QUE EN INDUSTRIA ES TAN SOLO EL 2% DE LA POBLACIÓN. GRACIAS A LAS DOS PRIMERAS ACTIVIDADES, QUE SON BIEN PAGADAS, EL COMERCIO HA CRECIDO POR DEMÁS DESORBITANTE, PROVOCANDO QUE LOS ESTABLECIMIENTOS (PRODUCTOS POR LO GENERAL DE ÍNDOLE INDUSTRIAL O TEXTIL) INVADAN LAS ZONAS PEATONALES, PORTALES, CALLES, ETC., CENTRICAS, ENTORPECIENDO EL CRECIMIENTO COMERCIAL HACIA OTROS PUNTOS DE LA CIUDAD Y CON ELLO EL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN URBANA. LA IMAGEN VISUAL POR LO TANTO ES PAUPÉRRIMA, EVITANDO VER LA PARTE BONITA DE LA CIUDAD.

EL SIGUIENTE PROBLEMA QUE SIGUE A ÉSTOS ES LA INSALUBRIDAD; SUCIEDAD POR JOQUIER, ANIMALES Y BICHOS NOCIVOS, OLORES PESTILENTES, CHARCOS DE AGUAS NEGRAS Y SUCIAS, ETC., MOLESTIAS TODAS ÉSTAS PARA LA GENTE EN GENERAL.

MAPA DEL MUNICIPIO DE PENJAMO, GUANAJUATO.



## B) ASPECTOS FÍSICOS.

### B 1.) UBICACIÓN DE LA CIUDAD.

LA CIUDAD DE PÉNJAMO, GTO., SE HALLA UBICADA EN LAS FALDAS DE UN CERRO, PERTENECIENTE A LA SIERRA, DENOMINADA, DE PÉNJAMO.

PÉNJAMO ES UNO DE LOS MUNICIPIOS MÁS GRANDES DE LA REPÚBLICA Y A SABER PERTENECE A LA ZONA LLAMADA REGIÓN DEL BAJO.

LA CIUDAD BAJA HACIA EL CENTRO (DE LA MISMA) POR CALLES (AL NORTE Y OESTE) DE PENDIENTES FUERTES DE APROXIMADAMENTE UN 35% O MÁS Y AL LLEGAR AQUÍ SE EXTIENDE HACIA EL SUR POR CALLES CON UN MÍNIMO DE PENDIENTES QUE NO LLEGAN AL 10%.

FÍSICAMENTE LA CIUDAD SE HA ESTADO EXTENDIENDO HACIA LOS CUATRO PUNTOS CARDINALES ACONDICIONÁNDOSE A LA DROGRAFÍA Y TOPOGRAFÍA DEL LUGAR.

### B 2.) ANÁLISIS URBANO.

#### a) TRÁFICO Y VIALIDAD.

EL MAYOR TRÁFICO SE OBSERVA EN LAS CALLES DEL CENTRO, DEL ESTE Y DEL SUR DE LA CIUDAD, CORRESPONDIENDO ESTO A QUE LAS CALLES SON RECTAS, PLANAS Y DE MAYOR AMPLITUD.

ENTRE LAS CALLES DE MAYOR TRÁFICO SE PUEDEN MENCIONAR LA DE ALOAMA (QUE ANTES ERA LA CONEXIÓN ENTRE LA CARRETERA QUE VA A MÉXICO Y LA QUE SALE A GUADALAJARA), ADASOLO, JUÁREZ, ARTEAGA MORELOS, MANUEL DOBLADO, HIDALGO Y LA CALZADA. TODAS ÉSTAS SE COMUNICAN CON EL FUTURO MERCADO POR LAS CALLES DE EMILIO CARRANZA-5 DE MAYO (QUE CRUZA LA CIUDAD DE SUR A NORTE) Y CON LA CALLE DE ALAMO (QUE SALE A LA CARRETERA).

#### b) ZONAS DE EXPANSIÓN.

COMO HEMOS DICHO, LA CIUDAD SE HA ESTADO EXTENDIENDO HACIA TODOS LADOS, PERO LA ZONA MÁS ANTIGUA CORRESPONDE AL CENTRO Y LIGERAMENTE HACIA EL ESTE DE LA CIUDAD Y EL NORTE DE LA MISMA, - MIENTRAS QUE NUEVAS ZONAS SE HAN ESTADO DESARROLLANDO POR EL SUR Y SURESTE (LUGAR DONDE SE UBICA EL FRACCIONAMIENTO BELLAVISTA) DONDE SE CONSTRUIRÁ EL NUEVO MERCADO.

c) CONEXIONES CON EL EXTERIOR.

LA CIUDAD SE COMUNICA AL EXTERIOR POR MEDIO DE LA CARRETERA NACIONAL 110 DE MÉXICO-GUADALAJARA Y CON LOS ENTRONQUES A MANUEL DOBLADO, GTO., ARANDAS, JAL., Y LEÓN, GTO.

ANTES DE LA DESVIACIÓN DE LA CARRETERA (NO ENTRA A LA CIUDAD), LA CALLE ALDAMA FORMABA PARTE DE ÉSTA, EN LA ACTUALIDAD ES AÚN LA MÁS IMPORTANTE PORQUE SIGUE COMUNICANDO AL EXTERIOR.

B 3.) ANÁLISIS DEL TERRENO PROPUESTO PARA MERCADO (UBICACIÓN, TRÁFICO Y VIALIDAD).

EL TERRENO PHEDESTINADO PARA EL NUEVO MERCADO ESTÁ UBICADO EN LA PARTE SW DE LA CIUDAD. ESTE LOTE ESTÁ LIMITADO POR: DOS CALLES, UNA AL ESTE Y OTRA AL SUR, MIENTRAS QUE AL OESTE SE HALLA EL KINDER FEDERAL 'LÁZARO CÁRDENAS', Y AL NORTE UNA FÁBRICA DE TUBOS, BLOQUES Y PRODUCTOS DE CEMENTO.

SE LOCALIZA EN UNA DE LAS ZONAS CON MENOS PENDIENTE Y CON MUY BUENAS VISTAS.

LAS CALLES ANTES MENCIONADAS, QUE SON: AL SUR LA CALLE ÁLAMO Y AL ESTE LA CALLE EMILIO CARRANZA UNEN A NUESTRO TERRENO CON LA PARTE CÉNTRICA DE LA CIUDAD Y CON LA CARRETERA PRINCIPAL Irapuato-Guadalajara, ASÍ COMO CON LA CARRETERA QUE VA A LA ESTACIÓN DE FERROCARRILES Y A LA NUEVA CENTRAL DE AUTOBUSES.

EL TRÁFICO ACTUALMENTE ES POBRE Y CARECE DE IMPORTANCIA; AUNQUE CUENTAN CON DOBLE SENTIDO DE CIRCULACIÓN, PROBABLEMENTE SEAN CAMBIADOS A CONVENIENCIA PARA EL MERCADO.

B 4.) ESTUDIO DEL TERRENO.

a) LOCALIZACIÓN. (CROQUIS).

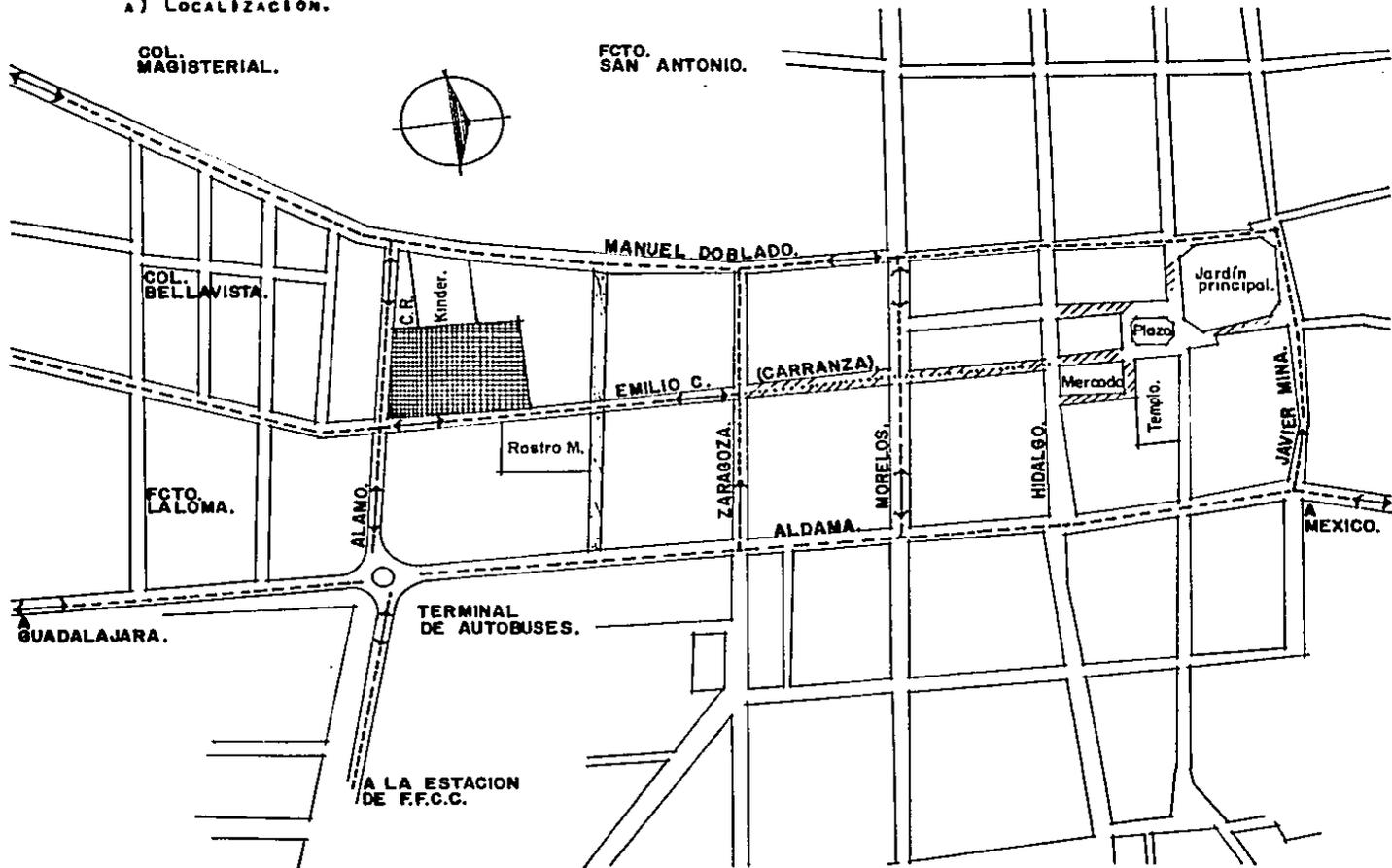
b) FLUJOS E INFRAESTRUCTURA. (CROQUIS).

EL TERRENO CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS INDISPENSABLES PARA LA CONSTRUCCIÓN: AGUA, LUZ, TELÉFONO, ACERAS PAVIMENTADAS, CALLES ASFALTADAS, RED DE DRENAJE, CALLES AMPLIAS Y DE FÁCIL DESARROLLO, COMUNICACIÓN Y ACCESO.

c) TOPOGRAFÍA. (CROQUIS).

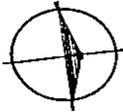
EL TERRENO ES REGULAR DE FORMA RECTANGULAR CON UN ÁREA DE 9,744 M<sup>2</sup>., CON UNA PENDIENTE DE --

A) LOCALIZACIÓN.



COL. MAGISTERIAL.

FCTO. SAN ANTONIO.



COL. BELLAVISTA.

MANUEL DOBLADO.

C.R. Kinder.

Jardín principal.

EMILIO C.

(CARRANZA)

Plaza

Mercado

Templo.

FCTO. LALOMA.

ALAMO

Rastro M.

ZARAGOZA.

ALDAMA.

MORELOS.

HIDALGO.

JAVIER MINA.

GUADALAJARA.

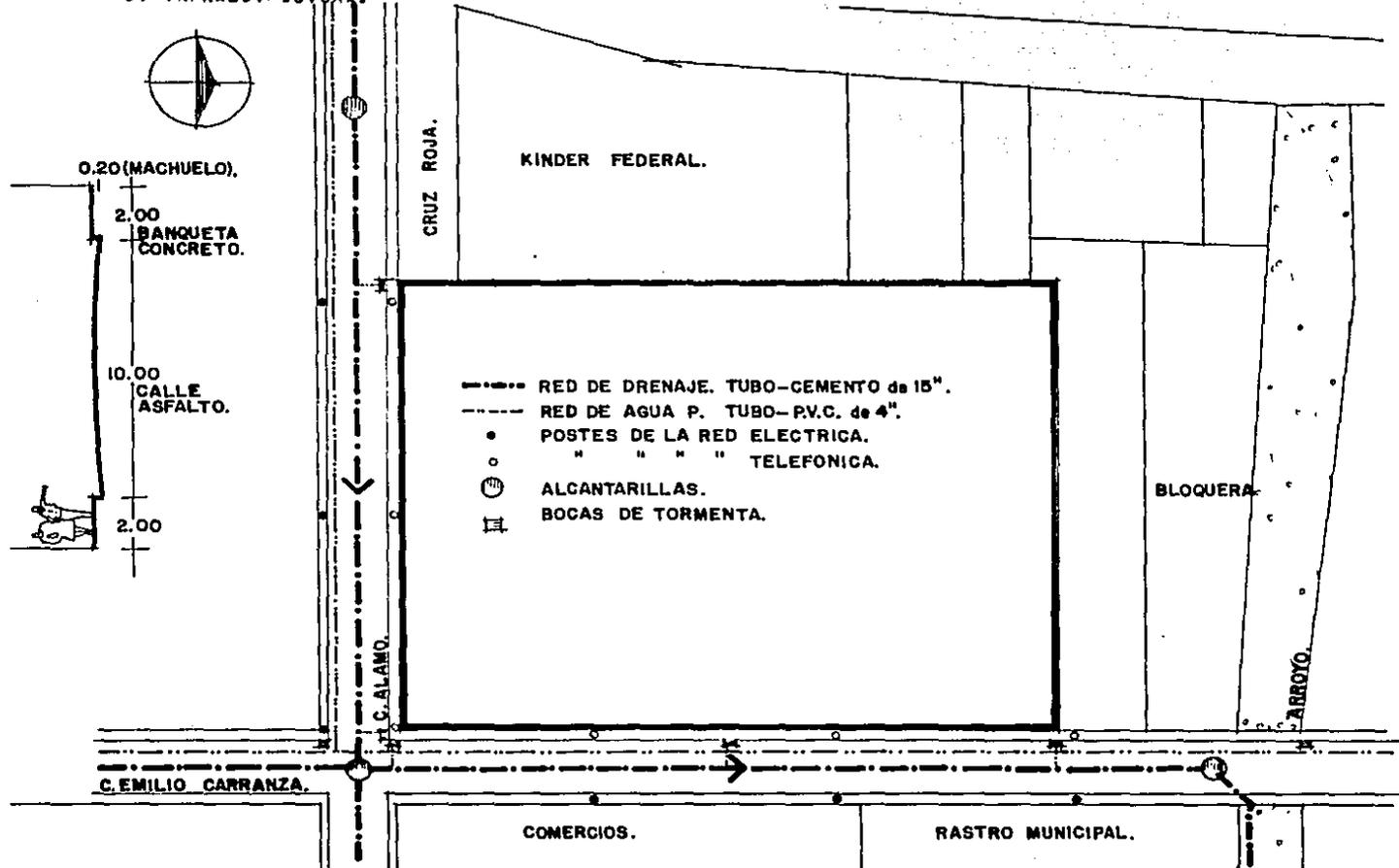
TERMINAL DE AUTOBUSES.

A MEXICO.

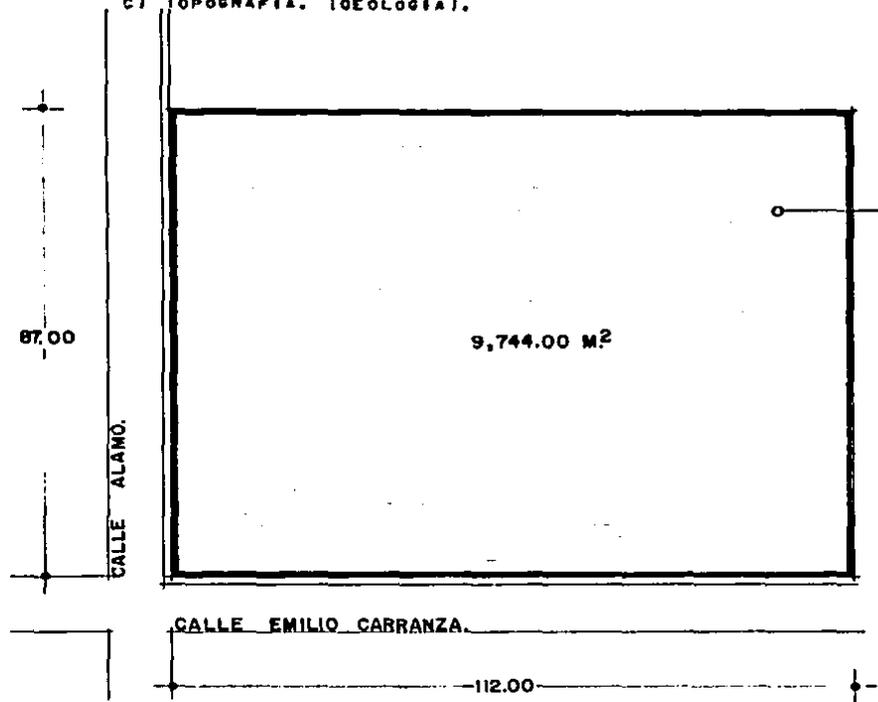
A LA ESTACION DE F.F.C.C.



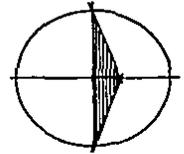
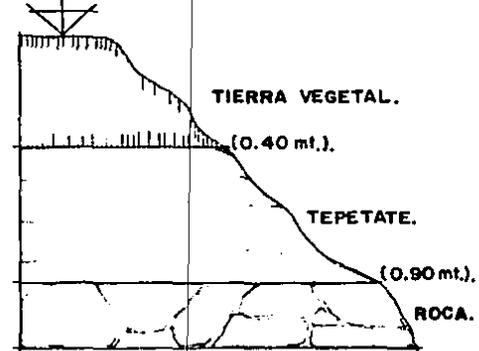
## b) INFRAESTRUCTURA.



c) TOPOGRAFIA. (GEOLOGIA).



3 TON/M<sup>2</sup>.



N+1.20

N+0.00

+ 0.00 MT. A 1.20 MT., DE NORTE A SUR.

d) DATOS GEOLÓGICOS.

