

**UNIVERSIDAD POPULAR AUTONOMA DEL ESTADO
DE PUEBLA**

FACULTAD DE ARQUITECTURA



TEMA:
**PROPUESTA DE UN CENTRO COMERCIAL
PARA VENDEDORES INFORMALES**

TESIS
PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ARQUITECTURA

PRESENTA:
JOSÉ ALFONSO RAMÍREZ GARCÍA

DIRECTOR:
ARQ. ANGÉLICA RIVIELLO CENTENO

PUEBLA, PUE.

DICIEMBRE DEL 2000



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de textos, imágenes, gráficas, 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 de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

BIBLIOGRAFÍA.

- *Periódico el Sol de Puebla., 23 de Diciembre de 1997.*
- *CONCANACO.*
- *Canto, Marianes, Tesis. Impacto del Comercio Informal de alta Rentabilidad en la Recaudación Fiscal, Diciembre de 1998.*
- *Periódico Oficial de la Federación., 19 de Junio de 1996*
- *Barclay, Manuel; Bustamante, Carlos, "Ambulantaje", Editorial Sociedad de Arquitectos Mexicanos, A.C., Abril de 1998.*
- *Diccionario Larousse-Enciclopedia, Editorial Larousse.*
- *SEDESOL.*
- *Diagnostico del Ambulantismo en la Ciudad de Puebla, Editorial. Colegio de Arquitectos de Puebla, Edición 1970-80.*
- *Periódico el Sol de Puebla., Enero de 1998.*
- *Periódico el Sol de Puebla., Diciembre de 1997.*
- *Diario Oficial de la Federación, Programa Nacional de Desarrollo Urbano 1995-2000, Marzo de 1996*
- *Carzabál, Jorge, Tesis: Plaza Tianguis Junio de 1998.*
- *Diccionario Larousse de Historia de México, Editorial Larousse.*

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen de Guadalupe.

Les doy gracias por esa fortaleza que me dan para seguir adelante en todo momento, por la inmensa alegría que me dan al haber cumplido este sueño, titularme y darles a mis padres esta gran satisfacción y sobre todo gracias por nunca dejarme solo en los momentos difíciles

A mis Padres.

Por el gran sacrificio que realizaron para que saliera adelante y me convirtiera en una persona de bien, les doy las gracias por sus consejos, apoyo, cariño y amor, sin el cual, no hubiese podido realizar el mas ambicioso sueño de mi vida Titularme, el cual quiero compartir con ustedes, los quiero mucho

A mis Hermanos.

Que son parte de mi motivación para seguir adelante y conseguir una de mis metas, gracias por su cariño y amistad, los quiero

A mis Abuelitas.

A ustedes que significan mucho para mi, gracias por su cariño y por estar siempre conmigo

A mis Tíos.

Por que son parte de los logros que he obtenido, por tenerme confianza y demostrarme su cariño, gracias por estar conmigo y creer en mi

A mi Directora y Asesores de Tesis.

La Arq Angélica Riviello Centeno, por su gran colaboración y apoyo en la ejecución de este proyecto, así quiero agradecer también a mis asesores el Arq Eduardo Lugo Laguna y el Arq Juan José Millán por sus buenas observaciones y conocimientos invertidos en este trabajo

A mi Universidad.

A esta institución, por haberme dado una buena formación en mi educación y en mi persona como estudiante

INDICE GENERAL

CAPITULO I. ANTECEDENTES

I 1.	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	5
I 2	ANTECEDENTES.	6
I 3.	JUSTIFICACIÓN	8
I 4	OBJETIVOS	8
I 5	ALCANCES	9
I 6.	DELIMITACION ESPACIAL	9
I 7	METODOLOGÍA	10
I 8	CONCLUSIÓN	11

CAPITULO II. RESEÑA DEL AMBULANTE

II 1	CLASIFICACIÓN DEL COMERCIO INFORMAL	13
II 2	TERMINOS Y DEFINICIONES	16
II 3	CAUSAS Y ORIGEN DEL AMBULANTE	18
II 4	PROBLEMAS QUE PROVOCAN	21
II 5	LUGAR DE TRABAJO	24
II 6	POSIBLES SOLUCIONES Y PROPUESTAS.	26
II 7	CONCLUSIÓN	29

CAPITULO III. ANTECEDENTES HISTORICOS

III 1	RESEÑA HISTORICA DEL MERCADO Y TIANGUIS.	31
III 2	EL COMERCIO EN MEXICO	34
III 3	EVOLUCION DEL MERCADO EN MEXICO	37
III 4	ORIGEN, ACTIVIDAD Y DESARROLLO DEL COMERCIO EN PUEBLA	40
III 5	ANÁLISIS DE CASOS ANÁLOGOS	42
III 5 1	Centro comercial Prof Jorge Murad	43
III 5 2	Centro Comercial los Gallos.	48
III 6	CONCLUSIÓN	53

CAPITULO IV. ASPECTOS JURIDICOS DEL PROYECTO

IV 1 NIVEL FEDERAL	
IV 1 1 Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas Artísticas e Históricas	55
IV.1 2 Consultas de normas para servicios comerciales en Ciudades y municipios.	56
IV 2 NIVEL ESTATAL	
IV 2 1 Reglamento del decreto de la zona Monumental de Puebla	58
IV 3. NIVEL MUNICIPAL	
IV 3 1 Programa Nacional de Desarrollo Urbano	58
IV 3.2 Requerimientos de infraestructura y servicios	59
IV 3 3 Disposiciones de Reglamentos de Mercados Y Central de Abasto	60
IV 3 4 Reglamento de Construcción para la Ciudad de Puebla	62
IV 3 5 Reglamento Interno de Mercados Municipales	63
IV 4 CONCLUSIÓN	64

CAPITULO V. PROYECTO ARQUITECTONICO

V 1 DEFINICIÓN DEL USUARIO	66
V.2 ANÁLISIS DE NECESIDADES	68
V 3 ANÁLISIS DE AREAS.	70
V 4 DESCRIPCIÓN DE AREAS	71
V 5. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO	74
V 6 DIAGRAMA DE FUNCIONAMIENTO	75
V 7 ANÁLISIS DEL SITIO	77
V 1 1 El Sitio	78
V 1 2 Contexto Natural.	80
V 1 3 Contexto Modificado	86
V 1 4 Aspectos Sensoriales	93
V 1 5 Aspectos Normativos	94
V 8. ANÁLISIS DE IMAGEN	95
V 9. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	97
V 10 CONCLUSIÓN	102

V 11 PROYECTO ARQUITECTÓNICO

V 11 I Planos Arquitectónicos

Planta de Conjunto.

Planta Arq. Baja

Planta Arq. Alta

Planta de Estacionamiento

Fachadas

Cortes

Cortes por Fachada

Detalles

V 11 2 Planos Ejecutivos

Sanitaria

Hidráulica

Eléctrica

V 12 ANEXO FOTOGRÁFICO

Maqueta

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFÍA.

Capítulo I

ANTECEDENTES

Será muy importante poder definir nuestros objetivo, el cual estará enfocado a la ejecución de este proyecto, planteando desde un principio aquellos puntos, en los cuales estaremos trabajando en el transcurso de la investigación

En este primer capítulo hacemos mención de aquellos problemas que causa el comercio informal, Así como los antecedentes con los que contamos de esta practica comercial, La justificación en la que nos basamos para la ejecución de este proyecto el cual es el conservar y proteger la imagen del Centro Histórico; Los objetivos y alcances están enfocados a dar solución a los problemas que se presentan en esta zona de la Ciudad, mediante la creación de una propuesta Arquitectónica, La delimitación del área de estudio que esta centralizado a la zona del Centro histórico, en donde pretendemos llevar a cabo nuestra propuesta arquitectónica; La metodología es el procedimiento el cual vamos a ir realizando nuestra investigación para terminar nuestro proyecto

I.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El ambulante y el tianguis tiende a ser un modelo móvil y específico, que aun no desaparece de nuestra vida social y comercial, ya que va de un lugar a otro sin tener un local fijo en donde establecerse, el cual en la mayoría de los casos se ha ido incorporando en la vida, como en un perfil del paisaje urbano de las ciudades, sin pensar las consecuencias que puedan ocasionar a la sociedad o al mismo entorno por encontrarse en zonas con un valor histórico, turístico

Este tipo de problema se crea por la situación económica, por el bajo nivel de estudios que tienen estas personas, lo cual a estos les es muy difícil encontrar un trabajo, a esto la situación el cual sufre y vive el país actualmente. Por esto se ven obligados a buscar otras fuentes de ingresos para subsistir, que en la mayoría de los casos optan por convertirse en comerciantes, ya que es difícil obtener un permiso o un local, es lo que los obliga a desempeñarse como comerciantes informales, llamados vendedores ambulantes, que se dan a la tarea de trabajar en las calles, en los lugares de mayor fluencia de personas. A estas personas les conviene trabajar en estos lugares, por los beneficios que atrae al trabajar en estos espacios, ya que no pagan consumo de energía eléctrica, tramites de licencias y algunos aspectos más, pero por el simple hecho de estar trabajando en estos sitios provocan muchos problemas y conflictos entre ellos y entre los comercios establecidos, ya que los perjudican en la baja venta de mercancías, así como también dañan la imagen urbana de la zona, dejando las calles muy sucias y demasiadas ruidosas en cuanto a sus puestos, que muchas veces sus establecimientos y los productos que comercializan especialmente los de la comida, no presentan las debidas normas de calidad e higiene adecuada, que representa un alto riesgo para la salud del consumidor, y a esto se debe que la circulación, o movilidad de los peatones y vehiculos sea muy complicada. A si arriesgando la integridad física del transeúnte. A estas personas se les facilita establecerse en cualquier lugar, donde la gente tenga más posibilidades de ingresar. A efecto de nuestra investigación nos enfocaremos a la zona del Centro, en donde se encontraban más de 2 mil personas trabajando en el primer cuadro del Centro Histórico¹, desde la avenida Reforma hasta la calle 14 oriente - poniente sobre la 5 de mayo. Por la importancia del lugar se tratara de cuidar y preservar su imagen urbana, como sus edificios, ya que es una zona muy visitada por los turistas y por las familias Poblanas. Ya que el Centro Histórico cuenta con sitios, con valor cultural e histórico para la sociedad, como es la catedral, la capilla del Rosario, los portales, el palacio de gobierno y los diferentes sitios de atracción turísticas que se encuentran a su alrededor

Como consecuencia a lo anterior, realizaremos una propuesta, en donde se puedan establecer, a una parte de los comerciantes informales que se encontraban trabajando en el Centro Histórico de esta ciudad, realizando el proyecto arquitectónico y ejecutivo en beneficio de estas personas y de la sociedad; buscando algún predio que cumpla con las necesidades de los ambulantes, para realizar el proyecto arquitectónico, en donde estas comerciantes puedan adquirir un local seguro y al alcance de sus posibilidades económicas, y en este puedan seguir desempeñando su trabajo digno y confiable, que satisfaga las necesidades del consumidor y del mismo comerciante

¹Publicación en el periódico EL sol de Puebla 23 de Diciembre de 1997

I.2. ANTECEDENTES

Los ambulantes comienzan a invadir la zona del Centro Histórico, principalmente el primer cuadro de la ciudad, en el mes de noviembre de 1997.

Los vendedores ambulantes recibieron 600 permisos para trabajar en el centro en el mes de diciembre por el ayuntamiento, debido a la grave crisis económica y a la falta de empleos, el cual obliga a que muchos ciudadanos, tengan que recurrir al comercio en las calles, como alternativa de sustento de su familia. Por las facilidades que se les dieron a estas personas, fueron pidiendo que les concedieran mas permisos para trabajar, pero por no respetar los acuerdos que pactaron con el ayuntamiento, no se les fueron otorgados, se fueron incorporando más comerciantes informales a las principales calles de esta zona, en el cual poco a poco se fueron adueñando, a tal causa los inspectores del ayuntamiento revisaron los permisos que se otorgaron a los vendedores y quitaron puestos a quienes no lo portaban

Desorden es el que causaban estas personas por estar vendiendo comida de manera irresponsable, sin protección, así como fayuca, ropa, juguetes en la calle 5 de mayo

Los comerciantes piden audiencia en gobernación para resolver problemas de los ambulantes, ya que con la invasión de estas personas ponen en riesgo 2 mil comercios establecidos

El Alcalde Gabriel Hinojosa ratifica que en el centro no hay mas de 1700 ambulantes, ya que proliferan mas de 2000 a 3000 ambulantes que entorpecen al trafico peatonal, vehicular y provocan serios problemas de insalubridad, inseguridad

Los comerciantes de los mercados José María Morelos, Buganbillas, Héroes de Puebla, Zaragoza y Madero- puestos en servicio en 1986 para alojar a los comerciantes de la victoria, se sumaron a los ambulantes instalados en el Centro Histórico, al conocer las facilidades que dieron por parte del ayuntamiento

Los comerciantes del mercado José María y Pavón La Victoria, se molestaron porque en vez de fortalecer las actividades en los mercados construidos se ahuyenta el comercio informal con la instalación de ambulantes en el Centro Histórico

Solo el 40 % de comerciantes son dueños de sus locales Se pone en marcha un sistema llamado s-400 que permite interconectar a promotora de ventas con la caja de tesorería, a modo que los comerciantes puedan realizar sus pagos por sus locales en cajas ambulantes que se instalaron en la ciudad

De las obras que tenían en construcción de mercados, en 5 predios del Centro Histórico para re ubicar a ambulantes, como parte del programa integral de re ordenamiento comercial, se suspendieron ya que dice el regidor Jaime Zurita García, a que los informales no cumplieron los acuerdos de la mesa de negociaciones e invadieron las calles del centro desde el 13 de diciembre del 97

Cuando se acabo el plazo para vender en esta zona las "comadres" y otras agrupaciones independientes realizaron labores de limpieza en la calle 5 de mayo de la 4 oriente hasta la 14 oriente- poniente.

Los ambulantes rebeldes de la triple "A" situados en la 5 norte hasta la 4 oriente y 35 informales, incumplieron su promesa y continuaron con sus ventas pese a que se les acabaron sus permisos

Los ambulantes regresan a establecerse en esta zona, pese a que no recibieron permisos por el Ayuntamiento, al instalarse de nueva cuenta se fueron creando muchos conflictos entre ellos mismos y con los comerciantes que tienen un local comercial en la calle 5 de mayo

Serios enfrentamientos se crearon por no dejarlos trabajar, entre los vendedores ambulantes, vendedores locatarios de esta zona y con policías por parte del ayuntamiento

Los miembros de la organización triple "A", no obtienen respuesta por parte del Ayuntamiento, para el re ordenamiento comercial y la recolección de basura en los distintos mercados de la ciudad

Estiman que en el año de 1997 había en el país más de 858 mil 660 puestos ambulantes y que para el año de 1998 alcanzaran aproximadamente el millón de comerciantes informales, que de continuar a este ritmo el crecimiento para el 2000 habrá 1 millón 258 mil 281, los cuales representaran más del 50% de los comerciantes establecidos²

La Cámara de comercio unificara criterios para acabar con el ambulatismo en Puebla

El fenómeno del comercio informal ha tenido mayor impacto en los últimos años, por tal razón, se ha convertido en uno de los temas actuales que acaparan la atención de los sectores privados, social y público

Los Poblanos enfrentamos el grave problema del comercio informal, que no solo causa problemas visibles como la contaminación, crecimiento desordenado y carencia de instalaciones adecuadas y servicios públicos en los establecimientos, sino un problema grave que afecta al gobierno, a los ciudadanos y al comercio establecido, el fenómeno que no pagan impuestos

El gobierno como directivos del sector comercial para controlar estos problemas han establecido políticas para desarrollar una infraestructura, leyes, un sistema educativo una industria suficiente, todo con el fin de romper con el círculo vicioso de la pobreza y poder ser una ciudad competitiva Sin embargo, los comerciantes informales no se han preocupado por unirse a los esfuerzos, contribuyendo a las aplicaciones efectivas de estas políticas para que se reduzca considerablemente, ya que el sector informal ocupa un gran porcentaje dentro del sector comercial en nuestra ciudad

² CONCANACO

I.3. JUSTIFICACION

Al elaborar esta propuesta se considera con la debida importancia y como una opción más de apoyo para conservar y preservar la imagen urbana del Centro Histórico, con un valor cultural e histórico para la ciudad de Puebla, sostenida en los problemas que generan a esta identidad los trabajadores informales que se dedican ala venta de mercancía en este lugar publico, por lo cual se buscara beneficiar a ambos con la ayuda de un proyecto arquitectónico y ejecutivo de un centro comercial, en donde tengan la oportunidad de adquirir un local comercial, y puedan seguir trabajando con las debidas normas de seguridad e higiene y puedan ofrecer un servicio adecuado que satisfaga las necesidades de la sociedad

Este documento buscara ser un aporte continuo, por parte de la facultad y de la universidad, en la ayuda de los problemas que se presentan en la sociedad, por medio de proyectos arquitectónicos, y propuestas con criterios que sirvan de intervención en el usuario o por parte de la sociedad

Se pretende establecer un solo objetivo, en donde nosotros dirigimos nuestro esfuerzo y recursos que se nos presentan, con la finalidad de atender los problemas, con la ayuda de estudios, o en la creación de una nueva arquitectura en la sociedad

I.4. OBJETIVO

Objetivo principal:

Realizar un proyecto arquitectónico y ejecutivo de un centro comercial, en donde se puedan reubicar a una parte de los comerciantes que se encontraban trabajando en el primer cuadro del Centro Histórico, que por medio de esta propuesta puedan adquirir un local comercial en donde puedan desempeñar su trabajo con mayor seguridad y que en este lugar desempeñen un mejor servicio en mejora de la sociedad Poblana

Objetivos parciales:

Crear un espacio compartido que permita el desarrollo comercial en la población.

Realizar un estudio de campo para poder re ubicar a los ambulantes lo mas cerca del centro

Hacer un estudio de los diferentes mercados para identificar deficiencias y tomarlas en consideración para nuestra propuesta

Encontrar un predio con todas las necesidades que requieren los ambulantes para realizar nuestro proyecto

. Conocer las diferentes normas y reglamentos que establece la construcción en la ciudad de Puebla

Detectar los diferentes problemas que se presentan en los mercados, para solucionarlas en nuestra propuesta.

. Buscar materiales y sistemas constructivos para emplearlos en nuestro proyecto

I.5. ALCANCES

Realizar un proyecto de diseño arquitectónico y ejecutivo, que por medio de sus elementos aporten al proyecto, carácter y equilibrio

Proponer soluciones y alternativas que permitan lograr el desarrollo comercial equilibrado, que beneficie tanto a los comerciantes como a los consumidores de la ciudad de Puebla

Que por medio de nuestra propuesta, puedan ser reubicados los comerciantes que se encontraban trabajando informalmente; de los cuales aun existen algunos de estos operando en las calles del Centro Histórico, que siguen perjudicando la imagen de esta zona , es por lo que realizaremos un Centro Comercial con características similares al C C Jorge Murad, en donde estos comerciantes podrán adquirir un local comercial para trabajar adecuadamente, vendiendo todo tipo de artículos, ya que los distribuiremos de acuerdo a su naturaleza

I.6. DELIMITACION ESPACIAL Y TEMPORAL DEL ESTUDIO

Este proyecto y estudio estará enfocado a los problemas que se presentaron en el Centro Histórico de esta Ciudad, en el cual se ha venido produciendo con más auge el problema del ambulante, ya que en esta zona es en donde estas personas producen mayor daño a la ciudad, por las molestias que causan al transeúnte, al comercio establecido y por la mala imagen que producen a la ciudad de Puebla

Esperando que la presente tenga la suficiente repercusión necesaria en el presente y en el futuro, a fin de que el proyecto cubra todas las necesidades que se requieren para establecer una buena propuesta se realizaran estudios a los mercados

Para efecto del presente proyecto o documento a realizar, nuestro estudio será enfocado a las necesidades que se presentan dentro de esta ciudad, tomando en cuenta las propuestas y proyectos ya realizados para poder detectar las necesidades, y ejecutar una buena propuesta dentro de los parámetros establecidos con los que podremos contar, para lograr nuestros objetivos.

I.7. METODOLOGIA

- *Búsqueda de información sobre el ambulante.*
- *Análisis de los problemas que causa el ambulante*
- *Análisis de ambulantes establecidos*
- *Análisis de los problemas que se presentan en el Centro Histórico*
- *Búsqueda documentación sobre la historia de los mercados*
- *Búsqueda de los problemas que se presentan en los mercados de Puebla*
- *Investigar sobre los diferentes mercados que hay en Puebla y aportaciones que nos ofrecen*
- *Análisis de los diferentes tianguis que se encuentran en Puebla*
- *Realizar encuestas a los comerciantes para detectar sus necesidades*
- *Buscar un predio que cumpla con las necesidades que presenta el ambulante*
- *Encontrar sistemas constructivos existentes para realizar nuestro proyecto*
- *Realizar un proyecto arquitectónico que satisfaga las necesidades de la sociedad*

I.8. CONCLUSIÓN

La investigación preliminar que hemos realizado acerca de los graves problemas que atrae el comercio informal y los antecedentes que existen acerca de esta practica comercial, nos muestra que el comercio en la vía publica ha tenido en los últimos años un auge in suscitado, a esto se le atribuye su desbordamiento el cual a generado muchos conflictos de diverso orden: como saturación de las vialidades, que provoca molestias entre los ciudadanos, el crecimiento de la economía informal el cual da pie al incremento de actividades ilícitas, el evidente deterioro el cual han dejado los espacios públicos en cuanto su Imagen y Entorno Urbano, que esto ha rebasado todas las normatividades vigentes sin que las mismas autoridades hayan podido controlarlas y pudieran encausarlas bajo un control racional y ordenado

Conforme a los problemas que crea este tipo de actividades, que se ven reflejados en el deterioro de la imagen urbana de nuestro Centro Histórico, en donde estas personas han causado mayores problemas de distinto indole, se pretende conservar la imagen de este lugar mediante a creación de espacios compartidos en donde se permita el desarrollo de la practica comercial de la población, esto por medio de un diseño Arquitectónico el cual estará enfocado a solucionar los problemas que se presentan en los espacios en donde se leva a efecto este tipo de actividades comerciales, que esta propuesta se ira desarrollando bajo un procedimiento hasta que se logre llegar a nuestro objetivo principal que es realizar un Centro Comercial en donde puedan desempeñarse dignamente y proporcionen un buen servicio en mejora de la sociedad Poblana

Capítulo II

Reseña Del Ambulante

Uno de los fenómenos sociales contemporáneos característicos de las grandes concentraciones demográficas urbanas de las grandes ciudades del mundo es el del comercio en la vía pública, identificado en nuestro país como el ambulante

El comercio informal en la vía pública, llamado como comercio ambulante, ha sido a lo largo de la historia de México, no solamente una practica comercial y de intercambio, sino más allá, se ha convertido en una expresión cultural de la sociedad mexicana y del grado de desarrollo de la ciudad

Desde siempre, los habitantes vecinos de las grandes ciudades, han acudido a las ciudades para intercambiar sus productos y servicios, en un proceso mercantil que se inicio en el trueque y que ha evolucionado conforme el avance de las civilizaciones en el mundo y en la sociedad

La practica del ambulante ha experimentado transformaciones diversas, pasando de ser un fenómeno fundamentalmente económico, vinculado a la falta de empleo y oportunidades para ganarse la vida, a un problema social adicional y, particularmente a ser de carácter político

II.1. CLASIFICACION DEL COMERCIO INFORMAL

Las actividades podrían clasificarse como informales o subterráneas, estas aparecen y se desarrollan en los sectores del sistema económico nacional, de estas destacan las siguientes:

Comercio informal de Subsistencia

Lo forman todas aquellas personas que en la calle se dedican a la venta de varios artículos para obtener los recursos necesarios que les permita subsistir. Los comerciales informales se ubican en lugares donde existen grandes flujos de personas.

Este tipo de comercio tiene su origen en problemas de índole social, económica y cultural; su existencia se le atribuye a la incapacidad de la sociedad para dar a todos los ciudadanos, un nivel de educación básico que permita abatir el analfabetismo. Debido a esta imposibilidad de acceso a la educación y a la poca generación de empleos, el comercio ambulante de subsistencia representa la alternativa más inmediata para que las personas marginadas obtengan recursos.

La mayor parte de los individuos dedicados al comercio informal pertenecen a este tipo de comercio, ya que lo que desean es subsistir.

Comercio informal de alta rentabilidad.

Lo forman las personas que en semiestablecimientos se dedican a la venta de diversos artículos como electrodomésticos y programas para computación, por lo que se obtienen utilidades considerables.

Las personas que integran el comercio ambulante de alta rentabilidad es menor con respecto al total de las personas dedicadas al de subsistencia, ya que las personas que lo integran cuentan con un determinado grado de preparación que tienen una mayor noción mercantil, suficiente para manejar sus negocios.

Estas personas dedicadas a este tipo de comercio, son aquellas que teniendo la opción de emplearse en alguna otra actividad, prefieren no hacerlo ya que los comercios informales representan un ahorro de tiempo y resultan para ellos mayor beneficios económicamente hablando, que si lo emplearan en algún negocio debidamente establecido, ya que se necesitan un sinnúmero de trámites de servicios.

El comercio ambulante de alta rentabilidad es el principal distribuidor de la piratería, se calcula que esta actividad ilícita tan solo en nuestro país gana 5 millones de dólares al año y causó un daño del 1.5% calculado sobre una base de 330 mil millones de dólares al PIB en 1998³

³Canto, Marianes, Tesis: impacto del comercio informal de alta rentabilidad en la recaudación fiscal Diciembre de 1998

El fenómeno de los vendedores ambulantes reviste la existencia de estratos claramente diferenciados, así como de características distintivas dentro de éstos.

Comercio informal verdadero.

Son los que producen artículos agrícolas, artesanales o de otro tipo y los venden directamente, así como los que no siendo productores, son intermediarios pero son dedicados de tiempo completo a esta actividad, y lo hacen por cuenta exclusiva; Pueden ser semifijos, ambulante y trashumante. Los semifijos son los tienden a instalarse en ocasiones en la vía pública, casi siempre en un mismo lugar. Son ambulantes cuando tienen su mercancía y andan trabajando en cualquier lugar, que puede variar día con día, pero casi siempre en una área determinada; y son trashumantes si ofrecen su mercancía de mercado en mercado, de calle en calle o de ciudad en ciudad.

Comercio informal artificial.

Son aquellos que jamás producen su mercancía, y siempre son intermediarios, que son llevados a trabajar en esta actividad por la idea de ganar dinero, vendiendo su mercancía donde hay movimiento comercial evidente, en donde creen que se puede obtener mejores ganancias de su producto. En muchos casos estos ambulantes tienen otra ocupación principal, pero por las necesidades que se le presentan adquieren mercancía para revenderla y así sacar ganancia extra.

Comercio informal falso.

El vendedor ambulante falso es aquel que es contratado por otro comerciante para poner un puesto y venderle parte de su mercancía o de su comisión. A Esto por no trabajar por su cuenta el porcentaje de la ganancia que obtiene es menor que el de los estratos anteriores, aunque sus percepciones pueden llegar a ser mayores si trabaja con artículos gancho, es decir de temporada, de novedad o de contrabando, conocido como mercancía de fayuca.



Comercio informal de subsistencia

Dentro de la ciudad de Puebla a las personas que se desempeñan en el comercio informal se pueden catalogar como vendedores ambulantes, semifijos y prestadores de servicio, así las características de cada uno de éstos.⁴

Vendedores Ambulantes.

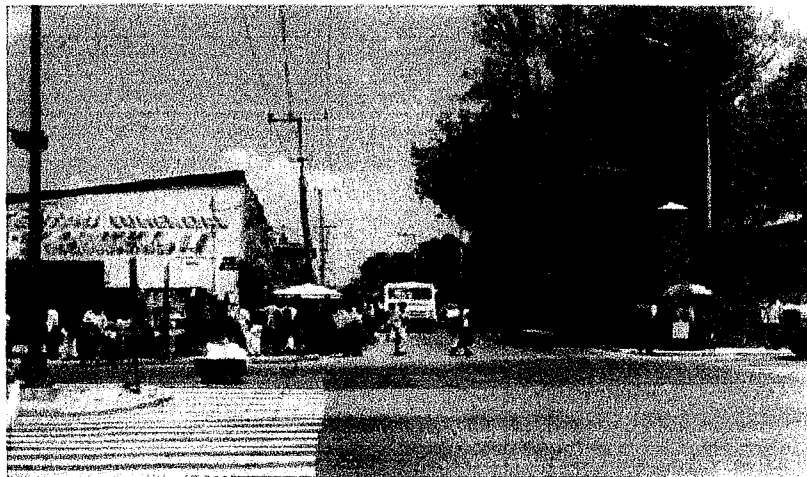
La componen todas aquellas personas que se dedican a la venta de dulces típicos, venta de flores en general, artesanías que se llevan a la mano, globeros, Art de madera, billetes de lotería, en si toda persona que vende su mercancía de sitio en sitio en la vía pública, en la mayor parte de estas personas su nivel de educación es muy deficiente, lo cual es lo que los a desempeñar este tipo de oficio en el cual pueden ganarse la vida honradamente.

Vendedores Semifijo.

La forman toda aquellas personas que en cualquier lugar de la vía pública se establecen para ofrecer y vender su mercancía en una forma momentánea, temporal o provisional en determinado tiempo, con casetas, kioscos, carros, vehículos y sus giros van en la venta de nieves, camotes, elotes, cokteles de frutas, antojitos típicos, alimentos preparados, flores con casetas, periódicos con caseta etc Estas personas para sacar un mayor provecho en la venta de su producto se establecen en aquellos lugares en donde la gente traseúnta con mayor facilidad.

Vendedor o Prestador de Servicio.

Son aquellos que ofrecen un servicio, producto de su esfuerzo, ingenio o creatividad deambulando por la vía pública, y los giros en que se desempeñan son de: boleros, cantantes y músicos, mimos y payasos, lava coches y cuidadores de autos, que en su mayoría solo obtiene ganancias para seguir sobreviviendo en la sociedad, y se localizan en las plazas, parques y en los espacios abiertos de la ciudad.



Vendedores ambulantes en la 10 poniente

⁴Periódico oficial de la federación, 19 de julio de 1996

II.2. TERMINOS Y DEFINICIONES

El comercio en la vía pública, conocido como ambulante, dejó de ser solamente comercio ambulante; las modalidades que ha adquirido en los últimos años son variadas y cada una de estas tenderá a incrementarse de la siguiente forma.

Comerciantes Ambulantes: *Se trata de aquellos vendedores que se instalan en las avenidas de alto flujo vehicular y en las zonas en donde por distintas razones hay una alta concentración y flujo de personas, como lo es en caso particular el Centro Histórico de la Ciudad; Son vendedores de bisutería, artículos y aparatos eléctricos, juguetes, alimentos y bebidas principalmente; Utilizan casi siempre puestos provisionales fácilmente desmontables sin estructuras o vehículos rodantes sin motor, en los cuales pueden estar circulando cómodamente por las calles.*

Comerciantes en puestos fijos y semifijos: *Expenden principalmente alimentos y bebidas, así como periódicos, revistas populares; de hecho, este tipo de ambulantes son los que más conflicto social han generado, por la insalubridad e inseguridad que provocan, ya que no cuentan con las debidas normas de calidad e higiene para vender estos productos, y que representan una competencia desleal para el comercio formalmente establecido.*

Comerciantes en calles y plazas públicas: *Se trata de personas que se dedican al comercio de mercancías generalmente de bienes de consumo y estos se pueden clasificar en tres modalidades; En puestos fijos que por lo regular son hechas por estructuras metálicas sujetas al suelo; en locales semifijos con estructuras metálicas o no metálicas; en vehículos rodantes generalmente automotores que se estacionan en la vía pública.*

Comerciantes en concentraciones que se realizan en festividades populares: *Son personas que se instalan en puestos parecidos al caso anterior, pero es debido que debemos separarlos por su temporalidad en que trabajan, por el tipo de mercancía que expendan, es decir que debido al giro comercial en el que se desenvuelven. Estos vendedores generalmente están asociados a las ferias que se instalan temporalmente en diversas partes de la ciudad, estas ferias cuando se trata sobre juegos mecánicos, son regulados por la ley de giros mercantiles.*

Los tianguis - bazar: *Estos son los comerciantes que se localizan en los terrenos baldíos privados o públicos; levantan sus puestos con material portátil para funcionar tres días a la semana: un día entre semana y el fin de semana. En estos tianguis, además de la venta de bisutería, alimentos, ropa, juguetes, herramienta, aparatos electrodomésticos y electrónicos, se vende ropa y artículos usados; incrementándose cada vez más, la práctica de la piratería (uso y abuso de las patentes y marcas sin la autorización legal correspondiente)⁵*

Los Mercados sobre ruedas: *Es una de las modalidades semiformal mas antigua de esta época, dentro del comercio en la vía pública; ya que se encuentra controlada y autorizada por el gobierno federal (SECOFI) y consiste en establecerse, en forma provisional, un mercado ambulante en tramos de la calle previamente definidos, un solo día de la semana, Se vende principalmente artículos de consumo básico, como alimentos, vestido, calzado y artículos para el hogar.*

⁵Barclay, Manuel; Bustamante, Carlos, *Ambulantaje*, edit. Sociedad de Arquitectos Mexicanos, A C Abril de 1998 Pág. 40,41,42

Definiciones.



El comercio informal es el grupo de personas que realizan transacciones de bienes y servicios sin cumplir con las obligaciones legales y fiscales establecidas, y sin tener algún lugar establecido para realizar dicha actividad.

. **Comercio** : Efecto de comerciar; el comercio enriqueció a Cartago; conjunto de comerciar de un país o entidad, establecimiento comercial, comunicación carnal trato deshonesto de personas de distinto sexo, paraje o calle donde abundan tiendas.⁶

. **Tianguis** : Los tianguis son establecimientos provisionales ubicados generalmente en lugares ya preestablecidos, a estos concurren pequeños productores y comerciantes detallistas a vender al consumidor, productos alimenticios, Artículos de uso personal y productos que comúnmente se usan en el hogar, entre otros

En la mayor parte de los casos, los tianguis se establecen junto a los mercados públicos, en donde estas personas administrativamente comparten los derechos y obligaciones con los locatarios, cuando es frecuente la demanda de productos aumenta, estos tianguistas efectuaran sus ventas diariamente planteándose la necesidad de una integración al mercado en instalaciones definitivas.

. **Mercado** : Es un elemento del equipamiento comercial, estructurado con base en la organización de pequeños comerciantes, que proporcionan a consumidor final el abastecimiento al menudeo de artículos para el hogar, de uso personal y de productos alimenticios. Como partes importantes de la cadena de distribución de comercio al detalle, se orienta fundamentalmente a satisfacer las necesidades de la población de estratos medios y bajos.⁷

Por los servicios que proporciona los habitantes son los beneficiados, el mercado publico debe de ubicarse en las zonas de usos habitacional previniendo el mínimo de interferencia a las viviendas colindantes o próximas a estas; cuenta con locales agrupados de acuerdo a la compatibilidad de sus giros como lo es, el comercio de ropa, calzado, electrónica, productos alimenticios, etc. Asimismo dispone de áreas para la circulación, área de comida, sanitarios públicos, deposito de basura, área de administración, estacionamiento público, entre otros servicios que ofrecen.

. **Ambulante** : Individuos que van de un lugar a otro sin tener un lugar, asunto y establecimiento fijo en donde trabajar .

⁶Diccionario larousse- Enciclopedia, Editorial larousse pp 570

⁷SEDESOL

II.3. CAUSAS Y ORIGEN DEL AMBULANTE

AMBULANTAJE.

El ambulante tiende a ser un modelo móvil y específico, que no desaparece de nuestra vida social y comercial, ya que va de un lugar a otro sin tener un local fijo en donde establecerse, en el cual en la mayoría de los casos se ha ido incorporando en nuestra vida social, como en un perfil del paisaje urbano de las ciudades, sin pensar las consecuencias que puedan ocasionar a la sociedad.

Una de las causas por el cual el comercio informal surge es por la misma necesidad de subsistir en la sociedad, y son aquellas personas que consideran que no tienen muchas oportunidades o bien no se arriesga a obtenerlas; seda frecuentemente entre en el sexo masculino, entre vendedores de novedades, mercancía de temporada, y artículos artesanales, que en la mayoría de los casos su nivel de educación es muy deficiente que se basa en la falta de preparación, en las personas que llegan a estudiar de 1 a 2 años, muchas de estos son de origen campesino que han llegado a residir a la ciudad, que por la misma falta de conocimientos se ha enfrentado a la dificultad de conseguir un empleo, ya que su único oficio conocido no es aplicable en el medio en el cual se allegado a encontrar.

También se trata de hombres y mujeres de campo que vienen a vender al consumidor en forma directa, parte de la cosecha que obtienen durante el año, a sí adquieren una mejor ganancia que si lo vendieran al mayoreo a empresas, estas personas provienen del interior de los estados; venden especialmente vegetales y en algunas ocasiones carne⁸

Por otra parte, el desempleo, la explosión demográfica, la tradición, la educación y las costumbres de los pueblos como el nuestro, son muchas de las causas a las que se les atribuye la existencia de los vendedores ambulantes, factor importante que caracteriza a su vocación para congregarse en espacios públicos y abiertos, para comprar, vender e intercambiar bienes y servicios de manera más directa y más fácil para la población, es decir, más libre que un confinamiento fijo, permanente y sujeto a vigilancia y reglas preestablecidas para controlar y regular las actividades, que en la mayoría son vendedores con tradición familiar que desde sus antepasados acostumbraban vender e intercambiar su mercancía directamente al consumidor, que son personas que nunca han trabajado en sectores de la economía formal, ya que sus antepasados comenzaron en este tipo de negocio; y que además como ya lo hemos mencionado surge a la necesidad principal que es la falta de educación y la capacitación de los individuo, que son factores importantes para encontrar un empleo, que es lo que los induce a buscar nuevas alternativas para crear fuentes de ocupación productivas que les genere ingresos más elevados y a si puedan tener una vida digna.

⁸Diagnostico del ambulatismo en puebla, edit colegio de arquitectos de puebla, edición 1970-80 ,pág.18



A todo esto una de las razones consecuentes a las que decide operar en el comercio informal es el fenómeno de la situación económica, por la que atraviesa y vive el país actualmente, a este tipo de crisis estas personas buscan y se ven obligados a buscar otras fuentes de ingresos para subsistir y mantener a sus familias ya que se ha vuelto insuficiente el ingreso de una sola persona para satisfacer las necesidades más elementales, estas familias optan por convertirse e Incorporarse a la actividad comercial, y tanto que se les dificulta adquirir un local comercial, un permiso para vender y tramitar una licencia, por lo cual ceben obligados a trabajar inmediato en la vía pública de cualquier sector, en donde la gente tiene mejores posibilidades de ingresar, a esto se les facilita la comercialización de mercancía y La venta de la misma, lo que les convierte a formar parte del comercio informal, llamado como vendedores ambulantes; ya que no pagan ningún tipo de tramites de licencia o pago por ocupación de suelo.

