

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES, DISEÑO Y URBANISMO  
CARRERA DE ARQUITECTURA**



**PROYECTO DE GRADO**

**CENTRAL DE ABASTO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS "VILLA TUNARI"  
DISTRITO 4, CIUDAD DE EL ALTO**

**POSTULANTE: YANETH LAYME HILARI  
ASESOR: ARQ. MIGUEL HERNÁNDEZ HERAS**

**LA PAZ - BOLIVIA  
2014**



**DEDICATORIA:**

**A DIOS padre por guiarme en todo momento por ser mi luz en momentos de oscuridad y darme la fortaleza de seguir adelante.**

**A mi esposo, Daniel Chauca CH. por su apoyo incondicional y ser mi impulso diario, con su apoyo pude lograr un sueño y una meta.**

**A mis padres, Jacinto Layme Y. y Faustina Hilari C. por ser mi ejemplo de vida, de quienes siento gran orgullo de tenerlos .**



#### **AGRADECIMIENTO:**

**A DIOS, gracias a el pude culminar esta meta en mi vida.**

**A la universidad mayor de San Andrés por haber sido forjador de conocimientos.**

**Al Arq. Miguel Hernández por su colaboración y apoyo académico que me brindo en esta etapa de mi formación.**

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES, DISEÑO Y URBANISMO**  
**CARRERA DE ARQUITECTURA**

**DOCENTE:** Arq. Miguel Hernández Heras

**TALLER:** Taller De Proyectos - Paralelo B

**GESTIÓN :** 2014

**UNIVERSITARIA:** Yaneth Layme Hilari

**TIPOLOGÍA DEL PROYECTO:** Comercio

**UBICACIÓN:**

**MUNICIPIO:** El Alto

**PROVINCIA:** Murillo

**DEPARTAMENTO:** La Paz

**DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:**

El presente proyecto pretende crear una central de abasto (prototipo) con ambientes adecuados a las diferentes necesidades tanto del usuario, como de los comerciantes , por ejemplo, una adecuada manipulación de los productos traídos desde las diferentes provincias, uso adecuado de los desechos que se produce al finalizar la venta, en los días de comercialización.

El proyecto pretende ser un **modelo arquitectónico** a nivel urbano departamental desde la ciudad de el alto en cuanto a organización, diseño, función, y tecnología. Incorporando un patio de comidas, estacionamiento de carga pesada, para el usuario, guardería, plaza exposición, sobre todo áreas verdes.

**RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL Y/O SOCIAL:**

En el tipo de relacionamiento social se darán capacitaciones sobre el manejo de la basura y reciclaje ya que se debe reducir el porcentaje de contaminación.

Sobre todo el cuidado, y falta de vegetación, ya este es un arma para contrarrestar la contaminación atmosférica.

**IMPACTO EN EL CONTEXTO URBANO RURAL**

El área favorecida se encuentra en el distrito 4 del municipio alteño ya que es uno de los distritos mas poblados, además de comercio, presenta gran cantidad de fabricas.

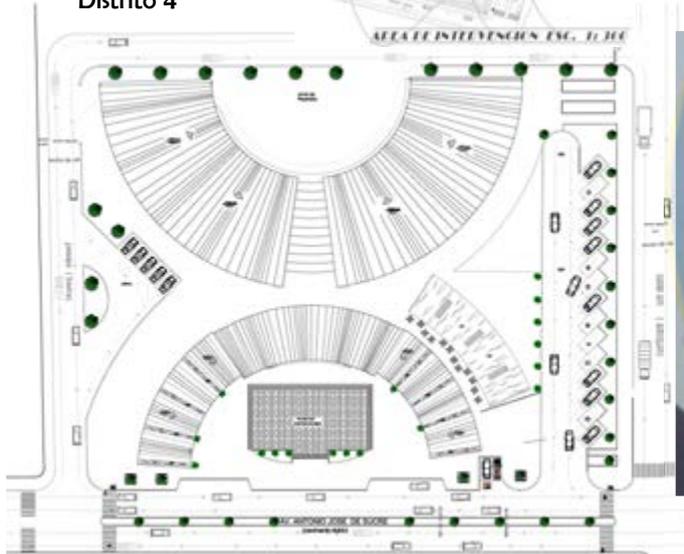
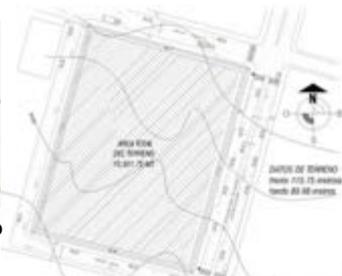
El impacto causante de la central de abasto es generar un reordenamientos vehicular, así también con los asentamientos de comercio informal en vías peatonales y vehiculares.

Al pretender ser un modelo de equipamiento tendrá un impacto directo con el medio ambiente.

# CENTRAL DE ABASTO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS "VILLA TUNARI"



Municipio De El Alto  
Distrito 4



CENTRAL DE ABASTO DE PRODUCTOS  
AGROPECUARIOS "VILLA TUNARI"



PRODUCTO ESPERADO



CENTRAL DE ABASTO DE PRODUCTOS  
AGROPECUARIOS

<b>INDICE GENERAL</b>	<b>PÁG.</b>
<b>INTRODUCCION</b> .....	10
<b>METODOLOGIA DE INVESTIGACION Y DE DISEÑO</b> .....	11
 <b>CAPITULO I</b>	
<b>1. PROTOCOLO</b> .....	13
1.1. RESEÑA HISTÓRICA .....	13
1.1.1. CIUDAD DE EL ALTO .....	13
1.2. INTRODUCCIÓN LA CIUDAD DE EL ALTO CARACTERÍSTICAS: .....	14
1.2.1. EL EJE TEMÁTICO EN EL SITIO DE INTERVENCIÓN .....	14
1.3. MOTIVACIÓN .....	14
 <b>CAPITULO II</b>	
<b>2.-MARCO CONCEPTUAL</b> .....	16
2.1. ÁREAS ARQUITECTÓNICAS: Morfología, Paisajismo, Contexto, Función, Tecnología .....	16
2.2. PLANEAMIENTO DEL TEMA INTENCIÓN .....	16
2.3. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TEMA .....	16
<b>3. MARCO TEORICO</b> .....	17
3.1. ANÁLISIS TEÓRICO .....	17
3.1.1. EJE TEMÁTICO: COMERCIO .....	17
3.1.2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN .....	17
3.1.3. CARACTERÍSTICAS .....	18
3.2. TEMA INTENCIÓN	
3.2.1. CENTRAL DE ABASTO .....	18
3.2.2. HISTORIA .....	18
3.2.3. CARACTERÍSTICAS .....	18
3.3. TOMA DE CONTACTO .....	19
3.3.1. REALIDAD INTERNACIONAL .....	19
3.3.2. REALIDAD NACIONAL .....	19
3.3.3. REALIDAD LOCAL .....	19
3.4. JERARQUÍA DE LA RED DE EQUIPAMIENTOS .....	20
3.4.1. RED DE INFRAESTRUCTURA DEL TEMA INTENCIÓN .....	20
3.5. CONCLUSIÓN .....	21
3.6. TOMA DE POSICIÓN .....	21

