

" MERCADO EN TLALPAN D. F. "

189  
2 y

JURADO # A 2

ARQ. LILIA GUZMAN Y GARCIA

ARQ. CESAR MORA VELASCO

ARQ. IGNACIO GONZALEZ TEJEDA

AMADOR JESUS MONDRAGON ROMERO

HUMBERTO ISAAC GARCIDUEÑAS CRUZ

SEMESTRE 85-2

FACULTAD DE ARQUITECTURA

U. N. A. M.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

I N D I C E .

— INTRODUCCION.

— DESCRIPCION GENERAL DE LA ZONA ( DELEG. TLALPAN )

— ANTECEDENTES HISTORICOS.

— JUSTIFICACION DEL TEMA.

— ANALISIS COMPARATIVO.

— CARACTERISTICAS DEL TERRENO.

— CARACTERISTICAS CLIMATOLOGICAS DEL AREA DE ESTUDIO.  
( COLONIA )

— MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS DE CONSTRUCCION MAS USUALES.

— BASES DEL DISEÑO.

— CRITERIOS GENERALES DEL PROYECTO.

— PROGRAMA ARQUITECTONICO.

— PLANOS

LEGIS PROFESIONAL

MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIBUENAS CRUZ H I  
MONDRAGON ROMERO A. J.

LOCAL:

FECHA:

MARZO 85

TALLER



JUAN CORDERO

INTRODUCCION .

## INTRODUCCION

En nuestro país, la crisis social se ha venido agudizando paulatinamente. La realidad social de nuestro país se ha visto reflejada en una problemática urbana, derivada de un anárquico crecimiento de la ciudad, altos índices de población, carencias de infraestructura y equipamiento urbano. Siendo las clases de escasos recursos económicos los más gravemente agredidos y perjudicados, teniéndose que incorporar tierras ejidales al proceso de la urbanización.

De hecho colonias como San Nicolás Totolapan, Padierna, Ampliación Miguel Hidalgo, no son más que una pequeña parte de ésta problemática urbana en la que podríamos englobar o incorporar las 85 colonias y barrios de la Delegación de Tlalpan, o bien las 1 000 ó 2 000 colonias que anualmente vienen a formar parte de los cinturones de miseria en la periferia de las zonas urbanas, así como los conflictos urbanos dados en términos económicos, políticos y sociales que se ven concretizados a partir de un estado elitista.

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ M. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA:

FECHA:

MARZO 25

TALLER



JUAN BOGOMAN

DESCRIPCION GENERAL DE LA ZONA ( DELEGACION DE TLALPAN )

DESCRIPCION GENERAL DE LA ZONA (DEIG. DE TLALPAN)

Aspectos Fisicos de la zona particular de estudio

Localización de la Delegación .

La Delegación de Tlalpan, se encuentra situada en la parte sur del Distrito Federal, en la zona más pintoresca del valle, a 13 Km del Zócalo.

Geográficamente se localiza a los 19 grados 17' 22" - de latitud norte y 99 grados 1' 54" de longitud oeste del meridiano de Greenwich y a una altura de 2293 mts ,sobre el nivel del mar.

Se encuentra colindando con el Estado de México al -- suroeste, con el Estado de Morelos al Sur, con las Delega -- ciones de Magdalena Contreras al oeste, Coyoacán al norte , Xochimilco al este y Milpa Alta al sureste .

Dentro de sus límites ,se encuentran los siguientes - Pueblos:

San Lorenzo Huipulco, Chimalcoyotl. San Pedro Martir , San Andrés Totoltepec, San Miguel Xicalco, La Magdalena --- Petlacalco, Topilejo, Parres y Santa Ursula Xitla.

Además el Bosque del Pedregal y Las Unidades Habita -- cionales de Villa Olimpica y Villa Coapa , numerosas colo -- nias residenciales y proletarias así como barrios .

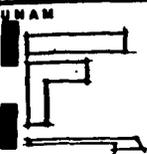
Vías de Comunicación y Transporte :

La Delegación de Tlalpan, se encuentra comunicada al - resto de la Ciudad por dos grandes vías.

Primero.- Por el oriente se encuentra la Calzada de - Tlalpan y

Segundo.- Por el poniente la Avenida de Insurgentes- Sur .

En el entronque de estas dos avenidas , en el punto -- conocido como el trebol es donde se inicia la carretera a



TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H.I.  
MONDRAGON ROMERO A.J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'SORMAN

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

" FACULTAD DE ARQUITECTURA "

tema de tesis:

" MERCADO " ( tlalpan D.F. )

alumnos :

GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC.

MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS.

terna:

ARQ. CESAR MORA.

ARQ. LILIA GUZMAN.

MEXICO D. F. 1985.

	TÍTULO PROFESIONAL			
	MERCADO EN TLALPAN D.F. COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO			
ELABORADO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	TECALA:	FECHA:	MARZO 85
				JUAN GONZALEZ

Cuernavaca y la autopista que conduce al mismo lugar .

Por estas dos vías circulan en los dos sentidos transportes urbanos, camiones cuya ruta va del Zócalo a Tlalpan y transporte sub-urbano que presta servicio en la ruta --- México-Ajusco-Topilejo, llegando algunos a los pueblos de - San Pedro Martir y San Andres Totoltepec. Así mismo existe circulación de automoviles , transportes pesados, trolebuses, motocicletas, bicicletas, etc. , por la Calzada de Tlalpan -- circulan los tranvías eléctricos, cuya ruta circular pasa - por calzada de Tlalpan llegando hasta la Avenida San Fernando y de este punto retorna hasta la estación del metro taxqueña.

En lo que se refiere a la vialidad interna no se observó una jerarquización en la mayoría de las calles, en un 90% de estas el ancho es de 3 a 2 carriles de los cuales - uno es para circular en dos sentidos, los otros dos se utilizan como estacionamiento, por estas calles circulan también cualquier tipo de vehículo .

Sólo en la zona central donde se localiza el edificio de Gobierno, la circulación es ordenada siendo en un sólo - sentido y no permitiéndose el estacionamiento en la mayoría de estas, aunque también se permite la circulación de cualquier vehículo .

En la cabecera de la Delegación en la zona más urbanizada el 80% de las calles se encuentra pavimentadas, a un costado de esta, donde se localiza la ampliación Miguel Hidalgo , la pavimentación esta satisfecha en un 65% y en el resto de las colonias y pueblos existentes se encuentra únicamente con un 25% estando la mayoría de las calles sin pavimentar .

Orografía :

La orografía es variada y vá desde terreno plano, ondu-

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'SORMAN

lindo hasta montañoso.

Desde el punto de vista ecológico, está dividido en tres clases :

- Vegetación del Pedregal
- Vegetación de la Región Montañosa.
- Tierra de Cultivo.

Vegetación del Pedregal.- Se encuentra constituida por matorral muy heterogeneo, presentando grandes diferencias en su composición floral, entre sus variedades encontramos también árboles tales como el pirú, encino, ocote, jacalote, oyamel alle, y otras variedades .

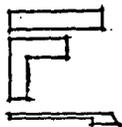
Vegetación de la Región Montañosa :- Esta zona se encuentra constituida por Bosques de Coníferas oyamel y varias especies de pino, existiendo también pequeñas áreas de cedrón En las partes más altas , junto con el pino y el oyamel, crecen diversas especies de helechos y musgos .

Tierra de Cultivo.- Las zonas de cultivo están ubicadas dentro de una franja que abarca desde la Ciudad de Tlalpan hacia el este y sur ensanchandose hacia el oeste, en las regiones donde los cerros Malacatepec. y Mesotepec; extendiendose hasta las faldas del Ajusco.

El cultivo más importante en toda la Delegación, es el maíz, el cual ocupa el 46.3% de la superficie de labor, en los ejidos próximos a Santa Ursula Xitle y Huipulco, no sólo se produce maíz, sino también papa, las legumbres como la alfalfa siendo la zona de cultivo la parte noroeste de la Delegación también existe floricultura: cultivo de rosas , clavel, gladio la y nube, Fruticultura: Donde se cultiva ciruelo español, perón, chavacano, durazco, higo, membrillo y zapote blanco.

En la Delegación de Tlalpan, se cuenta con 51 pozos de agua para uso industrial y agrícola (de riego), los cuales producen 19 millones de metros cubicos anuales, sin embargo -

UNAM



TÉCNICO PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

gran proporción de tierras clasificadas como de riego utilizan agua que traen las pipas de las Fuentes Brotantes.

Hidrografía:

En Tlalpan, existen numerosas corrientes de agua que bajan de los cerros pero que sólo en tiempos de lluvia llevan agua permaneciendo el resto del año secos. Estos intermitentes ríos corren en dirección de oeste a este y de sur a norte.

Actualmente hay dos ríos casi secos, pero que fueron muy importantes, los ríos de San Buenaventura y San Juan de Dios. La fuente de estos ríos se encuentra localizada en el Pedregal de Xitla, la sur del mismo cerro, y del Ajusco. --- Ambos ríos fertilizan la parte llamada de la Delegación pasando los ríos por la ciudad de Tlalpan; el de San Buena -- aventura se dirige al Lago de Xochimilco, tomando la Hacienda de Tenorio. El de San Juan de Dios, se dirige al canal que sale del Lago de Xochimilco por Tomatán posteriormente se -- dirige a la Ciudad de México, con el nombre de Canal de la -- Viga.

Al sur del río de San Juan de Dios, se le une en el punto donde está la Hacienda del mismo nombre, el río que des -- ciende del Pedregal de Xitla y que proporciona la energía -- necesaria para el funcionamiento de las Máquinas de las fá -- bricas de papel de peña pobre, San Fernando y más al sur, la fábrica de textiles La Fama.

Existen otros ríos importantes, y que sirven de límite entre la Delegación de Tlalpan y la Magdalena Contreras que el río eslava .

CLIMA: El clima es de tipo <sup>TEMPERADO</sup> ~~sub-tropical~~, de altura suave benigno y agradable. La temperatura del mes más cálido es inferior a 22 C . y la temperatura media de verano es superior a los 10 C. Sus variedades son entre 9 y 15 C .

### Vientos Dominantes .

En el mes de enero hay vientos dominantes y se dieron de la siguiente forma al noroeste (NW), con densidad de 2.7 m/seg. (en las gráficas siguientes se indica la dirección del viento y la dimensión del mismo, intensidad en m/seg.

Mes de Febrero, varió notoriamente la dirección del viento, la dirección fué de suroeste SW, intensidad de 2.8m/Seg en la escala gráfica y así sucesivamente extendiendo en los siguientes meses, lo cual lleva a la conclusión de que intensidad de 2.0 m/seg. en la escala gráfica.

### Asoleamiento:

El mes de Junio tiene el mayor número de horas de asoleamiento y diciembre el menor. En enero, dada la declinación del sol, al sur tenemos la máxima insolación todo el día y la carencia total de asoleamiento en la fachada norte, al oriente se tiene un asoleamiento de las fachadas de cinco hrs. aproximadamente durante las mañanas y por el poniente por las tardes igual número de horas, fachadas con vista al norte, sólo recibe asoleamiento algunos días del mes de junio y las fachadas al sur no lo reciben.

### Precipitación Pluvial.

El régimen de lluvias es regular se inicia en verano y termina en otoño con precipitación moderada. La humedad promedio es de 40% de febrero a mayo, de 68% de junio a octubre y 55% de noviembre a enero.

Precipitación Pluvial promedio es aproximadamente de 690 m.m., siendo la temporada de lluvias de junio a septiembre, los meses más secos de enero a marzo.

### Datos Socio-Economicos .

Densidad de Población: Esta Delegación cuenta con una superficie de 309.72 K<sup>2</sup>, la cual comprende 20.85% de la superficie total del Distrito Federal. Su densidad es de 450.06 hab. por K<sup>2</sup>, población que habita Tlalpan, es casi en su totalidad de carácter urbano.

NAM

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

## DATOS SOCIO-ECONOMICOS

### DESARROLLO DE LA DELEGACION.

La población de la Delegación de Tlalpan, actualmente tiene una magnitud de 347,319 habitantes.

A partir de 1970, hasta 1978 la tasa de crecimiento anual fué de 10% Comparativamente este crecimiento es uno de los mayores en el área Metropolitana a partir de 1965.

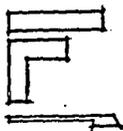
Toda esta población se fué asentando en la cabecera de la Delegación lo que es ahora el área urbana, estando localizado en ésta zona el 78% de la población, el 9% de los poblados rurales y el 13% fuera del área urbana.

El 60% de la P.E.A. percibe ingresos inferiores o iguales al salario mínimo y se concentra en las zonas sur y poniente.

La P.E.A. con ingresos mayores al salario mínimo se ubica principalmente al oriente, centro y poniente de la Delegación.

La Delegación de Tlalpan desde sus inicios se vio afectada por un crecimiento urbano desordenado, lo que proporciónó con el paso del tiempo el que no exista una clara jerarquización en la estructura vial, lo que provoca muchos puntos de conflicto y una estructura urbana primitiva que no contempla las interacciones en los usos del suelo, ni propicia la interacción de la comunidad.

UNAM



TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85'

TALLER



JUAN O'DORMAN

## DEFINICION DEL MARCO DE REF. FISICO.

Dentro del casco urbano de la Delegación de Tlalpan, se localizan construcciones a base de una gran diversidad de materiales que varían en calidad y costo, elementos con los que se analizó la calidad de construcción.

Se encontraron construcciones de lujo principalmente en el centro de Tlalpan, en el Club de Golf México y en la parte oriente del casco urbano donde se encontraron ubicados una considerable cantidad de Fraccionamientos de tipo residencial.

Las construcciones de buena calidad se encuentran perfectamente definidas en Villa Coapa y las zonas circunvecinas, así como en Villa Olímpica, el resto de éste tipo de construcciones se encuentra disperso a lo largo ancho del casco urbano.

Con zonas perfectamente identificadas como Isidro Febela, Ampliación Miguel Hidalgo, Padierna, Miguel Hidalgo, San Pedro Martir, Santa Ursula Xitla, etc., se localizan las construcciones de regular y de mala calidad, predominan éstas últimas.

## SITUACION ACTUAL DE LA DELEGACION.

- Suelo y Reservas
- Irregularidad en las tendencias.
- Propiedad Pública insuficiente y dispersa.
- Medio Ambiente.
- Erosión y deterioro en áreas boscosas.
- Escaso espacio abierto público.
- Contaminación en aumento.

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H.I.  
MONDRAGON ROMERO A.J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'BORMAN

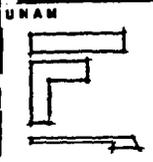
- Vivienda.
  - Disminución en la participación del Estado en la Producción.
  - Aumento del Dificit.
  
- Centros Urbanos.
  - Incremento en la tendencia a la concentración en el centro.
  - Desequilibrios entre zonas servidas y población.
  
- Infraestructura.
  - Carencia de servicio en zonas - de habitación Popular.
  
- Vialidad.
  - Desconexión entre el suoriente- y norponiente.
  
- Transporte.
  - Insuficiencia del transporte p<sub>ú</sub>blico.
  
- Planeación.
  - Falta de planeación continúa y- seguimiento de objetivos y pro- gramas.

**ESTRUCTURA URBANA.**

La estructura urbana de la zona cuenta con diversas - características que van desde las condiciones pésimas en cuan- to a su taza, construcción y conservación hasta las más depu- radas en cuanto a esto se refiere.

Dentro de la urbanización se observó lo siguiente:

- Vacios Urbanos.
- Zona típica de la Delegación.
- Unidades Habitacionales.
- Zonas de Habitación Residencial.
- Zonas de Habitación Medio.



TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO



EQUIPO:	FECHA
GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	MARZO 85

- Zonas de Habitación Popular.
- Zonas Arqueológicas.
- Zonas verdes, de recreación y deportivas.
- Centros educativos.
- Centros Médicos - Asistenciales.
- Centros Industriales.

