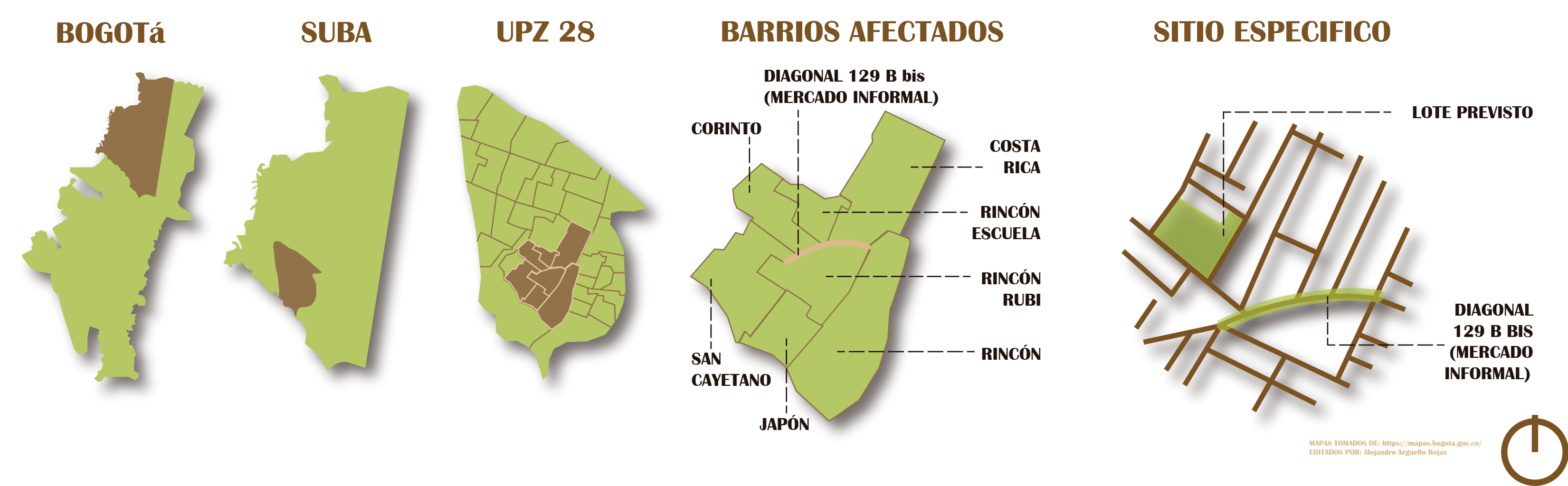


# PLAZA DE MERCADO EL RINCÓN

## COMO REACTIVADOR DE DINÁMICAS URBANAS

### ESTUDIO DE CASO UPZ 28

## LOCALIZACIÓN



## FORMULACIÓN DEL PROBLEMA



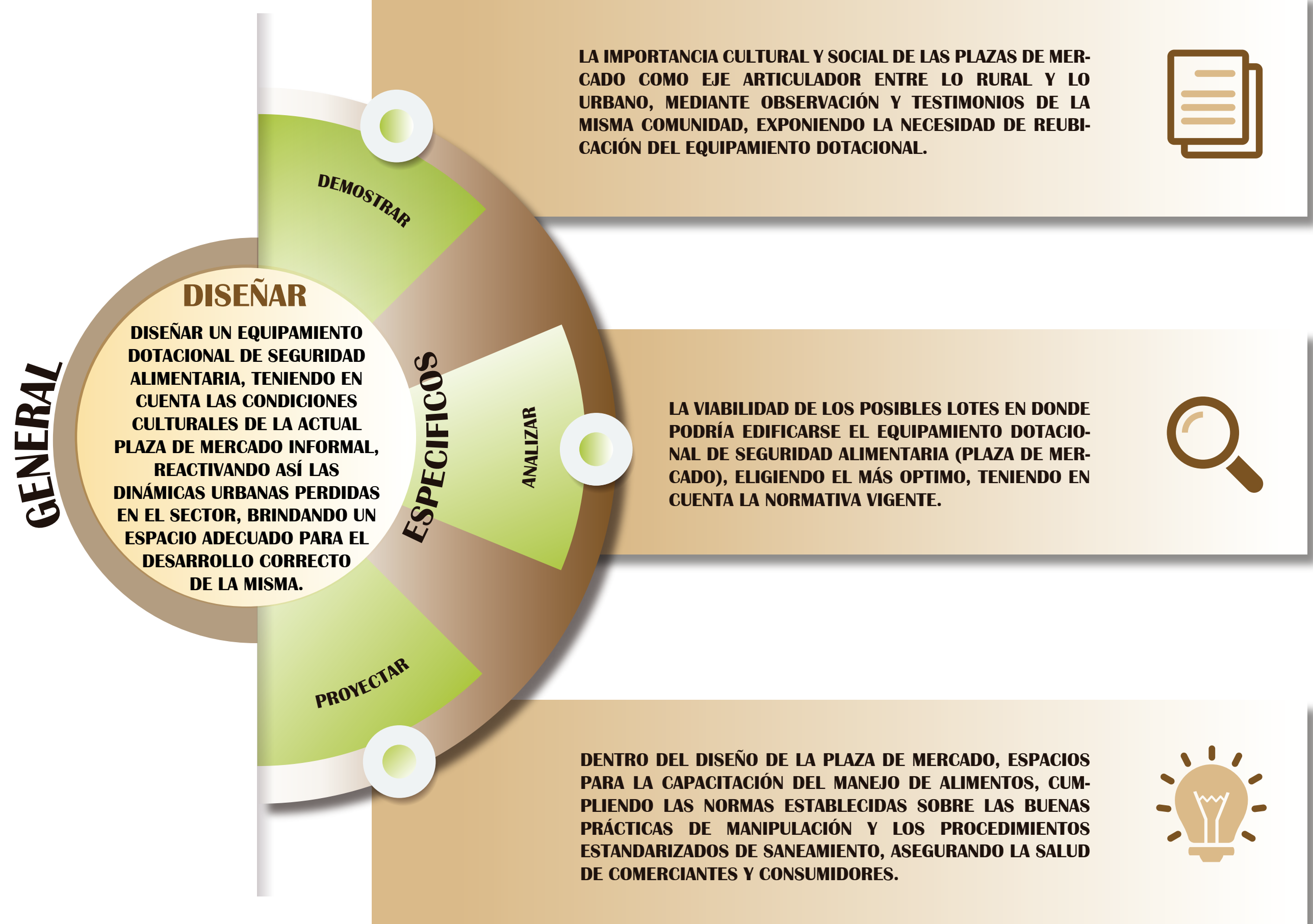
**MANEJO INADECUADO DE ALIMENTOS**  
EL MANEJO INADECUADO DE LOS ALIMENTOS, LOS CUALES ESTAN COMPLETAMENTE EXPUESTOS AL HUMO QUE EXPULSAN LOS AUTOS Y AL SOL DIRECTO.

**CONGESTIÓN VEHICULAR**  
POR ESTA CALLE TRANSITAN NO SOLO VEHICULOS PARTICULARES SINO TAMBIEN BUSES Y CAMIONES, LOS CUALES ABASTECEN EL AREA.

**INSEGURIDAD**  
HA CONVERTIDO EL AREA EN UN ESPACIO PROPIO PARA EL CRIMEN, HURTIOS, VENTA DE ESTUPEFACIENTES, PELLAS CON ARMA BLANCA, E INCLUSO ASESI-NATOS.

**CONTAMINACIÓN**  
LA CONTAMINACIÓN TAMBIEN SE HACE PRESENTE EN DIVERSAS FORMAS, POR EJEMPLO, VISUAL, DEBIDO AL MANEJO INADECUADO DE BASURAS POR PARTE DE LOS COMERCIANTES QUE, NO TENIENDO OTRA OPCION, OPTAN POR ARROJAR SUS DESECHOS EN LAS MISMAS ACERAS EN DONDE COMERCIALIZAN SU PRODUCTO; AUDITIVO, POR LOS ALTOS DECIBELES QUE REPRESENTA EL ANUNCIAR SU PRODUCTO INTEN-TANDO OPACAR EL DEL OTRO, ETC.

## OBJETIVOS



## GESTIÓN SOCIAL

**AGENDA CULTURAL**  
COMO AGENDA SE DENOMINA EL PROGRAMA QUE CONTIENE, ORDENADAMENTE, UN CONJUNTO DE TEMAS, TAREAS O ACTIVIDADES PARA SU REALIZACIÓN EN UN PERIODO DE TIEMPO DETERMINADO.