**4. MARCO LOGICO ..... 21**

**4.1. FORMULACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA..... 21**

**4.1.1. LLUVIA DE PROBLEMAS ..... 21**

**4.1.2. FORMULACIÓN DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS ..... 22**

**4.1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ESTRUCTURAL ..... 22**

**CAPITULO III**

**5. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO..... 24**

**5.1. JUSTIFICACIÓN EL PROYECTO .....24**

**5.2. PROYECCIONES AL AÑO HORIZONTE .....24**

**5.3. DEMANDA DE USUARIOS ..... 24**

**5.4. FACTORES DE LOCALIZACIÓN ..... 25**

**5.5. POTENCIALIDADES DEL TEMA ..... 25**

**5.6. CONSTRUCCIÓN DEL TITULO DEL PROYECTO DE GRADO ..... 25**

**5.7. PRODUCTOS DE ABASTECIMIENTO PARA LA CENTRAL DE ABASTO ..... 26**

**CAPITULO IV**

**6. VIABILIDAD DEL PROYECTO ..... 28**

**6.1. RELEVAMIENTO SENSIBLE GENERAL ..... 28**

**6.1. 1. ANÁLISIS FÍSICO: ..... 28**

**6.1.1.1. ORIENTACIÓN ..... 28**

**6.1.1.2. TOPOGRAFÍA ..... 28**

**6.1.1.3. GEOLOGÍA ..... 28**

**6.1.1.4. HIDROGRAFÍA ..... 28**

**6.1.1.5. CLIMATOLOGÍA ..... 28**

**6.1.1.6. TEMPERATURA DEL MEDIO AMBIENTE ..... 28**

**6.1.1.7. HUMEDAD ..... 28**

**6.1.1.8. ASOLEAMIENTO ..... 29**

**6.1.1.9. VIENTOS ..... 29**

**6.1.1.10. PRECIPITACIONES PLUVIALES ..... 29**

**6.1.1.11. VEGETACIÓN ..... 29**

**6.2. ENTORNO INMEDIATO DEL SITIO ELEGIDO ..... 30**

**6.3. VISUALES ..... 30**

## CAPITULO V

<b>7. DETERMINACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA .....</b>	<b>32</b>
<b>7.1. DEFINICIÓN Y FORMULACIÓN DE OBJETIVOS .....</b>	<b>32</b>
<b>7.2. OBJETIVOS DEL MILENIO .....</b>	<b>32</b>
<b>7.3. ABANICOS DE OBJETIVOS .....</b>	<b>32</b>
<b>7.3.1. ESTRUCTURADAS PARA EL MUNICIPIO DE EL ALTO .....</b>	<b>33</b>
<b>7.3.2. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN .....</b>	<b>33</b>
<b>7.4. PROGRAMACIÓN : CUALITATIVA .....</b>	<b>33</b>
<b>7.5. PROGRAMACIÓN CUANTITATIVA .....</b>	<b>37</b>
<b>8. CONSTRUCCION DEL IMAGINARIO ARQUITECTONICO .....</b>	<b>41</b>
<b>8.1. PREMISAS Y PAUTAS DE DISEÑO .....</b>	<b>41</b>

## CAPITULO VI

<b>9. DESCRIPCION TECNICA DEL PROYECTO .....</b>	<b>43</b>
<b>9.1. CRITERIOS DE EMPLAZAMIENTO DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO .....</b>	<b>43</b>
<b>9.2. PLANIMETRÍAS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO .....</b>	<b>44</b>
<b>9.3. ALTIMETRIAS DEL PROYECTO ARQUITECTONICO .....</b>	<b>44</b>
<b>9.4. VOLUMETRIAS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO .....</b>	<b>45</b>
<b>9.5. PERSPECTIVAS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO .....</b>	<b>45</b>
<b>10. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA .....</b>	<b>46</b>
<b>11. ANEXOS .....</b>	<b>47</b>

# INDICE DE ILUSTRACIONES

Imag. 1 Fotografía De La Ciudad De El Alto Hacia El Illimani

Cuadro. 1 Distribución De Distritos Del Municipio De El Alto.

Imag. 2 Crecimiento De La Mancha Urbana Del Municipio De El Alto

Grafico . Nº1 Crecimiento De La Población De El Alto ( Elaboración Propia)

Imag. 3,4,5 Fotografía 3,mercado De El Alto. 4, El Alto. 5, La Ceja De El Alto.

Imag. 6,7, Fotografía: Productores De Las Provincias De La Paz

Grafico . Nº2 Organigrama Marco Teórico ( Elaboración Propia)

Grafico. Nº 3 historia y evolución del comercio (elaboración propia)

Imag. 8,9,10,11, Fotografías 8,mercado Central De Abasto. 9 Feria Barrio Lindo. 10, Mercado Rodríguez. 11, Feria De El Alto.

Grafico . Nº4 Jerarquía De Equipamiento ( Elaboración Propia)

Grafico . Nº 5 Radios De Acción Del Equipamiento ( Elaboración Propia)

Grafico . Nº 6 formulación del árbol de problemas ( elaboración propia)

Cuadro. 2 Lista De Mercados De El Alto

Imag. 12,13,14,15,16 Fotografías De Los Productos Alimenticios.

Imágenes 17,18, fotografías: planimetría del área de intervención ( elaboración propia). 18, área de intervención.

Imágenes 19,20,21, fotografías 19, asoleamiento del área de intervención ( elaboración propia) 20,21, arbolados de área.

Imágenes 22,23,24 fotografías de las vías principales ( elaboración propia)

Imágenes 25,26,27, fotografías del área de intervención ( elaboración propia)

Cuadro. 3 datos climáticos del la ciudad de el alto.



## INTRODUCCIÓN

La comercialización de la producción campesina requiere de varios procesos relacionados a la compra, almacenamiento, limpieza, procesamiento, cumplimiento de normas y la comercialización propiamente dicha hasta llegar al consumidor final.

Por lo que el presente proyecto pretende crear una central de abasto (prototipo) con ambientes adecuados a las diferentes necesidades tanto del usuario, como de los comerciantes.

El proyecto pretende ser un modelo arquitectónico a nivel urbano departamental desde la ciudad de el alto en cuanto a organización, diseño, función, y tecnología. Incorporando un patio de comidas, estacionamiento de carga pesada, para el usuario, guardería, plaza exposición, sobre todo áreas verdes.





# **CAPITULO I**

## **PROTOCOLO**

# 1. PROTOCOLO



IMAG.1

El Alto es la cuarta sección municipal de la provincia Murillo del departamento de La Paz. Geográficamente se encuentra aledaña a la ciudad de La Paz creada por ley del 6 de marzo de 1985.

## 1.1. RESEÑA HISTORICA



6 de Marzo de 1985 el Alto se convierte en la Capital de la Cuarta Sección de LA PAZ. "nace" con una población de 307.403 habitantes.

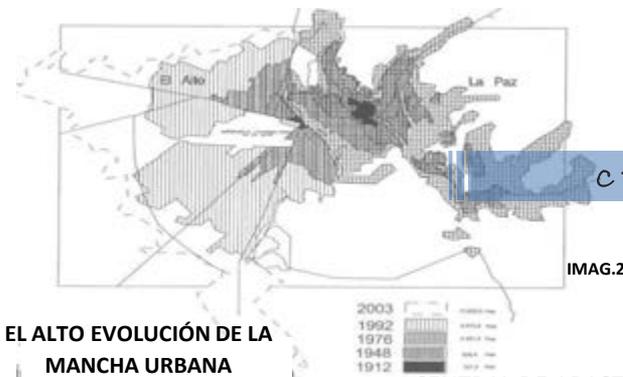


Complejo urbano La Paz-El Alto sumaba en 1.447.304 de hab.



El censo registró una población de 647.350 habitantes.

### 1.1.1. CIUDAD DE EL ALTO



EL ALTO EVOLUCIÓN DE LA MANCHA URBANA



MUNICIPIO EL ALTO

Nº DE MANZANOS EN EL AREA URBANA 2013	
Distrito 1	743 Manzanos
Distrito 2	1,237 Manzanos
Distrito 3	1,990 Manzanos
Distrito 4	1,993 Manzanos
Distrito 5	1,453 Manzanos
Distrito 6	666 Manzanos
Distrito 7	982 Manzanos
Distrito 8	2,171 Manzanos
Distrito 9	135 Manzanos
Distrito 12	447 Manzanos
Distrito 13	1,094 Manzanos
Distrito 14	1.024 Manzanos

CUADRO. 1

## 1.2. INTRODUCCION

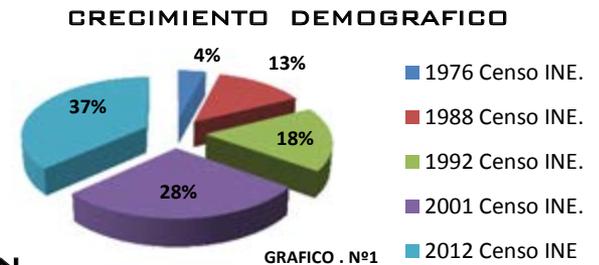
### LA CIUDAD DE EL ALTO CARACTERÍSTICAS:

**Económicas.-** El Alto es una ciudad en crecimiento que se mueve al ritmo del mercado de alimentos, ropa confeccionada artesanalmente, ropa usada, etc.



**Culturales.-** El movimiento religioso de la ciudad de El Alto es intenso debido a que la población en su mayoría es de un gran carácter espiritual, por lo que se profesan y predicán toda clase de religiones.

**Demográficas.-** El crecimiento de la población alteña es una de las características más importantes del país. El Alto tiene un crecimiento poblacional de un 9,5 por ciento anual.



### 1.2.1. EL EJE TEMÁTICO EN EL SITIO DE INTERVENCION

El comercio en la urbe alteña, los mercados son una característica Imperante de El Alto, la feria 16 de Julio, también mercados como La Ceja y otros también las ferias zonales, son lugares típicos de la ciudad.

## 1.3. MOTIVACION

VIVENCIAS



ESPACIOS INADECUADOS PARA EL COMERCIO



EXCESO DE BASURA



CONGESTION DE VIAS

DEMANDA DE EQUIPAMIENTOS URBANOS PARA EL COMERCIO



## **CAPITULO II**

- 2.-MARCO  
CONCEPTUAL**
- 3.- MARCO  
TEORICO**
- 4.- MARCO  
LOGICO**

## 2.-MARCO CONCEPTUAL

### 2.1. ÁREAS ARQUITECTÓNICAS:

- **Morfología:** adoptar a una tendencia organicista para romper con la trama urbana ortogonal
- **Paisajismo:** crear impactos visuales con vegetación baja media y alta para así educir la contaminación, visual, sonora y ambiental.  
Utilizar la vegetación media como protección del sol.  
Crear recorridos como parte complementario del proyecto.
- **Contexto:** proponer un equipamiento como núcleo de distrito.
- **Función :** crear áreas cubiertas y semicubiertas de formas que tengan unión con el entorno a la vez.
- **Tecnología:** optar con alta tecnología en los tipos de estructuras.

