

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



**TRABAJO DE GRADO**

PROPUESTA DE ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO PARA EL NUEVO MERCADO  
MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE AHUACHAPÁN

**PARA OPTAR AL GRADO DE**

ARQUITECTA

**PRESENTADO POR**

JEAMILETH ELETICIA MANCÍA LÓPEZ  
MARCELA ALEJANDRA MORALES ESTRADA  
ADRIANA IVETTE MURCIA DOMÍNGUEZ

**DOCENTE ASESOR**

ARQUITECTO LEONED ANTONIO CHICAS SANDOVAL

**FEBRERO, 2021**

SANTA ANA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
AUTORIDADES



M.Sc ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
**RECTOR**

DR. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ  
**VICERRECTOR ACADÉMICO**

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL  
**SECRETARIO GENERAL**

LICDO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE  
**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICDO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN  
**FISCAL GENERAL**

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
AUTORIDADES



M.Ed. ROBERTO CARLOS SIGÜENZA CAMPOS  
**DECANO**

M.Ed. RINA CLARIBEL BOLAÑOS DE ZOMETA  
**VICEDECANA**

LICDO. JAIME ERNESTO SERMEÑO DE LA PEÑA  
**SECRETARIO**

ING. DOUGLAS GARCÍA RODEZNO  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS PADRE, HIJO Y ESPIRITU SANTO: Ya que sin Dios nada de esto fuera posible, él me dio y da fuerzas para seguir adelante en medio de las dificultades y así obtener este triunfo que estaba en sus planes terrenales, hasta hoy puedo decir EBENZER, hasta aquí nos ayudó JEHOVÁ.

A MI MADRE: Aunque ella ya no viva siempre estuvo en mi mente y corazón, y al pensar en lo que ella anhelaba para mí, eso me daba fuerza y las ganas de seguir luchando por obtener lo que ella deseaba para mí.

A MI PADRE: Por su apoyo incondicional por su amor y comprensión, ya que siempre estuvo dispuesto a ayudarme a darme todo lo que yo necesitaba en este proceso, es quien me motiva a seguir adelante, mi ejemplo a seguir quien siempre estuvo y estará para mí.

A MI FAMILIA: Por su apoyo, por siempre estar pendientes de mí, y darme esas palabras que me ayudaban a seguir, en especial a mi tía Dina que ha sido como una madre cuidándome, aconsejándome y animándome en todo momento.

A LA IGLESIA: Porque siempre estuvieron pendientes y pusieron una palabra de oración a mi favor, para que Dios me ayudara, fortaleciera y diera este triunfo.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS: porque sin ellas no fuera posible este triunfo, pese a las diferencias lo pudimos lograr.

A MIS DOCENTES: Porque nos ayudaron a capacitarnos a enseñarnos e instruirnos en este proceso, gracias por todo el conocimiento y tiempo que nos brindaron.

A MIS COMPAÑERAS/OS DE CARRERA: Quienes me ayudaron en diferentes etapas de este proceso, por apoyarme y algunas de ellas siempre estar en todo proceso de la vida.

**Jeamileth Mancía**

## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS, por permitirme alcanzar esta meta, por darme vida y paciencia para cumplir este sueño, porque cuando creía que ya no tenía fuerzas para seguir adelante especialmente el último año de estudio, me demostró que estaba conmigo y me dio las fuerzas necesarias para seguir adelante.

A MIS PADRES, por su apoyo incondicional en todo momento, especialmente cuando me convertí en madre, por sus palabras de aliento y por no dejarme sola en ningún momento de mi vida, por su comprensión y sacrificios que hacen por mí y mis hermanas, espero este logro los llene de orgullo.

A MIS TRES HERMANAS, por ser un pilar más en mi vida, por estar siempre para mí en las buenas y en las malas, por creer en mí y en que puedo llegar muy lejos.

A MI HIJA, el amor de mi vida, por llegar en el momento menos esperado pero el más indicado, por demostrarme lo que es el amor verdadero y como una persona tan pequeñita pudo cambiarme la vida y darme mucha felicidad, porque me dio muchas más fuerzas de querer salir adelante por ella y para ella.

A MI FAMILIA, en especial a mis abuelitos, por estar siempre pendientes de mí y de mi estudio, por aconsejarme y por creer en mí, a mis tíos/as, primos/as y demás familia, gracias por siempre apoyarme.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS, porque sin ellas no hubiese sido posible lograr esta meta, por permanecer unidas en los buenos y malos momentos que se presentaron y trabajar siempre en equipo.

A MIS COMPAÑEROS DE CARRERA, quienes de una u otra manera me ayudaron a llegar hasta aquí, por sus consejos, por trabajar en equipo conmigo y por su ayuda, gracias.

A MIS DOCENTES, ya que sin ellos no hubiese aprendido y llegado hasta aquí, a todos los que me brindaron más de una clase, gracias por compartir sus conocimientos.

**Marcela Morales**

## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS, Por la salud y la vida; por permitirme llegar a una vez más a la meta, porque en los momentos en los que creí no poder seguir Él me dijo: Yo estoy contigo.

A MI VIEJO, KIKE, porque la distancia nunca ha sido obstáculo para apoyarme, amarme y cuidarme como su hija, mi formación académica no fuera posible sin cada uno de sus sacrificios.

A MIS ABUELOS, por ser la luz que ilumina mi vida, mis pilares más fuertes, los que de manera incondicional me llenaron de mucho amor y consejos, desde el cielo han sido mi inspiración para lograr este sueño.

A MI MAMÁ, mi ángel, la estrella más brillante que desde el cielo me cuida y me guía.

A MIS TÍOS, por su cariño y sus consejos; por apoyarme en todo momento y estar siempre pendientes de cada paso que doy.

A FDT, por su apoyo incondicional; por enseñarme que todo es mejor cuando le sonreímos a la vida.

A MIS AMIGAS/OS, por acompañarme en todo momento y siempre animarme a seguir luchando por mi sueño.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS, porque descubrimos que trabajando en equipo todo se puede lograr.

A MI DOCENTE ASESOR, por guiarnos en este proceso, apoyarnos y compartir con nosotras sus conocimientos.

A MIS COMPAÑEROS, por cada tarea, cada desvelo, cada consejo y por las buenas amistades.

A MIS DOCENTES: por compartir su experiencia y conocimientos; indudablemente cada uno es parte importante de mi formación profesional.

**Adriana Murcia**

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	xvii
CAPÍTULO I: MARCO INTRODUCTORIO .....	18
1.1 ANTECEDENTES .....	19
1.1.1 SURGIMIENTO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES .....	19
1.1.2 MERCADOS MUNICIPALES A NIVEL MUNDIAL .....	20
1.1.3 MERCADOS MUNICIPALES EN EL SALVADOR.....	22
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	24
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	25
1.4 OBJETIVOS .....	26
1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	26
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	26
1.5 LÍMITES .....	27
1.6 ALCANCES .....	28
1.7 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	29
1.7.1 INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS.....	29
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	31
2.1 EL MERCADO.....	32
2.1.1 MERCADOS DE CONSUMO INMEDIATO .....	32
2.1.2 MERCADOS DE CONSUMO DURADERO.....	32
2.2 CLASIFICACIÓN DE MERCADOS.....	32
2.2.1 MERCADO MUNICIPAL .....	32
2.2.1.1 FORMALES.....	33
2.2.1.2 INFORMALES .....	34
2.2.1.3 DESBORDAMIENTOS .....	34
2.2.1.4 ESPONTÁNEO .....	34

2.2.1.5 MÓVIL .....	34
2.2.2 MERCADO POR INFLUENCIA DE POBLACIÓN .....	35
2.2.2.1 METROPOLITANO .....	35
2.2.2.2 SECTORIAL .....	36
2.2.2.3 CANTONAL.....	36
2.2.3 MERCADOS MAYORISTAS .....	37
2.2.4 MERCADOS MINORISTAS .....	38
2.3 COMERCIO EN LOS MERCADOS .....	39
2.3.1 COMERCIO FIJO O ESTABLECIDO .....	39
2.3.3 PUESTO AMBULANTE .....	40
2.3.4 PUESTO PISO PLAZA .....	40
2.4 ESTRUCTURA DE FUNCIONAMIENTO DE UN MERCADO.....	41
2.4.1 ZONIFICACIÓN .....	42
2.4.2 SUBDIVISIÓN DE ZONIFICACIÓN EN ZONA DE VENTAS.....	44
2.4.2.1 ÁREA HÚMEDA .....	44
2.4.2.2 ÁREA SEMI-HÚMEDA .....	44
2.4.2.3 ÁREA SECA.....	44
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.....	46
3.1 MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN .....	47
3.2 ASPECTOS HISTÓRICOS.....	48
3.3 CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DEL MUNICIPIO.....	49
3.3.1 SECTOR PRIMARIO .....	51
3.3.2 SECTOR SECUNDARIO .....	51
3.3.3 SECTOR TERCIARIO.....	51
3.4 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL MUNICIPIO.....	52

3.4.1 DENSIDAD POBLACIONAL.....	52
3.4.1.1 EL SALVADOR .....	52
3.4.1.2 MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN .....	54
3.5 ESTRUCTURA URBANA DE LA CIUDAD DE AHUACHAPÁN .....	56
3.5.1 GENERALIDADES .....	56
3.5.2 REFERENCIA GEOGRÁFICA .....	56
3.5.3 CONDICIONES FÍSICAS.....	57
3.5.4 PATRIMONIO HISTÓRICO.....	58
3.5.5 USO DEL SUELO URBANO .....	59
3.5.5.1 HABITACIONAL .....	59
3.5.5.2 EQUIPAMIENTO .....	60
3.5.5.3 COMERCIO, SERVICIOS Y OFICINAS .....	62
3.5.5.4 INDUSTRIAL Y TURISMO .....	62
3.6 MERCADOS MUNICIPALES.....	63
3.6.1 MERCADO MUNICIPAL N° 1 .....	63
3.6.2 MERCADO MUNICIPAL N° 2 .....	64
3.6.2 MERCADO MUNICIPAL SUNCUÁN.....	65
3.7 ASPECTO LEGAL.....	66
3.7.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR. ....	66
3.7.2 LEY MARCO PARA LA CONVIVENCIA CIUDADANA Y CONTRAVENCIONES ADMINISTRATIVAS .....	66
3.7.3 ORDENANZA REGULADORA DEL COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN.....	67

3.7.4 ORDENANZA REGULADORA DE ACERAS Y CORDONES CUNETAS DEL MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN.....	68
3.7.5 ORDENANZA REGULADORA DEL ASEO, BARRIDO DE CALLES, RECOLECCIÓN Y DISPOSICIÓN FINAL DE BASURAS DEL MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN.....	68
CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO.....	69
4.1 PROBLEMÁTICA ACTUAL DE LOS MERCADOS EN EL MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN.....	70
4.1.1 ESTRUCTURA VIAL.....	70
4.1.1.1 CONGESTIONAMIENTO VEHICULAR.....	71
4.1.1.2 TRANSPORTE INTERURBANO .....	72
4.1.1.3 TRANSPORTE URBANO.....	73
4.1.2 INVASIÓN DE VENTAS.....	75
4.2 FORMULACIÓN DEL PROYECTO .....	77
CAPÍTULO V: PRONÓSTICO.....	82
5.1 ANÁLISIS DE SITIO .....	83
5.1.1 LOCALIZACIÓN.....	83
5.1.2 VÍAS DE COMUNICACIÓN.....	83
5.1.3 ASPECTOS CLIMÁTICOS.....	85
5.1.4 USOS DE SUELO.....	86
5.1.5 INFRAESTRUCTURA.....	88
5.1.6 VIALIDAD .....	89
5.1.7 ANÁLISIS AMBIENTAL.....	89
5.2 METODOLOGÍA DEL DISEÑO .....	90
5.3 CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	92

5.3.1 CRITERIOS DE DISEÑO.....	92
5.3.1.1 CRITERIOS DE DISEÑO FUNCIONALES .....	92
5.3.1.2 CRITERIOS URBANOS .....	92
5.3.1.3 CRITERIOS DE DISEÑO ARQUITECTÓNICOS.....	92
5.3.1.4 CRITERIOS DE DISEÑO AMBIENTALES.....	93
5.3.2 LISTADO DE NECESIDADES .....	94
5.3.3 FICHAS DE PREDIMENCIONAMIENTO .....	97
5.4.4 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.....	129
5.3.4 DIAGRAMA DE RELACIONES .....	131
5.3.5 MATRICES DE RELACIÓN .....	132
5.3.6 REDES DE INTERACCIÓN .....	135
5.3.7 ESQUEMA DE ZONIFICACIÓN.....	141
CAPÍTULO VI: ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO .....	142
6.1 DESARROLLO DE PLANOS.....	143
6.1.1 HOJA 1 .....	143
6.1.2 HOJA 2 .....	143
6.1.3 HOJA 3 .....	143
6.1.4 HOJA 4 .....	143
6.1.5 HOJA 5.....	144
6.2 VISTAS REPRESENTATIVAS DEL PROYECTO.....	150
6.3 ESTIMACIÓN DE COSTOS .....	158
CAPÍTULO VII: .....	161
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	161
7.1 CONCLUSIONES.....	162
7.2 RECOMENDACIONES .....	163

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	164
ANEXOS.....	166
ANEXO 1.....	167

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA N° 1:</b> Clasificación de los mercados. ....	35
<b>FIGURA N°2:</b> Clasificación de los mercados por influencia de población. ....	36
<b>FIGURA N°3:</b> Esquema de jerarquía de funcionamiento de un mercado. ....	41
<b>FIGURA N° 4:</b> Congestionamiento vehicular y sistema vial. ....	72
<b>FIGURA N° 5:</b> Recorrido de transporte urbano, y paradas de buses existentes. .	75
<b>FIGURA N° 6:</b> Invación de ventas. ....	76
<b>FIGURA N°7:</b> Localización del terreno .....	83
<b>FIGURA N° 8:</b> Vías de comunicación. ....	84
<b>FIGURA N° 9:</b> Asoleamiento, vientos predominantes y temperatura. ....	85
<b>FIGURA N° 10:</b> Matriz de Entorno Ambiental. ....	86
<b>FIGURA N° 11:</b> Uso de suelo. ....	87
<b>FIGURA N° 12:</b> Infraestructura. ....	88
<b>FIGURA N° 13:</b> Vialidad. ....	89
<b>FIGURA N° 14:</b> Análisis Ambiental. ....	90

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO N° 1:</b> Establecimientos de negocio de los sectores secundario y terciario de la economía.....	50
<b>CUADRO N° 2:</b> Evolución de la población y promedios anuales de crecimiento poblacional. ....	53
<b>CUADRO N° 3:</b> Distribución población de la ciudad de Ahuachapán por zona de residencia y sexo.....	55
<b>CUADRO N° 4:</b> Proyección de crecimiento poblacional de la ciudad de Ahuachapán en el periodo 2013 - 2020 .....	55
<b>CUADRO N° 5:</b> Equipamiento urbano de Ahuachapán.....	61
<b>CUADRO N° 6:</b> Uso de suelo urbano Ahuachapán .....	62
<b>CUADRO N° 7:</b> Transporte Interurbano en el área en estudio.....	73
<b>CUADRO N° 8:</b> Transporte Urbano en el área de estudio. ....	74
<b>CUADRO N° 9:</b> Matriz FODA .....	78
<b>CUADRO N° 10:</b> Zona administrativa .....	94
<b>CUADRO N° 11:</b> Zona de ventas.....	95
<b>CUADRO N° 12:</b> Zona de servicios generales.....	96
<b>CUADRO N° 13:</b> Zona complementaria.....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO N° 1:</b> Evolución de la población 1930 - 2020 .....	54
<b>GRÁFICO N° 2:</b> Proyección de crecimiento poblacional de la ciudad de Ahuachapán en el periodo 2007 - 2020 .....	56
<b>GRÁFICO N° 3:</b> Uso de suelo urbano Ahuachapán.....	63

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

<b>Fotografía N° 1:</b> Exterior del mercado municipal N°1, sobre la avenida 2 de abril, Ahuachapán. ....	63
<b>Fotografía N° 2:</b> Exterior del mercado municipal N°1, sobre la 12ª Calle Oriente.....	64
<b>Fotografía N° 3:</b> Exterior del mercado municipal N°2, sobre la 8ª Calle Oriente.....	64
<b>Fotografía N° 4:</b> Exterior del mercado municipal N°2, sobre la Avenida Francisco Menéndez Norte. ....	65
<b>Fotografía N° 5:</b> Exterior del mercado Suncuán, sobre la avenida 2 de abril.....	65
<b>Fotografía N° 6:</b> Exterior del mercado Suncuán, sobre la avenida 2 de abril.....	66

## INTRODUCCIÓN

En términos generales, se puede definir un mercado como el principal punto de encuentro entre consumidores y productores. Además, el concepto de mercado también hace referencia al lugar, es decir, al edificio utilizado temporal o permanentemente por las personas para realizar diferentes intercambios comerciales. Los mercados municipales constituyen uno de los métodos comerciales más tradicionales y con mayor crédito en la distribución de productos frescos para las comunidades.

La alcaldía del municipio de Ahuachapán, en su calidad de máxima autoridad local y legal que vela por el bienestar social y correcto desarrollo de las comunidades; busca generar espacios que ayuden a cumplir su deber ante las necesidades que a simple vista se hacen constar en búsqueda de un mejor desarrollo. Es por ello que la municipalidad desea implementar un equipamiento con el objetivo de brindar una mejor atención para beneficio de la población.

Tomando en cuenta lo anterior, se investigarán los factores que den como resultado una propuesta de anteproyecto arquitectónico el cual responda a la necesidad que requiere la población del municipio de Ahuachapán, perteneciente al departamento de Ahuachapán, El Salvador.

Para llevar a cabo la investigación es necesario tener en cuenta diferentes instrumentos de trabajo que permitan reunir la información necesaria para la elaboración de un análisis y un diagnóstico que muestren con claridad la situación en la que se encuentra dicho equipamiento. Al mismo tiempo, se realizará una investigación teórica que sirva como base y respaldo de la propuesta arquitectónica, cuidando que ésta sea viable.

# **CAPÍTULO I: MARCO INTRODUCTORIO**

## **1.1 ANTECEDENTES**

La ciudad de Ahuachapán es uno de los pueblos más antiguos del país fundado por los Pokomames, alrededor del siglo V o VI de la era cristiana, siendo conocido con el nombre de “Aguachapa”. El 15 de septiembre de 1821 pasó a formar parte del estado de Guatemala, por decreto de la Asamblea Nacional Constituyente obtuvo el título de Villa el 22 de agosto de 1823. El 7 de febrero paso a formar parte del estado de El Salvador. El 11 de febrero de 1869 durante la administración del Capitán General Gerardo Barrios, obtuvo el título de Ciudad; el 9 de febrero paso a ser cabecera del departamento de Ahuachapán, durante la administración de Francisco Dueñas y el 26 de febrero del mismo año la ciudad quedo como cabecera del distrito de Ahuachapán.

El departamento de Ahuachapán se localiza en el extremo sur occidental de El Salvador, limita al norte y al oeste con la República de Guatemala, al nor-este con el departamento de Santa Ana, al este con el de Sonsonate y al sur presenta una franja costera que se abre al Océano Pacífico.

Tiene una extensión de 244.84 km<sup>2</sup>. La cabecera municipal es la ciudad de Ahuachapán situada a 780 msnm., en un valle al norte de la Sierra Apaneca–llamatepec, 101 km. Al oeste de San Salvador. La ciudad comprende los barrios de San Antonio, San Juan de Dios, El Calvario, San Sebastián, Las Flores, San José, La cruz y El Centro. Sus poblaciones vecinas son: Concepción de Ataco, Tacuba, Turín y Apaneca. El gobierno local lo ejerce un gobernador en la ciudad de Ahuachapán y concejos municipales en cada cabecera municipal. Para su administración, el departamento se divide en 12 municipios, 127 cantones y 280 caseríos.<sup>1</sup>

### **1.1.1 Surgimiento de los mercados municipales**

Los Mercados son algunas de las instalaciones que existen en todo asentamiento humano, surgiendo desde que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque en los años 3,000 a de C. Tras la

---

<sup>1</sup> Anteproyecto Urbano Arquitectónico de la Plaza-Mercado Municipal y Terminal de Transporte Público, en la ciudad de Ahuachapán

aparición del dinero en el Siglo VI a de C, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales y es hasta la época colonial en los años 1500 que inician Las áreas específicas llamadas Plazas, Tianguis y Mercados. Desde ese entonces El Salvador tuvo su mercado en el centro de la ciudad, posteriormente el comercio fue tomando auge, es decir que el sistema paso hacer puramente agrícola comercial.

Intensificada esta demanda en los años 70's, se tuvo la necesidad de crear un mercado mayorista, centralizado en el Área Metropolitana de San Salvador. Luego entre los años 80's -90's, se registró un crecimiento acelerado de la población urbana y se creó una central de abastos y mercados minoristas en las municipalidades.<sup>2</sup>

El sistema de mercados del municipio de Ahuachapán, tiene como objetivo el abastecimiento de productos al menor costo posible, permitiendo una oferta fluida y oportuna, para satisfacer las necesidades de la población de menores recursos, tomando en cuenta que con la construcción de este nuevo mercado se obtendrá un mayor fluido de personas.

Con el anteproyecto arquitectónico se pretende proporcionar soluciones para que este crecimiento no afecte en forma negativa al Municipio, la cual le competará a la Alcaldía establecer y tratar que la misma dé cobertura a todos los usuarios y evitar que poco a poco la ciudad se convierta en un gigantesco mercado, en donde cada una de las personas decide donde y como establecerse, tomando áreas verdes como es el caso del parque municipal la concordia, así como también aceras y vías principales, ocasionando desordenes urbanos, congestionamiento vehicular, delincuencia, contaminación, etc. Afectando en gran medida a su entorno. Esto da como respuesta la falta de espacio y uso inadecuado del área del Mercado actual.

### **1.1.2 Mercados municipales a nivel mundial**

Los mercados municipales a nivel mundial constituyen una de las fórmulas comerciales más tradicionales y con mayor arraigo en la distribución de productos frescos para las comunidades. Es lógico pensar que las cosas han cambiado mucho,

---

<sup>2</sup> Jenny Magaly Gómez López. Anteproyecto Arquitectónico Del Mercado De San Marcos

como probablemente lo hayan hecho otros sectores en los últimos veinte años, aunque a veces es difícil apreciar los cambios cuando se convive todos los días con procesos en continua evolución.

A nivel global si se tuviera que definir el sector de los mercados municipales con dos palabras, las elegidas serían “complicadas y competitivas”. Desde el punto de vista del cliente, se puede observar el comportamiento de un consumidor cada vez más exigente y mejor informado y nada dispuesto a incrementar la parte del presupuesto familiar dedicado a alimentación en el hogar, y sí a favor de otros factores como pueden ser la diversión, la cultura, la salud o el equipamiento.

Un cliente que valora su dinero, y cada vez más su tiempo, se convierte en un cliente exigente. Esto obliga a la administración del sector de los mercados municipales, a valorar factores como la proximidad, comodidad, rapidez, calidad y precio. Esto es un reto difícil si se tiene presente el envejecimiento de la población, el nuevo fenómeno de la inmigración y por consiguiente la aparición de cadenas de supermercados.

Las tendencias de evolución de los hábitos de los consumidores para la compra de productos de alimentación, continúan siendo las mismas que caracterizan la evolución del comercio minorista desde hace años a nivel mundial.

Estas circunstancias necesariamente obligarán a los mercados municipales a definir su oferta de productos y servicios, a diseñar su posición y estrategias competitivas y a plantearse decididamente la puesta en marcha de programas planificados de comunicación y dinamización, considerando que las tiendas especializadas tradicionales, y dentro de ellas los equipamientos comerciales colectivos como son los mercados municipales, siguen siendo la forma de distribución más utilizada a nivel mundial para adquirir alimentación fresca, mientras que los supermercados lo son para alimentación seca. Por tanto, aún hay una cuota de mercado que permite enfocar el futuro a corto y mediano plazo.

### **1.1.3 Mercados municipales en El Salvador**

Luego de la conquista de los españoles, se empezó a fundar ciudades que generalmente contaban con un mercado para realizar las transacciones comerciales que se daban entre compradores y vendedores.

Pasado los años, el comercio siguió desarrollándose, pero en las mismas zonas y con aumento en la población, se vio la necesidad de mayor espacio y de instalaciones adecuadas para los comerciantes donde se realiza una mayor afluencia, surgiendo así la necesidad de construir mercados particulares y gubernamentales, pero sin ser planificados y edificados alrededor de la misma zona, lo que vino a constituir un nivel de desorden y por ende una gran cantidad de desperdicio producido por los vendedores.

A fines de la década de los años 70, el deterioro del sistema de mercados era notable y fue evidente la presencia de vendedores ubicados desordenadamente en áreas externas a las instalaciones físicas de los mercados; el sistema de mercados de El Salvador, llega al máximo de su capacidad instalada en el año de 1977; y, sin embargo, sus instalaciones no fueron modificadas o ampliadas.

Para este periodo, los índices de desempleo, sobre todo en el área rural inducen a la migración interna campo-ciudad, situación que se vio agravada a partir del inicio de los 80's, debido al conflicto armado que ocasionó un incremento en la tasa de desempleo general, generando también la proliferación de vendedores ambulantes, y consecuentemente, la multiplicación de puestos transitorios en los alrededores de las instalaciones del sistema de mercados.

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

En tiempos pasados donde se encontraba ubicada la iglesia, la casa de gobierno y la plaza central, había un lugar abierto donde se efectuaban las operaciones de

trueque entre los habitantes de esa época. Allí se realizaba el intercambio de productos agrícolas o de naturaleza casera, por otros de igual naturaleza o por granos de cacao que se utilizaba como unidad monetaria.

La aparición del ferrocarril como medio de transporte causa un fuerte impacto en las actividades comerciales, las cuales se multiplicaban a raíz del crecimiento de la población humana y el flujo de los productos agrícolas, y artesanías de todas las regiones del país hacia la ciudad capital.

El apareamiento de los automotores como medio de transporte y los nuevos medios de comunicación juntamente con el crecimiento de la población, ejercen su influencia cada vez más en las operaciones comerciales, cuyo radio de acción se amplió ilimitadamente. La plaza que inicialmente servía para abastecer a la población de los productos necesarios se vuelve insuficiente. Fue imperativo construir nuevos locales, utilizar edificios que habían sido diseñados para otras actividades y que se encontraban desocupados. Debido a lo anterior, fueron surgiendo otros mercados que ayudaron a contrarrestar los problemas que se dieron a causa del crecimiento de las actividades comerciales y de la población humana.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Antecedentes Generales De Los Mercados Municipales. Capítulo I.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La ciudad de Ahuachapán posee algunas dificultades en cuanto al comercio informal, esto se debe al acelerado crecimiento de la población en los últimos años, de tal manera que el desorden de usos de suelo, el deterioro y maltrato de la infraestructura y la falta de equipamiento son algunos de los problemas que afectan a la ciudad, dando un incremento a la necesidad de construir un nuevo mercado municipal que tenga los espacios adecuados que permitan a las personas desarrollar adecuadamente sus actividades.

Las propuestas arquitectónicas de los mercados se ven en desapruebo por parte de vendedores y compradores, los cuales no hacen uso adecuado de la infraestructura destinada para tal actividad. Además; se puede decir que el problema del comercio no debe aislarse, si no; ver de qué forma afecta las variables culturales, económicas, políticas, ecológicas, sociales entre otras.

Es en este punto donde se intervine para dar soluciones al problema de comercio informal, con la realización de la propuesta de anteproyecto arquitectónico de un mercado municipal en el municipio de Ahuachapán. Esto contribuirá al desarrollo de una planta tipo que cuente con todos los espacios necesarios para los comerciantes espacios con una buena ventilación, iluminación y circulación para una mejor calidad de vida de las personas que desarrollan las diversas actividades dentro de la edificación.

Teniendo en cuenta las normas, códigos, reglamentos municipales, y leyes que respalden la realización de dicho proyecto. Todo ello para mejorar la calidad de vida de las personas comerciantes.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Debido a la importancia que representa el comercio para la población del municipio de Ahuachapán y concientizando sobre el estado actual de los mercados municipales, es imprescindible que la ciudad cuente con nuevos espacios para la comercialización de diferentes productos; motivo por el cual, el anteproyecto busca dar solución a la falta de espacios, que cumpla con los requerimientos mínimos en materia de funcionamiento, seguridad e higiene.

Además, existe una demanda de estos espacios por parte de la población hacia la municipalidad. Las autoridades toman en cuenta dichas peticiones, proporcionan el espacio idóneo, y con apoyo del Departamento de Proyectos, deben desarrollar el diseño y los planos para cada proyecto y a su vez gestionan su construcción. Como resultado de lo anterior, se obtiene un proceso bastante lento para la ejecución de los proyectos, lo que hace sentir a la comunidad en abandono.

Es entonces que, al conocer la necesidad de un lugar ordenado, cómodo, higiénico y seguro para el sector comercio, se pretende ofrecer una solución a través de un anteproyecto arquitectónico que proponga un nuevo mercado municipal, tomando en consideración las normativas y reglamentos correspondientes que respalden el correcto desarrollo del anteproyecto.

Bajo esta justificación es que la Alcaldía Municipal de Ahuachapán buscará financiar el anteproyecto, obteniendo como resultado un servicio de calidad para la población.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo general**

Desarrollar una propuesta de anteproyecto arquitectónico con espacios funcionales y accesibles, que permitan realizar con normalidad las actividades requeridas en un mercado municipal, tomando en cuenta las condiciones actuales de los mercados ya existentes cerca de la zona.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- ✓ Considerar fundamentos teóricos que ayuden a comprender las diferentes necesidades y condiciones actuales de los mercados municipales, su desarrollo e impacto social a lo largo del tiempo.
- ✓ Analizar las condiciones actuales de los mercados existentes en el municipio tomando en cuenta aspectos funcionales, físicos y de ubicación.
- ✓ Elaborar una propuesta de diseño funcional para el nuevo mercado municipal en el municipio de Ahuachapán.

## 1.5 LÍMITES

1. La investigación se basa en conocer las condiciones actuales de los mercados municipales existentes en el municipio de Ahuachapán, para así brindar una solución a los diferentes problemas encontrados.

2. Propuesta del anteproyecto:

- ✓ Planos arquitectónicos, planta de acabados, planta de distribución de techos, planta de conjunto, elevaciones, secciones.
- ✓ Estimación de costos.
- ✓ Apuntes.
- ✓ Planos de distribución hidráulicos y eléctricos

3. La propuesta de anteproyecto tendrá un periodo de duración de 7 meses, a partir del mes de febrero del 2020.

4. El anteproyecto se desarrollará con base en leyes, normativas y reglamentos.

## **1.6 ALCANCES**

1. La investigación teórica comprenderá diferentes conceptos acerca de mercados municipales, su funcionamiento y su principal problemática.

2. La investigación abarcará levantamiento fotográfico y una evaluación de las condiciones actuales de los diferentes mercados municipales existentes en el municipio de Ahuachapán y los alrededores del terreno.

3. Diseñar un mercado municipal que contemple las necesidades de los comerciantes y compradores con una solución arquitectónica funcional; contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

4. A nivel de anteproyecto se presentarán planos arquitectónicos, planta de acabados, planta de distribución de techos, planta de conjunto, elevaciones, secciones, planta de distribución de instalaciones eléctrica e hidráulica, planta de evacuación e imágenes representativas las cuales justifiquen y expliquen la propuesta.

## **1.7 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

Con la finalidad de desarrollar y resolver el problema planteado, se establece una metodología a seguir que facilite la labor de conocer a profundidad el problema, sus componentes, la solución del diseño, en el cual se parte de formar un modelo teórico en forma sistemática que va de lo general a lo particular, además de aclarar los pasos y procedimientos que ayudaran a la investigación.