A lo anterior el problema es creado por las crecientes tasas de desempleos en todos los sectores de la actividad formal, así como los bajos niveles salariales, los excesivos controles fiscales y la mediatización de los sindicatos y asociaciones gremiales, que dieron pie para que se incrementara la ocupación de las actividades informales, como una alternativa en la lucha por la sobre vivencia.

Otra de las causas en el cual el comercio informal se incrementa es la motivación del consumidor al comprarle al ambulante su mercancía que estos comercializan, ya que muchas veces el producto es más accesible a las posibilidades económicas (las personas que planean sus compras aducen como motivación fundamental para elegir en esa zona sus compras, ya que el precio es mas bajo, tienen mayor surtido en relación con los comercios establecidos, aunque no sean de la misma calidad).

En algunos casos, las mismas identidades como la administración publica han regulado los permisos para hacer uso de la vía publica con fines comerciales, tales son los caso de los Mercados sobre ruedas; creados con un propósito y una finalidad, de comercializar productos básicos para la población más necesitada

En otras situaciones las propias necesidades de la población han determinado la formación en donde sean concentrado los comerciantes, generalmente en aquellas zonas marginadas, bajo estructuras de lamina de cartón, metálica o de madera, con el único propósito de expender aquellos productos básicos que les hace falta a esta gente.



La falta de una reglamentación adecuada acerca de cómo deben de ser otorgados los diferentes permisos correspondientes, ha originado que las autoridades administrativas actúen en forma arbitraria, sin atender la finalidad del interés social. A esto mismo las propias autoridades (Gobierno) han dejado de aplicar las reglas vigentes, propiciando de esta forma el incremento incontrolable de la población dedicada a este tipo de actividades; que hace que invadan las áreas que se encuentran prohibidas por cuestiones de seguridad pública y de interés Social, como lo son los Centros de Salud, Escuelas, Calles, Parques y principalmente el Centro Histórico de la Ciudad entre los más importantes. En otras ciudades el gobierno ha enfrentado este tipo de problemas, por medio de espacios para el comercio informal, dando así soluciones a este tipo de actividades que se crea en la vía pública.

En la actualidad por la cantidad de comerciantes que se han integrado a este negocio, se han creado asociaciones (agrupaciones) de comerciantes, que trabajan para ordenar a sus integrantes y así tener un control sobre los mismos comerciantes. Para que estas agrupaciones tengan un mayor empuje son afiliado a grupos políticos y son asociaciones civiles.⁹

En el Estado de Puebla es gobernada por partido de centro, y la ciudad de Puebla es gobernada por un partido de derecha. De aquí se originan los problemas de tipo administrativo, porque faltan recursos y soluciones para la realización de proyectos que solucionen la problemática del comercio ambulante.

A lo anterior mencionado se puede decir que lo que realmente sucede es que el comercio informal, garantiza recursos abundantes que no los obtendrían operando un comercio legalmente establecido, pues los gastos de cuotas y pagos de impuestos que el comerciante legal realiza, hace que los ingresos que obtienen se reduzcan considerablemente.

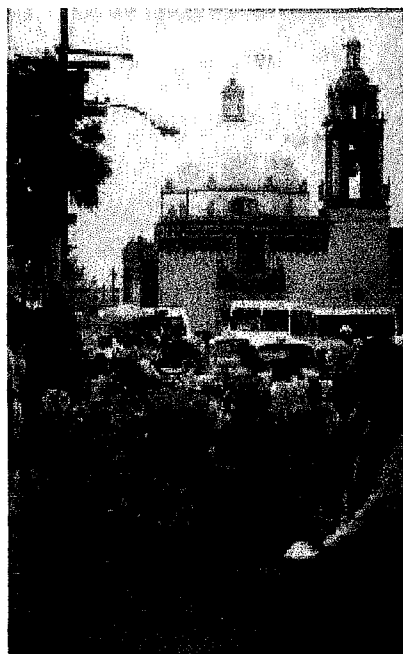
⁹ Periódico el Sol de Puebla, Enero de 1998

II.4. PROBLEMAS QUE PROVOCAN

El comercio en la vía pública ha tenido en los últimos años mayor auge, A esto se le atribuye la existencia del comercio informal, también llamado como comercio Ambulante y esto que ocasionen muchos daños a las entidades y a la sociedad, ya que crean muchos conflictos entre ellos mismos y entre los comerciantes; frustrando al comercio establecido que cuentan con un local comercial, puesto que los ambulantes no cumple con reglamentos, ni pagan impuestos a que está obligado el comerciante establecido, que produce en estas personas, un sentimiento de desilusión; ya que tienen que cumplir con una serie de requisitos y deben recibir inspectores de diversas dependencias tales como el mismo H. Ayuntamiento, la secretaria de hacienda y crédito público etc.; Y bajo estas circunstancias les reduce las ventas a estos comercios, por lo contrario, un grupo bastante numeroso de comerciantes informales establecidos en la vía pública no cumple con ninguna de estas obligaciones y nadie les molesta; estas personas pagan nada más cuotas diferenciales a gentes ajenas al gobierno y estas cuotas no se enfocan al beneficio colectivo.

Estas personas deterioran la imagen y el entorno urbano de la ciudad, ya que en muchas ocasiones se encuentran establecidos en sitios de atracción turística tan importantes para la sociedad, como lo es en este caso el Centro Histórico, que cuenta con lugares con un valor Histórico cultural; como la capilla del Rosario, el convento de Santa Rosa, los portales, en el cual se encuentra el Palacio Municipal. En las cercanías se encuentra el convento de Santa Mónica, el Paríen, la Catedral y otras iglesias que son auténticos monumentos coloniales; y que además son visitadas por los turistas, principalmente por los extranjeros. A efecto de este fenómeno mencionaremos que los ambulantes, han existido en la Ciudad de Puebla a través de la Historia, y que a consecuencia de que la gente transita con facilidad por el Centro Histórico, para estas personas representa un beneficio en las altas ventas de mercancías; el comercio informal se incorpora a este sitio, pero crean muchos problemas que provoca distintos fenómenos indeseados para la Ciudad.

A todo esto, estas personas son muy ruidosas y molestas para la gente que circula por las calles, ya que dejan las calles llenas de basura, y no cumplen con la limpieza adecuada al terminar sus ventas; y que además las calles han sido planeadas para el tránsito de personas y vehículos y no para la instalación de comercios, y por consiguiente el drenaje es poco apropiado para canalizar gran cantidad de desperdicios sólidos que se acumulan y esto ocasiona que se tape con frecuencia; además, el mal olor representado por la presencia de sólidos implica que sean absorbidos por los transeúntes que circulan. De hecho, la proliferación de estos ambulantes Son los que más conflictos provocan, por la insalubridad e inseguridad; por el tipo de mercancía que ofrecen a las personas, ya que muchas veces estos productos no cuentan con las debidas normas de calidad e higiene, como lo son los productos alimenticios, la mercancía eléctrica, y ropa; esto representa un alto riesgo para el transeúnte y consumidor, poniendo en riesgo su integridad física, ya que en los mismos negocios establecidos utilizan estufas de gas o petróleo, cómales, y productos que se descomponen fácilmente.



El comercio informal genera problemas de diverso índole, ya que al instalar sus puestos en las principales arterias, provocan que la movilidad de los peatones y la de los vehículos sea muy complicada, y ocasionan serios trastornos de congestionamiento, ya que las calles las han convertido en vías de un solo carril, y en otros lugares hasta han llegado a cerrar las calles que esto contribuye a que se registren altos índices de contaminación ambiental, El peatón pierde tiempo, puesto que su circulación se vuelve lenta, a la vez que es víctima de empujones y pisotones.

En el aspecto económico y Fiscal afectan las finanzas del comercio establecido; Al fisco lo evaden, porque no pagan impuestos El ayuntamiento otorga estos permisos provisionales a los ambulantes, esto a ocasiona controversia, puesto que es algo ilegal; Ya que el gobierno estatal permite los permisos; que crea conflictos con los comerciantes, que les hace realizar manifestaciones en contra del ayuntamiento y esto hace que se formen grupos aglomerados que obstruye el tráfico de los vehículos en la ciudad.

A estos permisos los locatarios de otras entidades deciden salir a las calles por las mismas facilidades que el gobierno da a los ambulantes para vender en los lugares públicos, y debido a esta situación los mismos comerciantes afirman:

¿ A quien pagan los ambulantes el consumo de energía eléctrica?

Puede ser que la tomen de las instalaciones de los comercios establecidos, o que hay un convenio con la Comisión Federal de Electricidad y se cuelguen a los postes para obtener la energía eléctrica. En cuanto se empieza a oscurecer o durante el día, ningún puesto tiene contrato oficial con CFE. Y por lo tanto carecen de medidores.

¿ En que condiciones autoriza el alcalde las instalaciones de los ambulantes? ¿ estas personas deben pagar algunas cuotas al ayuntamiento?

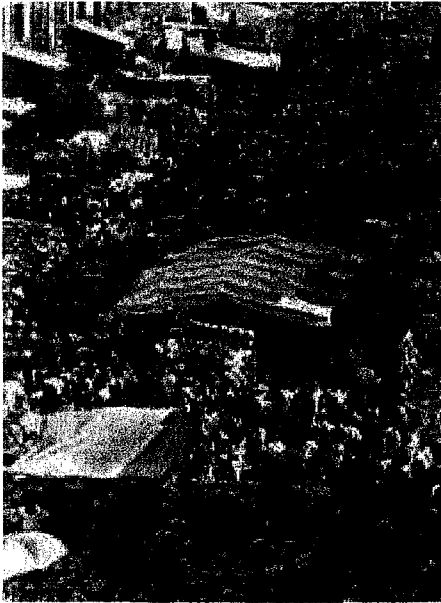
Las citadas áreas se están convirtiendo en lugares muy sucios por que no hay sanitarios para tantas personas y no falta quien haga sus necesidades fisiológicas en la calle. Por otra parte en torno a los puestos de comida se genera mucha basura y el piso se mancha de grasa. No se sabe si los comerciantes ambulantes se han organizado para que las empresas recolectoras de basura les den servicio.¹⁰

Esto contribuye al estancamiento de las personas que lo forman, al fomento de los círculos viciosos como es la corrupción y el enriquecimiento ilícito etc.

Las numerosas familias que habitan las mencionadas áreas ocupadas y los ambulantes tienen problemas para transitar y sacar su basura.

¹⁰Publicación en el periódico El Sol de Puebla, Diciembre de 1997

Han surgido 2 a 3 casetas de cartón porque uno que otro ambulante prefiere dormir en donde funciona su puesto.



Molesta esta actitud a los comerciantes que están establecidos en los diferentes mercados, ya que en vez de fortalecer las actividades en los mercados contruidos sé ahuyenta al comercio informal con la instalación de ambulantes en las calles.

La concentración de ambulantes y las de los puestos fijos y semifijos son los que más problemas ocasionan a las entidades. Por su parte, los comerciantes de los tianguis- bazar y los mercados sobre ruedas son de tipo comercio callejeros cuyo funcionamiento ha estado tradicionalmente más controlado y regulado, en comparación con los comercios ambulantes, fijos o semifijos; y puesto que también los tianguis-bazar, mercados sobre ruedas también ocasionan inconveniencia y problemas a las personas de las diferentes entidades, estas no han llegado al conflicto y mucho menos a la agresión, por las características de su eventualidad, movilidad y cierta limpieza del lugar al finalizar la jornada.

De todo lo mencionado la proliferación del comercio informal da como consecuencia algunos hechos relevantes como lo son.¹¹

- . Los negocios ilícitos como lo es el contrabando prosperado a los vínculos del Ambulantaje.*
- . Los consecutivos robos a las unidades transportadoras de mercancía, que proliferan cada vez con mayor auge, esta mercancía robada son expendidos en el mercado ambulante a precio más accesible que en el comercio formal.*
- . Que los arreglos que se llegan a dar entre los lideres y autoridades de nivel bajo e intermedio provocan esta corrupción, extorsión y explotación.*
- . Es evidente el deterioro progresivo urbano ambiental en las ciudades a consecuencia del desorden del Ambulantaje.*

Estos problemas también son mencionados por las diferentes fuentes de información, ya que la corrupción esta dada en todos los niveles, declarando que las mercancías provienen de asaltos a los camiones de las diversas empresas de este medio, que el paso de mercancía es permitido por las aduanas sin el correspondiente pago de impuesto, además de que los artículos se han detectado defectuosos de fabrica y para cuya comercialización del producto se utiliza en este tipo de medio.

¹¹Diagnósticos del ambulantismo en puebla, edit Colegio de arquitectos de Puebla, A C edición 1970-80
Estudio de campo (en las calles del centro histórico) encuestas a la gente
Y a los comerciantes establecidos

II.5. LUGAR DE TRABAJO

El comercio en la vía pública, conocido como Ambulantaje, deja de ser en los últimos años solamente comercio informal, ya que las modalidades que se han adquirido en el transcurso de los últimos años han variado y cada una de estas tenderán a incrementarse según su origen.

Estas personas se establecen en los diferentes lugares de la ciudad debido a su giro de servicio, forma de operación y su trascendencia.¹²

Comercio informal de subsistencia: *Estos comerciantes informales se ubican en lugares donde la circulación de peatones es tumultuosa, tales como las salidas de las terminales de transporte, hospitales, escuelas, centros de espectáculos, en cruces peatonales, gasolineras y parques, prácticamente los podemos observar en cualquier lugar.*

Comercio informal de alta rentabilidad: *Esta conformado por pequeñas instalaciones fijas o semifijas establecidas en la vía pública.*

Los tianguis: *Estos comerciantes se instalan principalmente en los terrenos baldíos privados o públicos.¹³*

Tianguis populares: *se ubican en las calles determinados días de la semana.*

Los Mercados sobre ruedas: *este tipo de comerciantes se establece en lugares previamente definidos, un solo día a la semana.*

Los vendedores denominados Ambulantes: *Estos se caracterizan por ejercer su actividad comercial en forma permanente o eventualmente, sobre las calles de la vía pública, operando con horarios libres y en diferentes modalidades*

Estas personas se ubican en los lugares más accesibles a la gente y adecuado a sus actividades, como los son los cruceros, calles, plazas centrales, paradas, terminales de camiones, escuelas, universidades, edificios públicos, entre otros

También para los ambulantes se les facilita establecer sus puestos provisionales en cualquier zona de la ciudad(espacios públicos), principalmente en los lugares con gran afluencia de consumidores, en donde la gente tiene mayor oportunidad de ingresar, tales como lo es el Centro Histórico de la ciudad, a efecto de nuestra investigación nos enfocaremos a la zona del centro histórico, en donde se encontraban más de dos mil ambulantes trabajando en el primer cuadro del centro, esta gente se establecía desde la avenida reforma hasta la calle 14 oriente – poniente sobre la calle 5 de mayo.

¹²Tesis: impacto del comercio informal de alta rentabilidad en la recaudación fiscal Diciembre de 1998

¹³Barclay, Manuel; Bustamante, Carlos, Ambulantaje, edit Sociedad de arquitectos Mexicanos, A C Abril de 1998, Pág 40, 41

Por la importancia del lugar se tratara de cuidar y preservar su imagen y contesto urbano, como son sus edificios, con un valor histórico cultural para las familias poblanas y para el país de México, ya que son visitadas por los turistas que ingresan a la ciudad de Puebla

A esta situación el gobierno ha creado campañas de motivación dirigida a los 7 mercados de apoyo, para que integren a los ambulantes a estas entidades que se encuentran en esta Ciudad de Puebla.

También sé a creado sistemas que permitan interconectar a las ventas con cajas de tesorería, en donde podrán realizar pagos para adquirir locales comerciales dentro de las entidades existentes o en las que están en proceso de terminación.¹⁴

Los desalojos, que requieren de control fiscal permanente, esto conduce normalmente a la dispersión de la actividad por otros muchos lugares y tienen sólo efecto coyuntural, que se desvanece con el tiempo

Las plazas, mercados o corredores comerciales que son ejemplos más claros para ordenar a los ambulantes, en general poco adecuados, presentan diversos problemas.

Por lo que son de poco interés para los vendedores; ya que son muy costosos para la mayoría de los posibles usuarios, por lo que a esto permanecen vacíos o los adquieren los distribuidores, los dueños de múltiples puestos o los lideres, tendiendo a convertirse en bodegas de quienes permanecen en las calles; estas personas se ubican sobre todo en las áreas centrales de la ciudad, manteniendo la concentración, no en las colonias, delegaciones y pueblos, para desconcentrar la actividad y reducir los desplazamientos al centro de mercancías, vendedores y compradores. Que además, inmediatamente después de haber sido reubicados algunos en lugares cerrados, sus puestos en la calle son ocupados por otros o por los mismos familiares, dependientes o amigos de los mismos.



Comercio informal en la 6 Poniente

¹⁴ Periódico el Sol de Puebla, Diciembre de 1997

II.6. POSIBLES SOLUCIONES Y PROPUESTAS

El problema del ambulante que es un reflejo claro de los modelos de desarrollo que ha seguido nuestro país, no es fácil de solucionar o controlar, ya que es una forma de expresión de las extensas redes de corrupción que ha imperado en la administración urbana, de intereses clientelares y de mafiosos que operan tanto en las propias organizaciones de ambulantes, funcionarios públicos de espacios y líderes que buscan según sus intereses de cada uno u otros.

El ambulante surge por un problema de crecimiento demográfico de la población en un contexto de hiperterciarización de la economía urbana. También ha sido una válvula de escape de la población en general, ante la falta de soluciones de fondo de desempleo, bajo sueldos y escape de productividad, y que por lo tanto se les ha consecuenciado; pero ya que existen una gran concentración de ambulantes, esto a ocasionado un conflicto de primer orden, comparable en magnitud y en complejidad a la contaminación, a la inseguridad, que se articula en ocasiones con la delincuencia organizada, que a efecto de estos últimos las dependencias Gubernamentales, han creado estrategias y propuestas, con el fin de reducir el problema del comercio informal.

Una de las propuestas para solucionar los locales de los ambulantes en espacios en el cual estos crean conflictos, es la de fomentar los programas de creación de espacios propios para poderlos reubicar; por lo tanto es de gran importancia identificar los lugares en donde puedan generarse este tipo de espacios, en donde se puedan promover y facilitar su adquisición o alquiler a los trabajadores ambulantes, para propiciar el diseño de soluciones eficaces y que dignifique la actividad de este tipo de comercios.

*Como ejemplo tenemos el siguiente:*¹⁵

Apoyo a la Promoción del Desarrollo Económico urbano.

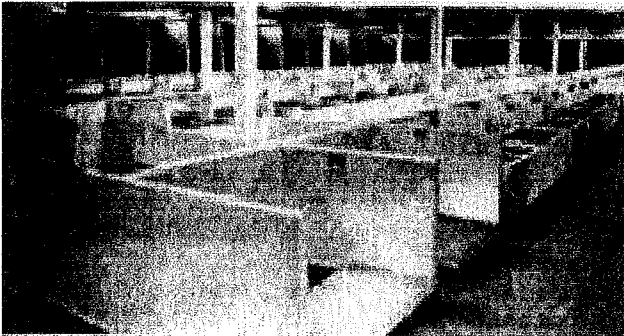
El ordenamiento territorial de las actividades económicas y de la población conforme a las potencialidades de las ciudades, tal como lo ha concebido el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, que implica dar mayor atención a la estrecha relación entre el desarrollo económico y el urbano, como enfoque estratégico para propiciar una ocupación más equilibrada del territorio. Es conveniente considerar que en la promoción del desarrollo económico urbano se fincan las bases para un crecimiento ordenado y previsible de las ciudades, en los plazos medianos y largos.

Administración del Crecimiento de las Ciudades

El proceso de urbanización pone de relieve la necesidad de contar con capacidades locales para orientar el crecimiento urbano; para generar una oferta de suelo adecuado, suficiente y oportuna, para promover la construcción de viviendas, de equipamiento y la prestación de servicios públicos.

¹⁵Diario Oficial de la Federación, Programa Nacional de Desarrollo Urbano 1995-2000, Marzo de 1996

La reactivación económica y social de los centros de las ciudades, con el objetivo de revitalizar los principales centros de actividad de las ciudades, no importando su naturaleza de su actividad urbana que va desde el centro histórico a sitios de actividad comercial en donde puedan promoverse proyectos que generen actividad económica. Estos proyectos tienen como fin el proporcionar empleos a la población modernizando su infraestructura además de la rehabilitación del equipamiento urbano¹⁶



El objetivo principal es la identificación, redimensionamiento y diseño de los espacios factibles de acondicionar en las nuevas propuestas de atención al comercio en la vía pública, en concordancia con las estrategias y líneas de acción consideradas

Para cumplir satisfactoriamente con el objetivo expresado, sería necesario realizar un estudio detallado de los espacios acordados y determinados, en el marco de un eventual programa de reubicación, tomando en cuenta para ello el entorno en que se localizan, el impacto urbano - ambiental y la imagen urbana de las áreas seleccionadas

Con este tipo de estrategias deberá enfocarse hacia la recuperación de la función de los espacios públicos de acuerdo con los usos de suelos previstos en los programas delegacionales. A efecto de que se lleven a cabo eventualmente la ubicación de comerciantes ambulantes, de esta forma deberá estar reglamentada de manera clara y precisa para las características particulares de las áreas en el cual sean localizadas, así por su giro comercial.



Una propuesta del Gobierno para reordenar el comercio informal es reubicarlos en los mercados ya existentes de la ciudad de Puebla, ya que se menciona que en estos lugares permanecen en un 40% semivacíos; Dando facilidades a esta gente en la obtención de algún local desocupado, u otra alternativa es establecerlos en los mercados rodantes que existen en la periferia de la ciudad, en donde

pueden dar abasto a la ciudadanía de estas comunidades, puesto que para muchas personas que viven en estos lugares se les dificulta ingresar a los espacios en donde se realizan las actividades comerciales.

¹⁶Cazabál, Jorge, Tianguis Junio de 1998, Pág. 35,36.

Otro de los puntos a mencionar sobre las opciones que se pueden seguir para controlar el ambulante, corresponde a los aspectos de normatividad que han implementado el Gobierno Municipal del H Ayuntamiento para el comercio informal y prestadores de servicios para la ciudad de Puebla, en el cual se deberán sujetar todos los involucrados a esta problemática: autoridades, vecinos, usuarios y principalmente los ambulantes.

También deberán desaparecer inmediatamente el sistema actual de cuotas y permisos ilegales que no benefician en nada al erario público y sí deterioran la imagen de estos. Por lo tanto, deberá de aplicarse una penalización severa y públicamente difundida ante la sociedad, para todos aquellos que se beneficien de esta práctica ilegal.

De acuerdo a lo que ya mencionamos, se pretende realizar una propuesta que conlleve al mejoramiento de espacios comerciales, para los trabajadores ambulantes que se encontraban laborando en el Centro Histórico; realizando un proyecto arquitectónico y ejecutivo de la propuesta, buscando algún predio que cumpla con las necesidades de los ambulantes para realizar el proyecto, en donde estas personas puedan adquirir un local comercial al alcance de sus posibilidades, a todo Esto, con el propósito de que, mediante de un diseño apropiado, se rescate y se mejore la imagen urbana del Centro Histórico.

El comercio informal existe en todo el mundo, sin embargo, en los países desarrollados ya no es un problema prioritario a resolver, debido a que su crecimiento se ha controlado tomando medidas severas; en donde los últimos 15 años esta actividad ilícita y perjudicial aumentó su participación en el mercado entre un 50 y un 60%.

II.7. CONCLUSIÓN

El comercio informal en la vía pública es uno de los fenómenos característicos de las concentraciones urbanas masivas del mundo y que en nuestro país particularmente toma una relevancia especial por la magnitud y el grado en que los problemas se van presentando, derivados de la práctica ilegal y viciadas del comercio en la vía pública, cuyo problema se ha visto neutralizado por la falta de soluciones adecuadas y eficaces por parte de las autoridades Gubernamentales; ya que la corrupción de funcionarios y de los líderes, que lleva a efecto la ilegalidad de cuotas y el control de los padrones de ambulantes, que estos han sido creados la mayoría de veces por estos funcionarios públicos, cuyo único propósito e interés es en beneficio de unos u otros.

Es importante detener la propagación no tan solo del comercio informal, sino el crecimiento de la economía informal, ya que es lo que da pie al incremento de las actividades ilícitas como: la venta de mercancía robada, comercialización de productos de contrabando, venta de artículos sin registro legal y comercio de mercancía sin garantía para el consumidor

Solo a través de un compromiso entre el Gobierno y nuestra sociedad, el comercio en la vía pública dejara de ser no solo un motivo de pugna social para convenir a la vista de esta sociedad, un medio digno de ganarse la vida, una ocupación ordenada legalmente reconocida y respetuosa de derechos de terceros. Por medio de una reglamentación adecuada de espacios en donde sea permitida la actividad del comercio informal, mediante diseños flexibles, en donde estos espacios cuenten con todos aquellos servicios necesarios e indispensables como lo es la red de agua potable, de gas, alumbrado etc., para que puedan operar correctamente; estos servicios tendrían que ser pagado por las mismas personas a costos accesibles, mediante cuotas reglamentadas y acordadas por los comerciantes y por las autoridades Gubernamentales.

Capítulo III

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El Mercado, como fenómeno comercial en todo México, ha presentado un sistema de venta con una antigüedad que se remonta a la época Prehispánica, en donde, diversos productores agrícolas o ganaderos comercializaban su producto al menudeo pagando una mínima contribución a la autoridad correspondiente en comparación con lo que paga un comerciante establecido.

El comercio ha sido, si no uno de los factores primordiales, si uno de los principales e indispensables, en el crecimiento y entendimientos de los pueblos, en los cuales requieren de los mercados para que su comercio pueda llevarse a efecto, en esa forma se requieren de los mercados, para efectuar las funciones tales como son: el intercambio de mercancías y productos para el consumo exterior, interior y domestico de toda la sociedad

III.1. RESEÑA HISTORICA DEL MERCADO Y TIANGUIS.

Mercado.

La palabra MERCADO, se deriva del latín, Mercatus, que da referencia al lugar o forma de contacto que existe y que seda entre el comprador y vendedor¹⁷ El genero mercado, tiene antecedentes desde que el hombre tiene la facultad de realizar intercambio de mercancía o de productos, en sitios determinados

De aquí cabe mencionar que en términos generales de lo que es el mercado mencionaremos que es el sitio público destinado permanentemente, ó en días señalados, celebran los productores y consumidores para ser sus transacciones con mayor facilidad, así es el lugar donde se recurre a realizar ventas y compra de los diferentes productos que se encuentran en el lugar, este tipo de sitios son necesarios, ya que de lo contrario no se tendría un lugar recíproco que facilite la búsqueda de los alimentos¹⁸

El comercio ha sido, desde la antigüedad y desde el origen del hombre, una de las principales actividades, necesidades del mismo, y es la primera de comerciar, en un principio estuvieron determinado por el llamado trueque, que era el intercambio de sus productos, que eran los alimentos y pieles que obtenían de la caza, siendo esta una de las principales actividades que desempeñaba el hombre para poder sobrevivir y subsistir en su medio

Cuando la necesidad y la evolución del hombre primitivo lo llevaron a buscar otra forma de comercializar fue gracias a las aguas sobre las que estos habitantes vivían, que constituyeron un medio de comunicación importante, gracias a las canoas que podían recorrer fácilmente distancias considerables, sabemos que sucedió entonces, se comenzó a comercializar a hacer el trueque, estos cambiaban los excedentes de sus productos, por otros que necesitaban y adquirían valiosos conocimientos, pero ahora empezaban a valorizar sus productos, surgiendo así las primeras monedas y fue desapareciendo paulatinamente el trueque, que era constantemente inspeccionado

De esta forma llegaron a crear una ruta comercial que unió el Báltico con el Mediterráneo A sí se difundieron mercaderías e ideas por el continente europeo

Con este nuevo oficio y con las nuevas ideas que surgieron, llega al fin el periodo Neolítico, y comenzó en Europa la Edad de Bronce Fue un cambio gradual, que se produjo a lo largo de unos mil años aproximadamente La edad de Bronce no trajo raza alguna nueva a Europa, sino trajo ideas nuevas a la gente que se encontraba allí

Desde las primeras civilizaciones existieron sitios donde se llevaba acabo la actividad de comerciar En ejemplo tenemos Grecia, y en especial Atenas, que existían mercados distintos para cada clase de productos e industrias, a esto se menciona que Pericles hizo construir uno sumamente vasto para la venta especial de trigo y harina; que los había dividido en secciones destinadas a la venta de diversos productos, de esta forma quedaron separados adecuadamente uno de otro

¹⁷Diccionario Larousse de Historia de Mexico, Editorial Larousse, pág 1438- 1443

¹⁸Diccionario porrua, edit Porrua, S.A , Edicion 1964,pág 1316,1317

En la antigua Grecia, el comerciante tendía sus mercancías debajo de las columnas de un edificio diseñado especialmente para este fin, la Estoa

Los comerciantes se instalaban en el ágora, lugar central de la vida urbana de esta Ciudad, era aquí en donde el comercio tenía lugar, en tiendas semifijas, en barracas móviles, ó simplemente en puestos cubiertos por toldos, que servía a la vez de centro de reunión para las asambleas populares y de mercado propiamente, en donde había calles donde se vendían diferentes y determinados artículos, ya en barracones de tela ó cañas, y en verdaderos almacenes; que era semejante al foro Romano. Los mercados griegos estaban ricamente adornados de estatuas y pinturas y ofrecían bellas calles de plátanos y extensos pórticos

La extensión gradual de los mercados hizo que dejaran de reunirse en ellos la asamblea del pueblo y que se afectara el ágora primitiva á las transacciones comerciales únicamente. Generalmente, el mercado griego es de forma cuadrada y se halla rodeado de pórticos separados por las calles

El mercado griego no era sólo un centro de venta de comestibles, ya que los banqueros ó trapezites tenían allí su mercancía. A la vez el mercado era un punto de reunión de los que no tenían nada que realizar, que iban á amenizar sus ocios comentarios de las noticias del día

En Roma, empezó a formarse el mercado con el Foro, lugar en que se establecía el comercio en determinados días, que consistía en una extensa plaza donde los comerciantes de la ciudad instalaban su mercancía y la gente de la campiña realizaba producciones del campo. En las ciudades de corto vecindario existía un solo mercado, y en las importantes varios, estos destinados a la venta de mercancía diferente. El foro tenía en Roma dos objetos tan distintos como era la venta de productos y lugares destinados a la asamblea pública, siendo este el lugar de los Romanos donde acudían para saber las noticias, pero los foros se fueron transformando hasta convertirse en lugares de paseo y reunión en donde se celebraban las asambleas y se formaban los tribunales. Los comerciantes y vendedores tuvieron entonces que emigrar hacia el Norte, a un nuevo foro llamado forum piscarium.

En la edad media se crearon los mercados cubiertos con bastos tejados sostenidos por columnas, pilares o muros de mampostería, junto a los cuales se efectuaban la venta de mercancía agrícola y de productos manufacturados. Estos edificios solían ser bajos, oscuros y malsanos, ubicados generalmente cerca de los templos.

A partir de la revolución industrial, que en marca el principio de la época moderna, se comenzaron a construir los grandes mercados con cubiertas de lámina de hierro

Los grandes mercados de hierro presentaban, el inconveniente de dar en el verano un calor insoportable y en invierno un frío excesivo, contribuyendo a descomponer y deteriorar la mercancía

Distingase generalmente dos especies de mercados, tomando esta palabra en el sentido del lugar en donde se efectúan transacciones, los de aprovisionamiento y los de renta ¹⁹

El primero comúnmente sirve para la venta de los artículos destinados al consumo diario de las familias. Generalmente este tipo de mercados tiene lugar semanalmente.

¹⁹Enciclopedia universal ilustrada, edit.Espasa-Calpes, S.A., sin fecha, pág. 781 – 785, tomo 31

El primero comúnmente sirve para la venta de los artículos destinados al consumo diario de las familias. Generalmente este tipo de mercados tiene lugar semanalmente.

Los mercados de reventa tienen el objeto del cual su nombre lo indica, y en ellos se hace en todos los instantes la venta al detalle de los productos adquiridos al por mayor de los proveedores, adaptándolo a las necesidades del consumo.

En la actualidad debido a los avances tecnológicos, se comenzaron a construir los mercados más amplios, e higiénicos, con las dependencias necesarias que satisfagan los deseos y las necesidades tanto de vendedores como la de los compradores.

Tianguis.

La palabra TIANGUIS se deriva del náhuatl, tianguiztil que significa Mercado, Plaza.

El tianguis llena una función social y tiene el sabor y el colorido de las tradiciones auténticas de un lugar. Antiguamente existían grupos de vendedores que vendían mercancía en general y otros productos que indudablemente no se fabricaban en un sitio, pero que al mismo tiempo competían con los comercios establecidos del lugar, la finalidad que estos sitios tenían era el intercambio de productos regionales entre pueblos aledaños, artesanos, pequeños agricultores y los dedicados a la crianza de animales, e intercambiaban sus productos por otros que les eran necesarios para la vida cotidiana que estos desarrollaban, creando un movimiento que beneficiaba a la economía regional.

A si los mercados y los tianguis, tienen una gran importancia ya que forman parte de nuestra cultura y forma de vida en nuestra sociedad.



Plaza Tianguis

III.2. EL COMERCIO EN MEXICO.

El comercio informal es una costumbre arraigada, ya que desde épocas inmemoriales ha sido una forma de sustento humano, desde los romanos a quienes durante muchos años se les considero el centro del mundo, pasando por los árabes y los chinos, hasta nuestros días, el comercio es una de las actividades más productivas



En México, el comercio ha ido evolucionando, desde la época prehispánica que existía el autoconsumo, es decir, que solo se consumía lo que se producía, que caracterizó en un principio a los mexicas que redujo el comercio al intercambio de primera necesidad (el trueque), por otro de los cuales carecían. A medida que la sociedad se fue desarrollando, se establecieron los primeros contactos comerciales, particularmente después del triunfo sobre azcapotzalco, cuando se formo la triple alianza

Sin embargo, ese intercambio obligó a la existencia de mercados (tianguis) diarios, además de uno general que se realizaba cada 5 días. Los diversos pueblos procuraban celebrarlo en fechas diferentes para no perjudicarse entre sí. Además del Tlatelolco, que era el principal, existían otros mercados de importancia, entre

los que destacaban Tlaxcala, Cholula, Meztitlán, Tacuba, Azcapotzalco, Tenochtitla, y los de Chichén Itzá, Cochi y Chanca, entre los Mayas

Los mexicas comerciaban desde un principio con el pescado, a cambio del cual adquirían maíz, algodón y otros artículos; pero a medida que extendieron su dominio, eran más variados los productos que traficaban

En un principio los comerciantes se solían reunir para sus transacciones bajo la sombra de ceibas frondosas. Al menos durante la conquista Española, los Pochtecas constituían un sector de la población que gozaba de gran prestigio, así los Pochtecas vivían en barrios especiales de la sociedad prehispánica, tuvieron vínculos aun con centro América y mantuvieron el monopolio del comercio exterior. Gracias a ellos aflula a la capital azteca toda clase de productos como el cacao, algodón, papel, cerámica de diversas formas, trabajos en oro y plata, plumajes de todos colores, cueros de animales, joyas etc. Los pochtecas llevaban algunos productos elaborados en México — Tenochtitlan, que se iba convirtiendo así en grandes centros industriales y comerciales

A las acciones que tuvieron los pochtecas el Estado les brindaba apoyo y protección, al grado de declararles la guerra a las poblaciones donde les robaban o mataran. De esta forma, por el temor que inspiraban los guerreros mexicas, no les era negado el paso y podían llevar su mercancía a regiones en donde otros comerciantes no podían llegar a comercializar. Los pochtecas realizaron a menudo funciones de espías.

Los pochtecas eran los mercados organizados en las principales ciudades del México antiguo como Technotitlan, Texcoco, Cholula y de modo especial en Tlatelolco, donde había mercado todos los días. En estos mercados se realizaban toda clase de cambios comerciales, algunos por la vía del trueque y otros sirviéndose de lo que pudiera llamarse una especie de moneda, que en la mayoría de los casos era cacao y para los objetos de valor se utilizaba el oro el polvo o en pepitas.

La importancia de estos mercados o tianguis llegó a ser tan grande, que algunos de los conquistadores afirmaron no haber visto en España cosa semejante.

Durante la época virreinal, el comercio interior se enfrenta a numerosos obstáculos, tales como la falta de medios de comunicación y de transporte adecuados, los múltiples y pesados impuestos que se debían pagar, el monopolio de la corona sobre algunos artículos y la inseguridad de las rutas.

En esta Época, fuera de los mercados y tianguis existían numerosos comerciantes, unos establecidos y otros ambulantes. En las “pulperías” se vendía al menudeo lo necesario para el abasto y alimentos del público, en los “tendajones” mixtos o mestizos, lienzos, papel y especiería, y en los “cajones” de ropa, textiles, pasamanería, Lencería y chucherías. Estos negocios fueron antecedentes de las grandes tiendas múltiples.

Durante la colonia se abrieron 26107 kilómetros de caminos, concentrados en el altiplano o con destino a los puertos autorizados al comercio.

Con la llegada de los españoles, el sistema cambió, surgiendo las ventas al mayoreo y al menudeo, los pilones y las casa de empeño. Los impuestos principales que se llevaban a cobrar eran alcabalas, derecho de vajilla, ramo de muralla, peaje y barcas. Otras restricciones se proponían al monopolio de la corona y favorecer a los Españoles, dejando a los indígenas sólo la venta de algunos frutos y artesanías. Lo anterior determinó que los criollos se dedicaran a traficar con los productos nacionales y con algunos textiles manufacturados por los indígenas.

A los tianguis se les fijó una periodicidad semanal, se introdujo a estos poco a poco una moneda metálica y se sujetó a las ordenanzas municipales. Un elemento nuevo en el comercio novohispano fueron las ferias, en las que se expedían productos europeos y del oriente, introducidas por Veracruz y Acapulco.

Para controlar los precios y combatir la escasez y la especulación, a fines del siglo XVI se crearon la Alhóndiga y el Pósito, que funcionaron en forma permanente; en estos lugares se llegaron a comercializar con productos que eran exportados del exterior (ropa, sedería, paños, vinos, aceros, ferretería y mercería), con lo que se producían para ser exportados (plata, oro, azúcar, harina, vainilla, cueros curtidos y carne saladas) y con lo que producción y consumo doméstico (textiles corrientes, artesanías, cereales, semillas, legumbres y derivados de la ganadería).