SE IMPLEMENTARÁ EL USO DE UNA AGENDA CULTURAL, PARA TENER IMPACTO POSITIVO EN LA COMUNIDAD, ASI COMO DENTRO DEL MISMO MERCADO INCITANDO A LOS RESIDENTES DEL SECTOR A VISITAR LAS INSTALACIONES

### BENEFICIARIA

**CONCIERTIZACIÓN DE CÓMO LLEGA EL PRODUCTO AGRÍCOLA A LA CIUDAD**

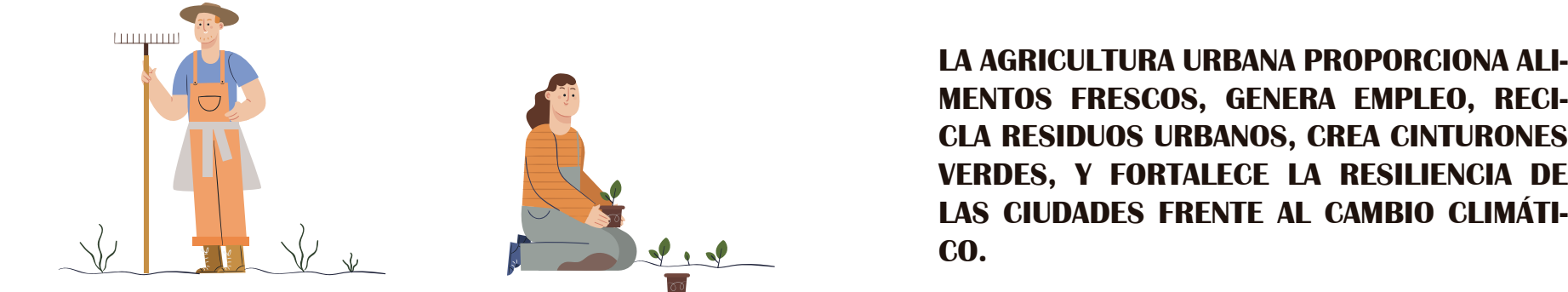


**ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN PARA COMERCIANTES Y CONSUMIDORES**



ESTO PERMITIRÁ UNA CORRECTA COMUNICACIÓN ENTRE AMBAS PARTE, FORTALECIENDO LA FUNCIÓN CULTURAL E HISTÓRICA DE LA PLAZA DE MERCADO

### TEMAS DE AGRICULTURA URBANA



LA AGRICULTURA URBANA PROPORCIONA ALIMENTOS FRESCOS, GENERA EMPLEO, RECICLA RESIDUOS URBANOS, CREA CINTURONES VERDES, Y FORTALECE LA RESILIENCIA DE LAS CIUDADES FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO.

**BENEFICIARIA POBLACIÓN EMPRESAS COMERCIANTES**

## POSIBLES LOTES

**PLAZA INFORMAL**  
EL MERCADO INFORMAL SE ESTÁ EXTENDIENDO A LAS CALLES ADYACENTES, AUMENTANDO EL PROBLEMA DEBIDO A QUE LOS PUESTOS DE VENTA DE ALIMENTO SON CADA VEZ MÁS

**LOTE B**  
LOTE CON 6000 M2, CONECTADO DIRECTAMENTE A UNA VIA ARTERIAL PRINCIPAL. EL USO DE SUELO DEL LOTE NO PERMITE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PLAZA DE MERCADO

**LOTE A**  
LOTE CON 9000 M2, CONECTADO DIRECTAMENTE A UNA VIA ARTERIAL PRINCIPAL. EL USO DE SUELO DEL LOTE NO PERMITE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PLAZA DE MERCADO

**LOTE C**  
LOTE CON 7000 M2, SIN CONEXIÓN A UNA VIA ARTERIAL PRINCIPAL, SIN EMBARGO, EL ACCESO VAL ES SUFICIENTE. EL USO DE SUELO DEL LOTE PERMITE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PLAZA DE MERCADO