LA RESISTENCIA DEL TERRENO ES DE 3 TON./M<sup>2</sup>., Y SEGÚN LOS DATOS OBTENIDOS EN LAS CARTAS DEL --  
DETENAL, SU CONSTITUCIÓN ES VERTISOL-PÉLICO, CON UN MÍNIMO GRADO DE SALES.

EN CUANTO A SUS CAPAS ESTÁ CONSTITUIDA DE LA SIGUIENTE MANERA:

- CAPA VEGETAL LIGERA DE ARENAS, DE APROXIMADAMENTE 40 CMS. (TIERRA VEGETAL).
- CAPA DE TEPETATES CON 50 CMS. DE ESPESOR.
- CAPA ROCOSA A UNA PROFUNDIDAD DE 1.00 MT., BUENA PARA CIMENTAR.

B.5.) DATOS GEOGRÁFICOS.

a) POSICIÓN Y ALTITUD.

EL MUNICIPIO DE PÉNJAMO, GTO., SE UBICA EN LA ZONA CENTRO DEL BAJÍO, COLINDA CON LOS ESTADOS  
DE MICHOACÁN, AL SUR Y AL OESTE CON EL ESTADO DE JALISCO.

LA CABECERA DEL MUNICIPIO, PÉNJAMO, TIENE LA SIGUIENTE POSICIÓN:

- LATITUD                   20° 26'
- LONGITUD                101° 46'

SU ALTITUD SOBRE EL NIVEL DEL MAR ES DE 1,600 MTS., EN LA PARTE BAJA Y DE 1,939 MTS., EN SU  
PARTE MÁS ALTA.

B 6.) DATOS CLIMATOLÓGICOS.

a) PRECIPITACIÓN PLUVIAL.

LA MÁXIMA REGISTRADA ES DE 97 MM. DURANTE EL MES DE AGOSTO. PERO LA PROMEDIO ES DE 67 MM., -  
REGISTRÁNDOSE SOBRE TODO EN LOS MESES DE JUNIO-SEPTIEMBRE. ESTAS LLUVIAS VIENEN ACOMPAÑADAS  
DE DESCARGAS ELÉCTRICAS Y ES IMPORTANTE DECIR QUE A VECES SE PRESENTAN LLUVIAS DE GRANIZO --  
CON UN ESPESOR APROXIMADO DE 2 CM. Y DE GOLPE FUERTE (JULIO-AGOSTO).

b) TEMPERATURA.

MÁXIMA EXTREMA           34° EN LOS MESES DE MAYO, JUNIO Y JULIO.

MÍNIMA EXTREMA 3°C., QUE SE PRESENTA EN LOS MESES DE DICIEMBRE, ENERO Y FEBRERO.  
LA TEMPERATURA PROMEDIO AMBIENTE ES DE 18.4°C.

c) ASOLEAMIENTO.

CON INCLINACIÓN HACIA EL SUR DURANTE LOS SIGUIENTES MESES: SEPTIEMBRE, OCTUBRE, NOVIEMBRE, - DICIEMBRE; SALIDA DEL SOL A LAS 8:30 HRS., OCASO A LAS 17:30 HRS.; ENERO, FEBRERO; MARZO Y - ABRIL EMPIEZAN A PRESENTAR VARIACIÓN EN LA INCLINACIÓN: AL NORTE.

LOS MESES RESTANTES, DE MAYO A AGOSTO, LA INCLINACIÓN DEL SOL ES AL NORTE, DE TAL MANERA QUE LA MAYOR INSOLACIÓN SE PRESENTA AQUÍ; SALIDA DEL SOL A LAS 6:40 HRS., OCASO A LAS 19:00 HRS. ESTA ÉPOCA ES ADEMÁS MUY CALIENTE Y SECA (PLENO VERANO).

d) HUMEDAD.

LA HUMEDAD MÁXIMA REGISTRADA EN OBSERVACIONES PERIÓDICAS DE 5 AÑOS, HECHAS POR LA SARH., SE REGISTRA ENTRE UN 70% Y 80%, PRESENTÁNDOSE DURANTE EL PERÍODO DE LLUVIAS (JULIO Y AGOSTO).

e) VIENTOS DOMINANTES.

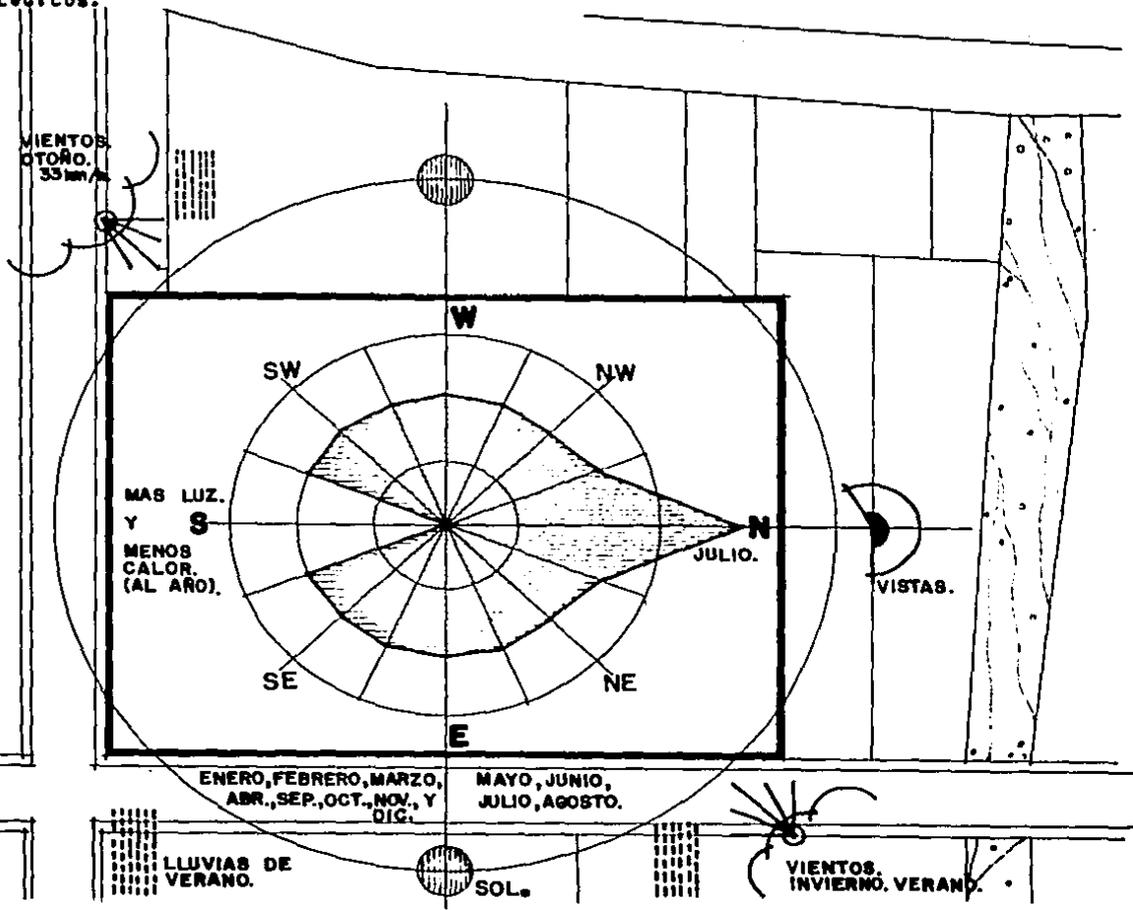
EN LA CIUDAD DE PÉNJAMO, LOS VIENTOS PROCEDEN DEL SW Y NE, CON VARIACIONES DE MUY DÉBILES, - HASTA VIOLENTOS (ÉSTOS ÚLTIMOS EN FEBRERO Y MARZO), SIN EMBARGO SON DE Poca INTENSIDAD Y LA VELOCIDAD MÁXIMA ALCANZADA NO PASA DE LOS 40KM/HR. (33 KM/HR.). ESTOS VIENTOS SE PRESENTAN - EN LOS MESES DE CAMBIO DE ESTACIÓN Y POR LO REGULAR SON TEMPLADOS. (AGOSTO, DICIEMBRE).

f) ESTACIONES.

EN PÉNJAMO LAS ESTACIONES SE PRESENTAN DE LA SIGUIENTE MANERA:

- PRIMAVERA: SECA Y HUMEDA AL MISMO TIEMPO (CALOR Y LLUVIA Y VIENTOS).
- VERANO : COMPLETAMENTE SECA. ES LA ESTACIÓN MÁS PESADA POR EL EXTREMOSO CALOR Y VIENTOS SOLO POR LA NOCHE (19:00 HRS.).
- OTOÑO : ES LA ESTACIÓN MÁS CONFORTABLE (FRESCO Y TEMPLADO).
- INVIERNO : ES FRÍO CON LLUVIAS ESCASAS Y VIENTOS DEL SW.

B 6.) DATOS CLIMATOLÓGICOS.



## C.) ASPECTOS TÉCNICOS-ECONÓMICOS.

### C 1.) MATERIALES.

DESDE ANTAÑO Y HASTA LA FECHA SE HAN UTILIZADO EN LA REGIÓN Y EN LA CIUDAD, MATERIALES TALES COMO: LA PIEDRA, EL ADOBE Y EL LADRILLO DE BARRO ROJO RECOCIDO DE VARIOS TAMAÑOS, GRACIAS A QUE SE CUENTAN CON VARIOS BANCOS DE MATERIAL. ESTOS MATERIALES SON EMPLEADOS CONJUNTAMENTE CON LA CAL Y ARENA Y CEMENTOS TRAÍDOS DE OTRAS CIUDADES CERCANAS (GUANAJUATO, IRAPUATO, LA PIEDRA, GUADALAJARA). ASÍ MISMO DICHS MATERIALES SON DE CALIDAD MEDIA DEBIDO A QUE LA TIERRA CONTIENE SALITRE, RAZÓN POR LA CUAL SE VE LA NECESIDAD DE IMPERMEABILIZAR. MUY TRABAJADA TAMBIÉN ES LA TEJA, ROJA O VITRIFICADA, DE BARRO.

EN EL PERÍODO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS SE HAN USADO LOS TABICONES LIGEROS DE CONCRETO, YA QUE EXISTE UNA FÁBRICA DE ÉSTOS. EL EMPLEO DE TERRAZOS DE MÁRMOL Y CANTERAS TAMBIÉN ESTÁ EN AUJE EN LOS RECUBRIMIENTOS Y PISOS GRACIAS A QUE EN LA LOCALIDAD SE ENCUENTRA UNA FÁBRICA: "CANTERAS DE PÉÑ--JAMO, S.A." Y "MÁRMOL PÉVI, S.A."

LOS SISTEMAS CONSTRUCTIVOS EMPLEADOS CON ESTOS MATERIALES VAN DE LAS BÓVEDAS DE LADRILLO ROJO - (YA MUY ESCASAS) HASTA LOSAS NERVADAS, PASANDO POR LA MÁS COMÚN: LA LOSA PLANA DE CONCRETO ARMADO. LOS MUROS SON DE LADRILLO Y/O DE TABICÓN CON UN ESPESOR COMÚN DE 15 CMS., LOS PISOS SON REGULARMENTE DE CEMENTO (MOZAICOS) Y DE MÁRMOL O TERRAZO, DANDO ÉSTOS ÚLTIMOS MEJOR ASPECTO Y APARIENCIA, CALIDAD Y LIMPIEZA Y DURABILIDAD.

### C 2.) SISTEMA ESTRUCTURAL.

DENTRO DE LOS DOS EXISTENTES: MASA Y ESQUELETO, LOS DOS SON MANEJADOS ARTESANALMENTE EN LA CIUDAD CON MUY BUENA CALIDAD. EL PRIMERO MUY USUAL EN CASAS-HABITACIÓN, MIENTRAS QUE EL SEGUNDO EN COMERCIOS, EDIFICIOS, BODEGAS Y GRANJAS.

EL SISTEMA ESQUELETO PROPORCIONA EN ESTOS CASOS MEJORES RESULTADOS PUES PUEDE RETICULARSE, MODULARSE, HACERSE LAMINAR, CUBRIR GRANDES CLAROS Y SOBRE TODO HACER FLEXIBLE EL ESPACIO DANDO LUCA A QUE UN ESPACIO SEA MÁS GRANDE O MÁS CHICO, O BIEN QUE PUEDA SEGUIR CRECIENDO VERTICAL U HORIZONTALMENTE.

C 3.) PROCEDIMIENTOS CONSTRUCTIVOS.

DE BAJO COSTO Y SOBRE TODO FÁCIL DE REALIZAR POR LAS PERSONAS DE LA LOCALIDAD. DE TAL MANERA: - EL SISTEMA DE ESTRUCTURAS LAMINADAS, EN ESTE CASO EL DE LOSAS PLANAS Y NERVADAS EN SECCIONES MODULARES Y APOYADAS EN COLUMNAS, PUEDE SER EL MEJOR, YA QUE LOS MATERIALES A EMPLEAR SE CONSIGUEN AHÍ MISMO Y LOS OPERARIOS YA SABEN EL TRABAJO. ÉSTE SISTEMA PUEDE CUBRIR GRANDES CLAROS Y ES RESISTENTE, ADEMÁS DE PERMITIR UN CONTINUO CRECIMIENTO.

C 4.) ECONOMÍA.

EL TERRENO ES PROPIEDAD DEL MUNICIPIO, FUÉ DONADO POR EL FRACCIONAMIENTO BELLAVISTA. EL GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO, POR INTERMEDIO DEL GRUPO "BANOBRAS", SERÁ QUIEN REDITUE LA OBRA, YA QUE ESTÁ OFRECIENDO PRÉSTAMOS PARA OBRAS DE ORDEN PÚBLICO.

## D) ASPECTOS FUNCIONALES.

GRACIAS A LA PRESIDENCIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD Y POR INTERMEDIO DEL C. PRESIDENTE SR. JUVENAL MEDEL LEDESMA Y CON LA COLABORACIÓN DEL SR. RODOLFO VILLEGAS MARTÍNEZ, SE RECABARON LOS DATOS NECESARIOS - E INDISPENSABLES PARA OBTENER EL NÚMERO DE 172 LOCALES, ADEMÁS DE PLAZA PARA TIANGUIS, PATIO DE CARGA, SERVICIOS PARA LOCATARIOS, LOCAL DE BASURA Y LIMPIEZA, ESTACIONAMIENTO PÚBLICO Y ADMINISTRACIÓN.

## D 1.) LOCALES.

LOS LOCALES QUE A CONTINUACIÓN SE MENCIONAN Y ENUMERAN SON LOS REQUERIDOS POR EL MUNICIPIO:

- VERDURAS Y LEGUMBRES	16 LOCALES.	- SEMILLAS Y FRIJOL	4 LOCALES.
- FRUTERIAS	19 "	- HUARACHERÍAS	5 "
- FERRETERÍAS	2 "	- REPARACIÓN DE CALZADO	1 "
- JUGOS Y LIGUADOS	8 "	- ALFARERÍA Y LOZA	7 "
- SOMBRERERÍAS	4 "	- JARCIERÍAS	2 "
- MENUDERÍAS	2 "	- ARTEFACTOS DE LÁMINA	1 "
- ROPA	18 "	- OSTICNERÍAS	1 "
- JUGUETERÍAS	7 "	- DULCERÍAS	2 "
- FRITURAS	4 "	- HIERBAS MEDICINALES	1 "
- MERCERÍAS	5 "	- PANADERÍAS	1 "
- ARTÍCULOS DE PLÁSTICO	1 "	- BONETERÍAS	2 "
- FIERRO VIEJO	3 "	- COMIDAS	7 "
- HUEVO Y POLLO	3 "	- CALDO 'MICHÍ'	1 "
- REFRESQUERÍAS	9 "	- ZAPATERÍAS	5 "
- ABARROTES	9 "	- REVISTAS	1 "
- CARNICERÍAS	16 "	- MUEBLERÍAS	1 "
- PELUQUERÍAS	1 "	- DISCOS	1 "
- CREMERÍAS	2 "	- PESCADERÍAS	1 "

ASÍ TAMBIÉN CONTARÁ CON SERVICIOS SANITARIOS PÚBLICOS Y CON LUGAR DE VENTA DE FLORES Y PLANTAS.

EN EL DPTO. ADMINISTRATIVO SE TENDRÁ: ADMINISTRACIÓN (GERENCIA), INSPECCIÓN, RECEPCIÓN Y ESPERA, SECRETARÍA Y SERVICIOS SANITARIOS. ADEMÁS CONTARÁ CON VIGILANCIA, CONTROL, LOCAL PARA LA -- PREPARACIÓN DE PRODUCTOS, MANTENIMIENTO, SERVICIOS SANITARIOS, BODEGAS Y ESTACIONAMIENTO PARA -- LOS LOCATARIOS. TAMBIÉN EXISTIRÁN DEPÓSITOS DE BASURA Y FOSO DE BASURA GENERAL, JARDINES, CABINAS TELEFÓNICAS, BUZONES.

#### D 2.) LOCALES POR ZONAS.

LA CLASIFICACIÓN HECHA DEPENDE DE LA CLASE DE MERCANCIAS QUE SE VENDEN.

##### - LOCALES ZONA SECA.

- |                         |                       |                         |
|-------------------------|-----------------------|-------------------------|
| . SEMILLAS Y CEREALES   | . HUARACHERÍAS        | . FERRETERÍAS           |
| . REPARACIÓN DE CALZADO | . ALFARERÍA Y LOZA    | . SOMBRERERÍAS          |
| . JARCERÍAS             | . HIERBAS MEDICINALES | . ARTÍCULOS DE LÁMINA   |
| . ROPA                  | . JUGUETERÍAS         | . DULCERÍAS             |
| . MERCERÍAS             | . PANADERÍAS          | . ARTÍCULOS DE PLÁSTICO |
| . BONETERÍAS            | . FIERRO VIEJO        | . ZAPATERÍAS            |
| . ABARROTES             | . REVISTAS            | . MUEBLERÍAS            |
| . PELUQUERÍAS           | . DISCOS              |                         |

##### - LOCALES ZONA HÚMEDA.

- |             |                         |
|-------------|-------------------------|
| . FRUTERÍAS | . VERDURAS Y LEGUMBRES. |
|-------------|-------------------------|

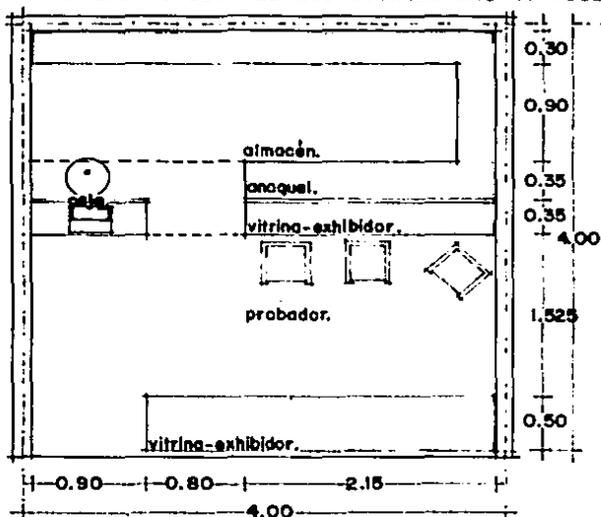
##### - LOCALES ZONA FRÍA.