### **1.7.1 Investigación y análisis**

Incluye la conceptualización del problema y determinación de aspectos generales para obtener un panorama más amplio acerca de tema.

Luego se estudia la parte de la realidad donde se llevará a cabo el proyecto y así también evaluar conceptos sociales, económicos, geográficos y de infraestructura. En este proceso, se enfatiza la problemática actual de los mercados ya existentes y su solución a los problemas.

El segundo proceso es por medio de entrevistas y reuniones con las personas que serán beneficiadas con la construcción del nuevo mercado.

La consulta de fuentes bibliográficas constituye el segundo tipo de técnicas de investigación.



# **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

## **2.1 EL MERCADO**

Se deriva del latín “Mercatus”, cuyo significado es: sitio destinado en ciertas poblaciones a la venta y compra de mercancías.

En términos económicos generales el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos. Para definir el mercado en el sentido más específico, hay que relacionarle con otras variables, como el producto o una zona determinada.

En el mercado existen diversos agentes que se influyen entre sí, dando lugar a un proceso dinámico de relaciones entre ellos. Al mismo tiempo, el mercado está rodeado de varios factores ambientales que ejercen en mayor o menor grado una determinada influencia sobre las relaciones y estructuras del mismo.<sup>4</sup>

### **2.1.1 Mercados de consumo inmediato**

Son aquellos en los que la adquisición de productos por los compradores individuales o familiares se realiza con gran frecuencia, siendo generalmente consumidos al poco tiempo de su adquisición. Es el caso del pescado, de la carne, etc.

### **2.1.2 Mercados de consumo duradero**

Son aquellos en los que los productos adquiridos por los compradores individuales o familiares son utilizados a lo largo de diferentes períodos de tiempo hasta que pierden su utilidad o quedan anticuados, por ejemplo: los televisores, los muebles, los trajes, etc.

## **2.2 CLASIFICACIÓN DE MERCADOS**

### **2.2.1 Mercado municipal**

El mercado municipal es aquel que es propiedad del gobierno municipal, en el cual se venden o rentan locales; estos no son solamente los que se alojan físicamente en un edificio, sino también sus desbordamientos.

---

<sup>4</sup> Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>

*En su interior funcionan “puestos de venta” de construcción estable destinado al comercio de productos alimenticios. Los principales participantes de este establecimiento son el comprador, el vendedor y para la comodidad de ellos es que se proyecta. En cuanto a su desarrollo, estos centros de abasto están formados por puestos de venta individuales, en la cual el cliente tiene la oportunidad de elegir el producto en donde más se acomode a sus necesidades, mientras que a su vez se desarrollan comunicaciones socioeconómicas y culturales a través del intercambio y la transacción, brindándole al proyecto un imponente carácter socio-cultural.<sup>5</sup>*

Los vendedores más comunes se dedican a la venta de: frutas, flores, cereales y abarrotes en general, leche y sus derivados, pescado, carnes, ropa, zapatos, artesanías, etc. Estos de acuerdo a su aspecto físico se pueden clasificar en:

#### **2.2.1.1 Formales**

El comercio dentro de estos se ejecuta dentro de los edificios de la municipalidad, cuentan con condiciones higiénicas y sanitarias adecuadas y pueden ser minoristas o mayoristas.

*El mercado formal se rige bajo las normas de comercio de cada país. Es beneficioso ya que favorece al país aportando con la recaudación de impuestos que sirven para financiar obras del estado a favor del país.*

*Para los comerciantes es más beneficioso pertenecer a un mercado formal ya que este brinda garantías para su negocio y no corre el riesgo de perder sus productos.<sup>6</sup>*

Además, presentan mayor grado de confianza hacia los compradores, garantía en los productos e instalaciones adecuadas.

---

<sup>5</sup> Pareja Sime, Juan Carlos, Tesis de grado, Mercado de abastos, diseño arquitectónico, municipalidad. 2017. Recuperado de: <https://alicia.concytec.gob.pe>

<sup>6</sup> Mendoza Guzmán, Estefany; Moncada Padilla Jessica. Facultad de ciencias empresariales, escuela de Administración. Recuperado de: <https://es.calameo.com>

### **2.2.1.2 Informales**

Su característica principal es que se lleva a cabo a través del comercio callejero, los cuales son un conjunto de comerciantes ubicados en las calles, que no tienen ninguna relación física con el mercado formal.

Son mercados que surgieron espontáneamente a mitad de camino entre la zona de consumo y los mercados formales, los llamados vendedores ambulantes que existen en todas las ciudades de América Latina, lo cual causa problemas en las vías de circulación de la ciudad.

### **2.2.1.3 Desbordamientos**

Es aquel comercio donde se realizan actividades económicas informales, es decir, ocultas para evadir procesos y responsabilidades fiscales o controles de carácter administrativo. Usualmente por falta de recursos.

*Es el conjunto de comerciantes que se ubican en los alrededores de los mercados formales constituyendo un todo continuo. Están localizados en las calles adyacentes a los mercados formales. Este tipo de ventas arruinan el ornato de la ciudad y además cambian el uso del suelo.<sup>7</sup>*

### **2.2.1.4 Espontáneo**

Un mercado espontáneo es donde existe un grupo de comerciantes que inicialmente se forma con ventas pequeñas. Surge debido a la necesidad en el sector. Estos tienen la característica de crecer en corto tiempo y tienden a convertirse en un mercado informal, se ubican en banquetas, áreas abiertas y en algunos casos en aceras.

### **2.2.1.5 Móvil**

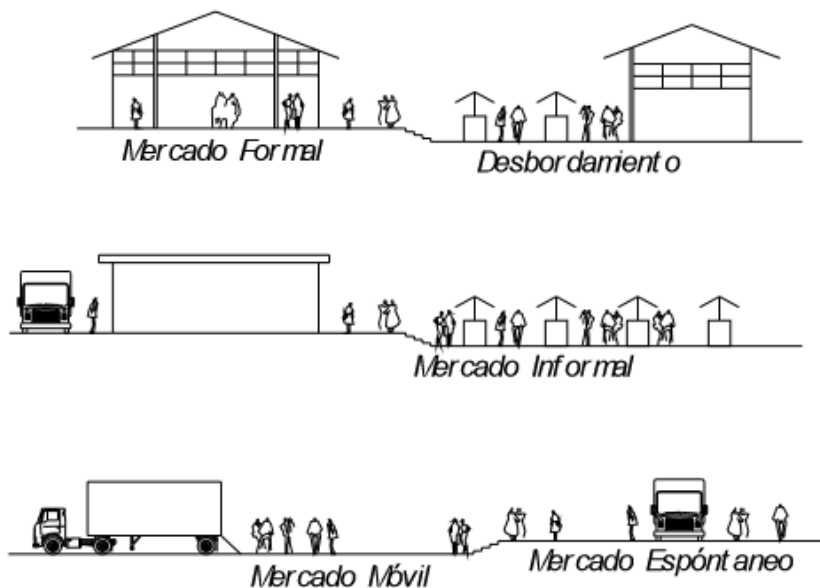
El mercado móvil es aquel que se realiza en un furgón o pick ups, se considera un tipo de venta ambulante y una modalidad de venta no sedentaria ya que se practica en una ubicación móvil, de manera y con medios que permitan al vendedor ofertar su

---

<sup>7</sup> Recuperado de: <http://biblioteca.usac.edu.gt>

mercancía de forma itinerante, deteniéndose en distintos lugares sucesivamente y por el tiempo necesario para efectuar la venta.

**FIGURA N° 1:** Clasificación de los mercados.



Fuente: biblioteca.usac.edu.gt

### **2.2.2 Mercado por influencia de población**

Estos mercados son aquellos cuya clasificación se da dependiendo del área geográfica que abarquen y de acuerdo a la influencia que ejercen en la población y según su capacidad.

Se pueden clasificar en:

- Metropolitano
- Sectorial
- Cantonal

#### **2.2.2.1 Metropolitano**

Este se refiere a un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande. Por su ubicación estratégica ayuda a usuarios de todos los puntos de una ciudad ya que los consumidores están dispersos en toda el Área Metropolitana.

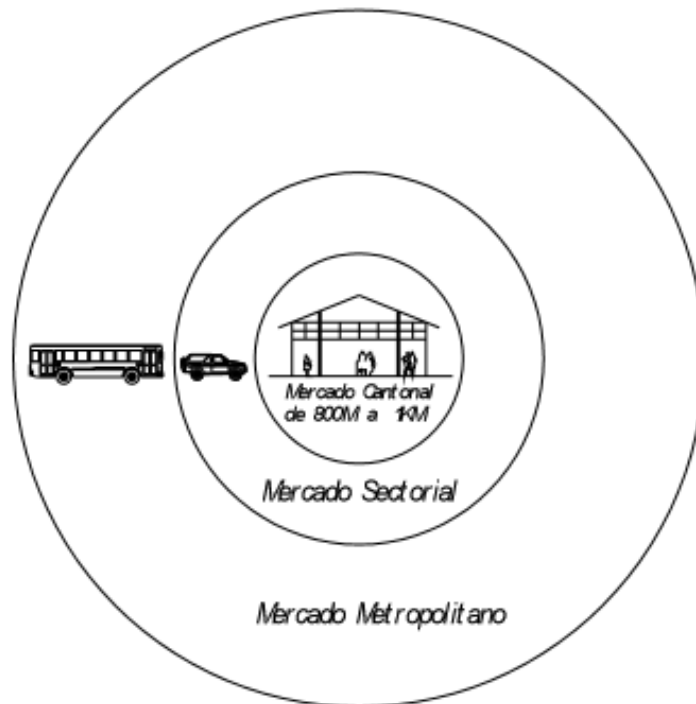
### 2.2.2.2 Sectorial

Son los mercados en los cuales su área se encuentra ubicada a más de un kilómetro de distancia, el usuario puede llegar a pie o en automóvil, y este, está atendido por un sistema de transporte colectivo urbano y extraurbano.

### 2.2.2.3 Cantonal

Este tipo de mercado da servicio a personas que habitan en un radio no mayor a un kilómetro (usuarios directos), también llamado mercado de barrio, ya que pueden desplazarse a pie los usuarios hacia el mercado o en automóvil a una distancia que se recorre en un tiempo no mayor a diez minutos.<sup>8</sup>

**FIGURA N°2:** Clasificación de los mercados por influencia de población.



Fuente: biblioteca.usac.edu.gt

Dicha clasificación también se puede dar por rangos para cada tipo de mercado, los cuales son:

<sup>8</sup> Plan Maestro Y Estudio De Prefactibilidad De Mercados Minoristas, Volumen I, 1998.

**Rango uno:** Este rango se da para los Mercados Cantonales, en los cuales se puede llegar caminando, ya que la distancia entre los compradores y el mercado no excede al kilómetro de trayecto.

**Rango dos:** Este rango se da para los Mercados Sectoriales, en el cual debido a la distancia entre comprador y vendedor es más larga por lo cual se hace necesario el uso del transporte vehicular.

**Rango tres:** Este rango se da para los Mercados Metropolitanos, y en este se hace necesario el uso del transporte, debido a que su recorrido es de mayor longitud.

### **2.2.3 Mercados mayoristas**

El Mercado Mayorista se refiere a todos aquellos comerciantes que venden más de una unidad de un producto que produce o que se distribuye, usualmente a estos comerciantes se les conoce como distribuidores o proveedores; estos son los encargados de surtir a los mercados minoristas donde compran los consumidores finales.

*Se le denomina mayorista a aquel comerciante o comercio que realiza sus ventas al por mayor, lo que significa que en estos tipos de mercados no se realizan ventas minoristas o detalladas.<sup>9</sup>*

Los Mercados Mayoristas en cuanto a la cadena de mercados donde las ventas y las compras definen la actividad se ubican en una posición intermediaria, ya que estos se encargan de comprar los productos a los fabricantes del mismo o a otros distribuidores mayoristas, para luego este mismo producto lo vendan o distribuyan a los otros comercios donde asisten usuarios finales. Una de las razones por las cuales los comerciantes deciden vender al por mayor es para maximizar su margen de ganancia, ya que al comprar al por mayor obtienen descuentos en el precio del mismo.

Los mercados mayoristas tienen el beneficio de ofrecer servicios como encargarse de transportar la mercancía hacia sus compradores, el cual puede ser gratuito y también otorga financiamiento a la hora de vender los productos a sus clientes, para

---

<sup>9</sup> Recuperado de: <https://definicionyque.es>

que estos tengan una mayor facilidad a la hora de adquirir los bienes, todo esto lo hacen con la finalidad de proponer una mejor atención para así poder tener mayor número de clientes.

En los mercados mayoristas se incluyen los mercados tipo:

- Central de Mayoreo.
- Mercado Metropolitano.
- Mercado Sectorial.

#### **2.2.4 Mercados minoristas**

Están destinados específicamente a la realización de transacciones de valores de un tamaño relativamente pequeño, por lo cual está orientado al inversor individual.

*Se denomina así a los mercados cuyas actividades de comercialización se realizan al por menor (menudeo), es decir, que realizan compras y ventas en cantidades medianas y pequeñas, que se distribuyen en forma local.<sup>10</sup>*

Las ventas minoristas pueden alterar, frenando o potenciando, las acciones de mercadotecnia y micro-mercadotecnia de los fabricantes y mayoristas. Son capaces de influir en las ventas y resultados finales de los artículos que comercializan.

El distribuidor minorista se caracteriza por ser un negocio pequeño de origen familiar, en el canal de distribución son el último eslabón.

El comercio minorista compra productos en pequeñas cantidades a fabricantes o importadores, bien directamente o a través de un mayorista. Sin embargo, vende unidades individuales o pequeñas cantidades al público en general, normalmente, en un espacio físico llamado tienda. También se les llama detallistas. Los minoristas se encuentran al final de la cadena de suministro. Los responsables de marketing comprenden el comercio minorista dentro de su estrategia global de distribución.

Las tiendas pueden estar en zonas residenciales, zonas comerciales o también integradas en centros comerciales.

---

<sup>10</sup> Rodríguez Quiroa, Marco, Mercado y Central de Transferencia para Chiquimula

Este mercado contrasta con el mercado mayorista destinado a las grandes operaciones entre inversores institucionales, y entre los que también se puede incluir dentro de los mercados tipo: Central de mayoreo, mercado metropolitano y mercado sectorial.

## **2.3 COMERCIO EN LOS MERCADOS**

Los sistemas de comercialización hacen referencia a los componentes de una red de edificios o plazas comerciales (mercados) y la jerarquía que estos poseen en el intercambio comercial, además de la forma en que los productos se desplazan hacia el lugar de comercialización.

*Para que una ciudad pueda suministrar la demanda de sus habitantes necesita contar con un sistema de mercados que permita el acceso a los servicios que se ofrecen en estos. La cantidad de mercados que integre el sistema estará determinada de acuerdo a la cantidad de población de la ciudad, por ejemplo, en poblaciones mayores de 250,000 hab. Es necesario contar con un sistema de mercados, constituido por al menos 4 mercados de los cuales uno de ellos deberá cumplir con la función de mercado mayorista.<sup>11</sup>*

En el funcionamiento habitual de un sistema de comercialización, puede apreciarse que, en el recorrido de los productos desde el lugar de origen hasta el consumidor final, la función de la central de abastos y mercados mayoristas es distribuir los productos al por mayor para que sean los mercados minoristas y los mercados eventuales o informales los encargados de ofrecer los productos al consumidor final en forma menuda.

### **2.3.1 Comercio fijo o establecido**

Se refiere a toda actividad comercial en la vía pública, en un local, puesto o estructura anclada o adherida al suelo o construcción permanente y adecuada al giro autorizado, es decir, es el conjunto de establecimientos comerciales situados de manera permanente en un lugar.

---

<sup>11</sup> Guía Técnica para la administración de mercado municipal. Instituto Nacional de Administración Pública, Centro de estudios de administración municipal. México. 1986.

### **2.3.3 Puesto ambulante**

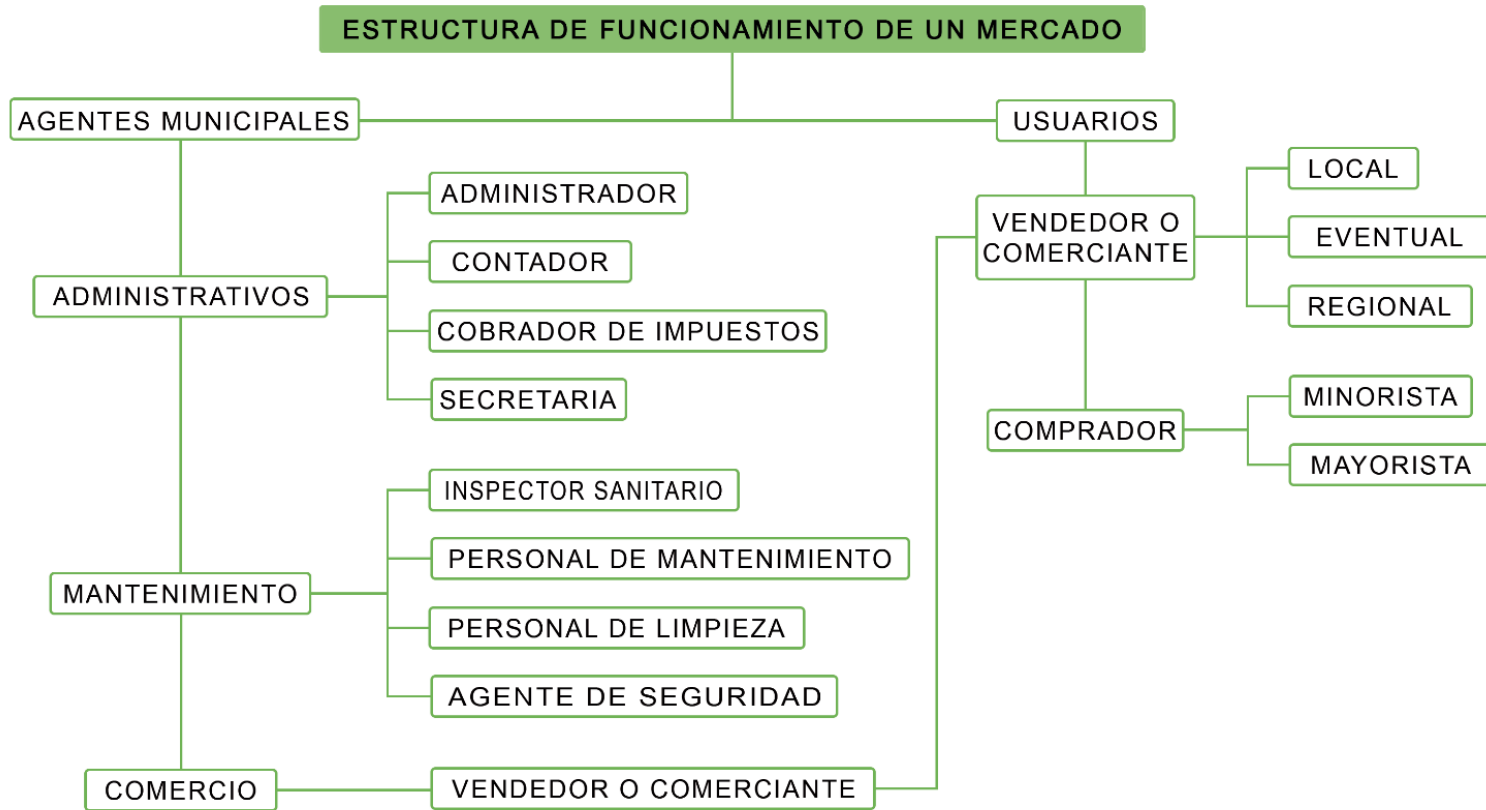
Puestos armables dedicados a la actividad comercial en la vía pública, que puedan ser transportados de un lugar a otro en cualquier momento con facilidad, además de no tener un lugar fijo dentro de las calles autorizadas de la ciudad y que hayan obtenido el permiso o licencia municipal correspondiente.

### **2.3.4 Puesto piso plaza**

Puesto fijo o provisional que se desplaza según los días de mercado, además de poseer características de pequeño comercio.

## 2.4 ESTRUCTURA DE FUNCIONAMIENTO DE UN MERCADO

FIGURA N°3: Esquema de jerarquía de funcionamiento de un mercado.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo

*Está conformado básicamente por dos tipos de personas; agentes municipales y usuarios.*<sup>12</sup>

**Agentes municipales:** Son los que desarrollan actividades fijas dentro del mercado.

**Usuarios:** Son las personas que hacen uso de cualquier tipo de venta en el mercado, así como de sus instalaciones.

#### **2.4.1 Zonificación**

Una organización del mercado en términos espaciales puede darse por zonas de actividades semejantes, de la siguiente forma:

**Zona de alimentos:** Granos básicos, productos perecederos, productos lácteos o derivados, pescadería, productos cárnicos, comida preparada, abarrotes y otros similares.

**Zona de artesanías y productos elaborados:** Vestuario, cuero, calzado, artesanías, productos suntuarios, jugueterías.

**Zona de libros y revistas, electrodomésticos:** Papelería, librerías, radios, televisores, equipos de sonido, repuestos eléctricos.

**Zona de ferretería:** Repuestos, artículos de fontanería, electricidad, carpintería, mecánica y otros.

**Zona de productos farmacéuticos y químicos:** Fertilizantes, medicinas, farmacias.

**Zona de bodegas:** Pueden diferenciarse los productos a almacenar; por ejemplo, para alimentos que requieren refrigeración o condiciones adecuadas para que no se descompongan, o bien para almacenamiento de productos químicos, farmacéuticos, fertilizantes, etc. También debe ser apropiado el almacenaje, debido a sus propias características.

---

<sup>12</sup> Catalán Armas, Hilda Fabiola. Centro de comercialización, Guastatoya el progreso. 2004.

**Zona de carga y descarga:** Debe ubicarse cerca del área de almacenamiento o en un lugar equidistante de todas las áreas que demandan su uso. Este espacio no debe interferir con las actividades ordinarias de compra y venta que se realizan durante todo el día en las instalaciones del mercado.

**Zona administrativa:** Es el cuerpo de gobierno de las instalaciones del mercado, es la gerencia o administración, la que debe contar con oficinas apropiadas para las actividades que desarrolla.

**Zona de servicios sanitarios, lavaderos:** Deben ubicarse en un área que no sea tan evidente con cierta cobertura de elementos que pueden ser arbustos, biombos, etc.

*Su colocación debe responder a las exigencias propias de las instalaciones o sistema sanitario, como, por ejemplo: cercanía de las tomas de agua potable, ubicación apropiada para la pendiente del drenaje, cerca de las áreas de trabajo o servicio, accesible a la circulación peatonal. Su disposición no debe afectar el funcionamiento de ninguna otra área; al contrario, debe facilitar el buen funcionamiento de todo el mercado. En esta área pueden colocarse tomas de emergencia para bomberos, en caso de incendios en las instalaciones del mercado.<sup>13</sup>*

**Zona de recolección de desechos:** Debe ubicarse en la zona de servicio del mercado, en un lugar donde no interfiera la actividad comercial. Debe tenerse mucho cuidado con este espacio, ya que, si no existe un manejo apropiado de la basura, este lugar se convertirá en un peligroso foco de infección, criadero de roedores y toda clase de vectores o transmisores de enfermedades. Debe permitirse la entrada de un vehículo tipo tractor con su remolque a esta área, para recoger la basura y transportarla al vertedero municipal.

**Zona de estacionamiento vehicular público:** El mercado municipal debe contemplar un espacio adecuado para el estacionamiento de vehículos, la que no debe

---

<sup>13</sup> Mercado Municipal, Manuales Elementales de Servicios Municipales 2

ubicarse a más de dos cuadras o 150 metros, considerando el transporte de bultos y carga hacia los vehículos. Debe haber una cantidad suficiente de plazas de estacionamiento.

**Otras actividades y elementos a considerar:** Otras actividades que deben contemplarse en el diseño de mercados municipales pueden ser la ubicación correcta de instalaciones eléctricas, equipos, motores, casetas de vigilancia, áreas verdes, áreas de descanso, casetas de promoción del turismo, información general y depósitos de agua potable, entre otros.

#### **2.4.2 Subdivisión de zonificación en zona de ventas**

Los mercados para tener un funcionamiento adecuado deben zonificarse, de tal forma que permita la visualización y obtención de los productos, ya que así cubrirá las necesidades de los usuarios de una manera ordenada y eficiente.

**Zona de ventas:** Es la zona de mayor afluencia de personas, ya que es el lugar donde los usuarios se proveen de los productos de la canasta básica. Esta se subdivide en tres áreas, las cuales se subdividen a continuación:

##### **2.4.2.1 Área húmeda**

Es un área que requiere de instalación hidráulica y de drenaje para su limpieza en forma individual. Los puestos de venta que se encuentran dentro de esta área son: Carnicerías, pollerías, ventas de huevo, pescaderías, lácteos, embutidos, refresquerías, comedores, entre otros.

##### **2.4.2.2 Área semihúmeda**

Es un área que requiere de agua únicamente para remojar el producto que está a la venta. No necesita instalación de agua potable individual, esta puede ser sectorizada, al igual que el drenaje para su limpieza. Los puestos que forman parte del área semihúmeda son: Frutas, hortalizas y flores.

##### **2.4.2.3 Área seca**

Es la única de las áreas que no requiere instalación hidráulica. Los productos que se comercializan en esta zona son únicamente los abarrotes, es decir, artículos de

consumo doméstico de primera necesidad, tales como granos básicos, artículos de cocina, artículos de uso personal, artículos de limpieza.

# **CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL**

### 3.1 MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN

Ahuachapán, municipio capital del departamento de Ahuachapán y es una de las ciudades más importantes de la zona occidental de El Salvador. Se conoce también como la “Ciudad de los Ausoles” o “La capital geotérmica de América Central”, y este municipio se encuentra a 100 km de San Salvador.

En dicho municipio se muestra una de las grades edificaciones la cual es su Iglesia Parroquial nombrada "Parroquia Nuestra Señora de La Asunción", una joya arquitectónica, su estilo es colonial, tiene más de 100 años de antigüedad y forma parte del patrimonio cultural del país.

Para su administración, el municipio se divide en 28 cantones y 78 caseríos, siendo sus cantones:

- Ashapuco
- Chancuyo
- Chipilapa
- Cuyanausul
- El Anonal
- El Junquillo
- El Roble
- El Tigre
- El Barro
- Guayaltepec
- La Danta
- La Montañita
- Las Chinamas (Puesto Fronterizo)
- Llano de La Laguna o El Espino
- Loma de La Gloria
- Los Huatales
- Los Magueyes
- Los Toles
- Nejapa
- Palo Pique
- Río Frío
- San Lázaro
- San Ramón
- Santa Cruz
- Santa Rosa Acacalco
- Suntecumat
- Tacubita
- La Coyotera

Ahuachapán cuenta con diferentes productos agrícolas más cultivados, por ejemplo: café, caña de azúcar, granos básicos, semillas oleaginosas, plantas hortenses, cacao, cocotero y frutas. Además, cuenta también con la avicultura, la apicultura y la ganadería vacuna y bovina.

Cuenta con diferentes industrias que son importantes para el municipio como el beneficiado de café, energía geotérmica, textil y la fabricación de productos alimenticios y materiales de construcción.

*Ahuachapán es uno de los municipios donde el turismo forma parte fundamental de todos sus habitantes teniendo una variedad de opciones que los considera como un destino turístico único en la zona occidental de El Salvador. Los Ausoles, Laguna el Espino, las Lagunas del Llano y de Morán o los saltos de Atehuecillas y de Malacatiupán<sup>14</sup>.*

### **3.2 ASPECTOS HISTÓRICOS**

Ahuachapán se fundó en el siglo V por los indios mayas de la tribu llamada “pokomames”, y fue sometida en el siglo XV por belicosos Náhuas de Kuskatan de los izalcos. Progresivamente la región fue invadida por los españoles.

Tras la independencia, el 22 de agosto de 1823, se le dio el título de villa al pueblo de Ahuachapán.

En 1862, dos individuos de la cámara de diputados hicieron una proposición para que a las villas de Ahuachapán y Metapán se les concediera el título de “ciudad” en recompensa de sus servicios y patriotismo y por tener los elementos necesarios para tener ese título, dentro de la cámara acordaron de conformidad y fue mandada a la cámara de senadores quienes la conformaron el 19 de febrero. La orden legislativa fue aprobada y ejecutada por el presidente Gerardo Barrios el 21 de febrero y fue publicada en la Gaceta Oficial el 22 de febrero.

Antonio Tobar era el alcalde electo para el año de 1863. El 28 de marzo del mismo año, una división guatemalteca al mando de Leandro Navas, quien era el comandante

---

<sup>14</sup> Recuperado de: [https://www.ecured.cu/Ahuachap%C3%A1n\\_\(municipio\\_en\\_El\\_Salvador\)](https://www.ecured.cu/Ahuachap%C3%A1n_(municipio_en_El_Salvador))

general del departamento de Jutiapa, invadieron Ahuachapán, dicha invasión fue de entre 500 a 700 hombres. La tropa de Ahuachapán contaba con solo 67 hombres. El fuego duró 3 horas y murieron 13 soldados.

El 16 de mayo de 1868 se reglamentó la Policía Rural con Jueces de la Policía Rural.

Ahuachapán para el año de 1882 carecía de un instituto, por lo cual el señor Francisco Antonio Llanos decidió abrir un establecimiento de enseñanza primaria y secundaria gracias a la autorización del Consejo Superior de Institución Pública, es así como el 19 de enero del mismo año se inauguró el Colegio Nacional de Ahuachapán.

En el 18 de diciembre de 1882, el gobierno, a solicitud de los vecinos del Cantón Las Chinamas, fundó una escuela primaria de niños en el mismo cantón<sup>15</sup>.

Para 1889 Ahuachapán obtuvo el título de Capital Departamental el 9 de febrero.

### **3.3 CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DEL MUNICIPIO**

La base de la economía en Ahuachapán es la producción agropecuaria y dentro de ella el cultivo del café, el cual representa el 33.2% de la producción; seguido por el cultivo de granos básicos, con un 29.7%. Luego se tiene el cultivo de caña de azúcar, frutales y hortalizas los cuales se realiza en menor proporción. También existen pequeños ganaderos y explotaciones familiares de aves y cerdos.

Genera energía eléctrica; y se dedica al comercio, turismo, crianza de ganado, producción láctea, explotación salina y de los manglares, además de la elaboración de productos de arcilla, pero su base económica es esencialmente agropecuaria, y es en este sector donde se genera la principal fuente de empleo e ingresos de la población.

Los otros sectores de la economía también tienen una participación importante en el desarrollo del municipio de Ahuachapán encontrándose actividades en áreas como:

---

<sup>15</sup> Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Ahuachap%C3%A1n#Historia>

agroindustria (sobre todo lo relacionado al beneficiado del café); construcción; comercio (tiendas, ferreterías, farmacias y otros); servicios: financieros, transporte, hostelería y turismo, médicos, de comunicación, educativos y otros.

De acuerdo al Censo Económico 2005, elaborado por el Ministerio de Economía, en Ahuachapán existen 3,155 establecimientos de negocio de los sectores secundario y terciario de la economía, los cuales dan empleo a 8,642 personas.

**CUADRO N° 1:** Establecimientos de negocio de los sectores secundario y terciario de la economía.

ACTIVIDAD	N° DE ESTABLECIMIENTOS	N° DE EMPLEADOS
Agroindustria	8	567
Industria	396	1,968
Comercio	2,165	3,694
Transporte	128	785
Servicios	449	1,429
Electricidad	4	171
Construcción	5	28

Fuente: Censo económico 2005 MINEC.

Se detalla que dentro del área de servicios de comunicación sobresale la existencia de unos 40 Cybercafés y un INFOCENTRO, patrocinado por el gobierno nacional, el cual es un centro local de conectividad que proporciona acceso a servicios de información, capacitación, espacio para reuniones, video conferencias, y la producción de contenidos y herramientas de información.