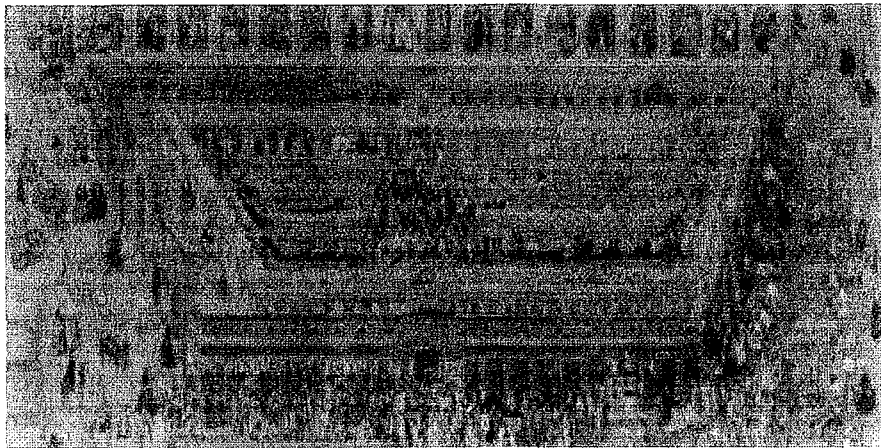
Los mercaderes desarrollaban una actividad relevante tanto para la población como para el estado, no solo se les consideraba como simples comerciantes que iban de pueblo en pueblo ofreciendo mercancía, también eran soldados y capitanes

Con la consumación de la independencia nacen las llamadas tiendas y tendajones, que es la época en la que se da con mayor auge los mercaderes y tianguis

Durante las primeras décadas de la vida independiente, el comercio se practicaba en dos áreas principales en tiendas y en pequeños establecimientos, en calles, plazas y mercados. Las grandes tiendas, dedicadas a importar mercancía, pertenecían casi en su totalidad a los Franceses, Ingleses, Alemanes y Norteamericanos, y los pequeños pertenecían a los Españoles, de esta forma el comercio estaba en manos de los extranjeros

De los años de 1911 al 1925 El comercio fue una de las actividades más afectadas por el movimiento Revolucionario iniciado en 1910. A causa de la lucha armada, descendió la producción por falta de mano de obra y de capitales, los escasos artículos disponibles no podían movilizarse con facilidad porque los ferrocarriles estaban dañados o se utilizaban con fines militares

De esta manera podemos mencionar que el comercio a través de la historia, ha logrado ser, si no uno de los fenómenos primordiales, si uno de los principales e indispensables Actividades que ha venido desarrollando el hombre en el crecimiento de los pueblos



Práctica del Comercio en Plazas y Mercados

III.3. EVOLUCION DEL MERCADO EN MEXICO.

En tiempos de Moctezuma Ilhuicamina se hizo el trazo de la plaza principal de México – tenochtitlan, en donde quedo instalado el mercado



El comercio, antes de la conquista, tuvo una gran importancia, ya que era el único medio pacifico de comunicación entre los diferentes pueblos y en el cual obtenían diferentes artículos por medio del trueque. Este comercio se efectuaba no solo por tierra, sino también por navegación, a través de ríos, lagos y por las costas. Este comercio se desplazó dentro de Tlatelolco, mientras que la de la plaza de México sólo estaba comunicada por una acequia, y la de Tlatelolco tenía acceso por varias

Una cuidadosa lectura de las opiniones emitidas por los conquistadores españoles durante el primer contacto con las organizaciones urbanas prehispánicas, nos evidencian el asombro causado por ellos por el orden, la limpieza, la eficacia y apariencia de los “Tianguis” establecidos en los Calpullis tenochcas o el gran mercado de Tlatelolco. De hecho, los nuevos mercados establecidos por los españoles, casi en nada modificaron al modelo original indígena, subsistiendo incluso, desde la función de la nueva urbe, la presencia del Tecpan o juzgado calificador, para resolver las querellas derivadas del trueque, en los dos grandes mercados de Santiago Y de San Juan en las flamantes parcialidades de la ciudad española

Para surtir a la ciudad de Tenochtitlán, había numerosos mercados, el movimiento principal tenía lugar en el desembocadero situado al extremo de la calzada de tlacopan, al oriente, adonde llegaban las chalupas con verduras, flores y animales, etc., pero la actividad mercantil se desplegaba en el tianquistli o mercado, que se habría cada cinco días, haciéndose en esas ocasiones grandes festividades. Al sur estaba la plaza del mercado tecoyohilco y al norte el más importante, tlatelolco, este ultimo ocupaba todo el terreno de la plaza de su nombre y se encontraba en perfectas condiciones de higiene.

Como la ciudad de Tenochtitlán se encontraban edificadas en diversos islotes que existían en la laguna, sus habitantes adquirían los productos en los diferentes pueblos situados alrededor del lago, como era Texcoco, Tacuba, Ixtapalapa y Tlatelolco como las más importantes. Fuera de la ciudad de Tenochtitlán eran importantes los tianguis de Tlaxcala y el de Cholollan ¹⁹

Además de los mercados de México y Tlatelolco, había otros menores como lo eran los de Atzacualco, al noroeste de la ciudad, Zoquiapan, al sureste, Moyotlan, al suroeste, y Cuepopan, al noroeste; y algunos especializados en sal, en Atenantitlan, y el de esclavos, en Azcapotzalco.

Otra forma de hacer sus transacciones era aprovechando los mismos canales para realizar dicha actividad, y en los espacios de la plaza mayor en donde se realizaban los grandes tianguis. Los tianguis, forma ancestral de los mercados temporales, responden a la costumbre de realizar transacciones al aire libre. La investigación Histórica nos permite conocer que la actividad comercial de la época prehispánica operaba como un sistema constituido por innumerables “TIANGUIS”.

En la época virreinal se dio posesión de espacios en la plaza mayor para que se pusieran aquí tiendas y cajones, cuyos productos estuvieran destinados a sufragar los servicios municipales del lugar

A principios del siglo XVII, la mayor parte del mercado de Tlatelolco se pasó al mercado de San Juan, que estuviera al frente de la Teipa o Tecpa, y en la Plaza Mayor ya había crecido como el principal centro comercial. En esta época el rey dispuso se construyera en el sitio en donde se encontraba el baratillo, un edificio de piedra para alojar a los mercaderes. En 1703 se inauguró solamente el Parian así llamado en imitación del Manila. Estos eran dos edificios, con tiendas en ambos lados y con una calle en medio, mientras que la Plaza del volador se encontraba en el ángulo de la Plaza Mayor, que había sido ocupado por vendedores de frutas y legumbres.

Hasta la época colonial los mercados se conservaron con las mismas características, aunque ya teniendo entre su mercancía productos importados por los españoles. Los mercados de la Merced, San Juan, La Lagunilla, entre otros, se fueron quedando en un atraso considerable en el plano de la ciudad, a esto se fue introduciendo nuevos elementos constructivos con un motivo, el cambio transcendental de este tipo de edificios

La transformación que a venido experimentando este tipo de edificios, ha resuelto las necesidades del mercado y de los usuarios. Hoy en estos días las ciudades civilizadas, han convertido estos lugares en verdaderos almacenes y locales comerciales en donde las instalaciones y la venta de estos productos se lleva a cabo con mayor facilidad en un sistema más cómodo y rápido para la ciudadanía

Por esta transcendencia que han tenido los mercados, estos a través del tiempo se han podido catalogar de diferentes maneras, según su origen o forma de giro, de estos se pueden mencionar estos.²⁰

Mercado de barrio: *Es aquel que se encuentra arraigado a un lugar determinado, ó a una zona en particular, el cual dará y prestará un servicio a su población más acercada a esta*

Mercado de zona: *Este es aquel en donde su radio de acción estará enfocado a distintos barrios ó colonias a los cuales dará un servicio, por consecuente dará un mayor servicio a la población. La capacidad que tendrá este mercado con respecto al radio de acción será entre 850 y 1200 mts, de acuerdo a la densidad de la población.*

Mercado de población: *Este será el que se ubicara en el centro de las poblaciones pequeñas, cual el número de habitantes no deberá de sobrepasar a los 30,000*

Mercado de ciudad: *Estará encargado de abastecer a toda la ciudad en general (mercados, barrios y a la población).*

Mercado regional: *Tendrá un radio de acción de toda la región prestando su servicio a varias poblaciones situadas a su alrededor; estos mercados funcionaran solo en días preestablecidos de la semana*

¹⁹García, Rosario, Tesis: Mercado en la Ciudad de Puebla. Edición 1983, pág 15,16,17

²⁰Tehuada, Pedro, Tesis: Mercado municipal en San Andrés Cholula Edición 1999, pág 11.

Principales construcciones y plazas:	5 Templo Mayor	12 Huiztepec	18 Tlacuachic (Teacalli)
1 Palacio de Moctezuma II	6 Palacio de Axayácatl	13 Tlatoc (Teacalli)	19 Acahuastlan o Acahuastla (Teacalli)
2 Plaza de la Volada	7 Cuicacatan	14 Templo de Toci (Teacalli)	20 Acahuastlan o Teacalli (Teacalli)
	8 Plaza Principal	15 Palacio de Cuauhtémoc	21 Xocotla o Chucocapan
	9 Palacio de Tlantonqui		

Facultad de Arquitectura

III.4. ORIGEN, ACTIVIDAD Y DESARROLLO DEL COMERCIO EN PUEBLA

La fundación de la ciudad de Puebla al paso del corredor del comercio entre la capital del país y el puerto de Veracruz generó una orientación natural hacia la actividad comercial

El comercio de la ciudad de Puebla en el siglo XVI, creció paralelamente al desarrollo de su población y extensión de su territorio

En este siglo dio auge al desarrollo urbano, cuando Puebla y sus regiones dependientes (Atlixco, Cholula, Huejotzingo, Tepeaca) llegaron a constituir el centro agrícola más importante del virreinato

Los productos básicos de su comercio fueron tejidos de algodón y lana, sedas, ropa corriente, fabricación de vidrio, jabón, harina de trigo, explotación de carnes, pieles, miel y cacahuete

Los tejidos eran de algodón y lana, desde entonces son famosas, estas se distribuían a otras provincias de la Nueva España y a la capital. El comercio de Puebla, ha tenido etapas de decadencia, siendo la primera en 1537, como consecuencia de la disposición de una ley para frenar el lujo.

Cerca de un siglo el vecindario de la ciudad de Puebla se proveyó en el "tianguis", al que concurrían solamente vendedores indígenas, que se efectuaba en la plaza de armas (Zócalo), solo en los días jueves y sábados, autorizados oficialmente, y a medida que la ciudad fue creciendo, demográficamente, surgieron nuevos focos comerciales dentro o muy cerca del fundo original, en el que tiempo después, se impuso la necesidad de establecer en algunos otros sitios días de mercado, debido al alto crecimiento de la población y del territorio, citándose en la plazuela de San Agustín, debido a cuerdos, que fungió en 1607, que consistía en que los lunes se hiciera un tianguis ahí. Lo que ocurrió hasta 1878. En 1617 se encuentran puestos los jueves y domingos, en las plazuelas de Santa Inés y los Sapos, también en la alameda de San José en el año de 1629.

Se hacía notoria la falta de mercados en la zona norte y sur de la ciudad, en donde los mercados sobre ruedas y los tianguis, se localizaban para servir a la población de recursos económicos. Este tipo de intercambio comercial, fue creado en el año de 1971, por la iniciativa de la Secretaría de Comercio (SECOFI), para dar servicio a las zonas de menor recurso.

En 1746, sufrió una gran baja el comercio de Puebla, por el traslado de la administración de azúcares (mercados) a la ciudad de México.

Con motivo del incendio que se suscitó en la plaza principal el año de 1796, en el que se quemó gran cantidad de cajones o puestos de madera, el intendente don Manuel Flon Tejeda, ordenó al maestro de arquitectura don Antonio Santa María la construcción del mercado; para pequeña ropa y cosas usadas, denominado el Parian, construcción que duró de 1796 a 1801.

En 1800 hasta 1875, el comercio de la ciudad de Puebla, vivió precariamente en atención a los acontecimientos políticos militares que se sucedieron, ya que en ese lapso de tres cuartos de siglo, la ciudad sufrió diez sitio y numerosos trastornos sociales

Durante cuatro siglos (1531-1920), los comercios de la ciudad de Puebla se limitaron a una zona determinada. Los bajos de los edificios situados en los portales que rodean el zócalo siempre han estado destinados a comercio de ropa, tiendas de abarrotes y a comedores

Por el crecimiento de la población en la ciudad, los establecimientos comerciales de todos los géneros, se multiplicaron, y fue notable el crecimiento alcanzado, que en 1950, los comerciantes en pequeños puestos semifijos y ambulantes, invadieron las calles aledañas al mercado central de la Victoria y la calle 5 de mayo, principalmente los sábados, domingos y en las temporadas de Semana Santa, Todos Santos y Navidad

Este comercio, ha crecido, desalojando principalmente a la vivienda, y la invasión del comercio a provocado por una parte la concentración de fuentes de trabajo, que a ocasionado el congestionamiento de tránsito y falta de establecimientos para los vehículos, por otra parte causan el deterioro de zonas monumentales y también propensión a la indeseabilidad de asistir a centros comerciales que presenta dificultades de tránsito, transportación y contaminación por gases y ruidos

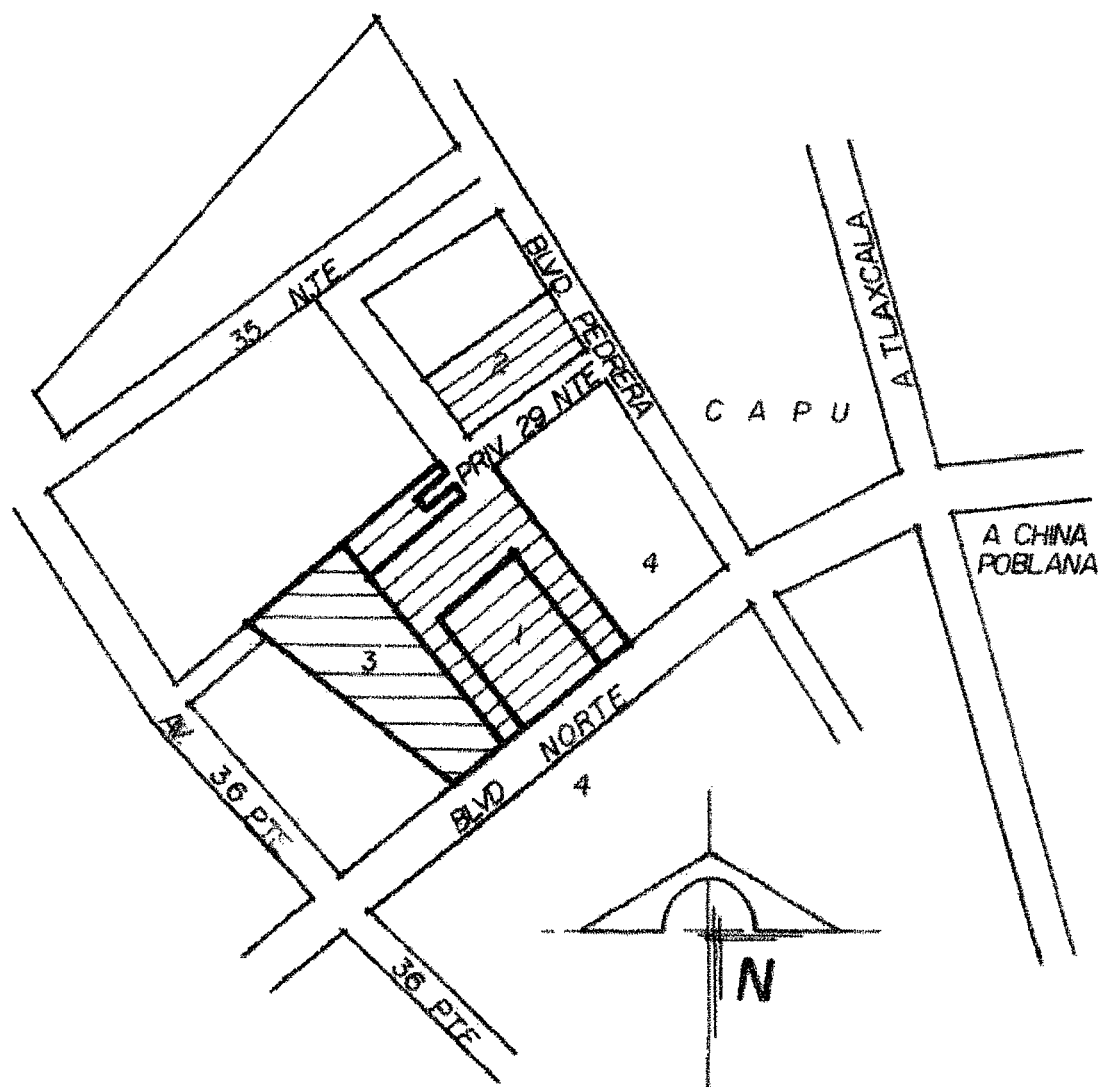
La zona comercial central, esta comprendida entre héroes del 5 de mayo, la calle 11 norte-sur, de oriente a poniente y entre la calle 16 oriente-poniente y 11 oriente-poniente

En la zona central, también se desarrolla a través del tiempo, el centro de mayoreo de víveres, al crecer de forma desordenada y desproporcionada el mercado La victoria, que servía inicialmente a una reducida población. A este mercado, por falta de orden urbano, se establecieron puestos en la vía pública, que complicaban el tránsito urbano en estas arterias, deteriorando el ambiente y provocando insalubridad



Zona Comercial el Parían

III.5. ANÁLISIS DE CASOS ANÁLOGOS



- 1.- Centro Comercial Prof. Jorge Murad.
- 2.- Ampliación de Locales Prof. Jorge Murad.
- 3.- Centro Comercial Los Gallos.
- 4.- Zona Comercial

III.5.1. Centro Comercial Prof. Jorge Murad

El Centro Comercial Prof Jorge Murad tiene las características de ser una plaza en donde una de las principales actividades que se realizan y se llevan a cabo es la compra y venta de mercancías de uso personal y de uso domestico.

Este edificio no sigue un estilo o unja tendencia arquitectónica el cual se haya usado en el diseño del mismo, solo se busco proyectar espacios en donde los usuarios puedan desarrollar actividades comerciales dentro de un local, y que estos estuvieran agrupados debido al giro en el que se desempeñan

El centro comercial se encuentra localizado dentro de la ciudad de Puebla, entre la calle del Bulevar norte y sobre la privada de la 29 norte, a un costado de la terminal la Capu

La planta arquitectónica de este centro tiene una forma rectangular, el área de ventas se encuentra dividido en espacios horizontales, que permite la comunicación y las actividades comerciales dentro de la misma, este espacio cuenta con 200 locales y se encuentra en el lado sureste frente a la fachada principal, el área de servicios esta en la parte posterior, siendo estos el estacionamiento, los contenedores de basura y los sanitarios, el área administrativa y las áreas verdes se encuentran a un costado del estacionamiento y de los sanitarios, en este centro existe una ampliación de locales en la parte noroeste frente al bulevar de la pedrera, aquí a un no se encuentran todos los locales en servicio, debido a que muchos de los que cuentan con un local en este Centro comercial ocupan estos espacios como bodegas en donde guardan la mercancía y otros objetos.

Los accesos son amplios lo cual te invitan a ingresar a sus espacios interiores, estos a su vez guardan una simetría de los demás volúmenes, que van en toda la fachada principal sobre el bulevar norte, sus volúmenes no guardan esta simetría ya que son diferentes en cuanto sus cubiertas y alzados, también carecen de carácter y jerarquía que hacen que no tenga un ritmo

En cuanto su transformación espacial no se puede decir si fue diseñado con esa intención de manejar diferentes volúmenes o este fue el resultado de no manejar un sistema modular en su conformación espacial del edificio, ya que algunos de sus espacios son tan distintos unos de otros.

Usuario.

Son personas de un nivel medio y bajo económicamente hablando los que ocupan estos espacios arquitectónicos; son de ambos sexos, que su edad promedio de estas personas es de 20 años a los 40 años en promedio, estas personas se dedican al comercializar productos de necesidad personal y de artículos para el hogar

Programa Arquitectónico.

	Nº de espacios	
- Zona de Ventas		
Locales comerciales	200	9m ² y 4m ²
Corredores	8	3 60 m y 2 00 m
Preparación de alimentos	8	
- Zona de servicios		
Caseta de vigilancia	1	
Sanitarios	1	
Estacionamientos	100	5 00m X 2 40m
Contenedores de basura	1	
Cto. De maquinas	1	
- Zona Administrativa		
Sala de espera	1	
Oficina Gerente	1	
Oficina Contador	1	
½ Baño		
Cajas de pago	1	
Salón de eventos	1	
- Zona de esparcimiento		
Áreas verdes		
Restaurante	1	

Programa de Necesidades.

Necesidad	Espacio
Administrar el centro comercial	Administración
Exhibir y vender mercancía	Locales y corredores
Preparar y consumir alimentos	Restaurante, puestos y áreas de mesas
Vigilar el centro comercial	Caseta de vigilancia
Aseo personal	Sanitarios para ambos sexos
Circulación peatonal	Pasillos y corredores
Guardar automóviles	Estacionamientos, cajones
Depositar basura	Contenedores
Area de esparcimiento	Jardines y plazas
Rezar	Capilla, altar
Generar energía y	
Bombear agua	Cto De maquinas

Análisis Formal

Las alturas del edificio varían, debido a que está conformado en dos espacios diferentes, en el primer espacio se encuentran los locales comerciales con una altura de 3.5 m y están construidas con el método tradicional, de ladrillo y concreto, con una superficie de 9 m², lo que cubre a los pasillos, son cubiertas hechas a dos aguas sostenidas estas por una estructura metálica, cubierta con lamina metálica, y de lamina a canalada, por el cual por esta se da la iluminación natural hacia el interior de los pasillos, en el otro costado de este edificio los locales fueron realizados con materiales metálicos, y estos espacios cuentan con un área de 4 m²; la cubierta que se ocupó fue de lamina sostenida por una estructura metálica, la forma de esta cubierta es semicircular y el punto más alto que llega a alcanzar este volumen es hasta 7 m de altura.

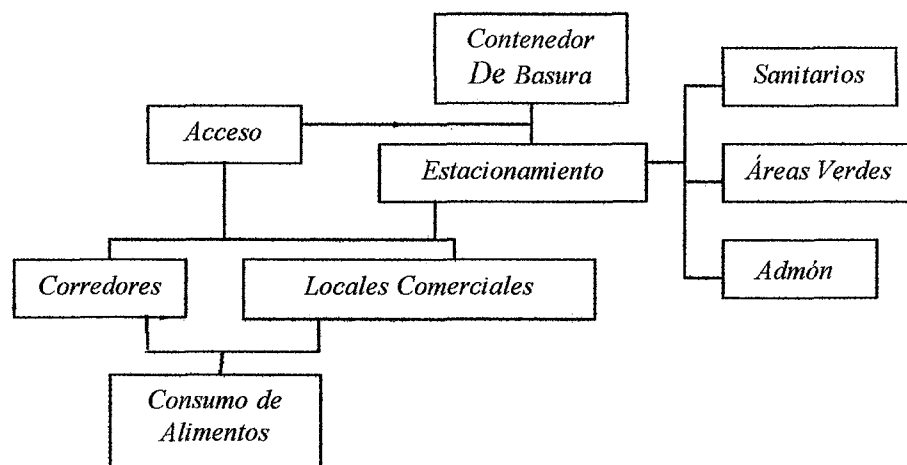
Los colores que se manejaron en este edificio, fueron secundarios y complementarios, en las cubiertas se utilizó el color naranja, con el frente de color blanco, rotulado con letras anaranjadas, que van en una superficie de la fachada principal, en los muros que dan hacia la avenida del Blvd Norte, se utilizó un color crema, combinado con el color negro que se maneja en la herrería de los portones que dan el acceso al centro comercial.

El impacto que este edificio produce con su contexto, es equilibrado, es decir aceptable, debido a que tiene una relación y una semejanza con sus formas, dimensiones y en su composición arquitectónica que lo hace tener una adaptabilidad con su entorno.

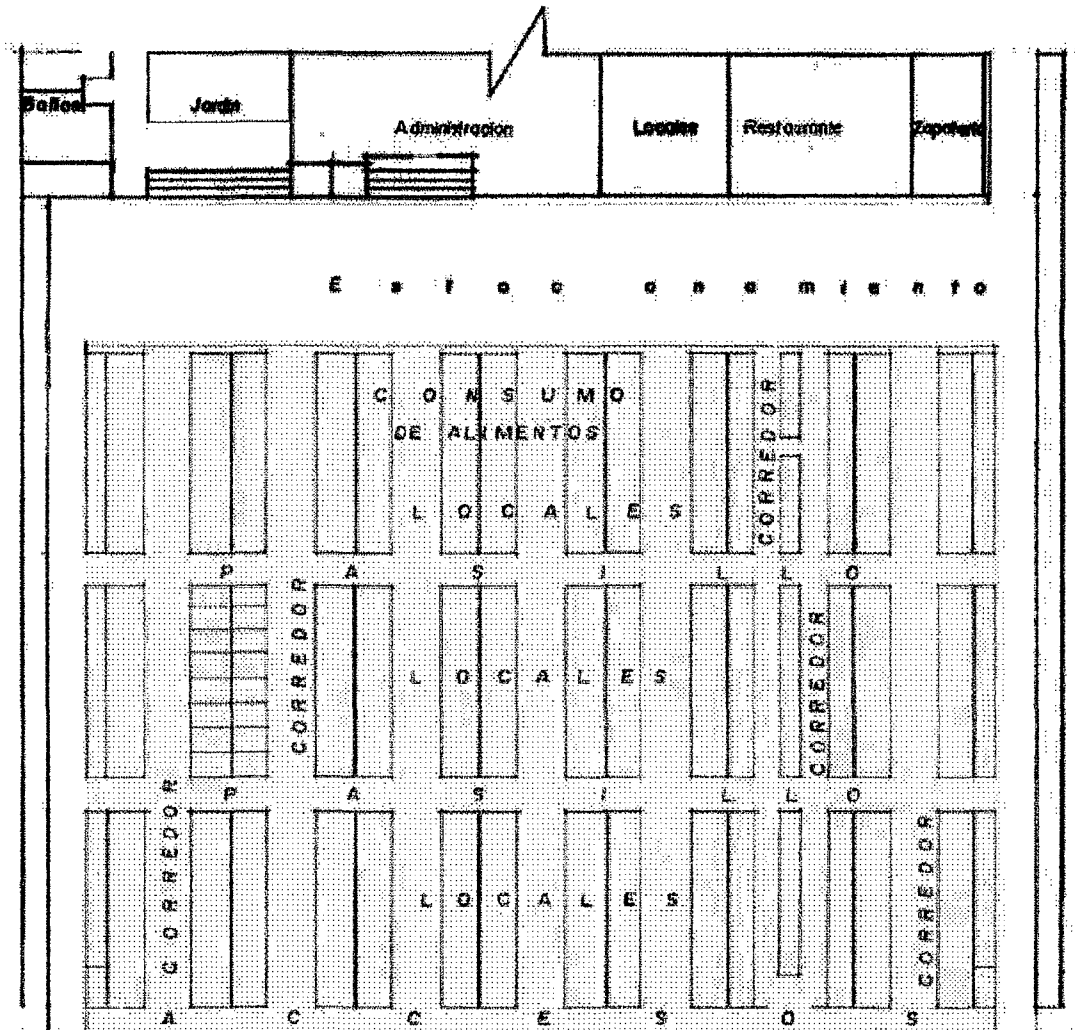
El edificio no cuenta con sombras proyectadas en sus volúmenes que puedan favorecer la percepción de este centro comercial.

Las texturas del edificio en general son rugosas y lisas, ya que la utilización de este tipo de material tiene estas características, en las cubiertas y parte del alzado se utilizó y maneja lamina, textura rugosa, en la parte inferior del alzado es muro común, textura lisa.

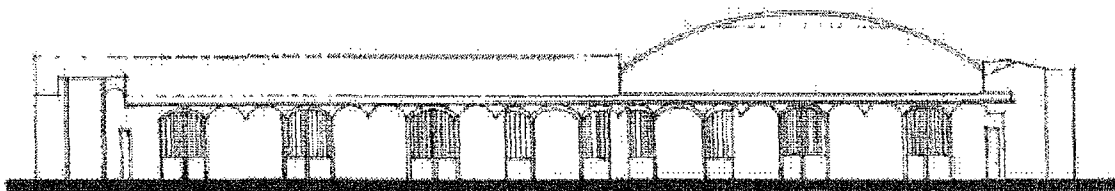
Diagrama de funcionamiento:



C. Comercial Prof. Jorge Murad



**PLANTA ARQUITECTONICA
ESCALA GRAFICA**

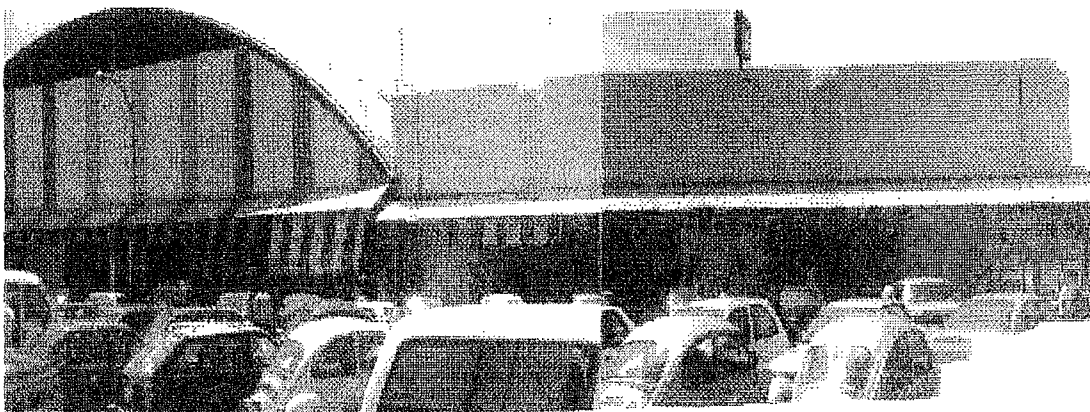


FACHADA PRINCIPAL

C. Comercial Prof. Jorge Murad



Fotografía exterior por Boulevard Norte



Fotografía sobre el área del Estacionamiento

III.5.2. Plaza Comercial Los Gallos

La plaza comercial los Gallos tiene la peculiaridad de que en esta se desarrollan actividades comerciales, en los giros de uso personal

Este centro fue realizado con el motivo de establecer a las personas que se encontraban trabajando en las calles, 6 pnt , en un predio donado a la unión de comerciantes

Esta plaza se encuentra ubicada entre la calle del Blvd Norte 5 de Mayo y entre la calle de la privada de la 29 norte, en el norte de la Ciudad de Puebla. La plaza los gallos cuenta con una planta rectangular, el cual en su totalidad a un no se encuentra construida, en el cual solo existen 200 locales en funcionamiento; todos estos cuentan con el mismo dimencionamiento; se encuentran distribuidos en una forma paralela a los demás, tiene una circulación horizontal por el cual permite una comunicación entre todos sus espacios internos; en estos espacios también se localizan los sanitarios, que se encuentran en la parte superior sobre el último pasillo; el área administrativa es ocupado por 2 de estos espacios comunes de locales, en el interior de esta plaza; las diferentes áreas de servicios se encuentran en la parte sur oeste, a un costado del área de ventas y estos son el estacionamiento para 430 autos, los contenedores de basura que se localizan en una esquina del estacionamientos, que cuentan con un servicio de 2 días por semana.

Los accesos que existen en esta plaza no son muy vistosos, debido a que no cuentan con jerarquía, ya que se pierden con los comercios que se encuentran en esta zona, este edificio pierde su simetría en la parte de la fachada que da hacia el Blvd. Norte, en la parte interna del edificio se encuentra equilibrado y asimétrico, pero los accesos con la zona comercial se maneja espacios distintos en cuanto, espacios y forma.

Su volumetría el cual esta conformado el edificio por la parte de adentro, maneja un ritmo y una repetición de elementos que lo hacen estar conjuntado en su transformación espacial, que este esta basado en un sistema modular, que puede seguir creciendo sin ningún problema, que al ser este terminado se vea una desintegración de espacios y de volúmenes en su conjunto

Análisis del Usuario.

Son personas de un nivel bajo y medio económicamente, lo cual por falta de preparación los a obligado a trabajar y desempeñarse en este tipo de trabajo, son de ambos sexos, su edad promedio de estos individuos es de 20 a 40 años, otra de las causas por el cual ejercen en este oficio es en su mayoría de los casos es por tradición familiar

Programa Arquitectónico

	No de Espacios	
- Zona de Ventas		
Locales Comerciales	200	17.5 m ² x local
Pasillos	11	2.5 m
Andadores	7	3 m
Preparación de alimentos		
- Zona Administrativa		
Admón General	2	35 m ²
- Zona de Servicios		
Sanitarios		
Contenedores de basura		
Estacionamiento	430	6.2 m x 3.6 m
Cto De Maquinas		

Programa de Necesidades

Necesidad	Espacio
Local en tianguis comercial	Exhibir y vender mercancía
Espacio en tianguis comercial	Circulación rápida y accesible por medio De pasillos y andadores
Cocina en tianguis comercial	preparación y consumo de alimentos
Estacionamiento comercial	Guardar automóviles
Aseo personal	Sanitarios para ambos sexos
Limpieza en tianguis comercial	Contenedores de basura
Administrar el centro comercial	Espacio administrativo

Análisis Formal

Las cubiertas fueron realizadas por láminas, sostenida por una estructura metálica, su forma es semicircular, que va concebida a todo el entorno de las 6 cubiertas agrupadas, que dan hacia el estacionamiento; en el interior de la plaza los locales son iguales en cuanto sus dimensiones, son locales realizados con una estructura metálica, cubierta con cristal, para que el comprador pueda apreciar mejor la mercancía existente

La iluminación natural se da por medio de paños de plástico que encierran y une en la parte superior de la cubierta

Este centro comercial no cuenta con vistas panorámicas, ya que se encuentra rodeada por grandes edificios que le impiden tener una visibilidad hacia el exterior y interior de la ciudad de Puebla

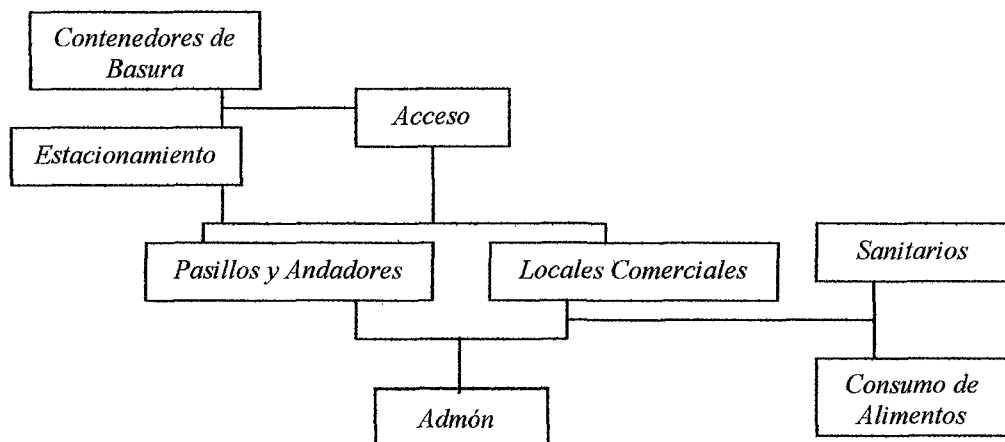
Los colores que se aplicaron a este edificio; por la parte de adentro frente al estacionamiento, colores primarios y secundarios, en las cubiertas se utilizó el anaranjado, en la fachada de este el color blanco, con unos toldos amarillos, en la fachada que da hacia la calle del Blvd Norte, en este fueron aplicados colores opacos, como lo son el gris y el color café

El impacto que este edificio produce no es muy agradable, debido a que este edificio en su composición arquitectónica no maneja una proporción y una jerarquía en sus formas y en el uso de sus espacios interiores con los exteriores, no existe una real intención de diseño y calidad del espacio, ya que sus principios ordenadores tienen cierto origen casual

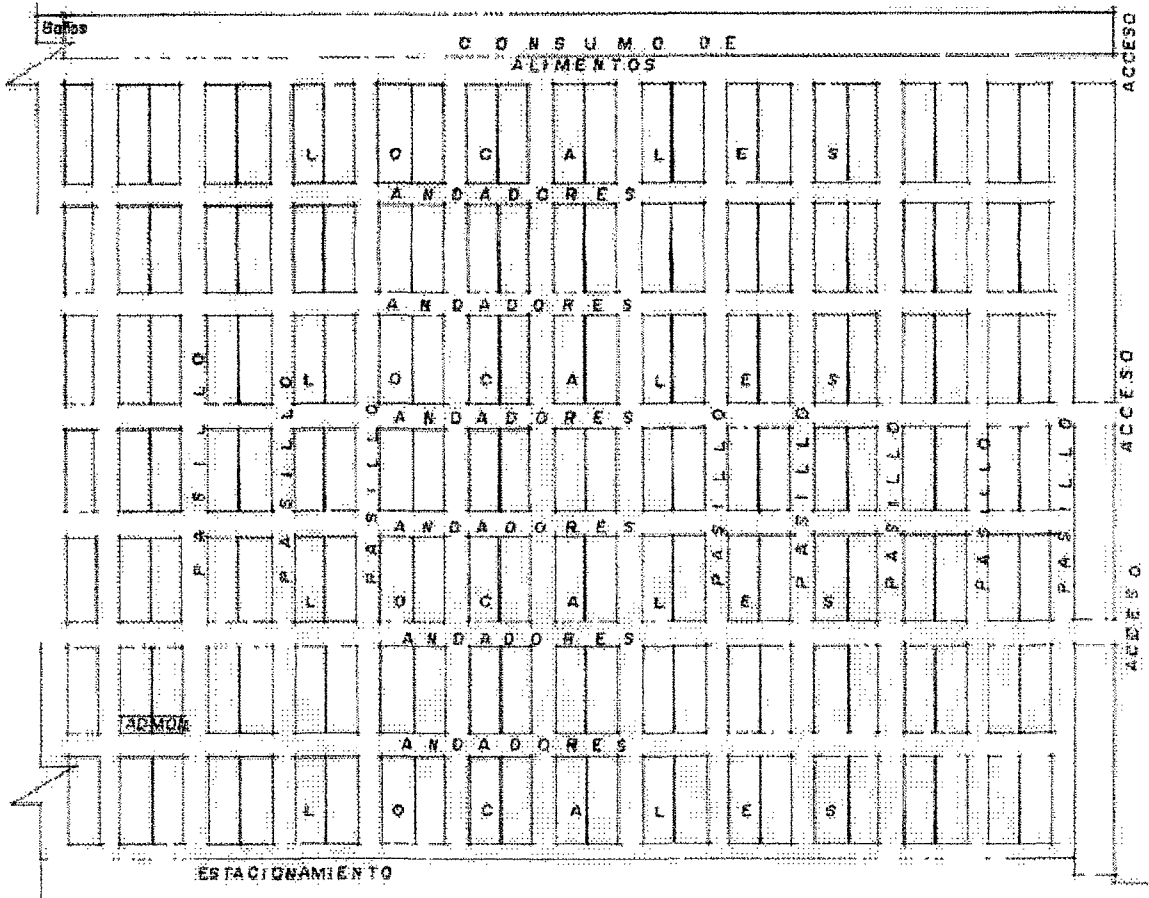
La volumetría de esta plaza no genera algún tipo de sombra que pueda enriquecer la percepción del mismo

Las texturas de este edificio son tan barriadas, debido a que se manejan una serie de materiales y elementos en la conformación del mismo

Diagrama de funcionamiento.