- |               |                 |               |
|---------------|-----------------|---------------|
| . PESCADERÍAS | . HUEVO Y POLLO | . CARNICERÍAS |
| . CREMERÍAS   |                 |               |

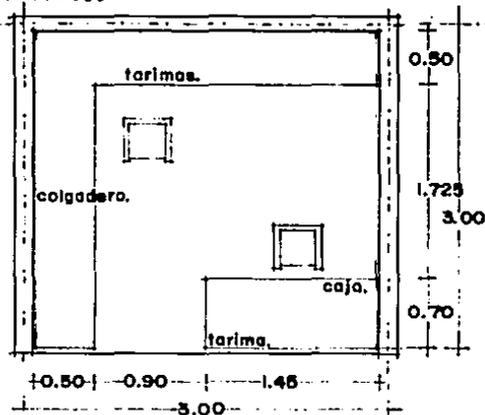
##### - LOCALES ZONA TEMPLADA.

- |                    |                  |                 |
|--------------------|------------------|-----------------|
| . JUGOS Y LIQUADOS | . MENUDERÍAS     | . OSTIONERÍAS   |
| . FRITURAS         | . COMIDAS VARIAS | . CALDO 'MICHÍ' |
| . REFRESQUERÍAS    |                  |                 |

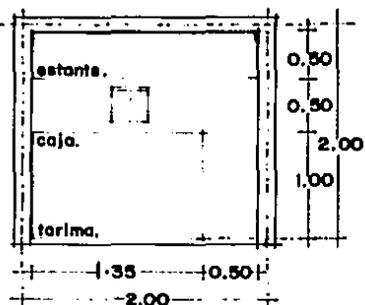
## D 3.) ESTUDIO DE LOS LOCALES MÁS REPRESENTATIVOS.

**ZAPATERIAS.**

LUGAR DONDE SE VENDEN LOS ZAPATOS; GENERALMENTE SON POCOS LOS PARES (DE 500 A 800) EN EXISTENCIA. POR LO REGULAR CUENTAN CON 2 VITRINAS DE EXHIBICIÓN, 3 BANCOS, MOSTRADOR-CAJA Y ESTANTERÍAS PARA LAS CAJAS (CON PRODUCTO O SIN ÉL). OCUPAN UN ESPACIO HACIA ADENTRO (MEJOR QUE HACIA AFUERA) COMO PROBADOR. ES UN LOCAL CERRADO (PUEDE ESTAR ABIERTO HACIA LOS LADOS COMO SUCEDÉ EN MERCADOS DE LEÓN, GTO.) QUE REQUIERE ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN BUENA.

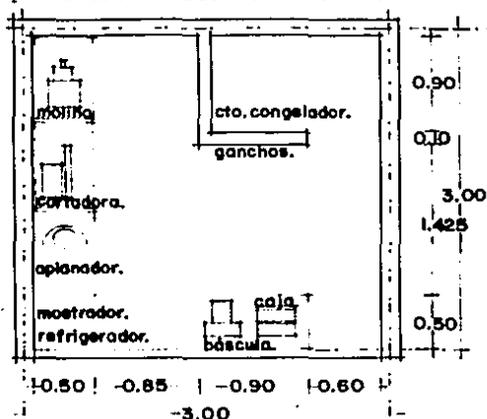
**TIENDAS DE ROPA.**

MUY VENDIDA EN LA LOCALIDAD. SE EXHIBE EN TARIMAS A LA ALTURA DE LA CINTURA Y EN COLGADEROS A VARIAS ALTURAS (A VECES RODEAN EL LOCAL). SERÍA BUENO QUE EL INDIVIDUO ENTRARA AL LOCAL. SE VENDEN CHAMARRAS, PANTALONES, CAMISAS, BLANCOS. ESTOS LOCALES POR LO REGULAR SE PRESENTAN ABIERTOS POR LOS 2 LADOS, O POR LOS 4. SE GUARDA LA ROPA EN CAJAS DE CARTÓN QUE SE COLOCAN DEBAJO DE LAS TARIMAS. ES ATENDIDO POR DOS PERSONAS.

**HUARACHERIAS.**

GENERALMENTE SE PRESENTAN EN TARIMAS BAJAS (APROX. 25 PARES), CUBOS SE CUERGAN O SE COLOCAN EN UNA ESTANTERÍA. LA OPERACIÓN SE LLEVA A CABO POR UNA PERSONA. SE TIENE UN PEQUEÑO ALMACÉN (INCLUSO ES LA MISMA ESTANTERÍA) PARA SUELOS, FORMAS, MARTILLO, PAPEL, ETC.

### 8 3.) ESTUDIO DE LOS LOCALES MÁS REPRESENTATIVOS.

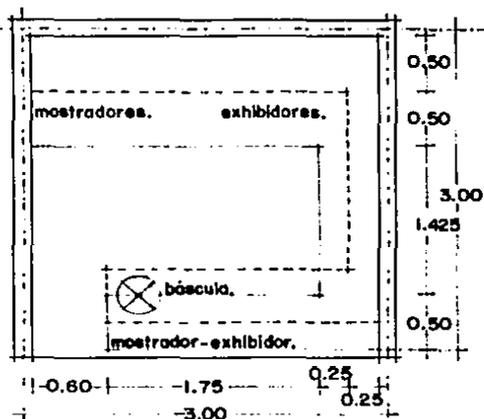


#### CARNICERIAS.

Aquí se venden todo tipo de carnes rojas (cerdo, chivo, res) que son productos de primera necesidad aunque no al alcance de todos los bolsillos. Además se venden quesos, carnes frías, chorizos, carnitas y chicharrones también tienen entrada.

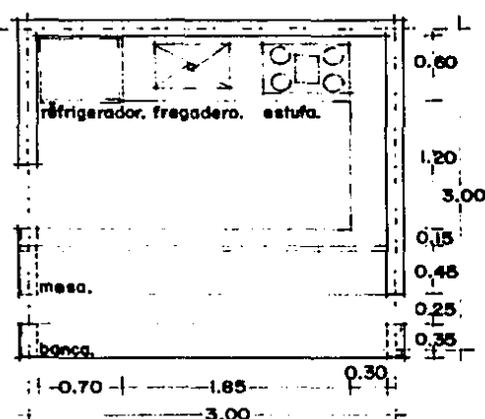
Por lo regular son espacios cerrados, que por ley deben ser bastante higiénicos y alubres. Cuentan con mostrador de carnes, refrigerador, cortadora, molino, aplanadora (todos de carne). Un cuarto congelador, sección de ganchos — báscula y caja.

Al tanto dos personas.



#### FRUTERIAS Y VERDULERIAS.

Artículos de primera necesidad, — indispensables en la alimentación diaria. Con refrigeración se mantienen mucho tiempo. Son de necesidad inmediata, de origen vegetal. Requieren de una temperatura media, un ambiente húmedo y de peso fuerte. Son recomendables en — planta baja. Cajas con fruta, montón, canastos, cortales; deben disponer de amplio espacio. Personal: un individuo.

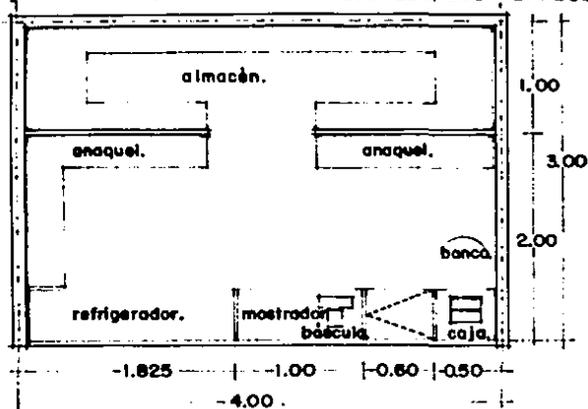


#### FONDAS.

Espacios semiabiertos relacionados entre sí. Mucha algarabía, — olores varios, higiene y salud — bridad indispensables. Generalmente aquí se hacen las comidas (tipo casero) no complicadas o regionales. Asisten todo tipo — de personas. Buen ambiente. Deben contar con: estufa de gas refrigerador, fregadero, mesa — de preparación y muestra de alimentos, mesa y banca para los — comensales. Muy buena ventilación. Necesario es una campana extractora.

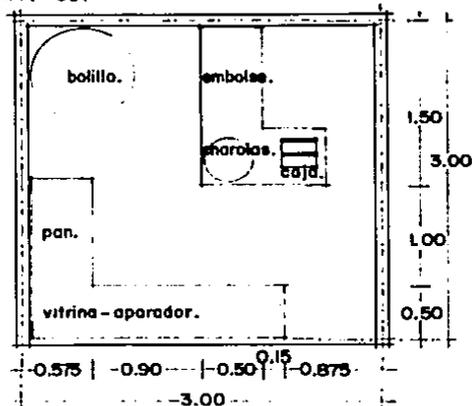
2 ó 3 personas atienden.

## D 3.) ESTUDIO DE LOS LOCALES MÁS REPRESENTATIVOS.

**ABARROTÉS.**

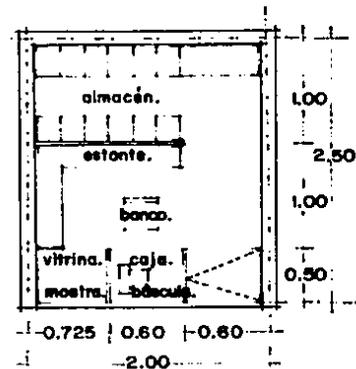
EN ESTOS LOCALES SE VENDE CASI DE TODO; POR LO GENERAL SON PRODUCTOS DE SEGUNDA NECESIDAD AUNQUE EN CIERTA FORMA INDISPENSABLES. ESTOS LOCALES NECESITAN: UN REFRIGERADOR (CARNES FRIAS), MOSTRADOR PARA EL DESPACHO, ANAQUELES DE EXHIBICIÓN, BÁSCULA, ALMACÉN PARA CAJAS VACÍAS Y CAJAS CON PRODUCTO.

ES ATENDIDO POR DOS O TRES PERSONAS.

**PANADERÍAS.**

LUGAR CERRADO Y BIEN VENTILADO. NECESITA CAJA-MOSTRADOR, APARTE Y ESTANTES DE CHAROLAS CON PAN. EL CESTO DE BOLILLO TAMBIÉN NECESITA UNA MESA. LUGAR PARA COLGAR LAS PANERAS Y TENAZAS. AQUÍ LA COMPRA ES INTERNA MÁS QUE NADA.

DOS PERSONAS OPERANDO.

**DULCERÍAS.**

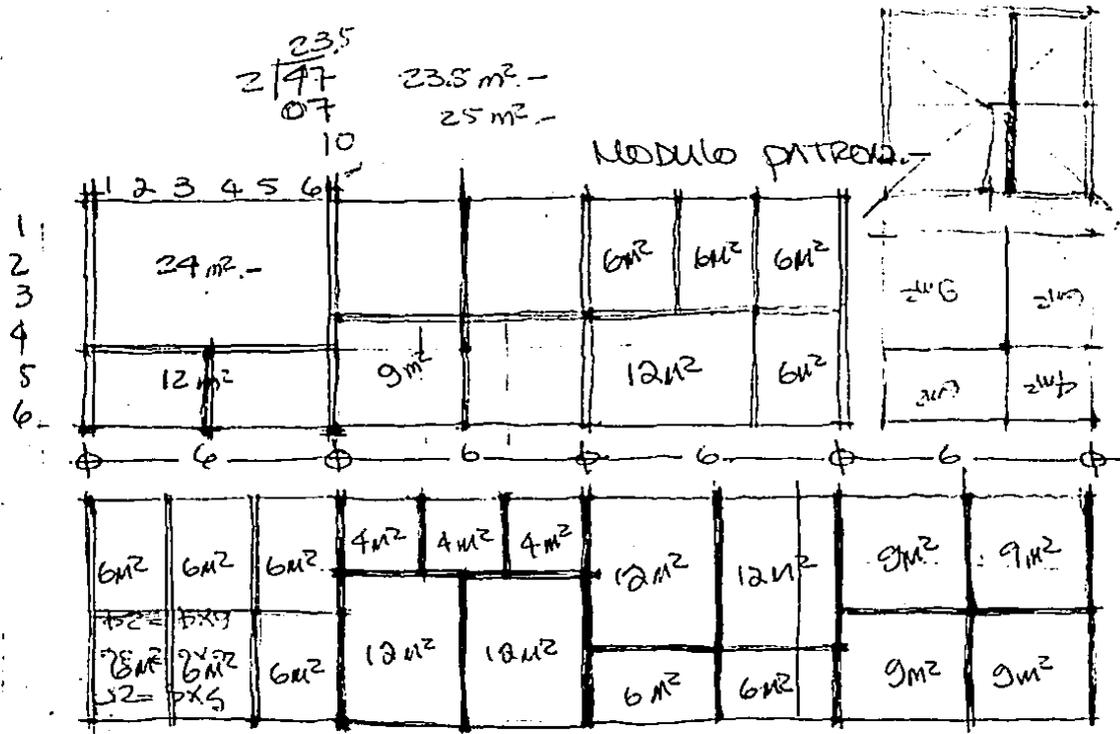
LUGAR QUE POR OLOR Y SABOR CONCENTRA ANIMALILLOS (MECAS, ABEJAS). TODO SE ENSEÑA EN MOSTRADOR-VITRINA (EL SUELTO) O EN ESTANTERÍAS (TODO EL CERRADO), TAMBIÉN VENDEN CALLETAS EN CAJA. REQUIEREN DE UN LUGAR DONDE ALMACENAR LOS COSTALES DE DULCES. CAJA Y BÁSCULA SON NECESARIAS.

2 PERSONAS ATIENDEN.

D 3.) ESTUDIO DE LOS LOCALES MÁS REPRESENTATIVOS. (OBTENCIÓN DEL PUESTO TIPO).

$$D = \frac{0.032 A}{N_l} = \frac{0.032 \times 30.000}{172} = 5.58 \text{ m}^2. \quad D = \frac{0.032 A}{N_l} = \frac{0.032 \times 50.000}{172} = 9.30 \text{ m}^2.$$

D = DIMENSIÓN DEL ESTABLECIMIENTO. N<sub>l</sub> = NÚMERO DE LOCALES. A = POBLACIÓN.



Aplc. 4-29  
 DIMENSION DEL BACK  
 17-20-12-

- LOCALES ZONA ADMINISTRATIVA.

- |                            |                        |                   |
|----------------------------|------------------------|-------------------|
| . ADMINISTRACIÓN           | . SECRETARÍA           | . INSPECCIÓN      |
| . RECEPCIÓN Y ESPERA       | . SERVICIOS SANITARIOS | . ESTACIONAMIENTO |
| . CONTROL                  | . VIGILANCIA           | . PATIO DE CARGA  |
| . PREPARACIÓN DE PRODUCTOS | . BODEGAS              | . ANDEN           |
| . DEPTO. DE BASURA.        |                        |                   |

- LOCALES ZONA DE SERVICIOS.

- |                        |                   |            |
|------------------------|-------------------|------------|
| . SERVICIOS SANITARIOS | . ESTACIONAMIENTO | . JARDINES |
| . TELÉFONOS            | . CORREO (BUZÓN)  | . PLAZA    |

- LOCALES ZONA FRERCA.

- |             |                    |
|-------------|--------------------|
| . FLORERÍAS | . PLANTAS (ORNATO) |
|-------------|--------------------|

D 3.) ESTUDIO DE LOS LOCALES MÁS REPRESENTATIVOS. (PATRÓN-CROQUIS).

D 4.) TABLA DE REQUISITOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.

A) ZONA ADMINISTRATIVA.

LOCAL . <u>ADMINISTRACIÓN</u>	. <u>SECRETARÍA</u>
PERSONAS. 3	. 2
MUEBLES . ESCRITORIO, 4 SILLONES, MESA DE CENTRO, LIBRERO Y CAJA FUERTE.	. ESCRITORIO, SILLA GIRATORIA, ARCHIVERO Y DOS SILLONES.
EQUIPO . TELÉFONO, INTERFÓN, BAÑO, MACETAS.	. TELÉFONO, INTERFÓN, MACETAS.
ESPACIO . CERRADO	. CERRADO
AREA . 12 M2.	. 9 M2.
ILUMIN. . NATURAL = 1.5 M2., ARTIFICIAL.	. NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL.
VENTIL. . NATURAL = 0.5 M2., ARTIFICIAL (VENT.)	. NATURAL = 0.4 M2., ARTIFICIAL (VENTILADOR).

LOCAL . RECEPCIÓN Y ESPERA.

PERSONAS. 5

MUEBLES . ESCRITORIO CHICO, 5 SILLONES, MESA  
DE CENTRO, ARCHIVERO, MOSTRADOR.

EQUIPO . INTERCOMUNICADOR, MACETAS, G. DE AGUA. . -

ESPACIO . CERRADO

AREA . 20 M2.

ILUMIN. . NATURAL = 2.5 M2., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 0.9 M2., ARTIFICIAL (VENT.)

. INSPECCIÓN.

PERSONAS. 2

MUEBLES . ESCRITORIO Y DOS SILLONES, ARCHIVERO.

EQUIPO . INTERFÓN, MACETAS.

ESPACIO . CERRADO

AREA . 6.25 M2.

ILUMIN. . NATURAL = 0.8 M2., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 0.3 M2., ARTIFICIAL (VENT.)

. VIGILANCIA.

PERSONAS. 2

MUEBLES . 2 SILLONES, MESA Y UN PERCHERO.

EQUIPO . INTERFÓN, ALTAVOZ, CAJA DE ARMAS.

AREA . 5.00 M2.

ILUMIN. . 0.65 M2. (NATURAL)., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 0.2 M2.

. SANITARIO.

. 1

. LAVAMANOS, VERTEDERO, INHODORO.

. CERRADO

. 2.5 M2.

. NATURAL = 0.3 M2., ARTIFICIAL.

. NATURAL = 0.2 M2.

. CONTROL.

. 1

. MOSTRADOR, BANCO, CHECADOR, ESTANTES.

. INTERFÓN, ALTAVOZ.

. SEMI-ABIERTO.

. 2.25 M2.

. NATURAL = 0.3 M2., ARTIFICIAL.

. NATURAL = 0.1 M2.,

. MANTENIMIENTO.

. 2

. CLOSET DE UTENSILIOS, BANCA Y LOCKER.

. -

. 2.25 M2.

. 0.30 M2. (NATURAL)., ARTIFICIAL.

. NATURAL = 0.1 M2.

LOCAL . SANITARIOS HOMBRES LOCATARIOS.