Se pueden considerar dos zonas claramente definidas y la cabecera de la Delegación como la zona urbanizada donde se localizan la mayoría de los servicios comercios y zonas habitacionales así como algunos vacios urbanos.

En la zona central y baja se localizan la mayoría de los pueblos existentes, ejidos y vacios urbanos.

#### DENSIDAD DE POBLACION. *Si se presenta*

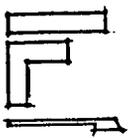
La Delegación de Tlalpan, cuenta con una superficie de 309,72 Kms .2 la cual comprende al 20.85% de la superficie total del Distrito Federal.

Puede observarse que en esta última decada se presenta el mayor crecimiento demográfico de la Delegación cuando participa con el 1.9% de la población total del Distrito Federal.

#### EVOLUCION DE LA POBLACION

1930 .....	15,009	Habitantes.
1940 .....	19,249	Habitantes.
1950 .....	32,767	Habitantes.
1960 .....	61,195	Habitantes.
1970 .....	130,719	Habitantes.
1980 .....	217,018	Habitantes.
1985 .....	347,319	Habitantes.

NAM



TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER



EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

JUAN OSORMAN

La estructura por edades se presenta amplia en su base con una continúa estrechez hacia su cúspide lo que indica la participación mayoritaria de la población infantil y joven de la Delegación. *60 P.T.C.R.*

#### DENSIDAD DE VIALIDAD.

La circulación en el caso urbano presenta áreas de conflicto debido a que el volúmen es considerable, como en la calzada de Tlalpan que tiene 2,100 vehículos/hora, máxima demanda en el horario pico de 8.00 a.m. a 9.00 p.m.

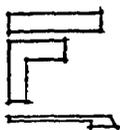
Con el objeto de mejorar la circulación en las calles de la Delegación del Departamento del Distrito Federal por medio de la Dirección General de Ingeniería de Tránsito y Transporte se hizo un estudio para los cambios de sentido de circulación en las calles de la Delegación con lo que se espera reducir el número de accidentes y mejorar la fluidéz del Tránsito.

#### REGIMEN DE PROPIEDAD.

El tipo de Propiedad en su mayoría es privado, estando localizados en éstos lo que se refiere a Unidades Habitacionales, Fraccionamientos Unifamiliares, Residencias, Unidades Populares, Unidades Asistenciales e Industriales. Sin descartar la existencia de terrenos ejidales dedicados a la siembra de productos agrícolas, haciendo mención de que la mayoría de estos se encuentra sin trabajar.

Existen también predios en los que se llevaron a cabo asentamientos humanos irregulares por personas de las denominadas "Paracaidistas", los cuales se encuentran aún sin regular.

JUAN



TÉCICO PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

## INFRAESTRUCTURA.

### DRENAJE.

En el casco urbano las condiciones de la red son buenas, tienen colectores que sirven a las nuevas zonas habitacionales.

En el casco urbano antiguo el sistema de alcantarilla do es de diámetros pequeños pero funciona en regulares condiciones.

Sobre la Avenida de los Insurgentes de norte a sur -- funciona un colector cuyos diámetros varían de 1.52m. a 2.60 m. entre las calles San Fernando y Rio San Buenaventura.

En la Calzada del Canal de Miramontes hay un colector de 2.50m. de diámetro entre el anillo Periférico y Calzada -- del Hueso.

A su vez ésta Calzada existe un colector de 1.52m. de diámetro entre Canal de Miramontes y Canal Nacional.

En la Avenida Coapa funciona un colector cuyo diámetro es de 1.22m. y que descarga directamente sobre el colector del Canal de Miramontes.

Ampliación Miguel Hidalgo; carece de éste servicio:

Parres.- El Pueblo de Parres carece del servicio.

Ejidos de Padierna.- También carece de éste servicio.

San Miguel Ajusco.- Tiene servicios de alcantarillado el cual no funciona en parte porque las conexiones domiciliarias no las han solicitado los vecinos.

### EQUIPAMIENTO URBANO.

Servicios Médico-Asistenciales.- En cuanto a estos --

TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO.

GARCIDUEÑAS CRUZ M. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER

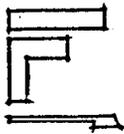


JUAN O'ORMAN

servicios la Delegación de Tlalpan cuenta con los siguientes:

- Hospital de Neurología. S.S.A.
- Hospital de Enfermeras Pulmonares. S.S.A.
- Hospital Pediátrico Infantil. S.S.A.
- Hospital de Nutrición. S.S.A.
- Hospital General. S.S.A.
- Hospital Neumología. S.S.A.
- Clínica de Especialidades. I.S.S.S.T.E.
- Clínica No. 7 (Unidad Médica de Cons. externa. IMSS)
- Casa Hogar para Ancianos. S.S.A.
- 2 Clínicas particulares de Diagnóstico Clínico.
- Clínica de Odontología. D.D.F.
- 3 Guarderías Infantiles (I.S.S.S.T.E., I.M.S.S. y - S.S.A.)
- Centro de Salud. S.S.A.
- 1 Dispensario Médico. D.D.F.
- 2 Centros de Salud de carácter particular.

UNAM



TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H.I.  
MONDRAGON ROMERO A.J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'CONNOR

FINANCIAS

A

En la educación media superior de la Delegación no hay -  
Vocacional, centro de Estudios Superiores Científicos, y -  
Tecnológicos, solamente cuenta con la Escuela Nacional --  
Preparatoria No 5, por lo que parte de su población tiene  
trasladarse a otros lugares para continuar sus estudios.

Por lo que respecta a la Educación Superior, la Dele-  
gación cuenta unicamente con instalaciones escolares de -  
la Universidad Intercontinental (de carácter privado).

### Servicios Municipales.

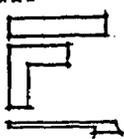
Referente a los Servicios Municipales con los que -  
cuenta la Delegación son los siguientes :

- 6 Casetas de Policía
- Oficinas de Gobierno Federal
- Oficina Federal de Hacienda No 16.
- Oficinas de Teléfonos de México.
- Oficina de Telégrafos.
- Oficinas de Juzgado de Paz.
- Comandancia de Policía.
- Oficina de Trámitación de documentos de Tránsito en  
el área de Tlalpan
- Estación de Bomberos.
- Oficinas del Partido Revolucionario Institucional.
- Oficina del Centro de Acción Educativa .
- Oficina de Mejoramiento Familiar de la Delegación.
- Oficina de Gobierno Sub-Delegación del D.D.F.

La mayoría de las dependencias citadas, se encuentran  
localizadas en forma dispersa .

Dentro de las oficinas de Gobierno, se localizan al -  
gunas de ellas así como lo referente al Registro Civil, --  
Departamento de Planeación , Licencias, etc.

UNAM



TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'ORMAN

### Servicios Comerciales .

Los servicios y el Comercio tienen una participación mínima respecto a la totalidad de las ramas del Distrito - Federal en este Sector, el número de establecimientos participa con el 0.6 % en los servicios y el 0.8 % en el Comercio, del personal ocupado 9.7 % y 0.5 % respectivamente, 0.3 % y 0.2 % en la remuneración al factor trabajo, 0.7 % y 0.17 % en el capital invertido, además 0.5 % y 0.3 % de los ingresos brutos .

### Servicios Educativos .

Dentro de la Delegación de Tlalpan solamente funcionan 19 jardines de niños, 17 oficiales y 2 particulares.

En el nivel de educación primaria el sistema educativo observa aproximadamente el 95 % de la demanda real de 6 a 8 años o sea 26,163 alumnos .El total de maestros es de 726.

Por lo que respecta a la educación media básica, solamente la delegación cuenta con 16 escuelas federales y 6 particulares .

### Aspecto Industrial .

La Industria es la actividad más importante en Tlalpan. Y se distribuyen de la siguiente forma :

- Industria de la Transformación
- Industria de la Construcción
- Industria de la Extracción
- Industria de Electricidad ,Gas,etc.

Todas las industrias se localizan en la cabecera siendo Huipulco el único Pueblo que cuenta con Industrias.

Las industrias más importantes son las de Fabricación de papel y celulosa, representada por la Fábriación de peña Pobre, y las Textiles de las que existen 7 fábricas.

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER



JUAN O'BORMAN

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

Otra rama importante de la Industria es la de los -  
Laboratorios de productos farmacéuticos, existiendo 7 de --  
ellos .

Existen otras fábricas importantes como son las fá --  
bricas de mosaicos, muebles de mimbre insecticidas, etc.

Otras Industrias de poca importancia económica son --  
los molinos de nixtamal, tortillerías y panaderías .

El comercio está poco desarrollado solamente el 2.1 %  
de la población total se dedica a esta actividad .

El 85.4 % de las personas dedicadas al comercio son -  
vendedores.

Los Restaurantes se han incrementado día con día y se  
calcula que en la cabecera existen más de 20 .

Existen tres estaciones de gasolina una en Insurgentes  
Sur, otra en Calzada de Tlalpan y San Fernando y la última  
en Calzada de Tlalpan y Calzada Xochimilco, en Huipulco.

#### Servicios Comerciales (Mercados ) \*

Existe en la cabecera un sólo mercado de comerciantes,  
establecidos que es el mercado de " La Paz" . Los días mier-  
coles se establece un mercado sobre ruedas en la calle de -  
Limantitla. En todos los Pueblos y en casi todas las colo -  
nias de la Delegación, se establece cuando menos una vez --  
por semana un pequeño tianguis.

Además existen la Relación de Empresas Comerciales --  
en la Delegación de Tlalpan.

- Sardinero
- Samborns
- Vips.
- Suburbia
- Aurera.

TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H.I.  
MONDRAGON ROMERO A.J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'CONNOR

En la cabecera existen boticas, carnicerías y otros -  
pequeños comercios como tlapalerías, papelerías, recaderías  
etc.

La Relación de Empresas de Servicios en la Delegación  
de Tlalpan .

- Banco Continental, S.A.
- Banco Internacional, S.A.
- Banco Nacional de México, S.A.
- Banco de Comercio, S.A.
- Nacional Monte de Piedad .
- Seguros La Comercial, S.A.
- JosK de México, S.A.
- Manufacturas Gilioli, S.A.
- Geigy-Mexicana, S.A. de C.V.
- Italmex, S.A.
- Laboratorios Columbia, S.A.
- Laboratorios Columbia, S.A.
- Laboratorios Higa, S.A.
- Laboratorios Infan, S.A.
- Laboratorios Ofimex, S.A.
- Laboratorios Tey-Mol, S.A. de C.V.
- Estembres Millor, S.A.

Promedio de Ingresos de la Población

Un factor muy importante para la población ocupada,  
lo representa el nivel de ingresos que se obtiene en forma  
personal.

Los grupos de ingresos no han experimentado cambios,  
como para considerar que los niveles han mejorado de vida  
por lo que se observa que los salarios no aumentan en la -  
justa proporción respecto a los precios, porque a estos los  
rige la espiral inflacionaria.

UNAM

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H.I.  
MONDRAGON ROMERO A.J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85



JUAN O'GORMAN

Porcentajes respecto a la población total :

Población Total . . . . .	.130,712 hab.
Población económicamente activa . . . . .	.39 ,516 hab.
Población económicamente inactiva . . . . .	.31 ,194 hab.
Población menor de 12 años . . . . .	.60 ,000 hab.

Población No Productiva .

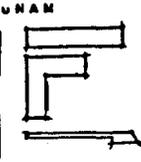
Población Total . . . . .	.130,712 hab.
Población no Productiva . . . . .	99,194 hab.
Población menor de 12 años . . . . .	60,000 hab.

Población Económicamente inactiva .

Población Total . . . . .	.130,712 hab.
Población Escolar . . . . .	27,094 hab.
Población Labores domésticos . . . . .	18,600 hab.
Otros . . . . .	15,500 hab.

Ocupación por Rama de Actividad .

Agropecuarios . . . . .	9.0 %
Extractivas . . . . .	0.7 %
Trasformación . . . . .	26.6 %
Construcción . . . . .	7.4 %
Electricidad . . . . .	0.6 %
Comercio . . . . .	10.3 %
Trasporte . . . . .	4.2 %
Servicios . . . . .	41.2 %



TESIS PROFESIONAL		
<b>MERCADO EN TLALPAN D.F.</b>		
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO		
EQUIPO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	ESCALA
		FECHA MARZO 85



ANTECEDENTES HISTORICOS ..

## ANTECEDENTES HISTORICOS DEL COMERCIO

Comprar y vender son actividades tan antiguas como la humanidad. El hombre prehistórico intercambia el venado por un collar de conchas.

Actualmente, el ama de casa adquiere comestibles a -- cambio de dinero; cada una de éstas transacciones tiene como motivo, la satisfacción de necesidades.

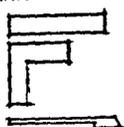
Una de las condiciones de mayor importancia fué la aparición del intermediario.

El comerciante, quien convirtió esta satisfacción de necesidades, en transacción comercial, transportando de un lugar a otro, estableció rutas de comercio y puestos de intercambio, indicando los procesos comerciales a nivel Regional y Nacional. Donde quiera que el se asentó, llegó a ser parte integral y vigorosa de su medio social y económico.

En la ciudad antigua, la plaza de mercado era el centro de la ciudad, no solo geográfico, sino social, religioso y comercial.

El comerciante tiende sus mercancías debajo de las columnas de un edificio diseñado especialmente para éste fin. Los ciudadanos en la plaza, discutían los temas cotidianos, realizaban sus negocios, hacían sus mercados. La compras y ventas ocurrían allí donde los filósofos, los poetas y los comerciantes, estaban discutiendo, recitando o representando sus artes. Los tribunales de justicia se realizaban allí, -- compartiendo su lugar con los viveres esparcidos por el suelo.

UNAM



TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'ORMAN

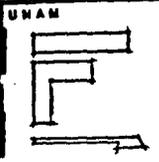
Esta integración de actividades humanas fué un patron universal.

En el amorfo ambiente suburbano, el comerciante había tenido dificultad para encontrar una manera lógica para integrar sus actividades dentro de la escena local. Las tiendas no estaban siendo localizadas de acuerdo con un sistema adecuado de abastecimiento, tal como sucedía anteriormente con relación a la estación ferroviaria. El cliente ya no tenía un centro geográfico, él y su automóvil estaban por todas partes. En tales condiciones la mejor localización de los comercios parecía ubicarse sobre las carreteras.

A medida que un creciente número de locales, aparecieron sobre las carreteras, más y más gente se estacionaba a lo largo de las vías y el espacio para estacionamiento empezó a escasear. Un nuevo tipo de obstáculo, el parquímetro, hizo su aparición. Pero como éste sistema costaba dinero y el sobre costo tendía a reducir las ventas, los comerciantes reaccionaron y tuvieron que hacer arreglos para que el cliente se estacionara fuera de las vías, primero detras y luego frente a las tiendas.

Las áreas residenciales alrededor de las congestionadas arterias o situadas cerca de las tiendas o de sus áreas de servicio, llegaron a ser indeseables y los comercios se encontraron entonces en el centro de unas áreas residenciales decadentes, con reducido poder de compra.

Como los clientes fueron evacuados de las atestadas vías, parte por la aparición de la plaga motorizada, una salvaje rebatifa por lograr las nuevas localizaciones, había comenzado. Las tiendas que habían sido construidas en las recientes áreas suburbanas, quedaron abandonadas como cuando -



TESIS PROFESIONAL  
**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO



EQUIPO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	ESCALA	FECHA	MARZO 85
---------	--	--------	-------	----------

estaban en el centro. Curiosamente irónico los comerciantes se encontraron otra vez en la misma situación indeseable de la cual habían tratado de escapar.

"Se comprendió por fin la urgente necesidad de un planteamiento integral y a largo plazo".