*Por su parte, la municipalidad de Ahuachapán cuenta en su registro y control tributario con un total de 1,308 empresas de las cuales 117 posee personería jurídica y 1,131 son personas naturales. En relación a las personas jurídicas el 57% realiza actividades de servicio, siguiendo las de agroindustria con 24%,*

*comercio 15% y 4% en el sector financiero, de estas empresas registradas sólo 41 de ellas sobrepasan los \$100,000.00 dólares de activos*<sup>16</sup>

### **3.3.1 Sector primario**

Este sector se basa principalmente en el cultivo del café el cual representa el 33.2% que según el CENSO Cafetalero del año 1998 en el municipio se tenían 235 productores con 3,500 manzanas de su propiedad, a esto le sigue el cultivo de granos básicos como: maíz, maicillo y frijol con un 29.7% y frutales como: jocote, mango negro y naranja; las hortalizas se tienen en menor proporción. También existen pequeños ganaderos y explotaciones familiares de aves, cerdo, cabras y patos; y cuentan con la generación de energía geotérmica.

### **3.3.2 Sector secundario**

En cuanto a este sector en el municipio de Ahuachapán no se encuentran empresas manufactureras. Sin embargo, en su jurisdicción se encuentra una de las dos Centrales Geotérmicas del país, "LA GEO", la cual se encuentra en Cantón Santa Rosa Acacalco del Municipio, y esta genera fuentes de empleo. En la actualidad la generación promedio de la central es de 60 MW, la cual representa un 63 % del total instalado. Se proyecta que los campos geotérmicos del lugar asegurarán aproximadamente 25 años adicionales de producción

También, dentro de las actividades de este sector, el municipio cuenta con: beneficios de café, fábrica de muebles metálicos, fábrica de aguardiente, de calzado, maquila textil, carpintería, construcción, panaderías, sastrerías, etc.

### **3.3.3 Sector terciario**

Entre las actividades más comunes en este sector se encuentran: el Comercio donde existen ventas comerciales como bazares, ventas de comida, ferreterías, tiendas, transporte, hoteles y hospedajes. Y las de servicio como telecomunicaciones.

---

<sup>16</sup> FUENTE: Caracterización de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Municipio de Ahuachapán, Ahuachapán, El Salvador.

Ahuachapán también cuenta con sucursales de empresas financieras, agroservicios, supermercados, talleres de reparación mecánica, farmacias, servicios de internet, consultorios médicos y odontológicos, bufetes de abogados, centros educativos privados, salas de belleza, entre otros.

### **3.4 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL MUNICIPIO**

#### **3.4.1 Densidad poblacional**

##### **3.4.1.1 El Salvador**

*Para visualizar el comportamiento de la población, la fuente de información más importante está constituida por los censos de población, por definición son universales, tienen como objetivo prioritario, aportar con datos referidos al total de habitantes y su distribución en el territorio nacional, de acuerdo a la división político-administrativa del mismo.<sup>17</sup>*

En el cuadro N° 1 se muestran los resultados de los censos poblacionales realizados en el país en un período de 77 años, tiempo en el que se han realizado 6 censos de población, el primero, en 1930, y el que concluye el periodo en el año 2007.

Como datos de referencia, en el cuadro se agregan los distintos períodos intercensales que muestran la irregularidad con que se ha ejecutado los censos de población en El Salvador y las tasas de crecimiento correspondientes a esos períodos. Generalmente los censos tienen cierto grado de omisión y ésta no es la misma en cada uno de ellos, a pesar de este hecho, los datos del cuadro muestran el crecimiento significativo que ha experimentado la población del país; de 1930 al 2007 la población se multiplicó por cuatro.

Adicionalmente se muestra una proyección para el año 2020, tomando en cuenta una media de los períodos intercensales y las tasas de crecimiento correspondientes a esos períodos, lo que indica que en 13 años la tasa de crecimiento poblacional bien

---

<sup>17</sup> VI censo de población y V censo de vivienda, Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), El Salvador, 2007.

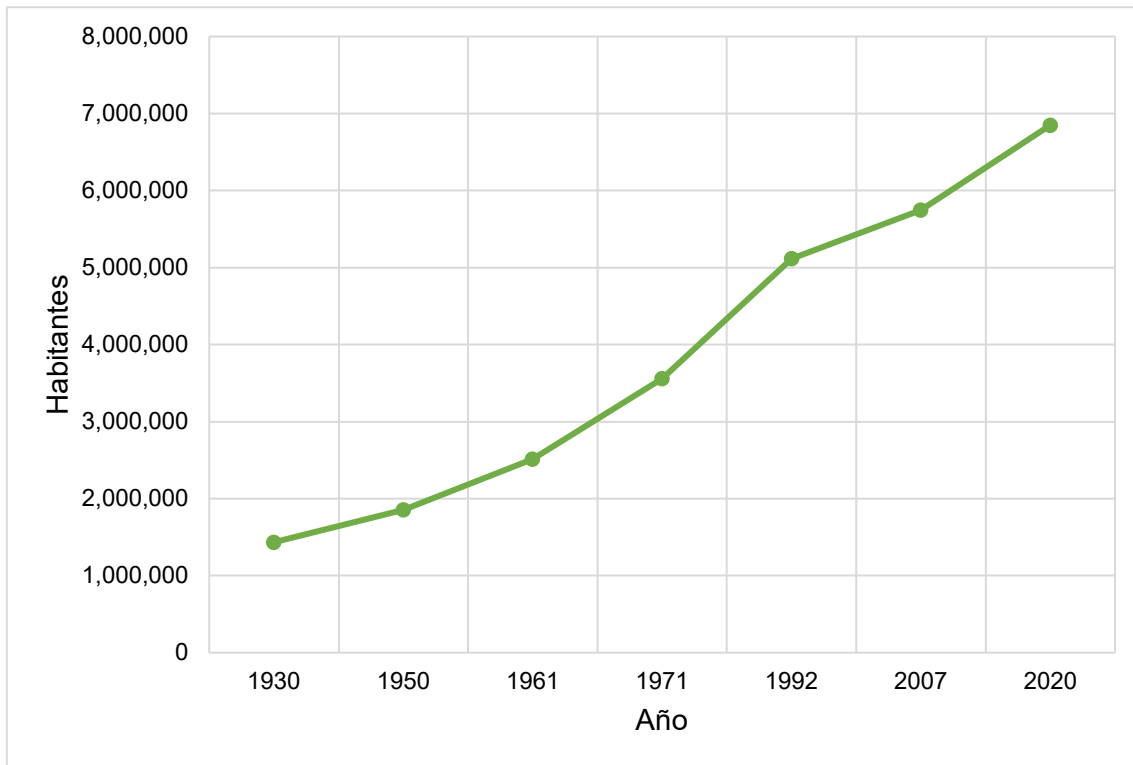
podría ser del 1.19%, teniendo como resultado una cifra bastante cercana a los datos de población no oficiales conocidos hasta la fecha.

**CUADRO N° 2:** Evolución de la población y promedios anuales de crecimiento poblacional.

Censos oficiales de 1930 a 2007 y proyección para el año 2020.			
Fecha censal	Período intercensal	Total de población censada	Tasas de crecimiento (%)
<b>01/05/1930</b>		1,434,361	
	20.10		1.28
<b>13/06/1950</b>		1,855,917	
	10.89		2.78
<b>02/05/1961</b>		2,510,894	
	10.16		3.42
<b>27/06/1971</b>		3,554,648	
	21.27		1.71
<b>27/09/1992</b>		5,118,599	
	14.63		0.79
<b>12/05/2007</b>		5,744,113	
	13		1.19
<b>2020</b>		6,849,855	

Fuente: VI censo de población y V censo de vivienda

**GRÁFICO N° 1: Evolución de la población 1930 - 2020**



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo

#### **3.4.1.2 Municipio de Ahuachapán**

Tomando en cuenta los datos que muestra el VI censo de población y V censo de vivienda, que realizó la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) en el año 2007, el municipio de Ahuachapán posee una población de 110,511 Hab. que representa el 1.92% de la población nacional, colocándose en el puesto nueve de las ciudades más pobladas de El Salvador, después de Ciudad Delgado que cuenta con 120,200 Hab. un 2.09% de la población nacional.

**CUADRO N° 3:** Distribución población de la ciudad de Ahuachapán por zona de residencia y sexo.

Población por área y sexo				
Área	Hombres	Mujeres	Subtotal	%
<b>Urbano</b>	29,898	34,083	63,981	<b>57.90</b>
<b>Rural</b>	22,910	23,620	46,530	<b>42.10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>52,808</b>	<b>57,703</b>	<b>110,511</b>	<b>100.00</b>

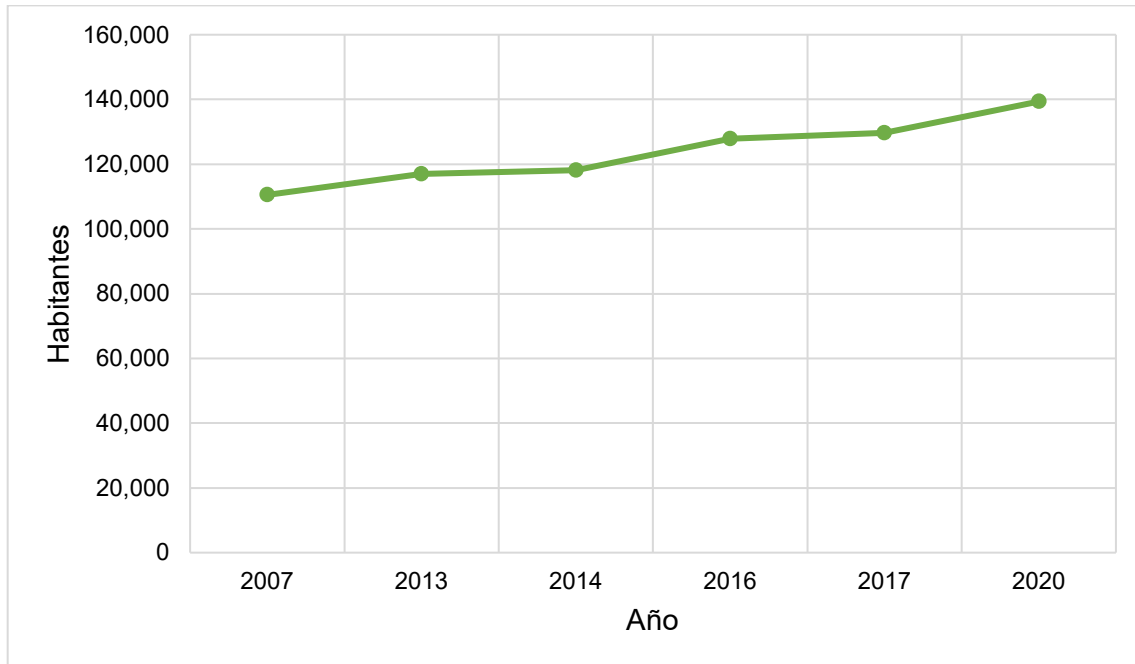
Fuente: VI censo de población y V censo de vivienda 2007.

**CUADRO N° 4:** Proyección de crecimiento poblacional de la ciudad de Ahuachapán en el periodo 2013 - 2020

Proyección de crecimiento 2013 - 2020			
Año	Población	Diferencia	Promedio de crecimiento anual (Hab.)
<b>2007</b>	110,511		4809.75
		6,437	
<b>2013</b>	116,948		
		1,216	
<b>2014</b>	118,164		
		9,757	
<b>2016</b>	127,921		
		1,829	
<b>2017</b>	129,750		
		14,429	
<b>2020</b>	144,179		

Fuente: Organización de las Naciones Unidas

**GRÁFICO N° 2:** Proyección de crecimiento poblacional de la ciudad de Ahuachapán en el periodo 2007 - 2020



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo

### 3.5 ESTRUCTURA URBANA DE LA CIUDAD DE AHUACHAPÁN

#### 3.5.1 Generalidades

La ciudad de Ahuachapán, al igual que la ciudad de Chalchuapa ha sido identificada como Centro-A, según el Plan Nacional de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de El Salvador. Esta ciudad tiene un tramo de la Carretera internacional CA-8, proveniente de Concepción de Ataco y enlaza la ciudad de Ahuachapán con la República de Guatemala. La Carretera revestida RN-13, une la ciudad de Ahuachapán con la ciudad de Santa Ana, pasando por Turín, Atiquizaya, El Refugio y Chalchuapa.

#### 3.5.2 Referencia geográfica

Ahuachapán es municipio y cabecera del departamento de Ahuachapán. Está limitado al Norte, por San Lorenzo y la República de Guatemala al Este, por San Lorenzo, Atiquizaya y Turín; al Sur, por Juayúa (depto. de Sonsonate), Apaneca, Concepción de Ataco y Tacuba, y al Oeste, por la República de Guatemala. La

cabecera del municipio ciudad de Ahuachapán, está situada en un valle al Norte de la Sierra Apaneca-Illamatepec y a 780 msnm.

Otro aspecto que condiciona físicamente la ciudad es la Laguna Del Llano, situada a 4 kilómetros al nor-oeste de la ciudad de Ahuachapán, con una elevación de 675 msnm y una superficie de 1.02 Kms<sup>2</sup> de su espejo de agua; y la Laguna Verde.

### **3.5.3 Condiciones físicas**

La ciudad está estructurada por calles y avenidas de forma ortogonal y no en barrios como normalmente sucede en la mayoría de ciudades de El Salvador. Tiene una topografía irregular con pendientes cerca del 15% de este a oeste, aunque en algunas zonas sobrepasan ese porcentaje. El centro de la nomenclatura la conforma las calles más importantes que son la calle Gerardo Barrios y la avenida Francisco Menéndez. El parque La Concordia esta al costado sur-oeste del núcleo urbano sobre la 3ra. Calle Poniente y 2da. Avenida Sur, está rodeada de edificios de valor cultural, como la Alcaldía, la Iglesia, Centro Escolar Isidro Menéndez y viviendas unifamiliares de gran valor arquitectónico. A partir de estas construcciones empieza la zona comercial hasta llegar a la 12 Calle Oriente.

Al comparar los mapas de la monografía del año 1982 con la imagen satelital, se observa que el municipio de Ahuachapán no ha sufrido un crecimiento acelerado; su crecimiento se ha dado al nor-oeste de la ciudad sobre la calle CA-8 que conduce al Arco Durán por el Instituto Nacional, con la Colonia Guadalupe, IVU I, II y III. <sup>18</sup>

Este desarrollo ha sido impulsado porque es la calle que conduce a las Chinamas donde está ubicada una de las fronteras con la República de Guatemala. Al sur-este del área urbana se encuentran la sierra Apaneca-Illamatepec, donde está la Laguna Verde, entre otros cerros, por lo que la ciudad no ha crecido en ese sentido. En menor proporción ha crecido al norte por la calle de acceso que de Atiquizaya conduce a Ahuachapán.

El mayor crecimiento urbano se observa a partir de la intersección de la CA-8 con la RN-13 en dirección a la laguna El Llano con las colonias Las Brisas, El Carmen y

---

<sup>18</sup> Plan Nacional de Ordenamiento y Desarrollo Territorial para la Región Santa Ana-Ahuachapán.

La Lechera, sin trama estructurada y sin los equipamientos sociales requeridos. En el perfil urbano de Ahuachapán predominan las edificaciones de una planta, alineadas sobre las calles y avenidas y en menor cantidad se observan edificaciones de dos plantas. Existen edificios comerciales de dos plantas, así como un centro comercial en el acceso principal de la ciudad.

#### **3.5.4 Patrimonio histórico**

Ahuachapán tiene una gran riqueza de detalles arquitectónicos, las manzanas mantienen un perfil urbano uniforme tanto a nivel de fachadas como en el interior de los inmuebles, lo cual puede observarse en la herrería forjada de sus balcones, variedad de frontones de madera y piedra de cantera labrada la diversidad de elementos decorativos en yeso y piedra que se ubican en los frisos y desplantes de las fachadas, molduras de tipo colonial en muchas edificaciones así como los característicos escudos con las iniciales de los nombres de las familias en sus casas de habitación; por lo anterior, Ahuachapán es una de las ciudades de El Salvador que tiene un centro histórico definido por CONCULTURA.

El estudio de la arquitectura con valor patrimonial de la ciudad de Ahuachapán ha elaborado el inventario de bienes inmuebles con valor cultural y se identifican dos áreas, la primera contiene los edificios con mayor valor patrimonial de la ciudad y la segunda incluye una zona adicional o de amortiguamiento.

La primera área o Centro Histórico está comprendida por:

- Al costado norte, por la 8va. calle poniente
- Al costado oriente, por la 3ra. avenida norte
- Al costado sur, por la 7ma. calle poniente
- Al costado poniente, por la 4ta. avenida norte

La segunda área o de amortiguamiento está comprendida por:

- Al costado norte, por la 10ma. calle poniente
- Al costado oriente, por la 5ta. avenida sur
- Al costado sur, por la 9na. calle poniente
- Al costado poniente, por la 6ta. avenida sur

Teniendo un total de 34 manzanas en el área de Centro Histórico; y 28 manzanas en el área de amortiguamiento; y un gran total de 62 manzanas. El total de inmuebles inventariado en ambas áreas con valor cultural son 347 inmuebles.

### **3.5.5 Uso del suelo urbano**

Se define básicamente por las actividades habitacionales, comerciales y de servicio que tiene la ciudad por ser cabecera departamental, y por su cercanía a la frontera de las Chinamas con la República de Guatemala. En el cuadro N° 5 se muestran los usos del suelo del área urbana, donde se observa que predomina el uso habitacional con el 86.78%, seguidamente el uso industrial con el 0.86%, el uso comercial con el 3.79%; el uso institucional con el 4.41%, y el uso de área verde y espacio abierto con el 4.17% de las hectáreas totales (100%) que son 861.00 hectáreas de suelo urbano. La segunda actividad en importancia es la actividad comercial que se debe a la cercanía de la frontera de Las Chinamas, lo que propicia la actividad de comercio y servicios.

#### **3.5.5.1 Habitacional**

El Uso predominante en el municipio es el habitacional unifamiliar. En el centro urbano, se mezclan diferentes densidades, los usos habitacionales que se observan en el centro histórico son de media densidad, y en las zonas periféricas entre media y alta densidad. Es de hacer notar que los nuevos desarrollos son de viviendas de densidad alta.

Las áreas habitacionales de Ahuachapán se extienden por todo el núcleo urbano, ya sea de forma lineal sobre la Carretera CA-8 o sobre la calle de acceso a la ciudad viniendo de la RN-13 que viene de Atiquizaya.

Las áreas residenciales consolidadas son el núcleo central que se describió en la estructura urbana y la de menor consolidación se da en las afueras de la ciudad sobre las calles de salida hacia Concepción de Ataco, Las Chinamas y Atiquizaya.

Ahuachapán tiene 822.10 hectáreas de suelo habitacional, que incluye las colonias, urbanizaciones, lotificaciones y mesones ya sea consolidadas o por consolidar. En el área rural, el uso predominante también es el habitacional, de

condición precaria y muchas veces sin servicios básicos: Los lotes son de mayores dimensiones y generalmente con área para cultivos.

### **3.5.5.2 Equipamiento**

En el tema de los equipamientos, éste se encuentra concentrado en el centro urbano de Ahuachapán, quedando el área rural menos favorecida. En relación al equipamiento educativo tiene muy buen nivel de servicio con una Universidad privada, educativos de nivel básico y de bachillerato, estos centros educativos dan servicio también a los municipios y cantones aledaños.

También están cubierto con el equipamiento en salud, con 3 hospitales público y privados y unidad de salud que dan servicio al área urbana y rural de la zona. El equipamiento recreativo consta de parques municipales, con mobiliario urbano como bancas, luminarias; dos complejos deportivos, así como canchas de BKB y fútbol en la periferia en predios que se adaptan para estas actividades deportivas.

Existe un rastro municipal a 6 cuadras del parque central; y la antigua estación de ferrocarril, ubicada sobre la Carretera Centroamericana CA-8 a la altura de la residencial Ciudad Pacifico.

En el siguiente cuadro se presenta los equipamientos sociales que tiene la ciudad de Ahuachapán.

**CUADRO N° 5:** Equipamiento urbano de Ahuachapán

Equipamiento urbano de Ahuachapán						
Institucional	Transporte terrestre y abastos	Educativo	Sanitarios y asistenciales	Cultural y religioso	Recreativo urbano	Funerarios
Alcaldía Municipal	Mercados municipales (2)	Preparatoria (20)	Cruz Roja	Iglesia y casa parroquial	Complejo deportivo El IVU	Cementerio en el centro urbano y en las chinamas
Juzgado de Paz	Rastro municipal	1er. a 9no. Grado (23)	Unidad de Salud (1)	Casa de la cultura	Complejo deportivo Las Victorias	
Correos		Bachillerato (13)	Hospital público (1)		Laguna El Espino	
Cine en desuso		Educación superior (1)	Hospitales privados (2)		Los Ausoles	
Telecom			ISSS		Parques Municipales (4)	
Plaza central frente a la alcaldía			Clínicas privadas		Complejo deportivo Los Pinitos	
PNC						

Fuente: Plan Nacional de Ordenamiento y Desarrollo Territorial para la Región Santa Ana-Ahuachapán.

### 3.5.5.3 Comercio, servicios y oficinas

La zona comercial del municipio se desarrolla en el centro urbano, especialmente sobre la 6ta. Calle Oriente-Poniente, así como en los alrededores del Parque La Concordia y del Parque Menéndez. El centro urbano del municipio cuenta con almacenes, ferreterías, abarroterías, gasolineras, bancos, mercados municipales y otros tipos de establecimientos comerciales. El mercado municipal N° 1, tiene 4 calles invadidas por el comercio informal en sus alrededores.

### 3.5.5.4 Industrial y turismo

Ahuachapán presenta poca actividad industrial, existe únicamente la industria: ILTEX y Facalco.

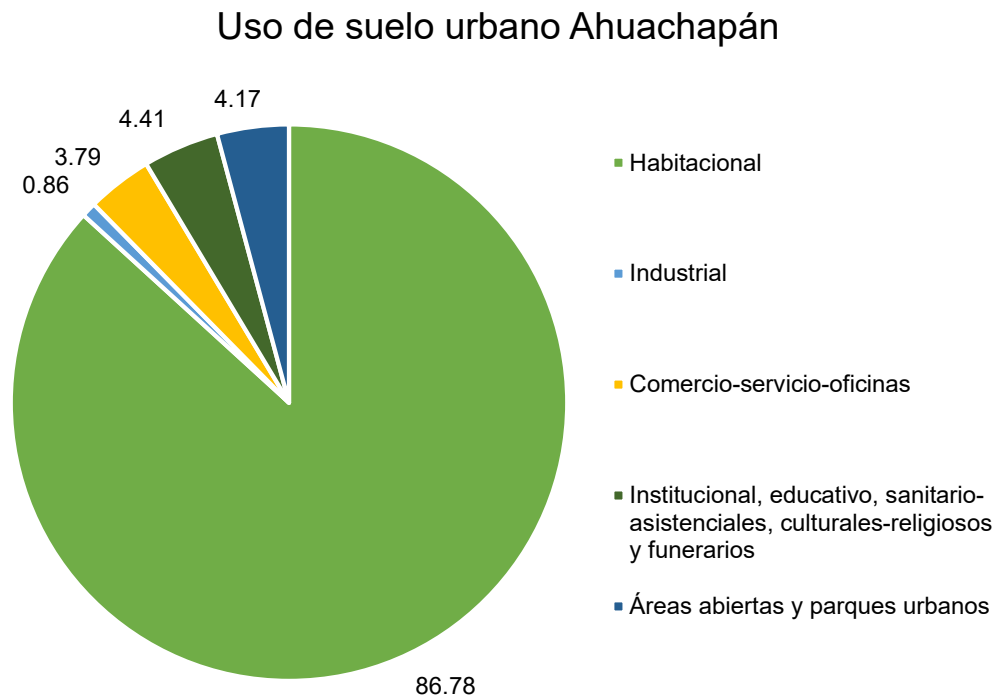
En relación a la actividad turística se puede mencionar: Los Ausoles y la Laguna del Llano o El Espino; la Laguna de Morán, los saltos de Atehucillas y de Malacatiupán y los Ríos Paz y Agua Caliente.

**CUADRO N° 6:** Uso de suelo urbano Ahuachapán

Uso de suelo urbano Ahuachapán		
Tipo de uso	Hectáreas	%
Habitacional	747.20	86.78
Industrial	7.39	0.86
Comercio-servicio-oficinas	32.60	3.79
Institucional, educativo, sanitario-asistenciales, culturales-religiosos y funerarios	37.94	4.41
Áreas abiertas y parques urbanos	35.88	4.17
<b>Total</b>	<b>861.00</b>	<b>100</b>

Fuente: Plan Nacional de Ordenamiento y Desarrollo Territorial para la Región Santa Ana-Ahuachapán.

### GRÁFICO N° 3: Uso de suelo urbano Ahuachapán



## 3.6 MERCADOS MUNICIPALES

### 3.6.1 Mercado municipal N° 1

Está ubicado en la 10ª calle poniente y, avenida 2 de abril, Ahuachapán.

**Fotografía N° 1:** Exterior del mercado municipal N°1, sobre la avenida 2 de abril, Ahuachapán.



Fuente: Visita de campo a instalaciones del mercado municipal N°1

**Fotografía N° 2:** Exterior del mercado municipal N°1, sobre la 12ª Calle Oriente.



Fuente: Visita de campo a instalaciones del mercado municipal N°1

### **3.6.2 Mercado municipal N° 2**

Está ubicado en la 8ª calle oriente y Avenida Francisco Menéndez Norte

**Fotografía N° 3:** Exterior del mercado municipal N°2, sobre la 8ª Calle Oriente.



Fuente: Visita de campo a instalaciones del mercado municipal N°2

**Fotografía N° 4:** Exterior del mercado municipal N°2, sobre la Avenida Francisco Menéndez Norte.



Fuente: Visita de campo a instalaciones del mercado municipal N°2

### **3.6.2 Mercado municipal Suncuán.**

Está ubicado sobre la 10ª calle poniente y avenida 2 de abril.

**Fotografía N° 5:** Exterior del mercado Suncuán, sobre la avenida 2 de abril.



Fuente: Visita de campo a instalaciones del mercado Suncuán.

**Fotografía N° 6:** Exterior del mercado Suncuán, sobre la avenida 2 de abril.



Fuente: Visita de campo a instalaciones del mercado Suncuán.

### **3.7 ASPECTO LEGAL**

La base legal para el desarrollo del anteproyecto es necesaria, ya que al momento de implementar los criterios técnicos en el diseño se hará conforme a las leyes y normativas municipales.

#### **3.7.1 Constitución de la República de El Salvador.**

DECRETO N° 661

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR,  
CONSIDERANDO:

**Art 1.** Que de conformidad al Art. 1 de la Constitución, El Salvador reconoce a la persona humana como el origen y el fin de la actividad del Estado; siendo obligación de éste, asegurar a los habitantes de la República, el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social.

#### **3.7.2 Ley marco para la convivencia ciudadana y contravenciones administrativas.**

CAPÍTULO I

DEL OBJETO, FINALIDAD, PRINCIPIOS Y VALORES.

FINALIDAD:

**Art. 2.** La presente Ley tiene por finalidad:

Generar una cultura ciudadana que busque incrementar el respeto entre las personas, así como el cumplimiento de las leyes y normas de convivencia, la resolución pacífica y alternativa de sus conflictos de convivencia;

b) Fomentar y estimular la participación cívica y la convivencia entre los habitantes de los

Distintos municipios del país;

c) Mejorar, fortalecer y adecuar progresiva y permanentemente los servicios municipales, que contribuyan a la convivencia y seguridad local, coadyuvando al desarrollo de los municipios; y

d) Impulsar la coordinación, cooperación y concertación entre los municipios, las instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, empresa privada y población en general, con el propósito de potenciar y ejecutar programas y proyectos comunes para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

### **3.7.3 Ordenanza reguladora del comercio en la vía pública del municipio de Ahuachapán, departamento de Ahuachapán.**

#### **CAPÍTULO I**

##### **DEL CONTENIDO Y ALCANCES.**

**Art. 1.** La presente ordenanza regula las actividades del comercio en la vía pública del Municipio de Ahuachapán.

La municipalidad ejercerá en su jurisdicción la función de autorización, ordenamiento y control del comercio en la vía pública a través de sus órganos competentes.

#### **CAPÍTULO IV**

##### **DE LAS NORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISPOSICIONES DE CARÁCTER SANITARIO Y AMBIENTAL.**

**Art. 12.** Cada espacio de venta tendrá un área y altura que la municipalidad definirá, tomando en consideración la zona autorizada; dicho espacio deberá ser respetado por el comerciante al cual ha sido asignado y su uso deberá ser destinado únicamente para el giro comercial autorizado.

### **3.7.4 Ordenanza reguladora de aceras y cordones cunetas del municipio de Ahuachapán, departamento de Ahuachapán.**

## **CAPÍTULO I**

### **OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN**

**Art. 1.** La presente Ordenanza tiene por objeto reglamentar, viabilizar y facilitar la infraestructura del Municipio en cuanto a ornato, ordenamiento y buen uso de los bienes nacionales, con los que se cuente en el Municipio, tales como a aceras, cordones cunetas y verjas.

### **3.7.5 Ordenanza reguladora del aseo, barrido de calles, recolección y disposición final de basuras del municipio de Ahuachapán.**

## **CAPITULO I**

### **DISPOSICIONES GENERALES DEL OBJETO:**

**Art. 1.-** La presente Ordenanza tiene por objeto, la regulación de la prestación del Servicio de Aseo, barrido de calles, recolección y disposición final de basuras, residuos y otros desechos sólidos en el Municipio de Ahuachapán; así como la competencia y los procedimientos para sancionar las infracciones cometidas en contravención a sus disposiciones.

# **CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO**

## **4.1 PROBLEMÁTICA ACTUAL DE LOS MERCADOS EN EL MUNICIPIO DE AHUACHAPÁN.**

El área donde se encuentra el mayor comercio en el municipio de Ahuachapán, agrupa tanto edificios públicos como lo son el Mercado Municipal N°1 y Mercado Municipal N°2, y edificios privados como diferentes supermercados, farmacias y locales comerciales.

Con respecto a los mercados se puede observar que el número de comercios sobrepasa la capacidad de los edificios para albergarlos, por lo que esto a llevado a las autoridades correspondientes a brindarles unos tipo “modulos” a los vendedores ubicandolos a las orillas de las calles, sin ningun tipo de control sanitario y proteccion tanto para ellos como para los clientes, siendo esto el tipo de ventas informales.

Por lo tanto se realiza un análisis de la situación actual, para tomar en cuenta estas condiciones a la hora de diseñar el nuevo Mercado Municipal.

### **4.1.1 Estructura vial**

En cuanto a la estructura vial, según la Ley de Carreteras y Caminos Vecinales el Art.1 establece que *“Las vías terrestres de comunicación y transporte de la República se clasifican en carreteras, caminos vecinales o municipales y calles”*.