PERSONAS. 24

MUEBLES . 24 LOCKERS, 2 INHODOROS, 4 MINGITÓRIGOS, 2 LAVAMANOS, BANCA, 3 DUCHAS.

EQUIPO . ESPEJOS Y ACCESORIOS.

ESPACIO . CERRADO.

AREA . 30 M2.

ILUMIN. . NATURAL = 3.75 M2., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 3.75 M2.,

. PREPARACIÓN DE PRODUCTOS.

PERSONAS. 18

MUEBLES . 6 MESAS DE TRABAJO (4 MT. X 1 MT.),  
18 FREGADEROS (40x60), TARIMAS.

EQUIPO . BASUREROS, BÁSCULAS COLGANTES.

ESPACIO . SEMI-CERRADO.

AREA . 84 M2.

ILUMIN. . NATURAL = 10.5 M2., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 3.5 M2., ARTIFICIAL (EXT.)

. PATIO DE CARRA Y DESCARGA.

PERSONAS. 'N'.

MUEBLES . 3 TORTON, 3 CAMIONETAS.

EQUIPO . DIABLITOS, CARRETILLAS, BÁSCULA, -  
ANOÉN.

ESPACIO . ABIERTO.

AREA . 480 M2.

. SANITARIOS MUJERES LOCATARIOS.

. 24

. 24 LOCKERS, 3 INHODOROS, 3 LAVAMANOS, 3 DUCHAS, BANCA.

. ESPEJOS Y ACCESORIOS.

. CERRADO.

. 30 M2.

. NATURAL = 3.75 M2., ARTIFICIAL.

. NATURAL = 3.75 M2.,

. BODEGAS. (1/c. 10 LOCALES = 17).

. 2

. CAJAS, BULTOS, ESTANTES, ETC.

. INST. PARA PROBABLE FRIGORÍFICO.

. CERRADO.

. 9 M2. c/u.

. NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL.

. NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL (EXTRACTOR).

. PATIO DE MÁQUINAS.

. 2

. CALDERA CHICA, TINAGO, TANQUE EST. DE GAS.

. ALGIBE, ALARMA.

. SEMI-ABIERTO.

. 15 M2.

ILUMIN. . NATURAL., ARTIFICIAL (REF.)

VENTIL. . NATURAL.

. FOSO-BASURA.

PERSONAS. 2 PERSONAS.

MUEBLES . 5 TAMBOS, CLOSET DE ÚTILES, DIABLITO.

EQUIPO . FOSO CON TRAMPA (ELEVADO).

AREA . 9 M2.

ILUMIN. . NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL (EXT.).

ESPACIO . CERRADO.

. NATURAL., ARTIFICIAL.

. NATURAL.

. ESTACIONAMIENTO BASURA.

. 'CAMIÓN BASURA'.

. -

. -

. 18 M2.

. NATURAL., ARTIFICIAL.

. NATURAL.

. ABIERTO.

B) ZONA DE VENTAS.

LOCAL . HUMEDO. ( 35 ).

PERSONAS. 2

AREA . 9 M2. (c/u).

ILUMIN. . NATURAL = 9 M2., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL (VENT.).

. FRÍO. ( 18 ).

. 2

. 9 M2. (c/u).

. NATURAL = 9 M2., ARTIFICIAL.

. NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL (VENT.).

. SECO. ( 84 ).

PERSONAS. 2

AREA . 9 M2.

ILUMIN. . NATURAL = 9 M2., ARTIFICIAL.

VENTIL. . NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL (VENT.).

ESPACIO . CERRADO.

. TEMPLADO. ( 32 ).

. 2

. 9 M2.

. NATURAL = 9 M2., ARTIFICIAL.

. NATURAL = 1.2 M2., ARTIFICIAL (EXTRACTOR).

. SEMI-ABIERTO.

D 5.) ANEJO DEL SISTEMA. ZONA DE VENTAS.

5829.76m<sup>2</sup>

MERCADO MUNICIPAL EN PENJAMO, GUANAJUATO

2454.00m<sup>2</sup>

ZONA DE VENTAS.

1894.00m<sup>2</sup>

860.00

P E R M A N E N T E.

TEMPORAL.

316.00

198.00

288.00

756.00m<sup>2</sup>

36.00

860.00

HUMEDA

FRIA.

TEMPLADA.

SECA.

FRESCA.

TIANGUIS.

126.00

162.00

270.00m<sup>2</sup>

153.00

297.00

36.00

CALIENTE.

FRIO.

ARTESANAL.

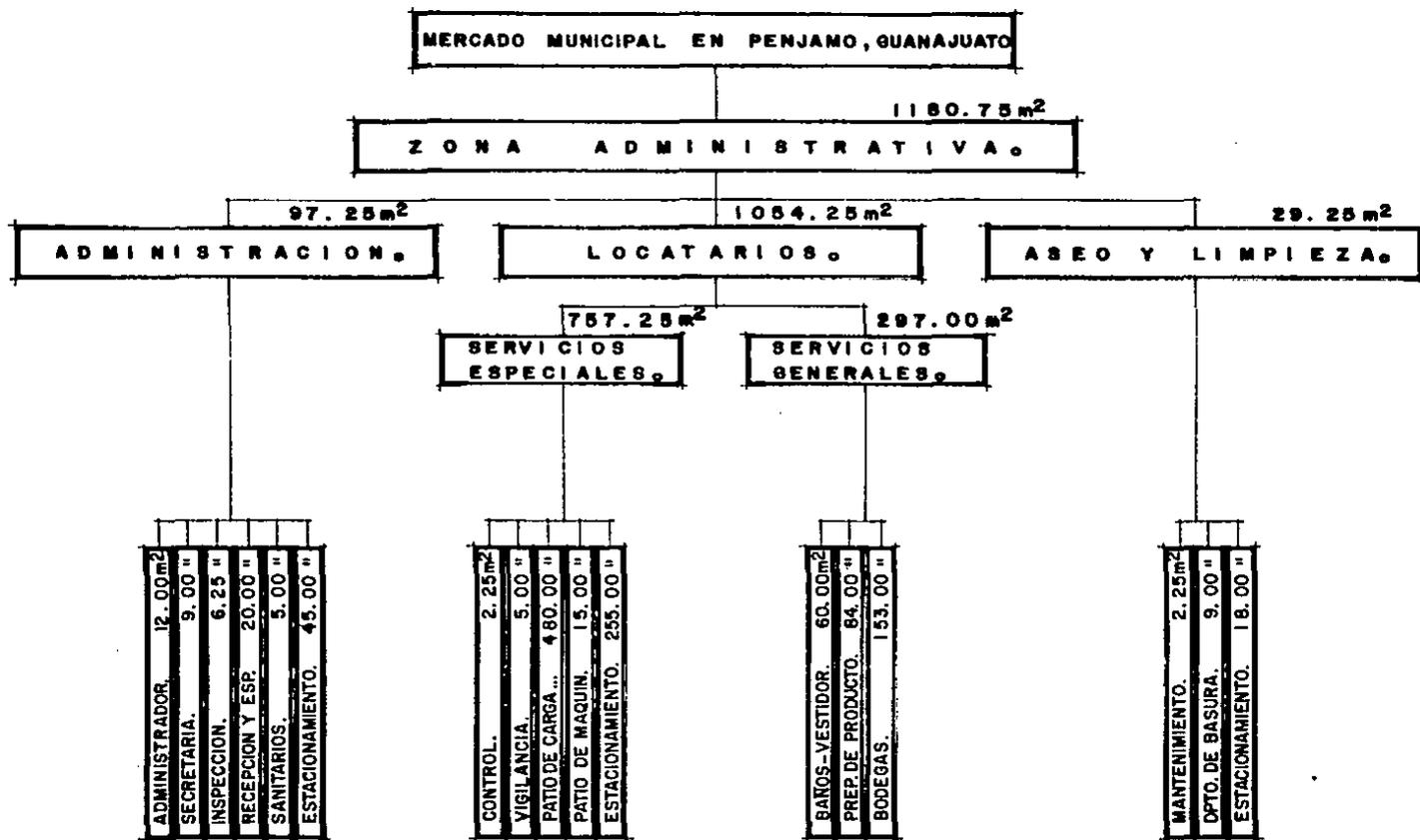
OLOROSO.

ATRACTIVO.

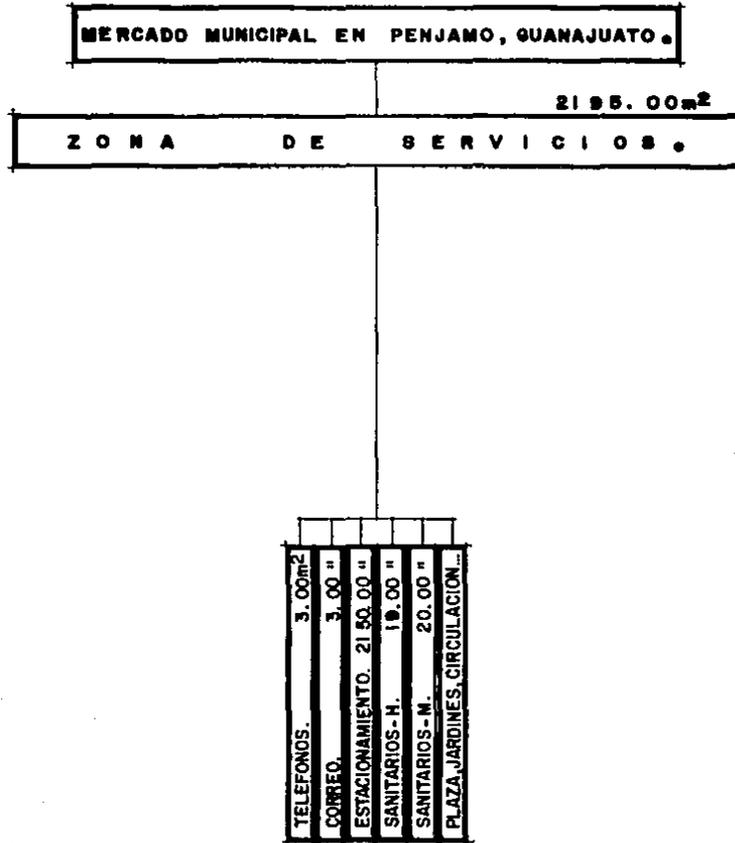
OCASION.

VERDURAS Y LEG. 144.00m<sup>2</sup>  
FRUTERIAS. 171.00"PESCADERIAS. 9.00m<sup>2</sup>  
CARNICERIAS. 144.00"  
HUEVO Y POLLO. 27.00"  
CARNERIAS. 18.00"MENUDERIAS. 18.00m<sup>2</sup>  
COMIDAS. 63.00"  
FRITURAS. 36.00"  
CALDO- MICHÍ. 9.00"JUGUERIAS. 72.00m<sup>2</sup>  
REFRESCUERIAS. 81.00"  
MAR. OSTIONERIAS. 9.00"HUARACHERIAS. 45.00m<sup>2</sup>  
ZAPATERIAS. 45.00"  
SOMBRERERIAS. 36.00"  
JARCERIAS. 18.00"  
ALFARERIAS. 63.00"  
ART. DE LAMINA. 9.00"  
ART. DE PLASTICO. 9.00"  
ART. FIERRO VIEJO. 27.00"  
FERRETERIAS. 18.00"PANADERIAS. 9.00m<sup>2</sup>  
DULGERIAS. 18.00"  
ABARROTES. 81.00"  
SEMILLAS. 36.00"  
HIERVAS MEDICINAL. 9.00"ROPA. 162.00m<sup>2</sup>  
BONETERIAS. 18.00"  
MERCERIAS. 45.00"  
JUGUERIAS. 63.00"  
MUEBLERIAS. 9.00"DISCOTECAS. 9.00m<sup>2</sup>  
LIBROS Y REVISTAS. 9.00"  
FELIQUERIAS. 9.00"  
REP. DE CALZADO. 9.00"PUESTOS SECOS. 450.00m<sup>2</sup>  
PUESTOS HUMEDOS. 450.00"

## D 5.) ANEJO DEL SISTEMA. ZONA ADMINISTRATIVA.



## D 5.) ARBOL DEL SISTEMA. ZONA DE SERVICIOS.



CAPITULO 2.  
F A S E   S I N T E T I C A .

A) PROGRAMA.

A 1.) ALGUNAS CONCLUSIONES.

- . EL MERCADO ES UN LUGAR ABIERTO O CERRADO DONDE SE DAN CITA LOS COMPRADORES Y VENEDORES DE DIFERENTES MERCANCIAS.
- . EL MERCADO ES UNA PROPIEDAD MUNICIPAL, BENEFICIA A MAYOR NÚMERO DE PERSONAS Y ES AUTOFINANCIABLE. ES UNA FUENTE DE INGRESOS PARA LOS VENEDORES Y ES UN PUNTO FOCAL DE LA ECONOMÍA LOCAL.
- . EL MERCADO ES ADEMÁS UN CENTRO DE REUNIONES, UN LUGAR DONDE SE HACE VIDA SOCIAL.
- . ESTE SERÁ LA SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS ACTUALES POR LOS QUE AHORA ATRAVIESA EL CENTRO DE LA CD.
- . EL MERCADO SERÁ LA REUNIÓN DE LA HISTORIA PRESENTE, FUTURA Y PASADA:
  - EGIPTO.- MERCADO ALREDEDOR DE UN TEMPLO.
  - ORIENTE.- MERCADO: PLAZAS Y ESPACIOS LIBRES.
  - GRECIA.- MERCADO ES ÁGORA: CENTRO DE REUNIÓN.
  - ROMA.- PEQUEÑOS MERCADOS ESPECIALIZADOS EN LA VENTA DE CIERTOS PRODUCTOS ALREDEDOR DE UNA - - PLAZA RECTANGULAR.
  - EDAD MEDIA.- CASA-MERCADO.
  - EPOCA INDUSTRIAL.- GRANDES MERCADOS TECHADOS.
  - MÉXICO PREHISPÁNICO.- GRANDES MERCADOS, QUE REUNEN GRAN POBLACIÓN CON CARÁCTER REGIONAL, TIANGUIS AL AIRE LIBRE, CON TENDIDO DE PARASOLES DE MANTA.
  - MÉXICO S. XIX Y S. XX.- PLANTA RIGUROSAMENTE SIMÉTRICA, PORTALES. ALTOS ESPACIOS, ENVOLVENTES.
- . POR OTRA PARTE AGRUPACIÓN DE GIPOS POR ZONAS, PERO CADA UNA MUY INDEPENDIENTE DE OTRA (NO QUIERO DECIR CON ESTO: SIN RELACIÓN) ES DECIR CADA CUAL SU VOLUMEN, SIN TENER UNA CUBIERTA GENERAL.
- . EL QUE LOS CAMPESINOS BAJEN REGULARMENTE A NEGOCIAR CON SUS PRODUCTOS (COISA QUE AÚN SUCEDE) -- ME HA DE LLEVAR A ESTABLECER UNA ZONA DE TIANGUIS COMPLETAMENTE ABIERTA.
- . EN CUANTO A OBSERVACIONES HECHAS, SOBRE MERCADOS, HE TOMADO COMO CONCLUSIÓN LO SIGUIENTE: UN -

MERCADO INDEPENDIEMENTE DE SU FORMA, REUNE A LA POBLACIÓN, Y POR MUY GRANDE O CHICO QUE SEA - SIEMPRE ZONIFICA SUS PARTES DEPENDIENDO DE LO QUE SE VENDE, ADEMÁS LAS FONDAS SIEMPRE SE ENCUENTRAN EN UN NIVEL SUPERIOR; POR VISTAS Y MÁS QUE NADA PARA ASEGURARSE UNA MEJOR VENTILACIÓN.

. LA OBTENCIÓN DE UN MÓDULO PATRÓN SUMAMENTE FLEXIBLE QUE PERMITA AL PUESTO (COMO UNIDAD) CRECER O DISMINUIR A LO MÍNIMO SEGÚN LAS PRETENSIONES DEL LOCATARIO.

. BUENA ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN SON ESENCIALES Y GENERALEMENTE SON POR ARRIBA; PARA EVITAR EL MAL ASPECTO DE LA CARGA Y DESCARGA SE HACE EN ZONA APARTE Y CASI CERRADA EN SU ALREDEDOR, TENIENDO TAMBIÉN UN LOCAL ESPECIAL PARA LA BASURA.

. EL QUE NO EXISTA UNA PRE-EXISTENCIA ARQUITECTÓNICA SUMAMENTE IMPORTANTE, ME DA LA OPORTUNIDAD DE DESARROLLAR UN CONCEPTO NUEVO, QUE CONTRASTE DE SOBREMANERA CON EL EXISTENTE, HACIENDO DEL MERCADO UN NUDO Y UN HITO A LA VEZ.

. POR OTRA PARTE EL PAISAJE UBICADO AL NORTE SERÁ EXPLOTADO DE GRAN MANERA, PARA ASÍ ATRAER MAYOR NÚMERO DE GENTES (ATRACCIÓN TURÍSTICA).

## A 2.) ALGUNOS REQUISITOS.

### a) URBANÍSTICOS.

. SEPARAR TODO LO QUE SEA POSIBLE EL TRÁFICO DE VEHÍCULOS EN SUS DIFERENTES TIPOS, DEL DE PEATONES.

. HACER LO MAS TANGENCIAL POSIBLE EL TRÁNSITO DE VEHÍCULOS DE CARGA RESPECTO AL MERCADO Y A SU ZONA.

. SERVICIO DE CAMIONES; APEADERO.

. ACCESOS ADECUADOS PARA QUE EL ARRIBO AL MERCADO, TANTO DE LA CIUDAD COMO DEL EXTERIOR RESULTE FÁCIL.

. EL MERCADO DEBE UBICARSE EN UN LUGAR CON PERSPECTIVAS AL DESARROLLO URBANO, QUE PROMUEVA LA FORMACIÓN DE NUEVOS NÚCLEOS HABITACIONALES Y NUEVOS CENTROS DE INTERCAMBIO COMERCIAL.

### b) ARQUITECTÓNICOS.

. ALOJAR LA MAYOR CANTIDAD POSIBLE DE SUPERFICIE DE ENCIERROS TRATANDO DE MODIFICAR LO MENOS

QUE SE PUEDA EL SENTIDO DE LOS MISMOS.

. UNA DISPOSICIÓN INTERMEDIA ENTRE LOS MERCADOS ABIERTOS Y LOS CUBIERTOS, OFRECEN LOS DE TIENDAS CUBIERTAS LONGITUDINALMENTE UNAS AL LADO DE OTRAS Y EN DOS LÍNEAS: UNA EN CADA ACERA.

. UN MERCADO DEBE SER SENCILLO, DE FÁCIL ASIMILACIÓN Y CON PROBABLE SISTEMA DE INDICADORES -- GRÁFICOS.

. INGRESOS PÚBLICOS MÚLTIPLES Y TRATANDO DE SITUARLOS EN TODAS LAS ACERAS POSIBLES.