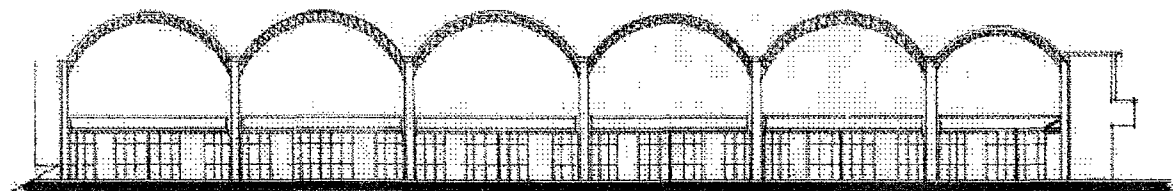


C. Comercial los Gallos



PLANTA ARQUITECTONICA

ESCALA GRAFICA

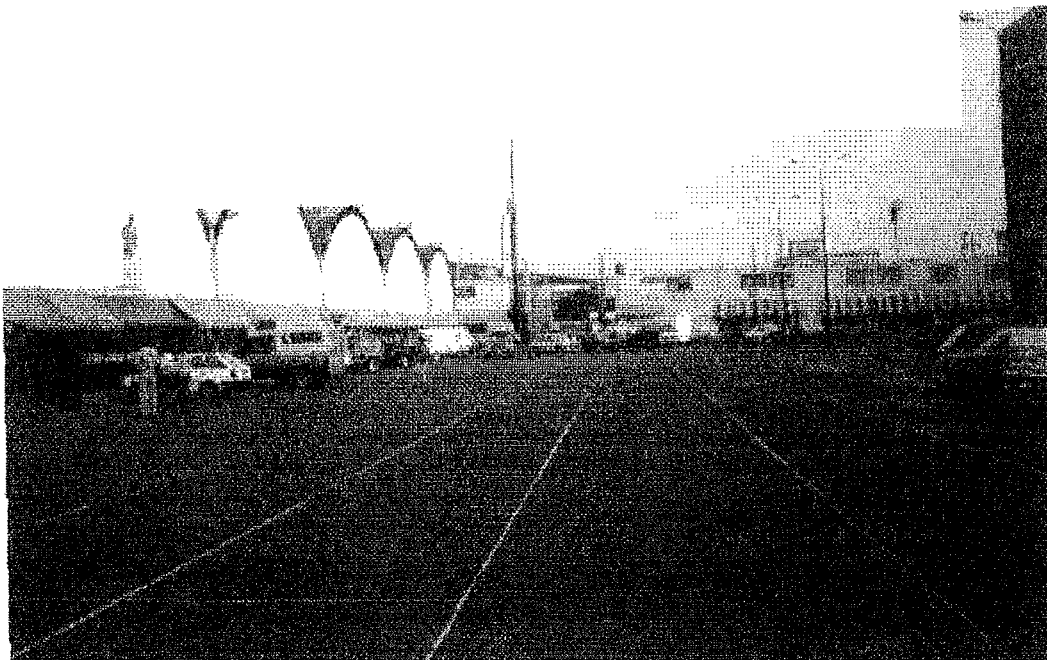


FACHADA SUROESTE

C. Comercial los Gallos



Fotografía exterior del C. Comercial los Gallos



Fotografía interior del C. Comercial los Gallos

III.6 CONCLUSIÓN.

El comercio ha sido sin duda una de las principales actividades primarias más cotidianas en el crecimiento y desarrollo de los pueblos, pero a lo largo de la historia de México este oficio paso a ser, no solamente una practica comercial y de intercambio, sino mas allá de este fenómeno se convirtió en una forma de vida en la cultura de la sociedad Mexicana, y que debido al agobiante problema de la demanda de estos espacios para elaborar, que eran insuficientes para las necesidades y el abastecimiento de la población que fue creciendo desmedidamente, y que se fue convirtiendo en un problema social que se caracterizó por las grandes concentraciones Urbanas de una Ciudad, que se identificó en nuestro país como comercio en la Vía Publica; y a consecuencia de esta transformación las Ciudades y la Sociedad fueron las que sufrieron las consecuencias de esta practica comercial, ya que las calles fueron los espacios públicos en donde estas personas podían congregarse, para comprar, vender, e intercambiar bienes y servicios, bajo pequeñas instalaciones protegidas por estructuras, en una forma más directa y cómoda, ya que no pagaban algún tipo de cuota o una mínima contribución, a las que esta obligado a pagar a las autoridades correspondientes un comerciante establecido

Este tipo de Prácticas mercantiles que hace algunos años atrás, se tomaba como una actividad confiable, digna y propia de personas de modesta situación económica, en cualquier calle de nuestra ciudad, ahora se muestra ante nuestra sociedad y el gobierno, como un grave problema de contaminación, debido al crecimiento desordenado, a la mala imagen que producen, esto a que en las calles que elaboraban son prácticamente intransitables por la aglomeración, desorganización y por la basura que estos producen al termino de su jornada laboral; que estos lugares propiciaban todo tipo de situaciones ilegales, de crimen, prostitución y de robo.

Por lo anterior se puede decir que el comercio informal es una costumbre arraigada, que a existido desde la antigüedad, debido a que a formado parte del sustento entre los individuos más necesitados, ya que el comercio es uno de las actividades mas productivas en nuestra sociedad

Capítulo IV

ASPECTOS JURIDICOS DEL PROYECTO

Resulta muy importante y de gran necesidad para la realización de cualquier proyecto saber o tener conocimiento de todas aquellas normas y reglas que intervienen en un proyecto Arquitectónico, y que estas sirvan como apoyo y de consulta de la ciudadanía y de aquellas personas interesadas en este tipo de edificio, para que los lleve a la ejecución de una buena propuesta arquitectónica

En el desarrollo de este trabajo se nos es indispensable la consulta de algunas normas aplicadas al proyecto por lo cual se ara nombramiento de aquellas reglas importantes que nos lleven a la proyección de este mercado A efecto de las normas que existen mencionaremos los que interceden en los edificios en donde se practica el comercio el cual esta integrado por el mercado público y central de abasto

IV.1. NIVEL FEDERAL

IV.1.1. Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas.²¹

Capítulo I.

Disposiciones generales.

Artículo 5. Son monumentos arqueológicos, artísticos, históricos y zonas de monumentos los determinados expresamente en esta ley y los que sean declarados como tales, de oficio o a petición de parte

El presidente de la república, o en su caso el Secretario de Educación Pública, expedirá o revocará la declaratoria correspondiente, que será publicada en el Diario Oficial de la Federación

Capítulo III.

De los monumentos arqueológicos, artísticos e históricos

Artículo 35. Son monumentos históricos los bienes vinculados con la historia de la nación, a partir del establecimiento de la cultura hispánica en el país, en los términos de la declaratoria respectiva o por determinación de la ley

Artículo 36. Por determinación de esta ley son monumentos históricos

Los muebles construidos en los siglos XVI AL XIX, destinados a templos y sus anexos, arzobispados, obispados y casas cívicas, seminarios, conventos, o cualquiera otros dedicados a la administración, divulgación, enseñanza o práctica de cualquier otro culto religioso, así como a la educación y a la enseñanza, a fines asistenciales o benéficos; al servicio o ornato público y al uso de las autoridades civiles y militares

Los muebles que se encuentren o se hayan encontrado en dichos inmuebles y las obras civiles relevantes de carácter privado realizadas en los siglos XVI al XIX inclusive.

Capítulo IV.

De las zonas de monumentos.

Artículo 40. Zona de monumentos artísticos, es el área que comprende varios monumentos artísticos asociados entre sí, con espacios abiertos o elementos topográficos, cuyo conjunto revista valor estético en forma relevante

Artículo 41. Zona de monumentos históricos, es el área que comprende varios monumentos históricos relacionadas con un suceso nacional o la que se encuentra vinculada a hechos pretéritos de relevancia para el país

Artículo 42. En las zonas de monumentos y el exterior de éstos, todo anuncio, aviso, carteles; las cocheras, sitios de vehículos, expendios de gasolina o lubricantes; los postes e hilos telegráficos y telefónicos, transformadores y conductores de energía eléctrica, e instalaciones de alumbrado, así como kioscos, templete, puestos o cualquier otra construcción permanentes o provisionales, se sujetarán a las disposiciones que respecto fije esta ley y su reglamento

²¹Publicado en el Diario Oficial de la Federación, 6 de mayo de 1997

IV.1.2. Consulta de Normas para Servicios Comerciales en Ciudades y Municipios.
SECOFI.²²

Artículo 34. *A la secretaria de comercio y fomento industrial corresponde el despacho de los siguientes asuntos*

XIV. *Promover el desarrollo de lonjas, centros y sistemas comerciales de carácter regional o nacional.*

XV. *Fomentar el desarrollo del pequeño comercio rural y urbano*

XVIII. *Organizar la distribución y consumo a fin de evitar el acaparamiento y que las intermediaciones necesarias o excesivas provoquen el encarecimiento de los productos y servicios*

Artículo 23. *Son atribuciones de la ley general de fomento al comercio interior*

I. *Diseñar y aplicar políticas de operación y apoyo comercial, que conlleven a la modernización y eficiencia del comercio interior*

II. *Establecer las bases y lineamientos generales para unificar y concertar acciones de promoción capacitación y desarrollo del comercio a nivel regional, así como participar en la celebración de convenios de promoción del comercio con las autoridades Federales, Estatales y Municipales*

III. *Fomentar y apoyar la integración de nuevas formas de organización social de productores y distribuidores mayoristas y minoristas que conlleven al mejoramiento del abasto*

IV. *Concertar con los distintos sectores las estrategias y acciones orientadas a mejorar, ampliar y fortalecer la infraestructura y los servicios conforme al sistema nacional para el abasto y comercio*

IX. *Asesorar a los comerciantes en la formulación, integración y presentación de proyectos relacionados con el comercio, así como de aquellos que favorezcan al desarrollo regional*

XV. *Promover en coordinación con la banca en desarrollo el establecimiento ampliación y operación de centros comerciales, centros de acopio y abasto en las franjas fronterizas*

²² Reglamento interno de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Diario Oficial de la Federación, 1 de Abril de 1993)

Normas de Equipamiento urbano SEDESOL.

Artículo 23²³. *Corresponde a la Dirección General de Infraestructura y Equipamiento, las siguientes atribuciones*

I. *Identificar necesidades de infraestructura y equipamiento para incorporarlas en los programas de desarrollo regional, urbano, y restauración del ambiente, en coordinación con los estados y municipios, sectores sociales y privados.*

IV. *Establecer normas técnicas relacionadas con proyectos de infraestructura y equipamiento regional y urbano y la preservación y restauración del medio ambiente*

V. *Formular estudios y proyectos de acciones, obras y servicios de infraestructura y equipamiento, para apoyar los programas de desarrollo regional y urbano y la preservación y restauración del ambiente, convenidos y concertados con los estados y municipios y los sectores social y privado o coordinados con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal*

VII. *Apoyar técnicamente a estados y municipios y grupos sociales organizados en la integración y elaboración de estudios y proyectos de infraestructura y equipamiento regional y urbano y la preservación y restauración del ambiente*

IX. *Expedir normas técnicas, autorizar y, en su caso, proyectar, construir, rehabilitar, conservar o administrar directamente o a través de terceros, los edificios públicos que realicen la Federación por si, o en cooperación con otros países, con los estados y municipios, o con los particulares, excepto los encomendados expresamente por ley a otras dependencias.*

Caracterización de elementos de equipamiento.

Este subsistema de equipamiento esta integrado por establecimientos donde se realiza la distribución de productos al menudeo, para su adquisición por la población usuaria y/o consumidora final, siendo esta etapa la que concluye el proceso de la comercialización

Los elementos que conforman este subsistema son instalaciones comerciales provisionales o definitivas, en las que se llevan acabo operaciones de compra-venta al menudeo de productos alimenticios, de uso personal y Art. Para el hogar

El equipamiento para la comercialización es un componente básico del desarrollo urbano y tiene particular participación en el desarrollo económico, ya que apoya la producción y distribución de productos mediante los elementos de este subsistema

Los elementos que integran el subsistema son.

<i>Plaza de usos múltiples</i>	
<i>(Tianguis o Mercados sobre ruedas)</i>	<i>SECOFI</i>
<i>Mercado público</i>	
<i>“ “</i>	

²³Reglamento interior de la Secretaría de Desarrollo Social (Diario Oficial de la Federación, 4 de Junio de 1992)

IV.2. NIVEL ESTATAL

IV.2.1 Reglamento del decreto de la zona monumental de Puebla.²⁴

Áreas verdes: Las áreas verdes públicas se conservaran como tales, y para cualquier instalación será necesario el permiso del INAH.

Artículo 42. Se deberá de respetar la existencia de árboles tanto en la vía pública como en el interior de los predios y solo en caso de que se afecten la estabilidad de construcciones se autorizara la sustitución por otros de igual diámetro de tronco o por el No. De árboles cuya suma de diámetros de tronco sea igual

Nuevas construcciones: Los nuevos volúmenes que se construyan dentro del perímetro deberán de ser de altura y proporciones, análogos al promedio de edificios Históricos

Dentro de la zona de monumentos se autorizaran construcciones de un nivel(P B y 1 piso), o de tres niveles(P B y dos pisos)

La diferencia de altura, de una nueva construcción con edificios Históricos no deberá ser mayor de 60cm.

Predominaran sobre la construcción el macizo sobre el vano

Cubiertas: Las cubiertas y azoteas deberán ser planas con pendiente interior al 5% y con pretilas rectos y horizontales(se representaran las bóvedas y cúpulas)

Colores: Los colores que se utilizan, tanto en paños de muros visibles desde el exterior, como enmarcamientos de vanos, carpintería, herrería, etc Deberá ajustarse a la gama de colores que se especifiquen para esta zona.

Áreas libres: Se tratara de restituir hasta donde sea posible el espacio libre destinado a patios, jardines o huertos en el interior del predio.

Fachadas: No se autorizara la ejecución de arcos en planta alta, ni portales en planta baja

IV.3. NIVEL MUNICIPAL

IV.3.1. Programa Nacional de Desarrollo Urbano.²⁵

Considerando

Que este plan establece como objetivo del desarrollo urbano, propiciar el ordenamiento territorial de las actividades económicas y de la población, conforme a las potencialidades de las ciudades y las regiones que ofrecen condiciones propias para ello, así como inducir el crecimiento de las ciudades en forma ordenada, bajo principios sustentados en el equilibrio ambiental de los centros de población

²⁴Diario Oficial de la Federación, Reglamento del Decreto de la Zona Monumental de Puebla

²⁵Diario Oficial de la Federación, Programa Nacional Desarrollo Urbano 1995-2000, Marzo de 1996

Acciones que deberán realizarse

Considerar el proceso de descentralización, fortaleciendo el sistema de planeación, programación y presupuestación de las obras del Estado, Y

. Reforzar los mecanismos de coordinación entre los niveles Federal, Estatal y Municipal con el fin de promover y ejecutar programas integrados

Equipamiento Urbano.

Construir equipamiento básico de salud, educación y abasto, así como complementar y mejorar la operatividad de los servicios urbanos

Ecología Urbana.

. Aplicar criterios de impacto ambiental a cualquier proyecto de obra

Armonizar el crecimiento económico con el re establecimiento de calidad del medio ambiente, Y generar programas para hacer efectiva la vocación natural del suelo

Programa de Imagen Urbana y Patrimonio Cultural.

La importancia que reviste el Centro Histórico de la ciudad de Puebla debido a su reciente inscripción en la lista de sitios y ciudades consideradas Patrimonio Cultural de la Humanidad, requieren de emprender acciones que atiendan de manera específica los aspectos que contribuyan a mejorar la imagen urbana de la ciudad y a preservar su patrimonio cultural

IV.3.2. Requerimientos de Infraestructura y Servicios.²⁶

	<i>Manzana completa</i>	<i>Cabecera o ½ manzana</i>	<i>Cabecera o esquina</i>
<i>Agua potable.</i>	+	+	+
<i>Alcantarillado y Drenaje</i>	+	+	+
<i>Energía eléctrica</i>	+	+	+
<i>Alumbrado publico.</i>	+	+	+
<i>Teléfono publico.</i>	+	+	+
<i>Pavimentación.</i>	+	+	+
<i>Recolección de Basura.</i>	+	+	+
<i>Transporte publico</i>	+	#	***

*Criterios de observación + - indispensable # - recomendable *** - no necesario*

²⁶Fuente SEDESOL

IV.3.3. Disposiciones de Reglamentos de Mercados y Central de Abastos.²⁷

**Título I
Disposiciones generales.**

Artículo 2. Los mercados públicos y las centrales de abasto constituyen la prestación de un servicio público a cargo del Ayuntamiento del Municipio de Puebla, conforme a lo dispuesto por la constitución política de los estados Unidos Mexicanos, la Constitución Local y la Orgánica Municipal.

Artículo 5. Los mercados y las centrales de abastos pueden ser

- a) Municipales. Cuando se han propiedad del Ayuntamiento y su administración este a cargo del mismo
- b) Bajo el régimen de propiedad privada o en condominio. Aquellas propiedades de particulares, cuya administración y explotación este a cargo de los mismos
- c) Concesionados. Aquellos que son propiedad del Ayuntamiento y que se entregan a particulares para su administración

Artículo 7. Los mercados públicos estarán divididos para su mejor funcionamiento en

- a) Zona húmeda
- b) Zona seca
- c) Alimentos preparados
- d) Zona de tianguis

**Título 3
De las obligaciones y prohibiciones de los comerciantes y mayoristas.**

Artículo 22. Son obligaciones de los comerciantes y mayoristas

- 1) Contratar y pagar el suministro de energía eléctrica, combustible, agua potable y recolección de basura
- 2) Asear los puestos, locales o bodegas y sus áreas comunes, debiendo depositar los desechos que generen en el camión recolector
- 3) Realizar ininterrumpidamente la comercialización de sus productos, salvo en los casos en que cuenten con permiso expreso de la autoridad Municipal, el cual no podrá exceder de 30 días por una sola vez.
- 4) Sujetarse al horario para realizar las operaciones comerciales, maniobras de descarga y descarga, registro, entrada y salida de vehículos, limpieza y recolección de desechos y cualquier otro servicio

²⁷Diario Oficial de La Federación, Disposición de Reglamentos de Mercados y Central de Abastos

Artículo 23. Los comerciantes y mayoristas tienen prohibido:

- 1) la zonificación de giros establecidos
- 2) Ejercer el comercio en estado de ebriedad, en general consumir bebidas embriagantes.
- 3) Permanecer en el interior de los mercados y centrales de abastos después del Contravenir horario permitido por la administración.
- 4) Arrendar o subarrendar los locales, plataformas o bodegas, con excepción de los comerciantes que sean propietarios del mismo
- 5) Obstaculizar o comercializar en las entradas, calles interiores, andenes, estacionamientos, andadores, banquetas o demás espacios de uso común y entorpecer la circulación del mismo
- 6) El uso habitacional de las bodegas, locales, instalaciones y áreas comunes

Título 4

De los prestadores de servicios.

Artículo 24. Dentro de los mercados públicos y centrales de abastos, se podrá prestar los servicios de Sanitarios, bascula y estacionamiento

Artículo 26. Los prestadores de servicio tendrán la obligación de proporcionar ininterrumpidamente y de manera adecuada el servicio que les haya sido autorizado, así como de mantener en su caso, las instalaciones en condiciones óptimas y efectuar las reparaciones en la misma.

Título 5

De las licencias.

Artículo 30. Los mayoristas y comerciantes deben contar con licencia de funcionamiento otorgado por el presidente Municipal o por la persona que éste haya designado para ejercer la actividad de abastecimiento y comercialización en los mercados públicos o bodegas de las centrales de abasto

Título 6

De las sanciones.

Artículo 35. Corresponde al presidente Municipal en forma exclusiva, imponer indistintamente a los comerciantes o mayoristas que violen el presente reglamento, las siguientes sanciones:

- 1) Amonestaciones
- 2) Multa equivalente al importe de 5 a 500 días de salario mínimo vigente en el Estado de Puebla en el momento de la infracción
- 3) Clausura temporal del negocio de 3 a 45 días
- 4) Clausura definitiva y cancelación de la licencia

IV.3.4. Reglamento de Construcción Para la Ciudad de Puebla.²⁸

Edificios para comercios.

Artículo 177. En los proyectos arquitectónicos de los edificios comerciales, se incluirán las áreas para letreros, rótulos o cualquier otra clase de anuncios, así como para los anuncios que deberán integrarse al propio inmueble con sujeción a las disposiciones del reglamento de anuncios de H. Ayuntamiento.

Discapacitados el acceso del exterior como en su interior deberán proporcionar las rampas necesarias para salvar desniveles, con pendientes no mayores al 8 %, éste elemento arquitectónico es obligatorio en planta baja

Artículo 178. Las escaleras de edificios de comercios y oficinas tendrán una anchura de 1 20mts Y una máxima de 2.40mts Cada escalera no podrá dar servicio a más de 1,400 mts² De planta y su anchura variarán en la siguiente forma.

Hasta 700 mts ²	1 20 mts
De 700 a 1,050 mts ²	1.80 mts
De 1,059 a 1,0400 mts ²	2.40 mts

Artículo 179 Será obligatorio dotar a estos edificios de un mínimo de dos servicios sanitarios por piso, destinados uno a hombre y otro para mujeres, ubicados en forma tal, que no se requiera subir o bajar más de un nivel para tener acceso a cualquiera de ello. Por cada 400mts² o fracción de superficie construida, se instalará cuando menos un excusado y un mingitorio para hombres y por cada 300mts² o fracción, cuando menos un excusado para mujer.

Artículo 180. Estacionamientos. La prevención de estacionamientos en los edificios para comercios y oficinas deberá aplicarse de acuerdo al criterio siguiente

Comerciales particulares.	Área total 1 x cada 40 m ²
Comercio especializado	Área total 1 x cada 40 m ²
Comerciales	Área total 1 x cada 40 m ²
Comercio de maquinaria material y Talleres ferretería, venta de maquinaria De materiales y de muebles.	Área total 1 x cada 100 m ²
Comercio de mercaderías y víveres.	Área total 1 x cada 50 m ²
Mercados públicos y tiendas de víveres	Área total 1 x cada 50 m ²

Las medidas de los cajones de los estacionamientos variara según el tamaño del auto y estos pueden ser de: 5 00 x 2 40 mts Se podrá permitir hasta el 50% de los cajones para autos de 4.20 x 2.20 mts.

²⁸Diario Oficial de La Federación, Reglamento de construcción para la Ciudad de Puebla, 1996

IV.3.5. Reglamento interno de Mercados Municipales.

Disposiciones generales

I. Los comerciantes tendrán la obligación de participar en las mejoras del mercado tanto económicamente como físicamente para vivir y convivir cada día en un mejor espacio comercial

II. Los comerciantes tendrán la obligación de mantener su área de comercio limpia, así como barrer a diario y levantar su basura generada por el comercio de su local o puesto comercial

III. Crear la mesa directiva integrada por comerciantes establecidos, haciendo participe al H Ayuntamiento para conformar un fondo económico y realizar las mejoras que sean necesarias para beneficio del mercado

IV. No permitir el ambulante porque esto afecta a consumidores y comerciantes establecidos directa e indirectamente.

V. Contar con seguridad pública permanente para la tranquilidad del comerciante y del público en general.

VI. Realizar trabajos de manutención de pintura tanto exterior como interior así como rebosamientos de aplanados destruidos por golpes del mobiliario empleado en el comercio, ya que estos producen accidente de trabajo

VII. No descuidar el alumbrado interno y externo.

VIII. Realizar programas de promoción comercial para el crecimiento comercial del mercado

IX. Hacer la recolección de basura para que el mercado no sea un foco de infección y contaminante a la zona que lo rodea

X. Como punto final crear conciencia entre la ciudadanía para que el mercado sea un lugar de reunión alegre y agradable donde se pueda observar al público, con entusiasmo al obtener productos de mejor calidad y brindarles siempre una atención amable al público

IV.4. CONCLUSIÓN

Es muy importante tener los suficientes conocimientos sobre las diferentes especificaciones que nos marcan las reglas y leyes, que interceden directamente o parcialmente en el desarrollo de cualquier proyecto, ya que de estas se obtiene una idea más clara de cómo se tienen que ir conjuntando todos aquellos aspectos jurídicos como lo son la orientación, iluminación, ventilación, dimensiones aproximadas y el número de servicios que requiere y se necesitan para cubrir todas las necesidades que se demanda por los usuarios, que estos aspectos están ligados y forman parte de la integración armoniosa de los espacios en que se habita

La solución de una buena propuesta arquitectónica será la estructuración y conjugación de todos aquellos elementos que fueron analizados y consultados por los diferentes decretos y disposiciones que nos marcan y que debemos aplicarlos para la obtención de un buen resultado en la ejecución de nuestro proyecto

Capítulo V

PROYECTO ARQUITECTÓNICO

En este capítulo exponemos los conceptos del Análisis de Necesidades del usuario, Análisis de Áreas, descripción de las mismas, El Programa Arquitectónico, y realizamos el Análisis del Sitio en donde vamos a poder detectar y obtener datos muy importantes para el desarrollo del proyecto Arquitectónico, en donde se buscara organizar cada una de las actividades del comercio que necesitan

El conocer este análisis será un factor de gran ayuda para determinar dentro del proyecto como se regirá las funciones esenciales de cada espacio dentro del diseño arquitectónico, así también como se tendrá que tener cuidado en la aplicación de los reglamentos y de las normas existentes, en la elaboración del programa arquitectónico, de esto y con la adaptación de cada uno de estos puntos podremos ir definiendo poco a poco el proyecto, de aquí que en este capítulo es en donde se define prácticamente nuestra propuesta, esta misma propuesta, se hace por medio de el proyecto ejecutivo

V.1. DEFINICION DEL USUARIO

¿ Quién es el que habitara el espacio ?

Son personas que en su mayoría tienen un nivel de educación deficiente y se basa en el analfabetismo, en menor proporción a nivel primaria, secundaria, preparatoria y unos cuantos alcanzaron a prepararse a nivel profesional; Su nivel socioeconómico es bajo, estas personas en un 75% son comerciantes del estado de Puebla y el restante vienen de las entidades de Tlaxcala, Oaxaca, Veracruz, DF. Y vecinos de las grandes urbes, que por la necesidad acuden a trabajar a esta ciudad.

¿ Que actividad realizan ?

Estas personas se dedican a comercializar mercancía; a la compra y venta de productos y de mercancía al mayoreo y menudeo en espacios determinados, debido al giro en el que se desempeñan.

¿ Cuales son sus gustos o disgustos ?

Es gente que le gusta los espacios abiertos y céntricos; buscan aquellos espacios en donde haya una gran afluencia de compradores para que puedan exhibir y vender su mercancía con una mayor facilidad y de esto saquen un mayor provecho en las ganancias.

A estas personas no les gusta estar en espacios que se encuentren muy retirados ya que debido a esto no vende bien su mercancía, tampoco le agrada que en los sitios que se encuentren ubicados les cobren demasiado por derecho de piso ya que dicen que es poco lo que sacan de ganancia.

¿ Cómo es su conducta ?

Esta formada por agrupaciones de comerciantes, que se dedican a ordenar e integrar a estas personas y así teniendo un debido control de los mismos.

Son personas que se dedican a ofrecer y vender mercancía, ya sea por tradición o por la misma necesidad de subsistir, debido a que no cuentan con un empleo fijo o no se arriesgan a obtenerlo

¿ Cómo es su personalidad ?

La personalidad que estas personas adoptan es la de comercializar mercancía dentro de un espacio público, para sacar un mayor provecho en la venta de la misma

V.1.1. Usuario

Las personas que actualmente hacen uso del predio son provenientes de las colonias cercanas al Centro Histórico, son usuarios de este terreno personas adultas principalmente.

Dentro de la zona en el cual se encuentra Ubicado el terreno, es de un nivel socioeconómico bajo; por lo que se pudo apreciar a sus alrededores, ya que existen dentro del área viviendas de lamina y cartón muy deterioradas por el tiempo, y a que esto se debe que el nivel de estudios que estas personas tienen es deficiente, en su mayoría son individuos que no llegaron a tener estudios ni a nivel primaria, que se componen por(analfabetas)en mayor proporción son hombres. Con lo que podemos mencionar que se trata de una comunidad adulta, debido a que en su mayoría son jóvenes y adultos, en donde su edad promedio es de 28 años.

Las costumbres que estas personas presentan, son fuertemente arraigadas a lo tradicionalista, en lo espiritual, material y en lo afectivo a un grupo social al cual están acostumbrados. La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre si mismo, es esto lo que hace de nosotros seres especiales y específicamente humanos, racionales, éticamente comprometidos, es por consiguiente que forma parte del ser humano para lograr su propia identidad, del recuerdo de ese viejo ambiente como testigo de su historia, de su tradición de vida.

Sus tradiciones y costumbres están fuertemente arraigadas a las fiestas patronales , las cuales celebran en el transcurso del año, de estas las que más conmemoran son las actividades de semana santa, de aquí que cada viernes de este periodo se celebra una fiesta en las diferentes parroquias, de esta zona las más importantes son: el primer viernes en la iglesia de Jesús de Nazaret, al Señor de las Maravillas; el tercer viernes en Santa Anita al Señor de la Salud; el 31 de Marzo en la iglesia de San José se le rinde al Señor de los trabajos, en esta misma el 19 de Marzo a San José, que es la mas importante del sitio, en donde se realizan una pequeña feria que se establece a su alrededor

Otro festejo importante que celebran dentro de la zona es el día 12 de Diciembre en la iglesia de San Miguelito, el cual festejan en honor a la Virgen de Guadalupe, con peregrinaciones y convivencias entre las familias, en una pequeña feria establecida enfrente de ésta.

El comportamiento de estos individuos es en su mayoría es agresiva, ya que casi todo el tiempo se encuentran peleando por causas que los lleve a mejorar su nivel de vida; son agrupaciones que se dedican a realizar manifestaciones y mitin.

V.2. ANALISIS DE NECESIDADES

Este análisis de Necesidades se enfoca al usuario, el cual nos permitirá conocer aquellos espacios que son requeridos para que estas personas puedan desarrollar sus actividades cómodamente e íntegramente

Necesidad :

Exhibir y vender:

Se realizarán ventas al mayoreo y menudeo en los giros de ropa y calzado, aparatos eléctricos, artículos de piel, alimentos preparados etc Por medio de locales, puestos y pasillos comerciales

Guardar mercancía:

Este espacio estará determinado por bodegas individuales dentro de su local comercial

Elegir circulación:

Por medio de esta se procurará una circulación rápida y fácil entre las áreas del centro comercial por medio de pasillos, andadores y en su caso escaleras

Administrar:

Se controlará las actividades del centro comercial por un espacio determinado que contará, una recepción, dirección general, control y cajas de pago, sala de juntas, ½ baño y área de secretarías

Preparar alimentos:

Estos alimentos necesitan ser preparados total o parcialmente en un espacio limpio e higiénico en el centro comercial que contendrá. mesa, refrigerador, estufa, alacena etc

Consumo de alimentos:

Se consumirán en una zona limpia e higiénica dentro del área de estar junto a los puestos de alimentos el cual contendrá; mesas, sillas y basureros

Área de esparcimiento:

Esta actividad se realizará en una pequeña plaza en espacios ajardinados junto al área de estar

Aseo personal:

En sanitarios para ambos sexos.

Limpiar:

El centro comercial contara con un espacio en donde se guardaran los utensilios de limpieza de los sanitarios, el área de estar, esparcimiento y el estacionamiento; por medio de un cuarto de mantenimiento

Deposito de basura:

Es aquí en donde todos los comerciantes que elaboren en este sitio, tiran y almacenaran los residuos que junten al terminar la jornada de trabajo, hasta que pase el recolector de basura

Guardar autos:

Se necesita de un estacionamiento para los consumidores que vienen a comprar a este centro comercial, estos requieren evitar la circulación cruzada entre vehículos y peatones, los guardaran en cajones compactos y estándar (5 . 2 40 y 4 20 2.40)

Carga y descarga:

Necesitaran un patio de maniobras en donde puedan cargar y descargar la mercancía

Vigilar:

Realizaran rondas de inspección en las diferentes zonas del centro comercial y vigilaran entrada y salida de la mercancía, mediante una caseta de vigilancia

Espera de transporte publico:

Tendrán un espacio en donde puedan esperar el transporte colectivo

V.3. ANALISIS DE AREAS

Para el análisis de áreas en el diseño del proyecto del centro comercial, se tomara en cuenta el estudio y el análisis que realizamos a los centros comerciales existentes y con base a los reglamentos para la ciudad de Puebla

Dentro de los aspectos que tomamos en cuenta para el desarrollo del análisis de áreas se tomaron los espacios, dimensiones, numero de personas que estarán ocupando el lugar, muebles a ocupar, la orientación y ventilación y las instalaciones especiales que se pudieran utilizar

Espacio	Mts. ²	N De Personas	Muebles	Orientación Ventilación	Inst Especiales
- Admón	49	5	varios	natural	
recepción	4		sala		
gerencia	9	1	escritorio, silla		
secretaria	6	1	librero, archivero		
			escritorio, silla		
			archivero		
sala de junta	16	12	mesa y sillas		
½ baño	2 25	1	lavabo y escusado		
control o					
caja de pago	5	2	caja registradora,		
			mesa y sillas		
- Locales	9 x 100	2	aparadores	natural	
puestos	4 x 100	2	mostradores		
bodega	4				
-Corredores	2 50			natural	
andadores	2				
- Alimentos	9	3	mesa, refrigerador	norte	
			estufa, alacena etc	Natural	
-Consumo de					
Alimentos	60	40 – 45	mesas, sillas	norte	
			Basureros	natural	
- Caseta de					
vigilancia	9	2	mesa, silla	natural	
			locker, wc, lavabo		
- Sanitarios	50	12	wc, lavabo,	natural	
			mingitorio		
- Estacionamiento					
	4 2 x 2 4 x 100		cajones	natural o	
				artificial	
- carga y					
descarga	150			natural 0	
				artificial	
- Basurero	25		contenedores	natural	
- Cto de					
maquinas	25			norte	

V.4. DESCRIPCION DE AREAS

Área Administrativa:

Este lugar es importante en un Centro Comercial ya que tiene la finalidad de controlar, regular y esta encargada de coordinar todas las actividades que se tengan que realizar en este sitio Para un buen funcionamiento de la Admón. Es necesario contar con las siguientes áreas Recepción, administración general, sala de juntas, información Gral. Contabilidad, sanitarios, mantenimiento, alguna salida de emergencia, además con un espacio en donde se pueda pagar al personal que en esta elabora.

Vigilancia:

En un Centro Comercial es de gran importancia contar con este servicio, ya que este tipo de inmueble le da una mayor seguridad al espacio, da confianza a los comerciantes y al consumidor que visita el lugar para realizar algunas compras con frecuencia Este espacio estará destinada al control de registros de los productos que ingresen al Centro Comercial.

Carga y Descarga:

Aunque no es muy abundante este espacio es necesario contar con un área específica en donde puedan realizar maniobras adecuadas para cargar y descargar la mercancía en sus diferentes clases Este espacio deberá estar diseñado acorde al flujo comercial que se tenga, teniendo un acceso y una salida rápida y apropiada que no ocasione congestionamiento viales dentro del estacionamiento.

Sanitarios:

Uno de los lugares más utilizados por la gente en Gral Son los baños públicos, ya que por el tipo de actividades que se realizan en estos sitios, son requeridos por los comerciantes y por los consumidores, es una necesidad personal, este sitio se ubicara a una distancia considerable de algunos servicios, en donde no tenga una relación directa con los productos combustibles, buscando una salida optima para evitar la contaminación de dichos productos, contara con una ventilación adecuada que garantice la salida de los malos olores despedidos en este espacio

El área de sanitarios, en síntesis contara con los siguientes elementos.

Hombres	1 excusado		
	1 mingitorio	x	cada 400 m ²
	1 lavamanos		
Mujeres	1 excusado		
	1 lavamanos	x	cada 300 m ²

Bodegas:

Las bodegas de almacenamiento en los centros comerciales son espacios necesarios de los cuales, el comerciante requiere para guardar y almacenar su mercancía. Este sitio no requiere de algún mobiliario específico ya que su única función es la de mantener la mercancía.

Estacionamiento:

El estacionamiento es uno de los espacios con mayor importancia de todos los inmuebles ya que existe la necesidad de transportarse por parte de la gente así como la de los productos al no existir este espacio crean conflictos

El flujo vehicular actual genera algunos problemas de congestionamiento constante para vehículos estacionados en lugares prohibidos como en los estacionamientos particulares y paraderos colectivos

Las dimensiones de los cajones de los estacionamientos en el interior serán de 2 40 y 5 00 mts Y se aplicara con el siguiente criterio de acuerdo al reglamento.

$$\text{Área total} \quad 1 \quad x \quad \text{cada} \quad 50 \text{ mts}^2$$

Basurero:

Es uno de los servicios indispensables con el que debe contar un centro comercial para el cuidado y mejoramiento de la imagen urbana del mismo, ya que la limpieza del interior será continua y constante Este servicio de basura será ubicado en conjunto con los sanitarios y cuartos de maquina, esto facilitara las maniobras del carro recolector de basura al situarlo a un acceso directo del Centro Comercial

Cuarto de Maquinas:

Este se ubicara en un área específica en donde pueda ser controlable y a la vez no sea estorbo para los comerciantes y compradores

El cuarto deberá estar con un sistema hidroneumático, con este sistema de bombeo de la cisterna al tanque elevado y la consideración de una cisterna exclusiva para contingencias contra incendios, deberá tener una buena ventilación e iluminación.