Los compradores suburbanos requieren así un área de compras comoda y ampliamente abastecida, servida además por un área de estacionamiento suficiente y gratuito. Estas fueron las simples necesidades prácticas con las cuales fue concebido originalmente el "SHOPPING CENTER". Es muy significativo que el nombre común es "SHOPPING CENTER" y no "SELLING CENTER" lo cual indica claramente que son los deseos del comprador los que tienen preferencia sobre los del vendedor.

El adecuado planteamiento, debe proveer atracciones adicionales al plantear nuevas necesidades. Ofreciendo facilidades para actividades sociales, recreativas, dentro de un ambiente protegido.

Encontramos las áreas peatonales llenas de gente, no solo durante las horas normales de venta, sino también paseando, mirando vitrinas, descansando en los jardines, recorriendo exhibiciones y utilizando los restaurantes, durante los domingos y días festivos. Tal idea conduce a un ascenso del área residencial vecina y aumentan los valores de los bienes raíces, cuando el "SHOPPING CENTER" llega a ser realmente un lugar que proporciona las demandas de bienes físicos para los habitantes del suburbio, pero simultáneamente atienden sus necesidades sociales, y recreativas, se convierten entonces en una contribución muy significativa al mejoramiento de las condiciones de vida.

UNAM

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

JUSTIFICACION DEL TEMA .

## JUSTIFICACION DEL TEMA

El tema que tomamos para desarrollar se detectó después de un estudio minucioso en lo que respecta a toda el área de la Delegación de Tlalpan; partiendo de las siguientes bases.

PRIMERAMENTE: Se determinó una zona, la cual fué detectada después de un recorrido amplio de lo que es el área de Tlalpan y complementandonos con la institución (COABASTO) que controla todo el Distrito Federal en lo que incumbe al tema que elegimos (MERCADO) y tomando como bases principales una zona la cual fuera habitada por clases populares, dicha zona es la que se refiere a la colonia (AMPLIACION MIGUEL HIDALGO).

POSTERIORMENTE: Se seleccionó el Sector Comercio, primordialmente para proponer soluciones Arquitectónicas y en virtud de que éste es uno de los sectores que presenta una mayor problemática y por lo tanto una mayor urgencia de realización.

Ya que el MERCADO es un elemento que vendría a satisfacer una necesidad primaria para ésta gente, ya que se cumple así con la necesidad fisiológica para el hombre que es la de comer.

ALIANZA WASTE

TELIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONERACON ROMERO A. J.

ESCALA:

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN FERRER

ANALISIS COMPARATIVO.

## ANALISIS COMPARATIVO

En el siguiente enlistado de Mercados, se observa la preocupación del proyectista por no imponer soluciones que obedezcan a idénticos patrones, sino que se conjuga el uso de los más idóneos materiales y los más modulables de las estructuras hacia una búsqueda de específicas soluciones, cada una de ellas concebida de una manera diversa.

Este es uno de los propósitos al que nosotros tratamos de llegar, es decir, el de un proyecto que no sea "TIPO" sino que salga de lo común, ya sea manejado por distribución de locales ó por estructuras y grandes volados <sup>claros</sup> llegando a manejar una serie de techos fuera de lo común.

### MERCADO PRINCIPAL DE OAXACA.

Mercado robusto de poca altura debido a que es una ciudad sísmica.

Consta de tres grandes cuerpos:

- Frutas, legumbre, abarrotes y carne.
- Telas, ropa y artesanías.
- Comidas.

Consta de un área de 20 000m<sup>2</sup> y sus techos son de lámina esmaltada en color crema, muros de tabique rojo de barro prensado.

### MERCADO DE TOLUCA.

Se encuentra ubicado en la zona centro de la ciudad a base de dos enormes cubiertas a dos aguas de diferente longitud, de lámina esmaltada y desfazados una con respecto a la otra.

AM

TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER



EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

JUAN O'BORMAN

Como el terreno tenía una pendiente muy pronunciada - que abarca de una de las calles a otra, se proyectó aprovechando ese desnivel, colocando la zona de comidas en un segundo piso con balcón hacia las naves interiores y éstas con su pido escalonado.

#### MERCADO TEJUPILCO.

Es un pequeño mercado ubicado en el centro del pueblo enclavado en la sierra del Edo. de México.

Para armonizar con la arquitectura y el paisaje urbano del lugar, se proyectó a base de tabiques aparente en -- cuerpos cerrados, abierto hacia la plaza de Armas por medio de un pequeño portico de dos arcos de tres puntos que con-- cuerda con las construcciones de la plaza.

#### ORIZABA, VERACRUZ.

Se hizo a base de cuatro cuerpos octogonales que re-- cuerdan la forma de cuatro paraguas donde la lluvia escurre libremente y se hizo así en base a la enorme precipitación-- pruvial en la ciudad de Orizaba, Ver.

#### TLALNEPANTLA.

Se encuentra en la colonia la PRESA perteneciente a -- éste municipio, el terreno para el mercado tenía un pequeño grupo de árboles y no habrá ningún otro en varios Kilóme--- tros a la redonda; así que el diseño partió de dos premisas que son:

Enmarcar los árboles y usar los materiales más econó-- micos que es a base de muros de tabique y techos de asbesto estructural.

UNAM

TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER



EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

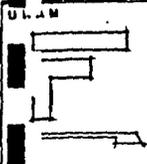
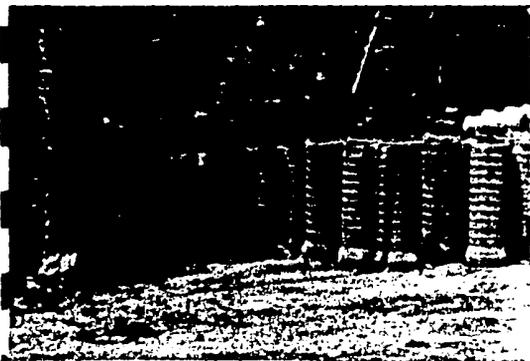
MARZO 85

JUAN O'BORMAN

Ahora ubicandonos en el Distrito Federal y hacia la zona que abarca la Delegación de Tlalpan y Alvaro Obregón.

### MERCADO ISIDRO FAVELA.

Este mercado se está edificando de manera tal que no siguiera con el tipo de locales provisionales, y detectado por (COABASTO) se les construye un mercado en forma con procedimientos de los más usuales y comunes que se dan en todos los mercados en el Distrito Federal.



TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H I  
MONDRAGON ROMERO A J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



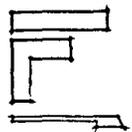
JUAN OSORMAN

# MERCADO MIGUEL HIDALGO.

Este mercado se encuentra localizado en la colonia - Miguel Hidalgo (Delegación de Tlalpan), como se detecta en la fotos, está construido de tabique de barro recocido des- plantado mediante una cimentación de piedra Volcánica toma- da de la región y su techumbre es de lámina de asbesto. El- mercado en sí es pequeño y uno de los pocos existentes en - la colonia.



WAM



TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F. COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H I  
MONDRAGON ROMERO A J.

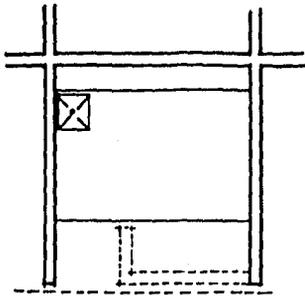
ESCALA

FECHA  
MARZO 85

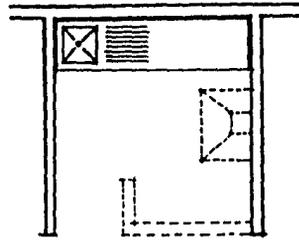
TALLER



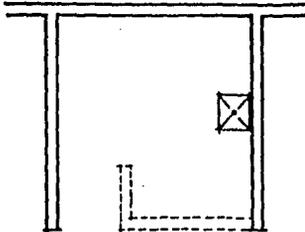
JUAN O'DORMAN



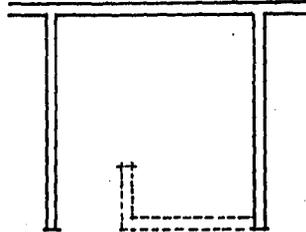
FRUTAS Y LEGUMBRES



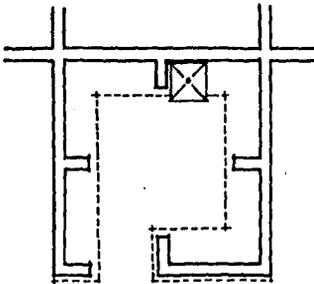
FONDAS



CARNICERIAS



ROPA



POLLOS



UNAM

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER

EQUIPO: GARCIDUENAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA  
1:75

FECHA  
MARZO 86



JUAN G. GORMAN

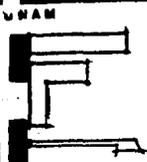
C A R A C T E R I S T I C A S   D E L   T E R R E N O .

C A R A C T E R I S T I C A S   D E L   T E R R E N O .

### CARACTERISTICAS DEL TERRENO

El terreno es de forma rectangular y en proporción de 2 a 1, tiene un área de  $5\ 000\text{m}^2$  y presenta un desnivel que tendrá que ser tomado en cuenta en la elaboración del Anteproyecto.  $5\% = 3.00\text{m}$

Las construcciones que a su alrededor se encuentran son "CASAS HABITACION" que en su totalidad son autoconstrucciones y en su mayoría de un solo <sup>Nivel</sup> desnivel, los materiales utilizados en la construcción de ésta son: Tabicón, lámina de asbesto, ladrillo rojo, piedra braza, materiales de desecho, etc.



TESIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

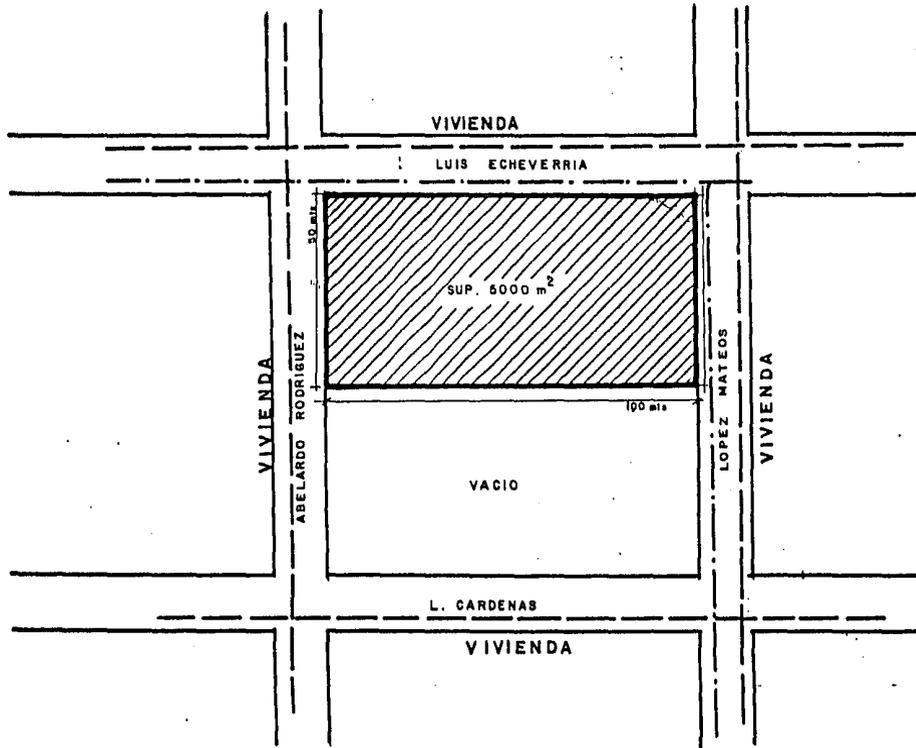
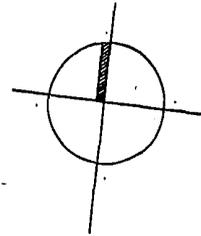
FECHA  
MARZO 85

TALLER



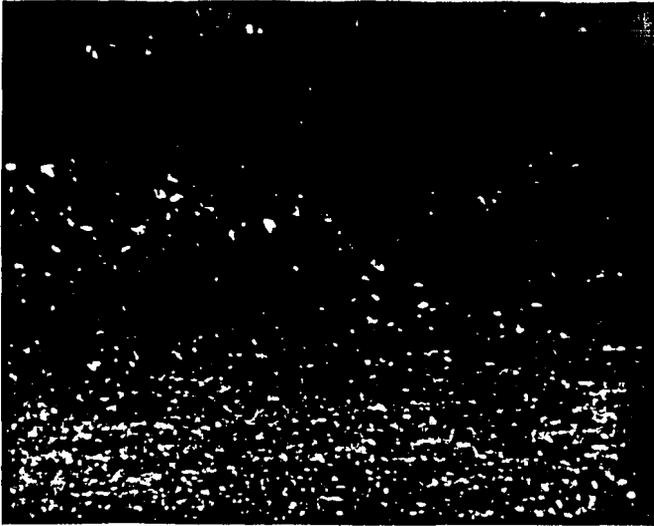
JUAN O'GORMAN

# TERRENO PROPUESTO

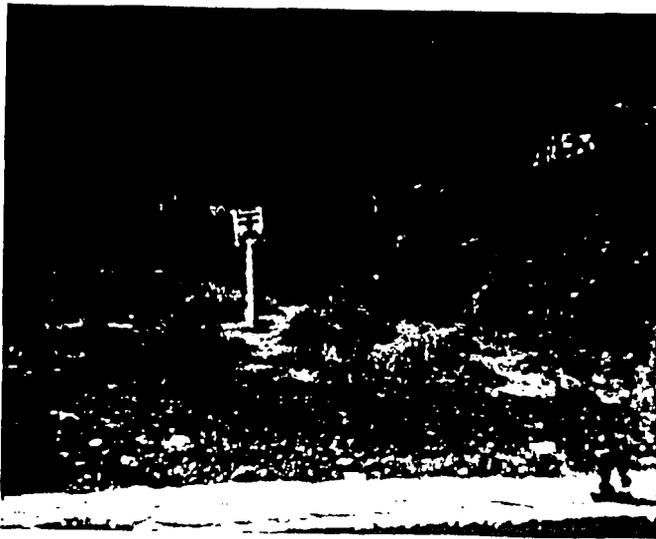


..... FLUJO VEHICULAR

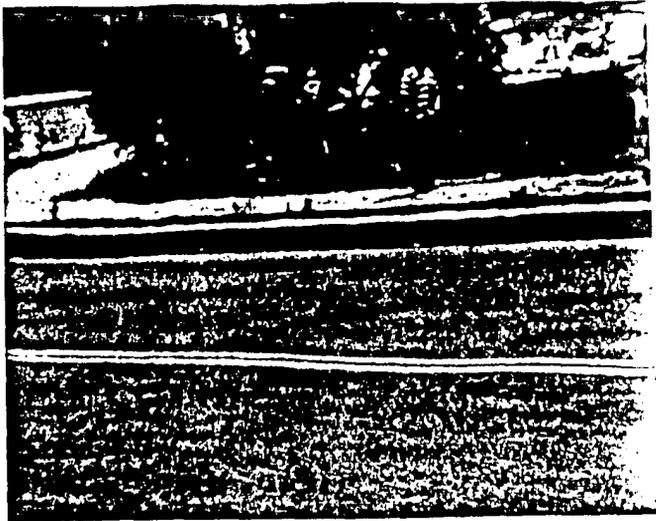
----- FLUJO PEATONAL



Vista del terreno desde la Av. ADELARDO RODRIGUEZ  
apreciando el tipo de tierra existente en el terreno.



Aquí observamos una vista desde la calle LOPEZ MATEOS.  
la cual apreciamos las condiciones y características  
del terreno.