. PSICOLÓGICAMENTE UN MERCADO ES UN LUGAR DE ALGARABIA, ABIGARRADO AMBIENTE, DONDE SE EJERCE EL CONOCIMIENTO DEL AMA DE CASA: LA ADMINISTRACIÓN.

. LAS DIMENSIONES DEL EDIFICIO DEPENDEN DEL NÚMERO Y TAMAÑO DE LOS PUESTOS ADJUDICADOS A -- CADA VENDEDOR, DE LA AMPLITUD DE LOS PASILLOS Y DE LOS VEHÍCULOS USADOS EN EL INTERIOR.

. LAS ZONAS DE CARNES, AVES, NUEVO, CREMA, QUESOS Y LECHE DEBEN ESTAR LOCALIZADOS EN UN NÚCLEO POR SER PUNTOS DE VENTA QUE REQUIEREN REFRIGERACIÓN.

. LA ZONA DE VERDURAS, LA ZONA DE CARNES Y ZONA DE CERALES, SON CENTROS DE ATRACCIÓN POR SU PRIMERA NECESIDAD, POR LO QUE ES CONVENIENTE LOCALIZARLOS DE MANERA QUE LOS CONSUMIDORES CIRCULEN HASTA ELLOS Y A SU PASO ENCUENTREN LOS ARTÍCULOS DE SEGUNDA NECESIDAD O SUPERFLUOS.

. DEBEN GOZAR COMPLETA INDEPENDENCIA EN HORARIO DE TRABAJO LOS ARTÍCULOS DE CONSUMO INMEDIATO COMO SON LOS JUGOS, REFRESCOS, LECHE, COMIDAS, ETC.

. LA EXPERIENCIA ANTERIOR HA ENSEÑADO QUE LA VENTA DE PESCADO DEBE INSTALARSE EN LAS PAREDES LATERALES Y NUNCA EN EL CENTRO.

### C) TÉCNICOS (EN CUANTO A INSTALACIONES Y MATERIALES).

. COMO LOS MERCADOS (PUESTOS Y CALLES) SE LIMPIAN CON MANGUERAS, HABRÁ QUE DISPONER DE SUFICIENTES BOCAS DE RIEGO Y DESAGÜES CON PENDIENTE.

. EL SERVICIO DE AGUA POSEE UNA IMPORTANCIA DE PRIMER ORDEN POR LO NECESARIO QUE RESULTA PARA EL LAVADO Y DEMÁS NECESIDADES DE LOS PUESTOS DE VENTA.

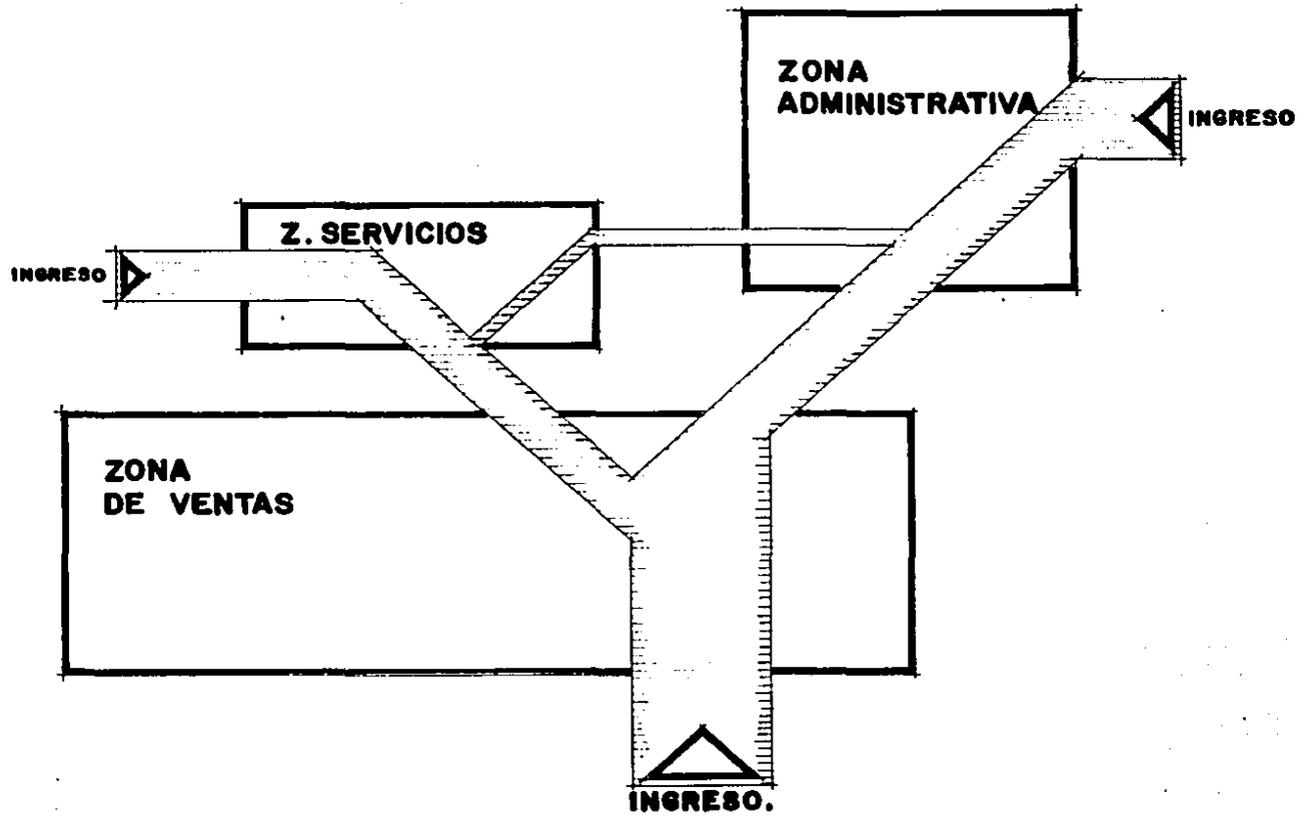
. EN EL SERVICIO DE AGUA EL SISTEMA QUE SE SIGUE DE PREFERENCIA ES EL CIRCULAR, PERO POR SECTORES PARA QUE CUALQUIER INTERRUPTIÓN QUE SE PRESENTE NO AFECTE LA TOTALIDAD DEL MERCADO.

. SE PROVEERA ADEMÁS DE UN SISTEMA DE AGUA SEPARADO PARA EL SERVICIO DE EXTINCIÓN DE INCENDIOS.

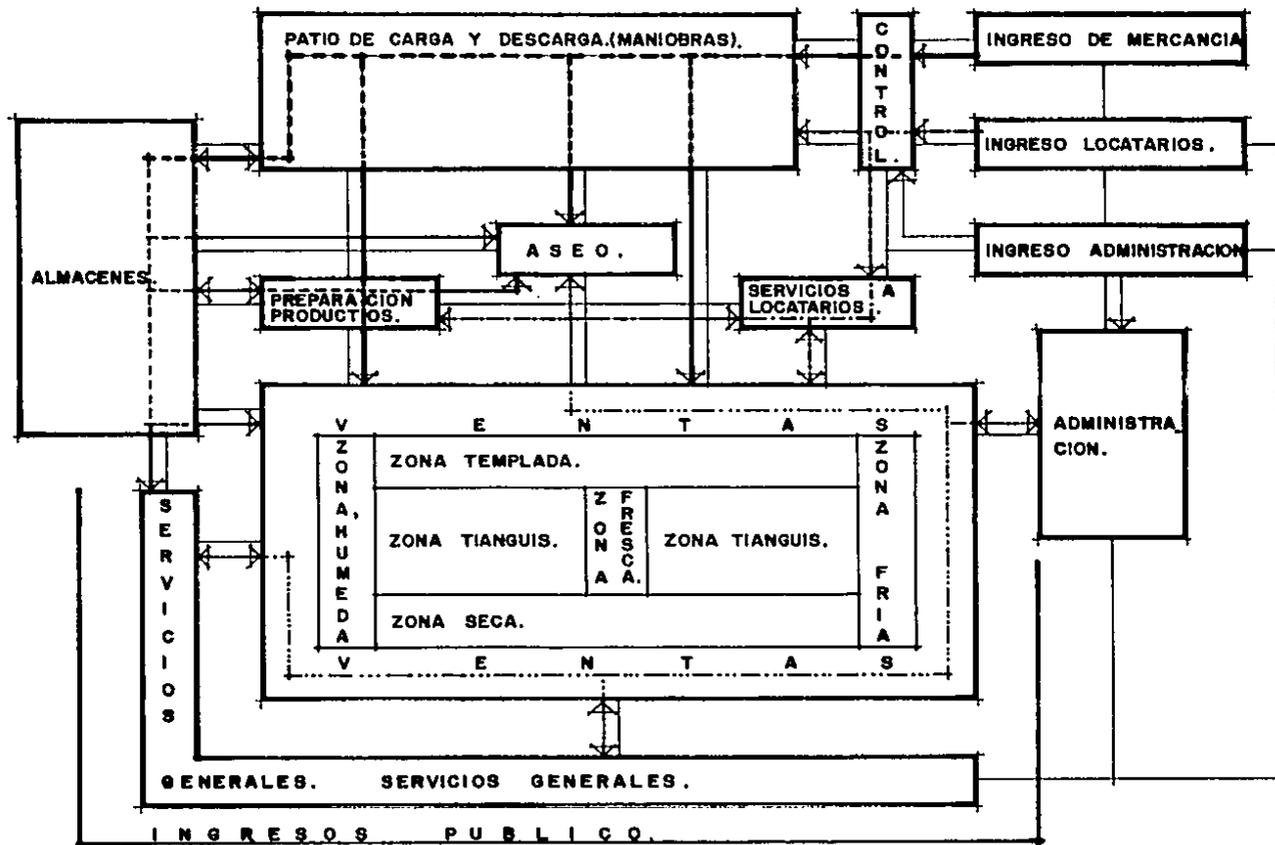
- . REPERENTE AL DESAQUE DE TECHOS HAY QUE DISPONER DE UN SISTEMA SEPARADO Y POR TUBERÍAS DIFERENTES.
  - . EL DESAQUE DE TECHOS SE PUEDE HACER TAMBIÉN POR MEDIO DE CÁRGOLAS, SIEMPRE Y CUANDO LAS CALDAS DEN A PATIOS V/O JARDINES. ESTAS TENDRÁN UN DIÁMETRO MÍNIMO DE 1" Y ESTARÁN SEPARADAS DEL MURO 30 CMS. COMO MÍNIMO.
  - . EN CUANTO A ORNAMENTACIÓN, NO DEBE SER COSTOSA NI COMPLICADA, YA QUE LOS MERCADOS SE DESTINAN ÚNICAMENTE A FINES DE UTILIDAD PRÁCTICA.
  - . LA ILUMINACIÓN ES EN LOS MERCADOS UN PROBLEMA RELATIVAMENTE DE IMPORTANCIA (MAYOR O MENOR - SEGÚN EL LUGAR), YA QUE LAS TRANSACCIONES SE HACEN GENERALMENTE DE DÍA, SIN EMBARGO DEBE DE INSTALARSE LA ELECTRICIDAD (LUZ ELECTRICA ARTIFICIAL), PARA LOS DÍAS LLUVIOSOS, PARA CIERTAS OCASIONES DE VENTA NOCTURNA (NAVIDAD, REYES, ETC.) Y SOBRE TODO PARA LAS ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN ANTES DEL ALBA.
  - . ES PRECISO QUE LA VENTILACIÓN SEA EFICAZ, LO CUAL SE LOGRA POR MEDIO DE GRANDES VENTANALES Y/O CELOCIAS ENTRE UNO Y OTRO LOCAL PARA PERMITIR LA VENTILACIÓN CRUZADA.
  - . ES MUY IMPORTANTE LA INSTALACIÓN HIDRÁULICA PORQUE EL PISO, SOBRE TODO EN LOS MERCADOS DE ALIMENTOS, VERDURAS Y CARNES, DEBE LABARSE A MENUDO TOTAL Y RAPIDAMENTE.
  - . DEBE MODERARSE LA ENTRADA DE LUZ CENITAL,.
  - . HABRA TAMBIÉN EN EL MERCADO FOSOS DONDE PUEDA DEPOSITARSE LA BASURA, DE MODO QUE SEA FÁCIL RECOGERLA Y ALEJARLA.
  - . SE PREVEERA LA PROTECCIÓN CONTRA LOS ROEDORES.
  - . EL PAVIMENTO SERA IMPERMEABLE, RESISTENTE, DURADERO, FÁCIL DE LIMPIAR Y NO RESBALADIZO.
  - . A UN MERCADO ACUDEN TODO TIPO DE PERSONAS (AMAS DE CASA, SEÑORES, NIÑOS, SIRVIENTES) POR LO QUE DEBE SER UN LUGAR APROPIADO DONDE CIRCULEN, CON MATERIALES RESISTENTES E HIGIÉNICOS.
  - . EL CEMENTO ARMADO SE HA UTILIZADO EN LA ACTUALIDAD POR PRESENTAR DIVERSAS VENTAJAS SOBRE EL HIERRO Y ENTRE ELLAS LA DE SER MÁS MAL CONDUCTOR DEL CALÓRICO.
- D) CONSTRUCTIVOS (REFERENTES A LAS CONDICIONES DE CONSTRUCCIÓN).
- . LUZ ABUNDANTE Y DE SER POSIBLE SEPTENTRIONAL.

- . VENTILACIÓN ABUNDANTE, SEA INFERIOR O SUPERIOR.
- . PROTECCIÓN POR PAREDES QUE GUARDEN DE LOS EXTREMOS DE TEMPERATURA.
- . ESPACIO ANCHUROSO PARA EL TRÁFICO Y TRÁNSITO.
- . VIAS DE COMUNICACIÓN CERCANAS, AMPLIAS Y EXPEDITAS.
- . ES NECESARIO PRECAVERSE DE LA INSOLACIÓN, PUES EN VERANO SE PRESENTA UNA TEMPERATURA EN EXTREMO DESFAVORABLE A LA BUENA CONSERVACIÓN DE LOS ALIMENTOS.
- . UNA CUESTIÓN CAPITAL EN LOS MERCADOS ES LA DE LAS PUERTAS DE ACCESO, QUE DEBEN SER TODO LO ANCHAS POSIBLE Y NUMEROSAS, A FIN DE FACILITAR EL TRÁNSITO DE PERSONAS, CARRITOS Y CARRETONES (PARA CARGAR O SER DESCARGADOS). SE CALCULA COMO MÍNIMO LA DE 3.50 MTS.
- . SI QUIEREN COLOCARSE CRISTALES EN LAS PUERTAS Y VENTANAS SERÁ SOLAMENTE A PARTIR DE LA ALTURA DE UN HOMBRE (1.60 MTS.).
- . LA VENTILACIÓN ES UN PROBLEMA CAPITAL EN LOS MERCADOS QUE FACILMENTE SE LLENAN DE OLORES -- FÉTIDOS. SE ATENDERÁ ANTE TODO A VENTILAR LA PARTE ALTA DEL LOCAL PARA NO INCOMODAR A CONSUMIDORES Y VENDEDORES AGITANDO EL POLVILLO ATMOSFÉRICO. COMO MÍNIMO DE VENTILACIÓN SE TENDRÁ -- DE 1/8 A 1/10 DE LA SUPERFICIE DE ABERTURAS.
- . LOS PUESTOS DE VENTA DEBEN INSTALARSE DE MODO QUE PERMITAN FÁCILMENTE LA LIMPIEZA. SUS PARTES METÁLICAS DEBEN REVESTIRSE DE ZINC Y LAS DE MADERA HAN DE BARNIZARSE CUIDADOSAMENTE.
- . CUANDO DEBA INSTALARSE O CONSTRUIRSE PISOS ALTOS SE DEBE PROVEER ESCALERA DE ACCESO DE 1.50 A 2.00 MTS. DE ANCHURA., SUS HUELLAS MÍNIMAS SERÁN DE 28 CMS. Y EL PERALTE MÁXIMO DE 18 CMS.
- . PARA EL PAVIMENTO DE LOS MERCADOS SE HAN RECOMENDADO DIFERENTES MATERIALES, DÁNDOSE PREFERENCIA AL ASFALTO, POR SU SOLIDEZ, BARATURA, IMPERMEABILIDAD Y ELASTICIDAD. TAMBIÉN PUEDEN -- USARSE LAS BALDOSAS O BALDOSILLAS DE PIEDRA ARTIFICIAL CON ESTRIAS Y CANALES PARA EVITAR EL -- DESLIZAMIENTO. EL GRUESO DE LAS BALDOSAS SERÁ DE 3 CMS. EN LOS PASOS DE TRANSEUNTES Y DE 5 CMS EN LA CIRCULACIÓN RODADA. COMO FIRME DEBERÁ EXISTIR UNA CAPA DE CEMENTO Y PIEDRA DE 8 CMS.
- . LOS PUESTOS DE VENTA SE INSTALARÁN A MAYOR ALTURA QUE EL PASO COMÚN (DE 5 A 12 CMS.) DÁNDOLE ADEMÁS UNA PENDIENTE DE 1/40 PARA QUE PUEDA CORRER EL AGUA Y REDEANDOLOS A VECES DE UNA -- CINTURA DE PIEDRA.

A 2.) DIAGRAMA DE RELACIONES (FLUJOS Y LIGAS) POR ZONAS.



A 3.) DIAGRAMA FUNCIONAL (LIGAS + FLUJOS) Y TOPOLÓGICO (RACIMO).



## B) CONCEPTO DE DISEÑO.

### B 1.) DESCRIPCIÓN DEL CONCEPTO DE DISEÑO.

EL CONCEPTO DE DISEÑO QUE LLAMAREMOS 'MERCADO DE MERCADOS' (VARIOS EN UNO), SE BASA EN LA HISTORIA ANTIGUA Y ACTUAL: DESDE EGIPTO ANTIGUO HASTA NUESTRO SIGLO XX. ES PARTIR DE UN PUNTO DE CENTRO HACIA AFUERA O VICEVERSA; ENVOLVEN EL CONCEPTO 'PLAZA' POR EL CONCEPTO 'MERCADO' O BIEN CONOCIENDO EL SIGNIFICADO DE 'MERCADO' HABLAR DE 'PLAZA'.

#### A) ESTRUCTURACIÓN Y ZONIFICACIÓN.

EN CUANTO A SU ESTRUCTURACIÓN SERÁ BENCILLA, FÁCIL DE MANEJAR PARA IMPONER UN ORDEN INMEDIATO BASÁNDOSE EN LA SIMETRÍA AXIAL. USARÉ DE DOS A TRES EJES PRINCIPALES ADEMÁS DE UN PUNTO CENTRAL PARA LOGRAR EL EQUILIBRIO Y PROVOCAR MOVIMIENTO.