El Art.3 define que: *“Atendiendo a su importancia y características geométricas las carreteras se subdividen en:*

- *Especiales, que son todas aquellas que reúnen condiciones geométricas superiores a las primarias.*
- *Primarias, las capacitadas para intensidades de tránsito superiores a dos mil vehículos promedio por día, con doce metros de plataforma, siete metros treinta centímetros de rodaje y un mínimo de siete metros noventa centímetros de rodaje en los puentes.*
- *Secundarias, las capacitadas para intensidades de tránsito comprendidas entre quinientos y dos mil vehículos promedio por día, con nueve metros cincuenta centímetros de plataforma, seis metros cincuenta centímetros de*

*rodaje y un mínimo de siete metros cuarenta centímetros de rodaje en los puentes;*

- *Terciarias, aquellas cuya intensidad de tránsito está comprendida entre cien y quinientos vehículos promedio por día, con seis metros de plataforma, revestimiento de materiales locales selectos y un mínimo de seis metros cincuenta centímetros de rodaje en los puentes; y*
- *Rurales, las capacitadas para una intensidad de tránsito de cien vehículos promedio por día, con cinco metros de plataforma y un mínimo de tres metros de rodaje en los puentes; o que, sin llenar tales características, dicha carretera haya sido construida por el Gobierno Central.”<sup>19</sup>*

En el sector donde se encuentra ubicado el terreno para el Nuevo Mercado Municipal de la Ciudad de Ahuachapan, se identifican 2 vías de circulación las cuales pertenecen al grupo “rurales” las cuales son:

- ✓ 12<sup>a</sup> Calle Oriente, y
- ✓ Avenida 2 de Abril

#### **4.1.1.1 Congestionamiento vehicular**

Uno de los principales problemas de la estructura vial en el sector es el congestionamiento vehicular; las vías de circulación mayormente afectadas son la 12<sup>a</sup> Calle Oriente, 8<sup>a</sup> Calle y Avenida 2 de Abril.

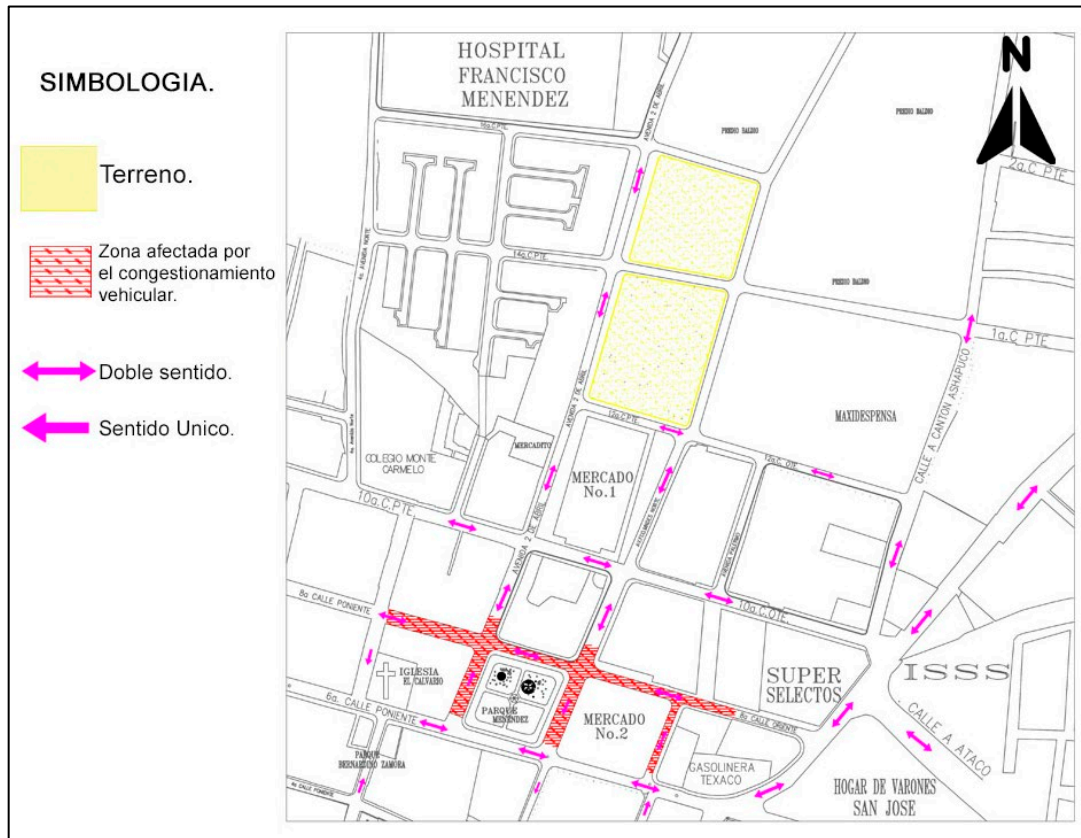
La principal causa por la cual se produce el congestionamiento vehicular es debido a la falta de orden en las paradas de buses, ya que muchas veces los motoristas se estacionan en cualquier lugar produciendo un deshorden vehicular.

De igual manera las ventas informales sobre las principales vías de circulación reducen el ancho de las calles lo que impide una circulación fluida, los vendedores no solo se encuentran instalados en los “modulos” que la alcaldía les a proporcionado a las orillas de la calle, si no que ellos mismos se han instalado al medio de la calle lo cual interfiere por completo el tránsito vehicular.

---

<sup>19</sup> Ley de Carreteras y Caminos Vecinales

**FIGURA N° 4:** Congestionamiento vehicular y sistema vial.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

#### **4.1.1.2 Transporte interurbano**

El transporte interurbano es aquel cuyo trayecto enlaza núcleos de población pertenecientes a distintos municipios.

En el municipio de Ahuachapán dentro del área en estudio se identifican diferentes rutas de buses interurbanas, una de ellas es la Ruta 202 que tiene como punto de llegada y salida la “Terminal de Buses” la cual es utilizada por la “Asociación de Transportistas Ahuachapanecos” (Asotra), con dicha ruta.

**CUADRO N° 7:** Transporte Interurbano en el área en estudio.

<b>Transporte interurbano.</b>		
<b>Ruta</b>	<b>Origen</b>	<b>Destino</b>
<b>20</b>	Ahuachapán.	Ataco.
<b>202</b>	Ahuachapán.	San salvador.
<b>210</b>	Ahuachapán.	Santa Ana.
<b>249</b>	Ahuachapán.	Sonsonate.

Fuente: Elaborado por el grupo de trabajo.

#### **4.1.1.3 Transporte urbano**

El transporte urbano es todo aquel transporte de personas que transcurre íntegramente por suelo urbano, es decir, todo aquel transporte que este exclusivamente dedicado a comunicar entre sí núcleos urbanos diferentes, situados dentro del mismo municipio.

El transporte urbano en Ahuachapán está conformado por buses y microbuses que hacen su recorrido por todo Ahuachapán, entre ellos se tiene:

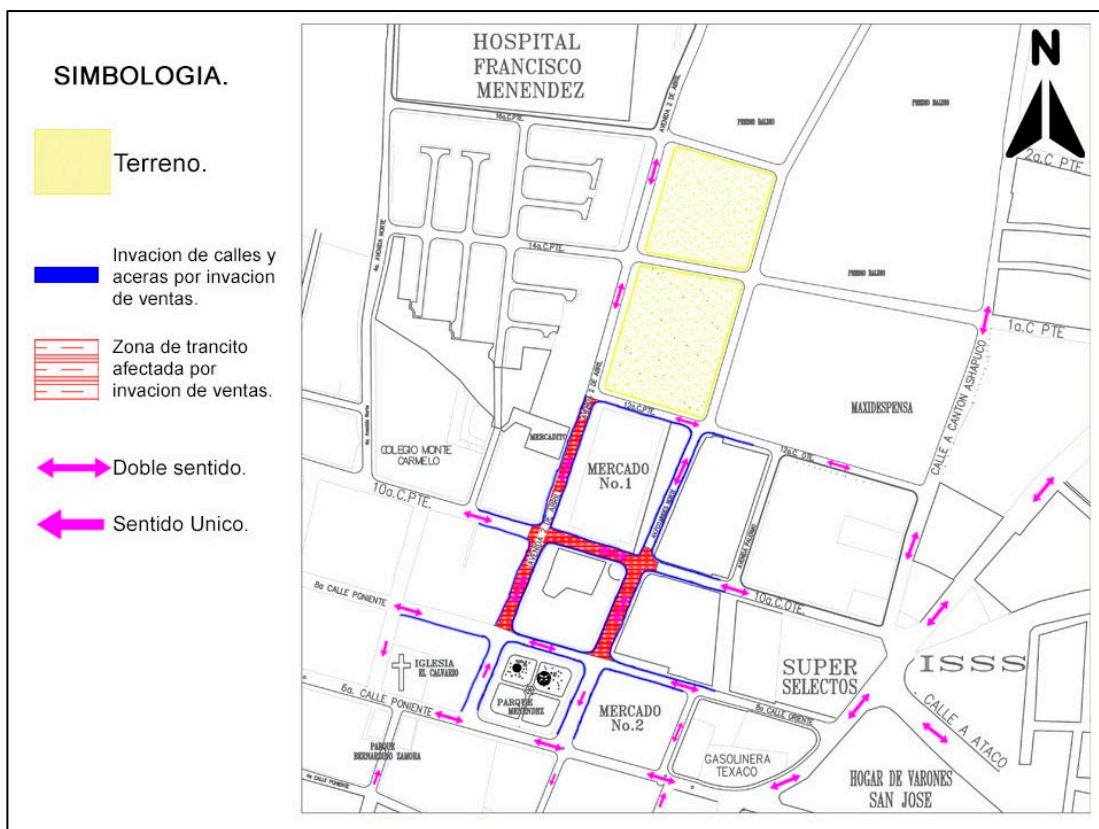
**CUADRO N° 8:** Transporte Urbano en el área de estudio.

<b>Transporte urbano.</b>		
<b>Ruta</b>	<b>Origen</b>	<b>Destino</b>
<b>2 ah</b>	Cantón. Montañita.	Parque Francisco Menéndez.
<b>4 ah</b>	Cantón. Los magueyes.	Av. Francisco Menéndez note.
<b>5 ah</b>	Col. Las palmeras.	Parque Francisco Menéndez.
<b>7 ah</b>	Cantón. El barro.	Club campestre.
<b>11 ah</b>	Parque Francisco Menéndez.	Puente el jobo.
<b>17 ah</b>	Lot. Santa Elena.	Col. Santa rosa.
<b>18 ah</b>	Col. Los claveles.	Col. Las victorias
<b>19 ah</b>	Col. El progreso.	Col. Magaña.

Fuente: Elaborado por el grupo de trabajo.



**FIGURA N° 6:** Invación de ventas.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

## 4.2 FORMULACIÓN DEL PROYECTO

La información obtenida en el diagnóstico, se analizará mediante la matriz FODA, con la cual se pretende ver qué aspectos son positivos y negativos en los mercados ya existentes para que así, los aspectos positivos se tomen en cuenta en el nuevo mercado y los negativos se mejoren.

La estructura de esta matriz se basa en dos puntos, los cuales son:

### PUNTOS FUERTES:

- Fortalezas y Oportunidades: En ambos puntos se tomarán los aspectos positivos de los mercados existentes en el Municipio de Ahuachapán, los cuales a su vez se tomarán en cuenta para aplicarlos en el Nuevo Mercado Municipal.

### PUNTOS DÉBILES:

- Debilidades y Amenazas: Son los aspectos negativos o aspectos que hacen falta aplicar a los mercados existentes, por los cuales se dan diferentes problemas tanto internamente como externamente. Estos aspectos se tomarán en cuenta para poder pensar en algo mejor para el Nuevo Mercado Municipal.

Habiendo estudiado estos puntos se podrán identificar qué aspectos se deben de tomar en cuenta, cuales se deben mejorar y cuales se deben de implementar para así poder hacer la formulación de la propuesta arquitectónica.

**CUADRO N° 9:** Matriz FODA

Fortalezas. (Interna)	Oportunidades. (Externa)	Debilidades. (Interna)	Amenazas. (Externa)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instalaciones de los mercados existentes cuentan con:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agua Potable.</li> <li>- Aguas Negras.</li> <li>- Energía Eléctrica.</li> </ul> </li> <li>• Los mercados actuales cuentan con el servicio de recolección de basura cada día.</li> <li>• Ambos mercados cuentan con buena accesibilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El terreno para el nuevo mercado está ubicado en una zona con gran atractivo comercial.</li> <li>• Debido al constante tráfico en la zona el mercado tiene mayor posibilidad de comercio.</li> <li>• Las ventas se podrán ubicar por zonas ya que el comercio empezara de cero.</li> <li>• Existirán menos ventas informales debido a que estas se</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El comercio dentro de los mercados no está completamente ordenado por áreas.</li> <li>• No existe modulación en los puestos.</li> <li>• Los servicios sanitarios se encuentran en malas condiciones higiénicas.</li> <li>• No cuentan con un área destinada a la descarga de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas informales a las orillas de ambos mercados.</li> <li>• Invasión de comercio en las calles.</li> <li>• Contaminación por desechos de los mismos vendedores ambulantes.</li> <li>• Contaminación visual.</li> <li>• Contaminación auditiva por causa</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Mercado N°2 cuenta con una buena vista hacia el Parque General Francisco Menéndez.</li> <li>• Los techos de ambos mercados se encuentran en buen estado.</li> <li>• Ambos mercados poseen buena accesibilidad.</li> <li>• Se cuenta con espacios necesarios para la administración como los son: Recepción,</li> </ul>	<p>trasladarán al nuevo mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No poseen un sistema contra incendios y sistema de señalización.</li> <li>• No poseen buena iluminación.</li> <li>• El mercado N°2 cuenta con estacionamiento, sin embargo, los vendedores ambulantes lo han utilizado para situar sus ventas.</li> </ul>	<p>de las paradas de buses.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación respiratoria a casusa del transporte público y el tráfico en general.</li> <li>• Contaminación por desechos dentro del mercado.</li> </ul>
--	--------------------------------------	--	---

Administración, Contabilidad, Inspección Sanitaria, S.s, etc.			
• Los mercados cuentan con área de recolección de basura.			
• El mercado N°1 cuenta con estacionamiento.			

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

A través del análisis hecho por la matriz FODA, se puede identificar como mayor problema el que las edificaciones actuales no poseen la capacidad para albergar a la cantidad de comerciantes que hay en los alrededores, por lo tanto, estas ventas informales ocasionan contaminación visual y auditiva y en su mayoría contaminación por desechos. La solución propuesta es diseñar una nueva edificación la cual contenga suficiente capacidad para trasladar la mayoría de ventas informales a este.

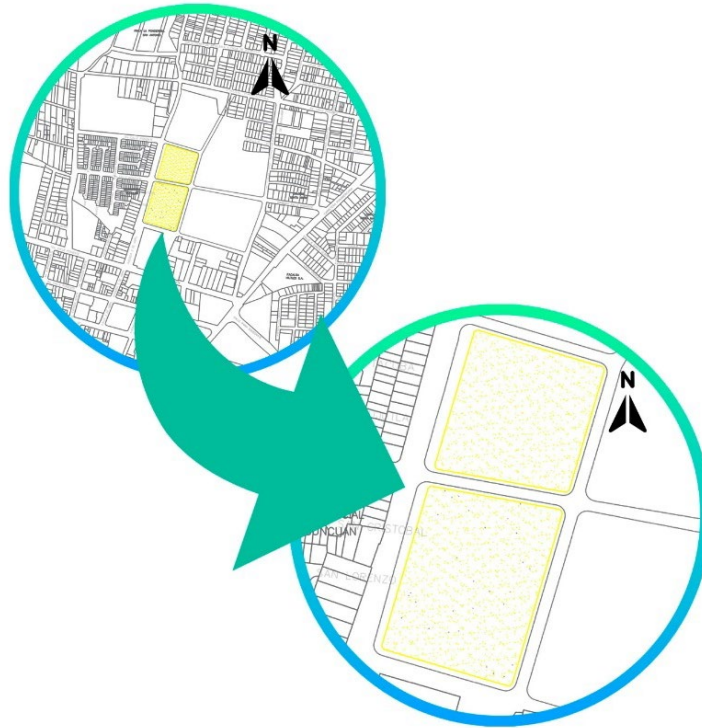
Se propondrá un diseño el cual conste con un mejor ordenamiento de ventas, ubicándolas por zonas, una mejor circulación, ventilación, iluminación y servicios sanitarios en buen estado.

# **CAPÍTULO V: PRONÓSTICO**

## 5.1 ANÁLISIS DE SITIO

### 5.1.1 Localización

FIGURA N°7: Localización del terreno



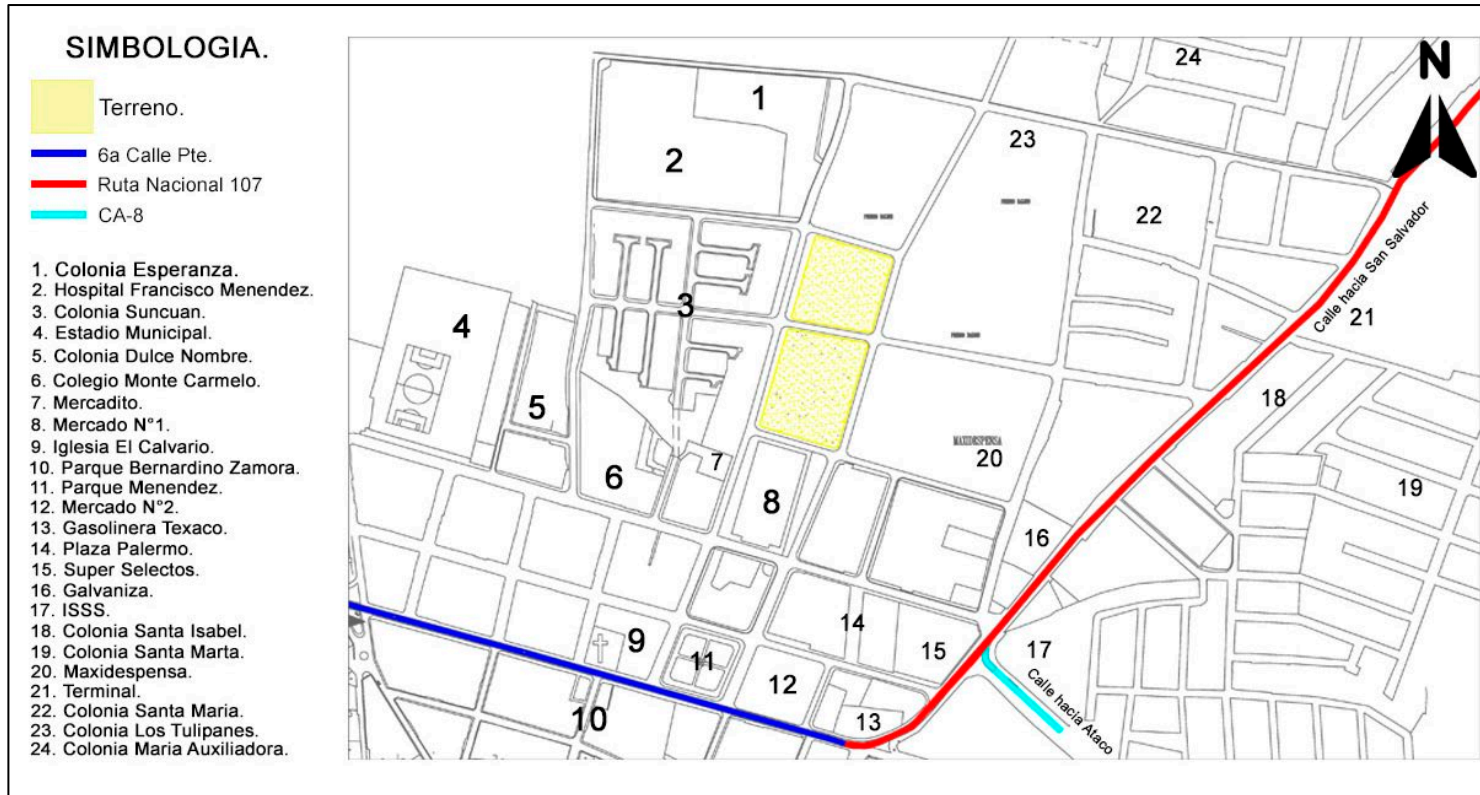
Fuente: Elaborado por grupo de trabajo

### 5.1.2 Vías de comunicación

En el sector se tienen 3 vías de comunicación las cuales conectan con las calles principales hacia el terreno estas son:

- 6ª Calle.
- CA- 8
- Ruta Nacional 107

FIGURA N° 8: Vías de comunicación.



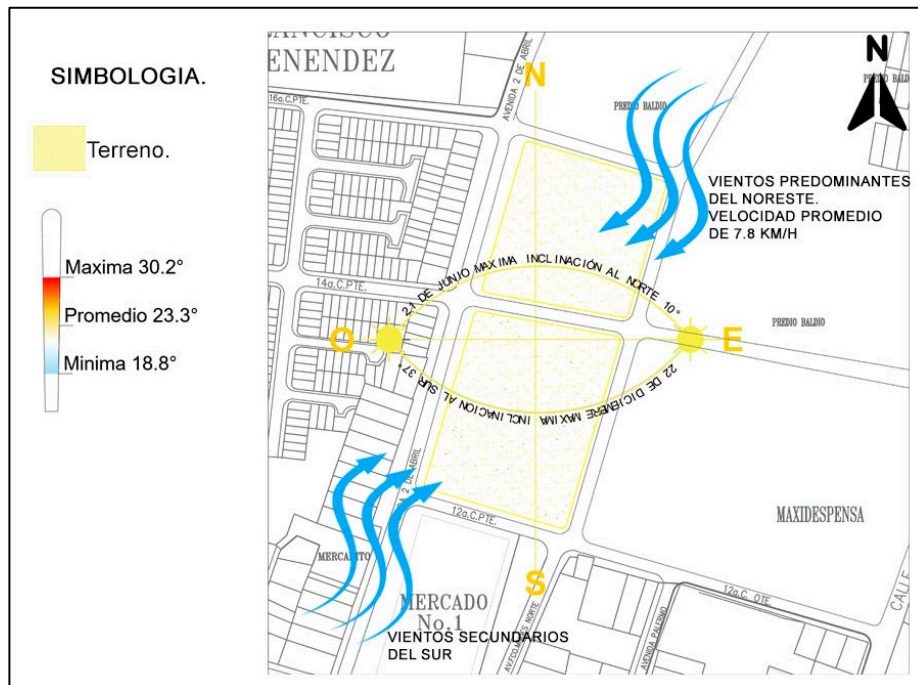
Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

### 5.1.3 Aspectos climáticos

Los aspectos climáticos son factores naturales que influyen directamente sobre el terreno; en la figura N° 9 se muestra lo que son:

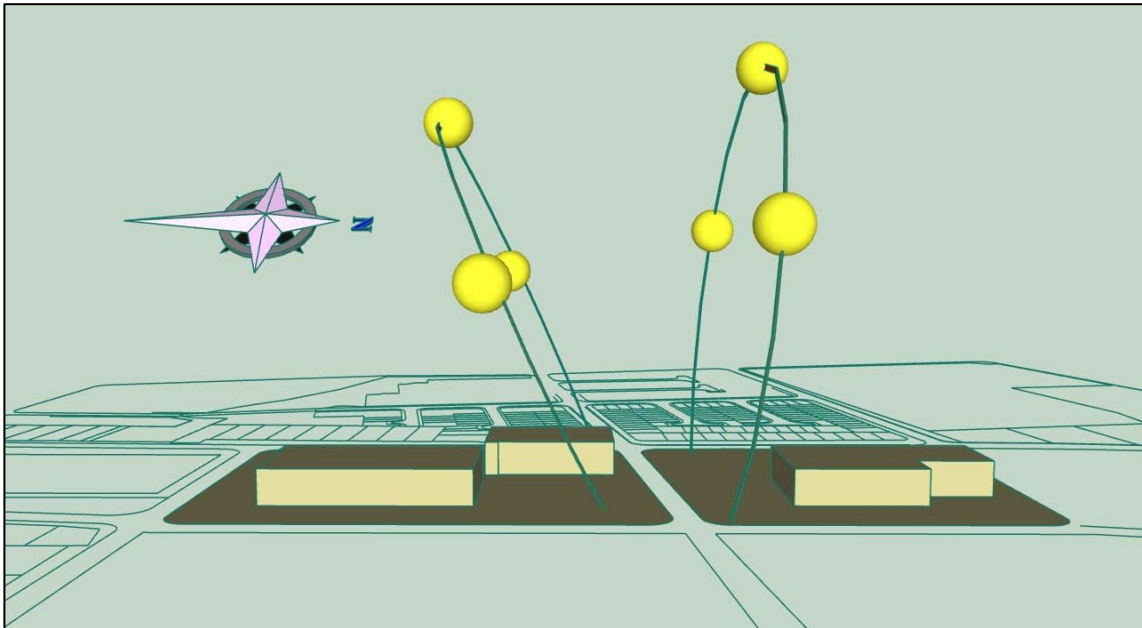
- Asoleamiento; en el grafico se presentan su máxima inclinación al norte la cual se da el 21 de junio con  $10^\circ$ , y su máxima inclinación al sur la cual se da el 22 de diciembre a  $37^\circ$ .
- Temperatura; de la mínima a la máxima.
- Vientos predominantes los cuales vienen del noreste con una velocidad de 7.8 km/h.

**FIGURA N° 9:** Asoleamiento, vientos predominantes y temperatura.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

**FIGURA N° 10:** Matriz de Entorno Ambiental.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

#### **5.1.4 Usos de suelo**

Entre los usos de suelo a los alrededores del sector se tiene:

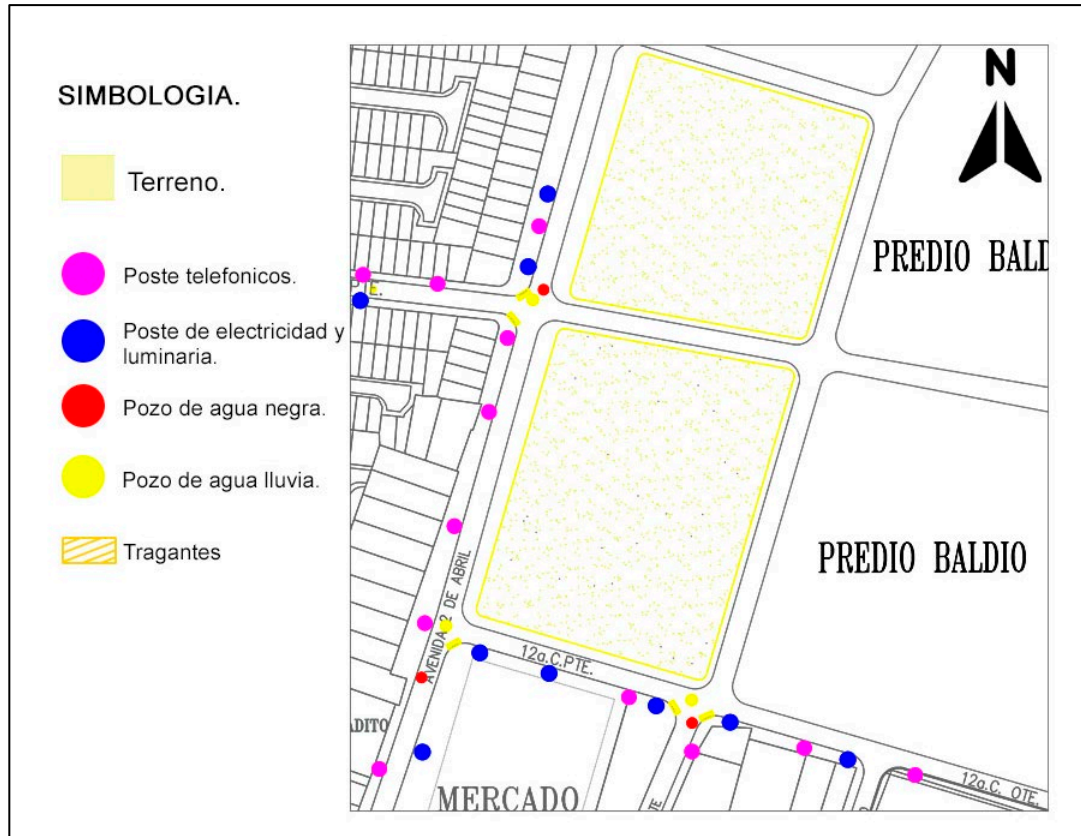
- Comercio, el cual es muy variado ya que se encuentran diferentes tipos de ventas como lo son: Gasolineras, farmacias, ventas de repuestos, mercados, supermercados, etc. Y también se tienen las viviendas tipo comercio.
- Institucional, dentro del sector se identifican: Instituciones religiosas como la Iglesia Católica “El Calvario”, e Instituciones educativas de tipo: estatales y privadas, a nivel primario y secundario.
- Habitacional, el sector se caracteriza por tener 3 tipos de vivienda las cuales son: Viviendas de alta densidad, viviendas de baja densidad y viviendas tipo comercio las cuales se les da ambos usos.
- Área Verde, como el parque “Francisco Menéndez”, parques recreativos de residenciales y el área sin urbanizar que se encuentra a los lados del terreno.



### 5.1.5 Infraestructura

En la figura N° 11 se muestra la infraestructura cercana al terreno como: Energía eléctrica, Acueductos, Alcantarillados y Telefonía.

**FIGURA N° 12:** Infraestructura.

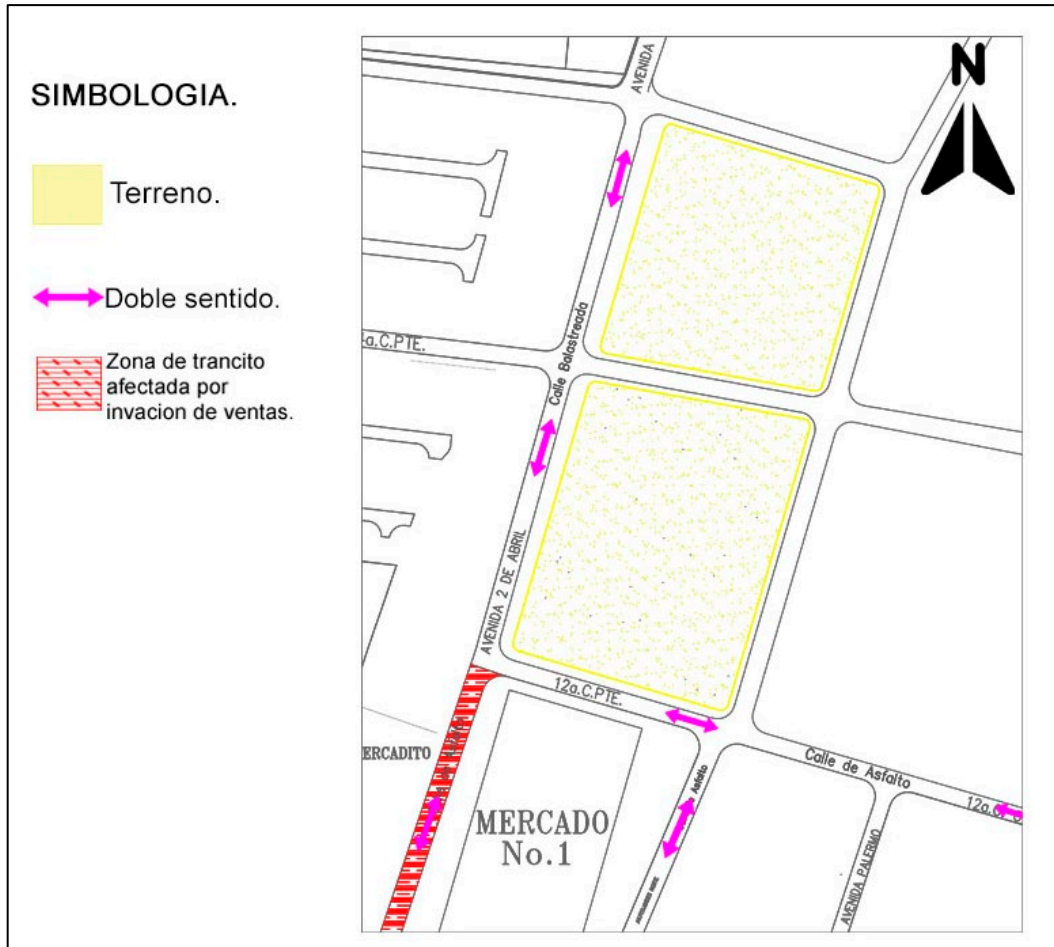


Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

### 5.1.6 Vialidad

En la Figura N° 12 se muestran los sentidos de las vías cercanas al terreno y las características de estas.