### 2.2. PLANEAMIENTO DEL TEMA INTENCIÓN

La carencia un centro de abasto se hace patente por cuanto cientos de agricultores rurales no cuentan con espacios para poder comercializar sus productos directamente al consumidor por causa del desinterés gubernamental para contrarrestar tal efecto.

#### CADENA ALIMENTICIA

- **PRODUCTOR**
- **INTERMEDIARIO**
- **MAYORISTA**
- **MINORISTA**
- **CONSUMIDOR**

PRODUCTOR



IMAG. 6

**CONTACTO**

**DIRECTO**

IMAG. 7

CONSUMIDOR



### 2.3. CONCEPTUALIZACION DEL TEMA CENTRO DE ABASTO

Es una unidad comercial de distribución de productos alimenticios, que proporciona a la población servicios de abastecimiento de productos básicos al mayoreo, a través de instalaciones que permiten concentrar los productos provenientes de diferentes centros de producción, para después surtir de éstos a los comerciantes detallistas.

Debido a que la central de abasto atiende la demanda de productos alimenticios de la población del municipio, constituye un importante instrumento de regulación de la oferta y demanda de productos, que a su vez influye en la formación de los precios.

### 3. MARCO TEORICO

#### 3.1. ANÁLISIS TEÓRICO



GRAFICO . Nº2

##### 3.1.1. EJE TEMÁTICO: COMERCIO

Se denomina **COMERCIO** a la actividad socioeconómica, mediante la cual se intercambian, venden o compran productos. Si vendes un producto eres comerciante, pero si compras eres consumidor.

##### 3.1.2. HISTORIA Y EVOLUCION

**En la edad contemporánea.** La época del comercio contemporáneo se inicia en el año 1914 al comenzar la primera guerra mundial, y decae el sistema mercantilista desarrollado en Europa durante los siglos XVI al XIX.

**Evolución del trueque a la moneda** En ocasiones eran necesarios muchos intercambios intermedios para conseguir satisfacer las necesidades propias. Esto junto con el crecimiento de los asentamientos y la expansión de las redes comerciales, facilitó la aparición del concepto moneda

**Aparición de la moneda.** Una moneda es un elemento intermedio que sirve para facilitar los intercambios. Las primeras monedas metálicas surgieron en el Asia menor en el siglo VIII A.C.

**Precio y subasta.** A lo largo de la historia también han existido otras formas de fijación de precios se podría decir dinámicos, ya que el precio se determina en el momento de la llamada subasta.

**Nuevas formas de pago.** Uno de los factores que han influido de forma importante en el comercio es la aparición de las tarjetas de crédito.

TRUEQUES



Uno de los principales avances en la economía de esta época fue la introducción de la moneda en el año 1,100 a.C.

TIPOS DE DINERO



### 3.2.3. CARACTERÍSTICAS

Las principales características son:

**La oferta.**- es la cantidad de producto que una empresa está dispuesta a **vender** y a un precio dado.

**Demanda.**- es la cantidad de producto que se está dispuesta a **comprar** de un cierto producto a determinado precio.

### 3.2. TEMA INTENCIÓN

#### 3.2.1. CENTRAL DE ABASTO

La prestación de este servicio público permite a las autoridades municipales participar en la regulación del abasto a nivel local, proporcionando la infraestructura y organización necesarias en las que se desarrolle una comercialización adecuada de los productos básicos para la alimentación familiar.

#### 3.2.2. HISTORIA

Se remonta a la época en que el hombre primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus. Se reconoce pues como origen y fundamento la desigualdad que existe en las condiciones de los hombres y los pueblos.

El mercado existió en los pueblos y tribus más antigua que poblaron la tierra, y a medida que fue evolucionando, dicha organización desarrollo el comercio el instinto de conservación y subsistencia del hombre hace que procure satisfacer sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las superfluas.



#### 3.2.3. CARACTERÍSTICAS

- Permite un mayor acercamiento de los productores con los comerciantes de productos alimenticios.
- Propicia la organización y coordinación de los particulares en la comercialización entre productores, transportistas, distribuidores y consumidores.
- Disminuye la intermediación excesiva en el intercambio y el manejo inadecuado de productos.
- Evita el acaparamiento y especulación de productos.

### 3.3. TOMA DE CONTACTO

#### 3.3.1. REALIDAD INTERNACIONAL

##### **Central de abasto de la ciudad de México**

Se distribuye en un área total de 327 hectáreas y es el centro mayorista más grande del mundo, con un volumen de alimentos y productos básicos de 30 mil toneladas y con capacidad de almacenaje para 122 mil toneladas, transportadas diariamente por 52 mil vehículos de todos los tonelajes. La afluencia diaria de visitantes, en su mayoría comerciantes al detalle, es de 300 mil diarios, atendidos por unos 70 mil empleados en diversas actividades.



CENTRAL DE ABASTO . MÉXICO Imag. 8

#### 3.3.2. REALIDAD NACIONAL



Imag. 9

La Feria Barrio Lindo es un mercado popular, amplio donde se encuentran todo tipo de cosas para el hogar, cuenta con diferentes bloques, cuenta con estacionamientos y guardias de seguridad, la feria solo abre los miércoles y sábados de cada semana, es tan completa en sus artículos que vienen gente del interior del país, y hasta de las fronteras de países vecinos.

#### 3.3.3. REALIDAD LOCAL

El mercado Rodríguez, es uno de los más tradicionales de la ciudad de La Paz, donde se encuentran los productos como: fruta de Alto Beni, Caranavi (Yungas), verduras de Rio Abajo, Palca.



VILLA DOLORES EL ALTO Imag. 11



FERIA DE LA RODRIGREZ la paz Imag. 10

La principal característica de esta feria campesina, que se extiende desde la calle 2 de Villa Dolores hasta la plaza Niño Jesús es que todos los productos que comercializan los afiliados lo hacen al por mayor. “La fruta y verdura es la más barata que se vende en los mercados tanto de El Alto como de La Paz.

### 3.4. JERARQUIA DE LA RED DE EQUIPAMIENTOS



GRAFICO . Nº4

#### JERARQUIA DE EQUIPAMIENTOS, COMERCIO

**Centro de Comercio Distrital.-** Este Centro, además de los artículos y servicios de primera necesidad ofrecidos por el Centro de Comercio Vecinal, prevee la venta de artículos ligeros (prendas de vestir) y artículos semi-pesados, poseyendo una mayor cantidad y variedad de mercaderías disponibles

Sirve a una población de 35 000 habitantes, pudiendo alcanzar a los 100 000 habitantes. Su área construida es de 20 000 a 30 000 metros<sup>2</sup>

- Frecuencia de uso porcentaje de población:** 5 %
- Radio de influencia:** 2,400 metros
- superficie de suelo por vivienda:** 2

#### 3.4.1. RED DE INFRAESTRUCTURA DEL TEMA INTENCION

LISTA MERCADOS MAYORISTAS

No	NOMBRE DEL MERCADO	ZONA	UBICACION	DIST.
1	Mercado Mercedario 9 de Agosto	Urb. Mercedario Sector 3 Fonvis	Calle 3 Av. "A" y Calle "C"	4
2	Mercado Comercial El Carmen	Urb. Rio Seco Lotes y Servicios	Av. Luis Fuentes y C/Sucre	4
3	Mercado 25 de Julio	Zona Santiago Segundo	Calle 9 Esq. Plaza Minero	4

No	NOMBRE DEL MERCADO	ZONA	UBICACION	DIST.
1	Mercado Bartolina Sisa y su Feria	Villa Esperanza	Calle Nery Entre la Av. 5 y 4	5

No	NOMBRE DEL MERCADO	ZONA	UBICACION	DIST.
1	Mercado Puerto Camacho y su Feria	Urb. Puerto Camacho	Av. Carabuco y Av. Puerto Acosta y C/N	14