Pasillos y andadores:

Estas áreas deberán ser amplias ya que su función es importante dentro del centro comercial, al guiar y comunicar todas las áreas entre sí, pues de no ser de esta manera propiciaría congestionamiento peatonal, podría ocasionar empujones, pisotones entre la multitud que este recorriendo los locales

Por tales fines se propone destinar un espacio de pasillo de 1 20 mts Para el paso del consumidor por cada sentido (2.40 mts) más un espacio en donde la gente separe a preguntar algún producto que le haya interesado teniendo finalmente 3.00 mts De ancho por cada pasillo.

Para fines de andadores se considera el espacio en el cual puedan transitar 2 personas por sentido teniendo en esta forma un hacho de 2.40 mts

Área de Ventas:

Para destinar el área que requiere un puesto se tomo en cuenta y en consideración el propuesto por SEDESOL, la cual es de 6 10 mts² Esta área estará destinada para puestos pequeños, aquí cabe mencionar que hay giros que necesitan un poco más de espacio para vender su mercancía, estos locales tendrán un área de 9 00 mts² teniendo además cada local un espacio en donde puedan guardar su mercancía

Preparación de Alimentos:

Esta área da un servicio de comida rápida, es un espacio común destinada a la colocación de mesas y sillas, en donde los locales estarán diseñados individualmente para la realización de alimentos y que la gente pueda elegir a preferencia de su gusto el alimento que desea consumir, las características que presentan estos espacios son las siguientes. Tendrá una superficie de 14 a 16 mts²

Áreas verdes:

El área verde da armonía, ya que sin la existencia de este medio ambiente se sentiría monótono, es decir que cuente con una superficie de vegetación, no en todo el contexto del centro comercial pero si en un área específica, pues esta estipulado en los diferentes reglamentos de la Ciudad de Puebla, en donde se donara una superficie y se conservara la existencia de estos dentro de la zona monumental de Puebla

V.5. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO Y ZONIFICACIÓN

Para el desarrollo del programa arquitectónico, fue necesario hacer un análisis de aquellos centros comerciales, en donde se pudieran identificar sus espacios, áreas y dimensiones que necesita, también los giros en que se desempeñan en estos lugares; otro de los aspectos que tomamos en cuenta para realizar el programa arquitectónico fue el tomar las necesidades de los vendedores informales, así como de aquellos giros en que se desempeñan y el espacio que comúnmente necesitan para vender y ofrecer la mercancía. La separación de las zonas está dividido de acuerdo a la función de cada giro comercial, teniendo así los espacios más comunes en un centro comercial:

Espacio	Mts. ²	N. De Personas	Iluminación y Orientación
Zona Administrativa.			
Recepción	9	5	natural
Dirección General	9	1	natural
Oficina de Secretaria	6	1	natural
Sala de Juntas	14	10	natural
Control y Cajas de pagos	6.25	3	natural
Zona de Ventas			
Locales Comerciales	6.25 x 150	2	natural
Puestos	9 x 40	2	natural
Corredores	2 80		natural
Zona de Estar.			
Preparación de Alimentos	9 x 8	3	natural, norte
Consumo de Alimentos	60	44	natural, norte
Área Recreativa	65	50	natural
Áreas Verdes			natural
Área de Teléfonos públicos	8		
Zona de Servicios.			
Caseta de Vigilancia	12	2	natural
Cto. De mantenimiento	18.5	2	natural
Sanitarios	62	14	natural
Estacionamientos	5 x 2 4 y 4 x 2 77		natural
Contenedores de Basura	14		natural
Andadores			
Carga y descarga de mercancía			
Servicios Especiales.			
Cto. De Maquinas	25		natural
Hidratantes			
Mangueras contra incendios			

V.6. DIAGRAMAS DE FUNCIONAMIENTO

De acuerdo y con base de las necesidades que mencionamos anteriormente, se puede realizar un programa de funcionamiento, que puede ordenar y regular el funcionamiento de las diferentes áreas solicitadas para cada giro comercial

En esta nos permite ver las diferentes funciones que rigen al centro comercial, dependiendo la importancia y la relación que tendrá cada espacio con otro

Diagrama de funcionamiento por zonas

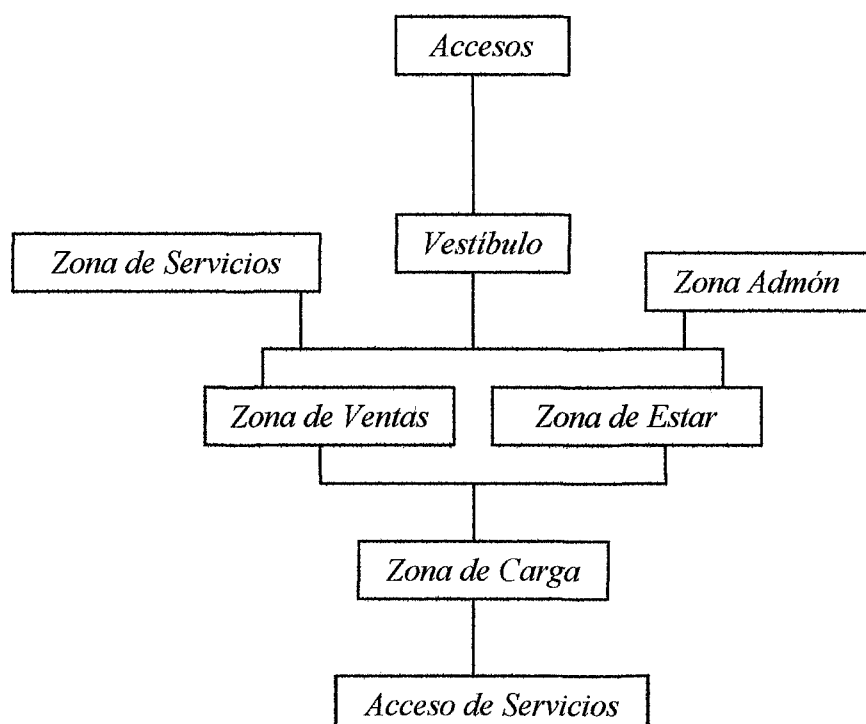
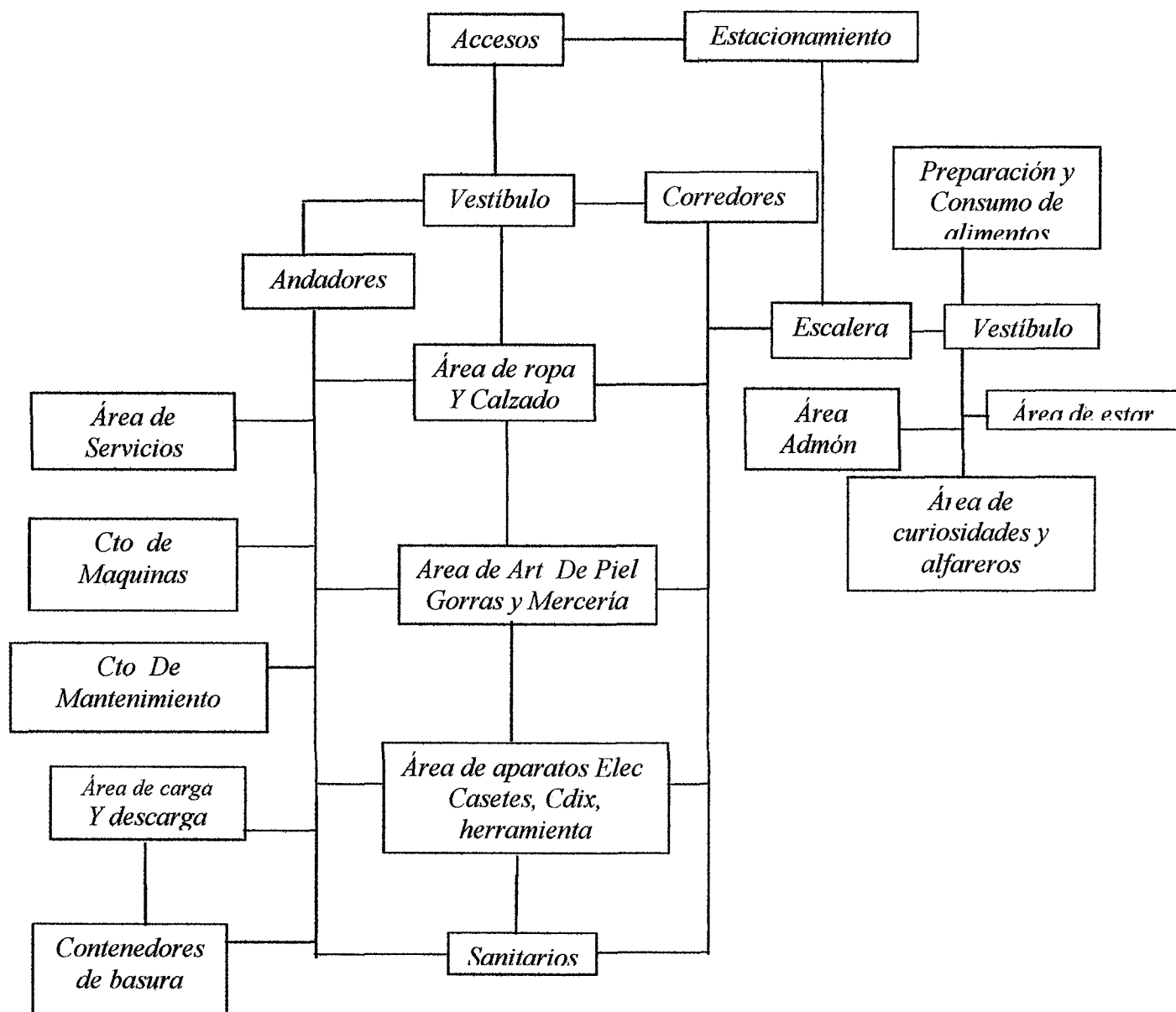


Diagrama de Funcionamiento:



V.7. ANALISI DEL SITIO

Ubicación del Terreno



V.7.1. El Sitio.

Hoy en día es muy difícil poder intervenir en cualquier terreno sin antes conocer sus calidades y sus problemáticas, el cual presenta dicho previo. Es por esta situación que nosotros hemos realizado un análisis del sitio, en donde teniendo un terreno previamente seleccionado, procederemos a llevar acabo el estudio y análisis de sus principales componentes, tanto (naturales, artificiales, socioculturales, espaciales, ambientales, etc.). Que son los que lo integran.

De esta forma con el desarrollo de este análisis y teniendo un enfoque mas amplio en cuanto el entendimiento de su contexto tendremos un panorama general de sus ventajas y desventajas y así podremos intervenir adecuadamente en el proceso compositivo del diseño arquitectónico, aprovechando las potenciales del terreno y contrarrestar las limitaciones que se presenten.

El Terreno

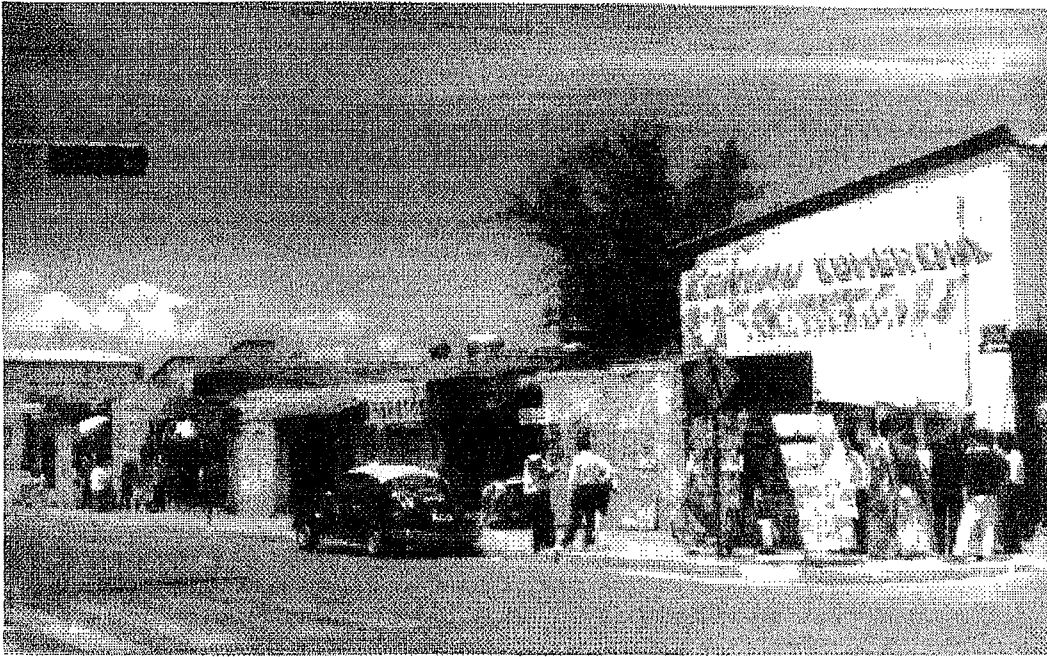
El terreno que se propone para este proyecto cuenta con una superficie de 2,745 m² y se encuentra en la ciudad de Puebla, ubicado en contraesquina de la avenida 11 norte, frente de CFE. Y sobre la calle de la 10 poniente, frente al Museo Nacional de Ferrocarriles, dentro del Centro Histórico.

En esta zona se desarrolla una gran cantidad de actividades comerciales y turísticas, ya que es, en rigor una área primaria de ocupación Urbana que presenta características muy peculiares, tanto desde el punto de vista arquitectónica, como a sus funciones y actividades que se realizan, debido que dentro de esta área es en donde sea centralizado y concentrado con mayor auge las actividades de los comerciantes formales e informales que estos últimos han causado deterioro en su imagen, ya que causa mal aspecto a las actividades turísticas puesto que es una zona muy visitada por personas extranjeros y del país, ya que a estas actividades obedece a las características formales de las edificación en este sector de la Ciudad, a la relación que guardan entre si sus espacios arquitectónicos y urbanos, a la originalidad de las manifestaciones estéticas, particularmente entre su arquitectura civil y religiosa de varios siglos, y que en conjunto representan un elocuente testimonio de excepcional valor Histórico identificado por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad

El dimensionamiento del terreno es el siguiente:

Del lado de la avenida 11 norte es de 61.00 mts. Y sobre la calle de la 10 poniente es de 45.00 mts. El terreno cuenta con una superficie de 2,745 mts.²

Ubicación del Terreno.

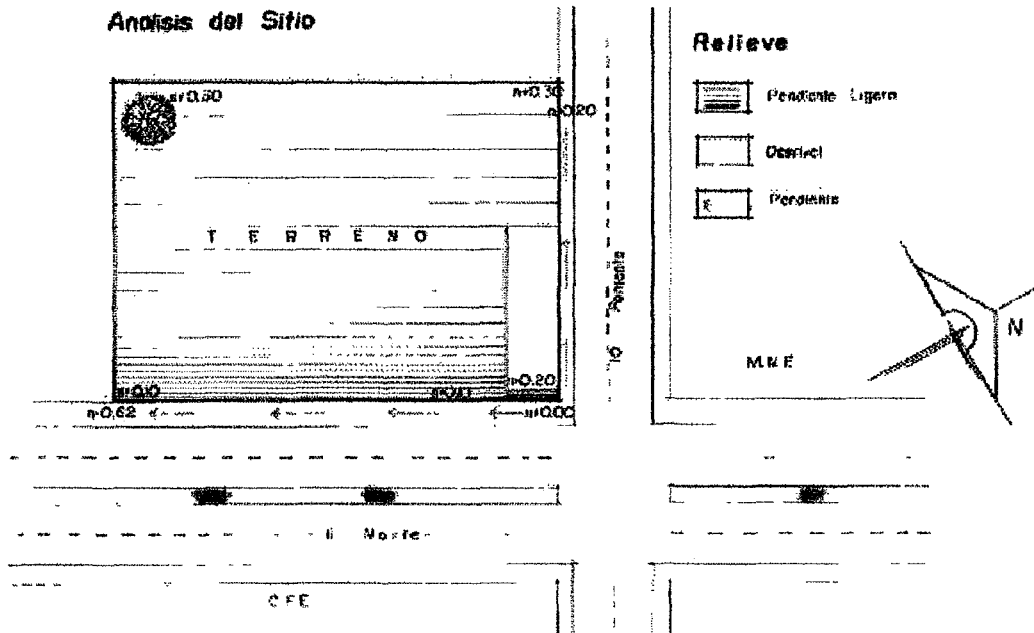


Calle de la 11 Norte



Calle de la 10 Poniente

V.7.2. Contexto Natural

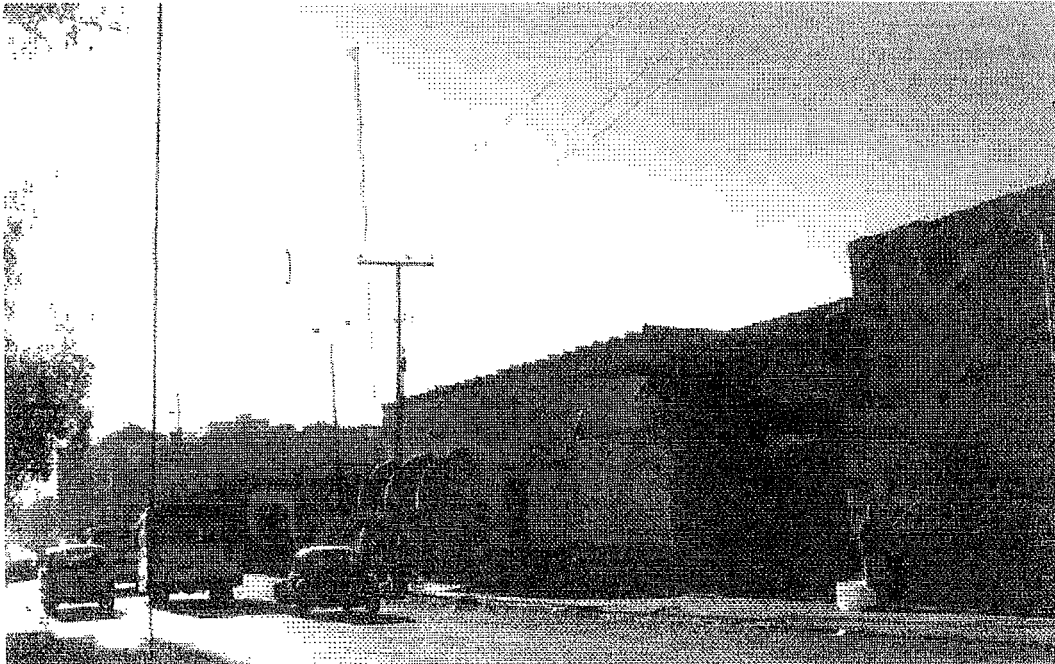


Relieve.

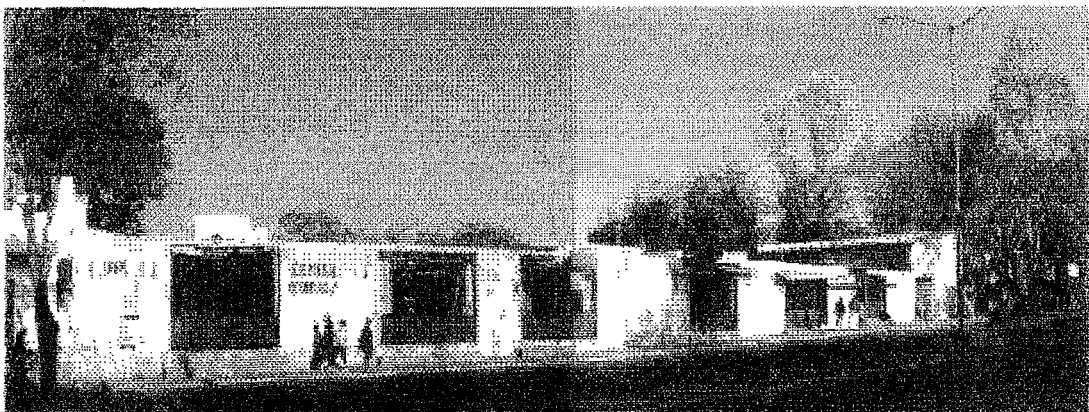
En la realización de cualquier proyecto es importante conocer el suelo en el cual estaremos apoyados para ejecutar nuestra propuesta, ya que juega un papel muy importante dentro del diseño, al percibir o detectar las características del relieve, como lo son las formas, alturas, pendientes, límites, que pueden afectar o modificar la propuesta de uso de suelo dentro del terreno, y que estas sean consideradas en la obtención de un buen diseño en el proyecto

El relieve que presenta y existe en el interior de este terreno, es en su mayoría una superficie plana, ya que cuenta con una pequeña y ligera pendiente, que va de la avenida 11 norte hacia la calle de la 13 norte, desde donde fue tomada el punto de partida para sacar los demás niveles; cabe mencionar que este predio se encuentra semi construido y que esta habitado por comerciantes, con pequeños puestos construidos por pequeñas estructuras metálicas, así por lo que podemos mencionar de esta área de estudio, que queda fuera de todo peligro y complicaciones debido a erosiones o por parte a suelos débiles, en donde se pudiera ver afectados o modificado el proyecto

Relieve.

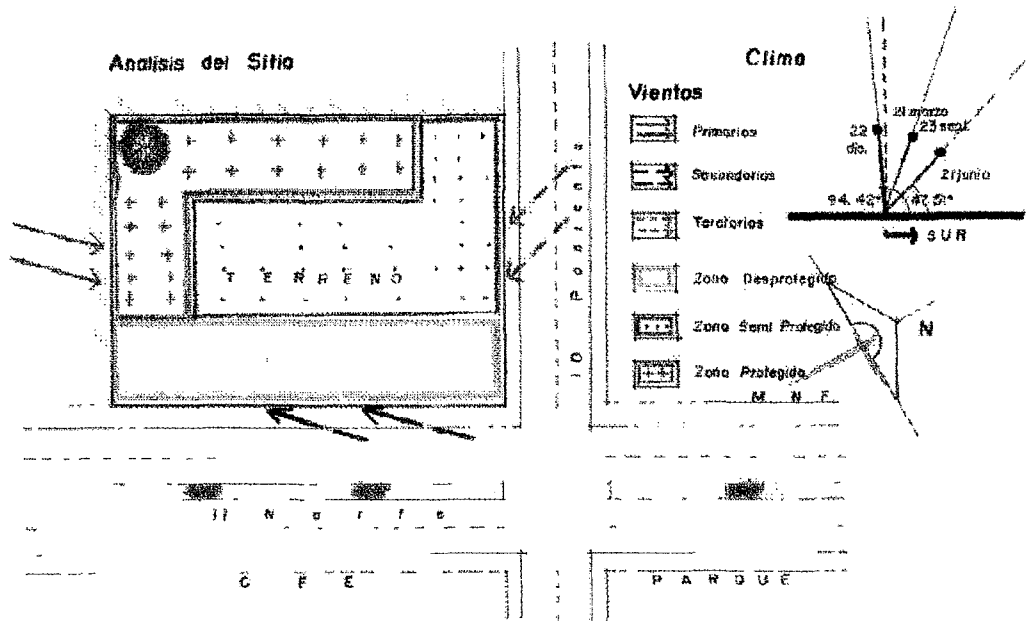


Pendiente sobre la Calle de la 10 Poniente



Desnivel del Terreno Hacia la Banqueta

V.7.2. Contexto Modificado



Climatología.

Uno de los aspectos importantes para diseñar un proyecto es el conocimiento de la climatología que se presenta dentro del sitio; esta considera la temperatura promedio, el asoleamiento, humedad relativa, precipitación pluvial, vientos dominantes, que el resultado de este análisis en relación con las orientaciones de cada espacio, se logran las condiciones más adecuadas en la comodidad del usuario y del mismo proyecto.

Localidad Puebla, Puebla México.

Clima del lugar es Templado sub-humedo, moderado con verano largo, fresco y lluvioso; con invierno seco no riguroso. Poca oscilación térmica en los meses de lluvia y mayor oscilación en época seca.

Temperatura media oscila entre los 17 y 19 °c

Precipitación Pluvial: Épocas de lluvias de Mayo a mediados de Octubre.
Y máxima precipitación pluvial en los meses de Agosto a Septiembre.
Épocas secas de Octubre a mediados de Mayo.

Humedad. Media 57% los meses con mas humedad, de Junio a Septiembre(85 a 92%) y de Enero a Marzo los mas secos.

(La época de lluvias se presenta a fines de Verano y a principios de Otoño)

Insolación: La duración de la insolación anual 2702 hrs

El valor máx. Ocurre en Marzo y el min. En Septiembre.

Duración de insolación en promedio diario anual. 7.4 hrs

Angulo de máxima elevación solar en Verano 94.42°

Angulo de menor elevación solar en Invierno 47.51°

Angulo de inclinación del plano de las trayectorias solares respecto a la horizontal: 70 98°

Radiación global diaria: de Marzo a Agosto es elevada, de Abril a Mayo muy elevada hasta 620 cal/cm²- día

Periodo Abril - Junio

Vientos: Dirección predominantes

Primarias este – noreste velocidad 1.3 mts.

Secundarias sur – sur oeste velocidad 1.85 m

Terciarias sur - sur oeste velocidad 1.27 m

Velocidad promedio 1 33 mts

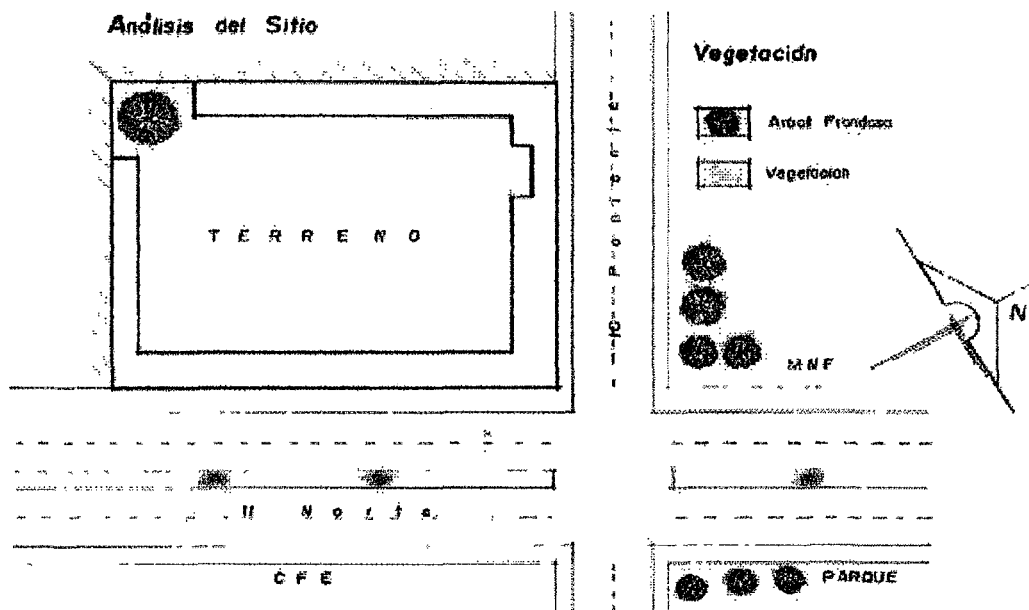
El sol incide casi directamente sobre el terreno, prácticamente todo el día, salvo en las orillas que se encuentran justo a donde el terreno colinda ya que proyectan una sombra.

A todo esto los vientos con dirección este-noreste son los que tienen mayor frecuencia; los vientos con dirección sur-suroeste son los que alcanzan las velocidades más altas en este periodo.

Periodo Noviembre -- Enero

Los vientos dominantes siguen siendo los del periodo pasado, los vientos que registran mayor velocidad son los de sur- suroeste, pero con mas frecuencia lo son este-noroeste, la velocidad de los vientos en este periodo son tranquilos.

V.7.2. Contexto Natural



Vegetación.

Un factor importante es el describir el tipo de vegetación ya que se relaciona estrechamente en el uso del suelo y del clima. Dentro que la vegetación dondequiera que se localice mejora el clima y crea un efecto de balance en el régimen del agua, lo cual hace disminuir la erosión y evalúa así como se debe inducir o introducir un tipo de vegetación ya que esta conforma de manera muy importante el paisaje natural pues su papel es importante y obvio.

Lo que podemos mencionar en cuanto al tipo de vegetación existente en el interior de este predio que puede crear una sombra y que genere una variación de microclimas; es un gran árbol frondoso que se encuentra en la esquina que delimita al terreno, este espacio es fresco en la mayor parte del tiempo, debido a que sus grandes ramas no permiten la penetración de los rayos solares durante el día y por la tarde el sol no incide directamente sobre esta área, lo que hace que se mantenga fresco casi todo el día, en este espacio es en el único lugar que existe vegetación; ya que en la demás área del predio es casi nula la presencia de este elemento, reduciéndose a pequeñas hiervas que se encuentran en las orillas, debido a que casi todo el terreno se encuentra previamente construido, es decir que esta pavimentada.

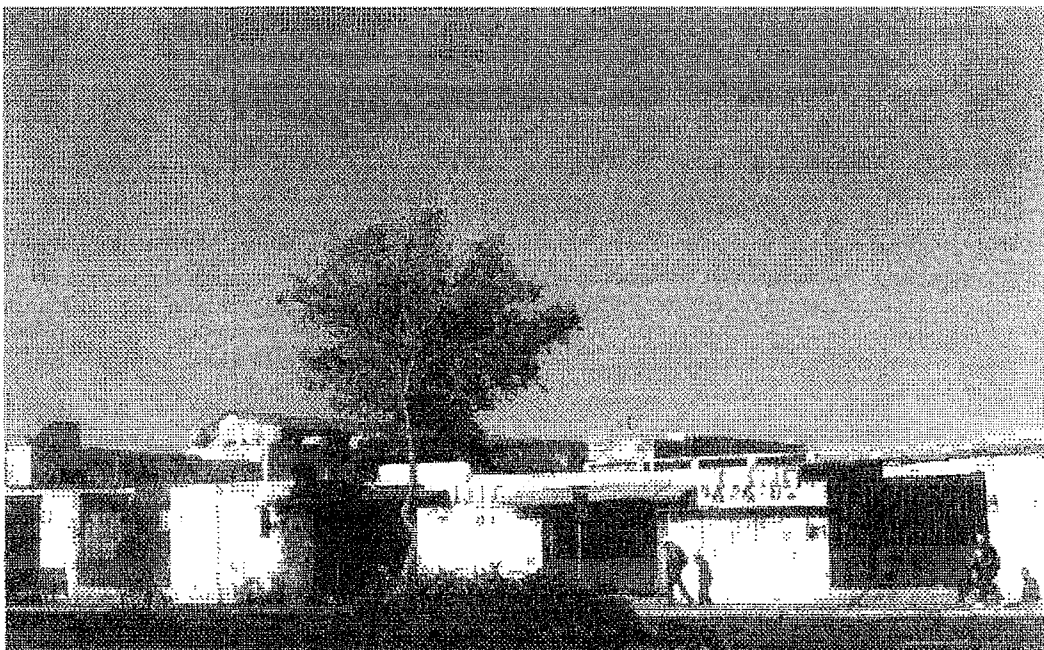
Fauna.

Esta se reduce a roedores que salen por las noches, algunas lagartijas que abundan por las paredes y en el árbol; también encontramos insectos que se congregan por los olores de la basura.

Vegetación.

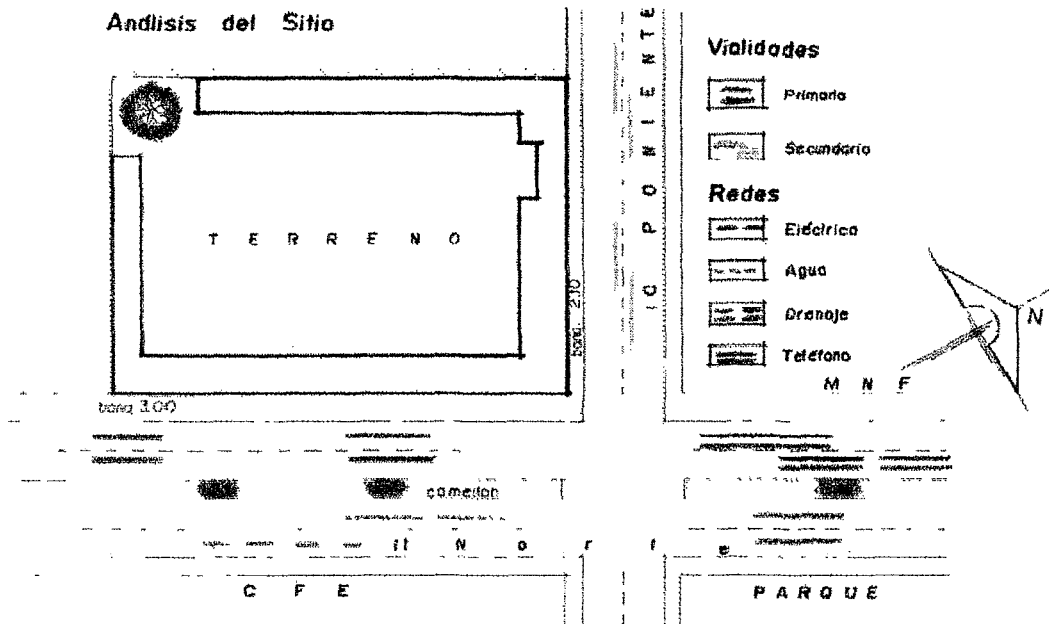


Árbol Frondoso



Árbol Frondoso

V.7.3. Contexto Modificado.

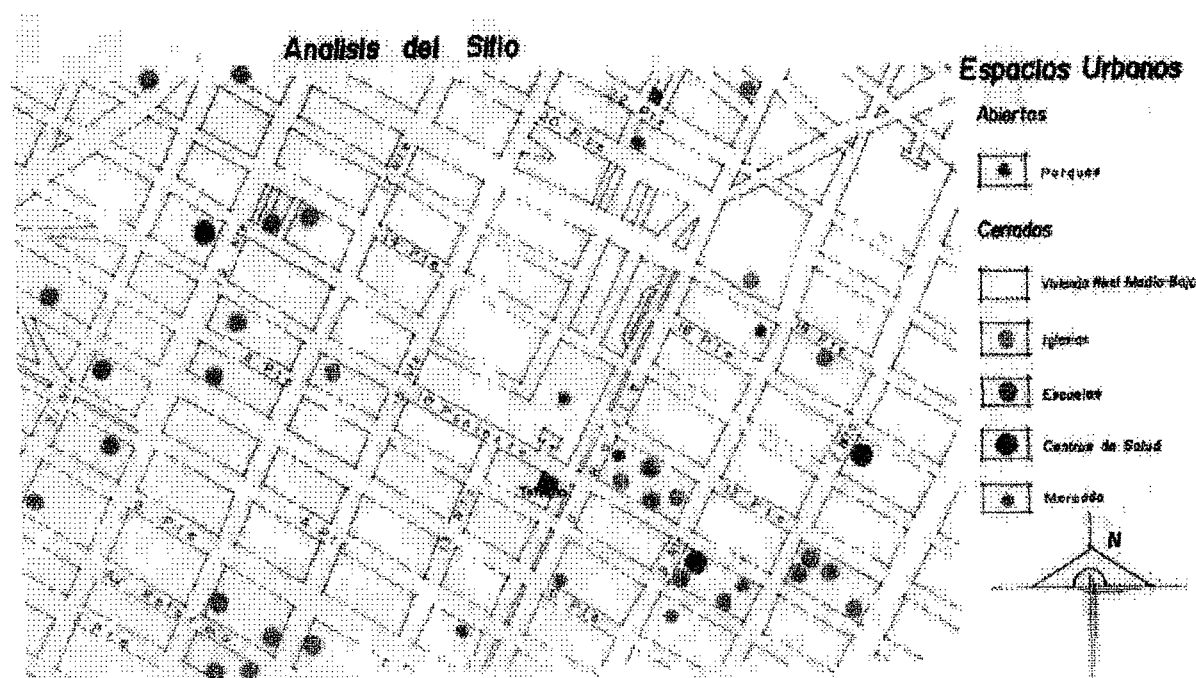


Vialidades

El sitio se encuentra rodeado por vialidades primarias y secundarias, el cual son calles de fácil y ágil acceso, como lo es la avenida de la 11 norte que es una vialidad de las más importantes dentro de la ciudad de Puebla, ya que con otras arterias se interconectan con los demás puntos de la ciudad de manera rápida y sin problemas de congestionamiento. Además a que por estas importantes vías circulan una gran cantidad de automóviles ya sea de transporte público suburbano, conformado por taxis, combis, microbuses, autobuses, que dan servicio a barrios puntos de la ciudad, a estos se les agregan los automóviles del sector privado, por lo que diremos que hay una infraestructura vial importante y un transporte público eficiente que permite al mismo tiempo un rápido traslado del sitio hacia los demás zonas de esta ciudad. Estas alabes son transitadas por los peatones durante la mayor parte del día, y que en estas pasan la mayoría de redes, como lo son los servicios de alumbrado público, drenaje, agua potable, teléfono, pavimentación etc.

Sobre la calle de la 10 poniente se dirá que es una vialidad de tipo secundario; Ya que por esta transitan en menor proporción los automóviles pero aun rápida y sin problema de congestionamiento, que conecta a sectores aledaños; también por esta arteria la circulación de las personas es importante esto a que por esta calle existe una terminal foránea de microbuses y que alrededor de este terreno existen viviendas, en donde los propietarios concurren con frecuencia al Centro Histórico a realizar sus compras.

V.7.3. Contexto Modificado



Equipamiento Urbano

El previo que hemos seleccionado para llevar a cabo nuestra propuesta arquitectónica se encuentra en una zona en donde lo que mas predomina son los centros de enseñanza a nivel primaria, secundaria y bachillerato, estas instituciones en su mayoría son de carácter publico. En cuanto a los centros comerciales encontramos una gran cantidad de estos espacios, aunque en su mayoría estos centros no se encuentran contruidos, pero si habitados por pequeños establecimientos hechos con estructuras metálicas y de madera, pero cercanas a estas se encuentra el Centro Histórico en donde hay una gran cantidad de estos comercios, que puedes encontrar cualquiera de los artículos que expenden en los centros comerciales antes mencionados; También encontramos iglesias con un valor Histórico uno de estos enfrente del previo; Hay centros de salud aunque son casi únicos los que se pueden observar cerca de este terreno; Por ultimo existen aquellos espacios destinados a la recreación, como lo son las plazas y jardines, solo uno cercano al predio.

Con lo que podemos decir que las actividades que mas se realizan es el habitar y el expender mercancía y productos; aunque también existen los espacios de descanso, esparcimiento y recreación en donde la gente puede disfrutar sin salir de esta zona.

V.7.3. Contexto Modificado



Nodos.

Esta conformada por la unión de vialidades el cual crea conflictos vehiculares, resuelto por la intervención de una buena semaforización en este sitio.