**FIGURA N° 13:** Vialidad.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

### 5.1.7 Análisis ambiental

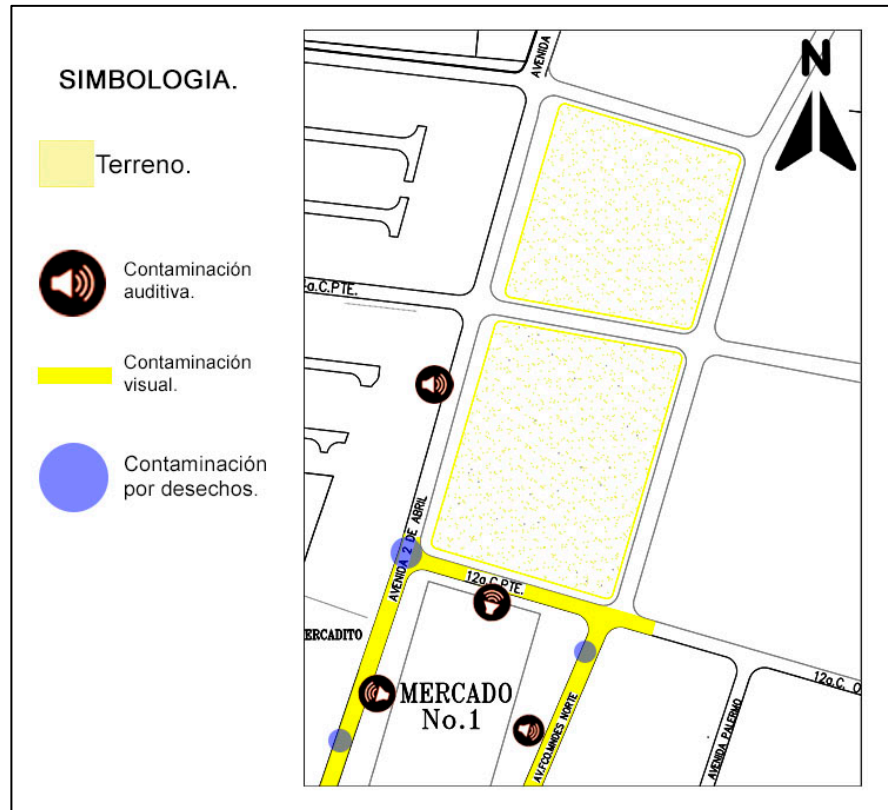
En la Figura N°13 se presentan los principales focos de contaminación ambiental, los cuales debido a las actividades de alrededor del terreno se identifican 3 tipos:

Contaminación Auditiva: la cual es causada principalmente por los diferentes vehículos, microbuses y buses que transitan por la zona y por los diferentes vendedores a la hora de ofrecer sus servicios.

Contaminación Visual: provocada por los mismos vendedores ambulantes por todas las calles al colocar sus puestos de manera desordenada y también se puede mencionar el mal estado de las calles.

Contaminación por Desechos: esta se da debido a los diferentes desechos que produce cada puesto y la basura que algunos clientes tiran a las calles.

**FIGURA N° 14:** Análisis Ambiental.



Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

## 5.2 METODOLOGÍA DEL DISEÑO

La metodología del diseño se estructurará de la siguiente forma:

- Criterios de Diseño:

Estos servirán como parámetros de referencia, pautas o principios a seguir que podrán estar en permanente actualización, ya que para dichos criterios se tomará como base el análisis hecho, así también, determinarán los requisitos mínimos que deberá cumplir cada espacio arquitectónico propuesto.

- Listado de Necesidades:

Este listado se hará para saber cuáles son las necesidades no solo para los vendedores, sino también para los usuarios y administrativos.

- Fichas de Predimencionamiento:

Las fichas de predimencionamiento servirán como una guía para calcular el área requerida para cada espacio, lo cual está sujeto a cambios.

- Programa Arquitectónico:

Este está compuesto por las diferentes zonas propuestas, desglosadas por sus respectivos espacios y subespacios con sus cantidades, áreas totales divididas entre área de mobiliario y circulación, así también contiene los criterios de iluminación y ventilación ya sean naturales o artificiales.

- Matriz de Relaciones,
- Diagrama de Relaciones,
- Redes de Interacción:

Estas se generan para poder representar gráficamente que relación tendrá un espacio con otro, ya sea directo o indirecto. Y así poder generar un mejor ordenamiento a la hora de diseñar.

- Diagrama de Circulaciones:

Es la representación gráfica de las circulaciones entre las diferentes zonas y espacios que habrá.

- Esquema de Zonificación:

Se da de acuerdo a la información obtenida anteriormente, desde las necesidades, espacios y relaciones entre ellos. Y se representa espacialmente ubicando cada espacio dentro del terreno.

## **5.3 CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO**

### **5.3.1 Criterios de diseño**

En el desarrollo del anteproyecto, se toman en cuenta criterios de diseño para cada una de las diferentes zonas que forman parte de la edificación.

#### **5.3.1.1 Criterios de diseño funcionales**

- Para facilitar las actividades a los usuarios tanto vendedores como compradores la identificación de los espacios existentes es de suma importancia.
- El área de ventas estará distribuida y delimitado por pasillos, y se definirían áreas para cada tipo de producto.
- La zona de carga y descarga deberá ser suficientemente amplia, con su respectiva pendiente.
- Deberá estar techada para proteger de la lluvia a los usuarios y al producto de posibles accidentes.
- Los servicios sanitarios deberán estar agrupados en sectores, para facilitar la evacuación de las aguas y estarán ubicados en una zona donde los olores no perjudiquen el ambiente.

#### **5.3.1.2 Criterios urbanos**

Se toma en cuenta este criterio ya que el nuevo mercado debe de ser accesible a la población, y adaptarse en lo posible a las demás edificaciones ya existentes.

#### **5.3.1.3 Criterios de diseño arquitectónicos.**

- Se utilizarán materiales de fácil obtención y mantenimiento, dependiendo del área y/o actividad que en él se desarrollarán.
- Este proyecto será desarrollado a través de un diseño, que ayudará a obtener una mejor distribución del espacio.
- El nuevo mercado municipal, contemplará elementos innovadores, permitiendo dar a la edificación una imagen contemporánea.
- El estacionamiento se diseñará de acuerdo a la necesidad de las personas, unido a un área verde.

- El acabado de las paredes debe ser de fácil limpieza, para ayudar al aseo del mercado, para evitar filtraciones de agua, que puedan producir humedad al interior de los puestos perjudicando los productos.
- El piso de las zonas de venta de productos húmedos y semi-húmedos será de un material antiderrapante, para evitar posibles accidentes de los usuarios.

#### **5.3.1.4 Criterios de diseño ambientales**

##### **Ventilación**

La ventilación forma una parte fundamental en este proyecto por lo cual deberá permitirse la libre circulación del aire en la parte superior de los espacios ubicando vanos que permitan la entrada y salida del viento.

##### **Vegetación**

La vegetación servirá para proveer mayor frescura en el ambiente y se utilizará en el exterior del edificio.

##### **Asoleamiento: Orientación**

La orientación del edificio deberá permitir el asoleamiento adecuado para la iluminación interior en todos los espacios del mercado. Deberá permitir también la correcta circulación del viento para obtener una excelente ventilación al interior del edificio.

##### **Iluminación**

- La iluminación en el edificio será principalmente natural, excepto espacios que requieran iluminación artificial.
- Las fachadas que sean afectadas por exceso de sol deberán ser protegidos por barreras, ya sea naturales o artificiales, para evitar el exceso de sol y que los comerciantes sean afectados.

##### **Servicios generales**

- El área para el desalojo y acumulación de desechos deberá ser inmediata a un área de acceso secundario, es decir, los usuarios compradores no podrán acceder al mercado a través de este.
- El desalojo de los desechos deberá contar con un sistema completo, de manera que estos no se conviertan en focos de infección e insalubridad.

### 5.3.2 Listado de necesidades

El listado de necesidades ayudará a dar una respuesta satisfactoria a nuestra propuesta de diseño, ya que en él se determinarán de manera conjunta con la municipalidad, las necesidades físicas que se requieran.

**CUADRO N° 10:** Zona administrativa

ZONA ADMINISTRATIVA			
NECESIDAD	ESPACIO	SUBESPACIO	DESCRIPCION
Administrar	Administración	Cobro y Control	Área de trabajo muy importante ya que será el que tiene el control de todo el lugar.
		Contabilidad	
		Servicios Sanitarios	
		Cabina de Radio	
		Recepcion	
		Administracion	

**CUADRO N° 11:** Zona de ventas

ZONA DE VENTAS			
NECESIDAD	ESPACIO	SUBESPACIO	DESCRIPCION
Contar con espacios necesarios para la comercialización de productos.	Área Húmeda	Carnes T-1 T-2	Comercializar productos que requieren mayor cantidad de agua.
		Pollo T-1 T-2	
		Mariscos T-1 T-2	
	Área Semi-Húmeda	Frutas y Verduras	Comercializar productos que requieren menos cantidad de agua.
		Refresquería y Floristería	
		Comedores	
		Lácteos T-1 T-2 T-3 T-4	
	Área Seca y Misceláneos	Ventas Varias	Comercializar productos que no requieren suministro de agua.
		Ropa Calzado y Medicina	
		Granos Básicos	
		Salas de Belleza	
		Productos de Belleza T-1 T-2	

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

**CUADRO N° 12:** Zona de servicios generales

ZONA SERVICIOS GENERALES			
NECESIDAD	ESPACIO	SUBESPACIO	DESCRIPCION
Contar con espacios necesarios para cumplir con las necesidades de los comerciantes.	Servicios Sanitarios	S.s Hombres	Aseo Personal.
		S.s Mujeres	
	Recolección de Basura	Almacenaje	Mantener limpias las instalaciones del mercado.
	Servicios Generales	Bodega de Limpieza	Controlar el funcionamiento del Mercado.
		Control Electrico	
		Sistema de Bombeo	

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

**CUADRO N° 13:** Zona complementaria

ZONA COMPLEMENTARIA			
NECESIDAD	ESPACIO	SUBESPACIO	DESCRIPCION
Ayudar al funcionamiento del Mercado.	Complementarios	Consultorio	Brindar ayuda para un buen funcionamiento del Mercado.
		Bodegas	

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

**CUADRO N° 14:** Zona de estacionamiento

ZONA DE ESTACIONAMIENTO			
NECESIDAD	ESPACIO	SUBESPACIO	DESCRIPCION
Contar con espacios para los vehiculos.	Estacionamiento	Caseta de Vigilancia	Controlar el ingreso de los vehiculos.
		Estacionamiento	Estacionar vehiculos que ingresan.
		Carga y Descarga	Cargar y descargar productos del Mercado

Fuente: Elaborado por grupo de trabajo.

### 5.3.3 Fichas de predimensionamiento

**ESPACIO: ADMINISTRACIÓN**

**SUB-ESPACIO: RECEPCIÓN**

**ACTIVIDAD**

Recibir y esperar

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Escritorio	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Silla	0.50	0.45	0.22m <sup>2</sup>	5	1.10m <sup>2</sup>
Archivero	0.40	0.50	0.20m <sup>2</sup>	2	0.40m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 2.16m<sup>2</sup></b>					

ZONA ADMINISTRATIVA

**ESPACIO: ADMINISTRACIÓN**

**SUB-ESPACIO: ADMINISTRACIÓN**

**ACTIVIDAD**

Coordinar y controlar el funcionamiento y desarrollo del Mercado en general

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Escritorio	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Silla	0.50	0.45	0.22m <sup>2</sup>	3	0.66m <sup>2</sup>
Archivero	0.40	0.20	0.08m <sup>2</sup>	2	0.16m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL:</b>					<b>1.48m<sup>2</sup></b>

**ESPACIO: ADMINISTRACIÓN**

**SUB-ESPACIO: CONTABILIDAD**

**ACTIVIDAD**

Controlar los ingresos y egresos

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Escritorio	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Sillas	0.50	0.45	0.22m <sup>2</sup>	3	0.66m <sup>2</sup>
Archivero	0.40	0.50	0.20m <sup>2</sup>	2	0.40m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL:</b>					<b>1.72m<sup>2</sup></b>

**ESPACIO: ADMINISTRACIÓN**

**SUB-ESPACIO: COBRO Y CONTROL**

**ACTIVIDAD**

Controlar, los cobros e ingresos de los puestos del mercado

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Escritorio	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Sillas	0.50	0.45	0.22m <sup>2</sup>	1	0.22m <sup>2</sup>
Archivero	0.40	0.50	0.20m <sup>2</sup>	2	0.40m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL:</b>					<b>1.28m<sup>2</sup></b>

**ESPACIO: ADMINISTRACIÓN**

**SUB-ESPACIO: CABINA DE RADIO**

**ACTIVIDAD**

Mantener informados y entretenidos a los comerciantes

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Escritorio	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Silla	0.50	0.45	0.22m <sup>2</sup>	1	0.22m <sup>2</sup>
Estante	0.40	0.50	0.20m <sup>2</sup>	2	0.40m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL:</b>					<b>1.28m<sup>2</sup></b>

**ESPACIO: ADMINISTRACIÓN**

**SUB-ESPACIO: SERVICIOS SANITARIOS**

**ACTIVIDAD**

Servir como instrumentos de aseo personal

**ESTUDIO DE ÀREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÀREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Sanitario	0.70	0.50	0.35m <sup>2</sup>	2	0.70m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
<b>ÀREA TOTAL: 0.82m<sup>2</sup></b>					

**ESPACIO: SERVICIOS SANITARIOS**

**SUB-ESPACIO: S.S MUJERES**

**ACTIVIDAD**

Aseo personal

**ESTUDIO DE ÀREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÀREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Inodoro	0.50	0.70	0.35m <sup>2</sup>	6	2.10m <sup>2</sup>
Lavamanos	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	3	0.36m <sup>2</sup>
Sanitario p/discapacitado	1.70	1.70	2.90m <sup>2</sup>	1	2.90m <sup>2</sup>
<b>ÀREA TOTAL: 5.36m<sup>2</sup></b>					

**ESPACIO: SERVICIOS SANITARIOS**

**SUB-ESPACIO: S.S HOMBRES**

**ACTIVIDAD**

Aseo personal

**ESTUDIO DE ÀREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÀREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Inodoro	0.50	0.70	0.35m <sup>2</sup>	2	0.70m <sup>2</sup>
Lavamanos	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	2	0.24m <sup>2</sup>
Urinal	0.26	0.38	0.10m <sup>2</sup>	3	0.30m <sup>2</sup>
Sanitario p/discapitados.	1.70	1.70	2.90m <sup>2</sup>	1	2.90m <sup>2</sup>
<b>ÀREA TOTAL: 4.14m<sup>2</sup></b>					

**ESPACIO: RECOLECCIÓN DE BASURA**

**SUB-ESPACIO: ALMACENAJE**

**ACTIVIDAD**

Recolección de desechos

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Barriles	0.40	0.30	0.12m <sup>2</sup>	5	0.60m <sup>2</sup>
Contenedores	1.40	0.80	1.12m <sup>2</sup>	3	3.36m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 3.96m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: SERVICIOS GENERALES

### SUB-ESPACIO: BODEGA DE LIMPIEZA - TIPO 1

#### ACTIVIDAD

Almacenar productos de limpieza para mantener en mejores condiciones higienicas el Mercado

#### ESTUDIO DE ÀREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÀREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Àrea p/escobas	0.80	0.50	0.40m <sup>2</sup>	1	0.40m <sup>2</sup>
Basureros	0.80	0.80	0.64m <sup>2</sup>	6	3.84m <sup>2</sup>
Estante	1.00	0.60	0.60m <sup>2</sup>	2	1.20m <sup>2</sup>
Pila	1.20	0.90	1.08m <sup>2</sup>	1	1.08m <sup>2</sup>
<b>ÀREA TOTAL: 6.52m<sup>2</sup></b>					

**ESPACIO: SERVICIOS GENERALES**

**SUB-ESPACIO: BODEGA DE LIMPIEZA  
- TIPO 2**

**ACTIVIDAD**

Almacenar productos de limpieza para mantener en mejores condiciones higienicas el Mercado

**ESTUDIO DE ÀREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÀREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Àrea p/escobas	0.70	0.50	0.35m <sup>2</sup>	1	0.35m <sup>2</sup>
<b>ÀREA TOTAL: 0.35m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: SERVICIOS GENERALES

### SUB-ESPACIO: CONTROL ELECTRICO

#### ACTIVIDAD

Controlar el funcionamiento de las instalaciones electricas

#### ESTUDIO DE ÀREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÀREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Àrea de tableros	2.00	0.50	1.00m <sup>2</sup>	1	1.00m <sup>2</sup>

ÀREA TOTAL: 1.00m<sup>2</sup>

**ESPACIO: SERVICIOS GENERALES**

**SUB-ESPACIO: SISTEMA DE BOMBEO**

**ACTIVIDAD**

Controlar el funcionamiento de las instalaciones hidraulicas del Mercado

**ESTUDIO DE ÀREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÀREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Equipo de bombeo	2.00	1.50	3.00m <sup>2</sup>	1	3.00m <sup>2</sup>
<b>ÀREA TOTAL: 3.00m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: ÁREA HÚMEDA

SUB-ESPACIO: CARNES, POLLO,  
MARISCOS-TIPO 1

### ACTIVIDAD

Vender

### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mesa de trabajo	1.00	0.50	0.50m <sup>2</sup>	1	0.50m <sup>2</sup>
Congelador	0.95	0.51	0.48m <sup>2</sup>	1	0.48m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 1.88m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: ÁREA HÚMEDA

SUB-ESPACIO: CARNES, POLLO,  
MARISCOS-TIPO 2

### ACTIVIDAD

Vender

### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mesa de trabajo	1.00	0.50	0.50m <sup>2</sup>	1	0.50m <sup>2</sup>
Congelador	0.95	0.51	0.48m <sup>2</sup>	1	0.48m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 1.88m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: ÁREA SEMI-HÚMEDA

SUB-ESPACIO: FRUTAS, VERDURAS

### ACTIVIDAD

Vender

### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Estante	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Mesa de trabajo	0.60	0.60	0.36m <sup>2</sup>	1	0.36m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 1.14m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: ÁREA SEMI-HÚMEDA

SUB-ESPACIO: REFRESQUERIA, FLORISTERIA

### ACTIVIDAD

Vender

### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Estante	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Mesa de trabajo	0.60	0.60	0.36m <sup>2</sup>	1	0.36m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 1.26m <sup>2</sup>					

## ESPACIO: ÁREA SEMI-HÚMEDA

### SUB-ESPACIO: COMEDORES

#### ACTIVIDAD

Vender

#### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Plancha	1.00	0.60	0.60m <sup>2</sup>	1	0.60m <sup>2</sup>
Fregadero	0.60	0.40	0.24m <sup>2</sup>	1	0.24m <sup>2</sup>
Refrigerador	0.70	0.50	0.35m <sup>2</sup>	1	0.35m <sup>2</sup>
Mesa	0.80	0.50	0.40m <sup>2</sup>	1	0.40m <sup>2</sup>
Mesa de preparación	1.10	0.50	0.55m <sup>2</sup>	1	0.55m <sup>2</sup>
Mostrador	1.10	0.50	0.55m <sup>2</sup>	1	0.55m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 2.69m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: ÁREA SEMI-HÚMEDA

### SUB-ESPACIO: LACTEOS-TIPO 1

#### ACTIVIDAD

Vender

#### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mesa de trabajo	1.70	0.30	0.51m <sup>2</sup>	1	0.51m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Refrigerador	0.70	0.50	0.35m <sup>2</sup>	1	0.35m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 1.75m <sup>2</sup>					

## ESPACIO: ÁREA SEMI-HÚMEDA

### SUB-ESPACIO: LACTEOS-TIPO 2

#### ACTIVIDAD

Vender

#### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mesa de trabajo	1.70	0.30	0.51m <sup>2</sup>	1	0.51m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Refrigerador	0.70	0.50	0.35m <sup>2</sup>	1	0.35m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 1.75m <sup>2</sup>					

## ESPACIO: ÁREA SEMI-HÚMEDA

### SUB-ESPACIO: LACTEOS-TIPO 3

#### ACTIVIDAD

Vender

#### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mesa de trabajo	1.40	0.30	0.42m <sup>2</sup>	1	0.42m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Refrigerador	0.70	0.50	0.35m <sup>2</sup>	1	0.35m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 1.67m <sup>2</sup>					

**ESPACIO: ÁREA SEMI-HÚMEDA**

**SUB-ESPACIO: LACTEOS-TIPO 4**

**ACTIVIDAD**

Vender

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mesa de trabajo	1.40	0.30	0.42m <sup>2</sup>	1	0.42m <sup>2</sup>
Lavabo	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Refrigerador	0.70	0.50	0.35m <sup>2</sup>	1	0.35m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 1.67m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: ÁREA SECA Y MICELANEOS

SUB-ESPACIO: ACCESORIOS, ARTESANIAS, PRODUCTOS DE LIMPIEZA, VARIOS

### ACTIVIDAD

Vender

### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Estante	1.00	0.60	0.60m <sup>2</sup>	1	0.60m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.00	0.60	0.60m <sup>2</sup>	1	0.60m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 1.32m <sup>2</sup>					

ESPACIO: ÁREA SECA Y MICELANEOS

SUB-ESPACIO: ROPA Y CALZADO, MEDICINA

### ACTIVIDAD

Vender

### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Estante	1.00	0.30	0.30m <sup>2</sup>	2	0.60m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
Mostrador	1.00	0.50	0.50m <sup>2</sup>	1	0.50m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 1.22m <sup>2</sup>					

ESPACIO: ÁREA SECA Y MICELANEOS

SUB-ESPACIO: GRANOS BÁSICOS

ACTIVIDAD

Vender

ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Estante	1.00	0.60	0.60m <sup>2</sup>	2	1.20m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	2	0.24m <sup>2</sup>
Mostrador	1.00	0.60	0.60m <sup>2</sup>	2	1.20m <sup>2</sup>
Mesa	0.70	0.30	0.21m <sup>2</sup>	1	0.21m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 2.85m <sup>2</sup>					

**ESPACIO: ÁREA SECA Y MICELANEOS**

**SUB-ESPACIO: SALAS DE BELLEZA**

**ACTIVIDAD**

Proporcionar tratamientos o productos de belleza para el embellecimiento de sus clientes

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mostrador	0.40	0.40	0.16m <sup>2</sup>	1	0.16m <sup>2</sup>
Mostrador	1.00	0.50	0.50m <sup>2</sup>	1	0.50m <sup>2</sup>
Mesa	1.50	0.40	0.60m <sup>2</sup>	1	0.60m <sup>2</sup>
Silla de salon	1.50	0.75	1.13m <sup>2</sup>	1	1.13m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	2	0.24m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL:</b>					<b>2.63m<sup>2</sup></b>

**ESPACIO: ÁREA SECA Y MICELANEOS**

**SUB-ESPACIO PRODUCTOS DE BELLEZA - TIPO 1**

**ACTIVIDAD**

Vender productos de belleza para el embellecimiento de sus clientes

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Estante	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Mostrador	1.00	0.50	0.50m <sup>2</sup>	2	1.00m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 1.78m<sup>2</sup></b>					

**ESPACIO: ÁREA SECA Y MICELANEOS**

**SUB-ESPACIO PRODUCTOS DE BELLEZA - TIPO 2**

**ACTIVIDAD**

Vender productos de belleza para el embellecimiento de sus clientes

**ESTUDIO DE ÁREAS**

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Estante	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	1	0.66m <sup>2</sup>
Mostrador	1.00	0.50	0.50m <sup>2</sup>	2	1.00m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 1.78m<sup>2</sup></b>					

## ESPACIO: COMPLEMENTARIOS

### SUB-ESPACIO: BODEGAS

#### ACTIVIDAD

Almacenar productos de vendedores del Mercado

#### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Bodega	1.30	1.00	1.30m <sup>2</sup>	1	1.30m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 1.30m <sup>2</sup>					

## ESPACIO: COMPLEMENTARIOS

### SUB-ESPACIO: CONSULTORIO

#### ACTIVIDAD

Brindar asistencia medica a los comerciantes.

#### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Camilla	2.00	0.80	1.60m <sup>2</sup>	1	1.60m <sup>2</sup>
Silla	0.30	0.40	0.12m <sup>2</sup>	3	0.36m <sup>2</sup>
Mesas	1.10	0.60	0.66m <sup>2</sup>	2	1.32m <sup>2</sup>
ÁREA TOTAL: 3.28m <sup>2</sup>					

## ESPACIO: ESTACIONAMIENTO

### SUB-ESPACIO: ESTACIONAMIENTO

#### ACTIVIDAD

Estacionar vehiculos que ingresan al Mercado

#### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
E. Público	5.00	2.50	12.5m <sup>2</sup>	88	1,100m <sup>2</sup>
E.P. Discap.	5.00	3.70	18.5m <sup>2</sup>	4	74.0m <sup>2</sup>
E. Motocicletas	2.50	1.20	3.00m <sup>2</sup>	20	60.0m <sup>2</sup>
E. Personal	5.00	2.50	12.5m <sup>2</sup>	8	100m <sup>2</sup>
E. Per. Discap.	5.00	3.70	18.5m <sup>2</sup>	1	18.5m <sup>2</sup>
E. Personal Motocicletas	2.50	1.20	3.00m <sup>2</sup>	5	15.0m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL:</b>					<b>1367.5m<sup>2</sup></b>

## ESPACIO: ESTACIONAMIENTO

SUB-ESPACIO: CASETA DE VIGILANCIA, S.S

### ACTIVIDAD

Controlar el ingreso de vehiculos y vigilarlos

### ESTUDIO DE ÁREAS

MOBILIARIO	LARGO	ANCHO	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	CANT.	TOTAL
Mesa	0.50	0.60	0.30m <sup>2</sup>	1	0.30m <sup>2</sup>
Silla	0.50	0.45	0.22m <sup>2</sup>	2	0.44m <sup>2</sup>
Inodoro	0.50	0.70	0.35m <sup>2</sup>	1	0.35m <sup>2</sup>
Lavamanos	0.40	0.30	0.12m <sup>2</sup>	1	0.12m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL: 1.21m<sup>2</sup></b>					

### 5.4.4 Programa arquitectónico

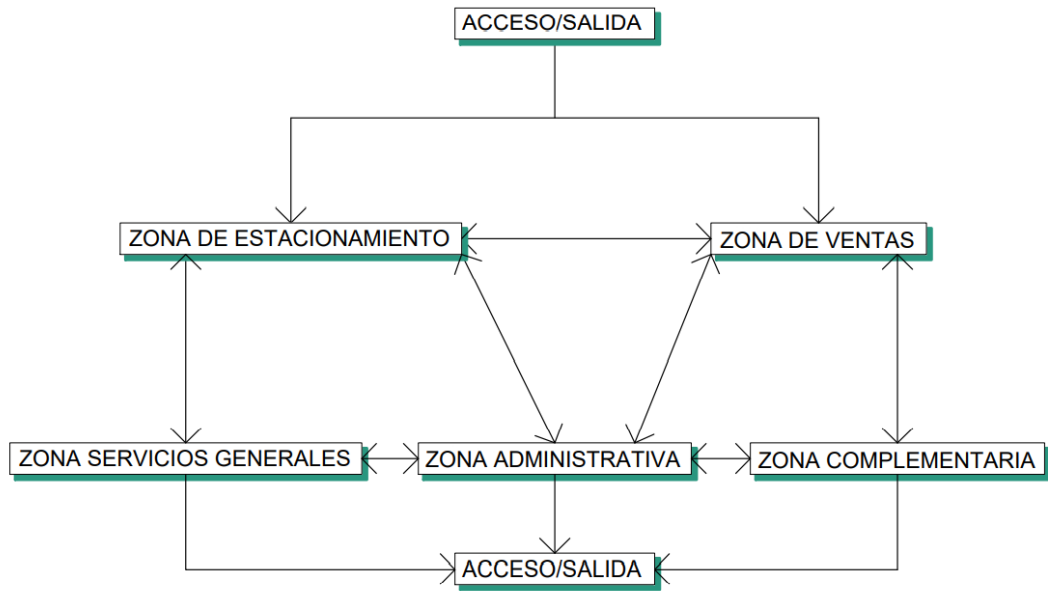
PROGRAMA ARQUITECTONICO

ZONA	ESPACIO	SUB-ESPACIO	CANT.	MEDIDAS	ÁREA DE MOBILIARIO	ÁREA DE CIRCULACIÓN	ÁREA M <sup>2</sup>	ÁREA M <sup>2</sup> TOTAL	VENTILACIÓN		ILUMINACIÓN	
									N	A	N	A
ZONA ADMINISTRATIVA	Administración	Recepción	1	2.5x2.2m	2.16m <sup>2</sup>	3.24m <sup>2</sup>	5.40m <sup>2</sup>	5.40m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Administración	1	2.3x2.2m	1.48m <sup>2</sup>	2.22m <sup>2</sup>	3.70m <sup>2</sup>	3.70m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Contabilidad	1	3.0x2.2m	1.72m <sup>2</sup>	2.58m <sup>2</sup>	4.30m <sup>2</sup>	4.30m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		S.s	1	2.0x1.5m	0.82m <sup>2</sup>	1.23m <sup>2</sup>	2.05m <sup>2</sup>	2.05m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Cobro y Control	1	2.2x1.5m	1.28m <sup>2</sup>	1.92m <sup>2</sup>	3.20m <sup>2</sup>	3.20m <sup>2</sup>	✓	✓	✓	✓
		Cabina de Radio	1	1.5x2.2m	1.28m <sup>2</sup>	1.92m <sup>2</sup>	3.20m <sup>2</sup>	3.20m <sup>2</sup>	✓	✓	✓	✓
ZONA SERVICIOS GENERALES	Servicios Sanitarios	S.s Hombres	2	4.0x3.7m	4.14m <sup>2</sup>	6.21m <sup>2</sup>	10.35m <sup>2</sup>	20.70m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		S.s Mujeres	2	4.4x3.7m	5.36m <sup>2</sup>	8.04m <sup>2</sup>	13.40m <sup>2</sup>	26.80m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
	Recolección de Basura	Almacenaje	1	3.0x3.3m	3.96m <sup>2</sup>	5.94m <sup>2</sup>	9.90m <sup>2</sup>	9.90m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Bodega de Limpieza T-1	1	2.5x4.0m	6.52m <sup>2</sup>	9.78m <sup>2</sup>	16.30m <sup>2</sup>	16.30m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
	Servicios Generales	Bodega de Limpieza T-2	1	1.80x0.8m	0.35m <sup>2</sup>	0.53m <sup>2</sup>	0.88m <sup>2</sup>	0.88m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Control Electrico	1	2.1x1.2m	1.00m <sup>2</sup>	1.50m <sup>2</sup>	2.50m <sup>2</sup>	2.50m <sup>2</sup>	✓	✓	✓	✓
		Sistema de Bombeo	1	3.0x2.5m	3.00m <sup>2</sup>	4.50m <sup>2</sup>	7.50m <sup>2</sup>	7.50m <sup>2</sup>	✓	✓	✓	✓
								<b>106.43m<sup>2</sup></b>				