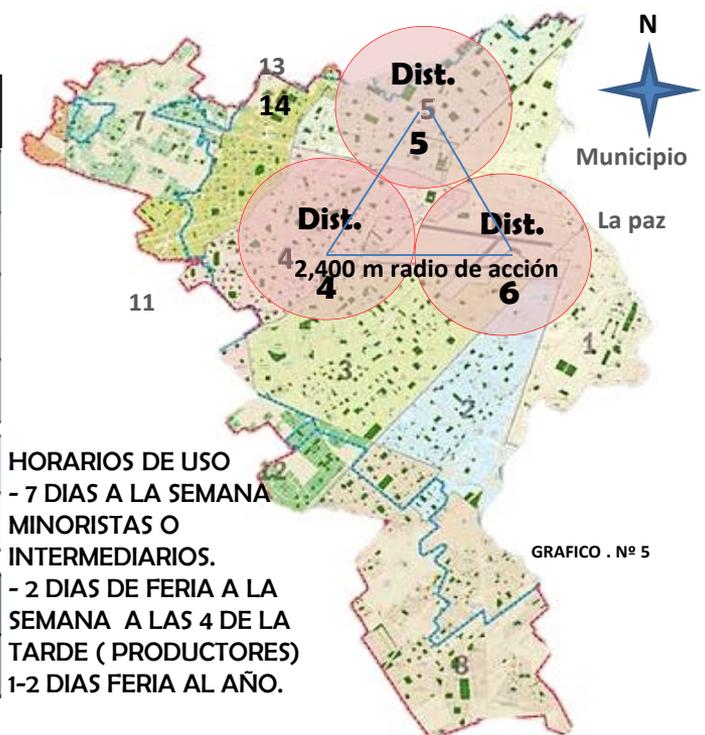


GRAFICO . Nº 5

**HORARIOS DE USO**  
 - 7 DIAS A LA SEMANA  
 MINORISTAS O INTERMEDIARIOS.  
 - 2 DIAS DE FERIA A LA SEMANA A LAS 4 DE LA TARDE ( PRODUCTORES)  
 1-2 DIAS FERIA AL AÑO.

#### MUNICIPIO DE EL ALTO

### 3.5. CONCLUSION

La actividad comercial surge grandemente como alternativa importante, fundamentalmente como generador del crecimiento socioeconómico de la región, por lo que se ve la necesidad de reordenar y planificar el equipamiento a intervenir del sector establecido por los comerciantes productores del mercado y del circuito de comercialización de la ciudad (el alto). Adecuando la necesidades dentro un espacio físico-formal adecuado, organizado, para la distribución, venta y almacenamiento de productos básicos de consumo.

### 3.6. TOMA DE POSICION

Mercado Campesino VILLA TUNARI; ubicado en el área de equipamiento de la Zona Villa Tunari del Distrito 4 de la ciudad de El Alto, con un área de 10.460 m<sup>2</sup> de superficie.

Se construyó con la finalidad de que se convierta en centro de acopio de productos y de venta directa a los consumidores, lo que no pudo prosperar en su momento por la falta de transporte público. En la actualidad El lugar se convirtió en alojamiento y lugar de ampliados nacionales de la máxima organización que agrupa a los campesinos de Bolivia.



## 4. MARCO LOGICO

### 4.1. FORMULACION DE LA PROBLEMÁTICA

#### 4.1.1. LLUVIA DE PROBLEMAS

- Crecimiento de comercio informal
- Perdida de suelos naturales áreas de equipamiento
- Desorden urbano en cuanto la definición del área peatonal, áreas comerciales y área vehiculares.
- Insuficiente cobertura de servicios básicos
- Deterioro del medio ambiente aire agua y suelo.
- Construcción de equipamientos sin un proceso de planificación.
- Inseguridad ciudadana vial.
- Crecimiento urbano sin alguna planificación.
- Desinterés gubernamental hacia las necesidades y requerimientos de nuevos equipamientos.
- Equipamientos urbanos con falta de mantenimientos
- Demanda de equipamientos urbanos como áreas verdes en general y equipamientos complementarios
- Precariedad en los pocos equipamientos existentes.
- Falta de mobiliarios urbanos.
- En muchos de los distritos de la urbe alteña existe mucha contaminación.

#### 4.1.2. FORMULACION DEL ARBOL DE PROBLEMAS



Gráfico . Nº 6



#### 4.1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA ESTRUCTURAL

Los Productores, Intermediarios, comerciantes, minoristas y productores de distrito del mercado no terminan de realizar sus procesos de intercambio en un espacio limpio, organizado, que se enmarque en un diseño formal y adecuado espacialmente, que les permita acceder de forma planificada a su actividad.

Se detecta la necesidad de contar con un espacio adecuado, a los actores del mercado de forma práctica, coherente y ordenada con variables para su planificación.



## **CAPITULO III**

### **FACTIBILIDAD DEL PROYECTO**

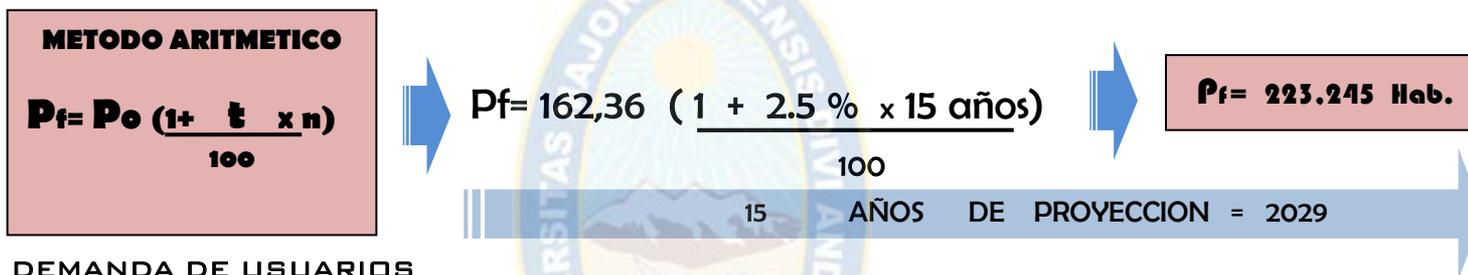
CENTRAL DE ABASTO DE PRODUCTOS  
AGROPECUARIOS

## 5. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

### 5.1. JUSTIFICACION EL PROYECTO

De modo general se ve la disfuncionalidad que existe en este equipamiento (mercado campesino villa tunari) no solo en términos de espacio si no de actividad, particularmente del espacio que ha sido construido para su uso comercial y está siendo usado como depósito en su mayoría así también el diseño espacial inadecuado por la idiosincrasia del consumidor y vendedor de productos básicos de consumo familiar de la cual orientaremos que el proyecto mejore esta actividad dotando de un espacio acorde con sus necesidades específicas, de venta al detalle y de acopio, tomando como base la identidad y cultura propia de la lógica del mercado como necesidad de espacio.

### 5.2. PROYECCIONES AL AÑO HORIZONTE



### 5.3. DEMANDA DE USUARIOS

<b>MERCADOS MAYORISTAS CIUDAD DE LA PAZ</b>				
PRODUCTO	DIRECCION	PRODUCTO	DIRECCION	
<b>AGROINDUSTRIALES Y GRANOS</b>	1.- Calle Sebastián Seguroola,	<b>AGENCIA DE POLLO</b>	1.- Villa Fatima - Av. 15 de Abril	
	2.- Calle Antonio Gallardo,		Calle Vicente Ochoa, Sebastian Seguroola,	
	3.- Calle León de la Barra		Ricardo Bustamante, Plaza Gran Poder, Venancio	
	4.- Calle Venancio Burgoa		Burgoa, Emilio Calderón, Max Paredes, Calle	
	5.- Mercado Uruguay		Rodriguez, Mercado Rodriguez, Calle Ilampu, Av.	
<b>FRUTAS</b>	1.-Zona de Tejar	<b>POLLO CONSUMIDOR</b>	Buenos Aires, Calle Luis Lara, Calle León de la	
	2.-Calle Reyes Cardona		Barra, Calle Isaac Tamayo, Calle Zolio Flores.	
	3.-Calle Cuzco		<b>POLLO CONSUMIDOR</b>	Plaza Garita de Lima, Calle Tumusla, Calle
	4.-Av Heroes del Pacifico			Tarapaca, Calle Chorolque.
<b>HORTALIZAS Y TUBÉRCULOS</b>	1.-Emilio Calderón	<b>PRODUCTO</b>		
	2.-Calle Antonio Gallardo	<b>DIRECCION</b>		
	3.-Calle Rodríguez	1.-Mercado Rodriguez,		
	4.-Vicente Ochoa	2.-Calle Max Paredes,		
	5.-Ricardo Bustamante	3.-Zolio Flores,		
		4.-Caja El Añlo - Calle Segundo Bascones		
		5.-Plaza Garita de Lima		
		<b>FRIGORIFICO CARNE DE RES</b>		
		<b>CARNE DE CERDO, CORDERO y PESCADO</b>		
		<b>TOTAL:20 MERCADOS MAYORISTAS</b>		
		<b>TOTAL :79 MERCADOS MINORISTAS</b>		

<b>MERCADOS MAYORISTAS CIUDAD DE EL ALTO</b>	
DIRECCION	DIRECCION
- Tubérculos	1.- Av. Panorámica
-Hortalizas	2.- Av. Panorámica y calle 5
-Frutas	3.- Faustino Medina
- Agroindustriales	4.- Francisco Carvajal
- Friaorificos	5.- Terminal el Alto
<b>TOTAL: 5 MERCADOS MAYORISTAS</b>	
<b>TOTAL : 33 MERCADOS MINORISTAS</b>	
<b>50 % FERIAS DE BARRIO Y FERIAS CAMPESINAS</b>	

CUADRO. 2

- la ciudad de El Alto siendo la segunda mas poblada después de santa cruz cuenta con menos equipamiento de comercio en general.
- Cuenta con el 70 % de mercados y equipamientos de comercio de productos para la canasta familiar menos que La Paz .
- en la actualidad no cuenta con alcantarillado.