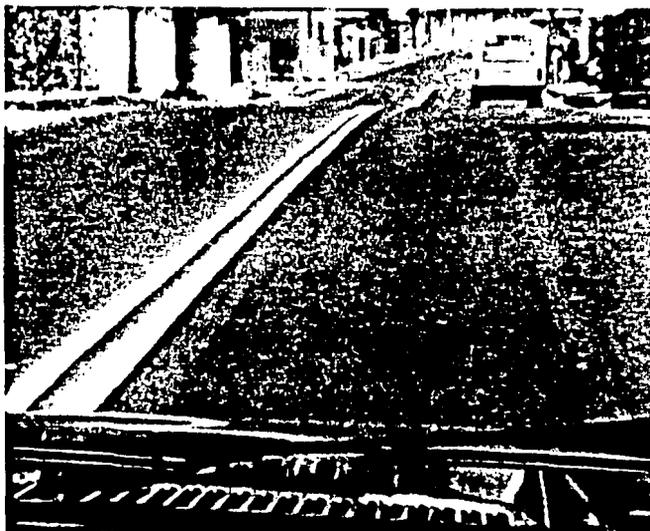
Aquí se observa la esquina del terreno donde cruzan dos principales avenidas que son: la López Ma<sub>teos</sub> y la Luis Echeverría.



Es una de las calles que da enfrente del terreno detectado y la cual se continuará dicha calle de Norte a Sur.



En cuanto a viabilidad: observamos mediante estas fotos, que cuentan con la comunicación suficiente para poder realizar nuestro proyecto.



CARACTERISTICAS CLIMATOLOGICAS DEL AREA DE ESTUDIO.  
( COLONIA )

## CARACTERISTICAS CLIMATOLOGICAS.

### a). LOCALIZACION

Geograficamente se localizan a los 19°18' de latitud -- norte y 99°14' de longitud oeste del meridiano de Green wick y a una altura de 2293 mtos. sobre el nivel del - mar.

### b). CLIMA

El clima es de tipo templado y agradable, la temperatu ra del mes más cálido es inferior a 22°C y la temperatura - media de verano es superior a los 10°C. Sus variaciones son entre 9° y 15°C.

### c). VIENTOS DOMINANTES

Mes de enero, vientos dominantes durante éste mes, fue- ron al noroeste (NW), con intensidad de 2.7 m/seg.

Mes de febrero, varió notoriamente la dirección del --- viento, al suroeste (SW), con intensidad de 2.8 m/seg.- y así sucesivamente extendiéndose en los siguientes me- ses, lo cual lleva a la conclusión de que durante el a- ño el viento dominante promedio fué con dirección noro- este (NW), y con intensidad de 2.0 m/seg.

### d). ASOLEAMIENTO

En función de las gráficas siguientes que nos permiten- saber que el mes de junio tiene el mayor número de horas de asoleamiento y diciembre el menor, en enero, dada la declinación del sol al sur tenemos la máxima insolación todo el día y la carencia total de asoleamiento en las- fachadas norte al oriente se tiene un asoleamiento en - las fachadas de cinco horas aproximadamente durante las

UNAM

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

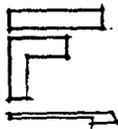
mañanas y por poniente por las tardes igual números de horas, fachadas con vista al norte, sólo recibe asoleamiento algunos días del mes de junio y las fachadas sur-no lo reciben.

e). PRECIPITACION PLUVIAL

El régimen de lluvias es regular se inicia en verano y termina en otoño con precipitación moderada. La humedad promedio es de 40% de febrero a mayo, de 68% de junio a octubre y de 55% de noviembre a enero.

La precipitación pluvial tiene un promedio aproximado de 690 m.m. siendo la temporada de lluvias de junio a septiembre y los meses más secos de enero a marzo.

NAM



TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

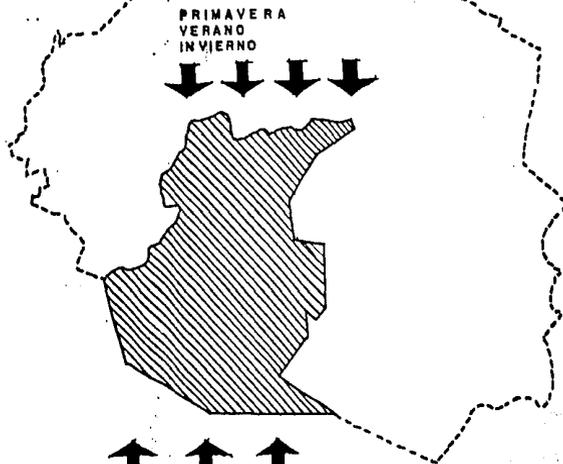
MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

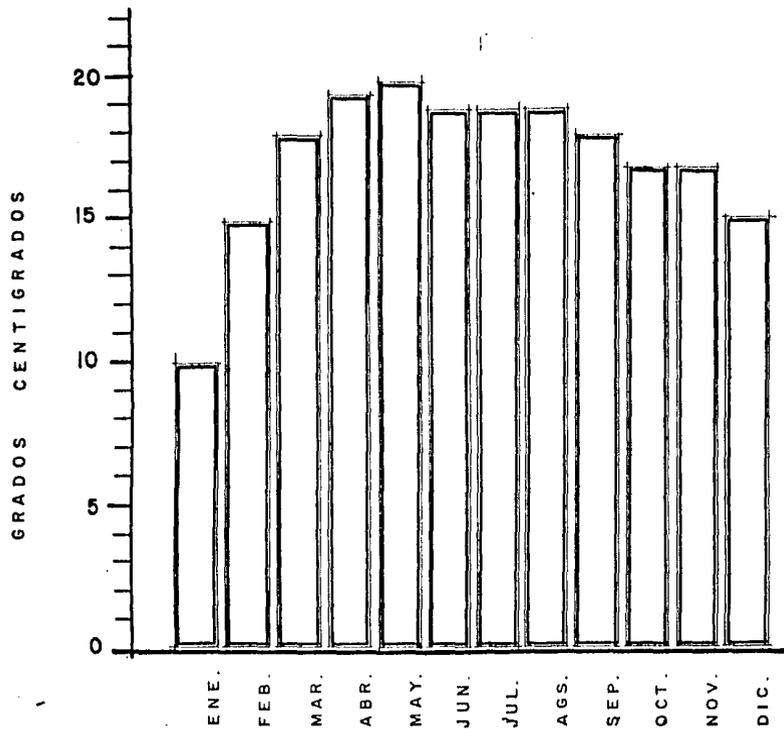
VIENTOS DOMINANTES



PRIMAVERA  
VERANO  
INVIERNO



OTOÑO



TEMPERATURAS MEDIAS MENSUALES

MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS DE CONSTRUCCION MAS USUALES.

---

MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS DE CONSTRUCCION MAS U--  
SUALES

Para realizar la excavación se auxilian con el zapapico para remover; también utilizan la barreta, el cincel-la maceta y el marro.

Pasando a la construcción, la piedra que se usa proviene de canteras o como en éste caso es de origen volcánico y deberá estar sin poros; toda la piedra que se use será sentada con morteros de cal y arena.

El FIRME es un elemento que se construye con concreto simple y que sirve de apoyo para toda clase de pisos como: cemento, mosaico ó loseta.

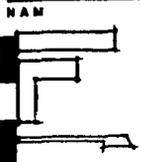
Un MURO es un elemento usualmente vertical cuya función principal es la de organizar espacios.

En los muros de carga, el material que se necesita es de tabique rojo recocido y en los muros de piedra, se usa para alturas pequeñas ya que debido a sus dimensiones es poco práctico.

PROCEDIMIENTOS DE CONSTRUCCION EN COLUMNAS Y CASTI--  
LLOS.

1. Al igual que los castillos el procedimiento constructivo de éstos elementos es:

- a) Colocar el armado empotrándolo en la cimentación para garantizar que las cargas se transmitirán a la cimentación.
- b) Cimbrar las columnas con moldes de madera o metálicos.
- c) Flomear perfectamente la cimbra para garantizar -



INPC  
NOMBRE  
EQUIPO

TESIS PROFESIONAL  
**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85



TALLER  
JUAN O'GORMAN

- su verticalidad.
- d) Colocar y vibrar el concreto, en el momento de estar vaciando en el molde de envoltura.
  - e) Descimbrar, es decir, retirar el molde una vez -- que ha fraguado el concreto para poder seguir la construcción de otros elementos.
  - f) "Curar" el concreto, regando agua en toda la superficie, para evitar que el concreto joven, se -- facture por la pérdida de agua y en consecuencia tengamos un elemento de mal aspecto y no homogé-- neo.
  - g) Dejar la preparación de los armados para recibir o empotrar en la cabeza de la columna otros elementos como son: losas, trabes ó la continuación de la columna.
  - h) El trabajo que desempeña la columna es de compresión.

Como nos damos cuenta en los sistemas constructivos-- antes mencionados, son sistemas de los más sencillos y u-- suales y por lo tanto no requiere de ejecuciones de mayor-- grado, empleando los materiales más usuales y de fácil ob-- tención en la localidad básicos y para acabados.

No se requiere de mano de obra especializada.



TEBIS PROFESIONAL

## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'BORMAN

BASES DEL DISEÑO

## BASES DE DISEÑO

Lugar o local sea o no propiedad del Departamento -- del Distrito Federal donde concurra una diversidad de comer-- ciantes y consumidores en libre competencia cuya oferta y -- demanda se refieran principalmente a artículos de primera -- necesidad.

### DEFINICION DE VENTA.

Parte característica de un mercado donde se efectúa-- la actividad comercial y donde se venden productos de ori-- gen animal y vegetal, completandonos con productos elabora-- dos por el hombre; para su mejor distribución a venta lo di-- vidimos en tres zonas cuyas actividades generan el uso va-- riable de agua y por lo tanto un diverso porcentaje de hume-- dad.

ZONA HUMEDA.-- Es la zona dentro de venta que demanda mayor uso de agua ya sea para: la limpieza del producto, la limpieza de los instrumentos de trabajo, la limpieza del lo-- cal. Además del desprendimiento de humedad en la observa--- ción de productos.

ZONA SEMI-HUMEDA.-- Zona dentro de venta cuyos giros-- demanda un uso moderado de agua concretandose a la limpieza de productos y limpieza del local.

ZONA SECA.-- Zona que esta dentro de venta cuyos gi-- ros se utilizan el mínimo de agua exclusivamente para la -- limpieza periódica local.

### DEFINICION DE SERVICIOS.

Cada una actividad como la comercial genera otras ac-- tividades y por lo tanto se crean otras necesidades comple--

A. 32

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'CONNOR

mentarias que coadyudan al mejor funcionamiento dentro del mercado. Estos elementos complementarios son los que ligan al exterior con el interior y por lo mismo satisfacen las necesidades internas y externas de una manera simultanea.

Para su clasificación los servicios los consideramos internos (propios de mercado) y servicios generales que son para uso interno y externo del mercado.

LEGIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROVERO A. J.

ESCALA

FECHA: MANZO 85

TALLER



JUAN ROGERIO

CRITERIOS GENERALES DEL DISEÑO

( PROYECTO )

CRITERIOS GENERALES DEL PROYECTO

**LAS CIRCULACIONES:** Son elementos de interrelación - de los elementos arquitectónicos y pueden ser peatonales y vehiculares.

**LOS ACCESOS PRINCIPALES:** Seran peatonales y según - su jerarquía se localizan en las calles de más importan-- cia.

**ESPACIOS ARQUITECTONICOS:** Deberán estar comunicados con el resto del medio de circulaciones peatonales.

**LOS SERVICIOS:** Se ubicarán de preferencia en los lu gares de poco tránsito para no entorpecer otras activida-- des.

**ZONA DE CARGA O DESCARGA:** (anden o patio de manio-- bras). Su función es la de dar acceso a la mercancía para su distribución en el mercado. Las maniobras son de vehí-- culos y de personas.

**BASURERO:** Es el lugar de depósito de los desechos - que salen de todo el mercado.

**LAVADO Y PREPARACION:** lugar donde se lava, se lim-- pia y se prepara la mercancía lista para su venta.

**CUARTO DE MAQUINAS:** Lugar donde se alojan los inte-- rruptores generales de la corriente eléctrica.

**CUARTO DE ASEO:** Lugar donde se guardan los implemen-- tos de limpieza.

**TANQUE DE ALMACENAMIENTO:** Almacen de agua potable - para el suministro de emergencia.

**CUARTO DE HIELO:** Zona donde se produce hielo para -

TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

CARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONTEAGÓN ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLEN



JUAN ALBERTO

el uso de todo el mercado.

**SANITARIOS:** Zona donde se desarrollan las actividades fisiológicas y de aseo personal.

**ADMINISTRACION.** Su función es la de dar cauce a las normas que rigen en un mercado.

**GUARDERIA.** La función será la de atender y cuidar a los niños cuyos padres no pueden ocuparse de ellos durante sus horas de trabajo.

**AMBIENTALIDAD.** Forma que regula una función y su entorno.

1.- Atiende a factores físicos como: Iluminación, tanto natural como artificial, así como temperaturas.

2.- Factores Psicológicos: percepción visual  
percepción olfativa.

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MELDRACON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN GONZALEZ

## PRESENTACION

La coordinación de Abasto y Distribución del Distrito Federal, considerando la necesidad de transformar a los Mercados Públicos en un canal eficiente y moderno de comercialización de productos básicos y de consumo generalizado que sea capaz de responder en forma satisfactoria a los requerimientos de bienes y servicios que la población del -- D.F. demanda, ha elaborado el presente Manual para la Planificación de los Mercados Públicos.

Una vez elaborado este manual, sirva de referencia -- para modificar la estructura interna, comercial y de infra estructura de los mercados, y finalmente permita con bases sólidas reordenar la actividad comercial que se realiza en ellos.

Esta formulado un documento de tal manera que permita una comprensión del objetivo que se persigue, cabe mencionar que éste documento está estructurado en tres capítulos; el primero; para la planificación del mercado, donde se describen los lineamientos generales a considerar en el diseño del Plano, la ruta crítica de procedimientos para -- la elaboración del plano y los proyectos de remodelación y la participación de los locatarios de dichas actividades.

En el segundo capítulo: se describe la forma como se realizará el estudio de las características socioeconómicas de la población del área de influencia.

En el tercer capítulo: se describen los criterios -- técnicos que servirán de base para diseñar el Plano Rector de los Mercados Públicos.

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



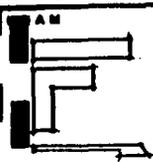
JUAN O'SORMAN

**OBJETIVOS:**

a) El estudio tiene como objetivo principal darme a conocer las necesidades de un mercado en cuanto capacidad, dimensiones, formas de financiamiento, mecanismos por los cuales se realiza la compra-venta de comestibles y todos los demás artículos que tradicionalmente se manejan en un mercado, las necesidades de los pobladores de los lugares donde se establecen los mercados, el por que se localizan en uno u otro punto, cuales son los artículos de primera necesidad, conocer los puntos de vista de la gente a la cual le daría servicio el mercado, conocer materiales y procedimientos constructivos aplicados para un mercado y obtener la información necesaria para poder desarrollar un proyecto completo de un edificio de éste tipo.

b) El objetivo del edificio es centralizar un producto a un numero de comerciantes que van a vender sus productos a la colonia AMPLIACION MIGUEL HIDALGO., ya que contando ésta colonia con un mercado va a tener menos problemas en la adquisición de los alimentos y/o productos indispensables para ellos que incluso podrían ser comprados a menor precio ya que el mercado provisional con el que cuenta actualmente (concentración) no tiene ningún control en los precios y ninguna supervisión de salubridad.

Tendra una guardería para los hijos de los comerciantes ya que ésta gente al prestar sus servicios esta requiriendo que alguien se haga cargo de ellos en la parte del día en que se encuentran laborando y localizarse en un lugar donde existan menos problemas de vialidad tanto a los compradores como a los vendedores para que el suministro de los productos al mercado no cause problemas de tránsito en las pocas y estrechas calles de la colonia.