## ¿POR QUE ESTE LOTE?

**POCOS LOTES POSIBLES**  
LA ZONA YA CUENTA CON UN NIVEL DE DESARROLLO URBANÍSTICO BASTANTE ALTO, ASI QUE LOS POSIBLES LOTES SON ESCASOS



**CERCANÍA AL MERCADO INFORMAL**  
EL LOTE SE ENCUENTRA A POCOS METROS DEL MERCADO INFORMAL, LO CUAL HARÁ MÁS FÁCIL LA REUBICACIÓN DE LOS VENEDORES

**VÍAS SUFICIENTES**

USO DE SUELOS PERMITIDOS POR AREA DE ACTIVIDAD	AA-F	AA-M	AA-I	AA-D
RESIDENCIAL	X	X	X	X
COMERCIO Y SERVICIOS	X	X	X	X
DOTACIONAL	X	X	X	X
INDUSTRIAL	X	X	X	X

EL USO DE SUELO DEL LOTE PERMITE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PLAZA DE MERCADO, YA QUE ESTE USO ES DOTACIONAL

## ANÁLISIS URBANO Y ARQUITECTÓNICO

**ALTURAS**

EN PROMEDIO, LAS ALTURAS DE LAS EDIFICACIONES DEL SECTOR NO SUPERAN LOS 4 PISOS DE ALTURA, ESTO DETERMINA LA ALTURA MÁXIMA A PROPONER, PARA NO ROMPER CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL AREA

MANZANA RECTANGULAR	MANZANA CUADRADA	MANZANA ORGÁNICA	MANZANA ORGÁNICA COMPLEJA
TRAZADO URBANO CON MEJOR ORGANIZACIÓN	TRAZADO URBANO CON UNA COMPOSICIÓN ORGANIZADA	COMPLICA EL TRAZADO URBANO AL SER UNA FORMA ORGÁNICA	COMPLICA EL TRAZADO URBANO AL SER UNA FORMA COMPLEJA
FORMA POSITIVA PARA LA ORGANIZACIÓN DE LOTES	SU FORMA ES AMIGABLE AL ORGANIZAR LOS LOTES	DIFERENTES FORMAS Y TAMAÑOS DE LOTES DEBIDO A SU FORMA	NO HAY EQUITAD EN LAS FORMAS Y TAMAÑOS DE LOTES
DISTRIBUCIÓN EQUITATIVA DE ESPACIO	DISTRIBUCIÓN EQUITATIVA DE ESPACIO	DISTRIBUCIÓN INEQUITATIVA DE ESPACIO	DISTRIBUCIÓN INEQUITATIVA DE ESPACIO
CUADRAS LARGAS, MEJORA LA PERMEABILIDAD	CUADRAS CORTAS, MEJORA LA PERMEABILIDAD	LAS CUADRAS SON CORTAS PERO DEBIDO A SU FORMA SE AFECTA LA PERMEABILIDAD	LAS CUADRAS SON CORTAS PERO DEBIDO A SU FORMA SE AFECTA LA PERMEABILIDAD

UNA PARTICULARIDAD DEL SECTOR, ES QUE EN ALGUNAS ESQUINAS SE CONSTRUYÓ ESTA DIAGONAL PARA DARLE MÁS ESPACIO AL PEATÓN, IRÓNICAMENTE ESTOS ESPACIOS SE HAN INVADIDO PARA EL COMERCIO

## CONCLUSIONES

**REINVENCIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO**

PARA QUE HOY EN DÍA LA PLAZA DE MERCADO PUEDA SOBREVIVIR, EL CONCEPTO DE ÉSTA DEBE MODERNIZARSE, PARTIENDO DESDE EL EXTERIOR, EN DONDE LA PLAZA TRADICIONAL SE CONFIGURA COMO UNA MASA ENORME CON UNA CUBIERTA. EL PROYECTO PLANEA UN DISEÑO QUE RESPONDA VOLUMÉTRICAMENTE CON SU ENTORNO, SIENDO DINÁMICO Y RESPETANDO AUN PARÁMETROS COMO LA ILUMINACIÓN Y LA VENTILACIÓN.