POR ANÁLISIS HECHOS SE OPTARÁ POR UNA REDÍCULA MODULAR A CUADROS DE 1.00 x 1.00 MTs. (CON SUS MÚLTIPLOS Y SUBMÚLTIPLOS), CON DIRECTRICES VISUALES VERTICALES Y HORIZONTALES PARA PRODUCIR SENSACIÓN DE REPOSO Y EQUILIBRIO. ESTA REDÍCULA SERÁ TANTO PARA TRABAJAR PLANTAS COMO ALZADOS. DE IGUAL MANERA SE FACILITARÁ LA CONSTRUCCIÓN EN TODOS LOS ASPECTOS.

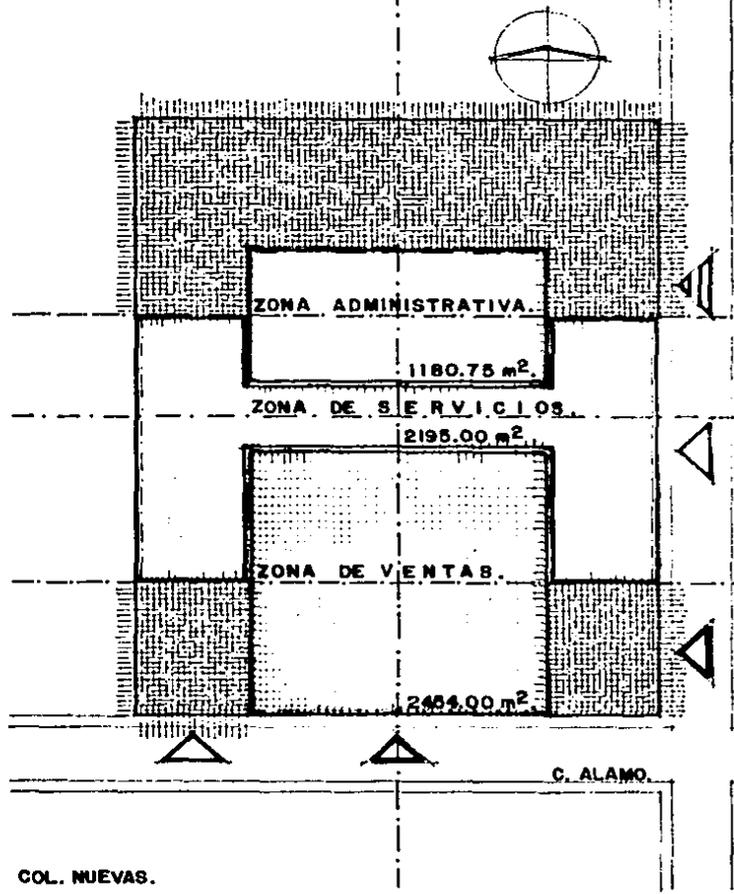
LA ZONIFICACIÓN SERÁ CLARA Y ESTARÁ DADA TOMANDO EN CUENTA LOS SIGUIENTES ASPECTOS: LA RELACIÓN CON EL EXTERIOR, LA NECESIDAD DE VENTA Y LA VENTA SEGURA, LA IMAGEN DEL MERCADO, LA ORIENTACIÓN, SU POSICIÓN RESPECTO DEL TERRENO Y DE LA CIUDAD (COLONIAS NUEVAS), SU FUTURO CRECIMIENTO, LOS NUEVOS DESARROLLOS URBANOS Y LA RELACIÓN CON EL CONTEXTO CIRCUNDANTE Y LEJANO. ASÍ -- POR EJEMPLO: LA ZONA SECA ABARCARÁ LOS FRENTER (PARA VENDER E IMPONER ORDEN), LA ZONA FRÍA AL FRENTE POR EL ESTE PARA APROVECHAR LOS VIENTOS Y EL ALBA, LA ZONA DE FONDAS AL NORTE POR VISTAS Y AL OESTE PARA OBLIGAR A LA GENTE A ENTRAR, LA ZONA HÚMEDA. LA ZONA ADMINISTRATIVA AL FONDO POR SU POSICIÓN CON EL TERRENO Y EL CONTEXTO CIRCUNDANTE, MIENTRAS QUE LA ZONA DE SERVICIOS AL OESTE Y AL CENTRO POR SU POSICIÓN FUNCIONAL RESPECTO A LAS OTRAS ZONAS.

#### B) HIPÓTESIS FORMAL.

##### A) NIVELES.

EL MERCADO ESTARÁ EN UN SOLO NIVEL A EXCEPCIÓN DE LAS FONDAS QUE OCUPARÁN UN SEGUNDO PLANO. PARA RESOLVER LA PENDIENTE DEL TERRENO SE MANEJARÁN MÍNIMOS ESCALONES Y PEQUEÑAS RAMPAS QUE

A) ESTRUCTURACIÓN Y ZONIFICACIÓN (POR ZONAS)



CENTRO DE LA CIUDAD.

RETICULA MODULAR 1.00x1.00 m.  
EJES (HORIZONTALES CON VERTICALES) A 90°.

ACCESO DE AUTOS Y PEATONAL POR HORARIO.

ACCESO PEATONAL Y DE AUTOS. DISCONTINUO.

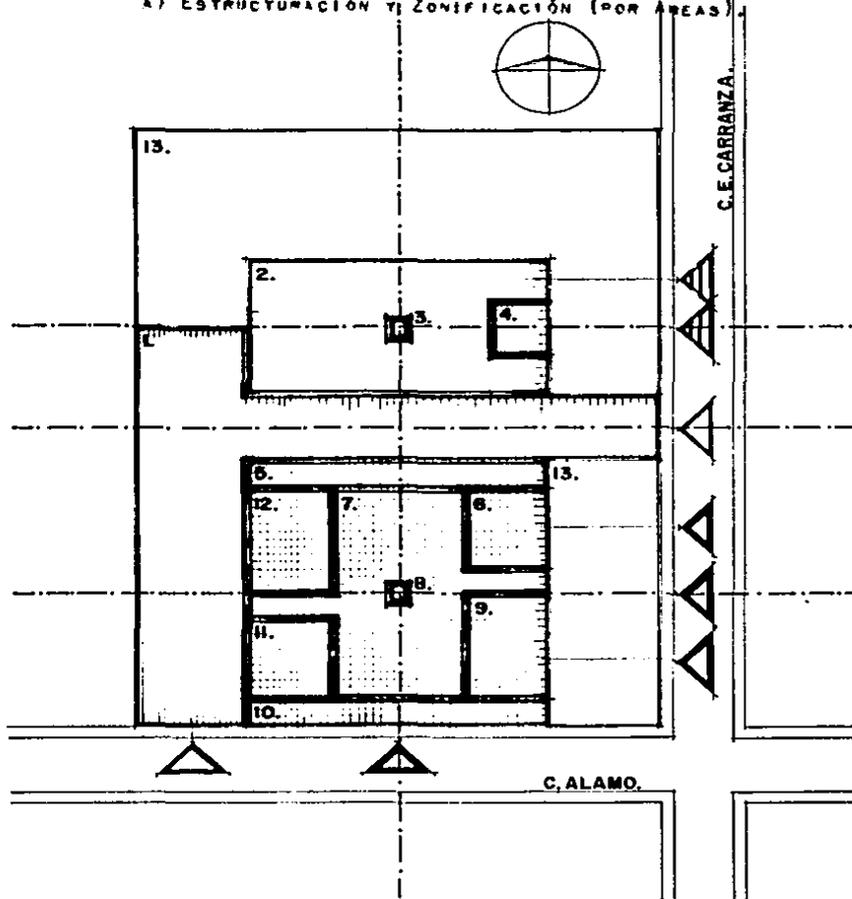
EJES PRINCIPALES Y DE SIMETRIA.

ACCESO PEATONAL. CONTINUO.

C. ALAMO

COL. NUEVAS.

## A) ESTRUCTURACIÓN Y ZONIFICACIÓN (POR ÁREAS)



1. ZONA DE SERVICIOS.	2195.00 m <sup>2</sup>
2. Z.A. LOCATARIOS.	1054.25 "
3. Z.A. ASEO Y LIMPIEZA.	29.25 "
4. Z.A. ADMINISTRACION.	97.25 "
5. Z.V. TEMPLADA.	288.00 "
6. Z.V. FRIA.	198.00 "
7. Z.V. TIANGUIS.	860.00 "
8. Z.V. FRESCA.	36.00 "
9. Z.V. ARTESANAL.	270.00 "
10. Z.V. ATRACTIVO.	297.00 "
11. Z.V. OLOROSO Y OCASION.	189.00 "
12. Z.V. HUMEDA.	316.00 "

<b>TOTAL.</b>	<b>5829.75 m<sup>2</sup></b>
---------------	------------------------------

13. AREAS VERDES Y CIRCULACIONES.

NO ROMPAN LA IDEA O PERCEPCIÓN DE UN SOLO NIVEL.

## 2) VOLÚMEN O MASA.

EN CUANTO AL VOLÚMEN ESTE SERÁ EN CIERTA FORMA ESQUELETICO YA QUE ASÍ LO PRESENTA EL PROBLEMA POR LAS MUCHAS ABERTURAS, DE TAL MANERA QUE ÉSTAS SUPERAN EL LÍMITE DE LA MASA. POR OTRA PARTE SU FIGURA GEOMÉTRICA (AUNQUE COMPLEJA: VARIOS MERCADOS INDEPENDIENTES, CADA UNO CON FORMA PIRAMIDAL PERO DIFERENCIÁNDOSE ENTRE SÍ POR COLOR) SERÁ SIMPLE, TRATANDO DE OBTENER (POR CERRAMIENTO) UNA PIRÁMIDE, ESTO PARA OBTENER UNA MEJOR CONCENTRACIÓN DE LÍNEAS Y CON ELLO UN MEJOR MODO DE TRANSMITIR EL MENSAJE (SER PREGNANTE).

LAS SUPERFICIES: TECHOS Y PISOS, ESTARÁN A UN SOLO NIVEL, RESPECTIVAMENTE, PARA LOGRAR UNA DIRECCIÓN MÁS HORIZONTAL (ÚNICA) Y HACER LAS VECES DE LÍNEAS ENVOLVENTES.

## 3) CIRCULACIONES.

TODAS LA CIRCULACIONES SERÁN ENFÁTICAMENTE DELIMITADAS Y SUGERIDAS A TRAVÉS DE UN RECORRIDO (COMO SERÁ EL CASO DEL USO DE PORTALES). PASAJES, PLAZAS, RAMPAS, PASILLOS NOS INDICARÁN UN RECORRIDO HORIZONTAL EN TODO EL MERCADO YA QUE EL DESARROLLO Y DISTANCIA DE UN LUGAR A OTRO COINCIDEN. SOLAMENTE EXISTIRÁ UNA DIRECCIÓN (CIRCULACIÓN) VERTICAL Y ES AQUELLA QUE NOS LLEVARÁ A LA PLANTA ALTA, DONDE UBICAREMOS LAS FONDAS.

CABE DECIR QUE LA PLAZA SERÁ UN FACTOR DE LIGA QUE CONECTE Y ORDENE, ES DECIR: SERÁ EL FACTOR ESTRUCTURANTE, MIENTRAS QUE LAS DEMÁS CIRCULACIONES NOS MARCARÁN UNA SOLA DIRECCIÓN VISUAL.

## 4) ESPACIOS.

LOS ESPACIOS (Y HABLO DE VARIOS) SERÁN: SERVIDOS (PASAJES, LOCALES, PLAZA, OFICINAS, ETC.) Y SERVIDORES; TODOS AQUELLOS QUE NOS CONECTAN CON LOS PRIMEROS (PASILLOS, 'PASAJES', 'PLAZA', ESCALERAS, RAMPAS, ANDENES, ETC.). LO ANTERIOR REFERIDO A SU FUNCIÓN, MIENTRAS QUE POR SU FORMA TENDREMOS: LA PLAZA COMO UN ESPACIO ABIERTO Y ARTICULABLE, MÚLTIPLE, YA QUE SERVIRÁ COMO TIANGUIS (ESPACIO SERVIDO) O LUGAR DE RECREO Y VESTÍBULO (ESPACIO SERVIDOR). SE PERCIBE COMO TAL POR LA AUSENCIA DE TECHO Y POR EL TRATAMIENTO DE SUS PAREDES (INTENSIFICACIÓN DE ABERTURAS). ESPACIOS SEMIABIERTOS Y QUE POR SU COLOCACIÓN NOS SUGIEREN UN RECORRIDO, COMO

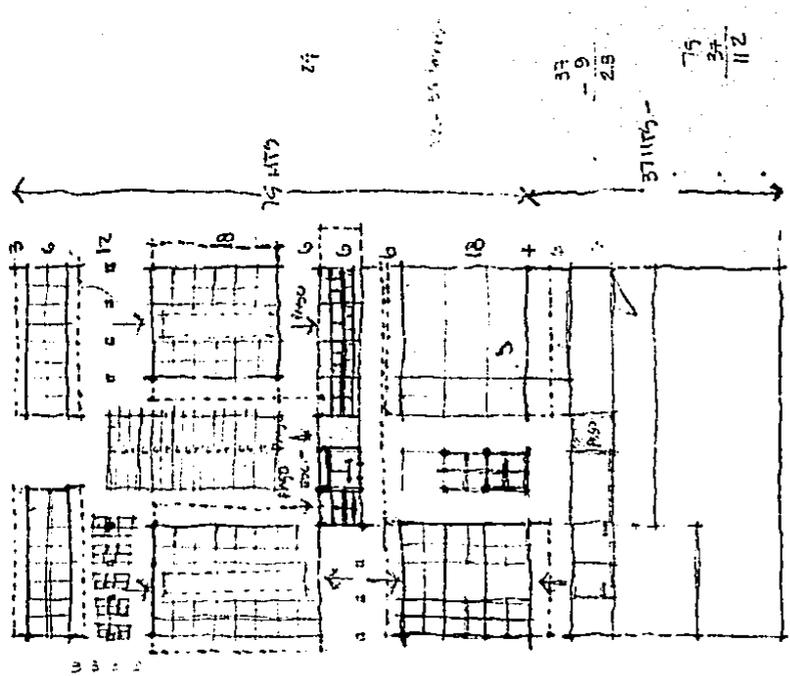
ES EL CASO DE LOS PÓRTICOS Y DE LOS PASAJES (QUE AQUÍ SE CONVIERTEN EN SERVIDORES). ESTOS - SE PERCIBEN COMO TALES POR EL TRATAMIENTO DE PAREDES (EN LOS PRIMEROS) Y LA APARENTE AUSENCIA DE TECHO (EN LOS SEGUNDOS). POR ÚLTIMO ESPACIOS CERRADOS PARA TODOS AQUELLOS QUE SE REFIEREN A LUGARES MÁS PRIVADOS Y CON MENOR MOVIMIENTO, POR EJEMPLO: LOCALES, SANITARIOS, OFICINAS, ETC., ÉSTOS DEFINIDOS NETAMENTE POR SUS PAREDES.

EN CUANTO A SU CONJUNTO EL ESPACIO SERÁ SEMIABIERTO, TODO ESTO CON UN PROPÓSITO: ¿PARA QUÉ CUBRIR LO CUBIERTO?, ASÍ EVITAREMOS MALOS ASPECTOS, ABUSOS EN LIMPIEZA, HIGIENE, VIGILANCIA CONSTRUCCIÓN Y ECONOMÍA.

#### 5) SISTEMA TÉCNICO.

POR LO QUE TOCA A ÉSTE, ESTARÁ ORDENADO POR UN MÓDULO BÁSICO DE 6.00 x 6.00 MTS., DONDE SE REPETIRÁN LOS MISMOS ELEMENTOS: COLUMNAS, MUROS, LOSAS. DICHS ELEMENTOS SE DIFERENCIARÁN CLARAMENTE UNOS DE OTROS PARA ASÍ ENRIQUECER LA FORMA Y SEGUIRÁN UNA SUCESIÓN MODULAR (QUE ACTÚE COMO REPETITIVO) DANDO PASO A UNA FORMA ABIERTA Y DENTRO DEL SISTEMA ESQUELETO.

c) FORMULACIÓN DEL ESQUEMA.



33 : 2

$51 + 4 + 0.21 = 55.21$

3 → 18 → 18 → 18 → 24 → 24 → 22.00 ←

DIRECCIÓN CRISTIANISMO Y VERDADEROS.-  
 BUENA ORGANIZACIÓN.- (VULGARIDAD) 5<sup>ta</sup> FUSIÓN.-

ESPECIES MÁS ABUNDANTES.-  
 FUENTE DE AGUA  
 FORJADA EN EL...  
 TIPOLOGÍA MÁS PERUANA.-  
 CARACTERÍSTICAS Y CENTRO.-

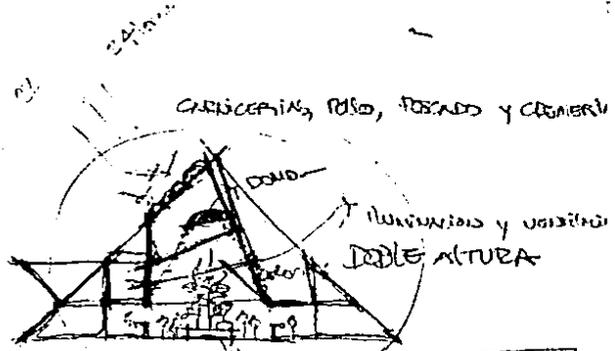
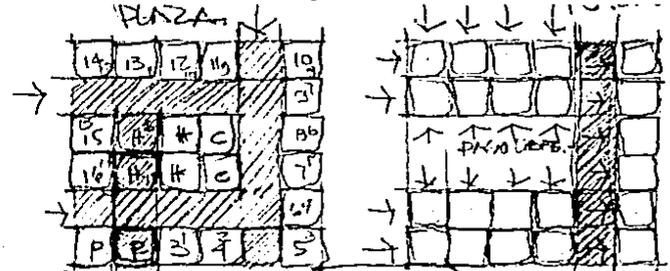
37  
 - 6  
 - 2.5

2.11  
 27  
 51

27  
 - 3.1  
 - 22.00

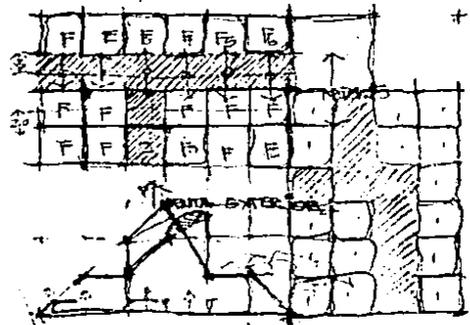


c) FORMULACIÓN DEL ESQUEMA.