TESIS PROFESIONAL		
<b>MERCADO EN TLALPAN D.F.</b>		
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO		
EQUIPO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	ESCALA
		FECHA MARZO 85

TALLER

JUAN O'BORMAN

c) Nuestro objetivo es darle ayuda a la gente de esa colonia ya que nos hemos dado cuenta de la carencia total de servicios, que tiene esa colonia perteneciente a la delegación de tlalpan; queremos conocer y resolver los problemas arquitectónicos y estructurales que se involucran en un tipo de edificio de éstas magnitudes y aplicar nuestros conocimientos adquiridos en la escuela y principalmente los adquiridos del trabajo. Realizar nuestra tesis para esta gente que realmente no cuenta con ayuda de ningún tipo por parte de la delegación tocante a este punto, cumplir satisfactoriamente con lo requerido por la escuela de Arquitectura para realizar nuestra tesis profesional.

TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

## BASES PARA LA PLANIFICACION

La planificación del Mercado Público se llevará a cabo de conformidad con los siguientes lineamientos generales:

1. La planificación del Mercado Público estará orientada a restablecer el carácter de servicio público y de utilidad social para el que fueron creados.
2. Tendrá como fin central el lograr que los Mercados Públicos se constituyan en un canal eficiente de comercialización de productos básicos y de consumo generalizado, para la población del Distrito Federal, especialmente la de bajos ingresos.
3. Buscará proporcionar beneficio al mayor número de habitantes posible comprendidos en su área de influencia y deberá tener a cubrir de manera eficiente la demanda potencial de productos básicos de la población que atiende.
4. Atraer al público consumidor a través de una distribución adecuada de los giros y locales y la incorporación de los servicios que demanda la población.
5. Evitará la anarquía que impera en los Mercados Públicos.
6. Establecerá los mecanismos más convenientes para conservar una estructura comercial acorde a las necesidades de los consumidores.
7. Proporcionará el uso óptimo del espacio y las ins

UNAM

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER



JUAN O'BORMAN

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

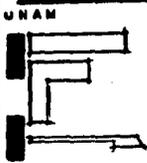
ESCALA

FECHA

MARZO 85

talaciones con que se cuenta en cada mercado con función de las necesidades del conjunto de locatarios y de los consumidores.

- Beneficiará a los locatarios, mediante la asignación exclusiva de un solo local por comerciante, a fin de evitar el monopolio de locales.



UNAM TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

INVESTIGACION DE LOS HABITOS DE COMPRA  
DE LA POBLACION DEL AREA DE INFLUENCIA.

**OBJETIVOS.**

De acuerdo con el objetivo de lograr que los mercados públicos cumplan con el servicio de comercialización de productos básicos para la población de menores ingresos de la colonia AMPLIACION MIGUEL HIDALGO. se tomarón como base las demandas de la población que requiere éste servicio.

Se llevo a cabo entre la población del área de influencia del mercado que se propone, una investigación que tenga por objeto determinar las siguientes variables para elaborar - mercado:

- Nivel de ingresos de la población = a una vez el salario mínimo.

Habitos de consumo= a los indispensables de acuerdo a su presupuesto diario.

- Frecuencia de asistencia al mercado = diario

- Horario de influencias al mercado = de 9 a. m. a 1 pm

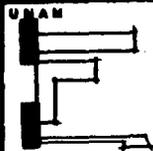
- Transporte empleado para asistir al mercado = camión y caminando.

- Servicios adicionales requeridos = mencionados en el programa arquitectonico.

- Giros requeridos = mencionados en el programa arquitectonico.

**METODOLOGIA.**

La investigación de las características socioeconomicas de la población que habita en el área de influencia del mercado publico se realizo adoptando los siguientes lineamientos .



TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

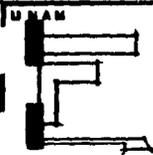
ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



- 1.- Se considero como área de influencia del mercado a - la población que habita en la superficie comprendida en un radio de 800 mts. tomando como centro el propio mercado, es decir, que equivale a un área de 2.01 Km.<sup>2</sup>
- 2- A fin de determinar el número total de habitantes del area de influencia, se investigo en estadísticas oficiales la densidad promedio de la colonia, la cual se obtuvo del plan parcial de desarrollo urbano de la delegación.
- 3.- Una vez tomada ésa cifra se establecio la magnitud de la población en la cual se realizo la investigación - es decir la muestra estadística, conciderando que el universo de trabajo está constituido fundamentalmente por amas de casa, que son quienes asisten preferentemente a realizar las compras, deberán dividirse el número total de habitantes entre la cifra promedio de integrantes por familia (6 en la Republica Mexicana )  
A partir de esta cifra, que constituye el total del universo de trabajo, se calculará el 3 % como criterio para seleccionar una muestra representativa de amas de casa que habitan en el área de influencia.
- 4.- El número de amas de casa que conforman la muestra, se distribuirá:  
En 70 % entre amas de casa que habitan en el area de influencia, 30 % entre amas de casa que asisten al mercado.
- 5.- Nivel de ingreso de la población del área de influencia.- son obtenidas de la encuesta, y de la especificación de zonas en los planos del plan parcial de desarrollo urbano de la delegación de tlalpan.



TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'BORMAN

CRITERIOS PARA LA PLANIFICACION DE LOS MERCADOS PUBLICOS

1). GIROS Y SERVICIOS NECESARIOS.

En éste renglón se debe considerar el orden de importancia de los giros a partir de los resultados de la investigación realizada en el área de influencia, esto es, de acuerdo a las necesidades y características del consumidor, con el fin de que se ofrezca una mezcla de productos y servicios que satisfagan la demanda del público.

En el anexo 1 se describe la propuesta ideal de los giros comerciales que deberán incluirse al interior de cada mercado. El orden en que se presentan éstos giros se debe tomar en cuenta para dar prioridad a las solicitudes de concesión de locales en los Mercados Públicos.

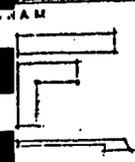
2). LOCALES POR GIRO.

El número de locales recomendados por giro se debe calcular con base en determinados porcentajes, con objeto de dar la atención mínima que requieren los giros más importantes. Dichos porcentajes se detallan en el anexo correspondiente.

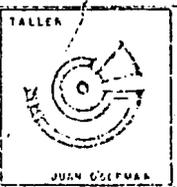
El modo de utilizar dicha tabla consiste en lo siguiente: una vez determinado el total de los locales disponibles en un mercado se le aplica el porcentaje para obtener el número recomendado de locales por giro.

3). CRITERIOS DE DISTRIBUCION DE ESPACIO.

a). Areas de venta y servicio.-



TESIS PROFESIONAL		
<b>MERCADO EN TLALPAN D.F.</b> COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO		
EQUIPO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MENDRAGON ROMERO A. J.	ESCALA
		FECHA MARZO 85



En concordancia con el orden de importancia de los giros, anteriormente expuestos, es recomendable destinar el área más importante del mercado, lo que se conoce como Sala de Ventas o Nave Principal, exclusivamente a los giros comprendidos dentro del rango de "Alimentos no preparados".

#### Distribución Ideal por Giros.-

Este aspecto se refiere a la mejor distribución espacial posible de los giros comerciales dentro del mercado con objeto de aprovechar el espacio disponible e incrementar las ventas de acuerdo con los principios de mercadotecnia, mediante la planificación del recorrido de los consumidores dentro de las instalaciones del mercado.

Así mismo, se pretende facilitar al público la compra de mercancías al distribuir los giros y servicios de manera homogénea.

En el apartado anterior hemos mencionado la división en áreas dentro del mercado, de acuerdo al orden de importancia de los productos, definiéndose 3 áreas:

- Area principal o Nave Mayor, que corresponde a alimentos no preparados y flores naturales.
- Area de comidas preparadas.
- Area secundaria que corresponde a varios servicios (pasillos y exteriores).

Así pues, dentro del área principal deberá hacerse una primera distribución, en 2 zonas, una de giros secos (todos aquellos que no requieren el lavado de productos),

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MOLDRAGON REVERO A. J.

ESCALA

FECHA: MARZO 85

TALLER



JOSÉ COFFMAN

y otra zona húmeda (frutas, legumbres, cárnicos) de tal manera que los giros de cada zona queden agrupados para facilitar la oferta homogénea de productos.

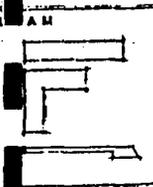
Por otra parte, será necesario planear el recorrido de consumidores que más favorezca la venta de productos de todos los giros. Con éste fin los giros de cárnicos, abarrotes, cremería y lácteos deberán situarse en las zonas más distantes, en la Nave Principal con respecto a las entradas del mercado, seguidas por otros giros de alimentos no preparados, así mismo, los giros de "Varios y Servicios" se deben situar en las entradas, exteriores y pasillos del mercado, con objeto de que los consumidores se vean obligados a recorrer tales locales antes de llegar a la zona de alimentos no preparados y comidas preparadas, que son usualmente, las áreas más concurridas de los mercados.

Así mismo deberá destinarse un área exclusiva a los locales de alimentos preparados y, por lo tanto, no se deberá autorizar la concesión a este tipo de giros fuera de ésta área.

Deberán asignarse los locales de los giros de "Varios y Servicios" en áreas secundarias tales como pasillos (para los servicios básicos) y accesorias exteriores (para los servicios complementarios).

Por otra parte, las áreas de servicios mínimos que deben contemplarse en cada Mercado Público, son:

- Sanitarios, exclusivos para los locatarios.
- Sanitarios para el público.
- Dos tipos de bodegas: una de abarrotes cuyo tama



TESIS PROFESIONAL		
<b>MERCADO EN TLALPAN D.F.</b> COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO		
EQUIPO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H I MONDRAGON ROMERO A. J.	FECHA MARZO 85



no debe guardar una proporción en el área de ventas de los locales de éste giro; y una bodega frigorífica para las -- frutas y legumbres.

- Guardería.
- Estacionamiento cuyas dimensiones recomendadas -- son de un cajón por cada 40m<sup>2</sup> construídos.
- Zona de envases vacíos.
- Patio de maniobras.
- Area exclusiva para cuarto de máquinas.

La determinación de áreas tiene como finalidad el a tender los giros más importantes y ofrecer al consumidor - homogéneos en una sola zona del mercado con lo que se pretende facilitar la adquisición de productos, además de garantizar los espacios para los servicios que se requieren para la operación eficaz de los mercados públicos.

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

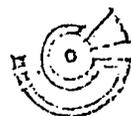
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA: MARZO 65

TALLER



JUAN GARCIA

ANEXO NO. 1

NUMERO DE LOCALES RECOMENDADOS PARA CADA GIRO COMERCIAL, ENUN-  
CIADOS EN ORDEN DE IMPORTANCIA Y EL PORCENTAJE OCUPADO DE ---  
ACUERDO AL TOTAL DE LOCALES DEL MERCADO

<u>GIROS</u>	<u>PORCENTAJE</u>
<u>A. Alimentos en Estado Natural</u>	
1.- Frutas y Verduras	25
2.- Abarrotes	6.6
3.- Cremería	1
4.- Salchichonería	1
5.- Carne de Res	4
6.- Carne de Cerdo	2.6
7.- Carne de Aves	2.6
8.- Vísceras	1.3
9.- Pescadería	.6
10.- Huevo	.6
11.- Granos y Semillas	.6
12.- Tortillería	1.3
13.- Chiles Secos	1.3
14.- Dulcería y Materias Primas	.6
15.- Alimento para animales	.6
16.- Molino de Café	.6
17.- Herbolaria	.6
<u>B. Alimentos Preparados</u>	
18.- Fondas	2.6
19.- Antojitos	2
20.- Tortería	.6
21.- Jugos y Licuados	1.3

<u>GIROS</u>	<u>PORCENTAJE</u>
22.- Ostionería	.6
23.- Barbacoa	.6
24.- Postres	.6
25.- Nevería y Paletería	.6

C. Varios y Servicios

a) B á s i c o s

26.- Ropa	9.3
27.- Calzado	4
28.- Telas y Blancos	2
29.- Mercería	4.6
30.- Lencería	.6
31. <u>Jarciería</u>	.6
32.- Artículos de Limpieza	.6
33.- Artículos para el Hogar	.6
34.- Artículos de Plástico	.6
35.- Farmacia	.6
36.- Tlapalería	.6
37.- Papelería y Artículos escolares	.6
38.- Hielo	.6
39.- Cerrajería	.6
40.- Plomería	.6
41.- Reparación de calzado	.6
42.- Reparación de Artículos Eléctricos	.6

b) Complementarios

43.- Plantas y Flores	2
44.- Alfarería	.6
45.- Cristalería	.6
46.- Periódicos y Revistas	.6
47.- Vidriería	.6
48.- Juguetería	.6
49.- Deportes	.6

G I R O S

PORCENTAJE

50.- Artículos Fotográficos	.6
51.- Perfumería	.6
52.- Discos y Cintas	.6
53.- Pronósticos Deportivos	.6
54.- Otros	.6

CANASTA DE PRODUCTOS DE ALIMENTOS DESPLAZAMIENTO EN  
MERCADOS

FRUTAS Y LEGUMBRES

- 1.- PAPA
- 2.- JITOMATE
- 3.- CHILE
- 4.- CEBOLLA
- 5.- LECHUGA
- 6.- ZANAHORIA
- 7.- PLATANO
- 8.- MANZANA
- 9.- LIMON
- 10.- NARANJA

ABARROTES

- 1.- HARINA DE TRIGO
- 2.- GALLETAS
- 3.- PASTA PARA SOPA
- 4.- ARROZ
- 5.- FRIJOL
- 6.- ACEITE
- 7.- LECHE
- 8.- ATUN
- 9.- SARDINA
- 10.- AZUCAR
- 11.- JABON PARA LAVAR
- 12.- JABON DE TOCADOR
- 13.- PAPEL SANITARIO
- 14.- SERVILLETAS
- 15.- PASTA DENTAL
- 16.- HUEVO

CARNES

- 1.- RES BISTEC  
RETAZO CON HUESO
- 2.- CERDO ESPINAZO
- 3.- POLLO ENTERO  
RETAZO
- 4.- VISCERAS HIGADO RES

CREMERIA

- 1.- QUESOS
- 2.- JAMON
- 3.- SALCHICHA

PESCADOS Y MARISCOS

- 1.- LISA
- 2.- SIERRA
- 3.- MOJARRA
- 4.- SARDINA

## ANALISIS DE SISTEMAS SIMILAR

MERCADO	Nº DE LOCALS	Nº DE BIROS	FRUTAS Y LEGUMINOSAS	FRUTAS	VERDURAS	ARROZ	CEMERIA Y SALCH	CARNE DE RES	CARNE DE CERDO	POLLEPIAS	VISCERAS	DESCARO	HUEVO	GRANOS Y SEMILLAS	TORTILLERIA	CHILES Y ESPECIAS	DULCERIA	ALIMENTOS PARA ANIM	MOLINO DE CAFE	FONDAS	ANTOITOS	TORTERIAS	JUGOS Y LIQUADOS	OSTIENEMIAS	BARRACOA	POSTRES	MEVEPIA Y PALETERIA	PIPA	CALZADO	TELAS Y BLANCOS	MEVEPIA	LEVEDORA
SAN COSME	538	47	181	85	96	20	17	8	8	12	11	12			5		4			15	11		8		19		2	36	9	4	12	
VALLE GOMEZ	183	34	54	20	34	7	6	10	6	7	7	5		4		4	2	1		10	5		3		5		1	7	5	2	6	2
MIXCOAC	361	40	169	76	93	32	8	18		13	12	13		1	2		2			22	6		7					19	2		13	
ACULCO	114	33	18	7	11	12	2	8	5	6	3	2		2		2	2	1		6	4		3				2	8	4	2	4	1
MIGUEL HIDALG.	60	26	11	3	8	2	2	8		1	2	1				1	3			8	1	1	1				1	3	1		2	
TIANGUIS. COL AMP. MIGUEL HIDALGO	34	14	17	8	9	1	1	2		1	2	1	1									1						2	1			
CONCENTRACION AMP. MIGUEL HIDALGO	14	9	3	1	2			2		1	1									3	1											
PROPOSICION.	140	37	35	15	20	10	4	4	7	5	4	3		2	1	2	2			10	4		3	2			2	9	5	1	3	1