#### 5.4. FACTORES DE LOCALIZACIÓN

ASPECTOS Y FACTORES	ALTERNATIVA A	ALTERNATIVA B	ALTERNATIVA C	
<b>URBANOS Y NORMATIVOS</b>				<b>ALTERNATIVA A</b>
VOCACION DEL SECTOR	7	6	8	VILLA TUNARI,
ACCESIBILIDAD ALSITIO	7	6	7	DEL DISTRITO 4
DERECHO PROPIETARIO	8	6	7	EL ALTO
<b>FISICOS Y GEOGRAFICOS</b>				
TOPOGRAFIA	9	8	7	
GEOLOGIA	7	7	4	
CONDICIONES CLIMATICAS	4	3	5	
<b>MEDIO AMBIENTE</b>				<b>ALTERNATIVA B</b>
VEGETACION	6	4	3	MERCADO ALTO
CONTAMINACION	7	6	6	LIMA
<b>SERVICIOS QUE DISPONE</b>				II SECCION
INFRAESTRUCTURA BASICA	8	5	6	EL ALTO
<b>ASPECTOS MORFOLOGICOS</b>				
SUPERFICIE	8	4	5	<b>ALTERNATIVA C</b>
RELACION FRENTE FONDO	9	3	6	MERCADO
FORMA DEL TERRENO	9	5	7	RODRIGUEZ
<b>SUMATORIA DE LA EVALUACION</b>	<b>89 %</b>	<b>63 %</b>	<b>71 %</b>	LA PAZ



**MERCADO CAMPESINO VILLA "TUNARI" EL ALTO**

#### 5.5. POTENCIALIDADES DEL TEMA

AREA DE INTERVENCION	POTENCIAL URBANO				
<b>FORTALEZAS</b>	ubicación	topografía	tipo se suelo	accesibilidad	movimiento económico
<b>OPORTUNIDADES</b>	generación de fuentes de trabajo	desarrollo social	crecimiento poblacional	desarrollo urbano	reordenamientos urbano
<b>DEBILIDADES</b>	contaminación	falta de equipamientos	carencia de vegetación	clima	organización del comercio
<b>AMENAZAS</b>	deficiencia vial	Desinterés gubernamental hacia a demanda de equip.	Invasión de áreas de equipamiento	falta conocimiento en contamina.	No priorizan proyectos áreas productivas.

#### 5.6. CONSTRUCCION DEL TITULO DEL PROYECTO DE GRADO

Central De Abasto De Productos Agropecuario « VILLA TUNARI» .

## 5.7. PRODUCTOS DE ABASTECIMIENTO PARA LA CENTRAL DE ABASTO

Los productos como las verduras, frutas y los tubérculos se los traerán De las diferentes provincias de la ciudad de la paz.

TUBÉRCULOS DE LA PROVINCIA FRANZ TAMAYO, LOS ANDES, SORATA, SAPAHAQUI.



IMAGEN. 12

TAMBIEN CONTAR CON PRODUCTOS SECOS COMO CHUÑO TUNTAS, CAYAS.



IMAGEN. 13

VERDURAS DE LA PROVINCIA INQUISIVI, ETC. TAMBIEN DESDE ACHOCALLA, RIO ABAJO CHINCHAYA.



FRUTAS: DE YUNGAS, ALTO BENI, CARANAVI



IMAGEN. 14



IMAGEN. 15



IMAGEN. 16



## **CAPITULO IV**

### **VIABILIDAD DEL PROYECTO**

CENTRAL DE ABASTO DE PRODUCTOS  
AGROPECUARIOS

## 6. VIABILIDAD DEL PROYECTO

### 6.1. RELEVAMIENTO SENSIBLE GENERAL

#### 6.1.1. ANALISIS FISICO:

##### 6.1.1.1. ORIENTACION

##### 6.1.1.2. TOPOGRAFÍA

Presenta con una pendiente máxima de 2 %

##### 6.1.1.3. GEOLOGÍA

La capacidad admisible del suelo está entre 1.50 Kg/cm<sup>2</sup> a 2.00 Kg/cm<sup>2</sup> a profundidad de 2 metros

##### 6.1.1.4. HIDROGRAFIA

El área de influencia de la ciudad de El Alto, corresponde al sistema hidrográfico del Altiplano Norte y Lacustre, que desagua en el río Desaguadero y el lago Titicaca. El acuífero de El Alto, escurre con una gradiente decreciente de Noreste a Sudoeste, en líneas más o menos paralelas.

##### 6.1.1.5. CLIMATOLOGÍA

El Alto tiene un clima de frío y seco, típico de montaña, con ocasionales nevadas en invierno.

##### 6.1.1.6. TEMPERATURA DEL MEDIO AMBIENTE

El Alto tiene una temperatura promedio de 7 grados centígrados.

##### 6.1.1.7. HUMEDAD

Presenta una humedad relativa del 50%



IMAGEN. 18

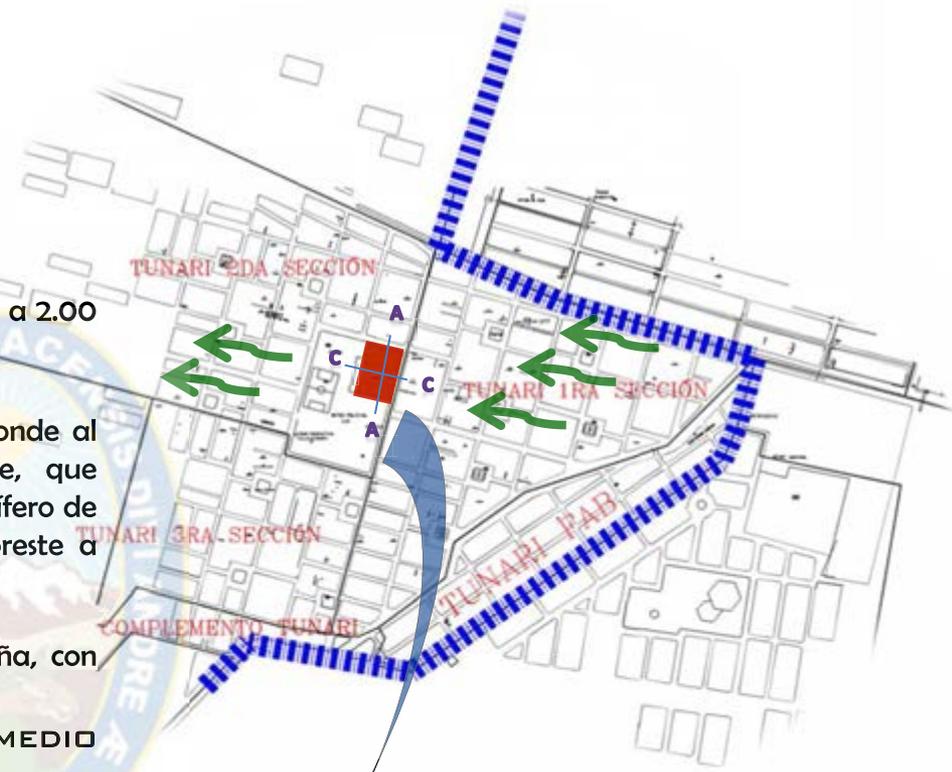
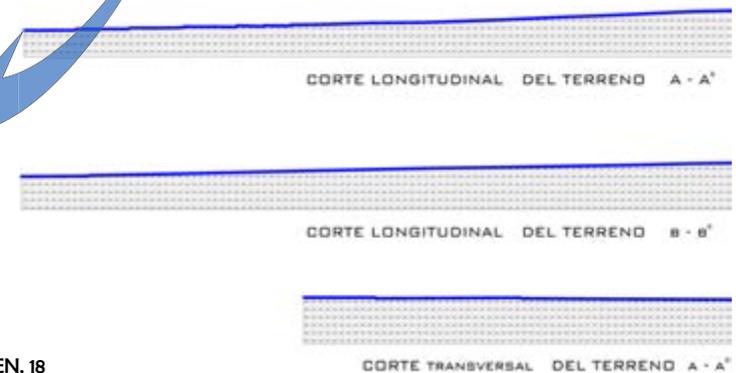


IMAGEN. 17



### 6.1.1.8. ASOLEAMIENTO

### 6.1.1.9. VIENTOS

Los vientos predominantes son de este a oeste

### 6.1.1.10. PRECIPITACIONES PLUVIALES

Febrero y marzo son los meses más lluviosos del año en promedio.