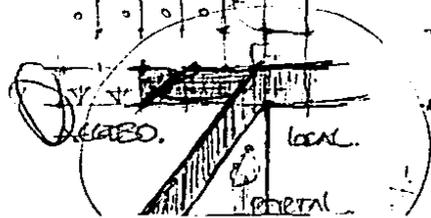
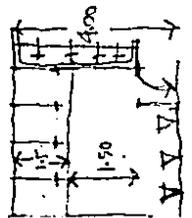


CARACTERÍSTICAS, PISO, PISADO Y CUBIERTA  
 ILUMINACIONES Y VENTILACION  
 DOBLE ALTURA  
 PASADIS (CON PASADIS DE PASADIS)  
 PARA ILUMINACION  
 00419 2  
 36  
 1/6 FRIGORIFEROS - 2x3=3m<sup>2</sup>

4x5=20 m<sup>2</sup>  
 PASEOS DE MERCADO Y  
 + 20 CIRCULACIONES

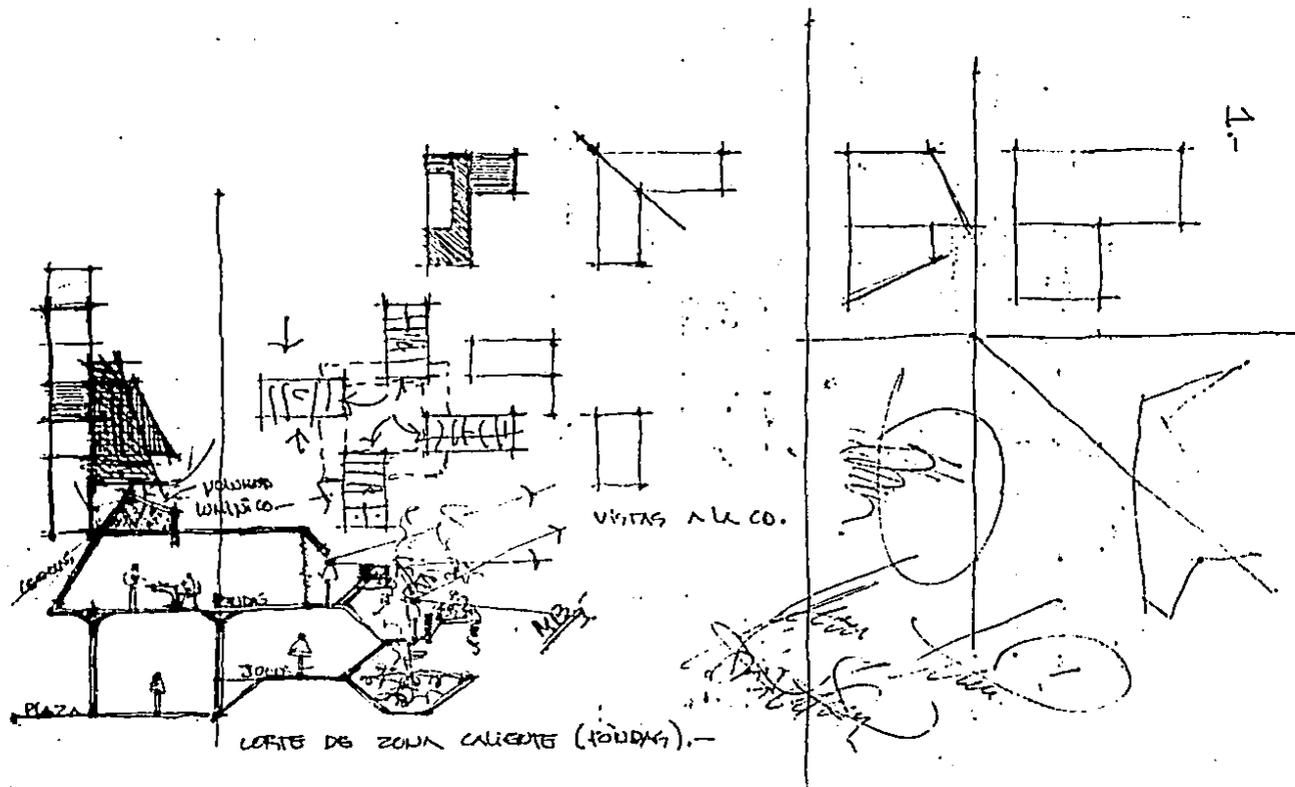


194  
 + 50%  
 = 183  
 222  
 403

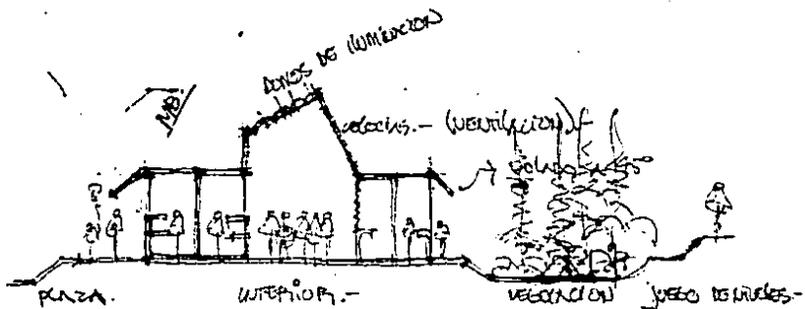


974	31.2
074	61
1300	62

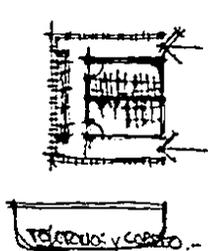
c) FORMULACIÓN DEL ESQUEMA.



1981

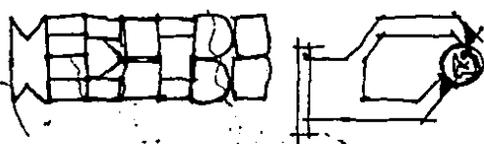


VALORAR ZONA SECA, GEO. ARTESANAL -



VALORAR INTERIO DE VENTILACION E ILUMINACION -

COBERTURAS CON  
 PISO ASFALTADO - SUPERFICIE ALTA  
 (2 PERSONAS) AREA 150<sup>2</sup>



### CAPITULO 3. E L P R O Y E C T O .

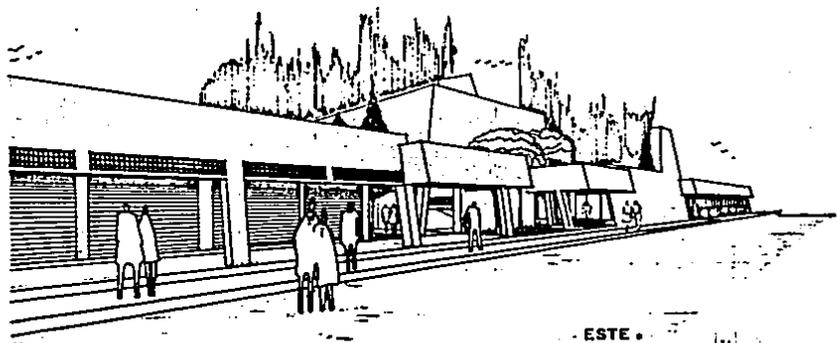
#### A) INTRODUCCION AL PROYECTO.

ESTE PROYECTO: 'NUEVO MERCADO MUNICIPAL EN PENJAMO, GUANAJUATO', ES LA RESPUESTA A UNA DE LAS NECESIDADES MÁS IMPORTANTES (HASTA LA FECHA) DEL PUEBLO DE PÉNJAMO, GTO.

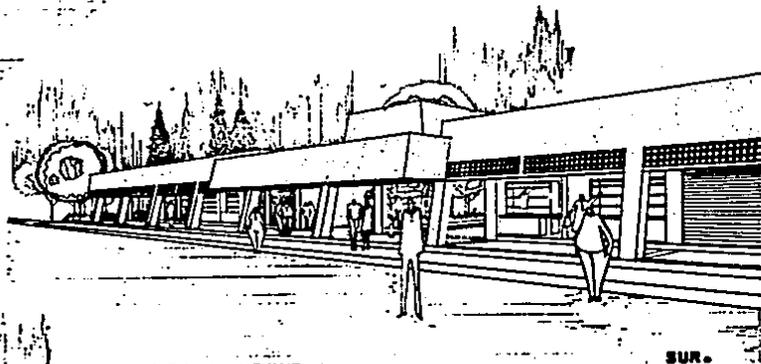
EL PRESENTE TRABAJO (QUE A CONTINUACIÓN SE EXPONE) NO ESTABLECE UN MODELO, NI MUCHO MENOS, DE MERCADO - YA QUE ESTO DEPENDE DE MUCHOS ASPECTOS Y CARACTERÍSTICAS DIFERENTES EN CADA REGIÓN, ESTADO, MUNICIPIO E INCLUSIVE CIUDAD, PERO SÍ ES LA SOLUCIÓN MÁS VIABLE PARA ÉSTA CIUDAD Y SUS HABITANTES.

A CONTINUACIÓN NOS ENCONTRAMOS CON : APUNTES PERSPECTIVOS QUE NOS DARÁN IDEAS DE LA FORMA, DEL VOLUMEN LA ESCALA Y DIMENSIONAMIENTO, LOS MATERIALES, LA FUNCIÓN Y EL MOVIMIENTO, ETC.; PLANTA DE CONJUNTO DONDE NOS DAREMOS CUENTA DEL EMPLAZAMIENTO DEL TERRENO Y DE LA OBRA CON RESPECTO A LA CIUDAD, AL MEDIO AMBIENTE, AL CONTEXTO URBANO, A SU ORIENTACIÓN. LA RELACIÓN DEL EDIFICIO CON LA INFRAESTRUCTURA, LA VIALIDAD, EL TRÁFICO, LAS PERSONAS, LA RELACIÓN DE SUS PARTES, ETC.; PLANTAS ARQUITECTÓNICAS QUE NOS HABLARÁN DE FUNCIÓN (MÁS QUE NADA), DESARROLLO DE CADA UNA DE LAS PEQUEÑAS PARTES Y LA RELACIÓN ENTRE ELLAS, CIRCULACIONES Y MOVIMIENTO, ESTRUCTURACIÓN, EQUILIBRIO, CONSTRUCCIÓN, ETC.; ALZADOS O FACHADAS QUE NOS DICEN CÓMO ES EL EDIFICIO Y CUÁL ES SU PERSONALIDAD, NOS DICE QUE ES, PARA QUE ES. HABLAN DE PLASTICIDAD, MOVIMIENTO, CONSTRUCCIÓN, ESTÉTICA, ETC.; CORTES O SECCIONES QUE TRATAN CON EL ESPACIO, LOS NIVELES, LAS FORMAS, LO NO VISTO, LOS MATERIALES, LA ESCALA Y DIMENSIÓN, TRATAN CON EL PSIQUE, LA SEGURIDAD ETC.; PLANOS CONSTRUCTIVOS QUE ABARGAN TODO. INDISPENSABLES PARA SABER LOGRAR UNA IDEA Y HACERLA PALPABLE, ADMIRABLE, VERDAD.

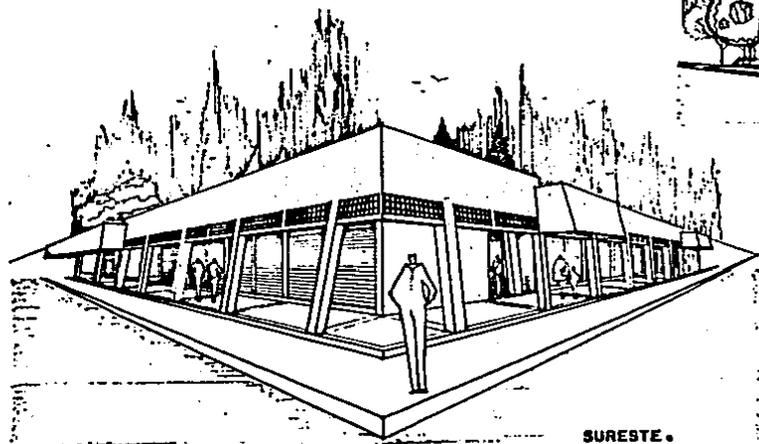
#### B) PLANOS.



ESTE.



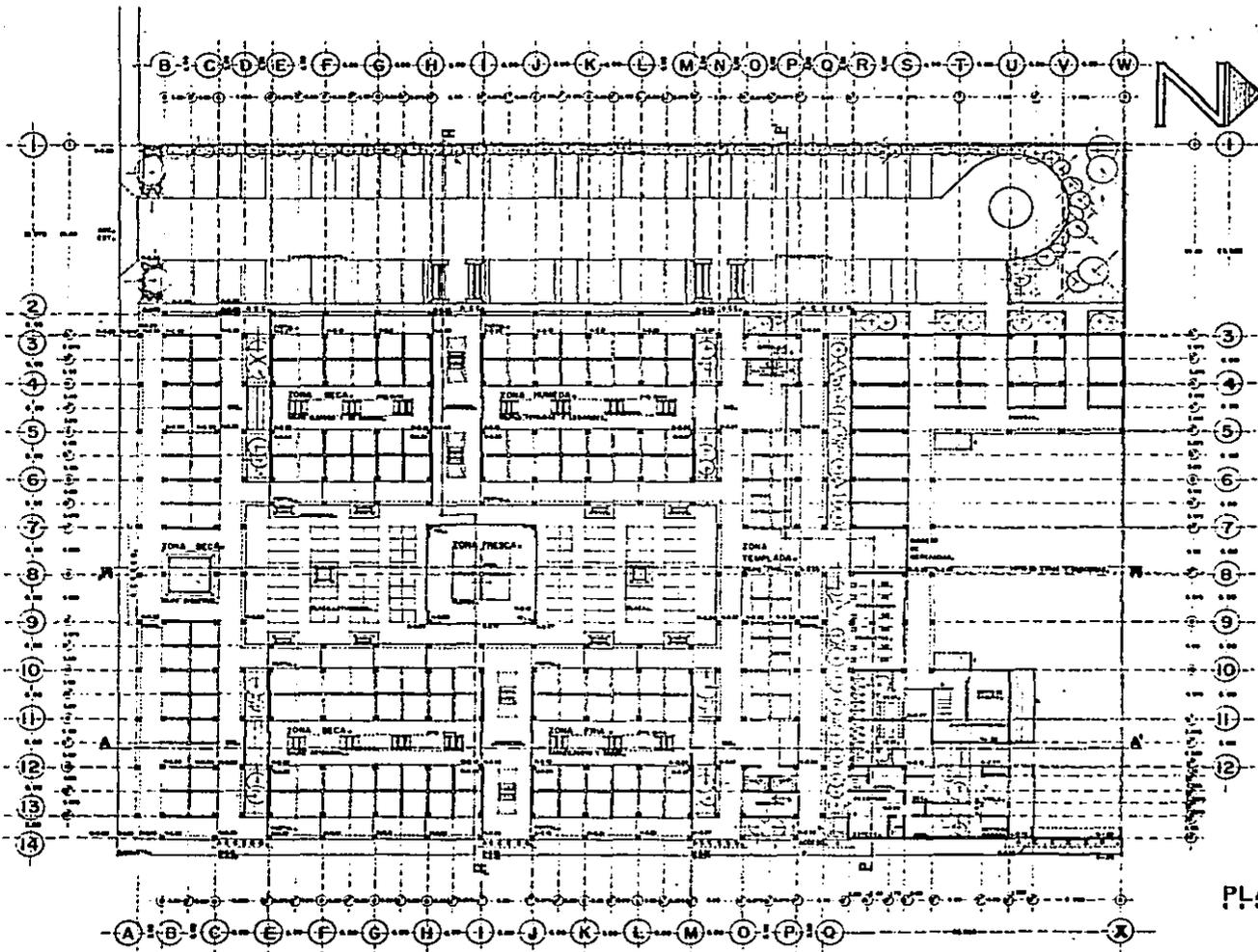
SUR.



SURESTE.

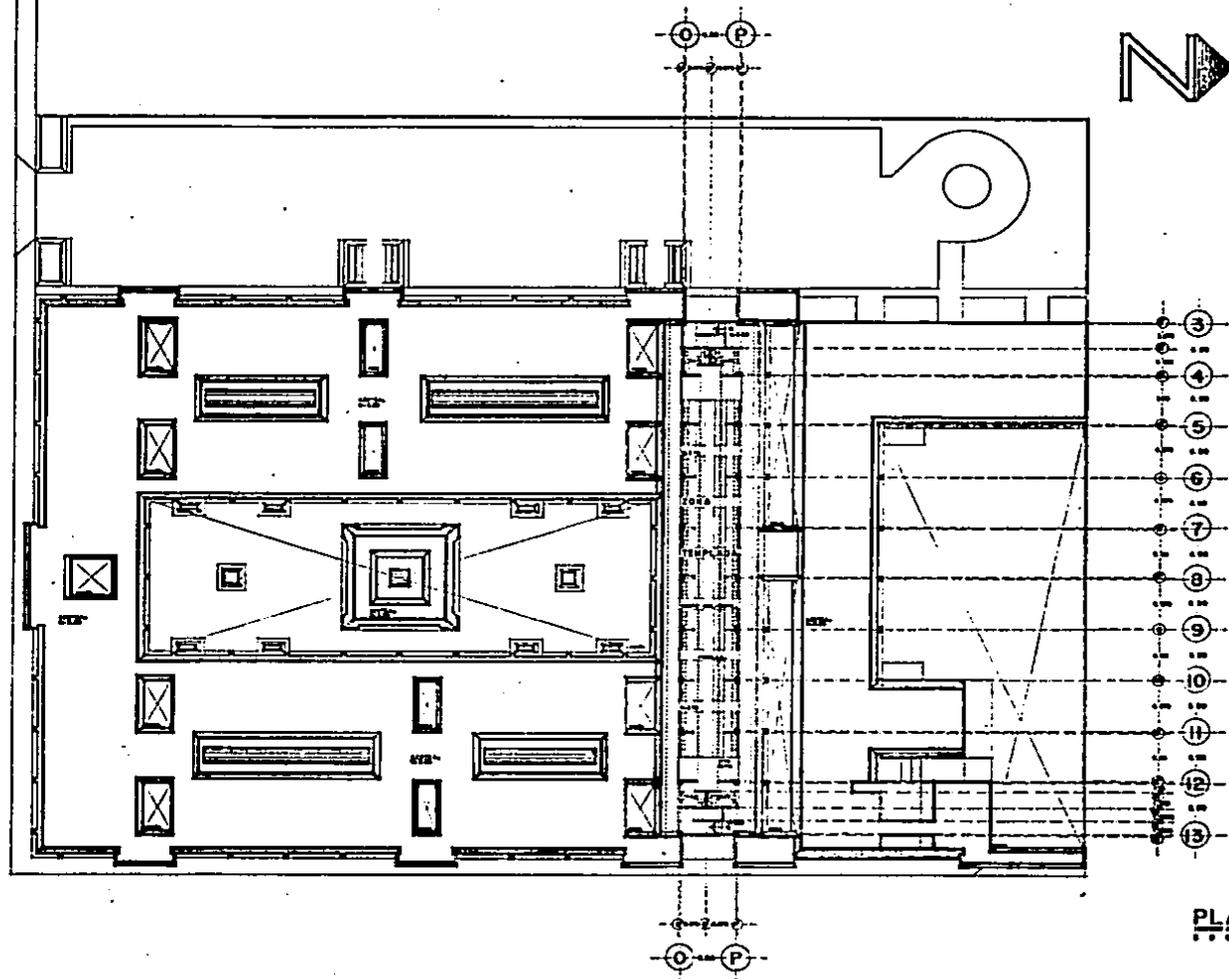






PLANTA BAJA.