# ANÁLISIS DE SISTEMAS SIMILARES

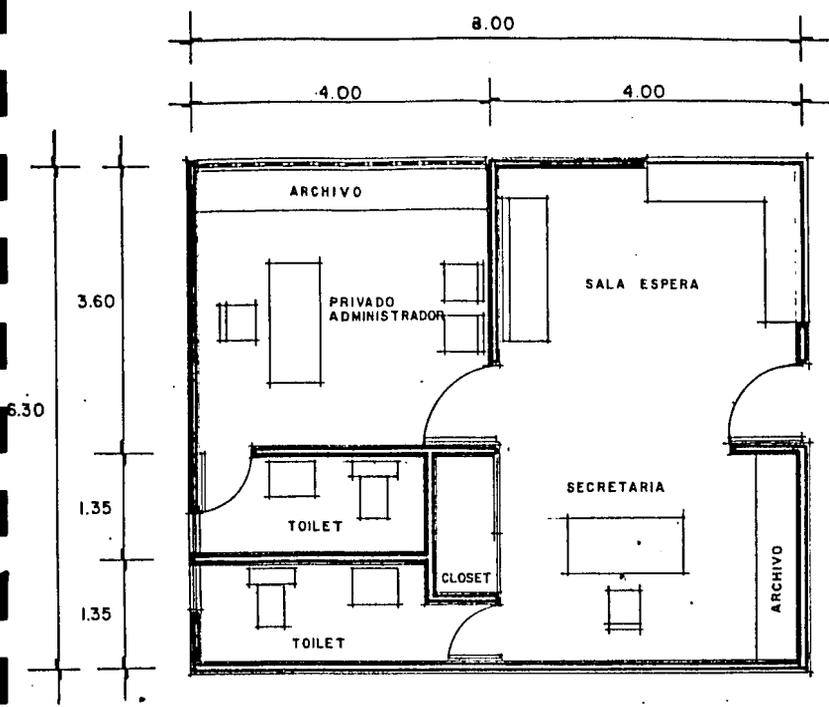
IND. NO. DE CASE	FONDAS	ARTÍQUITOS	TORTERIAS	JUGOS Y LICUADOS	OSTIONES	BARRACOA	POSTRES	NEVERIA Y PALETERIA	SOPIA	CALZADO	TELAS Y BLANCOS	MEISTERIA	LENCERIA	JARCERIA	ART. PARA EL MOGAR	ART. DE PLASTICO	FARMACIA	TLAPALETA	PAPELERIA	CROQUERIA	PLUMERIA	REP. DE CALZADO	REP. APARAT. ELEC.	PLANTAS Y FLORES	MEBLESERIA	ALFARERIA	CRISTALERIA	PERICO REV. LIMPOS	VIDRIERIA	JUBERTERIA	DEPORTES	ART. FOTOGRAFICOS	MEFUMERIA	DISCOS Y GRUPOS	
15	11	8	19	2	36	9	4	12	14	10								5	2				2	12	4	5									
10	5	3	5	1	7	5	2	6	2	6								2	1	1		2	1	2		3		1		4	1	2	4	2	
22	6	7			19	2		13	4						1								11						5						
6	4	3			2	8	4	2	4	1	3				1			1	2	1	1	1	1	4		1	1								2
8	1	1	1		1	3	1	2					1					2	2			1	1	1		1		1							
	1					2	1						2		1														1						
3	1																		1	1															
10	4	3	2		2	9	5	1	3	1	3	1	3	1	1			1	2	1	1	1	1	3		1		1	2			1	1		

GUARDERIAS EN SISTEMAS SI

GUARDERIA (MERCADO)	OFICINA CONTROL	SALA ESPERA	ADMON.	AULA PRESC.	AULA MATERN.	SALA CUNAS	SALON JUEGOS	SANITS. NINAS	SANIT. NI NI
SAN COSME	4 X 4	—	—	6 X 5	6 X 5	9 X 5 10 CUNAS	5 X 5	1 LAVABO 1 REG. 1 W.C.	1 LAV. 1 REG. 1 W.C.
VALLE GOMEZ	3.6 X 5	5 X 5	—	3.5 X 7.4 3.4 X 7.5	4 X 7.5 3.4 X 7.5	3.6 X 9.4 10 CUNAS	5.7 X 10	"	"
MIXCOAC	—	7.5 X 6.0	—	6 X 6	6 X 3	6 X 6	—	2 LAV. 2 REG. 3 W.C.	2 LAV. 2 REG. 3 W.C.
ACULCO	6 X 10	4 X 6	—	6 X 12	5 X 6	5 X 3.5	—	2 LAV. 1 REG. 2 W.C.	1 LAV. 1 REG. 1 W.C.
PROMEDIO	4.5 X 6.3	5.5 X 5.6	—	5.3 X 7.6	5.3 X 5.3	5.9 X 5.9	5.3 X 7.5	—	—
AREA - m <sup>2</sup>	28.67	30.8	—	40.9	28.6	35.2	40.1	6.0	6.0
PROPOSICION	8.10	10.0	16.0	56.8	56.8	46.2	—	6.0	6.0

## GUARDERIAS EN SISTEMAS SIMILARES.

LA ESC.	AULA MATERN.	SALA CUNAS	SALON JUEGOS	SANITS. NINAS	SANITS. NINOS	SANITS. PERSON.	COCINA	ROPERIA	CTO. DE ASEO.	CTO. DE LACTS.	PATIO COMUN	ENFERMERIA.
X 5	6 X 5	9 X 5 10 CUNAS	5 X 5	1 LAVABO 1 REG. 1 W.C.	1 LAVABO 1 REG. 1 W.C.	—	3.6 X 3.0	3.6 X 3.0	—	3 X 6	12 X 20	3 X 1.5
X 7.4	4 X 7.5	3.6 X 9.4	5.7 X 10	"	"	—	1.6 X 4.0	—	1.0 X 1.5	—	—	—
X 7.8	3.4 X 7.5	10 CUNAS										
X 6	6 X 3	6 X 6	—	2 LAV. 2 REG. 3 W.C.	2 LAV. 2 REG. 3 W.C.	—	4 X 6	—	1.5 X 1.2	6 X 6	15 X 8	3 X 3
X 12	5 X 6	5 X 3.5	—	2 LAV. 1 REG. 2 W.C.	1 LAV. 1 REG. 1 W.C.	—	5 X 5	4 X 6	EN DUCTO	—	—	2.5 X 2
X 7.6	5.3 X 5.3	5.9 X 5.9	5.3 X 7.5	—	—	—	3.5 X 4.5	3.8 X 4.5	1.5 X 1.5	4.5 X 6	13.5 X 14	4.2 X 2.2
0.9	28.6	35.2	40.1	6.0	6.0	—	15.7	17.1	3.0	27	189	6.2
6.8	56.8	46.2	—	6.0	6.0	3.15	16.0	12.0	12.0	—	180.0	6.0



PLANTA ADMINISTRACION

TEBIS PROFESIONAL

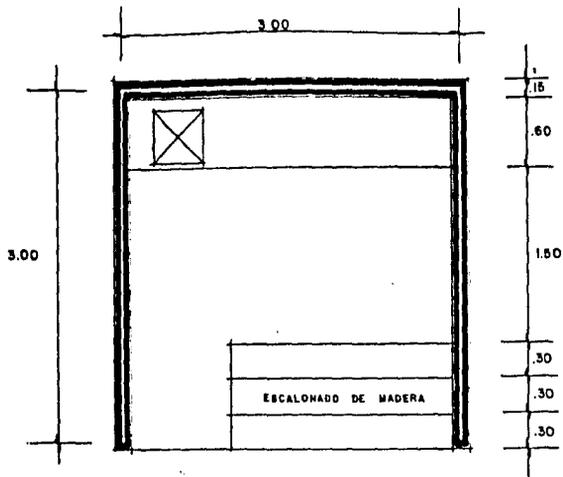
## MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

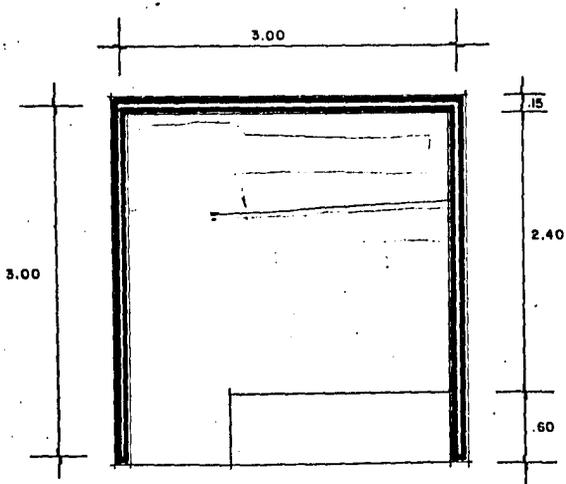
EQUIPO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	ESCALA	1:75	FECHA	MARZO 85
---------	--	--------	------	-------	----------

TALLER

JUAN O'BORMAN

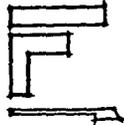


PLANTA ( FLORES )



PLANTA ABARROTES

NAM



TECISO PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

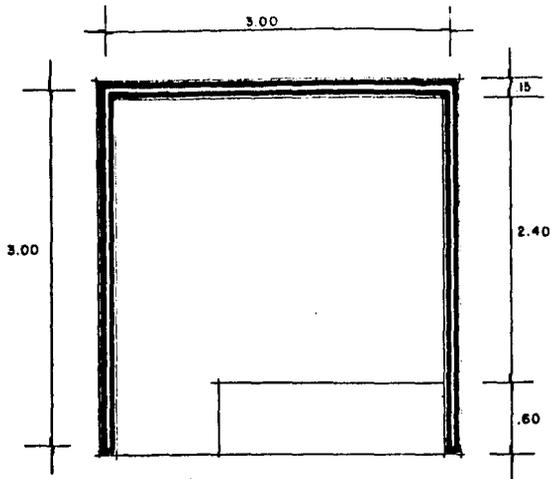
ESCALA 1:50

FECHA MARZO 85

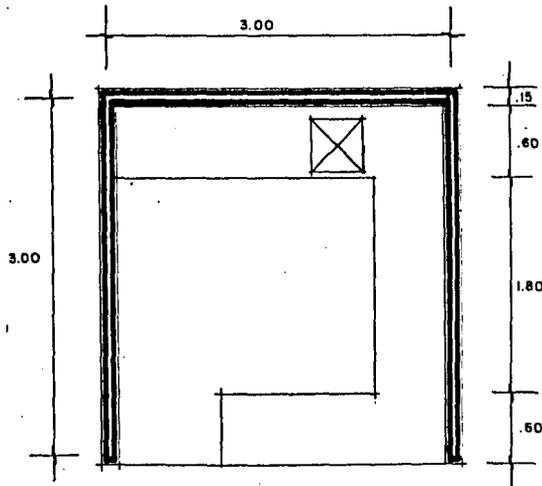
TALLER



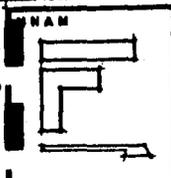
JUAN O'GORMAN



PLANTA ROPA



PLANTA JUGOS Y LICUADOS

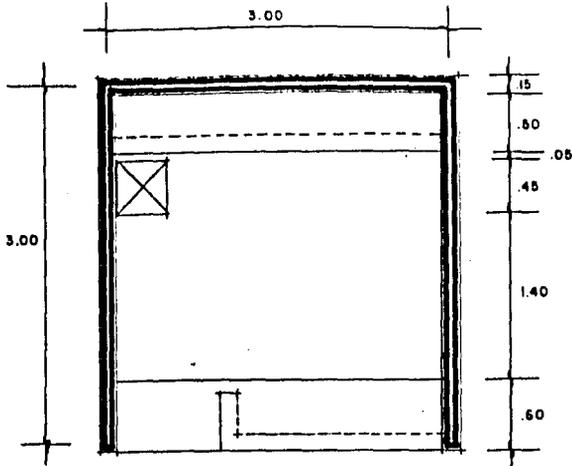


TESIS PROFESIONAL  
**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
 COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

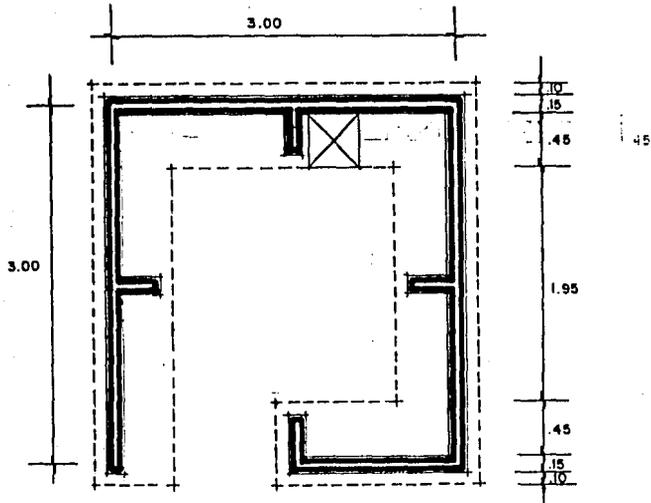
EQUIPO:	GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	ESCALA:	1:50	FECHA:	MARZO 85
---------	--	---------	------	--------	----------

TALLER

JUAN O'BORMAN



PLANTA FRUTAS Y LEGUMBRES



PLANTA POLLERIA

UNAM

TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER

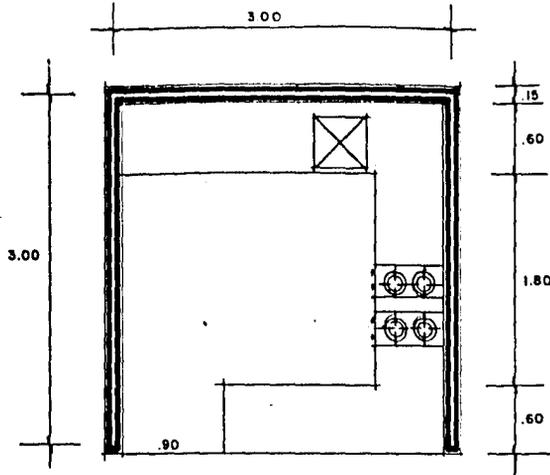
EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA 1:50