### 6.1.1.11. VEGETACIÓN

En la ciudad de El Alto, por efectos de la urbanización la vegetación es escasa, en pocos lugares se puede observar la vegetación original.1



IMAGEN. 20



IMAG. 21

A pesar de la escasa presencia de vegetación En área de intervención se encuentra algunos pino, radiata, eucaliptos. Ya que estos son resistentes a las inclemencias del frío como es característico del lugar.

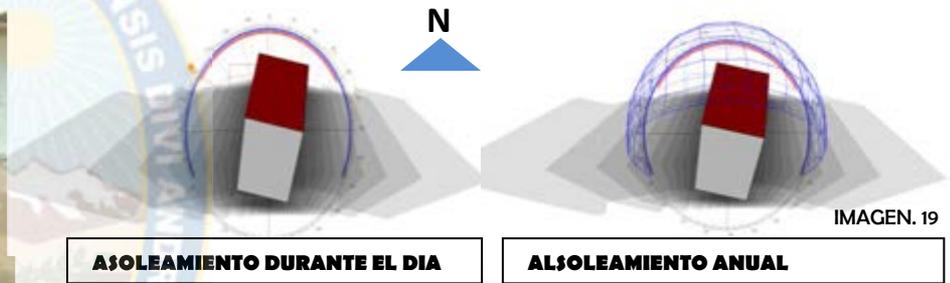


IMAGEN. 19

CLIMA ANUAL			
MES	MAXINAS	MINIMAS	VIENTOS (en nudos)
Enero	13 grados	1 grado	SE – 8
febrero	12 grados	1 grado	E – 7
Marzo	13 grados	0 grados	SE – 7
Abril	13 grados	0 grados	E – 7
Mayo	12 grados	- 2 grados	SW – 7
Junio	11 grados	- 5 grados	W – 9
Julio	11 grados	- 5 grados	NW – 9
Agosto	12 grados	- 4 grados	W – 8
septiembre	13 grados	- 1 grado	W – 9
Octubre	15 grados	0 grados	SE – 8
Noviembre	15 grados	0 grados	W – 8
diciembre	14 grados	1 grado	SE – 7

Cuadro. 3

## 6.2. ENTORNO INMEDIATO DEL SITIO ELEGIDO



- VIA DE PRIMER ORDEN
- VIAS DE SEGUNDO ORDEN
- VIAS TERCER ORDEN

VIA DE TERCER ORDEN PASAJE



AREA CON 10,587 METROS CUADRADOS

- VIA DE PRIMER ORDEN
- AV. JUAN PABLO SEGUNDO
- MATERIALIDAD PAVIMENTO RÍGIDO

IMAG. 22



- VIA DE SEGUNDO ORDEN
- AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE
- MATERIALIDAD: PAVIMENTO RÍGIDO

IMAG. 23



- VIA DE TERCER ORDEN
- CALLE S/N
- MATERIALIDAD: ADQUÍN

IMAG. 24



VISUALES



VISTA NOROESE IMAG. 25



VISTA OESTE IMAG. 26



VISTA SUR IMAG. 27



## **CAPITULO V**

### **DETERMINACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

## 7. DETERMINACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

### 7.1. DEFINICIÓN Y FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

#### **Objetivo General**

Replantear el proceso de acopio y distribución diseñando espacios adecuados para la interrelación del mercado organizando de manera adecuada, cada espacio requerido, en función a las necesidades, espaciales y urbanas, que dé solución a la comercialización y distribución de los productos básicos de consumo del sector .

#### **Objetivos Específicos**

- Optimizar los procesos económicos dentro el sistema de comercialización.
- Plantear un equipamiento no solo arquitectónico también a escala urbana.
- Obtener los espacios adecuados para su funcionamiento mejorando el sistema de servicios bajo las distintas variables.

### 7.2. OBJETIVOS DEL MILENIO

Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

- Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recursos del medio ambiente

Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

- Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio.
- En cooperación con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones. El único objetivo que no está marcado por ningún plazo es el octavo, lo que para muchos significa que ya debería estar cumpliéndose.

### 7.3. ABANICOS DE OBJETIVOS

- Facilidad de maniobra para vehículos de carga.
- Espacios adecuados para la carga y descarga.
- Control de calidad y pesaje de los productos.
- Servicios sanitarios y de mantenimiento adecuados.
- Espacios organizados de parqueo eventual como permanente para una mejor circulación.
- Diseñar espacios exteriores que conecten de una mejor manera a la feria semanal y el mercado consolidado.
- Dar mayor facilidad al usuario en general del mercado para un mayor desarrollo de las actividades de acopio y distribución.



### 7.3.1. ESTRUCTURADAS PARA EL MUNICIPIO DE EL ALTO

Lograr ser un modelo arquitectónico a nivel urbano departamental de la ciudad de el alto en cuanto a organización, diseño, función, y tecnología.

### 7.3.2. POLITICAS Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

Estos buscan garantizar que la población cuente con suficientes alimentos en forma permanente, aunque se aprecian prioridades y sustentos distintos para el logro del objetivo

### 7.4. PROGRAMACIÓN : CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

	ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIOS		VETILACION		ORIENTACION
					FIJO	MOBIL	NATURAL	ARTIFICIAL	
PROGRAMA CUALITATIVO ADMINISTRACIÓN		Oficina de adm.	Administrar, control.	2		Mesas Sillas estante	natural		N- E
		Secretaria	Recepcionar archivos	1		Mesa Sillas estante	natural		N- E
		Archivo	Resguardo de documento	1		estantes			S
		Sala de reuniones	Realizar juntas , presentaciones.	10		Mesa Sillas	natural		O
		Cocineta	Preparación	1	Mesón pileta	-----	natural		S
		baños	Higiene personal	1	Lava-manos inodoro		natural		S
		Sala de espera	espera	5		Sillones Mesita central	natural		O

	ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIOS		VETILACION		ORIENTACION
					FIJO	MOBIL	NATURAL	ARTIFICIAL	
PROGRAMA CUALITATIVO	G U A R D E R I A	Recepción	Control, Recepcionar	1	Mesón	Sillas Estante		Artificial	N- E
		Aulas	Enseñar, cuidado,	24		Mesa Sillas Estante	Natural		N- E
		Cunero	Cuidado de bebes	12		Estantes	Natural		N
		Sala de docentes	Reuniones, Exposiciones	5		Mesa Sillas	Natural		O
		Baños	Higiene personal	1	Mesón pileta		Natural		S
		Cocineta	Preparación de alimentos livianos	1	Lava-manos inodoro		Natural	Artificial	S

	ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIOS		VETILACION		ORIENTACION
					FIJO	MOBIL	NATURAL	ARTIFICIAL	
PROGRAMA CUALITATIVO	A L O J A M I E N T O	Recepción y registro	Registrar, Control	2		Sillas MESA		Artificial	E
		Habitaciones	Descanso	20		Cama.	Natural		N
		Baños	Higiene personal	1	Lavamanos Inodoro		Natural		S
		Cuarto de lavado	Lavar, planchar	2-3	Mesón Lavandería	Mesa Sillas	Natural		E
		Cuarto blanco	Guardar	1		Estantes	Natural		S
		Deposito	Almacenar	1		Estantes	Natural	Artificial	S

	ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIOS		VETILACION		ORIENTACION
					FIJO	MOBIL	NATURAL	ARTIFICIAL	
PROGRAMA CUALITATIVO P R O D U C T O R		Ventas	Vender productos, distribución	900			Natural		N-E
		Depósitos	Almacenar, Productos	1	Mesón			Artificial	O-S
		Control de calidad	Pesaje de control,	2		Estantes Mesón Sillas Mesa	Natural		N
		Baños	Higiene personal	1	Lavamanos Inodoro		Natural		S

	ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIOS		VETILACION		ORIENTACION
					FIJO	MOBIL	NATURAL	ARTIFICIAL	
PROGRAMA CUALITATIVO M O D U L O S		Modulo	Vender, compra	1	Mesón	Estante	Natural		N-E
		Deposito de basura	Limpieza, selección	1		Recolector es		Artificial	S
		Piletas	Limpieza, higiene	5	Lavanderías		Natural		O - S

	ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIOS		VETILACION		ORIENTACION
					FIJO	MOBIL	NATURAL	ARTIFICIAL	
PROGRAMA CUALITATIVO	B A Ñ O  P U B L I C O	Baños discapacitados	Higiene personal	1 (1 P/varones) (1 P/mujeres)	Lavamanos Inodoro				O
		Baño varones	Higiene personal	8 baterías de baño (500 pers.)	Inodoro Lavamanos Lavabos		Natural		S
		Baño Mujeres	Higiene personal	15 baterías de baño (1,000 pers.)	Lavamanos Inodoro Mesón		Natural		S
		Deposito	Almacenar	1		Estante		Artificial	N
		Control	Cuidado, control, limpieza.	1		Mesa Silla		Artificial	N

	ZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIOS		VETILACION		ORIENTACION
					FIJO	MOBIL	NATURAL	ARTIFICIAL	
PROGRAMA CUALITATIVO	PARQUE-OS	Carga pesada	Descarga de productos	1	Anden de descarga		Natural		O
		Vehículos	Estacionar Momentáneo	15	Cajas modulares		Natural		N
		Adm.	Estacionar	5	Cajas modulares		Natural		N

## 7.5. PROGRAMACIÓN CUANTITATIVA

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
A D M I N I S T R A C I O N	Of. administración	1	15,00	15,00
	Archivo	1	6,00	6,00
	Secretaria	1	14	14
	Sala de reuniones	1	22,00	22,00
	cocineta	1	3,50	3,50
	Sala de uso múltiple	1	72,00	72,00
	baño	1	3,00	3,00
	Sala de espera	1	10,00	10,00
	circulaciones		54,50	54,50
<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>			<b>200,00 m2</b>	

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
G U A R D E R I A	Recepción	1	20,00	20,00
	Sala de reuniones	1	15,00	15,00
	Archivo	1	6,00	6,00
	Cocineta	1	2,5	2,5
	Baño	1	4,00	4,00
	Aula	1	67,00	67,00
	Cunero	1	28,00	28,00
	Baños niños	2	8,00	16,00
	Baño de docentes	1	3,00	3,00
	circulaciones		35,00	35,00
<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>			<b>196,00 m2</b>	

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
A N L T O O J A I E	Dormitorio (1 cama)	6	10,00	60,00
	Dormitorio (2 cama)	2	15,00	30
	Dormitorio (3 cama)	1	22,00	22,00
	baños	2	4,50	9,00
	Oficina de registro	1	18,00	18,00
	circulación		54,00	54,00
			<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>	<b>195,00 m2</b>

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
B U O I N I Q	Recepción	1	12,00	12,00
	Control de peso	1	11,00	11,00
	baño	1	8,00	8,00
	circulación		25,00	25,00
			<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>	<b>56,00 m2</b>

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
P B U A B O Ñ L O I C	Servicios higiénicos damas	1	55,00	55,00
	Servicios higiénicos varones	1	45,00	45,00
	Servicios higiénicos discapacitados	2	10,00	20,00
	control	2	4,50	9,00
	Deposito de enseres	2	4,00	8,00
			<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>	<b>138,00 m2</b>

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
S E R V I C I O	Cuarto blanco	1	12,00	12,00
	Secado y planchado	1	10,00	10,00
	lavado	1	10,00	10,00
	Deposito de enseres	1	3,50	3,50
	Baño	1	5,00	5,00
	Casilleros	1	4,00	4,00
	Vivienda del portero	1	30,00	30,00
	circulación		50,00	50,00
<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>			<b>106,00 m2</b>	

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
P R O D U C T O S	Bloques de venta	2	912,00	1,825
	Depósitos de basura	4	13,00	52,00
	depósitos	14	7,00	98,00
	Control de pesaje	1	23,00	32,00
	Comisaria	1	11,00	11,00
	Baño	1	4,00	4,00
	Deposito de coches de carga	1	20,00	20,00
<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>			<b>2,042 m2</b>	

AREA	AMBIENTE	Nº DE AMBIENTE	SUPERFICIE M2	TOTAL SUPERFICIE M2
VENTAS MINORISTAS	Puestos de venta	2 (bloques)	369,00	738,00
	Cuarto electrógeno	2	8,5	17,00
	Venta de comidas	1	192,00	192,00
			<b>TOTAL M2 CONSTRUIDOS</b>	<b>947,00 m2</b>

<b>Área total de terreno</b>	<b>10,460</b>	<b>100%</b>
Area construida	4,460	40%
Área libre	6,000	60%



TOTAL M2 CONSTRUIDOS	
ADMINISTRACION	200,00
GUARDERIA	196,00
ALOJAMIENTO	195,00
BOTIQUIN	56,00
BAÑO PUBLICO	138,00
SERVICIO	106,00
VENTAS PRODUCTORES	2,042
VENTAS MINORISTAS	947,00
<b>TOTAL 4,000 M2 CONSTRUIDOS</b>	

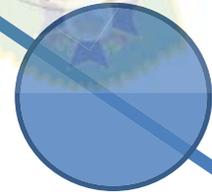
## 8. CONSTRUCCION DEL IMAGINARIO ARQUITECTONICO

### 8.1. PREMISAS Y PAUTAS DE DISEÑO

- **PAISAJISMO:** CREAR IMPACTOS VISUALES CON VEGETACIÓN BAJA MEDIA Y ALTA PARA ASÍ REDUCIR LA CONTAMINACIÓN
- **CONTENIDO:** PROPONER UN EQUIPAMIENTO COMO NÚCLEO DE DISTRITO. USO DE VEGETACIÓN COMO AISLAMIENTO DEL SOL Y VIENTOS

PROYECTO.  
CREAR RECORRIDOS COMO PARTE COMPLEMENTARIO DEL PROYECTO.