Hitos

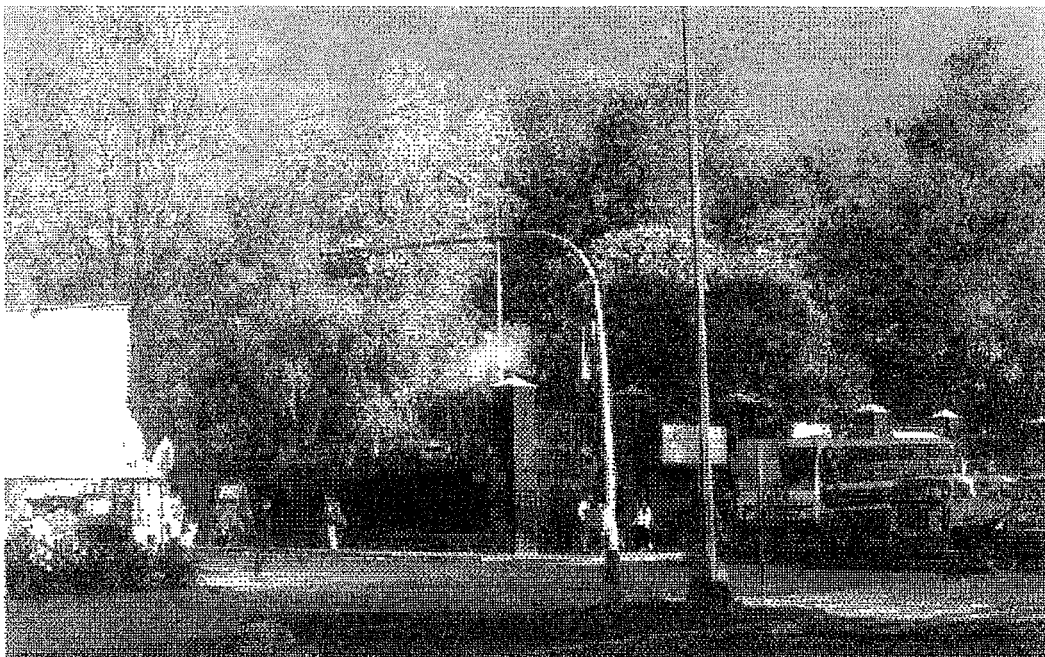
Son aquellos lugares que destacan o son considerados solo como puntos de referencia importantes, ya sea por sus características formales, volumétricas o naturales que se encuentran dentro del contexto que es analizado, Así cerca de este previo podemos encontrar esos puntos, como el Museo Nacional de Ferrocarriles, el cual es visitado diariamente por muchas personas, Otro de los considerados es el edificio de Comisión Federal de Electricidad, debido a que este espacio es muy concurrido por aquellas personas que realizan sus pagos o que reportan algún percance ocurrido en el transcurso de la semana; Otro de los puntos importantes tenemos un parque que sirve de base para camionetas de mudanza; Un ultimo espacio es la iglesia de San José que se encuentra a un costado del parque, y que es visitado por los fieles católicos en la semana.

Como hitos importantes dentro de la superficie del terreno, solo podemos observar uno sobresaliente, que es un árbol frondoso que se encuentra en contra esquina de donde colinda y termina el predio

Hitos.

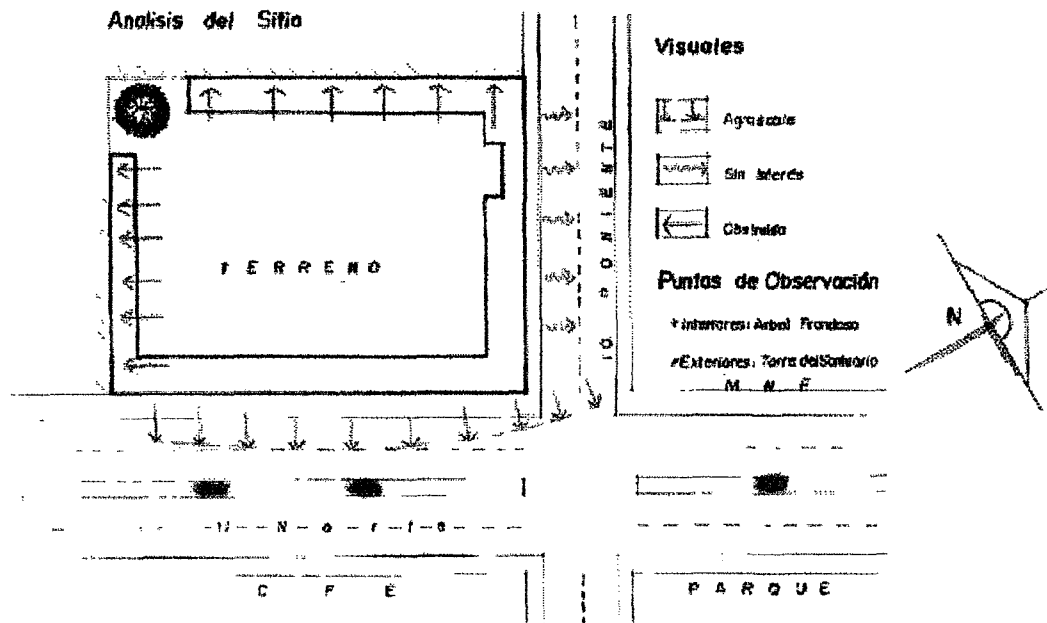


Comisión Federal de Electricidad



Museo Nacional de Ferrocarriles

V.7.3. Contexto Modificado



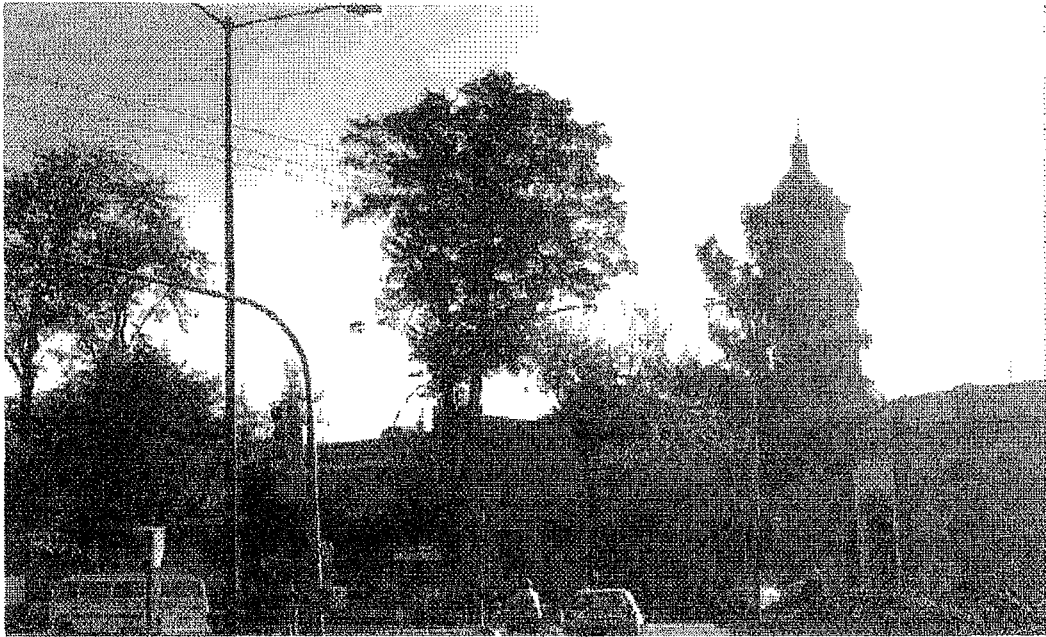
Visuales.

Del interior del predio hacia exterior se pueden apreciar y observar algunos remates visuales importantes para nosotros, no panorámicos pero si agradables, ya que dos de sus caras se encuentran delimitadas por terrenos construidos y las otras caras laterales colindan con edificios no muy altos, pero si que nos llegan a obstaculizar las vistas.

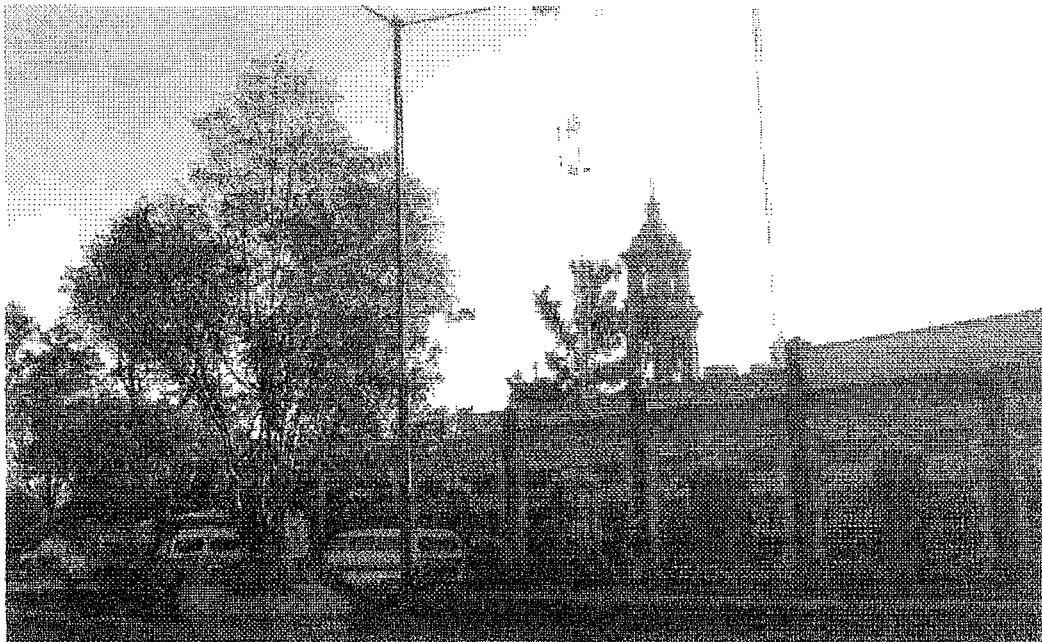
De estas vistas podemos mencionar las mas agradables que se llegan a preciar desde el interior de este previo; una como lo es el Museo Nacional de Ferrocarriles que se encuentra a un costado de este terreno, pasando sobre la calle de la 10 pnt; otro de los remates que se aprecian es el Edificio de Comisión Federal de Electricidad que esta en frente de este previo cruzando la calle de la 11 norte, este edificio es un monumento Histórico de Puebla; un ultimo remate seria un parque y una iglesia que se encuentra a un costado de CFE.

Las vistas sin interés están dadas ya que existen muros y una gran cantidad de árboles que obstruyen la visibilidad hacia el exterior, pero aun importantes por la presencia de vegetación abundante y por la exposición de ferrocarriles antiguos.

Visuales.

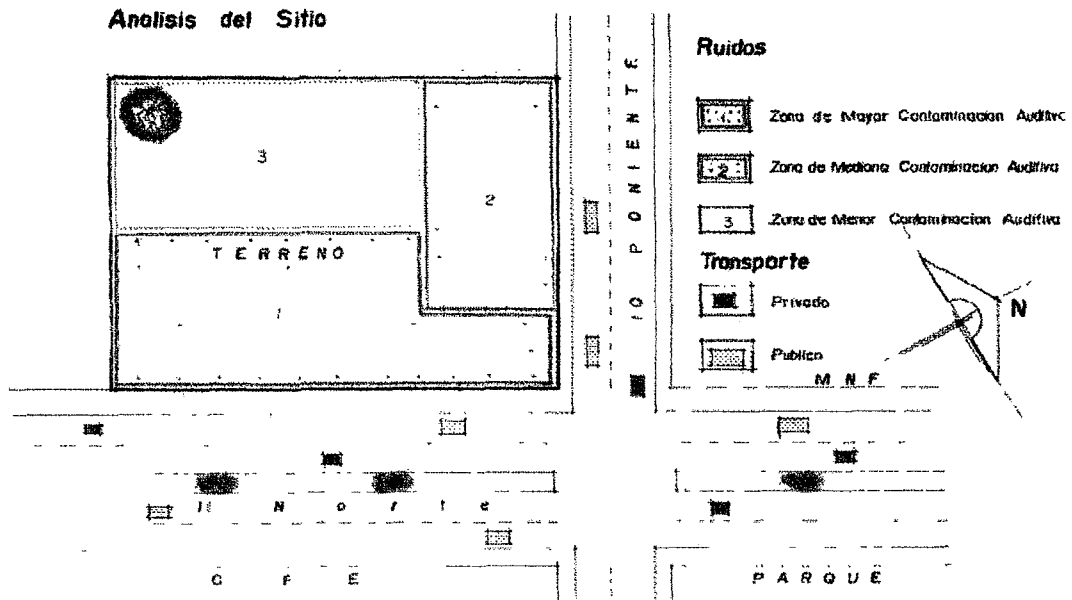


Vista Agradable Rematada



Vista Agradable Focalizada

V.7.5 Aspectos sensoriales



Uno de los aspectos que nos lleven a determinar la composición de nuestro edificio será: el conocer y el identificar aquellos elementos y factores que nos puedan afectar o ayudar en la determinación del diseño. Esto se refiere a la relación que guardan entre sus espacios a la sensación que provoca al hombre con su entorno, esto a través de sus elementos sensoriales y espaciales el cual unidos darán cualidades para conformar una nueva imagen urbana.

Ruidos:

La zona en donde se percibe con mayor frecuencia una contaminación auditiva, son las que colindan con las vialidades de la 11 norte y la 10 poniente; en la zona 1 debido a que por esta calle circulan una gran cantidad de autos, tanto de transporte público y privado, que estos lo hacen a una velocidad considerable, también se llega a percibir el toque de las campanas de la iglesia que se encuentra a un costado de CFE. No molesta pero si es perturbativa; en la zona 2 sobre la 10 poniente también por el mismo problema de circulación vehicular, pero en menor proporción, ya que esta calle es de un solo sentido y que los carros circulan con menor velocidad; en la zona 3 presenta problemas auditivos, el cual se llega a escuchar ruidos molestos, esto debido a que en la parte trasera de este previo colinda con una estación de microbuses de transporte público foráneo que emite sonidos de sus motores que son desagradables, y que cuenta con un taller que da servicio a estos vehículos que se encuentra en mal estado y en constante mantenimiento.

Olores.

En este terreno los únicos olores que se llegan a percibir, pero no con gran importancia es el humo desprendido por los mismos automóviles que circulan por las avenidas 11 norte y 10 poniente, o por los microbuses que se encuentran en la parte trasera, en su totalidad son los de transporte público que cuenta con vehículos viejos y en mal estado; otro de los problemas de olores desagradables que se pudiera considerar, es la basura que la gente deposita sobre la banqueta de estas calles para que el camión de limpia la recoja, esto solo en los días que se recolectaba.

Colores.

Los colores que sobresalen y predominan al lugar son:

Un color anaranjado y Rojo ocre el cual esta pintado parte del Museo Nacional de Ferrocarriles y una superficie de Comisión Nacional de Electricidad, en esta misma un gris y sobre la iglesia que se encuentra a un costado de esta ultima; otro color sobre saliente es un azul cielo el cual se encuentra pintado en su totalidad la terminal foránea de transporte público, que se encuentra en la parte trasera del terreno hiendo por la 10 pnt.

Texturas.

Las texturas que predominan en esta zona son lisas, ya que en las construcciones existentes predomina el macizo sobre el vano.

V.7.6. Aspecto Normativo.

Dentro de la zona en el cual se encuentra ubicado el predio, existen diferentes normas y reglamentos para el desarrollo de un nuevo proyecto como los son los siguientes:

Reglamento del decreto de la zona monumental de la ciudad de Puebla.

Programa de imagen Urbana y Patrimonio Cultural.

Reglamento de construcción para la ciudad de Puebla

V.8. ANÁLISIS DE IMAGEN

Esta nueva arquitectura que trata de integrarse hacia los Centros Históricos, se observan conceptos e ideas metodologías que pueden ser agregadas a la arquitectura contemporánea, mediante propuestas y diferentes métodos para diseñar espacios resientes que logren envolverse con su entorno arquitectónico, y así no pueda romper su conformación espacial, en el cual sus diferentes conceptos para crear nuevos edificios logre armonizar con su contexto, lo nuevo con lo antiguo.

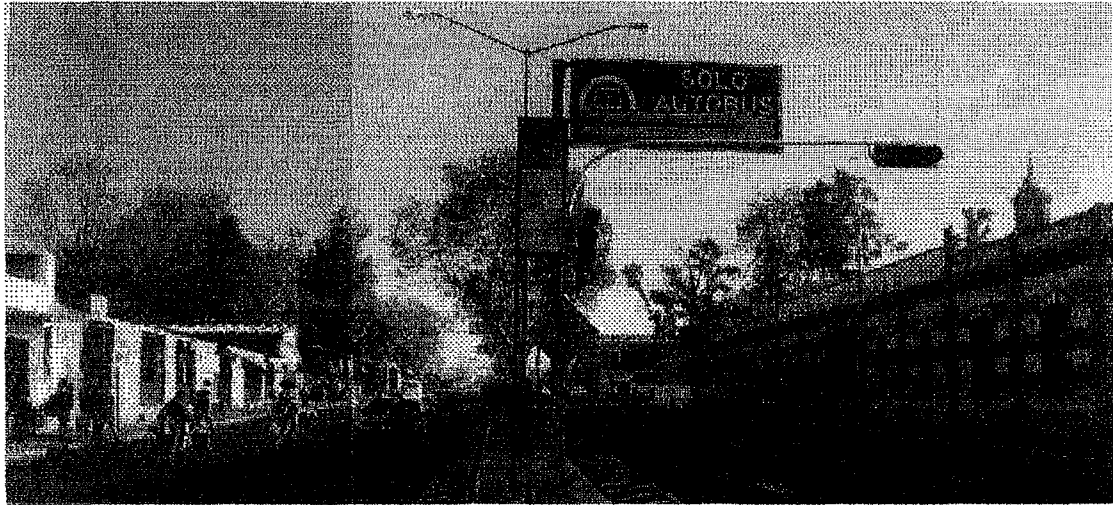
Imagen espacial.

Dentro de esta zona se muestra gran cantidad de estilos, en donde la mayoría de las edificaciones aportan características diferentes no adecuadas al entorno, el cual no logran con juntarse, debido a su configuración arquitectónica que muestra al no mantener el mismo Orden, que se puede apreciar en su desintegración, de esto que rompa con la armonía del contexto.

Se ha perdido la unidad entre los edificios al romper la continuidad de alturas promedios que hace que se pierda esa integración de proporción en los volúmenes; no existe una relación del frente, ancho y su altura en la fachada, perdiendo unificación al no respetar la altura predominante, las figuras se desfasan radicalmente que provoca una discordancia arquitectónica, desde la utilización de los colores, las texturas, los sistemas constructivos que se aplican, que impone una total incongruencia con el medio urbano.

Los volúmenes, la proporción de cada edificio y la integración de nuevos conceptos crea la pérdida de pauta y ritmo en la perspectiva visual del contexto

Nuestro objetivo al crear espacios con una arquitectura nueva, será determinada en la medida en la que logremos adaptar la conceptualización de los valores arquitectónicos, cuando se realice una integración con el contexto, el cual se considerara la consolidación de los volúmenes, la proporción y configuración arquitectónica.



Características Formales.

La integración al sitio y a la imagen de la zona nos muestra características diferentes pero sin pretender o querer robar imagen, enseñando una concepción de integridad mediante la proporción (anchura, frente, altura de la fachada) de la altura de los volúmenes, ya que aun siendo de dos niveles, con el campo visual; es decir que con la perspectiva del horizonte solo se percibe la altura de un solo nivel, debido a que la planta alta se encuentra arremetida hacia el centro del edificio y con esto no se pierde tanto la unificación ni la configuración arquitectónica de sus espacios, en donde estos mismos espacios y la superficie se vean alterados y modificados al utilizar elementos con diferentes contenido

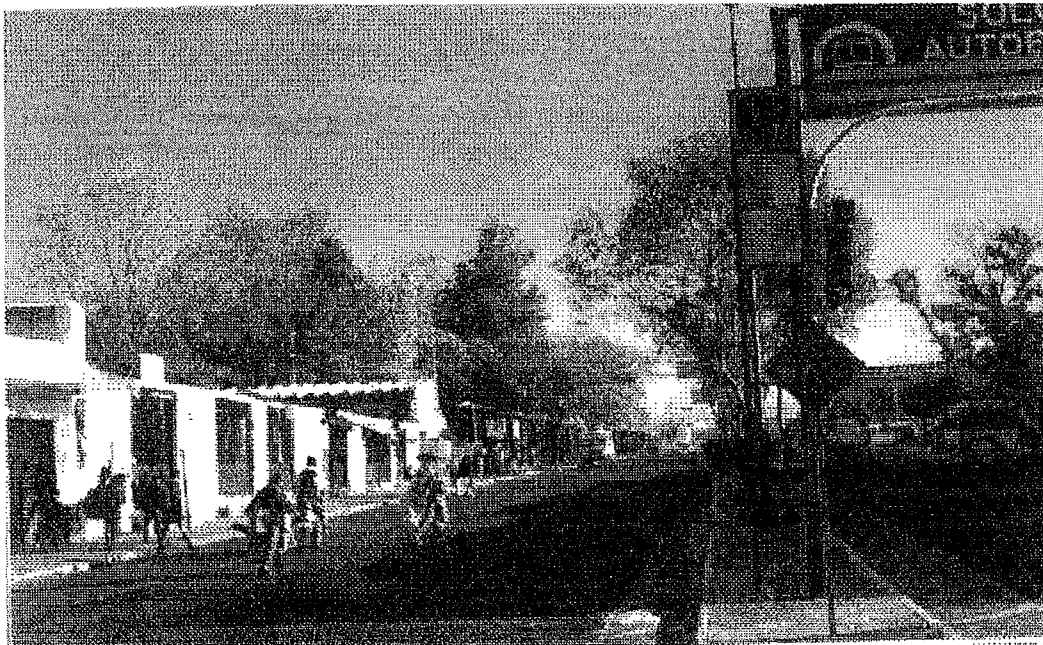
Mencionaremos como el vano sobre el macizo aunque no tiene esa misma congruencia se trata de guardar esa misma relación, que trata de conservar esa misma proporción en la fachada no así en planta alta en donde se puede observar una gran sobre posición de vanos, por lo que adopta nuevas formas que difieren de la proporción de la escala. La fachada del centro comercial retoma esa secuencia de arcos en sus cubiertas, que trata de reflejar una secuencia y el mismo orden el cual se pueden apreciar en el edificio de C.F.E. en su fachada.

Se ha tratado de mantener esta unidad en el edificio al conservar esa continuidad en la altura promedio en esa misma configuración arquitectónica en donde los vanos, macizos, colores, relieve, se mantenga a los detalles formales del contexto.

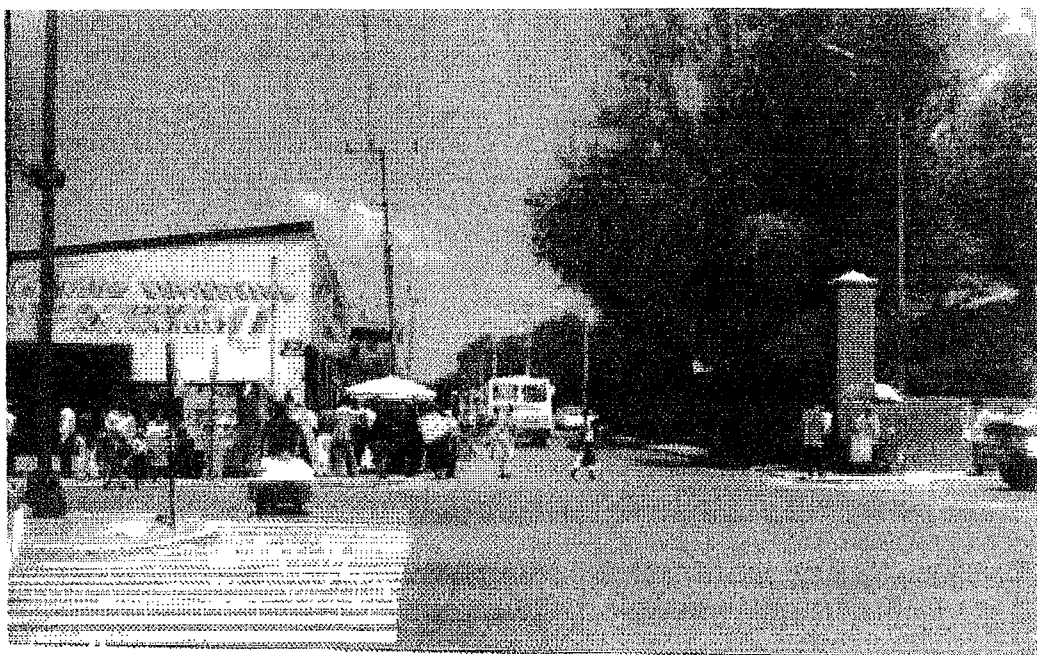
La perspectiva visual de la integración de estos edificios denota las carencias para saber mantener los elementos formales adecuados para poder conservar y no provocar esa pérdida de pauta y ritmo.

Esta nueva arquitectura deberá ser congruente con el momento actual integrándose al entorno que lo rodea, los nuevos espacio por construir siempre serán vistos y analizados desde su contexto

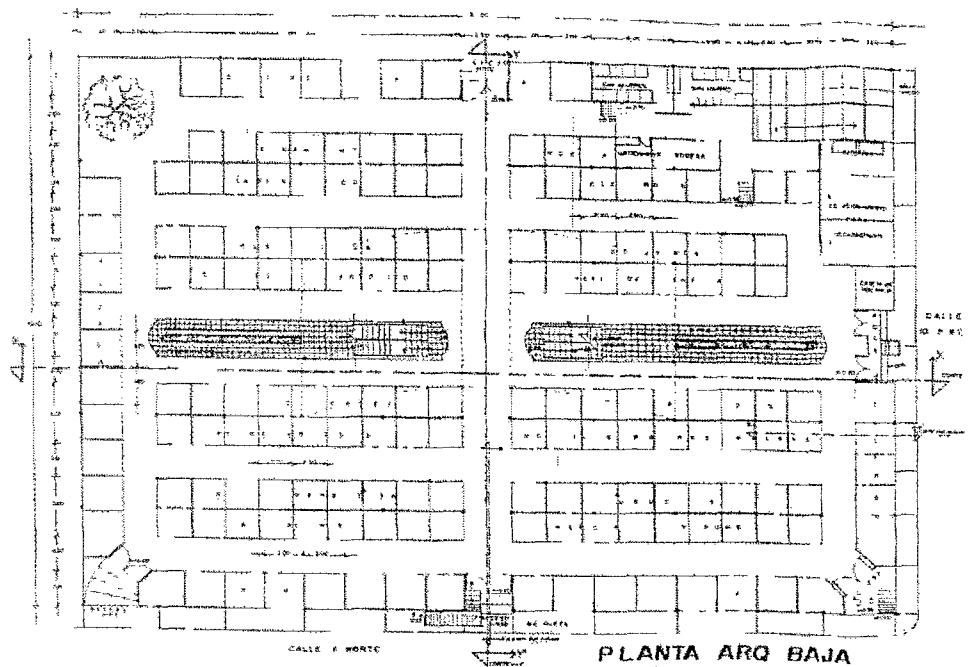
Vialidades.



Vialidad Primaria Calle de la 11 Norte



Vialidad Secundaria Cile de la 10 Poniente



Accesos y Circulación.

Teniendo como vía principal y a la vez el de mayor flujo peatonal la calle de la 11 Norte, se constituyo como punto principal de los accesos peatonales; no así localizamos cinco accesos importantes hacia la plaza, cuatro peatonales que abastecen perfectamente las entradas y salidas de los consumidores, tres de estos accesos se encuentran sobre la calle de la 11 norte y otro sobre la calle de la 10 poniente, las mismas que se interrelacionan mediante los corredores de circulación interna; otro de los accesos es uno independiente que se propone y se encuentra comunicado hacia una central de microbuses foráneos, que vendría a prestar un servicio inmediato y necesario a la plaza misma, invitando a los pasajeros que van llegando a introducirse al centro comercial para que puedan apreciar la mercancía que en este lugar se expende.

Sobre la calle de a 10 poniente se localiza el acceso de servicio el cual sin considerarla de menor importancia, se presta esta vía alterna para contemplar el área de servicio, debido a que esta vialidad es de menor flujo vehicular y nos permitirá crear un espacio pequeño de maniobras para evitar la degeneración del sector, por los problemas que puedan presentarse en el interior de la plaza, sobretudo con el de la basura. A fin de facilitar el acceso y circulación vehicular, ya que es una vía mas lenta se propuso por esta misma acera el acceso hacia el estacionamiento siendo esta subterránea, de este mismo estacionamiento hacia el centro comercial tenemos una comunicación con acceso vertical

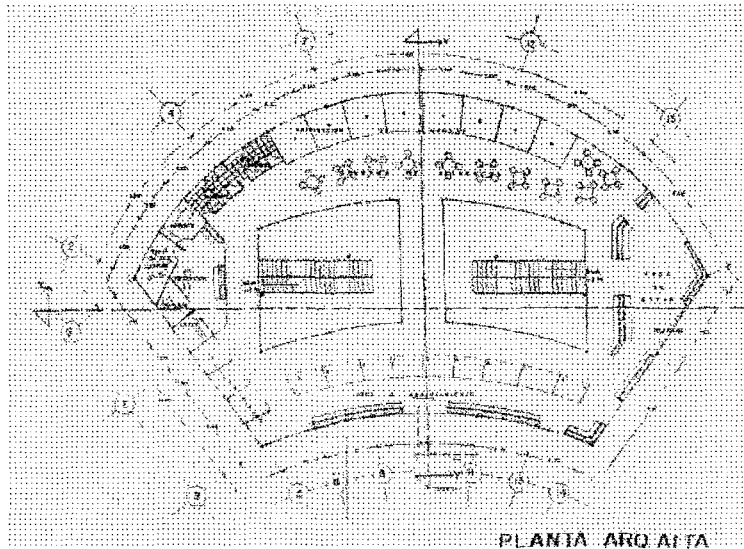
V.9. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El objetivo principal de este proyecto fue el de realizar un centro comercial que se encontrara dotado de la mayoría de las especificaciones contemporáneas inherentes a este tipo de proyectos adecuados a las características del lugar mediante la agrupación de servicios en donde se lleven acabo las actividades de compra y venta e intercambio comercial de mercancía y que estas se desarrollen en forma ordenada, organizada higiénicamente y culturalmente.

Este Centro Comercial busco ser una alternativa para los vendedores informales, que se dedican a la venta de mercancía en las calles de la ciudad, en particular para aquellas personas que se encuentran trabajando en las calles del Centro Histórico, en donde propician un sin fin de problemas a la sociedad y a los comercios establecidos de esta zona; el cual fue necesario dar una solución directa a este problema, mediante la creación de espacios y áreas semejantes a las que cada uno de los minoritarios necesitaban y proveer a estas personas de locales seguros, en condiciones mejores y al alcance de sus posibilidades económicas, en donde puedan seguir desempeñándose organizadamente. Esta plaza conserva el espíritu de los centros comerciales tradicionales, añadiéndosele las ventajas que presentan los nuevos planteamientos urbanísticos, Arquitectónicos y de construcción.

Para el desarrollo de este proyecto, se contemplo la completa utilización del predio, debido a las necesidades que presenta el comercio informal ya que es variado los giros en los cuales se desempeñan, aunque no cambia la forma en la que venden la mercancía, si deben estar distribuidos de acuerdo a su naturaleza. El área comercial que fue requerida en relación con el área del predio y con las necesidades a nivel sector, exigió un planteamiento con una altura mayor de un solo nivel. Por lo que cada uno de estos locales comerciales fueron ubicados de acuerdo a una zonificación general y en base a su actividad propia y debido a estas exigencias se planteo en su totalidad de dos pisos, y un tercero subterráneo para estacionar los vehículos. El comercio en dos niveles requirió de una solución adecuada que equilibrara la demanda de los servicios comerciales. En la concepción del proyecto Arquitectónico nos permitió una total verticalidad del espacio, en donde se trato de obtener una máxima flexibilidad para la distribución de los mismos. Se considero que los locales de venta sean de construcción sencilla, de fácil instalación, buscando menor costo en la concepción del edificio.

En el aspecto general de nuestro conjunto, tratamos que se lograra edificar un edificio con aspectos plásticos interesantes, dentro de nuestra composición volumétrica, no con características monumentales y si con una expresión y una integración en sus elementos, logrando sencillez y unidad en su configuración arquitectónica.



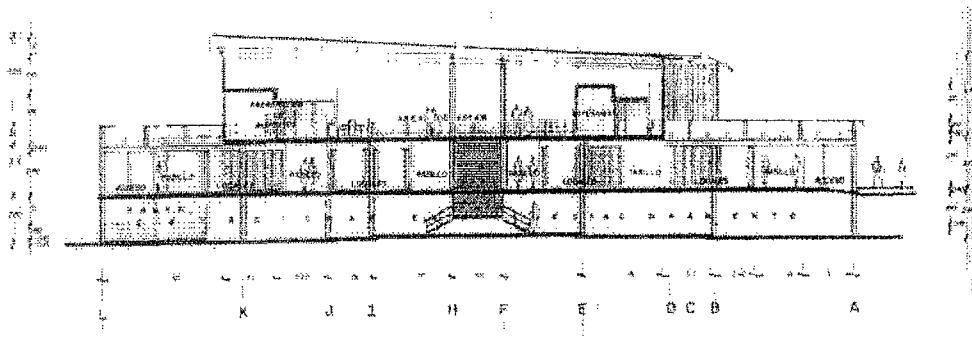
Circulación.

La circulación la tenemos claramente definida ya que esta la tenemos distribuida mediante corredores totalmente interrelacionados entre si, en la que podemos ir encontrando a su paso los diferentes puestos de venta, con una absoluta visibilidad en los corredores. Otra circulación circunscrita a la zona de servicios complementarios, con penetración al área de expendio para su abastecimiento en horas en que no sean atendidos los locales; antes de abrir el centro comercial y después de que se halla cerrado el mismo y este servirá para el desalojo de la basura el cual se hará en una hora definida.

Zona de Ventas.

Para nuestra área de ventas determinamos dos tipos de espacios para vender, los cuales lo ocupan los puestos de 2mts por 2.50mts. (6.10m)² destinados para puestos pequeños, locales de 3mts por 3mts. (9m)², estos puestos en su totalidad están serrado; tienen muros divisorios y losa, realizados de material ligero, para que en la concepción general del edificio no sea muy costoso. Existen diferentes locales estos se encuentran perfectamente distribuidos de acuerdo a su naturaleza y giro comercial, estos en dos niveles

En planta baja podemos encontrar una gran variedad de artículos para el hogar y para el uso personal, estos son variados y se encuentran distribuidos por zonas, tenemos la zona de ropa casual y deportiva, calzado, artículos de piel, mercería, juguetería y perfumería que son artículos de uso personal, tratados con puestos fijos y similares, localizados sobre los accesos de la calle principal. En la zona central se ha proyectado locales de dulces, antojitos, joyería de fantasía y artículos de curiosidad estos encontrándose en una zona de estar. En la parte trasera del edificio destinamos los locales de uso domestico, de estos los aparatos eléctricos, herramientas, casetes, CDS. y los de jarcería, estos artículos un poco aislados ya que algunos de estas mercancías necesitan ser probados y se encuentran en la mayoría del día con mucho ruido.

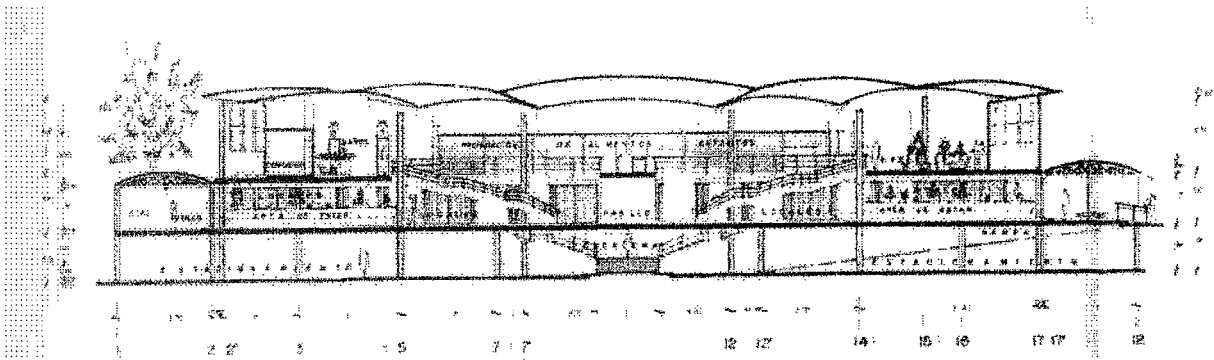


En el segundo nivel el cual es comunicado por dos amplias escaleras, podemos encontrar locales destinados a la venta de artesanías y dulces típicos, contemplándolos en una zona de esparcimiento en donde puedan ser observadas estas obras hechas por los artesanos de la ciudad en una forma mas pausada con mayor tranquilidad y en un espacio de confort en donde se invite a ingresar a este sitio con fácil acceso de las personas que empiezan o se interesan por este tipo de mercancía.

Servicios.

Los servicios básicos que contemplamos para que funcionara adecuadamente y que sirviera a dos niveles son los siguientes: teniendo en cuenta las distancias por recorrer y el numero de usuarios que diariamente utilizarían estos servicios; consta de sanitarios para hombres y mujeres cada uno de estos en los dos niveles ya que solo uno de estos no abastecería las necesidades del centro comercial, estos se encuentran en una zona adecuada en donde no se vean afectados los locales por el mal olor que estos expulsan. Control y aseo de los sanitarios y una zona para la recolección dela basura, esta determinamos que haya sitios de cestos de basura para el uso de los vendedores como de los compradores, así efectuándose constantemente el cambio o el retiro de esta basura en el transcurso del día, de aquí que existe una zona de almacenaje de basura en un espacio abierto para que luego sea llevada por el servicio de recolección de basura municipal

En el segundo nivel se localiza la zona destinada al consumo de alimentos, teniendo en cuenta que es una área de suma importancia con características de reunión de la gente que se concentra a ingerir alimentos, se ha propuesto que estos puestos sean agrupados en una sola área en donde se pueda controlar mejor los alimentos, logrando proteger a la gente de posibles enfermedades por falta de higiene en los alimentos y de los locales mismos. La zona administrativa se localiza en este mismo nivel dando un servicio adecuado para los locatarios y para el centro comercial en general.



Solución Estructural.