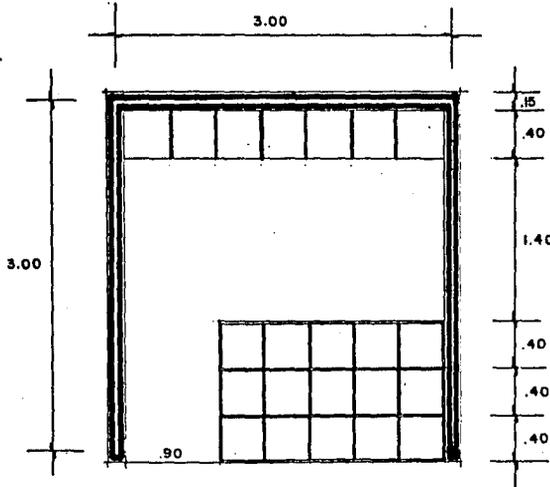
FECHA MARZO 85



JUAN O'GORMAN



PLANTA FONDA



PLANTA CHILES Y SEMILLAS



TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

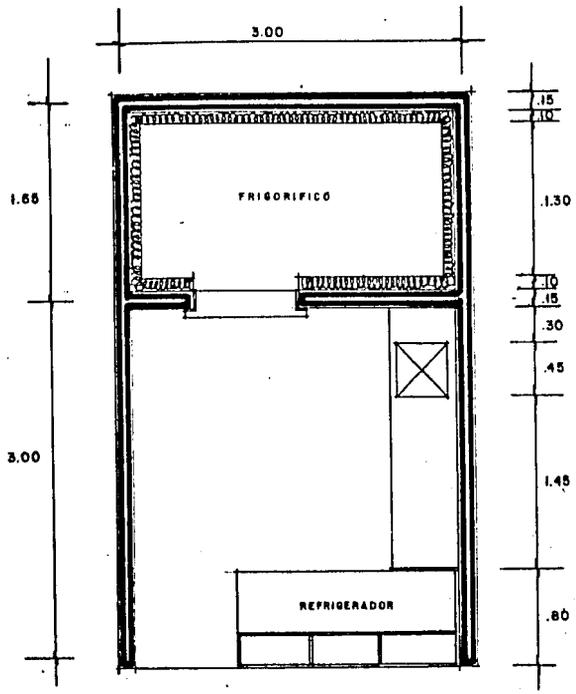
ESCALA  
1:50

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN



PLANTA CARNICERÍA

UNAM

TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER

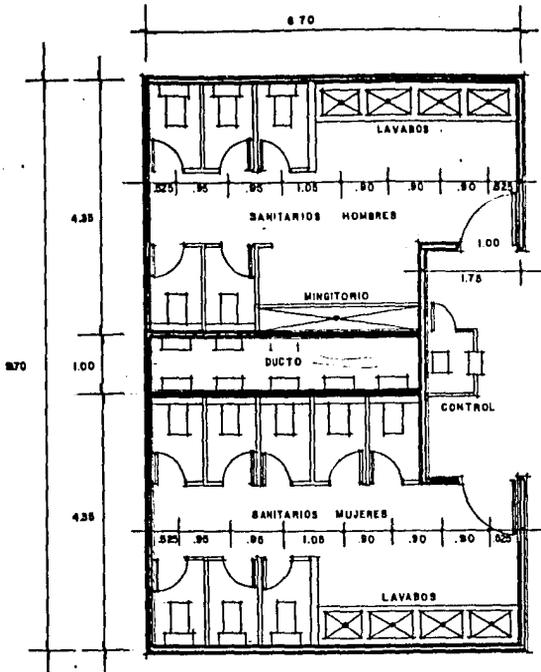
EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA 1:50

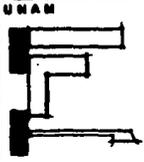
FECHA MARZO 85



JUAN GARCIA



PLANTA SANITARIOS



TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

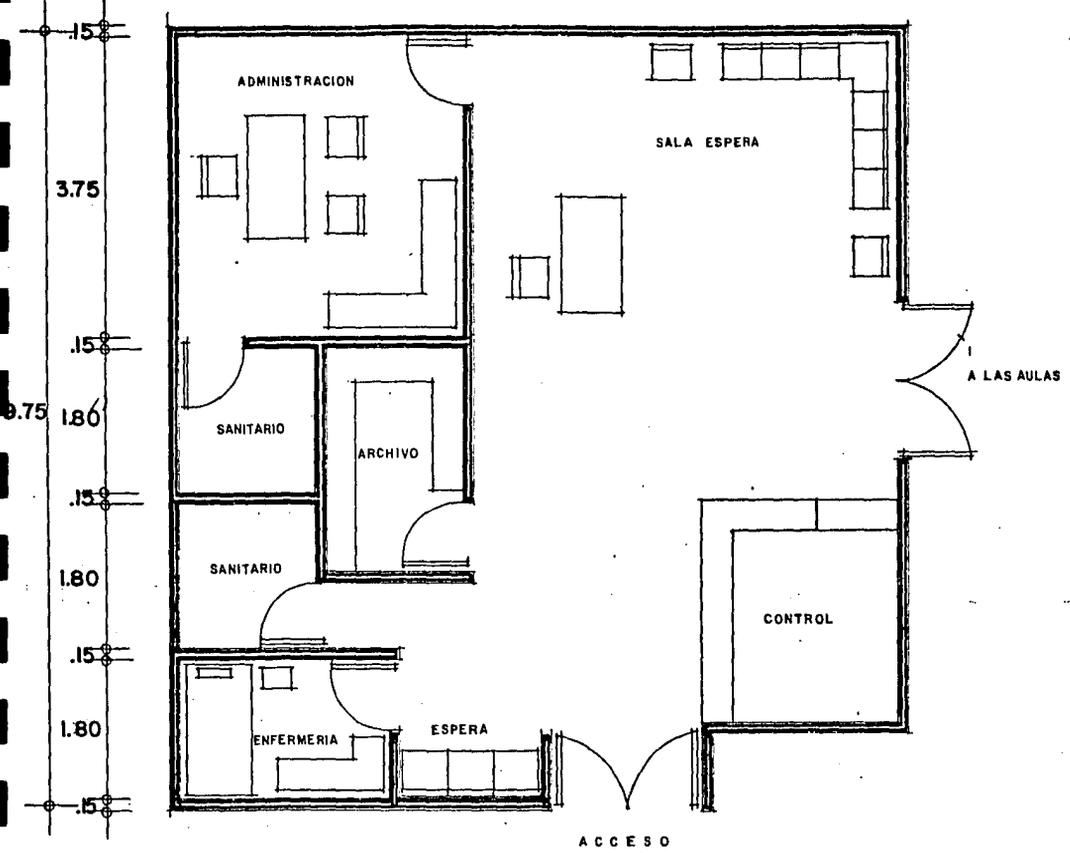
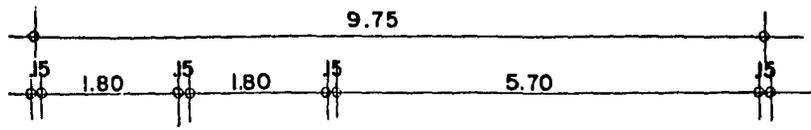


EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

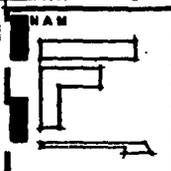
ESCALA  
1:100

FECHA  
MARZO 85

JUAN O'BORMAN



**FUNCIONAMIENTO ZONA ADMINISTRATIVA**  
**( GUARDERIA )**

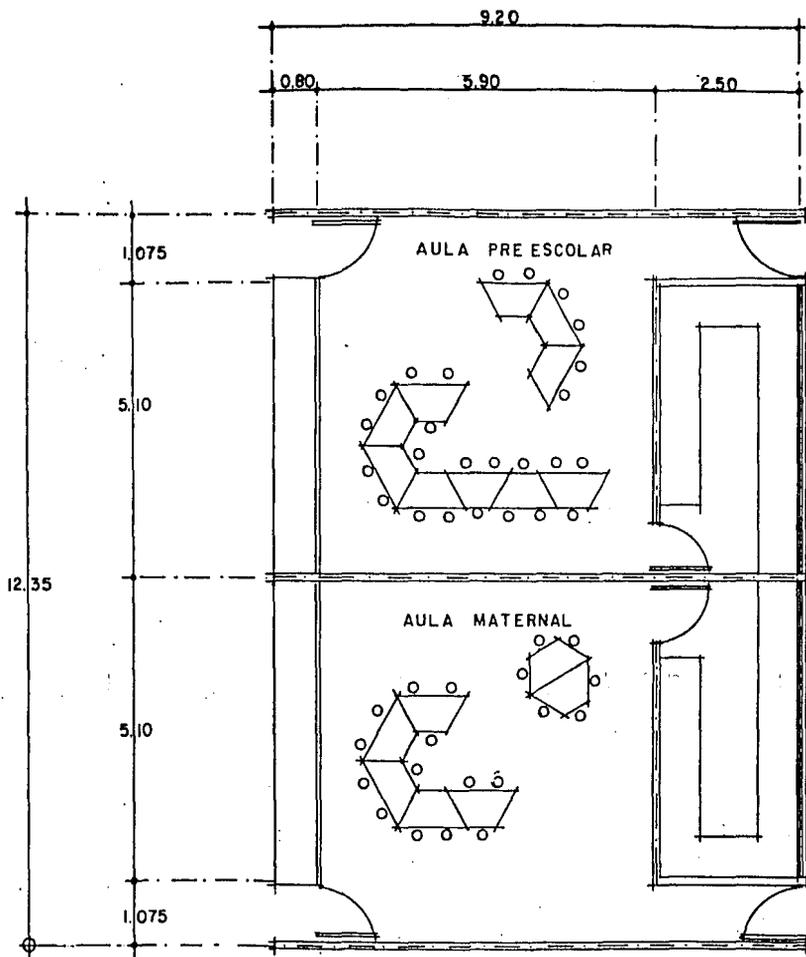


TESIS PROFESIONAL  
**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER

JUAN O'ORMAN

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	ESCALA 1:75	FECHA MARZO 85
---	----------------	-------------------



A U L A S

UNAM

TECIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER

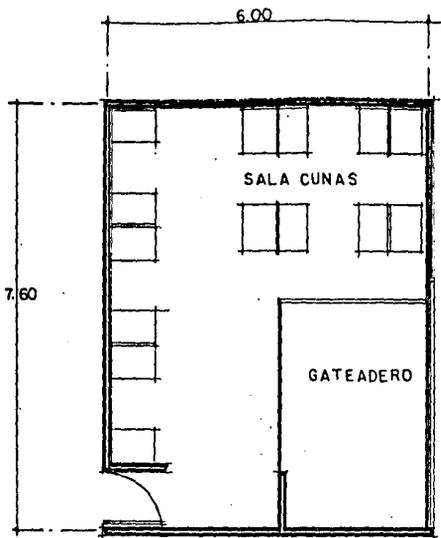
EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

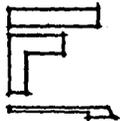


JUAN O'BORMAN



SALA DE CUNAS

UNAM



TECIBO PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

TALLER



EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

JUAN O'ORMAN

## MARCO TEORICO.

Esencialmente la metodología del diseño se concibe en una unidad de composición, es decir; pensando las partes del conjunto y el conjunto mismo en volumen, trabajando a base de trazos de volumetría y maqueta volumétrica.

## CONTENIDO Y ALCANCES.

Para determinar el programa arquitectónico se procedió de la siguiente manera:

Primeramente se determinó el número de locales y sus giros en base a la investigación y a la demanda detectada, así como a la comparación con las normas de equipamiento.

Elaboración de un programa conceptual, determinando ideas generales del proyecto, en cuanto tipo, carácter, aspecto, forma, etc.

Para determinar el número de locales y sus giros, se partió de las siguientes bases:

- Consultas de normas de equipamiento.
- Criterio del alumno.

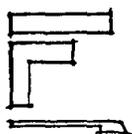
Se considera que el sistema de comercio en la colonia Ampliación Miguel Hidalgo de Tlalpan, se resuelve con el comercio fijo para la cual se tomara punto de partida el número de locales y sus giros en:

### NORMAS DE EQUIPAMIENTO

Población de Ampliación Miguel Hidalgo:

- |          |                    |
|----------|--------------------|
| - Actual | 17,000 Habitantes. |
| - 1991   | 20,000 Habitantes. |

UNAM



TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. L.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

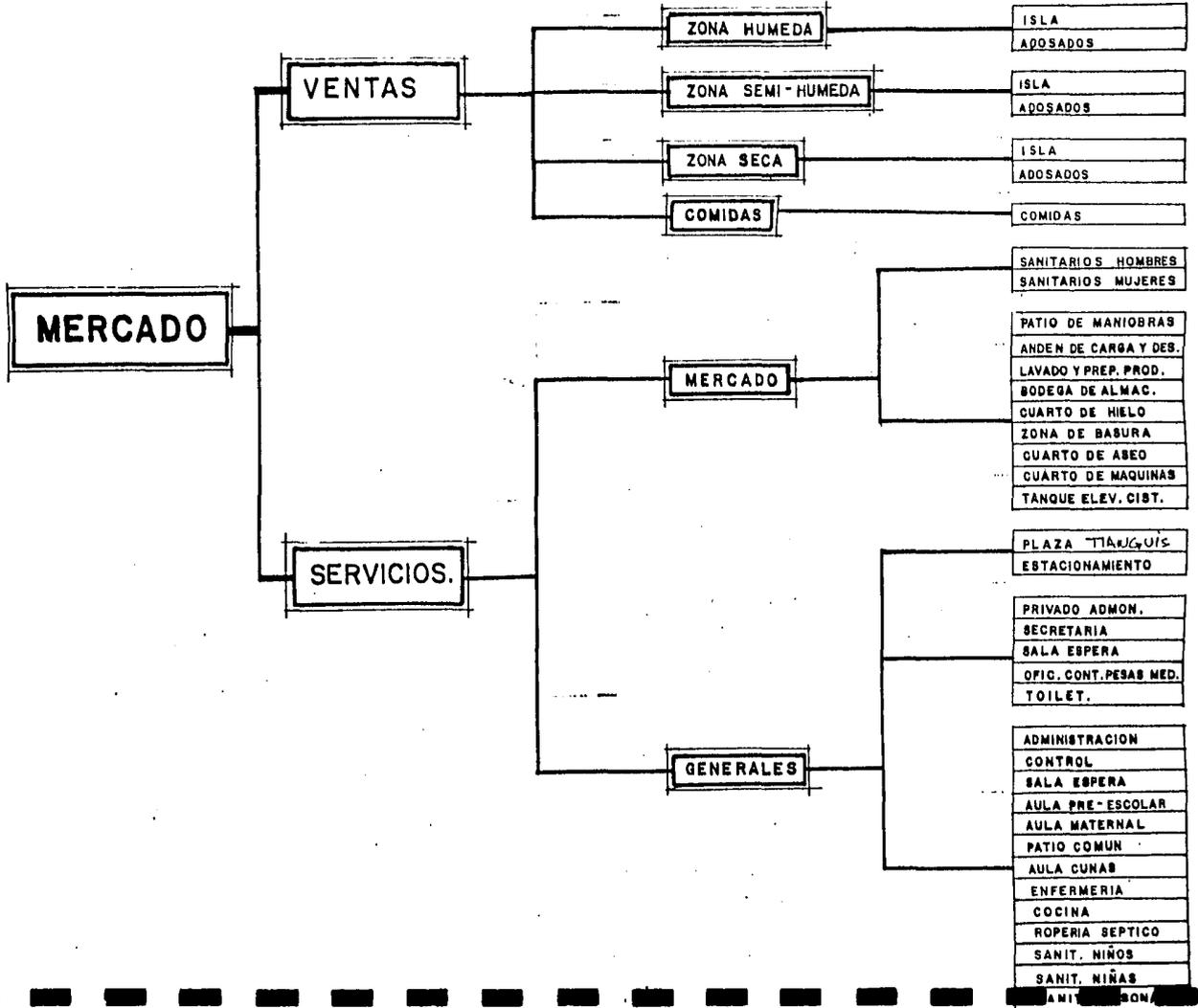
TALLER



JUAN OSORMAN



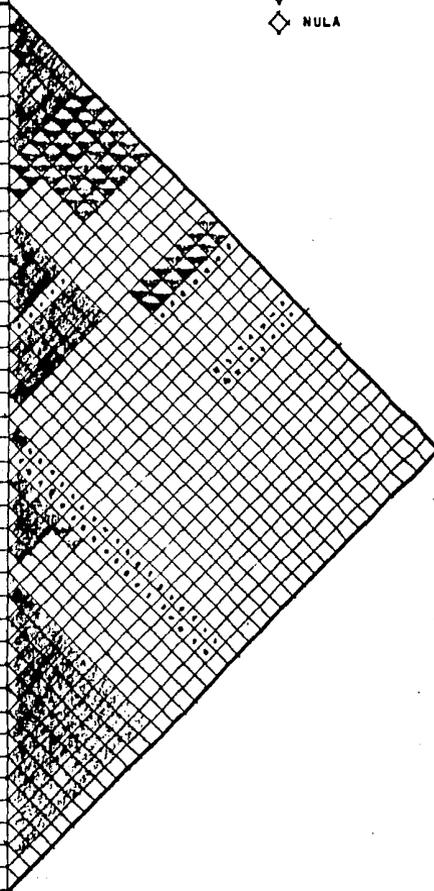
ARBOL BASICO DEL SISTEMA EDIFICIO.