PREMISAS DE DISEÑO



TOPOGRAFIA

PLAZA DE EXPOSICIONES

ADMINISTRACION

GUARDERIA

PARQUEO

AREA SERVICIOS HIGIENICOS

PARQUEO

AREA VERDE

EJES DE COMPOSICION

AREA DE VENTA DE PRODUCTORES

INGRESO DE CARGA PESADA

AREA VERDE

MODULOS DE VENTA MINORISTAS

MODULOS DE VENTA MINORISTAS

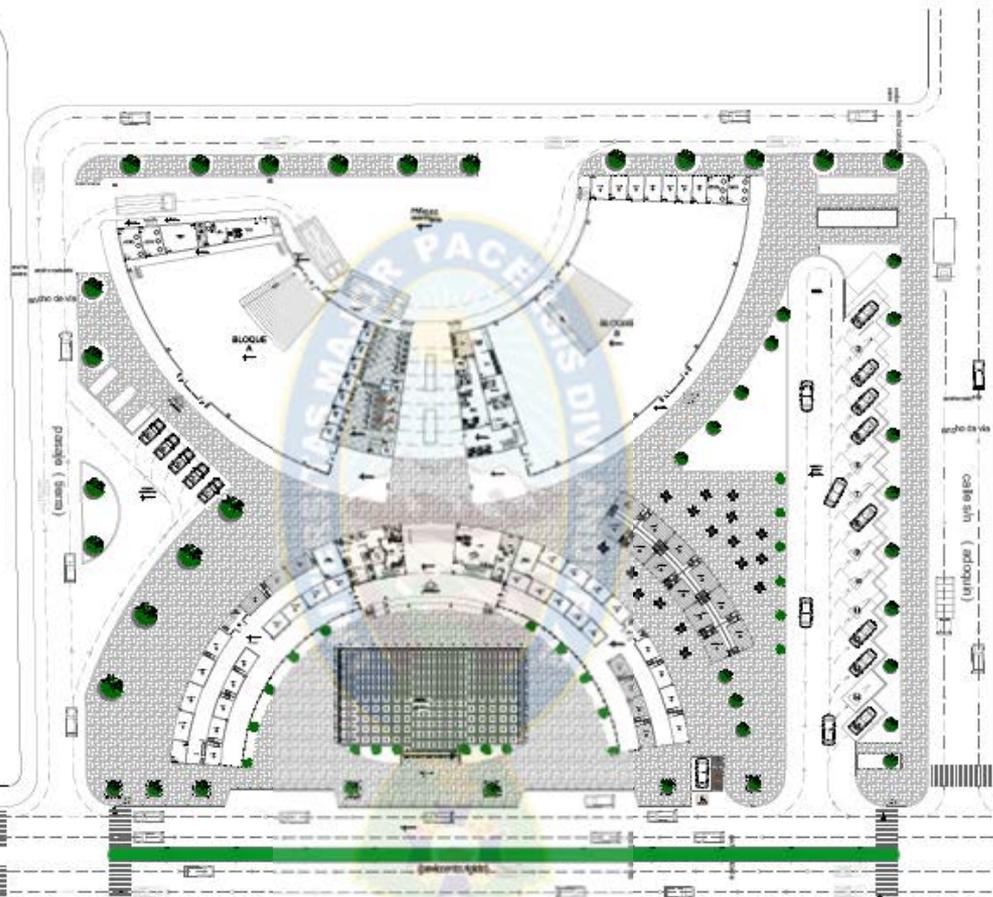


## **CAPITULO VI**

### **DESCRIPCION TECNICA DEL PROYECTO**

CENTRAL DE ABASTO DE PRODUCTOS  
AGROPECUARIOS

# PLANIMETRIA GENERAL



## AREA DE VENTAS

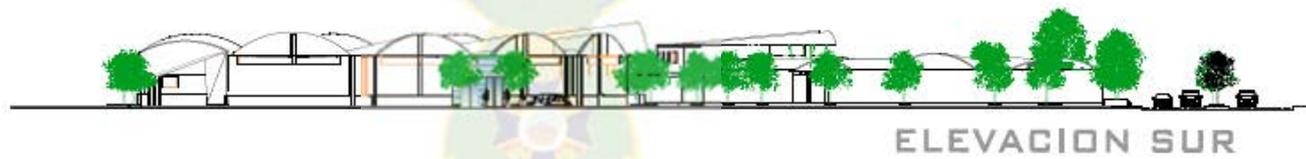
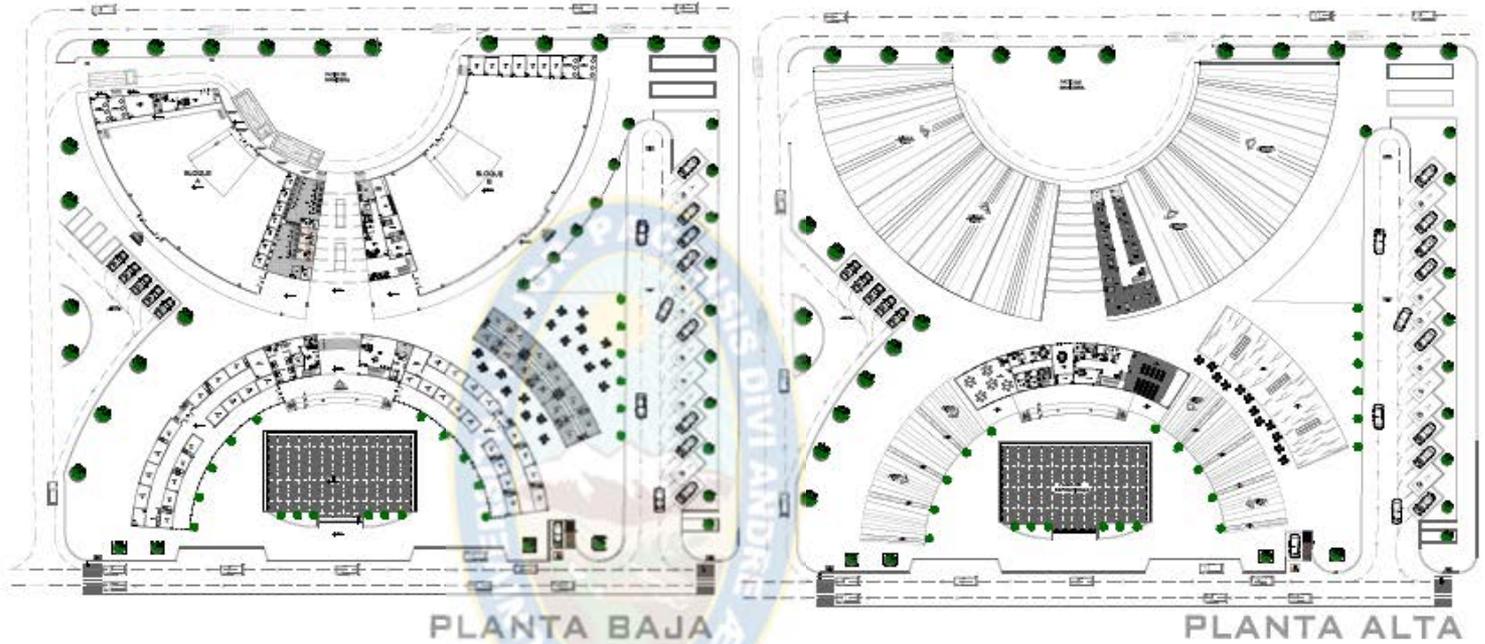
**PRODUCTORES :**  
**BLOQUE A**  
**BLOQUE B**

**MINORISTAS:**  
**COMERCIO**  
**EN GENERAL 8**  
**FRUTAS 5**  
**FLORES 5**  
**ABARROTES 10**  
**CARNES 6**  
**JUGOS 6**  
**COMIDA 6**  
**TOTAL**  
**MODULOS**  
**DE VENTA 46**



ELEVACION ESTE

# PLANTAS



## 9.5. PERSPECTIVAS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO



VISTA EXTERIOR DE AREAS VERDES



VISTA NOCTURNA



VISTA CIRCULACIONES

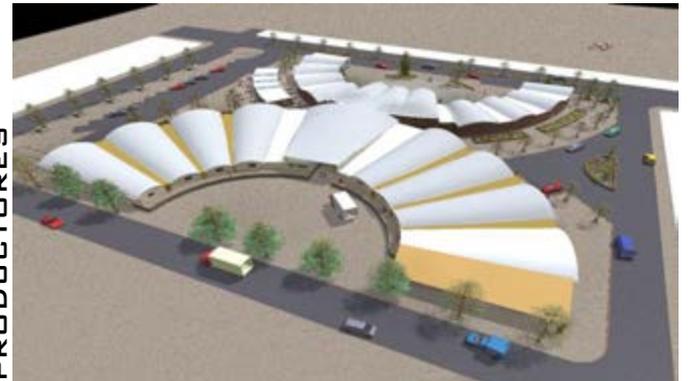
PERSPECTIVAS



VISTA AEREA: PUESTOS DE COMIDA



VISTA AEREA: AREA PRODUCTORES



## 10 .BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA:

### LIBROS

- Arte De Proyectar NEUFERT 15ª edición Barcelona: Gustavo Gili, 1999
- Manual De Criterios De Diseño Urbano, Jant Bazant S.
- Plan de Desarrollo Municipal De El Alto
- Equipamiento Urbano, Saravia Valle, Jorge
- Manual De Arbolado Urbano, Arze Ana
- Gestión De Proyectos Arquitectónicos, Edwar Mils, Editorial: Gustavo Gili Barcelona España
- Enciclopedia De Arquitectura PLAZOLA, Alberto Plazola, Cisneros Plazola
- Reglamento Nacional De Instalaciones Sanitarias Ministerio De Desarrollo Humano.
- Instituto Nacional De Estadísticas, INE.
- Caracterización De Mercados En El Área Metropolitana

### REVISTAS

- **lostiempos.com** Lunes 31 de marzo del 2014

### INTERNET:

- <http://es.wikipedia.org>
- [El alto bolivia.cjb.net](http://Elalto_bolivia.cjb.net)
- <http://www.elalto.galeon.com/elalto.htm>
- [Clima en El Alto - Pagina del Clima en Bolivia](http://Clima en El Alto - Pagina del Clima en Bolivia)
- [ww.fmbolivia.com.bo/noticia80628-la-comercializacion-en-dos-pasos-de-verduras-y-frutas- hace-que-los-precios-experimenten-incrementos-en-desmedro-de-la-economia-popular.html](http://ww.fmbolivia.com.bo/noticia80628-la-comercializacion-en-dos-pasos-de-verduras-y-frutas- hace-que-los-precios-experimenten-incrementos-en-desmedro-de-la-economia-popular.html)
- <http://www.vicepresidencia.gob.bo/Gobierno-anuncia-millonaria>
- [Su historia: Antecedentes de la ciudad de El Alto \(Bolivia\)](http://Su historia: Antecedentes de la ciudad de El Alto (Bolivia))

## ANEXOS

### Distritos Municipales: De El Alto

Distrito	Población	Superficie Hectáreas	Densidad de población Hab. / Hectárea	Principales zonas
1	99.920	958	104,35	Ciudad Satélite, Rosas Pampa, Villa Dolores, Santiago I
2	75.199	1.112	67,63	Nuevos Horizontes, El Kenko, Santiago II, Bolívar B, D, E
3	135.014	1.869	72,25	Cosmos 79, Villa Adela, 1ro. de Mayo, Luis Espinal
4	90.787	1.843	49,25	Secke, Villa Tunari 1, 2, 3, 423 de Marzo, S José Yunguyo
5	91.216	1.505	60,60	Villa Ingenio, Río Seco, Huayna Potosí, Mercurio
6	101.493	1.642	61,81	16 de Julio, Alto Lima, Ballivián, Ferropetrol
7	20.118	4.980	4,04	B. Saavedra, 16 de agosto, Porvenir I, II, V. Cooperativa
8	33.603	5.991	5,61	Mercedes A, B, C, D, E, F, G, Senkata, Cumaravi
9	2.608	15.149	0,17	Laguna Jhankho cota, Villandrini, Milluni
<b>Total</b>	<b>649.958</b>	<b>35.049</b>	<b>18,54</b>	

### Establecimiento Manufacturero Por Distrito Y Por Tamaño

Actividad Económica	Totales	Micro	Pequeño	Mediano	Grande
<b>Distrito 1</b>	746	698	53	6	4
<b>Distrito 2</b>	493	411	49	21	12
<b>Distrito 4</b>	892	800	83	6	3
<b>Distrito 5</b>	547	504	35	2	6
<b>Distrito 8</b>	127	121	4	2	

- Acceso limitado a recursos productivos.
- Problemas ligados a la productividad.
- Degradación de los recursos naturales.
- La falta de acceso a mercados remuneradores.
- Los consumidores rurales y urbanos, tienen dificultades en proveerse de alimentos en cantidad/calidad.