ZONA	ESPACIO	SUB-ESPACIO	CANT.	MEDIDAS	ÁREA DE MOBILIARIO	ÁREA DE CIRCULACIÓN	ÁREA M <sup>2</sup>	ÁREA M <sup>2</sup> TOTAL	VENTILACIÓN		ILUMINACIÓN	
									N	A	N	A
ZONA DE VENTAS	Área Húmeda	Carnes, pollo, Mariscos T-1	17	2.5x1.9m	1.88m <sup>2</sup>	2.82m <sup>2</sup>	4.70m <sup>2</sup>	79.90m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Carnes, pollo, Mariscos T-2	1	2.35x1.9m	1.88m <sup>2</sup>	2.82m <sup>2</sup>	4.70m <sup>2</sup>	4.70m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
	Área Semi Húmeda	Frutas, Verduras	193	1.9x1.5m	1.14m <sup>2</sup>	1.71m <sup>2</sup>	2.85m <sup>2</sup>	550.05m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Refresqueria, Floristeria	12	2.0x1.6m	1.26m <sup>2</sup>	1.89m <sup>2</sup>	3.15m <sup>2</sup>	37.80m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Comedores	63	3.2x2.1m	2.69m <sup>2</sup>	4.05m <sup>2</sup>	6.74m <sup>2</sup>	424.62m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Lacteos T-1	1	3.2x1.5m	1.75m <sup>2</sup>	2.63m <sup>2</sup>	4.38m <sup>2</sup>	4.38m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Lacteos T-2	2	3.1x1.5m	1.75m <sup>2</sup>	2.63m <sup>2</sup>	4.38m <sup>2</sup>	8.76m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Lacteos T-3	4	2.0x1.9m	1.67m <sup>2</sup>	2.51m <sup>2</sup>	4.18m <sup>2</sup>	16.72m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Lacteos T-4	3	1.95x1.9m	1.67m <sup>2</sup>	2.51m <sup>2</sup>	4.18m <sup>2</sup>	12.54m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
	Área Seca Y Micelaneos	Ventas varias	92	1.6x2.0m	1.32m <sup>2</sup>	1.98m <sup>2</sup>	3.30m <sup>2</sup>	303.6m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Ropa, Calzado Y Medicina	155	2.0x1.35m	1.22m <sup>2</sup>	1.83m <sup>2</sup>	3.05m <sup>2</sup>	472.75m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Granos básicos	60	1.8x3.0m	2.85m <sup>2</sup>	4.28m <sup>2</sup>	7.13m <sup>2</sup>	427.8m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Salas de belleza	4	2.6x2.2m	2.63m <sup>2</sup>	3.95m <sup>2</sup>	6.58m <sup>2</sup>	26.32m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Productos de belleza T-1	2	2.0x2.0m	1.78m <sup>2</sup>	2.67m <sup>2</sup>	4.45m <sup>2</sup>	8.90m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
	Productos de belleza T-2	8	2.0x1.7m	1.78m <sup>2</sup>	2.67m <sup>2</sup>	4.45m <sup>2</sup>	35.6m <sup>2</sup>	✓		✓	✓	
ZONA COMPLEMENTARIA	Complementarios	Bodegas	14	1.0x1.3m	1.30m <sup>2</sup>	1.30m <sup>2</sup>	1.30m <sup>2</sup>	18.2m <sup>2</sup>				
		Consultorio	1	2.7x3.0m	8.10m <sup>2</sup>	12.15m <sup>2</sup>	20.25m <sup>2</sup>	20.25m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
ZONA ESTACIONAMIENTO	Estacionamiento	Caseta de vigilancia + S.s	2	2.5x1.2m	1.21m <sup>2</sup>	1.82m <sup>2</sup>	3.03m <sup>2</sup>	6.06m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Estacionamiento	96	5.0x2.5m				1,200m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Estacionamiento Disc.	5	5.0x3.7m				92.5m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Estacionamiento Motocicletas	25	2.5x1.2m				75.0m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Estacionamiento Camiones T-1	13	12.0x3.5m				546.0m <sup>2</sup>	✓		✓	✓
		Estacionamiento Camiones T-2	6	12.0x2.5m				180.0m <sup>2</sup>	✓		✓	✓

**ÁREA TOTAL 4,658.88m<sup>2</sup>**

### 5.3.4 Diagrama de relaciones



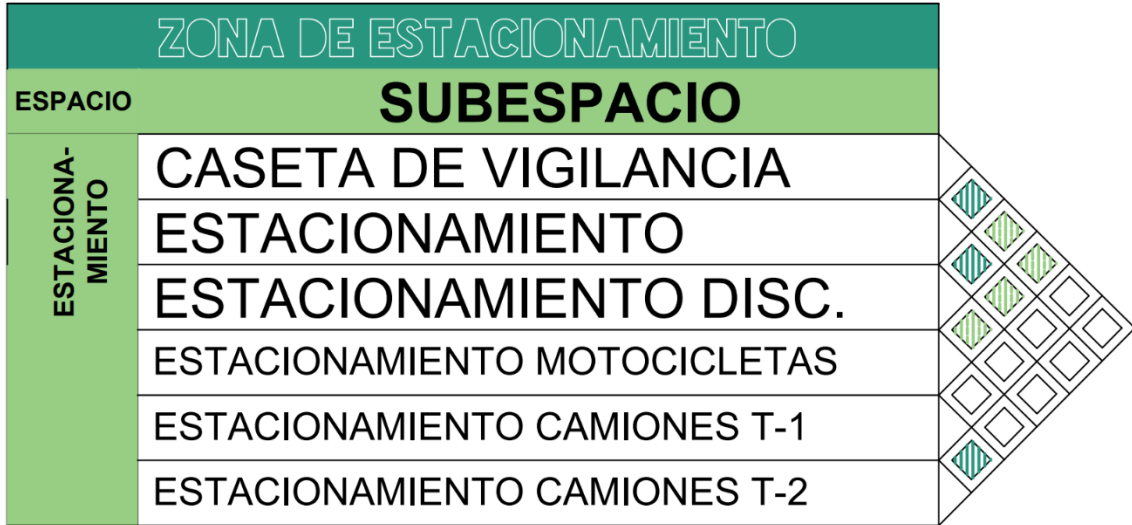
### 5.3.5 Matrices de relación

ZONA ADMINISTRATIVA	
ESPACIO	SUBESPACIO
ADMINISTRACIÓN	COBRO Y CONTROL
	CONTABILIDAD
	SERVICIOS SANITARIOS
	CABINA DE RADIO
	RECEPCION
	ADMINISTRACION

ZONA SERVICIOS GENERALES	
ESPACIO	SUBESPACIO
SERVICIOS SANITARIOS	S.S HOMBRES
	S.S MUJERES
RECOLECCIÓN DE BASURA	ALMASENAJE
SERVICIOS GENERALES	BODEGA DE LIMPIEZA
	CONTROL ELECTRICO
	SISTEMA DE BOMBEO

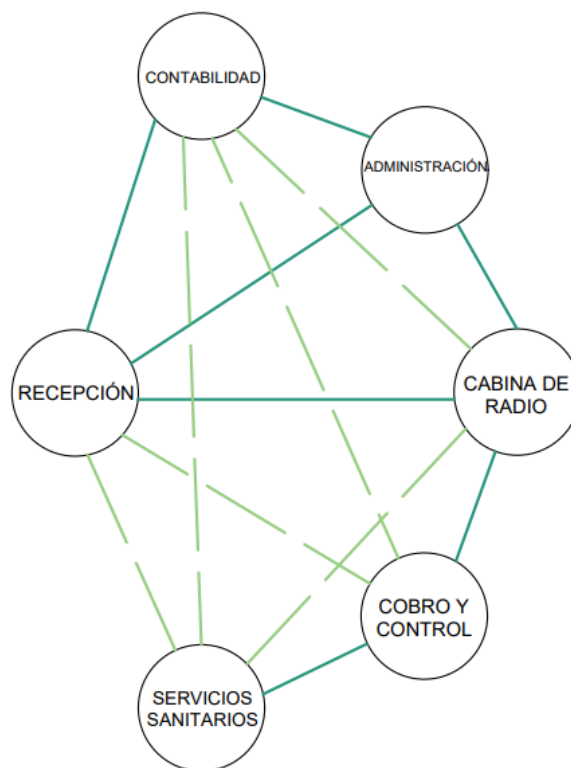
ZONA DE VENTAS	
ESPACIO	SUBESPACIO
ÁREA HÚMEDA	CARNES
	POLLO
	MARISCOS
ÁREA SEMI-HÚMEDA	FRUTAS Y VERDURAS
	REFRESCOS
	FLORES
	COMEDORES
	LACTEOS
ÁREA SECA Y MISCELANEOS	VENTAS VARIAS
	ROPA
	CALZADO
	MEDICINA
	GRANOS BASICOS
	SALAS DE BELLEZA
	PRODUCTOS DE BELLEZA

ZONA COMPLEMENTARIA	
COMPLEMENTARIOS	CONSULTORIO
	BODEGAS



### 5.3.6 Redes de interacción

# ZONA ADMINISTRATIVA

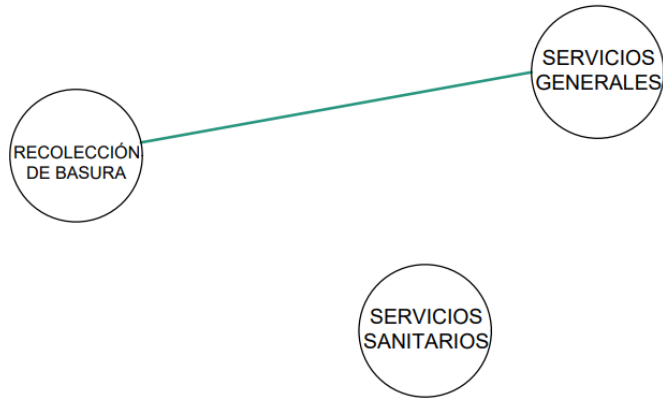


JERARQUIA DE RELACIÓN:

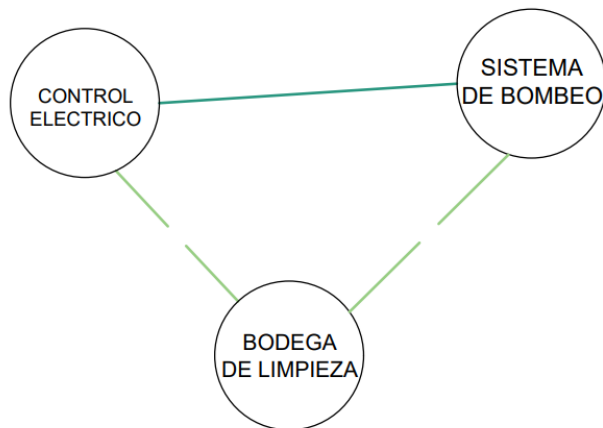
DIRECTA —————

INDIRECTA - - - - -

# ZONA SERVICIOS GENERALES



# SERVICIOS GENERALES



## JERARQUIA DE RELACIÓN:

DIRECTA —————

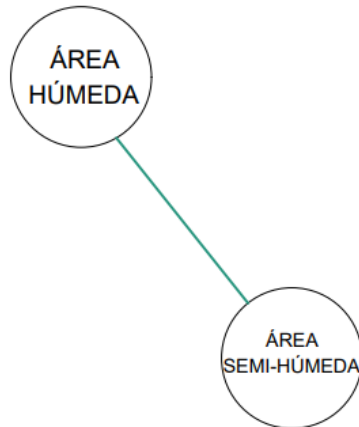
INDIRECTA - - - - -

NULA

# SERVICIOS SANITARIOS



# ZONA DE VENTAS



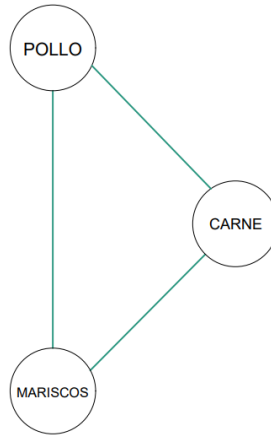
JERARQUIA DE RELACIÓN:

DIRECTA —————

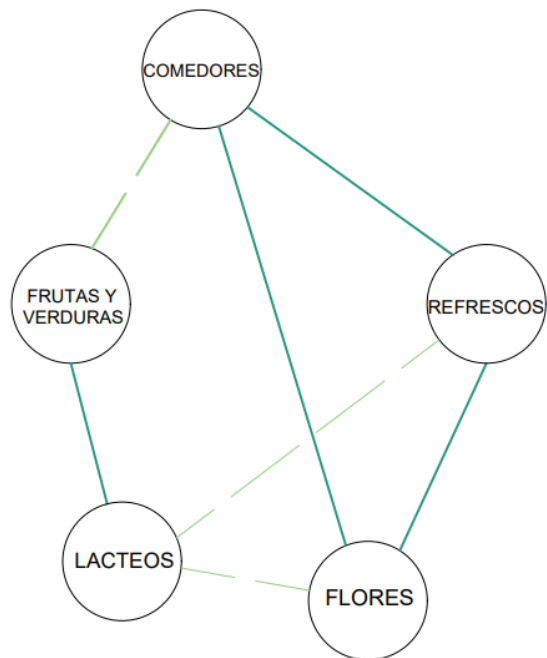
INDIRECTA - - - - -

NULA

# AREA HUMEDA



# AREA SEMI-HUMEDA



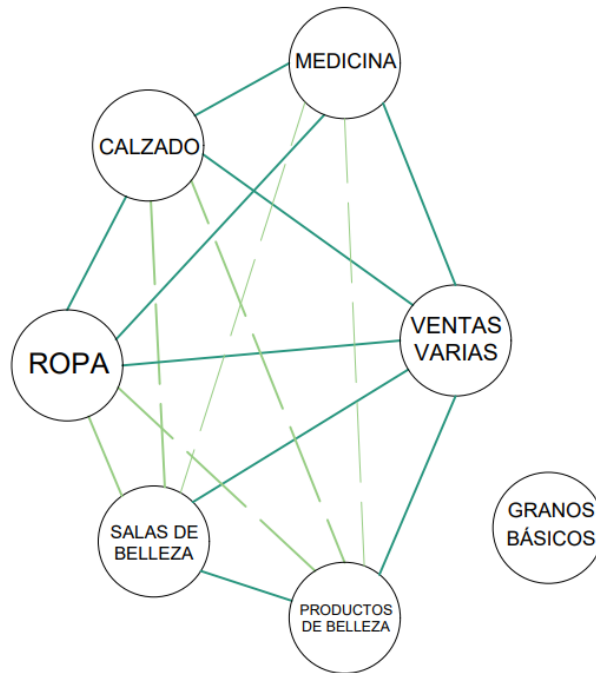
JERARQUIA DE RELACIÓN:

DIRECTA —————

INDIRECTA - - - - -

NULA

# AREA SECA



# ZONA COMPLEMENTARIA



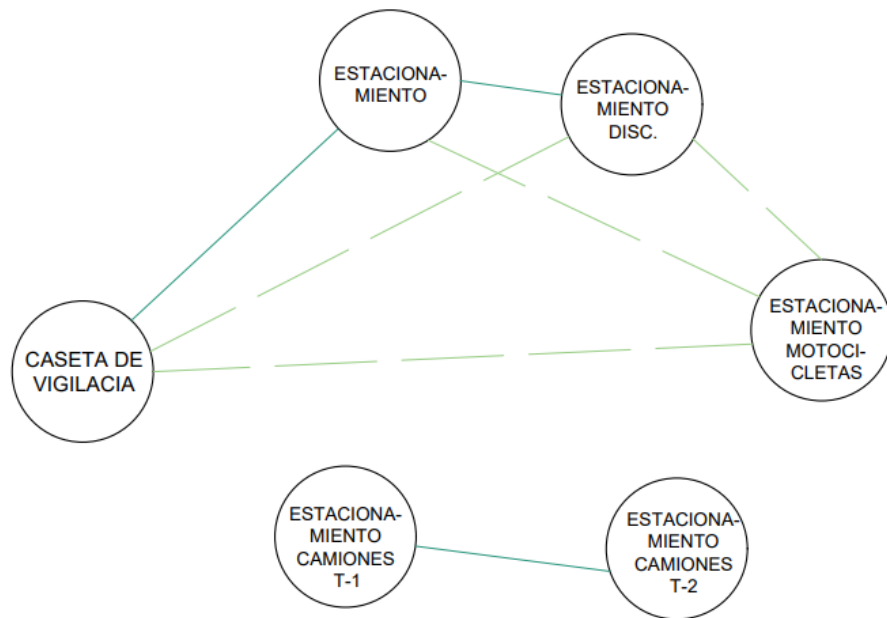
## JERARQUIA DE RELACIÓN:

DIRECTA —————

INDIRECTA - - - - -

NULA

# ZONA DE ESTACIONAMIENTO



## JERARQUIA DE RELACIÓN:

DIRECTA —————

INDIRECTA - - - - -

NULA

### 5.3.7 Esquema de zonificación



**CAPÍTULO VI:  
ANTEPROYECTO  
ARQUITECTÓNICO**

## **6.1 DESARROLLO DE PLANOS**

### **6.1.1 Hoja 1**

- Planta de conjunto
- Planta arquitectónica edificio norte
- Planta arquitectónica edificio sur oeste
- Planta arquitectónica edificio sur este
- Planta arquitectónica administración
- Plantas arquitectónicas de puestos tipo

### **6.1.2 Hoja 2**

- Planta de distribución eléctrica
- Planta de distribución hidráulica
- Sección transversal A-A'
- Sección transversal B-B'
- Sección transversal C-C'
- Sección longitudinal A-A'

### **6.1.3 Hoja 3**

- Elevación sur
- Elevación norte
- Elevación este
- Elevación oeste

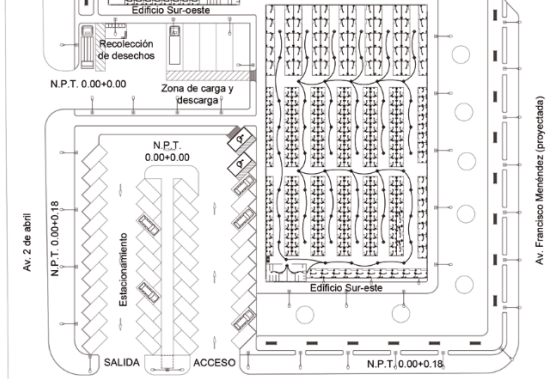
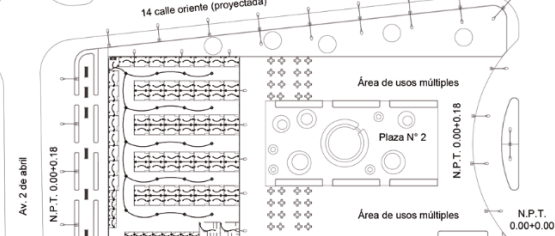
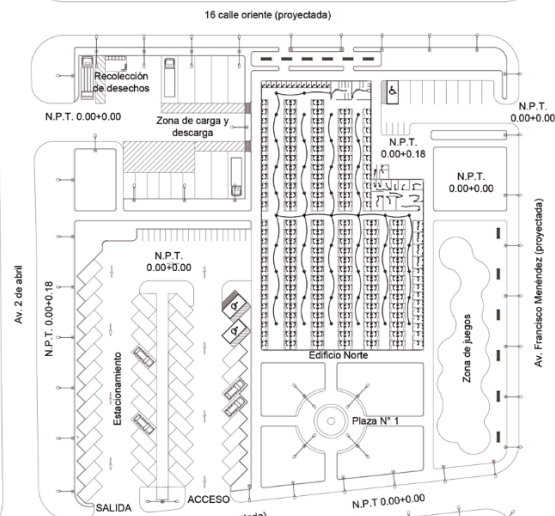
### **6.1.4 Hoja 4**

- Planta de fundaciones edificio norte
- Planta de fundaciones edificio sur oeste
- Planta de fundaciones edificio sur este
- Detalles típicos de fundaciones
- Detalle de unión típica de paredes
- Detalle de refuerzo horizontal

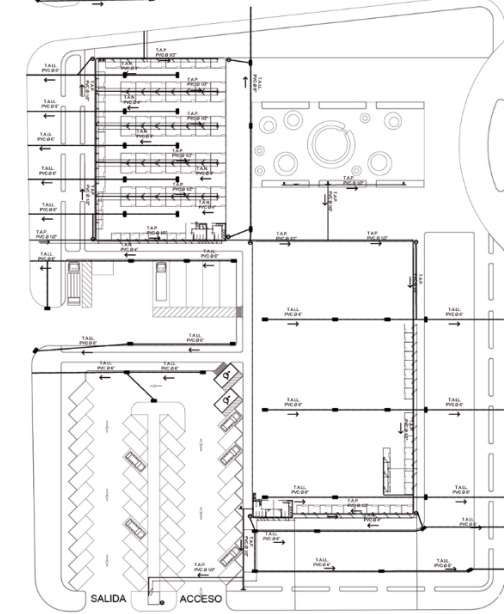
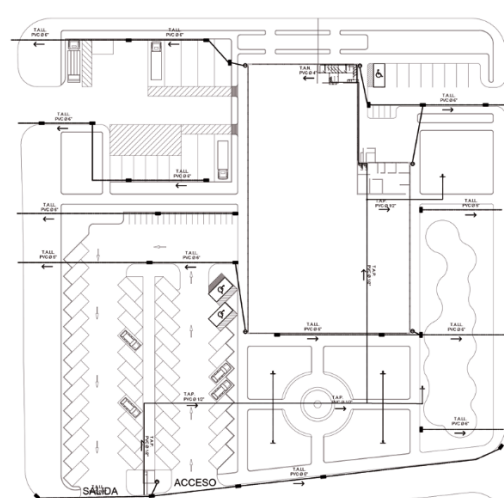
### **6.1.5 Hoja 5**

- Planta de acabados
- Planta de evacuación

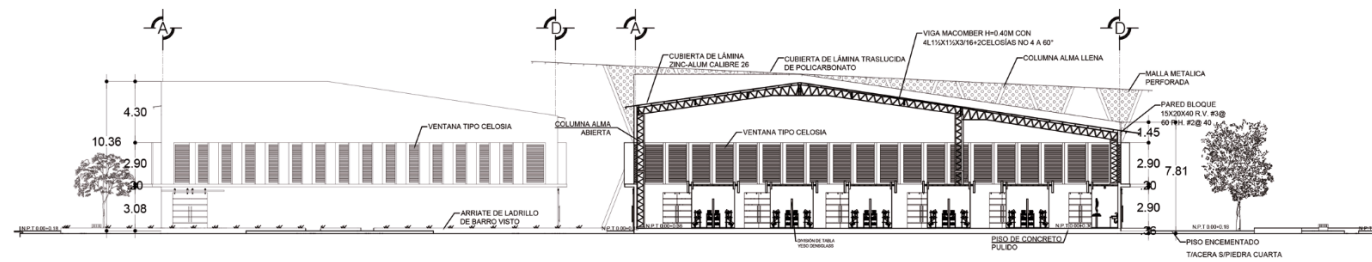




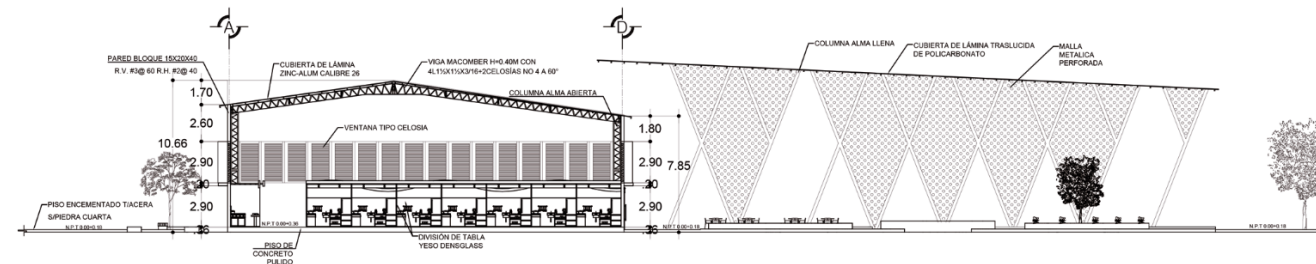
PLANTA DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA ESC 1:750



PLANTA DE DISTRIBUCIÓN HIDRÁULICA ESC 1:750



SECCIÓN TRANSVERSAL A-A' ESC 1:250



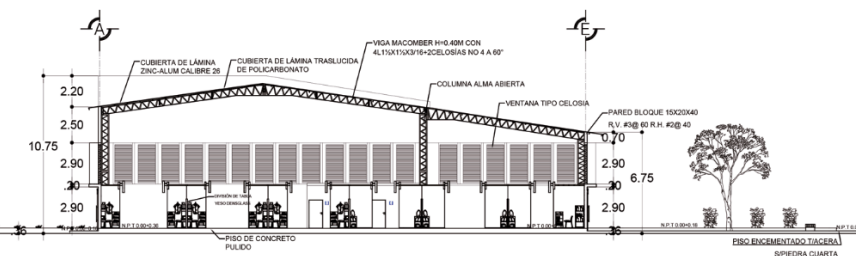
SECCIÓN TRANSVERSAL B-B' ESC 1:250

CUADRO DE SIMBOLOGÍA ELÉCTRICA

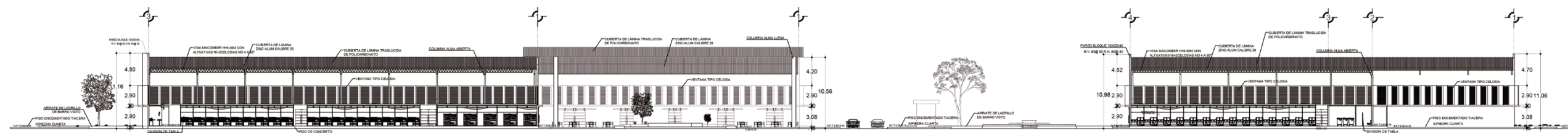
CLAVE	DESCRIPCIÓN
[Symbol]	TABLERO GENERAL
[Symbol]	CAJA TÉRMICA
[Symbol]	LUMINARIA CON RECEPTACULO AL CIELO FALSO O LOSA
[Symbol]	LUMINARIA CON RECEPTACULO A LA PARED
[Symbol]	INTERRUPTOR SENCILLO
[Symbol]	INTERRUPTOR DOBLE
[Symbol]	INTERRUPTOR DE CAMBIO
[Symbol]	TOMACORRIENTE DOBLE
[Symbol]	CONEXIÓN LUMINARIA-INTERRUPTOR

CUADRO DE SIMBOLOGÍA HIDRÁULICA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
[Symbol]	Red de Agua Potable P.V.C. de 1/2"	[Symbol]	Red de Aguas Negras P.V.C. de 4"
[Symbol]	Codos de 90° P.V.C. de 1/2"	[Symbol]	Codos de 90° P.V.C. de 4"
[Symbol]	Tee de P.V.C. de 1/2"	[Symbol]	Codos de 45° P.V.C. de 4"
[Symbol]	Red de Agua lluvias	[Symbol]	YE.T. de P.V.C. de 4"
[Symbol]	Grifos de 1/2" con rosca	[Symbol]	Sifon de P.V.C. de 4"
[Symbol]	tubo bajada de aguas lluvias 4"	[Symbol]	Caja tragante recolectora de aguas lluvias

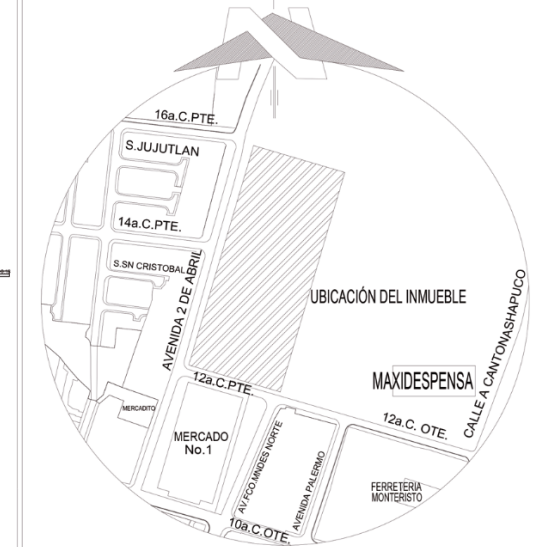


SECCIÓN TRANSVERSAL C-C' ESC 1:250



SECCIÓN LONGITUDINAL A-A' ESC 1:325

ESQUEMA DE UBICACIÓN



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

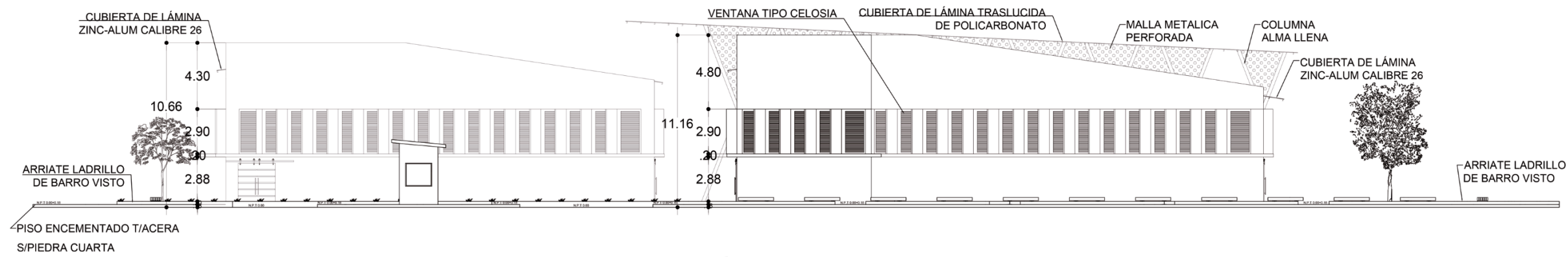
PROYECTO:  
"PROPUESTA DE ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO PARA EL NUEVO MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE AHUACHAPÁN"

DOCENTE ASESOR:  
ARQ. LEONED SANDOVAL

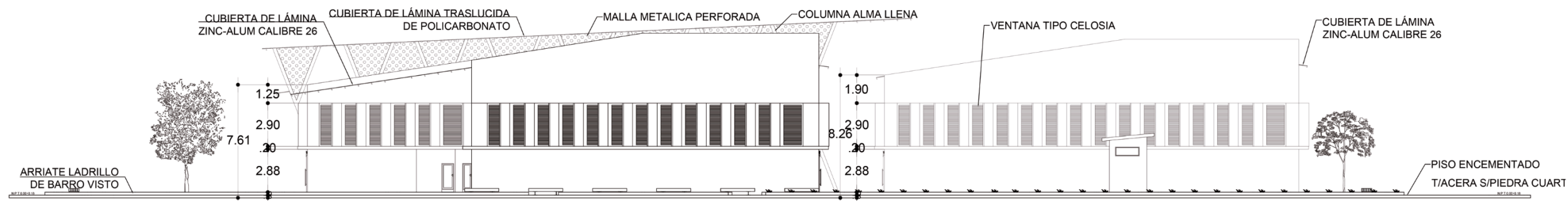
- CONTENIDO:
- PLANTA DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA
  - PLANTA DE DISTRIBUCIÓN HIDRÁULICA
  - SECCIÓN TRANSVERSAL A-A'
  - SECCIÓN TRANSVERSAL B-B'
  - SECCIÓN TRANSVERSAL C-C'
  - SECCIÓN LONGITUDINAL A-A'

PRESENTA:  
Br. MANCÍA LÓPEZ, JEAMILETH ELETICIA  
Br. MORALES ESTRADA, MARCELA ALEJANDRA  
Br. MURCIA DOMÍNGUEZ, ADRIANA IVETTE