**MAYOR ESPACIO PÚBLICO**

UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS PLAZAS DE MERCADO CONVENCIONALES ES LA POCA O NULA REPRESENTACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO. EN EL PROYECTO SE PROPONEN RECORRIDOS Y PLAZOLETAS QUE ENRIQUEZCAN LA EXPERIENCIA DEL USUARIO CONVIRTIENDO ESTO EN UN PLUS DE LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO EL RINCÓN

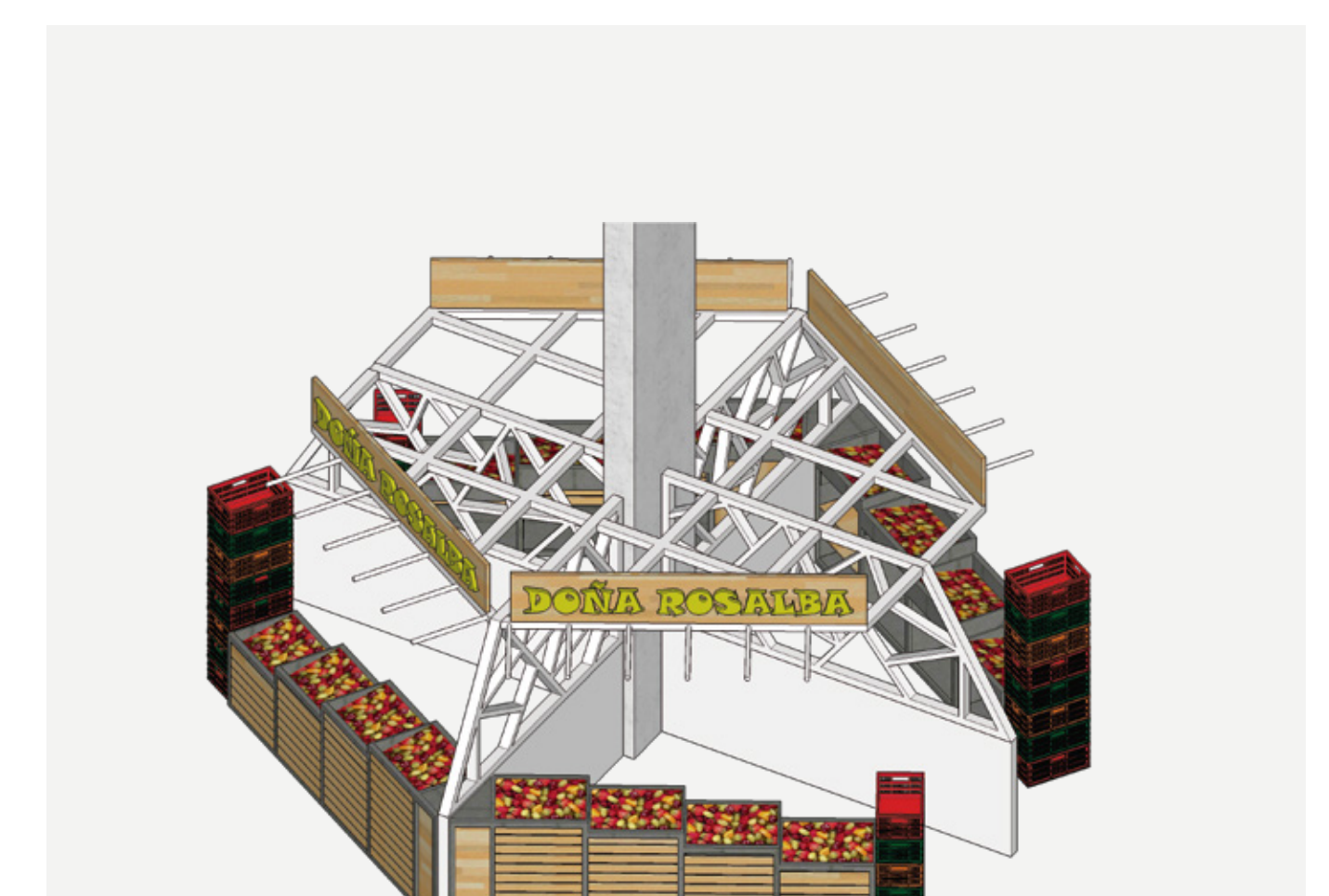
**CALIDAD PARA COMERCIANTES Y COMPRADORES**

LA REINVENCIÓN DEL CONCEPTO DE PLAZA DE MERCADO, TAMBIÉN DEBE HACERSE A PARTIR DEL DISEÑO INTERIOR, EN PRIMERA INSTANCIA, AL REUBICAR EL MERCADO INFORMAL SE MEJORARÁ LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y DE SU VENTA, PERO CON ESTO NO BASTA, ES NECESARIO TAMBIÉN CONCEBIR EL PUESTO DE MERCADO DE UNA MANERA DIFERENTE, ESTO A PARTIR DEL DISEÑO Y SU DISTRIBUCIÓN EN EL INTERIOR DEL PROYECTO.