El sistema estructural es muy sencillo sin tener problemas en diseño ni en su construcción; en el aspecto general del conjunto, este se compone de bloques con estructuras independientes lo cual permite que su construcción pueda ser por etapas. La cubierta del bloque principal del Centro Comercial, a la vez que da un aspecto volumétrico agradable en su interior como en su exterior permite ser aprovechado en virtud de su forma, se presta para una doble función, su utilización como área de iluminación y ventilación, facilita la solución de la cubierta al crear dos pendientes que llevan las aguas sobre los canales extremos que permite recoger las aguas de las vertientes de las cubiertas. Se ha aprovechado siempre su estructura y la cubierta como elemento arquitectónico expresivo del edificio

V.10. CONCLUSIÓN

En la actualidad, resulta muy difícil tratar de intervenir un espacio sin antes tener un panorama general de todas las ventajas y desventajas que puedan presentar dicho terreno, estudiándolo desde sus aspectos compositivos; tanto naturales, artificiales, espaciales, socio culturales, normativos etc. Con este estudio se pudo entender su contexto y se pudo obtener una idea mas clara de este sitio como parte del proceso compositivo, en donde se pudo identificar sus potencialidades al máximo, es decir conocimos sus ventajas para aprovecharlas en el diseño de sus espacio, y las desventajas que se pudieran contrarrestar o lograr amortiguar su impacto, es decir que se trata de corregir en la medida que sea posible las mismas para que no llegaran a alterar la composición del proyecto.

V.11. PROYECTO ARQUITECTÓNICO

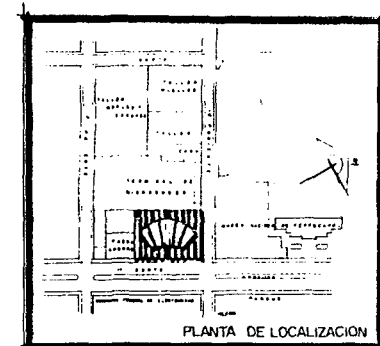
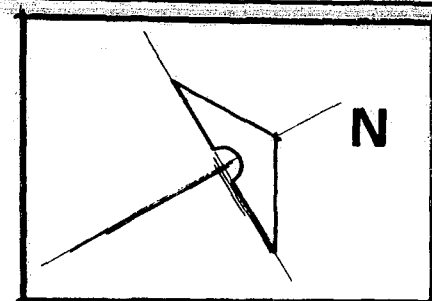
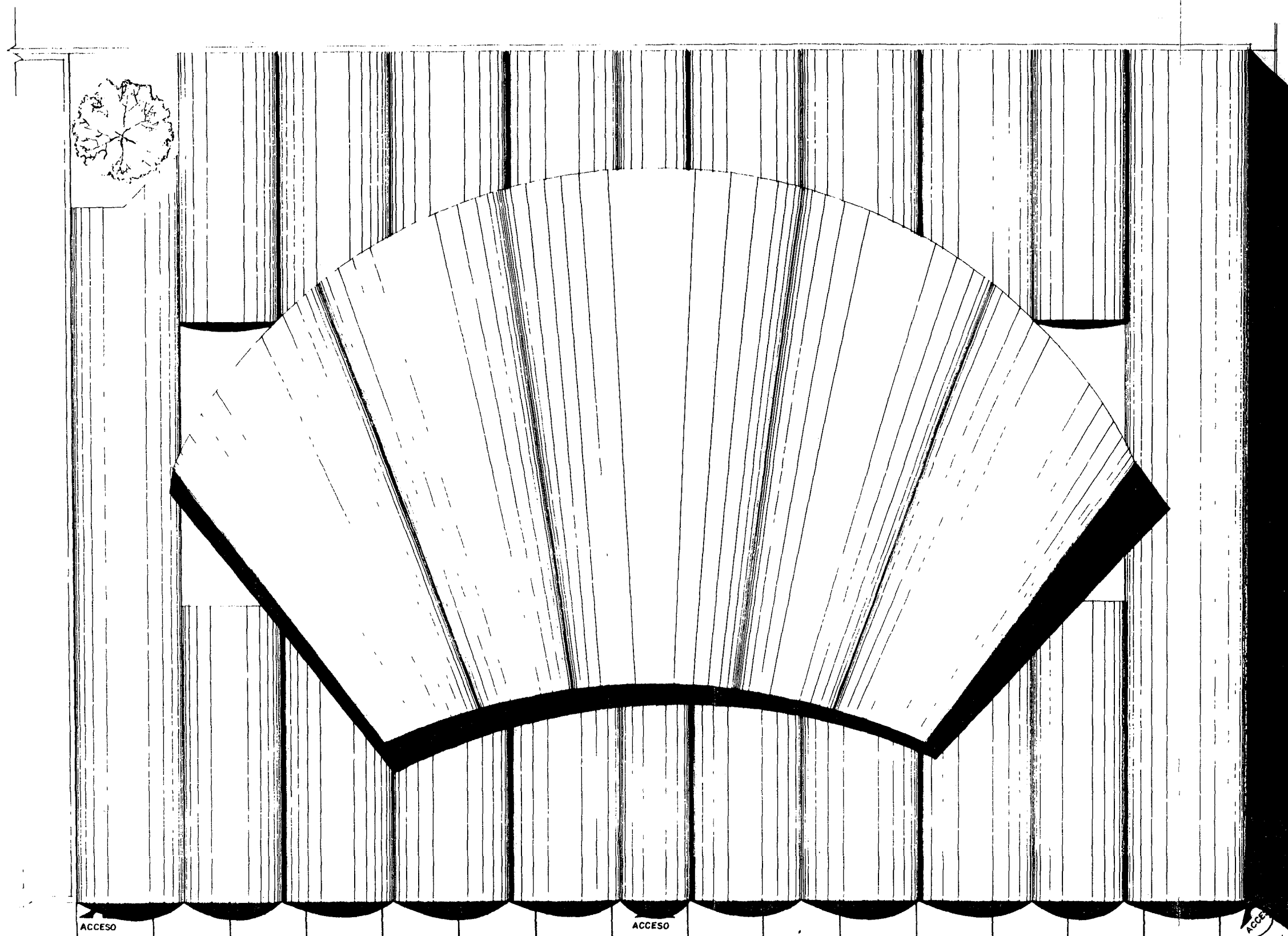
A continuación mostramos los planos arquitectónicos y planos ejecutivos

Planos Arquitectónicos.

*Planta de Conjunto
Planta Arquitectónica Baja
Planta Arquitectónica Alta
Planta de Estacionamiento
Fachadas
Cortes
Cortes por Fachadas
Perspectiva Exterior*

Planos Ejecutivos.

*Instalación Sanitaria
Instalación Hidráulica
Instalación Eléctrica*



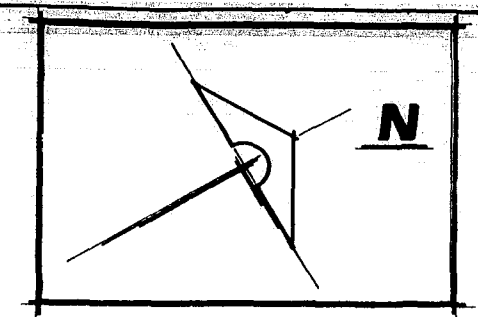
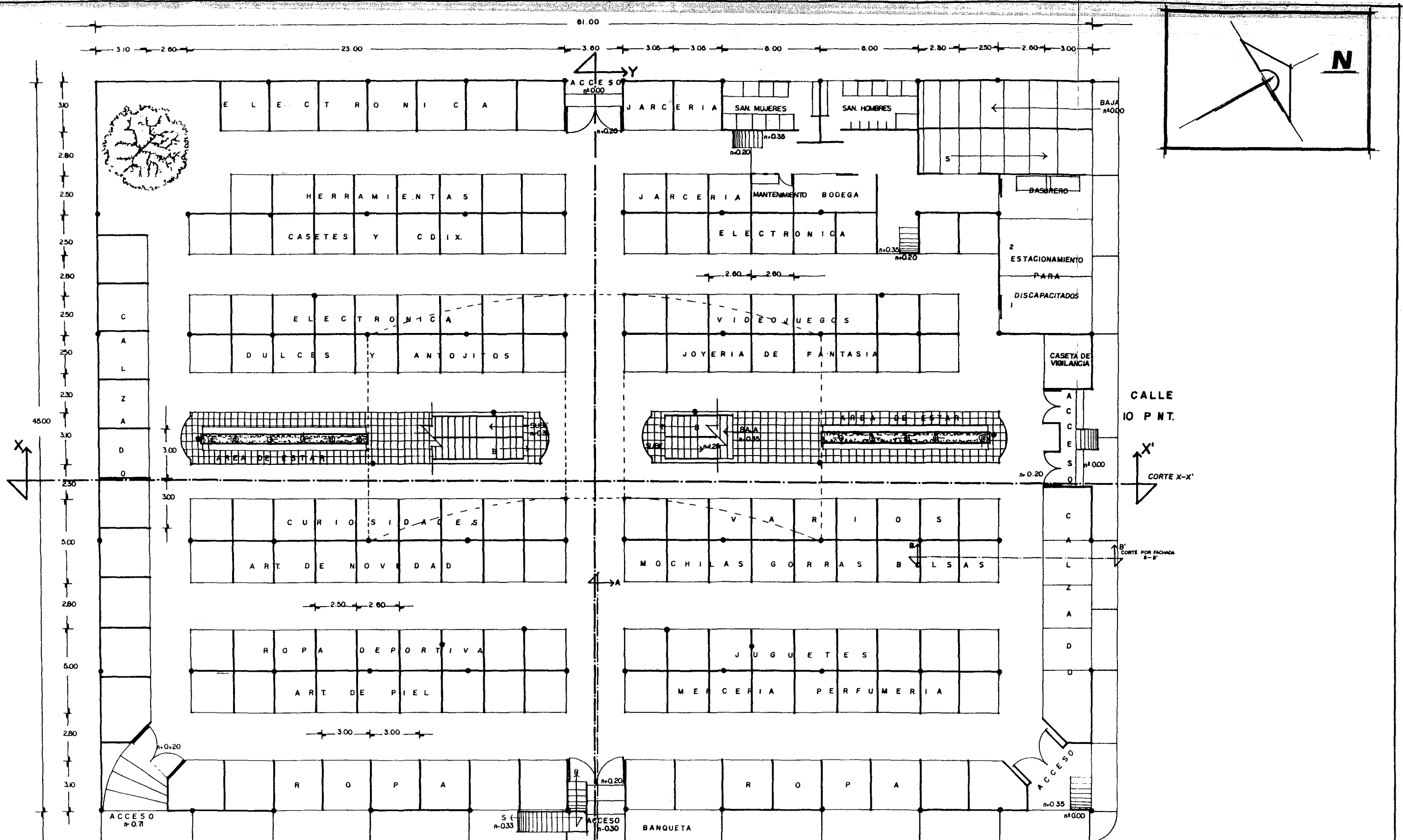
CALLE
IO PNT

CALLE II NORTE

PLANTA DE CONJUNTO escala grafica



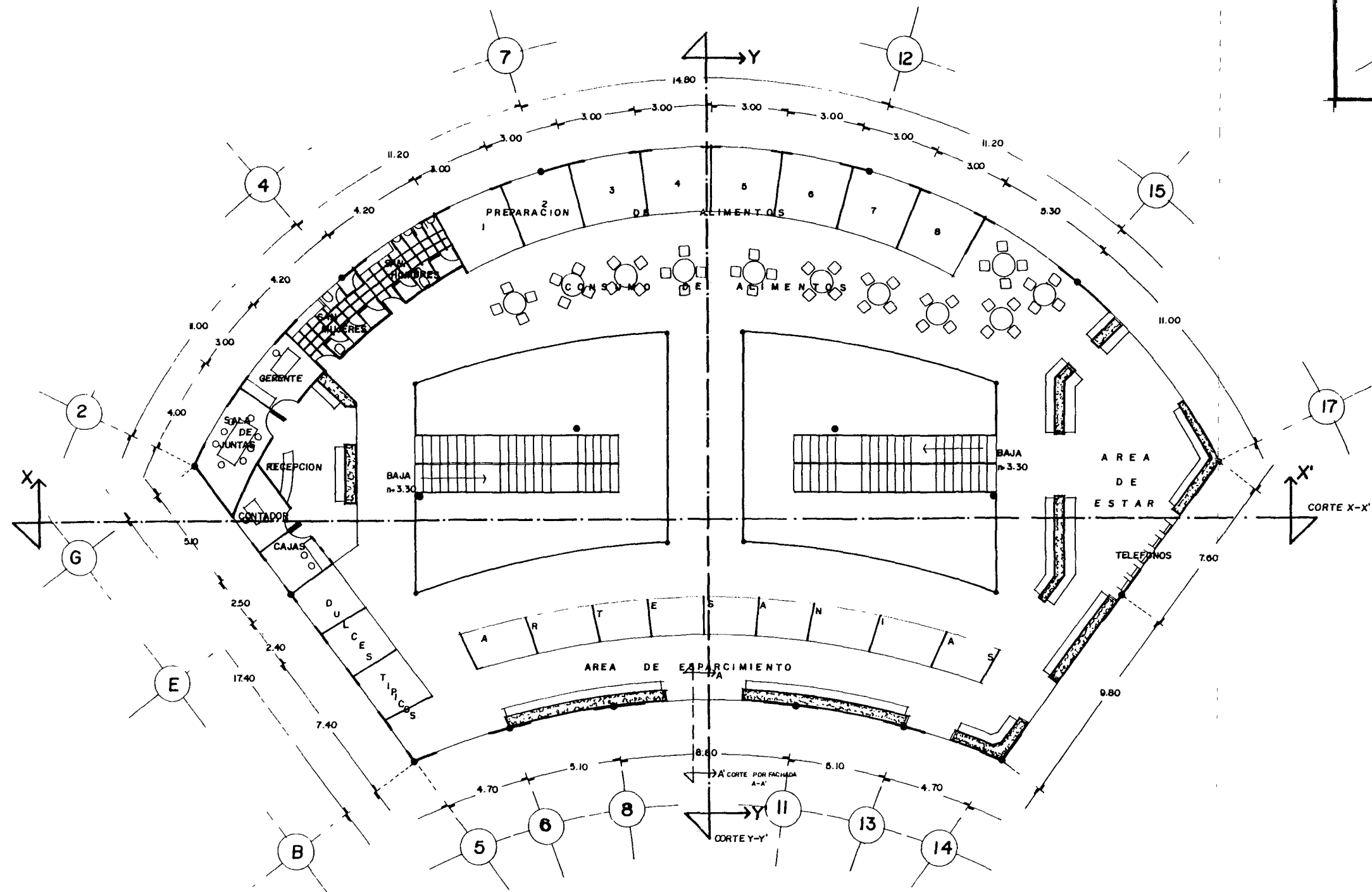
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
PROYECTO: CENTRO COMERCIAL	
PLANO: PLANTADE CONJ.	UBICACION: II NORTE
ASESOR: ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO	
NOMBRE: JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA	
ESCALA: 1:100	MATRICULA: 160500
FECHA:	
PLANO: I	



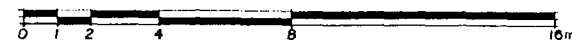
PLANTA ARQ. BAJA escala grafica



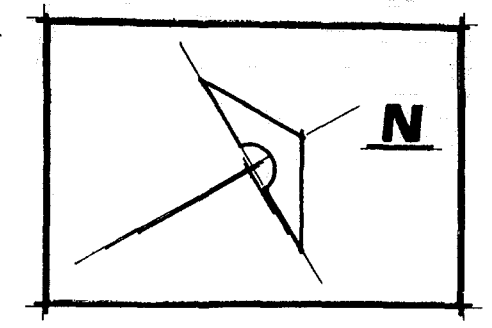
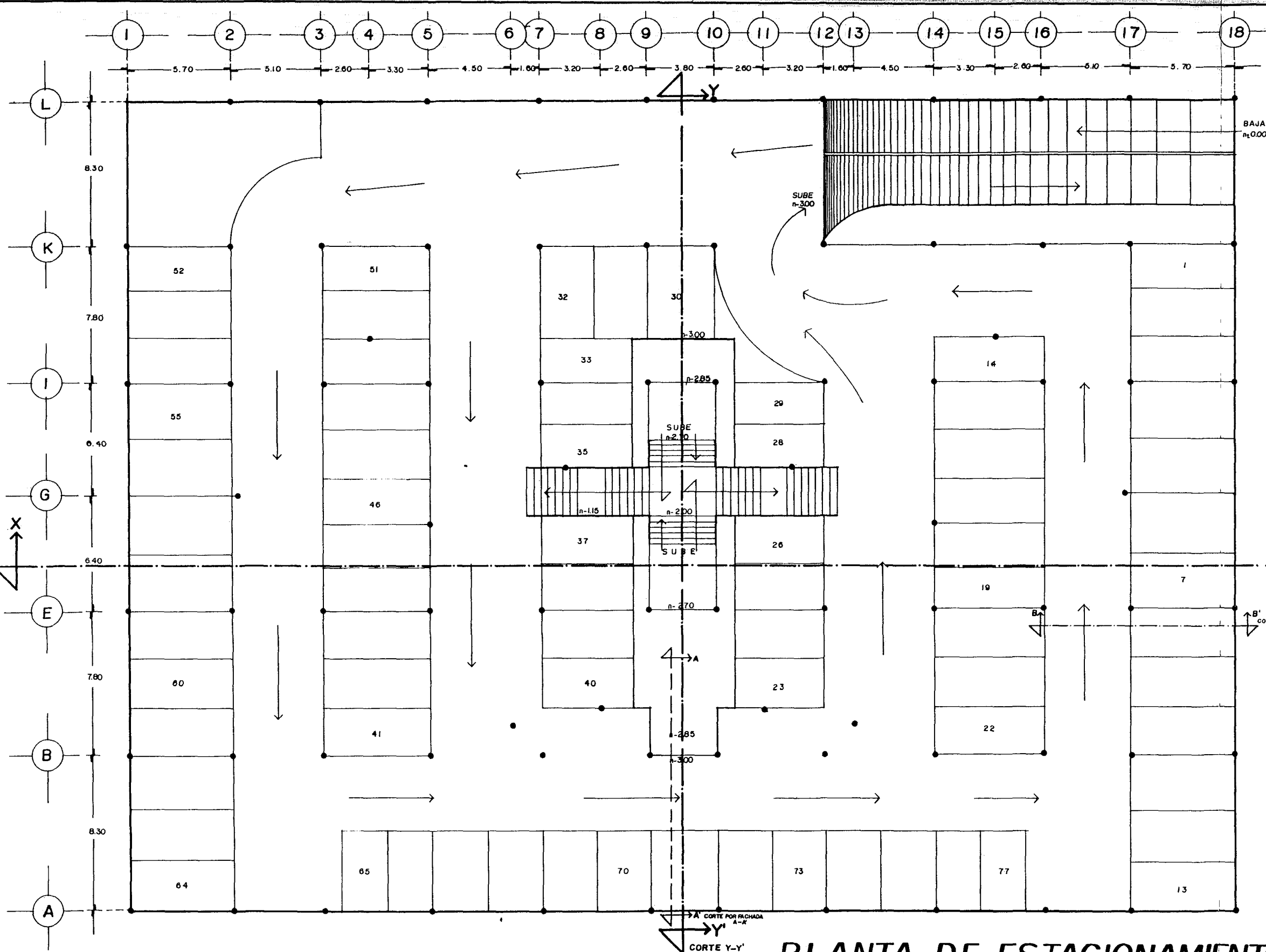
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
PROYECTO:	CENTRO COMERCIAL
PLANO:	PLANTA ARQ. BAJA UNICADOR II NORTE
ALABOR:	ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO
DISEÑO:	JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA
ESCALA:	1:100
FECHA:	160500
PLANO:	2



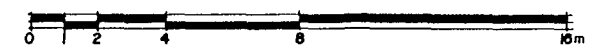
PLANTA ARQ. ALTA
escala grafica



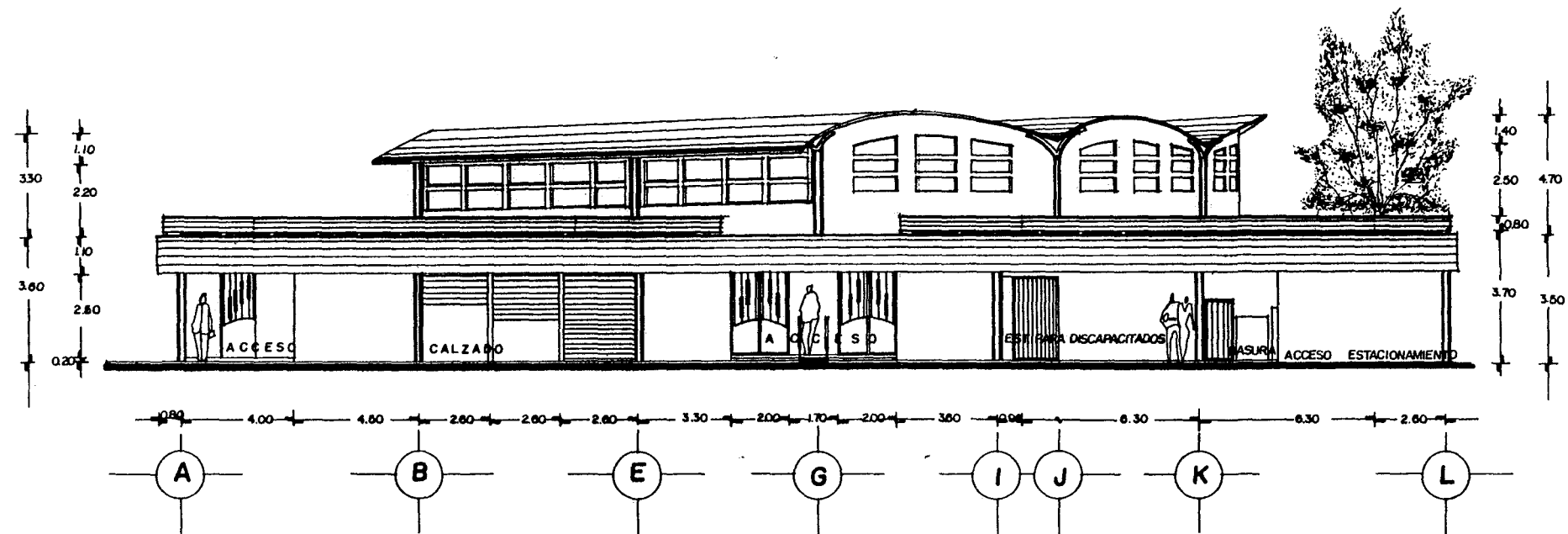
	FACULTAD DE ARQUITECTURA		
	PROYECTO: CENTRO COMERCIAL		
	PLANO: PLANTA ARQ. ALTA	UBICACION: II NORTE	
ASESOR:	ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO		
NOMBRE:	JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA		PLANO: 3
ESCALA: 1:100	DAT: 160 500	FECHA:	



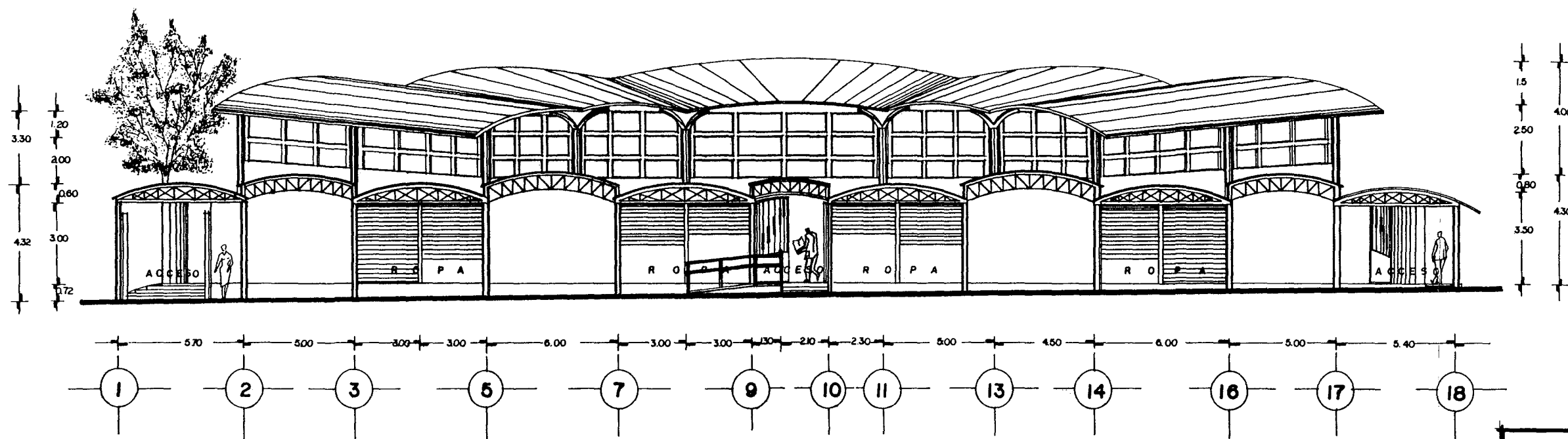
PLANTA DE ESTACIONAMIENTO escala grafica



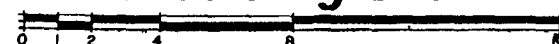
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
PROYECTO: CENTRO COMERCIAL	
PLANO: PLANTA DE EST.	UBICACION: II NORTE
ASESOR: ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO	
DISEÑADOR: JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA	
ESCALA: 1:100	FECHA: 160 500
PLANO: 4	



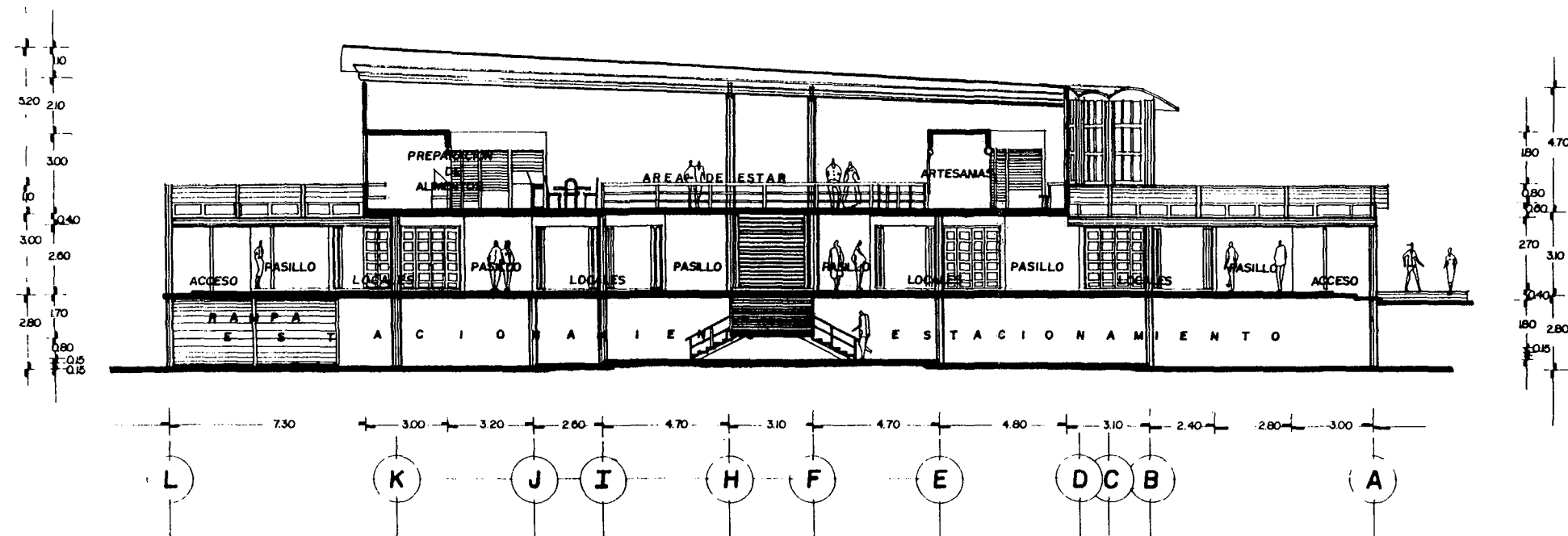
FACHADA IO PONIENTE



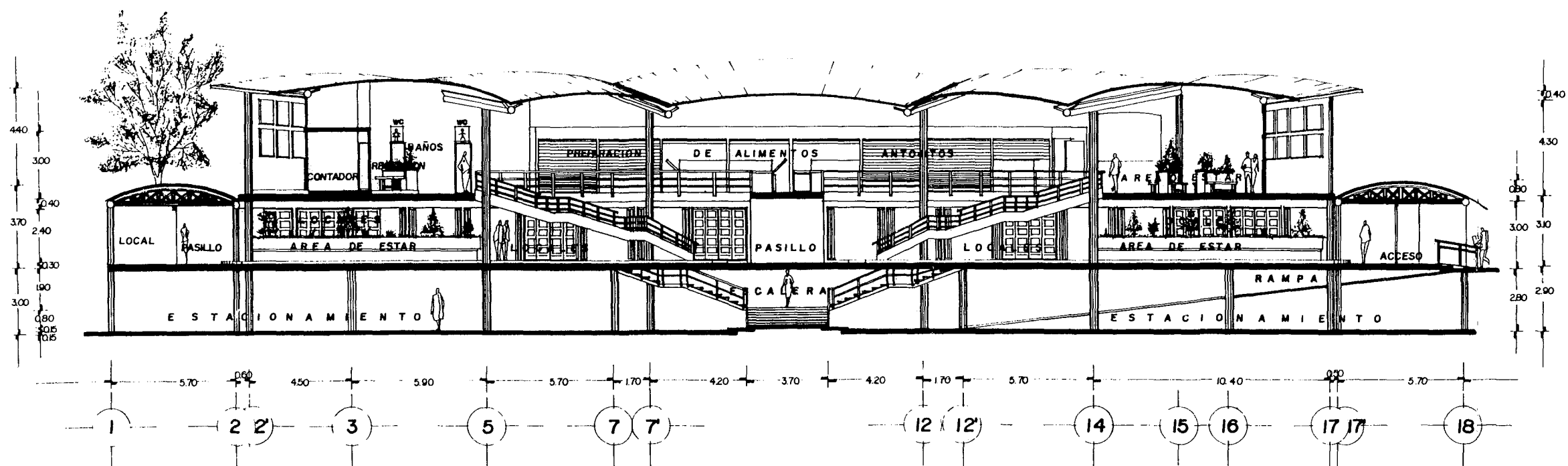
FACHADA II NORTE
escala grafica



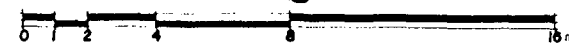
	FACULTAD DE ARQUITECTURA		
	PROYECTO:	CENTRO COMERCIAL	
	PLANO:	FACHADAS	UBICACION: II NORTE
	ASESOR:	ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO	
DISEÑADOR:		JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA	
ESCALA:	1:100	MAT. 160 500	FECHA:
			5



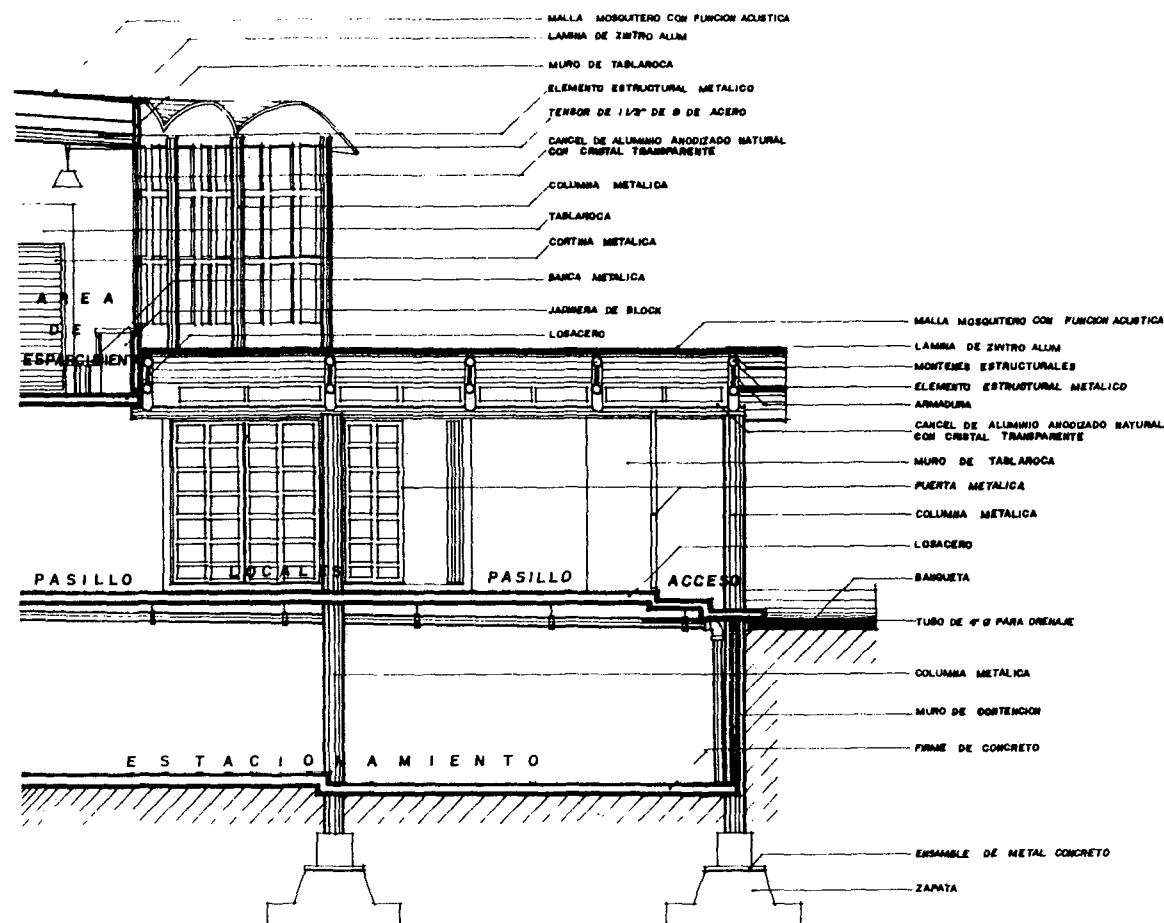
CORTE Y-Y'



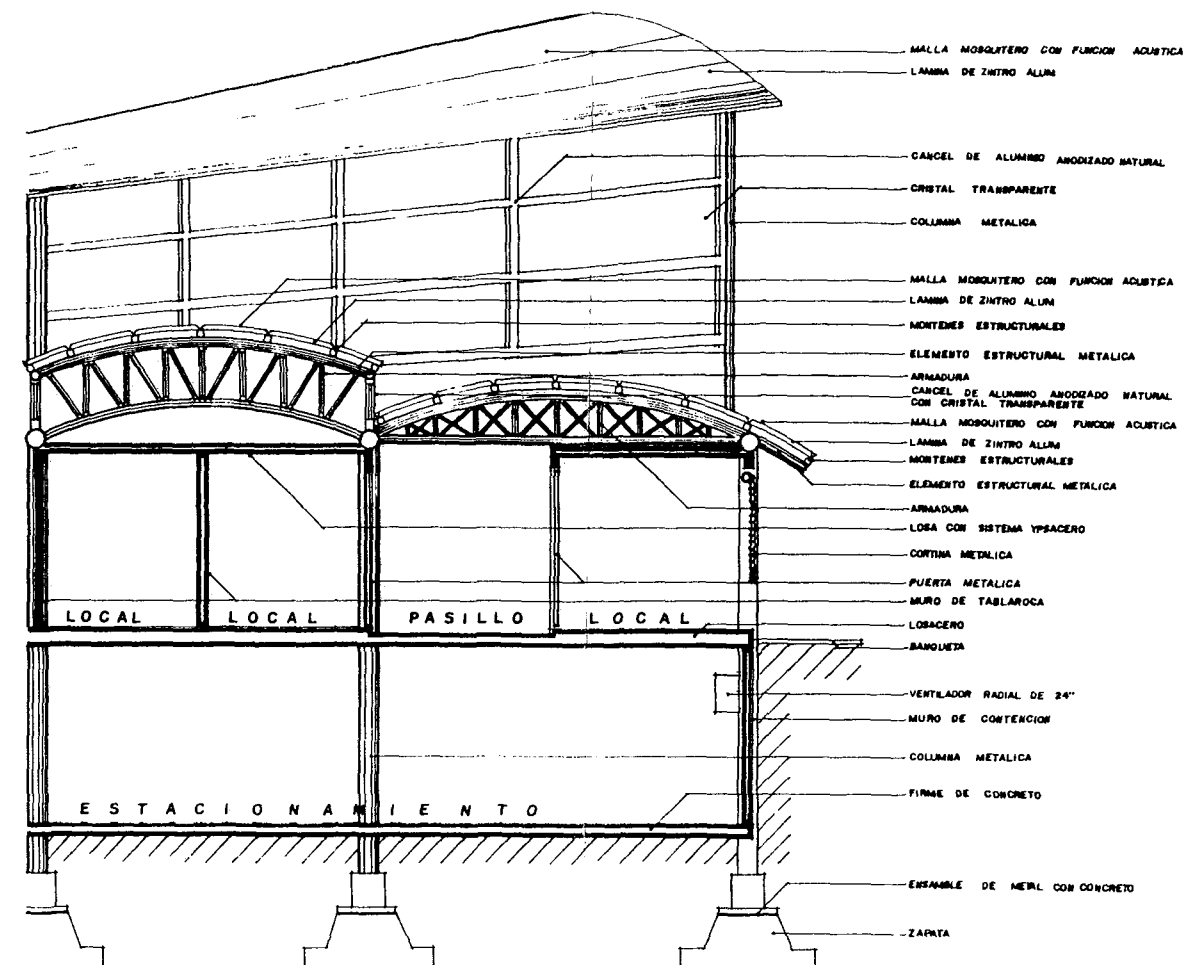
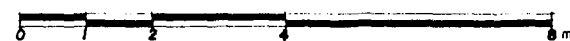
CORTE X-X'
escala grafica



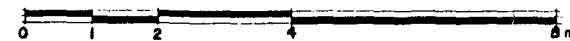
	FACULTAD DE ARQUITECTURA		
	PROYECTO	CENTRO COMERCIAL	
ASESOR: ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO	PLANO:	CORTES	UBICACION: II NORTE
	NOMBRE:	JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA	
ESCALA:	1:100	MAT.:	160500
		FEBIA:	6