3



PLANTA ALTA

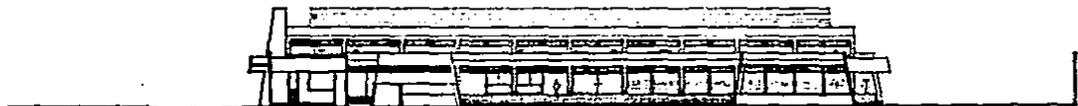
4



ALZADO ESTE.



ALZADO SUR.



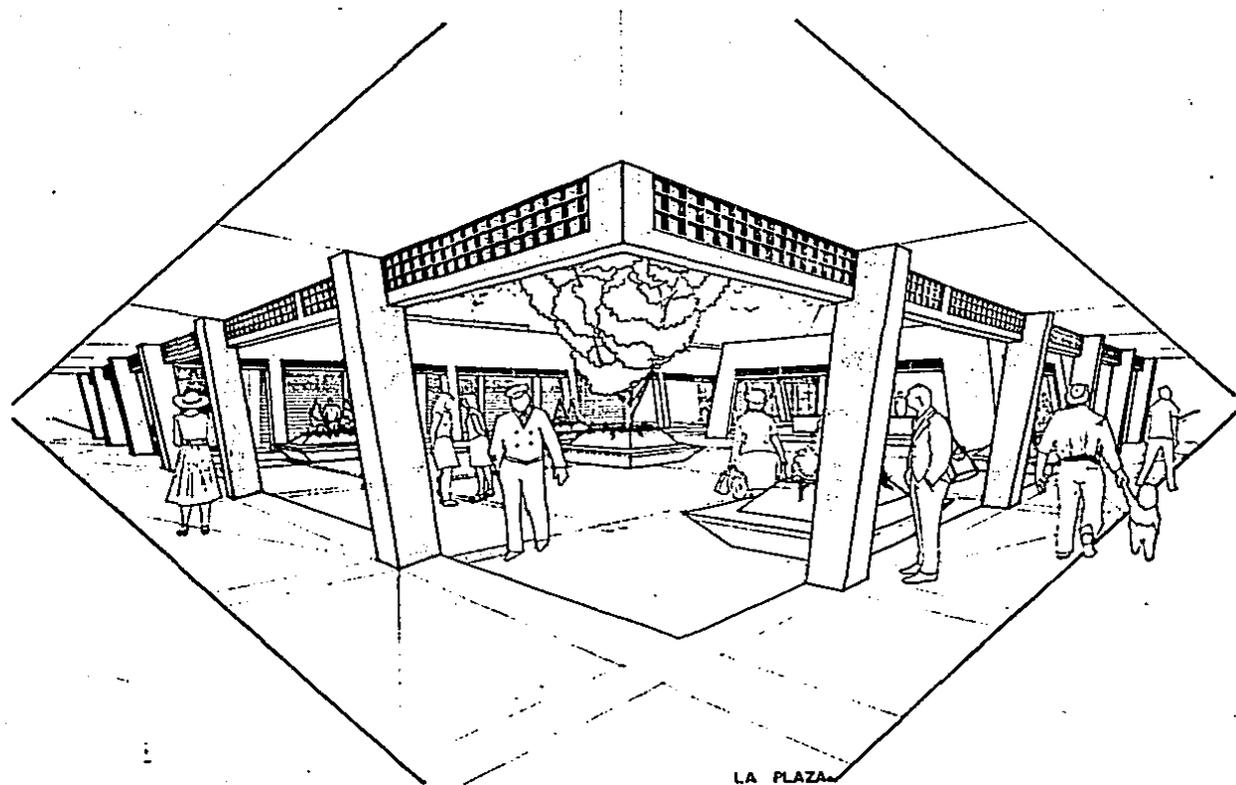
ALZADO NORTE.



ALZADO OESTE.

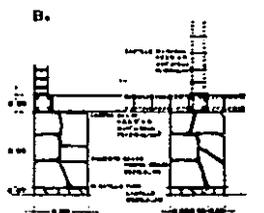
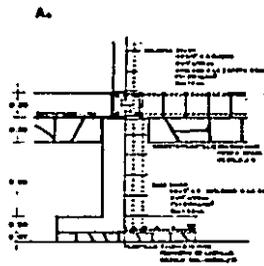
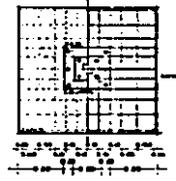
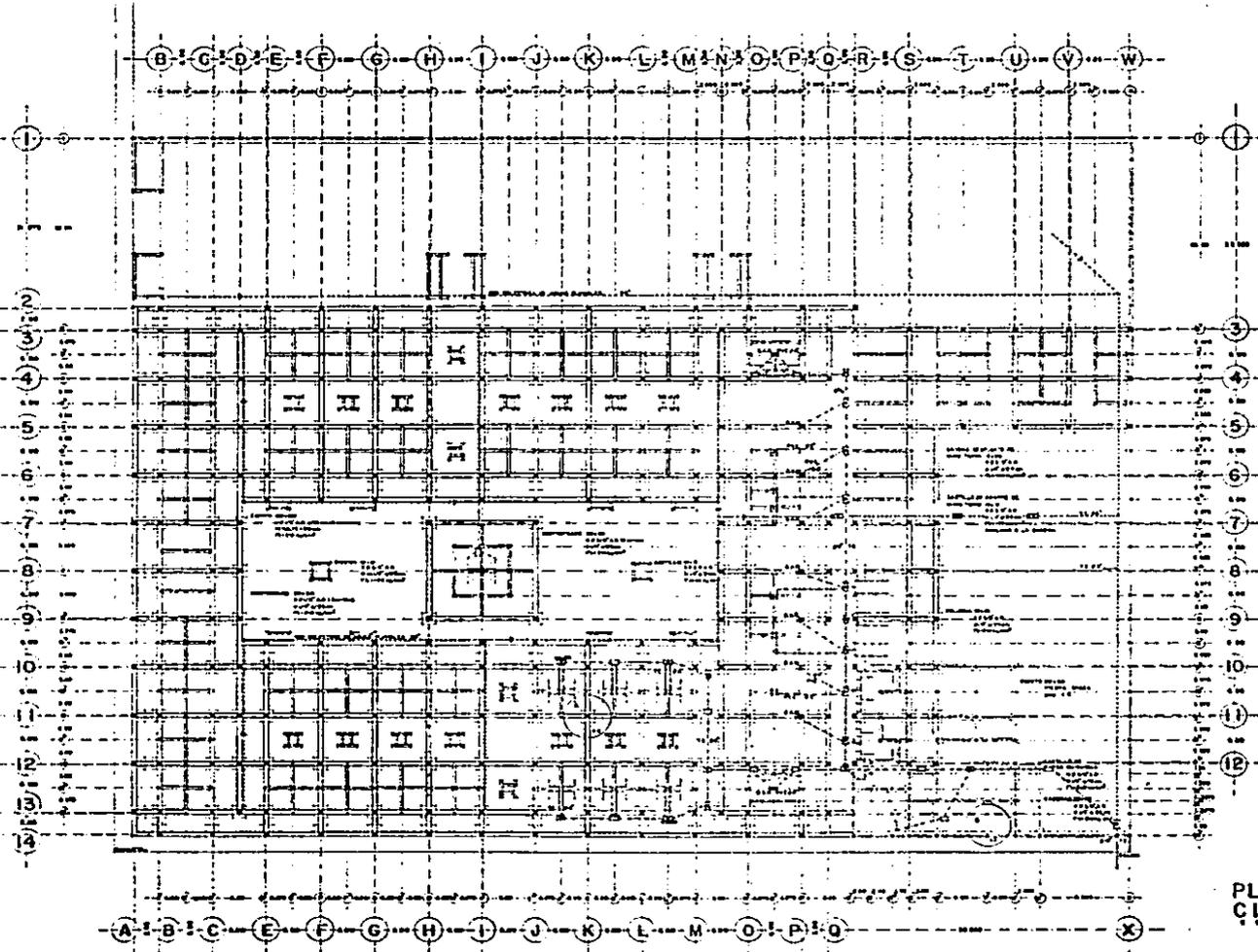
ALZADOS.....





LA PLAZA

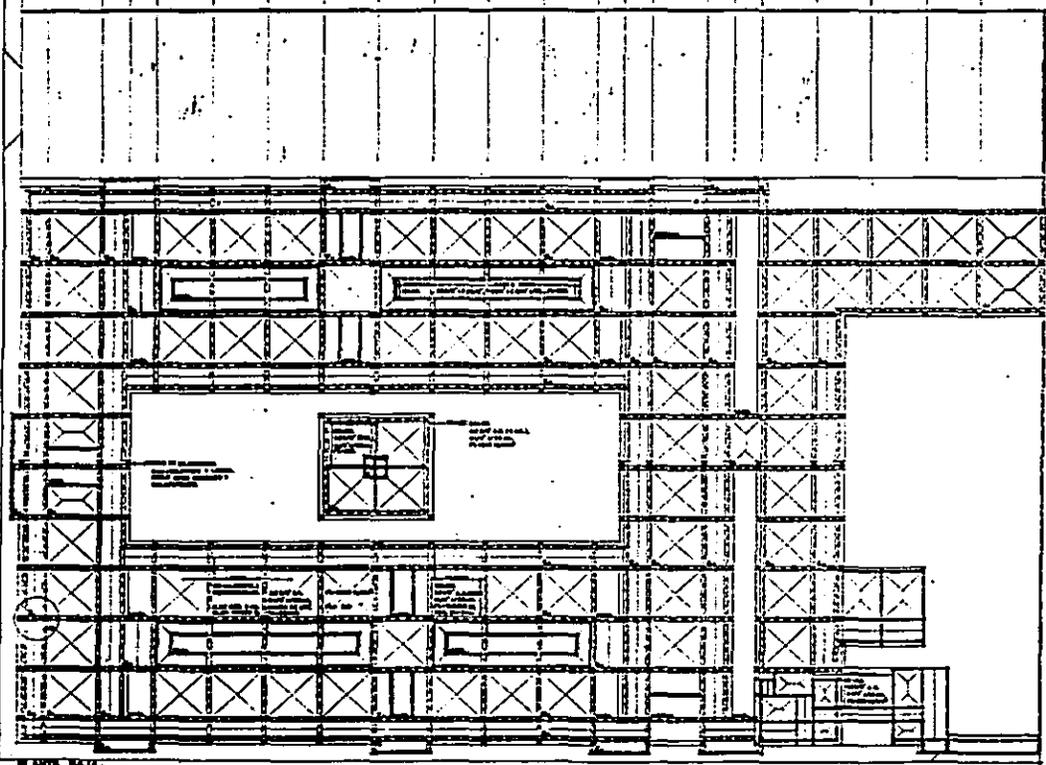




PLANTA DE CIMENTACION.

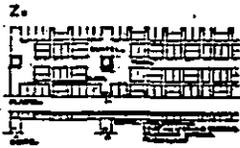
1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W

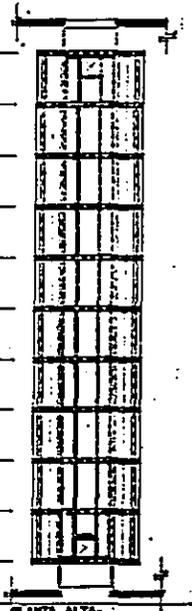


PLANTA BAJA

A B C E F G H I J K L M O P Q X



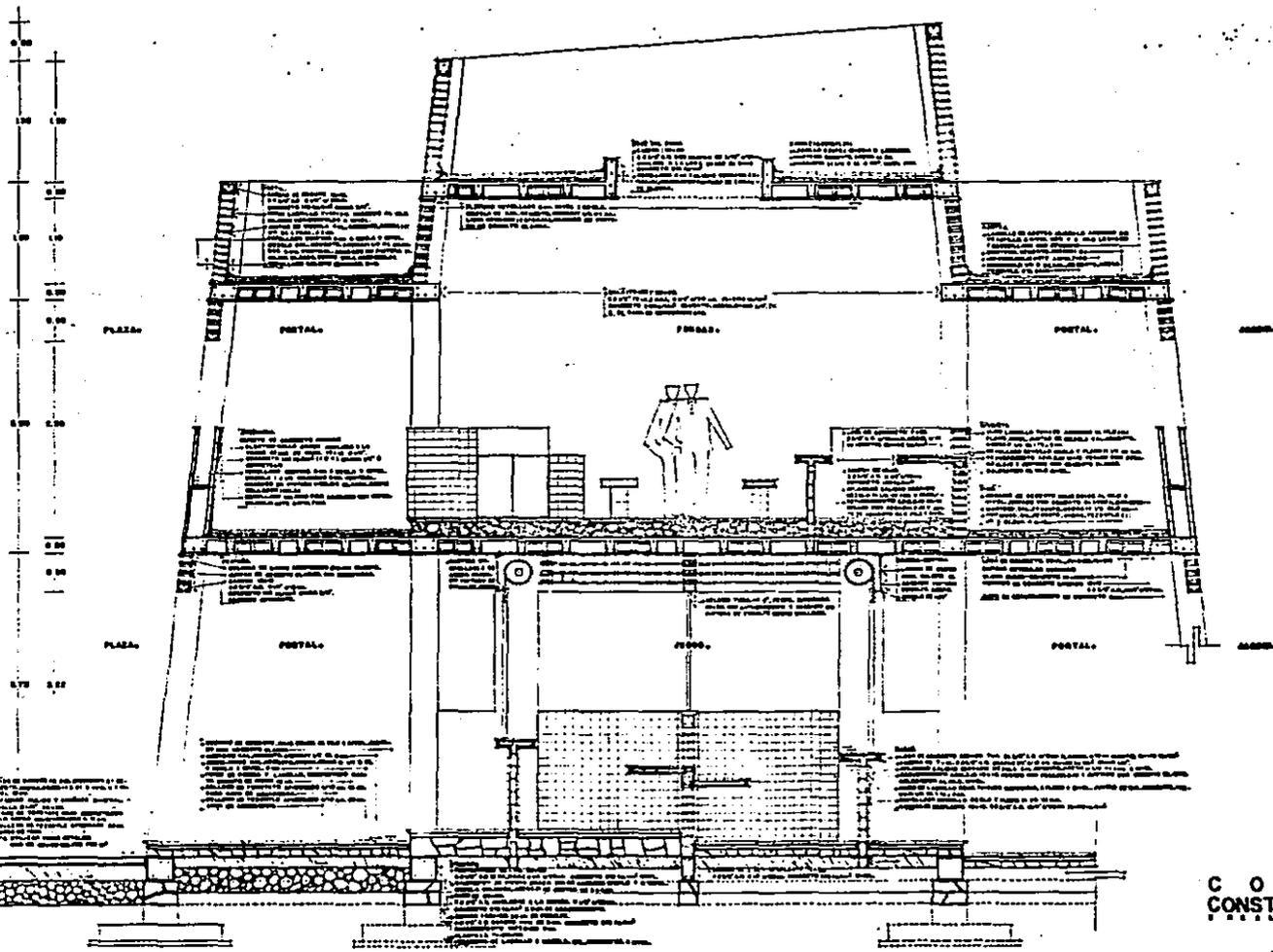
1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13



PLANTA ALTA

PLANTAS DE ESTRUCTURAS





CORTE CONSTRUCTIVO.



ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

« SÍ QUE PUEDES, JUAN. PORQUE HAS APRENDIDO. UNA ETAPA HA  
TERMINADO, Y HA LLEGADO LA HORA DE QUE EMPIECE OTRA.  
TAL COMO LE HABÍA ILUMINADO TODA SU VIDA, TAMBIÉN AHORA --  
EL ENTENDIMIENTO ILUMINÓ ESE INSTANTE DE LA EXISTENCIA DE  
JUAN GAVIOTA. TENÍAN RAZÓN. EL ERA CAPAZ DE VOLAR MÁS ALTO  
Y YA ERA HORA DE IRSE A CASA.  
ECHÓ UNA LARGA Y ÚLTIMA MIRADA AL CIELO, A ESA MAGNÍFICA --  
TIERRA DE PLATA DONDE TANTO HABÍA APRENDIDO.  
- ESTOY LISTO -DIJO AL FIN.  
Y JUAN SALVADOR GAVIOTA SE ELEVÓ CON LAS DOS RADIANTES GA-  
VIOTAS PARA DESAPARECER EN UN PERFECTO Y OSCURO CIELO.

JUAN SALVADOR GAVIOTA.

RICHARD BACH

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

- a) ANUARIO DE ARQUITECTURA MEXICANA 1979.  
. INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES.  
MÉXICO, D.F. 1980
- b) ARTE DE PROYECTAR EN ARQUITECTURA.  
ERNST NEUFERT  
EDITORIAL GUSTAVO GELI, S.A.  
BARCELONA, ESPAÑA. 1977
- c) CODIGO SANITARIO Y SUS DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS.  
H. CONGRESO DE LA UNIÓN.  
EDITORIAL PORRÚA, S.A.  
MÉXICO, D.F. 1980
- d) DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO QUILLET. TOMO VI  
EDITORIAL ARGENTINA ARISTIDES QUILLET, S.A.  
BUENOS AIRES, ARGENTINA. 1972
- e) FERNANDO GONZALEZ GORTAZAR. ARTE, ESPACIO, URBE, COMUNIDAD.  
RAQUEL TIBOL  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.  
MÉXICO, D.F. 1977

- f) GRAN SOPENA, TOMO XI  
EDITORIAL RAMÓN SOPENA, S.A.  
BARCELONA, ESPAÑA. 1973
- g) NUEVO MERCADO EN SAN PEDRO TLAQUEPAQUE.  
JOSÉ ANTONIO MEDINA FLORES.  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA.  
GUADALAJARA, JALISCO. 1970
- h) PARA UN ANALISIS DE LA FORMA ARQUITECTONICA.  
MA. LUISA PUGGIONI.  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA.  
GUADALAJARA, JALISCO.
- i) PARA UNA METODOLOGIA DEL DISEÑO.  
MA. LUISA PUGGIONI.  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA.  
GUADALAJARA, JALISCO.
- j) UN MERCADO EN LAGOS DE MORENO.  
ROCÍO LÓPEZ AMEZCUA.  
GUADALAJARA, JALISCO. 1977
- k) URBANISMO "LA TÉCNICA".  
GIORGIO RISOTTI  
EDITORIAL LABOR, S.A.  
BARCELONA, ESPAÑA. 1960