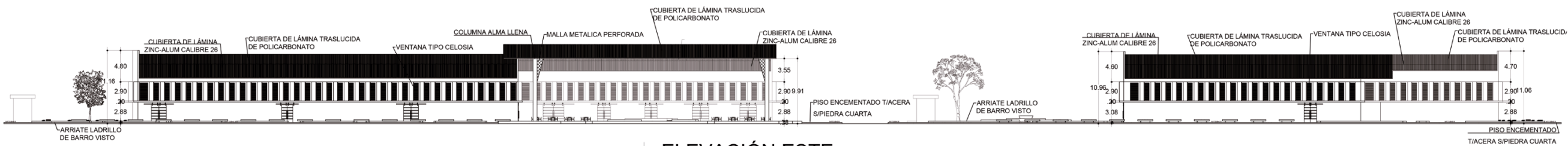
AREA A CONSTRUIR: 4,753.28 m2	ESCALA: INDICADA
FECHA: FEBRERO 2021	HOJA: 2/5



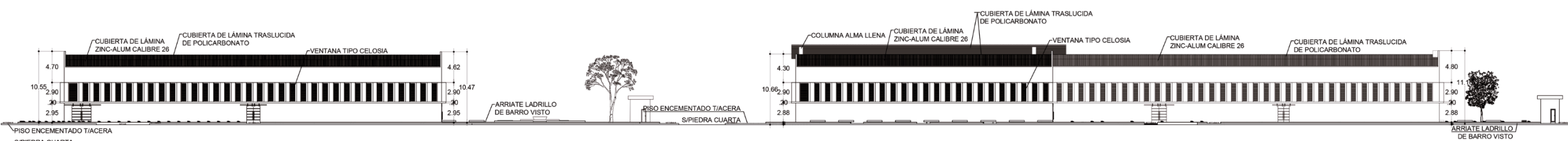
**ELEVACIÓN SUR**  
ESC 1:150



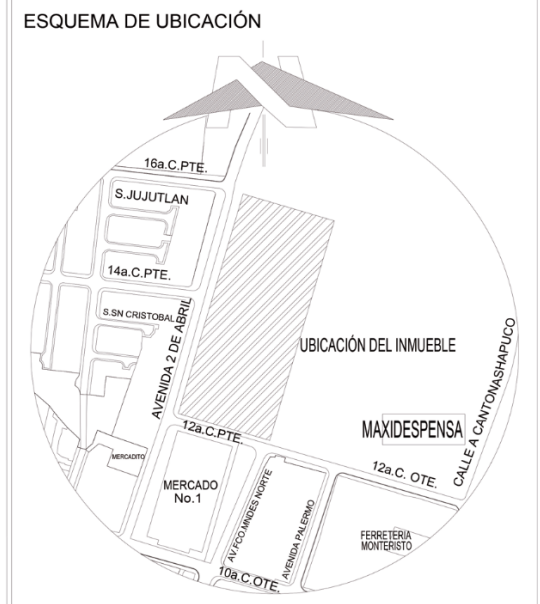
**ELEVACIÓN NORTE**  
ESC 1:150



**ELEVACIÓN ESTE**  
ESC 1:325



**ELEVACIÓN OESTE**  
ESC 1:325



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROYECTO:  
"PROPUESTA DE ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO PARA EL NUEVO MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE AHUACHAPÁN"

DOCENTE ASESOR:  
ARQ. LEONED SANDOVAL

- CONTENIDO:
- ELEVACIÓN SUR
  - ELEVACIÓN NORTE
  - ELEVACIÓN ESTE
  - ELEVACIÓN OESTE

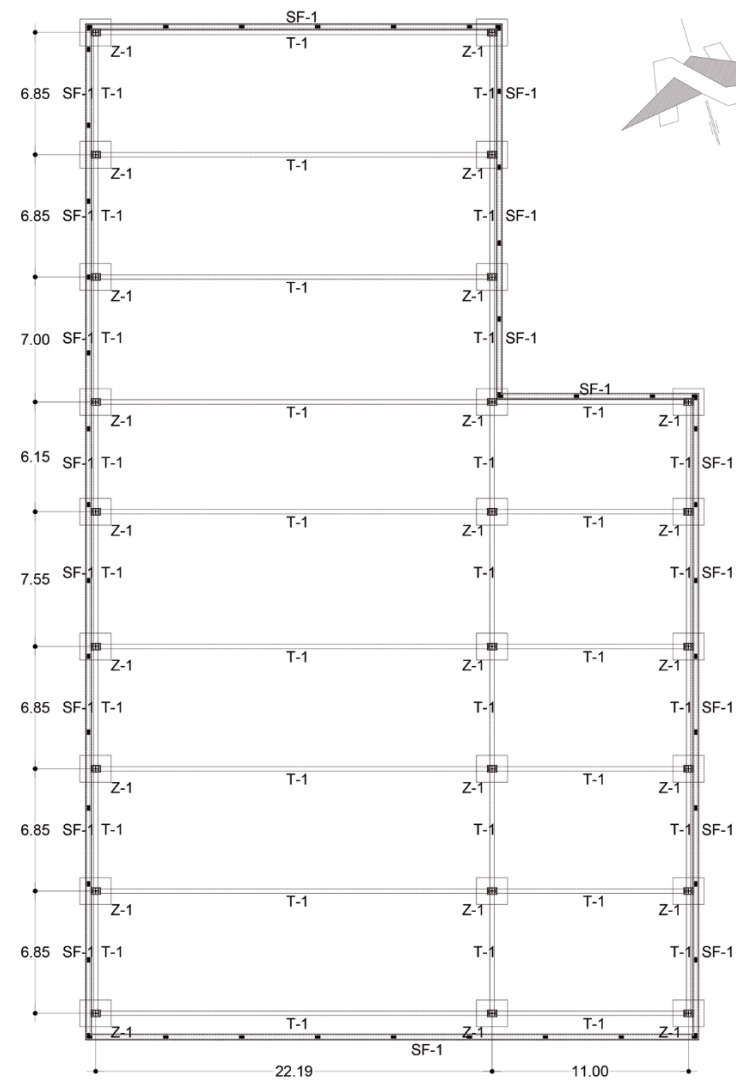
PRESENTA:  
Br. MANCÍA LÓPEZ, JEAMILETH ELETICIA  
Br. MORALES ESTRADA, MARCELA ALEJANDRA  
Br. MURCIA DOMÍNGUEZ, ADRIANA IVETTE

AREA A CONSTRUIR:  
4,753.28 m<sup>2</sup>

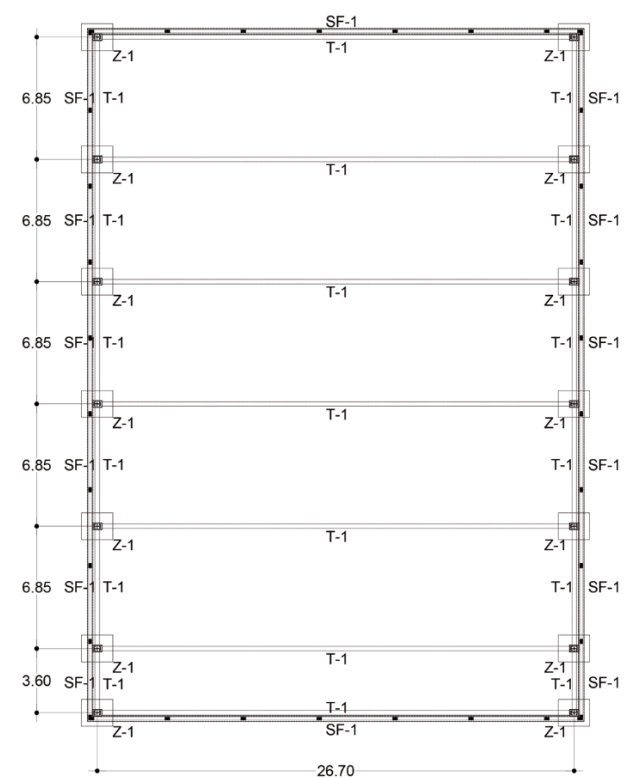
ESCALA:  
INDICADA

FECHA:  
FEBRERO 2021

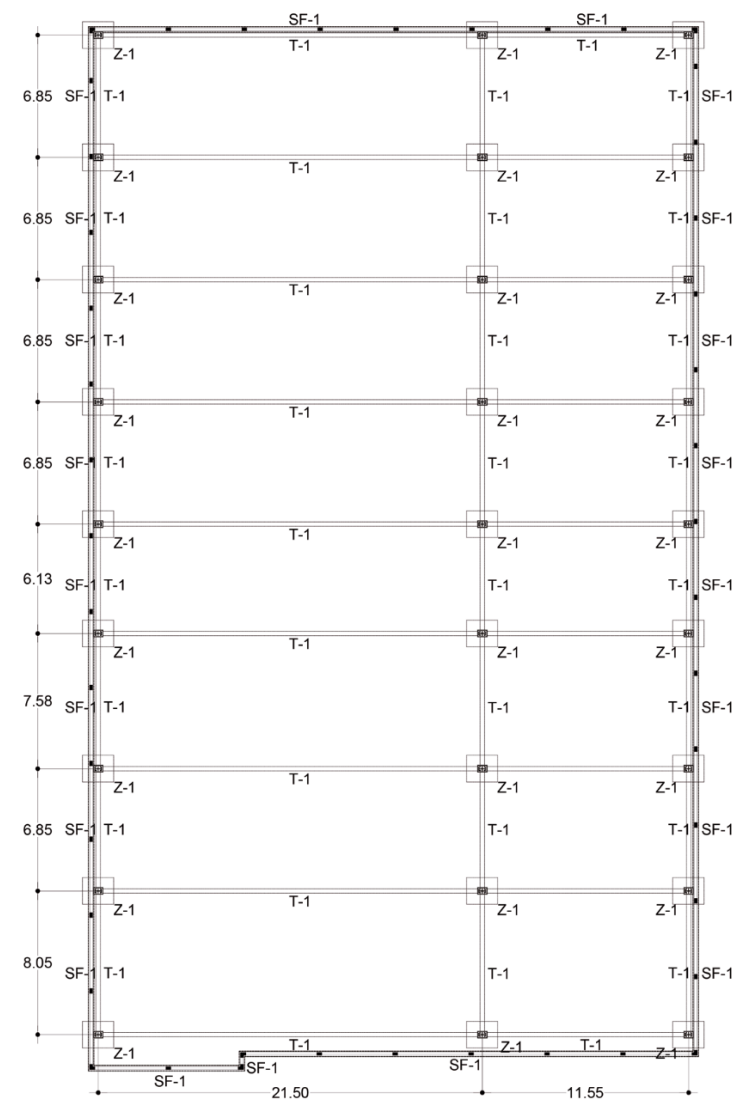
HOJA:  
3/5



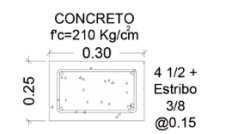
PLANTA DE FUNDACIONES  
EDIFICIO NORTE  
ESC 1:200



PLANTA DE FUNDACIONES  
EDIFICIO SUR OESTE  
ESC 1:200



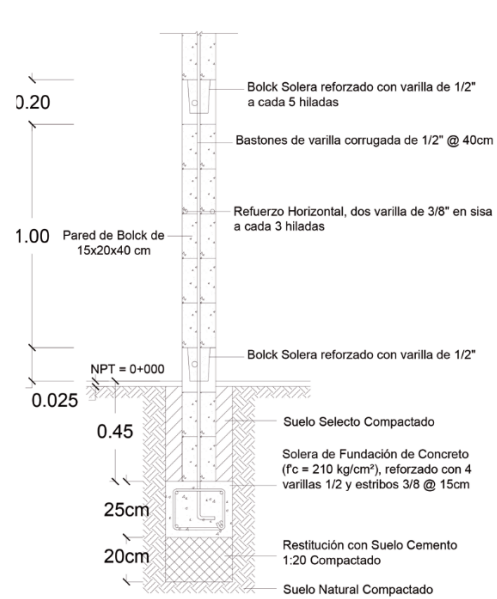
PLANTA DE FUNDACIONES  
EDIFICIO SUR ESTE  
ESC 1:200



CONCRETO  
f<sub>c</sub>=210 Kg/cm<sup>2</sup>  
0.30  
4 1/2 +  
Estribo  
3/8  
@0.15  
DETALLE DE SOLERA  
DE FUNDACIÓN SF-1  
SIN ESCALA

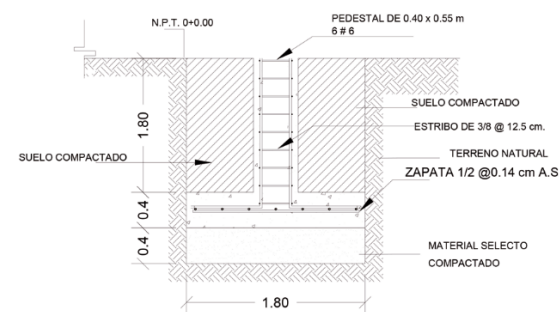


CONCRETO  
f<sub>c</sub>=210 Kg/cm<sup>2</sup>  
0.25  
4 1/2 +  
Estribo  
3/8  
@0.15  
DETALLE DE  
TENSOR T-1  
SIN ESCALA



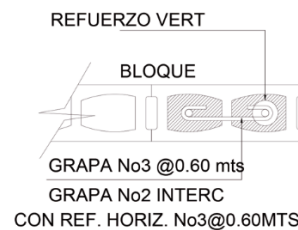
SECCION DE PARED DE BLOCK DE  
15x20x40 Y SOLERA DE FUNDACION

SIN ESCALA

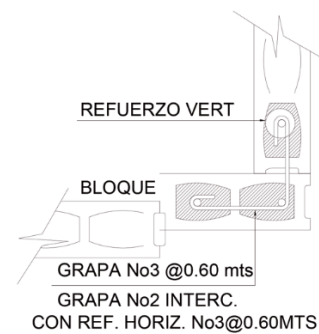


SECCION TIPO DE  
PEDESTAL Y ZAPATA Z-1

SIN ESCALA

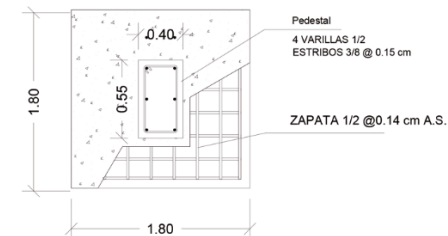


REFUERZO VERT  
BLOQUE  
GRAPA No3 @0.60 mts  
GRAPA No2 INTERC  
CON REF. HORIZ. No3@0.60MTS



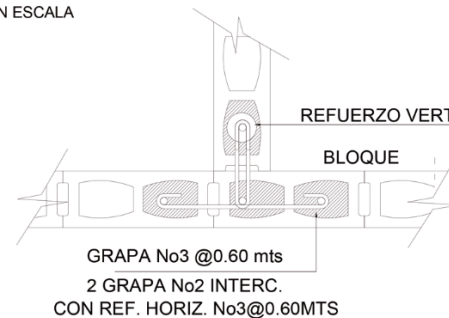
REFUERZO VERT  
BLOQUE  
GRAPA No3 @0.60 mts  
GRAPA No2 INTERC.  
CON REF. HORIZ. No3@0.60MTS

UNIONES TIPICAS DE PAREDES  
SIN ESCALA

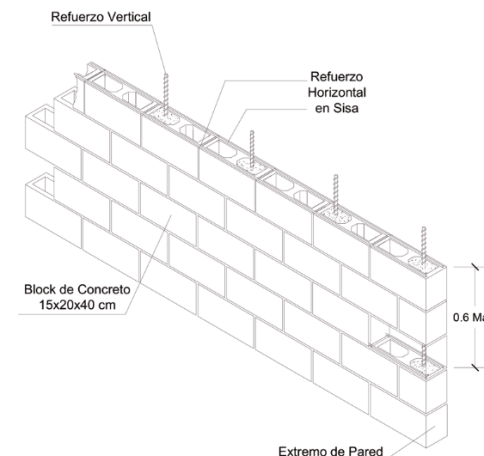


VISTA EN PLANTA DE  
ZAPATA Z-1

SIN ESCALA

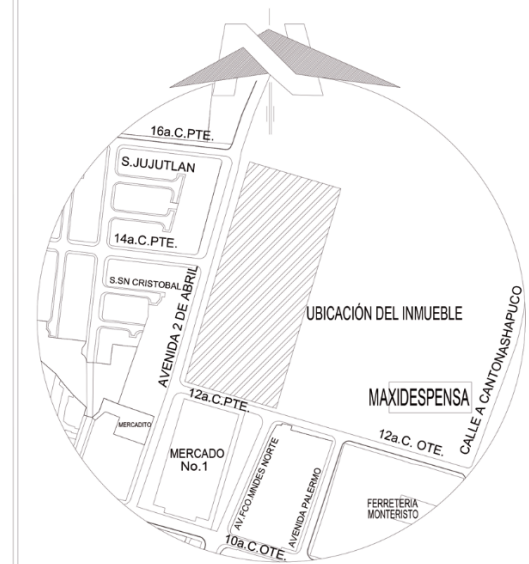


REFUERZO VERT  
BLOQUE  
GRAPA No3 @0.60 mts  
2 GRAPA No2 INTERC.  
CON REF. HORIZ. No3@0.60MTS



DETALLE DE REFUERZO HORIZONTAL  
SIN ESCALA

ESQUEMA DE UBICACIÓN



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y  
ARQUITECTURA

PROYECTO:  
"PROPUESTA DE ANTEPROYECTO  
ARQUITECTÓNICO PARA EL NUEVO  
MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE  
AHUACHAPÁN"

DOCENTE ASESOR:  
ARQ. LEONED SANDOVAL

CONTENIDO:  
- PLANTA DE FUNDACIONES EDIFICIO NORTE  
- PLANTA DE FUNDACIONES EDIFICIO SUR OESTE  
- PLANTA DE FUNDACIONES EDIFICIO SUR ESTE  
- DETALLES TÍPICOS DE FUNDACIONES  
- DETALLE DE UNIÓN TÍPICA DE PAREDES  
- DETALLE DE REFUERZO HORIZONTAL

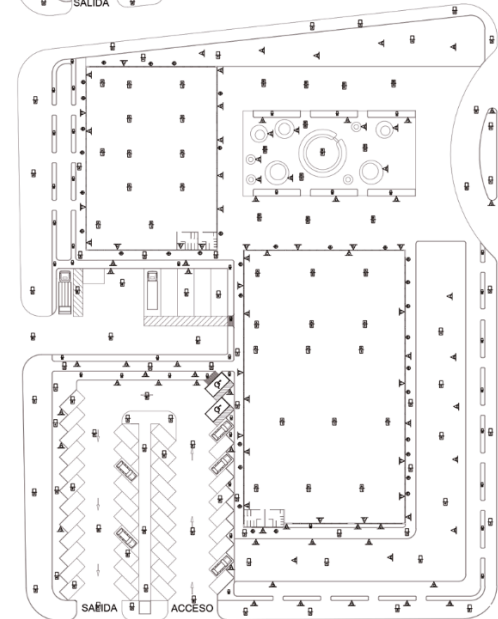
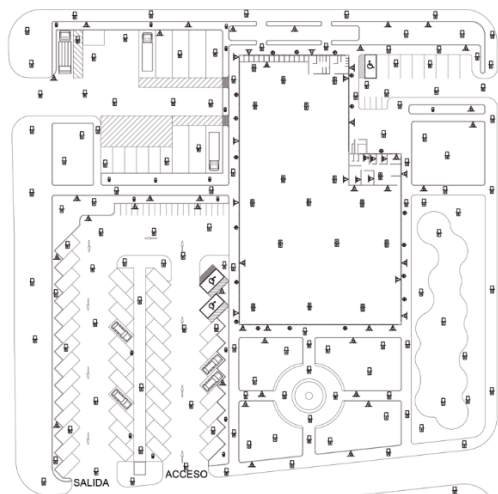
PRESENTA:  
Br. MANCÍA LÓPEZ, JEAMILETH ELETICIA  
Br. MORALES ESTRADA, MARCELA ALEJANDRA  
Br. MURCIA DOMÍNGUEZ, ADRIANA IVETTE

AREA A CONSTRUIR:  
4,753.28 m<sup>2</sup>

ESCALA:  
INDICADA

FECHA:  
FEBRERO 2021

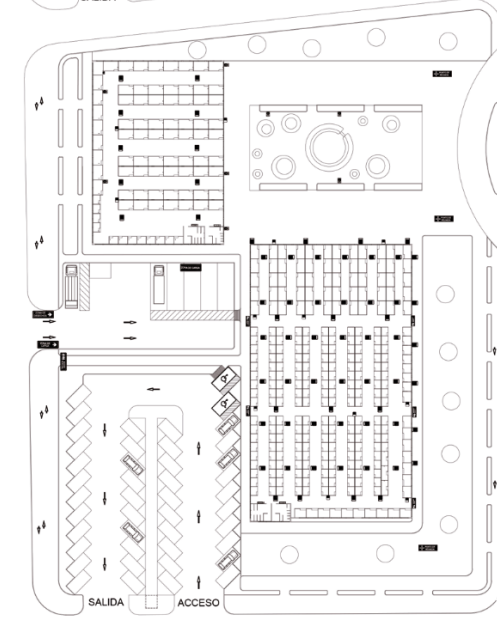
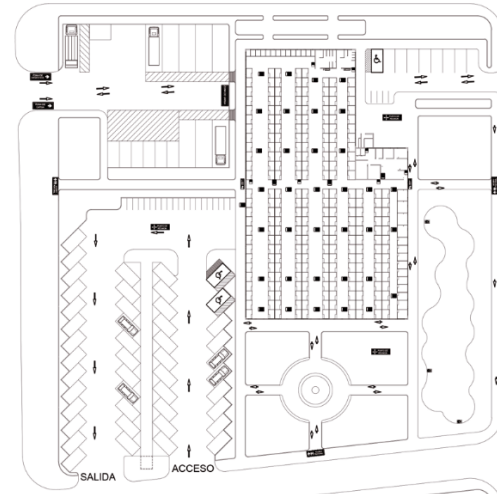
HOJA:  
4/5



PLANTA DE ACABADOS

ESC 1:750

CUADRO DE ACABADOS			
VENTANAS			
ANCHO	ALTO	REPISA	DESCRIPCION
1.50	2.90	3.15	PARASOLES FIJOS, CON VENTANA TIPO CELOSIA
PUERTAS			
ANCHO	ALTO	DESCRIPCION	
P-1	2.50	DOBLE PUERTA METALICA, MARCO ESTRUCTURAL PINTADA CON DOSMANOS DE ANTICORROSIVO Y DOS MANOS DE LACA AUTOMOTRIZ.	
P-2	2.00	DOBLE PUERTA METALICA, MARCO ESTRUCTURAL PINTADA CON DOSMANOS DE ANTICORROSIVO Y DOS MANOS DE LACA AUTOMOTRIZ.	
P-3	1.00	PUERTA DE MADERA, MARCO DE CEDRO Y DOBLE FORRO DE PLWIDOPINTADA CON 1 MANO DE SELLADOR Y 2 MANOS DE BARNIZ.	
P-4	1.00	PUERTA DE MADERA, MARCO DE CEDRO Y DOBLE FORRO DE PLWIDOPINTADA CON 1 MANO DE SELLADOR Y 2 MANOS DE BARNIZ.	
P-5	1.00	PUERTA DE VIDRO LAMINADO COLOR BRONZE 6MM, PERFIL DE ALUMINIO Y ACCESORIOS EN ACERO INOXIDABLE.	
P-6	0.60	PUERTA DE MELAMINA PARA BAÑOS DE HOMBRES Y MUJERES	
P-7	0.80	PUERTA DE MELAMINA PARA BAÑOS DE HOMBRES Y MUJERES	
P-8	1.90-3.00	CORTINA METALICA, DUELA PERFORADA CON RESORTES METALICOS	
PAREDES			
CLAVE	DESCRIPCION		
A	TABLA YESO DENGLASS DE 1/2 PULG 4x8 PIES		
B	PARED DE BLOCK DE CONCRETO DE 10x20x40 CM, REPELLADO AFINADO Y PINTADO.		
C	PARED DE BLOCK DE CONCRETO DE 15x20x40 CM, REPELLADO AFINADO Y PINTADO.		
D	ARRIATES DE LADRILLO DE BARRO VISTO		
E	ARRIATE DE CONCRETO VISTO, A UNA ALTURA DE 0.55CM		
PISOS			
CLAVE	DESCRIPCION		
1	PISO DE CONCRETO PULIDO		
2	PISO DE CONCRETO VISTO		
3	PISO DE CONCRETO TIPO ACERA DE 180KG/CM <sup>2</sup> Y 10CM DE ESPESOR		
4	GRAMA SAN AGUSTÍN, CON UNA BASE DE TIERRA NEGRA DE 20CM DE ESPESOR		
5	BALDOSA DE CONCRETO		
6	PAVIMENTO ASFALTICO		
7	PISO DE CAUCHO PARA SEGURIDAD DE NIÑOS		
8	CERAMICA DE 33x33 ANTIDESLIZANTE PARA SS		
CIELOS			
CLAVE	DESCRIPCION		
1	TECHO DE LAMINA GALVANIZADA CON ESTRUCTURA VISTA		
2	TECHO DE LAMINA DE POLICARBONATO		

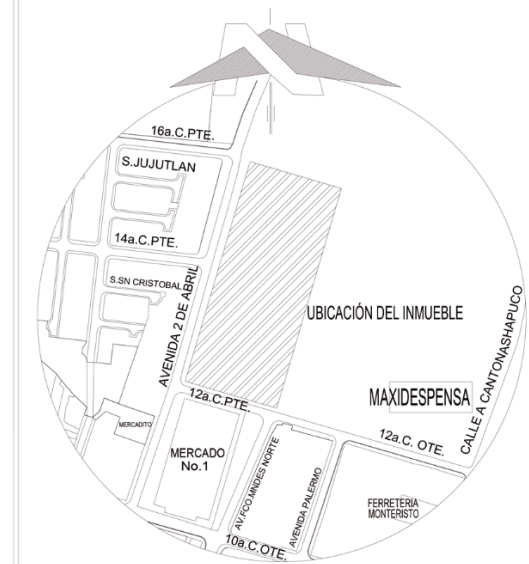


PLANTA DE EVACUACIÓN

ESC 1:750



ESQUEMA DE UBICACIÓN



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROYECTO:  
"PROPUESTA DE ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO PARA EL NUEVO MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE AHUACHAPÁN"

DOCENTE ASESOR:  
ARQ. LEONED SANDOVAL

CONTENIDO:  
- PLANTA DE ACABADOS  
- PLANTA DE EVACUACIÓN

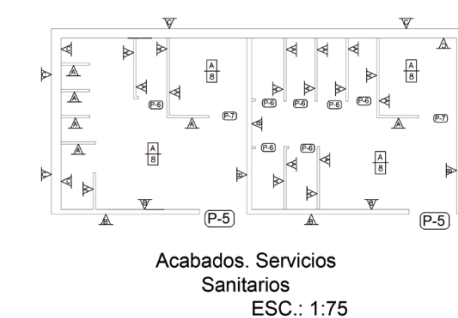
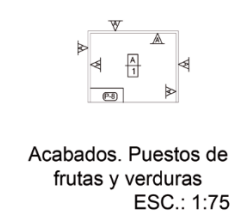
PRESENTA:  
Br. MANCÍA LÓPEZ, JEAMILETH ELETICIA  
Br. MORALES ESTRADA, MARCELA ALEJANDRA  
Br. MURCIA DOMÍNGUEZ, ADRIANA IVETTE

AREA A CONSTRUIR:  
4,753.28 m<sup>2</sup>

ESCALA:  
INDICADA

FECHA:  
FEBRERO 2021

HOJA:  
5/5



## 6.2 VISTAS REPRESENTATIVAS DEL PROYECTO





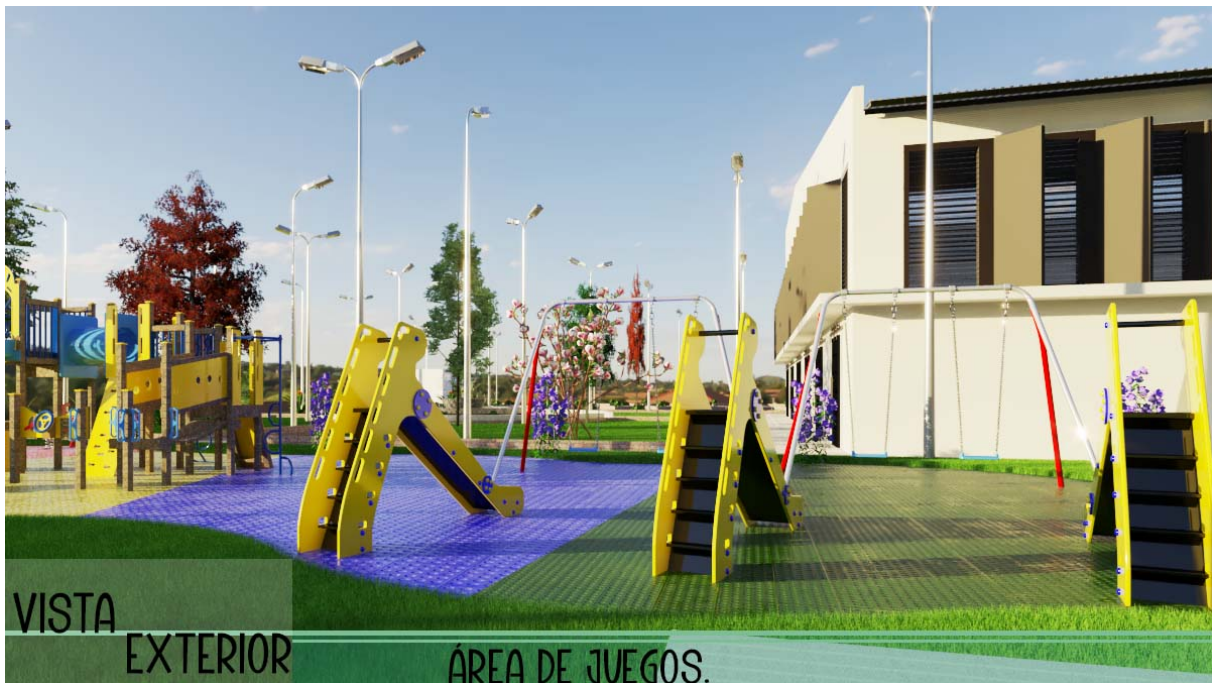
VISTA DE PLAZA 1 ÁREA DE COMIDAS.



VISTA DE FACHADA EDIFICIO NORTE.



VISTA EDIFICIO NORTE ÁREA DE JUEGOS.



VISTA EXTERIOR ÁREA DE JUEGOS.



VISTA DE  
ESTACIONAMIENTO

ESTACIONAMIENTO NOR-OESTE.



VISTA  
EXTERIOR

EDIFICIO NORTE.









VISTA DE  
AREA DE VENTAS

AREA DE COMEDORES.