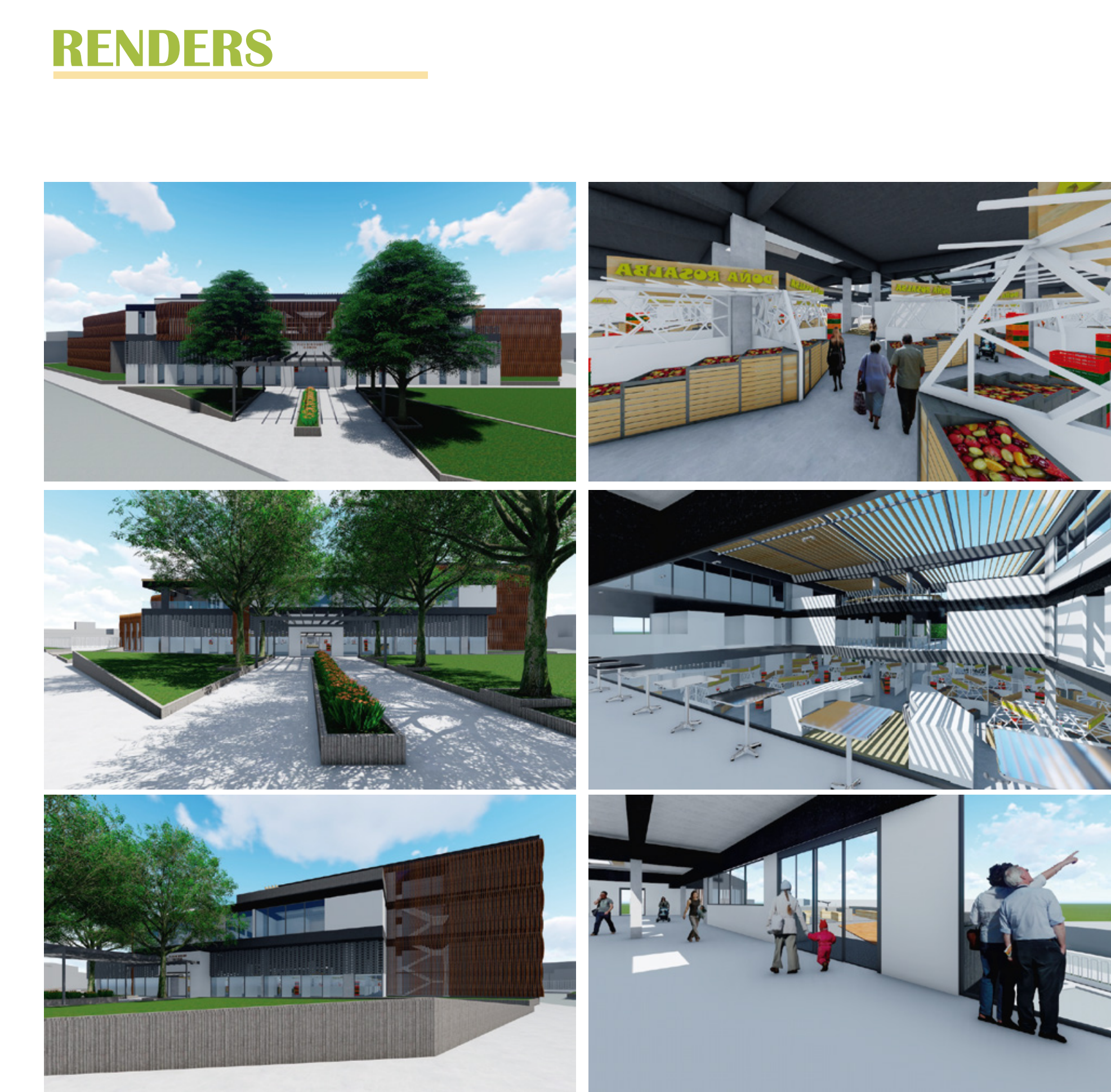
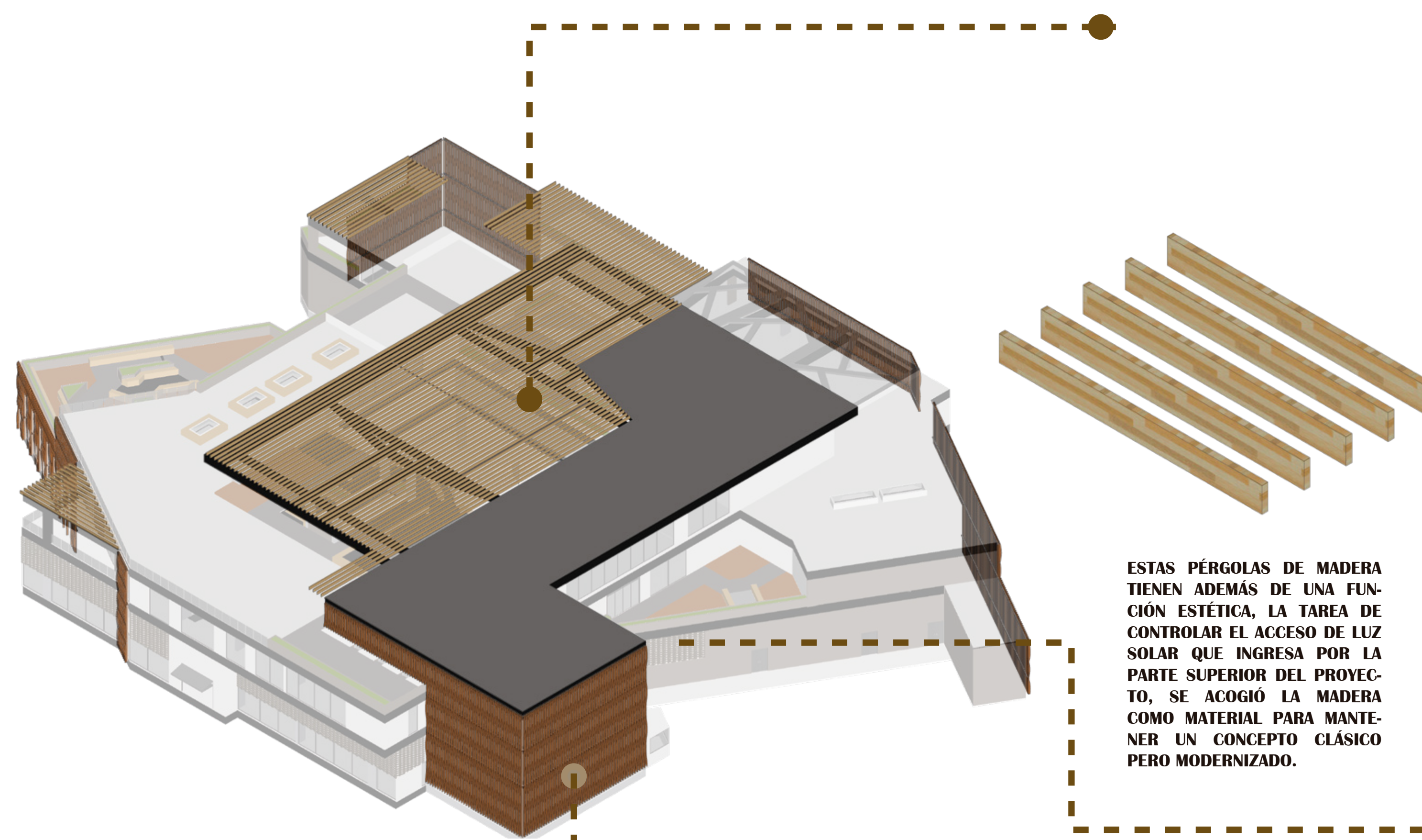
**ZONA DE EXPOSICIÓN**

**CIRCULACIÓN**

**ZONA DE VENTA**



## BIOCLIMÁTICA



## PLANTAS