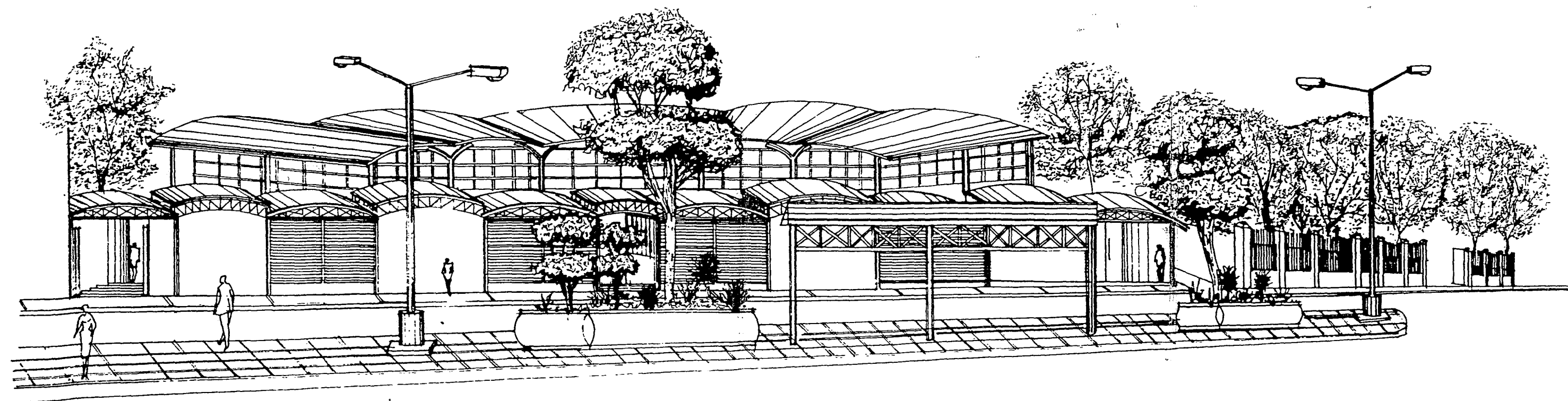
CORTE POR FACHADA A-A'
escala grafica



CORTE POR FACHADA B-B'
escala grafica

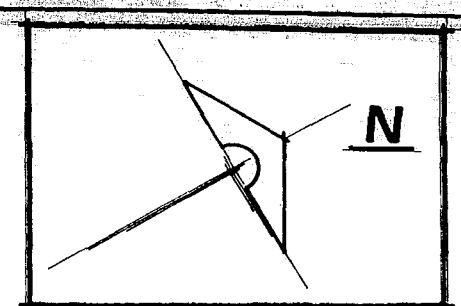
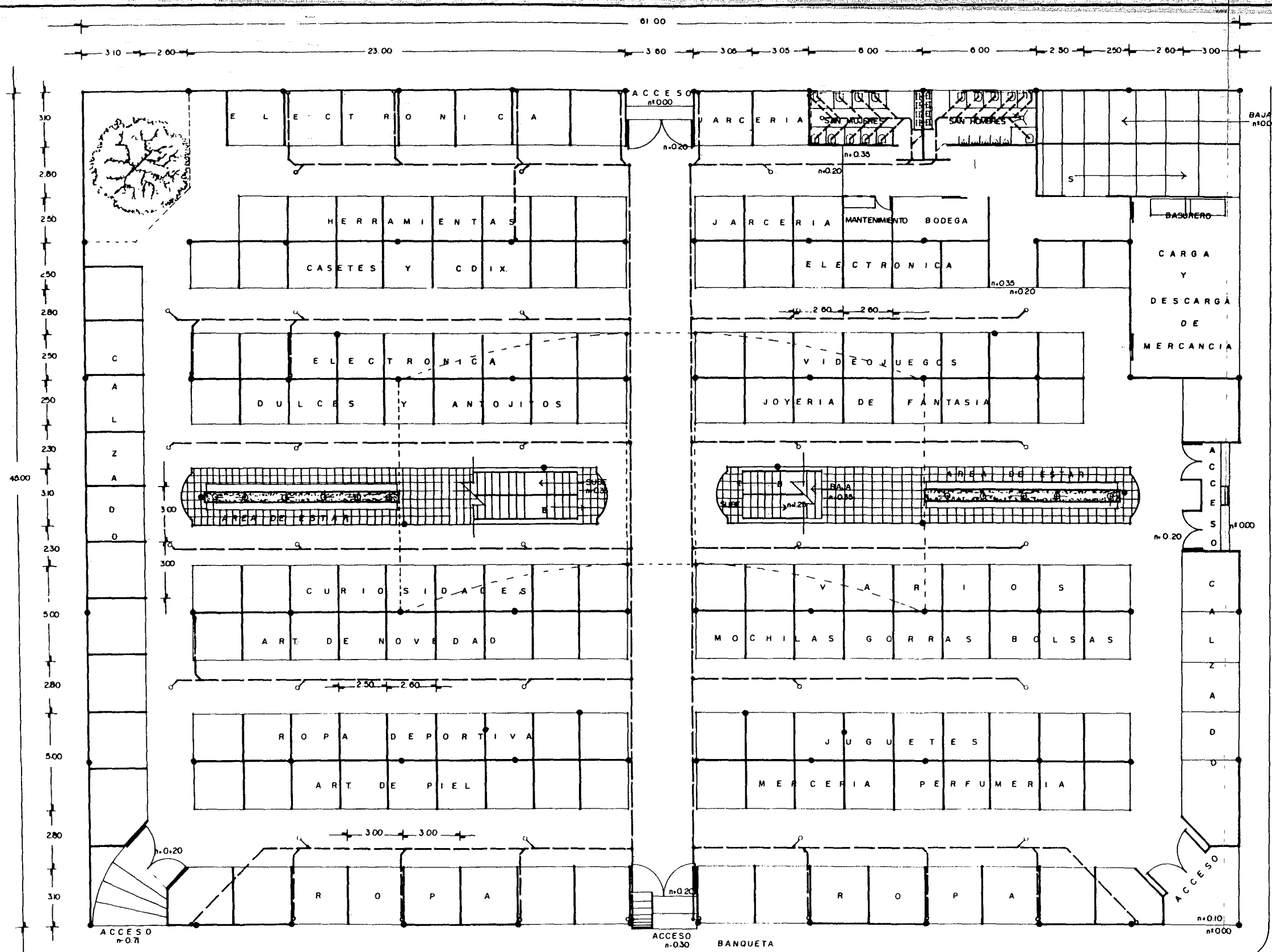


	FACULTAD DE ARQUITECTURA		
	PROYECTO: CENTRO COMERCIAL		
PLANO	CORTE POR FACH.	UBICACION	II NORTE
ASESOR:	ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO		
MOBILIZACION:	JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA		
ESCALA:	1:50	FECHA:	160500
			7



PERSPECTIVA EXTERIOR II NORTE

	FACULTAD DE ARQUITECTURA		
	PROYECTO	CENTRO COMERCIAL	
	PLANO	DETALLES	UBICACION II NORTE
	ASESOR	ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO	
	DISEÑO	JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA	
ESCALA	1:50	Nº	160300
		FECHA	
			8

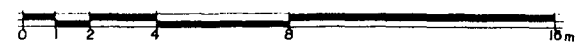


CALLE
IO P NT.

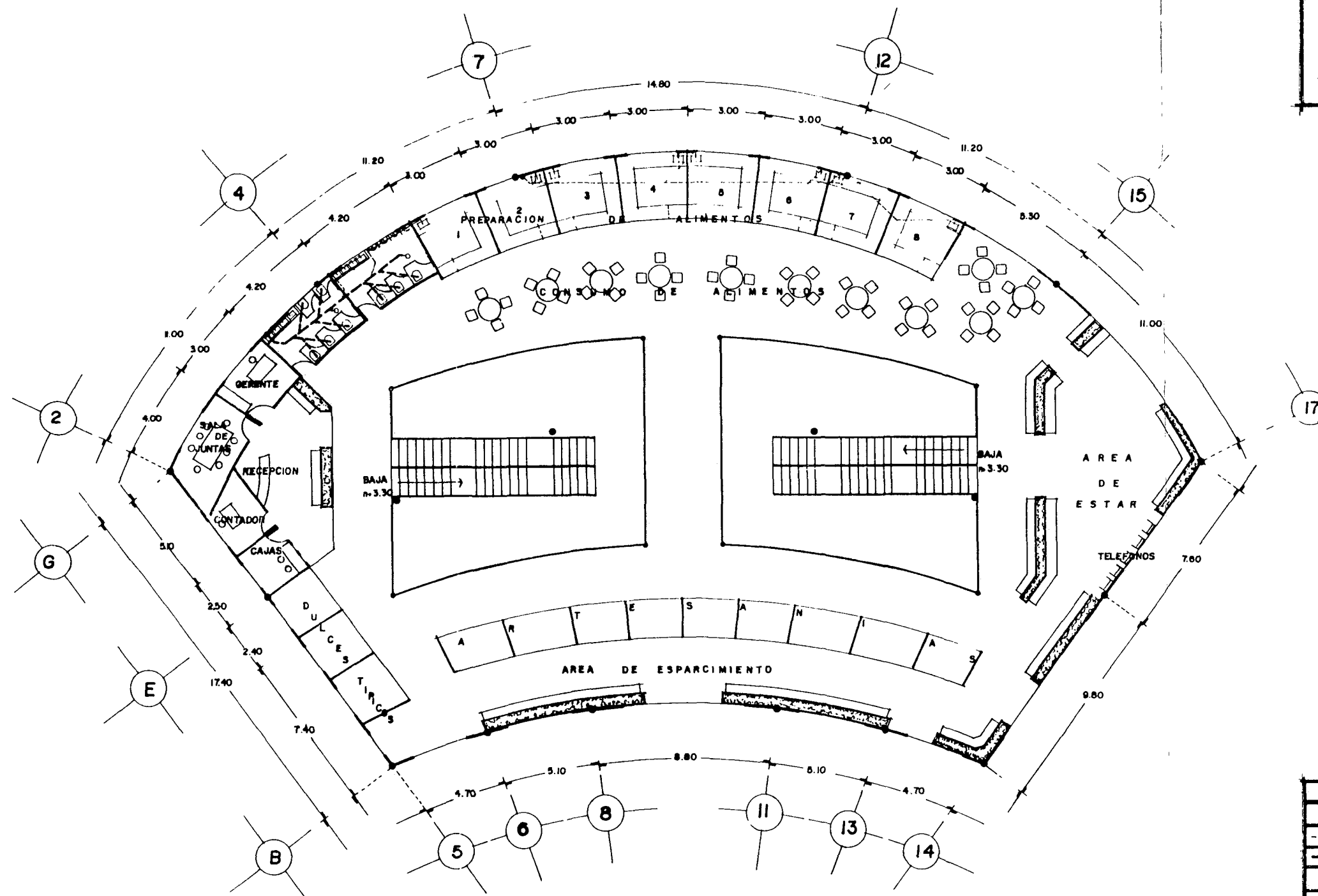
INSTALACION SANITARIA	
SIMBOLOGIA	
-----	TUBO SANITARIO DE PVC. 40mm #
-----	TUBO SANITARIO DE PVC. 50mm #
-----	TUBO SANITARIO DE PVC. 100mm #
-----	TUBO SANITARIO DE PVC VENTILA
O	CESPOL COLADERA C/SALIDA A 50mm #
•	CODO DE 90° C/CAMPANA 100mm #
O	TUBO DE PVC. BAN Y B.A.P

CALLE II NORTE

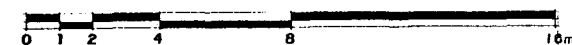
PLANTA ARQ. BAJA escala grafica



FACULTAD DE ARQUITECTURA	
PROYECTO: CENTRO COMERCIAL	
PLANO: INST. SANITARIA	UBICACION: II NORTE
ASESOR: ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO	
NOMBRE: JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA	
ESCALA: 1:100	FECHA: 16/05/00
PLANO: 9	

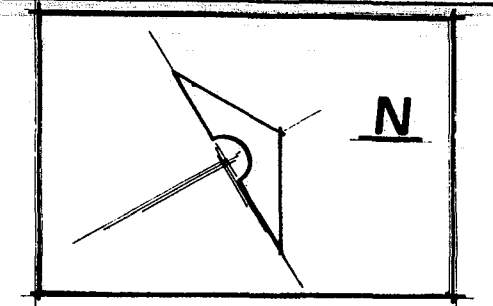
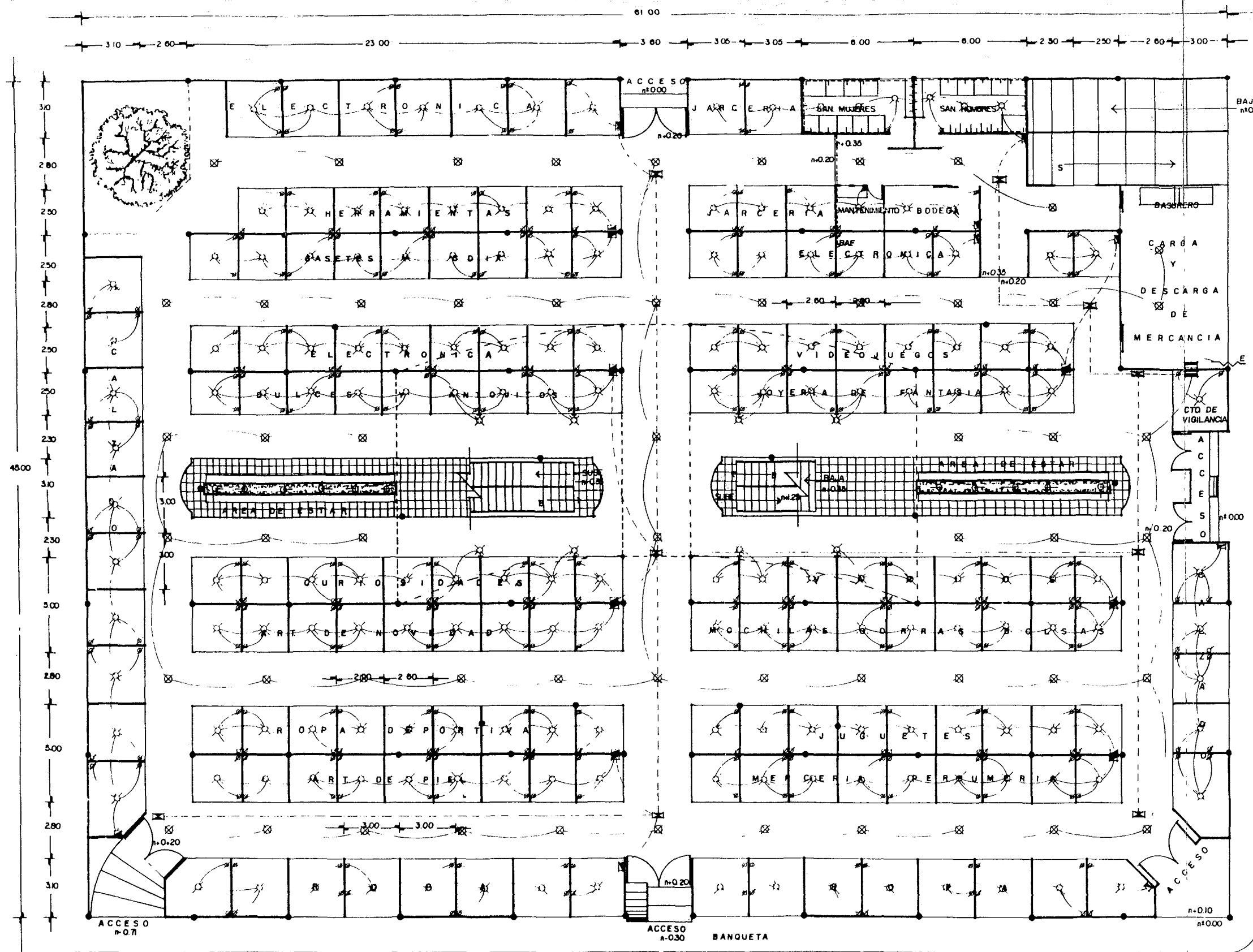


PLANTA ARQ. ALTA
escala grafica



INSTALACION SANITARIA	
SIMBOLOGIA	
---	TUBO SANITARIO DE PVC. 40mm Ø
---	TUBO SANITARIO DE PVC. 100mm Ø
○	CESPOL COLADERA C/SALIDA A 50mm Ø
○	TUBO DE PVC. BAN Y BAP

FACULTAD DE ARQUITECTURA	
PROYECTO:	CENTRO COMERCIAL
PLANO:	INST. SANITARIA II NORTE
ASESOR:	ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO
NOMBRE:	JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA.
ESCALA:	1:100
MAT:	160500
FECHA:	
PLANO:	10



CALLE
IO P NT.

INSTALACION ELECTRICA	
SIMBOLOGIA	
	LAMPARA
	LAMPARA MERCURIAL
	APAGADOR
	CONTACTO DOBLE
	LINEA POR PISO
	LINEA POR MURO O PLAFON
	TABLERO GENERAL
	CAJA DE CONEXIONES ENTRE NIVEL
	MEDIDORES DE LA C.F.E.
	ACOMETIDA
	CUADRO DE CARGAS

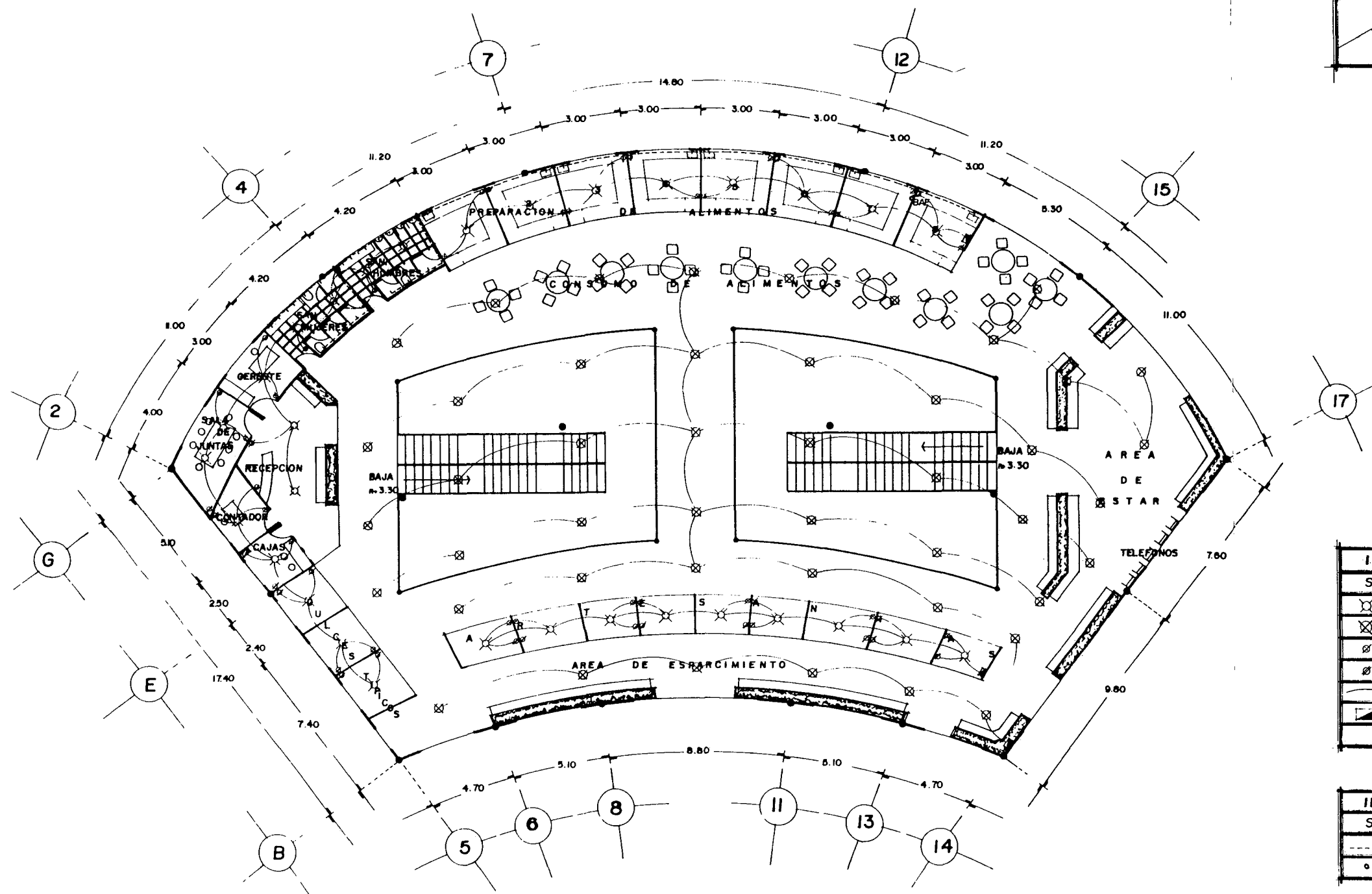
INSTALACION HIDRAULICA	
SIMBOLOGIA	
	AGUA FRIA
	TUBO DE COBRE BAF

CALLE II NORTE

PLANTA ARQ. BAJA escala grafica



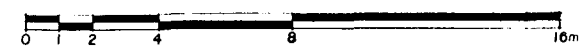
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
PROYECTO:	CENTRO COMERCIAL
PLANO:	INST ELECTRICA
ASESOR:	ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO
COORDENADOR:	JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA
ESCALA:	1:100
NAT:	160500
FECHA:	
PLANO:	II



INSTALACION ELECTRICA	
SIMBOLOGIA	
	LAMPARA
	LAMPARA MERCURIAL
	APAGADOR
	CONTACTO DOBLE
	LINEA POR MURO O PLAFON
	CUADRO DE CARGAS

INSTALACION HIDRAULICA	
SIMBOLOGIA	
	AGUA FRIA
	TUBO DE COBRE BAF

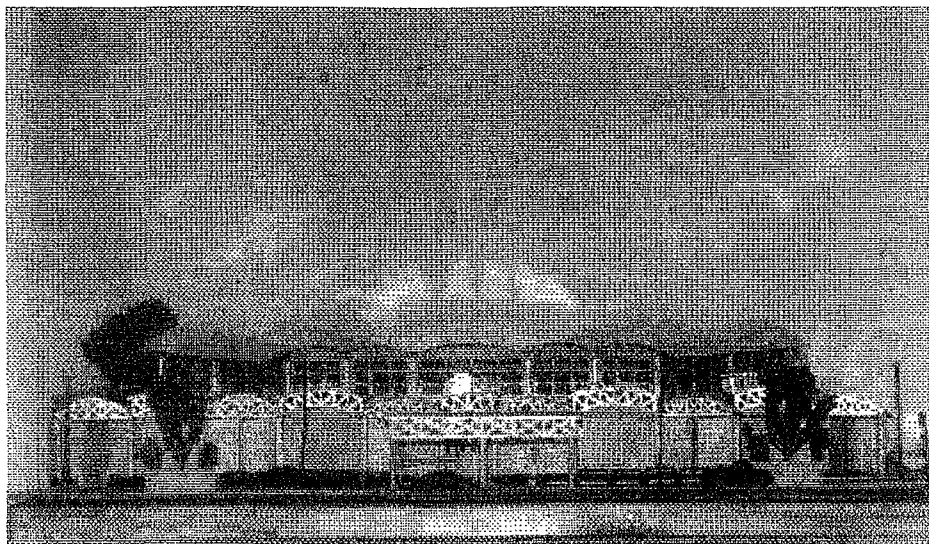
PLANTA ARQ ALTA escala grafica



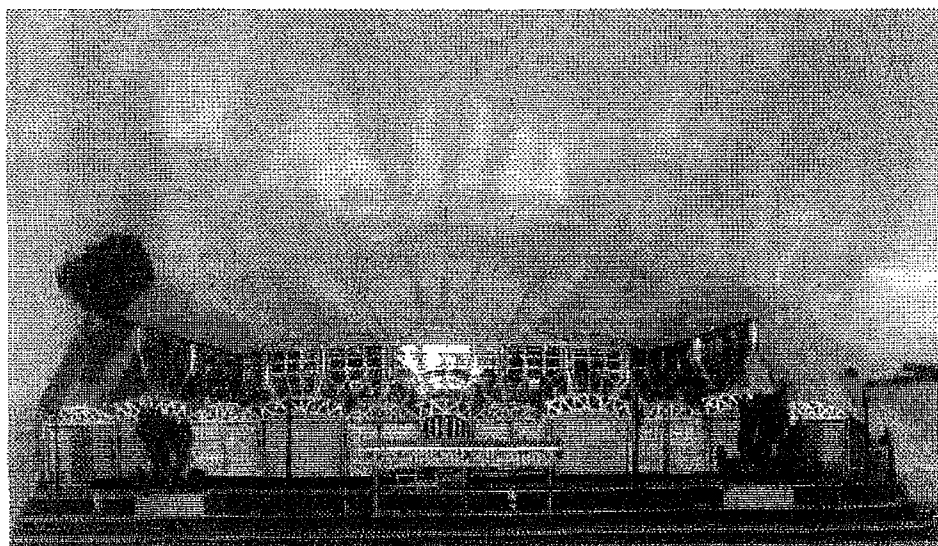
		FACULTAD DE ARQUITECTURA	
PROYECTO:		CENTRO COMERCIAL	
PLANO:	INST. ELECTRICA	UBICACION:	II NORTE
ASESOR: ARQ. ANGELICA RIVIELLO ZENTENO			
NOMBRE: JOSE ALFONSO RAMIREZ GARCIA			
ESCALA:	1:100	MAT.	180300
FECHA:		12	

V.12. ANEXO FOTOGRAFICO

MAQUETA

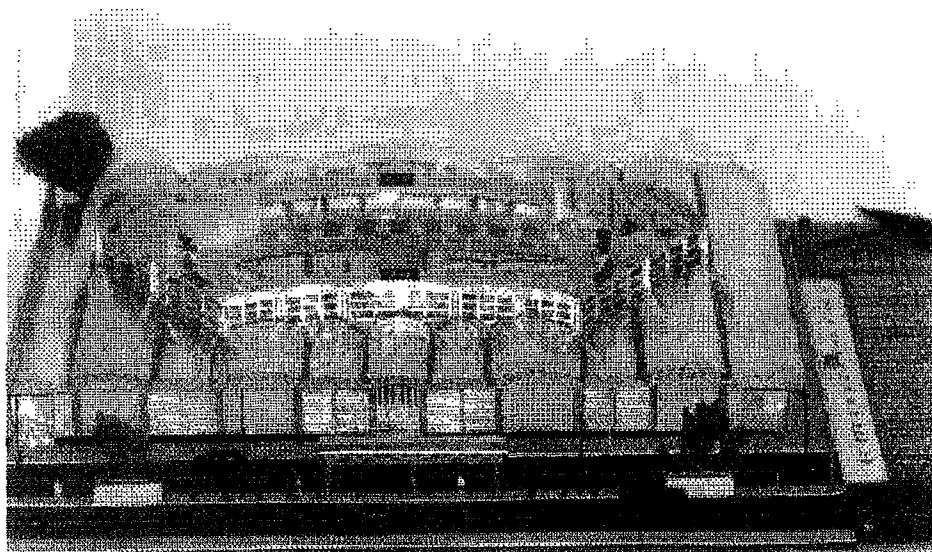


Fachada principal 11 norte

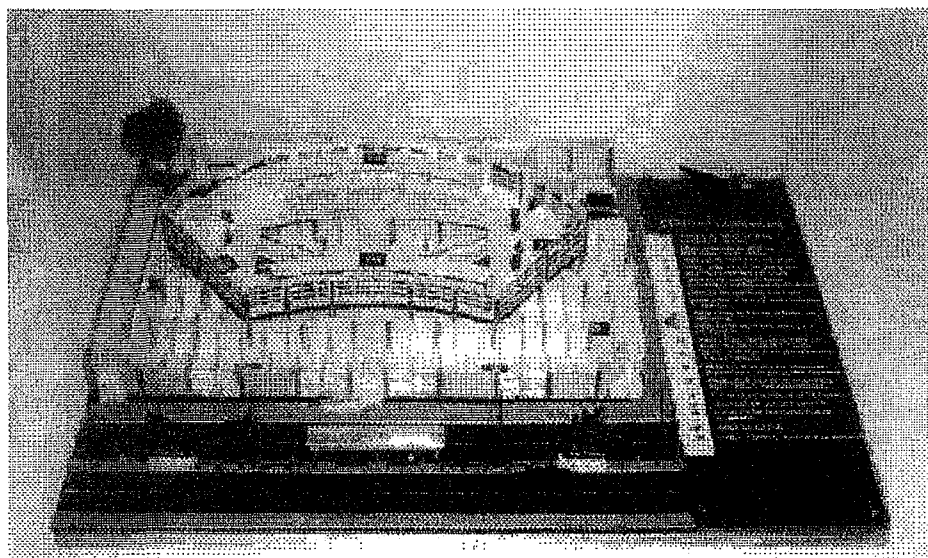


Vista aérea 11 norte

Maqueta

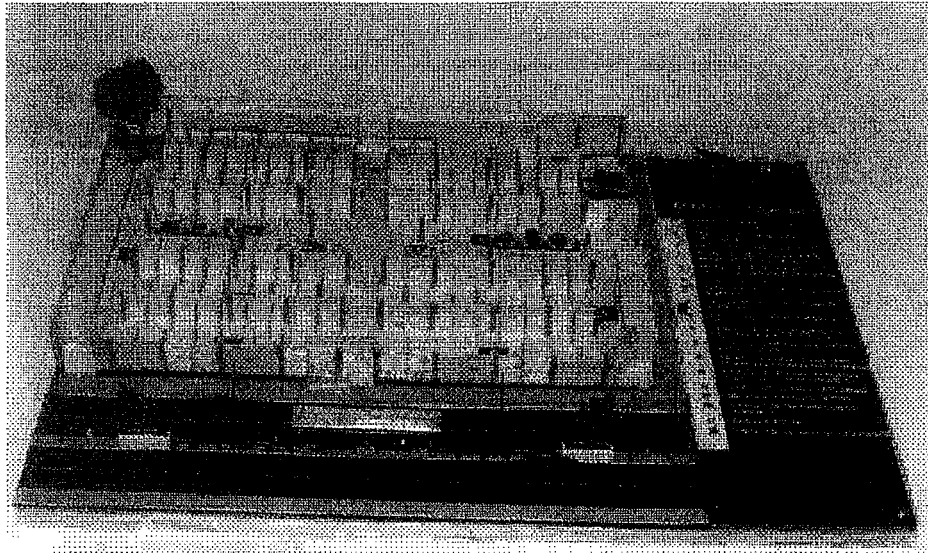


Vista de la Planta alta sin cubierta

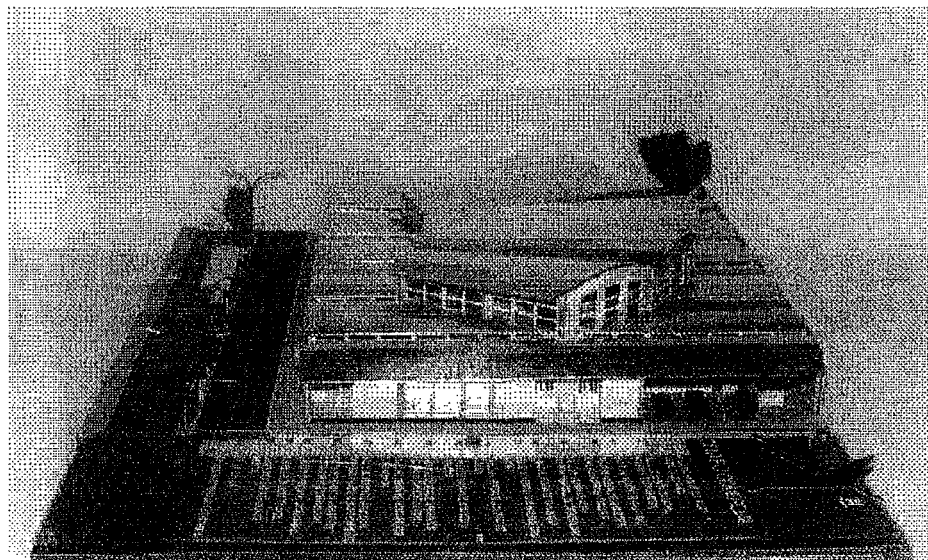


Vista del Alzado general sin cubierta

Maqueta

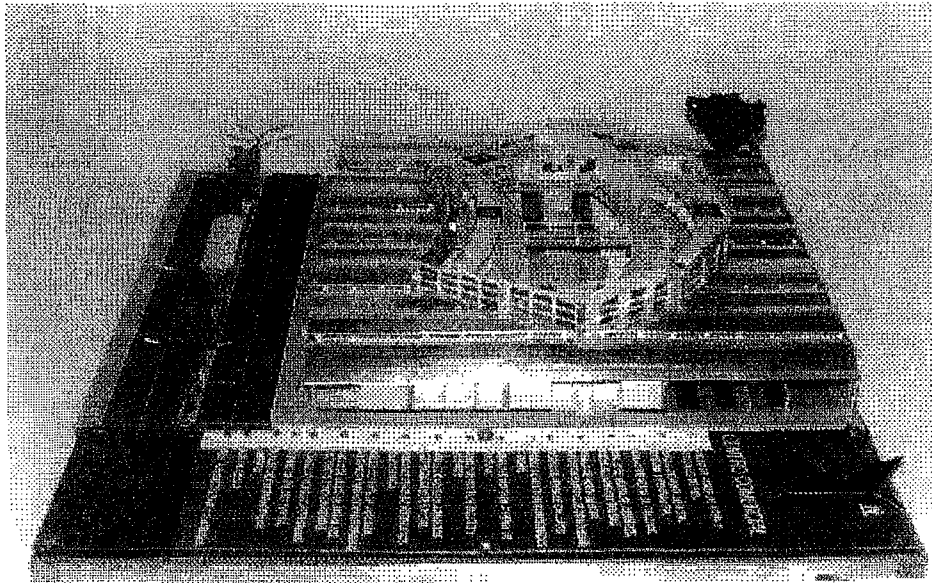


Vista de la planta baja

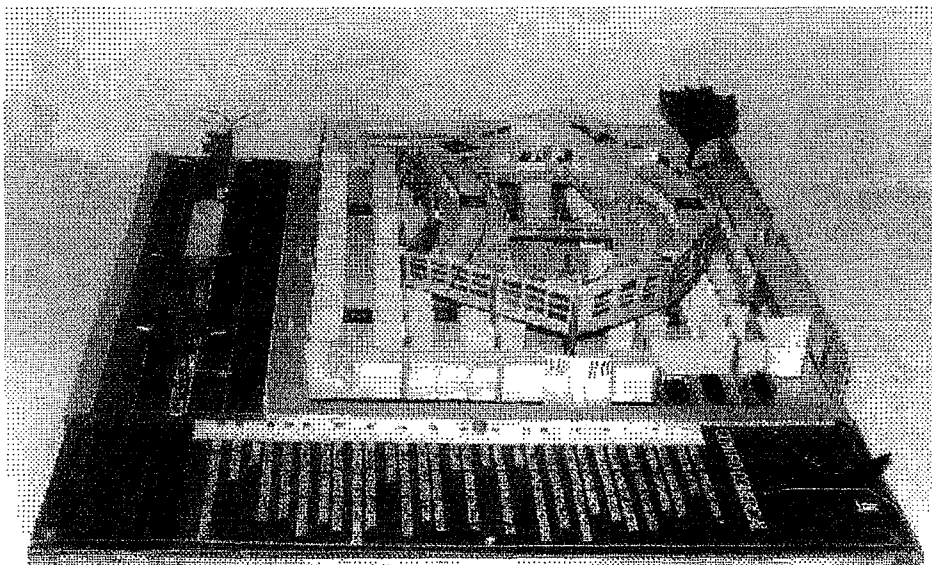


Fachada lateral de la 10 Poniente

Maqueta



Vista aérea de la planta alta con locales



Vista general de los locales

CONCLUSIÓN

El comercio a través de la Historia de México, ha logrado ser, si no uno de los fenómenos primordiales, si uno de los principales e indispensables actividades que ha desempeñado el hombre, que ha ido evolucionando en el crecimientos y entendimientos de los pueblos, el cual ha necesitado de los Mercados para que el comercio pudiera llevarse a cabo; como fenómeno comercial ha presentado un sistema de venta desde los tiempos prehispánicos en donde se llevaban a efecto dichos intercambios comerciales por medio del trueque; como se puede observar, el concepto de Mercado ha sido parte de nuestra cultura, ya que esto representa una de las formas mas importantes dentro del comercio y desarrollo de nuestra sociedad

A la par de esta, la forma de intercambio dentro del mercado, ha ido evolucionando para satisfacer las necesidades de la sociedad hasta nuestros días, y en consecuencia del grave problema en el que el comercio creció desordenadamente y se han congregado en los espacios públicos como lo son los Centros Urbanos, ha causado problemas y conflictos de diverso orden como: circulación complicada entre los transeúntes y vehículos, deterioro de la imagen y el entorno urbano en cuanto a la perdida del Patrimonio Cultural y Artístico, crecimiento de la economía informal el cual da el incremento de actividades ilícitas generadas en la competencia desleal que representa para los comerciantes que se encuentran establecidos adecuadamente

Aunado a lo anterior este proyecto se enfoco en forma particular en dar una solución viable y adecuada, el resolver el grave problema que nosotros enfrentamos, el fenómeno del comercio informal en el Centro Histórico que causa problemas visibles como los que ya hemos mencionado anteriormente; por esto se pretendió conservar la imagen de este sitio que en rigor es una área Primaria de ocupación urbana, que presenta características muy peculiares, tanto desde el punto de vista Arquitectónica y de las funciones y actividades que en esta se llevan a cabo. Es por el cual decidimos crear un espacio en donde se llevara a efecto la practica comercial de la sociedad; mediante el desarrollo de un proyecto Arquitectónico relevante e importante para la sociedad, en donde se logre la descentralización de los comerciantes informales del Centro Histórico ofreciéndoles un lugar mas digno, teniendo en cuenta la dignidad y la necesidad que presentan los comerciantes como personas humanas. Además que gracias a la creación de estos espacios la ciudad pueda mantenerse limpia y ordenada.

- *Diccionario Porrúa, Editorial Porrúa, S.A , Edición 1994*
- *Enciclopedia Universal Ilustrada, Editorial Espasa-Calpes, S.A., sin Fecha.*
- *Rodríguez, Manuel, Enciclopedia de México, Editorial Barcelona, sin Fecha.*
- *García, Rosario, Tesis. Mercado en la Ciudad de Puebla, Edición 1983*
- *Historia Comprendida del Estado de Puebla*
- *Tehuada, Pedro, Tesis: Mercado Municipal en San Andrés CHolula, Edición 1999*
- *Diario Oficial de la Federación, 6 De Mayo de 1997*
- *Reglamento Interno de la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial Diario Oficial de la Federación , 1 de Abril de 1993.*
- *Reglamento Interior de la Secretaria de Desarrollo Social Diario Oficial de la Federación., 4 de Junio de 1992.*
- *Reglamento del Decreto de la Zona Monumental de Puebla. Diario Oficial de la Federación.*
- *Disposición de Reglamentos de Mercados y Central de Abasto Diario Oficial de la Federación*
- *Reglamento de Construcción de la Ciudad de Puebla. Diario Oficial de la Federación., 1996.*