### 6.3 ESTIMACIÓN DE COSTOS

ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA						
N°	DESCRIPCIÓN	CANT	UNIDAD	PRECIO /UNIT	SUB-TOTAL	PARTIDA TOTAL
<b>1</b>	<b>TRAZO Y NIVELACIÓN</b>					<b>\$4,916.40</b>
1.1	TRAZO Y NIVELACIÓN	22,347.51	M <sup>2</sup>	\$0.22	\$4,916.40	
<b>2</b>	<b>EXCAVACIÓN</b>					<b>\$82.16</b>
2.1	EXCAVACIÓN A MANO	320.94	M <sup>3</sup>	\$9.06	\$82.16	
<b>3</b>	<b>CIMENTACIONES</b>					<b>\$106,497.80</b>
<b>3.1</b>	<b>COLUMNAS</b>					<b>\$59,511.44</b>
3.1.1	C-1 ALMA ABIERTA, CON PERALTE CONSTANTE HASTA 0.40M; CON 4L2X2X1/4+CELOSÍAS #4@60° Y #3@45° INC PINT	424.74	ML	\$49.04	\$20,829.25	
3.1.2	C-2 ALMA LLENA H=0.4M 4L 2X2X1/8+2 CEL L1X1X1/8 COLOCADA A 60° INC PINT ACEITE (1MAN) Y ANTICORR (2MANOS)	140.00	ML	\$43.38	\$6,073.2	
<b>3.2</b>	<b>ZAPATA</b>					<b>\$27,463.60</b>
3.2.1	COMPACTACIÓN CON S.S. ZAPATA Z1	547.56	M <sup>3</sup>	20.37	\$11,153.80	
3.2.1	ZAPATA 1.70X1.70X0.40 M REF. #5@0.12 M A.S.; F'C=210KG/CM2	65.00	U	\$250.92	\$16,309.80	
3.3	PEDESTAL 0.40X0.55X1.8M; REF 6#6+EST#3@0.125M; F'C=210KG/CM2; INCLUYE ENCOFRADO	65.00	U	\$79.16	\$5,145.40	
	SOLERA DE FUNDACIÓN 0.30X0.25M; REF 4#3+EST#3@0.15M; F'C=210 KG/CM2	589.78	ML	\$12.30	\$7,254.20	
3.5	TENSOR DE 0.25X0.25M; REF 4#4+EST#3@0.15M; F'C=210 KG/CM2	1,089.21	ML	\$16.78	\$18,276.94	
<b>4</b>	<b>PAREDES</b>					<b>\$124,416.3</b>

4.1	PARED BLOQUE 15X20X40R.V. #3@ 60 R.H. #2@ 40	2,801.17	M <sup>2</sup>	\$28.39	\$79,525.20	
4.2	PARED DE BLOQUE DE CONCRETO 10X20X40 CON RV#4@0.60+RH2#2@0.40 ACERO G40	232.30	M <sup>2</sup>	\$21.16	\$4,878.3	
4.3	DIVISIÓN DE TABLA YESO DENSGLOSS (HECHURA LIJADO Y PINTADO)	7,429.03	M <sup>2</sup>	\$28	\$40,012.8	
5	<b>TECHOS</b>					<b>\$816,395.66</b>
	VIGA MACOMBER H=0.40M CON 4L1½X1½X3/16+2CELOSÍAS NO 4 A 60° INCLUYE PINTURA	20,101.30	ML	\$30	\$603,039.00	
5.1	CUBIERTA DE LÁMINA ZINC- ALUM CALIBRE 26	5,137.04	M <sup>2</sup>	\$11.54	\$59,281.40	
	CUBIERTA DE LAMINA TRASLUCIDA DE POLICARBONATO, SUNLIGTH	1,535.92. 1799.14	M <sup>2</sup>	\$10.40	\$15,973.56	
5.2	POLIN C ENCAJUELADO DE 8" CH 14 INCLUYE PINTURA	5,845.5	ML	\$23.56	\$13,4446.50	
5.3	CANAL DE ALL C/LAMINA GALVANIZADA #26 A=20 Y B=15 C/GANCHOS #4@50	304.60	ML	\$12.60	\$3,655.20	
6	<b>REPELLOS Y AFINADOS</b>					<b>\$19,664.21</b>
6.1	REPELLOS EN PAREDES E=2CM PROP=1:3	2,801.17	M <sup>2</sup>	\$5.22	\$14,005.85	
6.2	AFINADOS EN PAREDES E=2MM PROP=1:1	2,801.17	M <sup>2</sup>	\$2.02	\$5,658.36	
7	<b>PISOS</b>					<b>\$213,503.90</b>
7.1	PISO DE CONCRETO REFORZADO CON ELECTROMALLA CALIBRE 10 ESP=0.12M; F'C=210KG/CM2	466.55	M <sup>2</sup>	\$18.74	\$8,397.90	
7.2	PISO DE CONCRETO REFORZADO CON ELECTROMALLA CALIBRE 10 ESP=0.12M; F'C=210KG/CM2 PULIDO	4,167.28	M <sup>2</sup>	\$7.96	\$29,170.96	
7.3	ENGRAMADO	4,543.10	M <sup>2</sup>	\$2.86	\$12,993.30	

7.4	PISO ENCEMENTADO T/ACERAS/PIEDRA CUARTA	4,453.43	M <sup>2</sup>	21.50	\$95,748.74	
7.5	PISO CON BALDOSA CEMENTO 20X40	1,881.52	M <sup>2</sup>	13.18	\$24,459.70	
7.6	CARPETA DE PAVIMENTO ASFÁLTICO; COLOCACIÓN MANUAL	3,515.38	M <sup>2</sup>	7.05	\$24,607.66	
7.7	PISO DE CAUCHO DE SEGURIDAD PARA NIÑOS	363.00	M <sup>2</sup>	42.00	\$15,246.00	
7.8	CERAMICA ANTIDESLIZANTE EN BAÑOS	114.00	M <sup>2</sup>	\$25.26	\$2879.64	
<b>8</b>	<b>PINTURA</b>					<b>\$41,848.80</b>
	PINTURA LATEX DE AGUA	10,462.2	M <sup>2</sup>	\$4.11	\$41,848.80	
<b>9</b>	<b>SUMINISTRO E INSTALACION DE PUERTAS, VENTANAS</b>					<b>\$334,333.95</b>
	PUERTAS	68	U	\$189.49	\$12,885.30	
	MAYA METALICA PERFORADA.	987.00	YAR	\$3.95	\$3898.65	
	VENTANAS	351	U	\$50.00	\$317,550.00	
					<b>COSTO DIRECTO</b>	<b>\$1,689,122.78</b>
					<b>COSTO INDIRECTO (30%)</b>	<b>\$506,736.83</b>
					<b>TOTAL</b>	<b>\$2,195,859.61</b>
					<b>IVA (13%)</b>	<b>\$285,461.75</b>
					<b>MONTO TOTAL DEL PROYECTO</b>	<b>\$2,481,321.36</b>

**CAPÍTULO VII:  
CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES**

## **7.1 CONCLUSIONES**

- La propuesta de anteproyecto arquitectónico planteada, brinda una solución al desbordamiento de ventas informales en el sector, problemática actual de los mercados en el municipio de Ahuachapán.
- Basada en los censos realizados por la alcaldía municipal de Ahuachapán, la propuesta ofrece un diseño preparado para ubicar a los vendedores informales del sector.
- El incremento de ventas informales en el sector obedece además del incremento de población en el municipio, a la situación económica en el país.
- Con la propuesta de anteproyecto arquitectónico se efectúan diferentes soluciones referentes a ventas informales, estética, funcionalidad, zonificación, higiene y seguridad tanto para los comerciantes como para los consumidores.
- La construcción del nuevo mercado promoverá mayor afluencia de personas lo que generaría mejoras en la economía tanto de los vendedores como de los compradores.

## **7.2 RECOMENDACIONES**

- Para aminorar la problemática de desbordamiento de ventas informales, se debe implementar la construcción de mercados de menudeo, en áreas lejanas al radio de influencia de los mercados existentes.
- Conciliar con las instituciones correspondientes la proyección de la 14 calle oriente y el funcionamiento de transporte público para garantizar la accesibilidad del proyecto y evitar el congestionamiento vehicular.
- Mantener actualizados los censos de arrendatarios para un mejor control del crecimiento comercial en la ciudad.
- Tener información detallada sobre los arrendatarios y registro del tipo de actividades comerciales que estos llevan a cabo dentro del mercado.
- Se proponen áreas destinadas a puestos temporales, para evitar ventas informales en temporadas de alto comercio.
- Crear un reglamento interno que garantice un estricto control de parte de la municipalidad, para no permitir la instalación de ventas informales en los alrededores del mercado y así evitar posibles nuevos desbordamientos. Además, que incluya lineamientos a seguir para velar por el orden y buen uso de las instalaciones del edificio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- JOSE BAUTISTA, EINAR BUSTILLO, CARLOS VALENCIA. (2003). Anteproyecto Urbano Arquitectónico de la Plaza-Mercado Municipal y Terminal de Transporte Público, en la ciudad de Ahuachapán.  
<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/2415/>
- Gómez López, Jenny Magaly. (2006). Anteproyecto Arquitectónico Del Mercado De San Marcos.  
<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/4357/>
- Antecedentes Generales De Los Mercados Municipales. Capítulo I.
- González, María. (20 julio 2002). Concepto de mercado y sus tipos  
<https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- Pareja Sime, Juan Carlos, Tesis de grado, Mercado de abastos, diseño arquitectónico, municipalidad. 2017. Recuperado de:  
<https://alicia.concytec.gob.pe>
- Mendoza Guzmán, Estefany; Moncada Padilla Jessica. Facultad de ciencias empresariales, escuela de Administración. Recuperado de:  
<https://es.calameo.com/books/003164215d9ed9300aa55>
- Plan Maestro Y Estudio De Prefactibilidad De Mercados Minoristas, Volumen I, 1998.  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02\\_1967.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1967.pdf)
- Definición y que es mercado mayorista.  
<https://definicionyque.es/mercado-mayorista/>
- Rodríguez Quiroa, Marco. (Julio de 2001). Mercado y Central de Transferencia para Chiquimula.  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02\\_0982.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_0982.pdf)
- Guía Técnica para la administración de mercado municipal. Instituto Nacional de Administración Pública, Centro de estudios de administración municipal. México. 1986.

- Catalán Armas, Hilda Fabiola. Centro de comercialización, Guastatoya el progreso. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura. 2004.  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02\\_1176.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1176.pdf)
- Arq. Leonardo García. Mercado Municipal, Manuales Elementales de Servicios Municipales 2 (2006).  
<https://es.scribd.com/document/38443077/Manual-de-Mercados>  
Ahuachapán (municipio en El Salvador) Recuperado de:  
[https://www.ecured.cu/Ahuachap%C3%A1n\\_\(municipio\\_en\\_El\\_Salvador\)](https://www.ecured.cu/Ahuachap%C3%A1n_(municipio_en_El_Salvador))
- Caracterización de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Municipio de Ahuachapán, Ahuachapán, El Salvador. (2007)
- VI censo de población y V censo de vivienda, Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), El Salvador, 2007.
- Asamblea Legislativa. Ley de Carreteras y Caminos Vecinales ()  
[https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117\\_072925725\\_archivo\\_documento\\_legislativo.pdf](https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072925725_archivo_documento_legislativo.pdf)
- Plan Nacional de Ordenamiento y Desarrollo Territorial para la Región Santa Ana-Ahuachapán.  
<https://observatorio.vivienda.gov.sv/docs/descargar>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

<b>VENTA EN LA VIA PBLICA ALREDEDOR DEL PARQUE FRANCISCO MENENDEZ COSTADO NORTE FRENTE A SUPER SELECTOS.</b>		
	<b>NOMBRE</b>	<b>VENTA</b>
1	JORGE CALDERON CABRERA	ROPA DEPORTIVA
2	IRMA ARACELY AREVALO	ROPA
3	JOSSELIN KARINA RUIZ	VENTAS VARIAS
4	ADONAY GODINEZ	VENTAS VARIAS
5	FLOR DE MARIA VELIZ	VENTAS VARIAS
6	EDWIN RIVERA	ROPA
7	JACKELIN GARCIA ORTIZ	ROPA
8	ARACELY DE LEON.	ROPA
9	MARIA ESCALANTE	ROPA
10	MAURICIO ANTONIO GUERRERO	ROPA
11	ZOILA ELIZABETH SIGUENZA	ROPA
12	ENRIQUE CHACHAGUA	ROPA
13	CRISTIAN CASTILLO GARCIA	ROPA
14	ANA GLADIS MARTINEZ	TORTAS
15	GLORIA GUEVARA	ARTESANIA
16	JORGE ORLANDO BARRERA	ROPA USADA
17	DORA ALICIA GUTIERREZ	ROPA
18	FRANCISCO RAMIREZ	DETERGENTE
19	BENJAMIN RAMIREZ MARTINEZ	ROPA
20	FELIPE ANTONIO MENDEZ	ARTESANIAS
21	REINA GUADALUPE MENDOZA	GINAS
22	ANA YANIRA CHAVEZ	CALZADO
23	EDITH LILIAN MORAN DE ESCALANTE	VENTAS VARIAS
24	MARIA SANTANA BONILLA	ROPA INTERIOR
25	JULIA ELIZABETH GONZALES	ROPA
26	CARLOS ALBERTO CASTANEDA	ROPA

**VENTA EN LA VÍA PÚBLICA ALREDEDOR DEL PARQUE FRANCISCO  
MENENDEZ COSTADO PONIENTE FRENTE A ALMACEN PREMIUM  
CENTER**

	<b>NOMBRE</b>	<b>VENTA</b>
1	LORENA ELIZABETH RAMIREZ PINEDA	ROPA
2	LAURA GRISELDA RAMIREZ PINEDA	TORTAS
3	DAYSY CADENAS	DULCES
4	NATALY CORLETO	REFRESCOS
5	MARIA BRISUELA	PANES
6	ODAIA EUNICE RIVERA	JUGOS
7	MIGUEL ANGEL ZEPEDA	PANES
8	ANA LUZ AGUIRRE	REFRESCOS
9	PATRICIA RAMIREZ AGUILAR	FRUTAS
10	DAMARIS MOLINA	VENTAS VARIAS
11	RAMONA DEL CARMEN HERNANDEZ	VENTAS VARIAS
12	NUBIA LISSETH ROSALES	DULCES
13	DINA HERNANDEZ	REFRESCOS
14	MARIO ALFONSO REYES	PERIODICO
15	REINA ELIZABETH MORALES	LACTEOS
16	MARIA GARCIA	TORTAS
17	ROXANA DEL CARMEN LOPEZ	REFRESCOS
18	NORMA ELIZABETH PEREZ	PANES

<b>VENTA EN LA VIA PÚBLICA ALREDEDOR DEL PARQUE FRANCISCO MENENDEZ, COSTADO SUR FRENTE A ALMACEN PREMIUM CENTER.</b>		
<b>NOMBRE</b>		<b>VENTA</b>
1	LEYDI KISSETH AGUILAR ORANTES	FOCOS
2	JOSE MANUEL CALDERON	AMACAS
3	MARIELA DEL CARMEN PEREZ	ROPA INTERIOR
4	SULEYMA JASMIN GALICIA	FOCOS
5	BITIA CORALIA ANDRAE	TORTAS
6	MERCEDE RODRIGUEZ	COMIDA
7	BETY ESTELA SANTACRUZ	ROPA USADA
8	ALDER MAURICIO VALENZUELA	ROPA USADA
9	MARIA LIDIA PEREZ	ROPA USADA
10	NOLBIA DOREYDA FIGUERIA	ROPA USADA
11	DORA ISABEL CORREA	HOTDOG
12	IDANIA BEATRIZ GUILLEN	ROPA
13	NUBIA AYDEE GARCIA	ROPA
14	ANA YANIRA VELASQUEZ	TORTAS
15	ADELA ROMERO DE REYMUNDO	TORTAS

<b>VENTA EN LA VÍA PÚBLICA ALREDEDOR DEL PARQUE FRANCISCO MENENDEZ COSTADO ORIENTE FRENTE AL MERCADO N°2</b>		
	<b>NOMBRE</b>	<b>VENTA</b>
1	NORMA PATRICIA HERNANDEZ	REFRESCO
2	JOSE ARMANDO NOLASCO	ARTESANIAS
3	ANTONIO ISAAC CORTEZ	VENTAS VARIAS
4	RAFAEL AREVALO	SOMBRIAS
5	WENDY DINORA PINEDA	CALZADO
6	MARIA JOSE MORALES	CALZADO
7	MIGUEL ANGEL SEGURA	ARTESANIA
8	MAURICIO ALFREDO GIRON	CALZADO
9	EDWIN OMAR GIRON	CALZADO
10	EVELIN CASHPAL	ROPA COMIDA
11	ANA MARIA LOBOR	CALZADO
12	MAURICIO JUARES	REFRESCO
13	ROSA MIRIAN CORADO	VENTAS VARIAS
15	JOSE ALEXANDER GARCIA	CALZADO
16	KATHERIN SALAZAR	CALZADO
17	MANUEL ENRIQUE ALVARADO	CALZADO
18	TOMAS ALVARADO	CALZADO
19	MAURICIO DURAN TEJADA	LICUADOS
20	DANIA MARTINEZ	ARTESANIAS
21	MARIO NELSON GARCIA	VENTAS VARIAS
22	ANA DEL CARMEN PRESIDENTE	DULCES
23	YESSICA BEATRIZ ZEPEDA	CALZADO
24	RONALD PEREZ MORALES	JUGUETES

**VENTA EN LA VÍA PÚBLICA SOBRE LA ACERA DETRÁS DE MODULOS  
COSTADO ORIENTE EN AVENIDA FRANCISCO MENENDEZ NORTE ENTRE  
8° CALLE PONIENTE Y 10° CALLE PONIENTE**

<b>NOMBRE</b>		<b>VENTAS</b>
1	ANGELINA CABRERA GALICIA	ROPA
2	CORINA ELIZABETH	ROPA
3	CLAUDIA VERONICA DE GUTIERREZ	VENTAS VARIAS
4	MERCEDES TOBIAS	CEREALES
5	EMMA LETICIA CHAVEZ	ROPA
6	MARITZA DE ESQUIVEL	CALZADO
7	TERESA SANDOVAL	PLASTICO
8	ELVA YANIRA CONTRERAS	ROPA
9	YANIRA BONILLA	ROPA
10	JUANA MAGAÑA	PINOL
11	EDUARDO DIAZ	HUEVOS
12	LETICIA BETETETA	VENTAS VARIAS
13	MARIA CHACHAGUA	FRUTAS
14	MARIA ZUMBA	VERDURAS
15	ZOILA AMERICA DE CANIZALES	REPUES
16	MORENA LIMA	ROPA USADA
17	PATRICIA LIMA	ROPA USADA
18	ANA DOLORES NICIA	ROPA USADA
19	ANA RIVAS	ROPA USADA
20	JUDITH RIVAS	ROPA USADA
21	CARLOS MAURICIO RIVAS	ROPA USADA
22	OSCAR ADALVERTO RIVAS	MEDICINA
23	ROSA SANDOVAL CRISEL ESMERALDA PEREZ	PLATOS
24	SANDRA MARITZA CHINCHILLA	ZEPILLOS
25	RAMONA DEL CARMEN HERNANDEZ	VENTAS VARIAS
26	SANDY GUADALUPE PACAY	ROPA INTERIOR

**VENTA EN LA VIA PUBLICA SOBRE LA 2 DE ABRIL NORTE ENTRE 8° CALLE  
PONIENTE Y 10° CALLE PONIENTE**

<b>NOMBRE</b>		<b>VENTA</b>
1	JOSE MAURICIO ASCENCIO	CD
2	VILMA MARTINEZ	TORTILLAS
3	ROSA PINEDA	VERDURAS
4	ARACELY MARTINEZ	TORTILLAS
5	ELSY ELIZABETH GARCIA	TORTILLAS
6	PAZ ALBAREZ	TORTILLAS
7	ENA MARIA MENENDEZ	TORTILLAS
8	ANA LUISA CHACHAGUA	TORTILLAS
9	LILIAN DEL ROSARIO MURGAS	VERDURAS
10	ILIANA CAROLINA PEREZ	VERDURAS
11	KENY JACKELIN PREZ	VERDURAS
12	VERONICA JEAMILETH PEREZ	VERDURAS
13	CLEDIS BEATRIZ LOPEZ	GANCHOS
14	ALISSON LISSETH HERNANDZ	ROPAS
15	LETICIA HERRERA FLORE	GANCHOS
16	PEDRO RINCAN	PELUCHES
17	SILVIA MONGE	PLATANOS
18	MARIA DEL TRANSITO SALAZAR	PLANTAS
19	HAYDEE CASTILLO	CALSADO
20	SILVIA LINETH PINZON	ROPA
21	BRENDA MARICELA GONZALES	VERDURAS
22	ROXANA YESSERIA VELASQUEZ	TOMATES
23	ANA MARIA GALICIA	VERDURAS
24	ANA MARIA LABOR	VERDURAS
25	BERTA OSORIO	VERDURAS
26	ANA GARCIA	GUINEO
27	RUBIA MARGARITA GARCIA	VERDURAS
28	MATILDE YESENIA PEREZ MAGAÑA	VERDURAS
29	LIDIA MERCEDES GONZALES	VERDURAS
30	EDWIN ARMANDO SILVA	VERDURAS

31	ROSA MORALES	VENTAS VARIAS
32	ANTONI LOPEZ	ROPA
33	LUZ DE MARIA RAMIREZ	POLLO
34	JENIFER LISETH ESCOBAR	FRUTA
35	PRISCILA CONTRERAS	VERDURAS
36	JENNY ELISABETH SALAZAR	FRUTA
37	DENNIS SALAZAR	FRUTAS
38	JUANA ESTER OSORIO	GUINEOS
39	HAYDEE IDALIA PEREZ	VERDURAS
40	MARIA ISABEL SEREN	VERDURAS
41	CLAUDIA ARACELY RUIZ	VENTAS VARIAS
42	ERICK CORONADO	VENTAS VARIAS
43	LIDIA ESPERANZA MAGAÑA	AJOS
44	LETICIA CALDERON	VENTAS VARIAS
45	DIANA CAMPOS	ROPA
46	DAMARIS ANTONIA MOLINA	VENTAS VARIAS
47	MANUEL DE JESUS CAMPOS	VERDURAS
48	CLAUDIA YESSENIA PORTILLO	GRANOS VASICOS
49	PEDRO ENRIQUE AGUIRRE	ROPA
50	EDMUNDO PORTILLO	ROPA
51	ANA MERCEDES CORTEZ	VENTAS VARIAS
52	MONICA BEATRIZ ASCENSIO	FFRUTA
53	VERONICA ADELYDA CONTRERAS	FFRUTA
54	GLENDA ROXANA ZUNIGA	FFRUTA

<b>VENTA EN LA VIA PUBLICA SOBRE LA 8° CALLE ORIENTE Y PONIENTE ENTRE CALLE INTERNACIONAL Y 4° AVENIDA NORTE</b>		
	<b>NOMBRE</b>	<b>VENTAS</b>
1	ELFA ROXANA ESCOBAR	FRUTAS
2	OSCAR ANTONIO PASTUL MATA	PELICULAS
3	GLENDA NATALY MATA LAVAREZ	PELICULAS
4	ASTRID LOURDES ALVAREZ	VENTAS VARIAS
5	INGRID LISSET CANTADERIO	PUPUSERIA
6	CANDELARIA DE JESUS DIAZ	SANDIA
7	JONATHAN CARREÑO	SANDIA
8	FRANCISCO ISRAEL	SANDIA
9	SANTOS ALFONSO JACOBO	COCOS
10	DORA ALICIA ORELLA DE BORJA	FRUTAS
11	GLENDA SANCHEZ	FRUTAS
12	NORMA GUADALUPE SANCHEZ	FRUTAS
13	NOEMI OLIVARES DE LOPEZ	LACTEOS
14	NOEMI FARFAN HERNANDEZ	VERDURA
15	ROXANA MARILIN FARFAN RAMIREZ	VERDURA
16	MARIA DEL TRANSITO TRELIS	VERDURA
17	DORA ALICIA AGGUILAR	VERDURA
18	MARTA GLADIS VALENCIA DIAZ	PAN
19	MARIA CONSUELO BONILLA	MARISCOS
20	ELBA MERCEDES RIVERA	FRUTAS
21	RUHT JEAMILETH VEGA FUENTES	CALZADO
22	NANCY LISSETH GALICIA ORTIZ	LACTEOS
23	OLIVIA ORTIZ	VERDURA
24	ORCAR MAURICIO MARTINEZ	CALZADO USADO
25	MASRTA GLADIS MARTINEZ	ROPA
26	DOUGLAS ENRIQUE GARCIA GONIDEZ	ROPA
27	MANUEL DE JESUS LOPEZ	ROPA

28	JOCOBO ISAI MARTINEZ	VENTAS VARIAS
29	YANIRA CALRIBEL RIVAS DE LOPEZ	VENTAS VARIAS
30	MANUEL DE JESUS RIVAS PALACIOS	VENTAS VARIAS
31	ANA MERCEDES MENDOZA	VENTAS VARIAS
32	KAREN GUADALUPE CAMPOS	TAMALITOS
33	VERONICA DE JESUS RAMOS GARCIA	RIGUAS
34	MARIA DEL CARMEN RAMOS	VENTAS VARIAS
35	ERICA MOLINA	PESCADO FRITO
36	MARIA DEL CARMEN CENTENO	REFRESCOS
37	VERALICIA MOLINA	REFRESCOS
38	MARIA ROXANA RIVERA	ROPA
39	YOLANDA MENDOZA	VENTAS VARIAS
40	KENIA JEANETH LARA MENDOZA	PAN
41	MIRNA IRENE SALINAS FRANCO	PAN
42	ANGELA DE JESUS PEREZ CLEMENTE	PAN
43	JOSEFA AGUIRRE	VENTAS VARIAS
44	BLANCA DAYSI TOBAR CHACHAGUA	ROPA
45	JULIO ANTONIO RAMIREZ	CALCETINES
46	SANDY GUADALUPE PACAY HERNANDEZ	CALCETINES
47	DELMY BEATRIZ BERNABE	ROPA
48	MARIA ROXANA RIVERA AREVALI	ROPA
49	SALVADOR RAMIREZ	SANDIA
50	LISANDRO LOARCA	FRUTAS
51	JAIRO ALFARO MILINA	JUGOS
52	EDGARDO ALFREDO MOLINA	FRUTAS
53	JOSELYN VIRGINIA PACAY	FRUTAS
54	RUTH CORTEZ	VERDURA
55	ELIAS ANTONIO POLANCO	VERDURA
56	IDALIA SINTIGO	VERDURA
57	JENNIFER ROXANA RAMOS	TORTILLAS
58	DOLORES HERMINIA	PAPAS FRITAS
59	ROXANA GUADALUPE GUZMAN	GINAS
60	JUDIT LINO	TORTILLAS

61	OMAR OSORIO LIMA	RELOJES
62	BERTA ACENCIO	PERIODICO
63	ELSA MEJIA	PAN
64	MARTA ISABEL LOPEZ	FRUTAS
65	PETRONA RINCAN	VERDURA
66	CLAUDIA XIOMARA HENRIQUEZ	GANCHOS
67	ROXANA GALICIA	FRUTAS
68	ROSA ISABEL GONZALEZ	LACTEOS
69	BEATRIZ JEAMILETH PRESIDENTE	ROPA
70	BENJAMIN ENRIQUE DE LA CRUZ	FRUTAS
71	WILSON GRACIA	VERDURA
72	WLATER HERIBERTO GARCIA	VERDURA
73	SANDRA YANIRA QUITEÑO	FRUTAS
74	JULIO CESAR MOLINA	FRUTAS
75	ERICA XIOMARA HENRIQUEZ	FRUTAS
76	MARGARITA ZUNIGA	FRUTAS
77	MARIA TERESA MENDOZA VASQUEZ	MARISCOS
78	ZOILA CONTRERAS	FRUTAS
79	ELBA CONTRERAS	FRUTAS
80	TERESA DE JESUS HERNANDEZ	VERDURA
81	RAMIRO ANTONO LOPEZ	POLLO
82	SILVIA CAROLINA CRUS DE VASQUEZ	COLAS
83	ZULEYMA JASMIN GARCIA	SANDIA
84	VILA RUTH SION	SANDIA
85	SONIA RIVERA	PAN
86	FATIMA ELISA RIVERA DELGADO	PAN
87	WILBER ALEXANDER SANCHEZ MENDEZ	CD
88	GLORIA LETICA ESCOBAR	REFRESCOS
89	SARA VELASQUEZ	CUADERNOS
90	RINELADA MORALES REYES	REFRESCOS
91	RIGIBERTO ANTONIO MENDEZ NICIA	REPUESTOS
92	MAOISES DIAZ	ZAPATOS USADOS
93	JUAN ANTONIO REVERA	REPARACIÓN
94	EDWIN ANTONIO MENDOZA	REPARACIÓN

95	EDWIN JOSUE HERNANDEZ	REPARACIÓN
96	HECTOR ENRIQUE MARTINEZ	REPARACIÓN
97	ELMER JOSE HERRERA	REPARACIÓN
98	WALTER FRANCISCO GARCIA	REPARACIÓN
99	FRANCISCO OVIDIO AREVALO MARTINEZ	REPARACIÓN
100	JULIO CESAR PACHECO	REPARACIÓN
101	JORGE ALBERTO OLIVARES	REPARACIÓN
102	JOSE LUIS EGUIZABAL	REPARACIÓN
103	PEDRO MARTINEZ	REPARACIÓN
104	LAZARO FRNACICO MARTINEZ	REPUESTOS
105	DAOUGLAS AMILCAR GODOY	REPUESTOS
106	ELISEO GARCIA	REPUESTOS
107	PEDRO SALZAR GARCIA	COCOS
108	CELIA TOBAR	PUPUSERIA

SECTORES:

SECTOR PLAZAPALERMO N°2				
RUBROS	SECTOR A	SECTOR B	SECTOR C	SECTOR D
CEREALES	3			
VERDURAS	8			
SALA DE BELLEZA	1			
ROPA	4			
TORTILLAS	2			
COMIDA	6			
REPUESTOS	5	6		
CEREALES		1		
ZAPATOS		4		
ROPA		2		
VERDURAS		1		
TORTILLA		1		
PAN		3		
SOLO		1		
BOLSAS		1		
				29
				20

PLASTICO			6		
VERDURA			2		
ROPA			2		
FRUTA			1		
TORTILLA			1		
LACTEOS			2		
COMIDA			2		
CEREALES			4		20
CELULARES				14	
VERDURAS				1	
SALA DE BELLEZA				4	
COMIDA				1	
VARIOS				1	
FRUTA					
CAFE				1	22
				<b>TOTAL</b>	<b>91 PUESTOS</b>

<b>AV. FRANCISCO MENENDEZ NORTE CTD. PTE.</b>		
ROPA	19	
DISCOS	4	
BOCINAS	2	
ZAPATOS	2	
MOCHLAS	4	
COSMETICOS	3	
	<b>TOTAL</b>	<b>34 PUESTOS</b>

<b>12 CALLE ORIENTE CONTIGUO AL MURO</b>		
ROPA	4	
FRUTA	9	
VERDURA	39	
PUPUSAS	2	
JUGUETES	1	
PESCADO	1	
VARIOS	2	
LACTEOS	5	
CEREALES	8	
COMIDA	7	
	<b>TOTAL</b>	<b>78 PUESTOS</b>

<b>12 CALLE PONIENTE CONTIGUO AL MERCADO</b>		
CEREALES	24	
BODEGA	10	
VERDURA	14	
CALZADO	6	
POLLO	2	
GUINEOS	1	
PUPUSAS	8	
VARIOS	4	
ROPAS	8	
BODEGA	3	
PESCADO	2	
	<b>TOTAL</b>	
<b>AV.FCO.MDEZ. NORTE. ENTRE 10 Y 8 CALLE PONIENTE.</b>		
VERDURA	5	
ROPA	20	
VARIOS	4	
DISCOS	2	
ZAPATOS	4	
MOCHILE	2	
CEREALES	1	
	<b>TOTAL</b>	
<b>PLAZA DR. ALFREDO ESPINO</b>		
VERDURA	1	
POLLO	4	
MEDICINA	3	
ROPA	4	
ZAPATO	7	
CEREALES	3	
LICUADOS	1	
COSMETICOS	2	
VARIOS	2	
	<b>TOTAL</b>	<b>27 PUESTOS</b>

<b>CONTIGO MERC.NO.1.FTE.A PORTONES 1 Y 2</b>		
PANES	2	
ROPA	3	
MEDICINA	3	
CEREALES	2	
POLLO	3	
ZAPATOS	1	
COSMETICOS	1	
FLORES	2	
VARIOS	2	
	<b>TOTAL</b>	<b>19 PUESTOS</b>