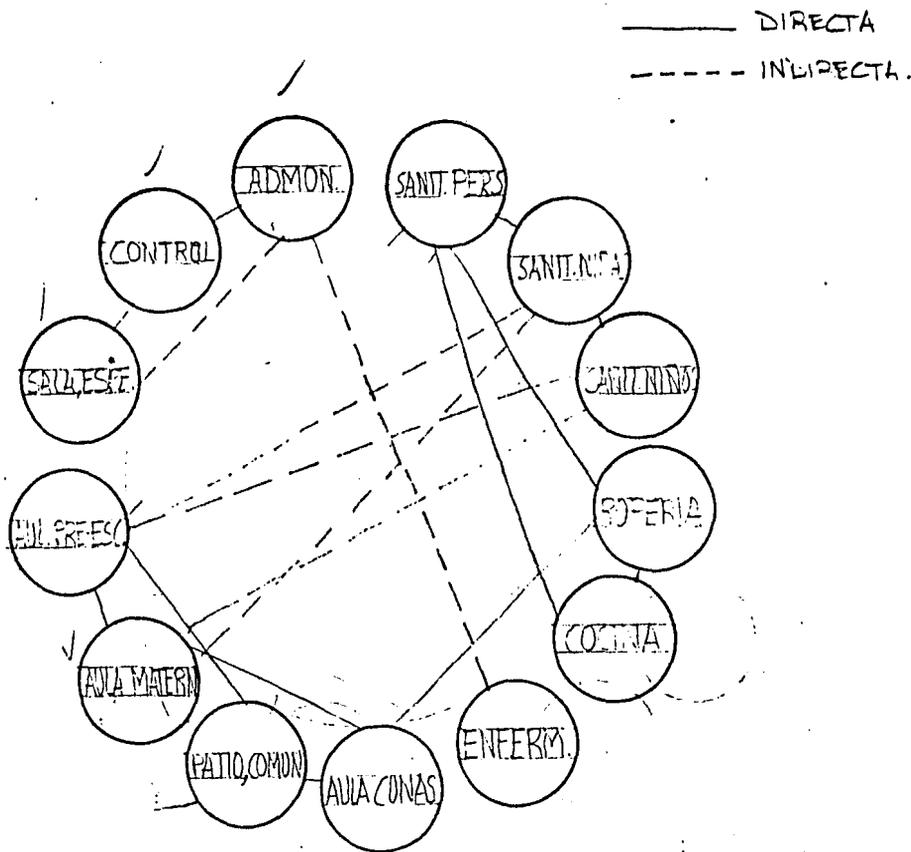


# SISTEMA MERCADO

- ◆ NECESARIA
- ◆ DESEABLE, MEDIA
- ◆ CONVENIENTE
- ◆ NULA

SISTEMA	SUB-SISTEMA	COMPONENTE	LOCAL	AREAS		
				CANT.	M <sup>2</sup> /UNID.	TOTAL
<b>MERCADO</b>	<b>VENTAS</b>	HUMEDA	ISLA			
			ADOSADOS			
		SEMI-HUMEDA	ISLA			
			ADOSADOS			
		SECA	ISLA			
	COMIDAS	COMIDAS				
	<b>SERVICIOS</b>	<b>MERCADO</b>	SANITARIOS HOMBRES			
			SANITARIOS MUJERES			
			PATIO DE MANIOBRAS			
			ANDEN DE CARGA Y DES			
			LAVADO Y PREP. PROD.			
			BODEGA DE ALMAC.			
			CUARTO DE HIELO			
			ZONA DE BASURA			
			CUARTO DE ASEO			
			CUARTO DE MAQUINAS			
			TANQUE ELEV. CIST.			
			PLAZA			
			ESTACIONAMIENTO			
			PRIVADO ADMON.			
		<b>GENERALES</b>	SECRETARIA			
			SALA ESPERA			
			OFIC. CONT. PESAS Y ME.			
			TOILET			
			ADMINISTRACION.			
			CONTROL			
			SALA ESPERA			
			AULA PRE ESCOLAR			
			AULA MATERNAL			
			PATIO COMUN			
			AULA CUNAS			
			ENFERMERIA			
COCINA						
ROPERIA SEPTICO						
SANIT. NIÑOS						
SANIT. NIÑAS						
SANIT. PERSONAL						





YEBIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

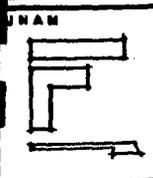
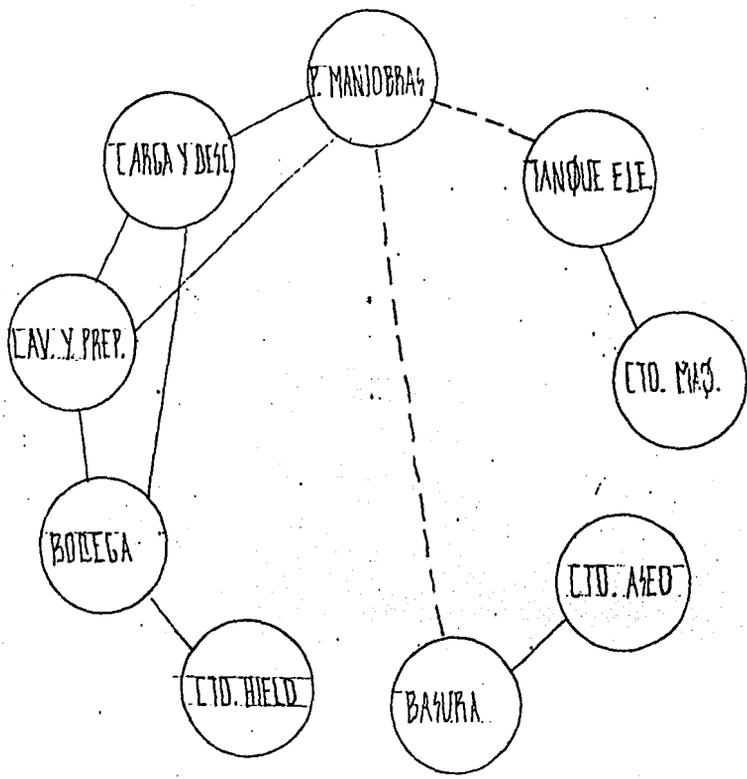
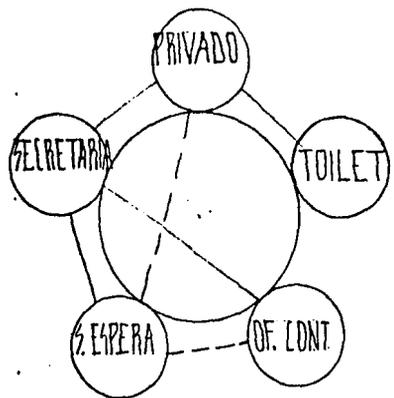
EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
 MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
 MARZO 85



— DIRECTA  
 - - - - - INDIRECTA



TESIS PROFESIONAL  
**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
 COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I. MONDRAGON ROMERO A. J.	EGALA	FECHA MARZO 85
---	-------	-------------------



## PATRON MORFOLOGICO

I.- Estilo: Contemporáneo

II.- Integración al medio ambiente : Ignorándolo. ?

III.- Principio de Ordenamiento: Jerarquía Forma  
Tamaño

- La importancia de una forma o de un espacio con el propósito de darle importancia o significación, debe -- llevarse a cabo de modo claramente exclusivo y unitario, se puede alcanzar dotándole de :

- + Una dimensión excepcional
- + Una forma única
- + Una localización estratégica

- En definitiva, la predominación de una forma o - espacio que es jerárquicamente importante se logra convirtiéndolo en una excepción a la norma, en una anomalía dentro de un modelo que, de no ocurrir así sería regular.

- Por su tamaño :

Una forma o un espacio pueden dominar una composición arquitectónica al destacar por su tamaño entre todos los elementos integrantes de la misma . Por lo general, este dominio se hace visible por las dimensiones del elemento , aunque puede darse el caso en que precisamente, un elemento sobresalga por su pequeñez y por una localización claramente indicada .

- Por su forma :

El predominio visual de unas formas y espacios, y, por consiguiente, su importancia, puede obtenerse creando una clara diferenciación entre sus contornos y el de otros

NAM



TESIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA  
MARZO 85

TALLER



JUAN O'BORMAN

elementos de la composición .

#### IV.- Formas predominantes.aditivas-agrupada

- La forma aditiva se produce por la adición de -- otra forma al volumen del que se parte.

- Para que dos formas se agrupen conjuntamente --- caben las siguientes posibilidades fundamentales:

+ Contacto avista-avista: en este caso existe una avista común a las dos formas, que pueden actuar a modo de eje de giro.

+ Contacto Cara-Cara: Fundamentalmente este tipo de relación requiere que ambas formas tengan superficies -- planas que sean paralelas entre si .

+ Volúmenes mezclados : La característica de esta relación es que cada forma penetra en el espacio de la otra estas formas no precisan compartir rasgos visual alguno .

- Organización agrupada :

Una organización agrupada congrega las formas con forme a una exigencia de tipo funcional referente al tamaño a la forma o a la proximidad también es lo suficientemente flexible como para incorporar en su estructura elementos de distinta forma, dimensión y orientación .

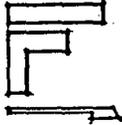
- Según la flexibilidad de las organizaciones agrupadas , las formas que las componen pueden disponer de las -- siguientes maneras :

+ Pueden unirse, a modo de aprendices, a una forma o espacio origen de mayor tamaño .

+ Su relación puede ser únicamente de proximidad a fin de articular y poner de manifiesto sus volúmenes como entidades individuales .

+ Sus volúmenes pueden quedar engarzados y aparecer como una forma simple que posee gran variedad de caras.

UNAM



TECNOLOGÍA PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H.I.  
MONDRAGON ROMERO A.J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'BORMAN

V .- Espacios Predominantes :

- Planicie :

Un campo espacial sencillo se puede definir mediante un plano horizontal que este dispuesto a modo de figura en contraste un todo.

Para que un plano horizontal sea percibido como forma, debe existir un cambio patente de color o textura entre su superficie y el plano sobre el que descansa.

Cunado más fuerte sea la diferenciación perimental del plano, mayor sera la articulación de su campo.

VI.- Relaciones principales entre espacios :-Adyacentes.

- El modelo relación espacial más frecuente es la continuidad; esta permite una clara identificación de los espacios y que estos respondan, del modo idoneo, a sus exigencias funcionales y simbolicas .El grado de continuidad espacial y visual que se establece entre dos espacios contiguos se supeditarará a las características del plano que los une y los separa.

- El plano divisor puede ser:

+ Limitar el acceso físico y visual entre dos espacios contiguos, reforzar su respectiva identidad y fijar sus diferencias .

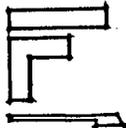
VII.-Espacio - Tiempo secuencias principales .

a) Vistas exteriores : + Acercamiento frontal  
+ Acercamiento Oblicuo

- Frontal :

+ La aproximación frontal conduce directamente a la entrada del edificio a lo largo de un recorrido axial .

NAM



TECIB PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'ORMAN

+ El objetivo visual que one fin a la aproximación es nítido, sea toda la fachada de un edificio o una entrada situada en la misma .

- Oblicua:

+ Una aproximación oblicua engrandece el efecto de perspectiva propia de la fachada principal y de la forma de un edificio .

+ El recorrido se puede reconducir una ó más veces para retrasar y prolongar la secuencia de la aproximación .

+ Si nos acercamos a un edificio desde un extremo su entrada puede proyectarse más allá de la misma facha da para que resulte visible con mayor claridad.

b).- Entradas - hueco en un baño .

c).- Senderos, secuencias de espacio - Radial

- Reticular

- Radial: La configuración radial se compone de unas circunstancias que se extienden desde un punto central común ,o terminan en el .

- Reticular : La configuración reticular se caracteriza por tener unos recorridos de circulación arbitrarios que unen puntos concretos del espacio .

d).- Relación del sendero a los espacios .

- Bordes ó pasar entre espacios :

+ Se conserva la integridad de cada espacio

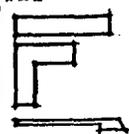
+ La configuración del recorrido es flexible

+ Para vincular el recorrido con los espacios - es posible el empleo de otros intermedios .

e).- Espacios de circulación - Corredor .

+ Abierto por ambos lados.- para así convertirse en una prolongación de los espacios que atraviezan

NAM



TECIS PROFESIONAL

# MERCADO EN TLALPAN D.F.

COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO:

GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN O'GORMAN

VIII.- Tratamiento de las superficies expuestas .

IX.- Tendencia a la expresión estética .

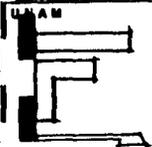
- Mesurada .

X.- Tipo de estructura .-

- Concreto colado
- Metalica convencional

XI.- Tipos de Muro y elementos de relleno .

- Materiales mixtos



TESIS PROFESIONAL

**MERCADO EN TLALPAN D.F.**  
COL. AMPLIACION MIGUEL HIDALGO

EQUIPO: GARCIDUEÑAS CRUZ H. I.  
MONDRAGON ROMERO A. J.

ESCALA

FECHA

MARZO 85

TALLER



JUAN GORMAN

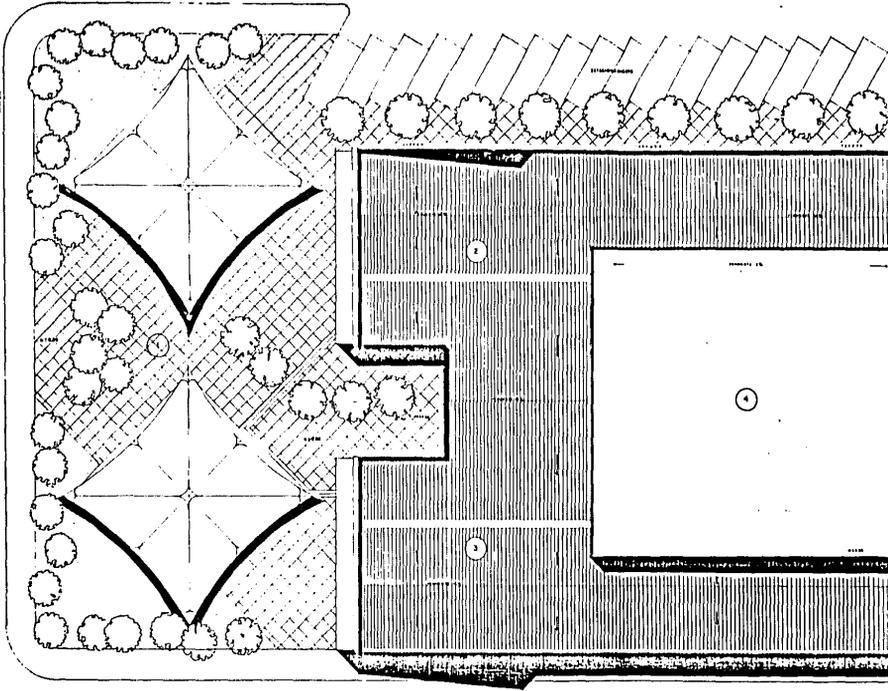
P L A N O S



CALLE LAZARO CARDENAS



CALLE ADOLFO LOPEZ MATEOS



- 1) ZONA TIANGUIS
- 2) ZONA COMIDAS
- 3) ZONA SECA
- 4) ZONA HUMEDA
- 5) ZONA GUARDERIA
- 6) ZONA SERVICIOS

CALLE LUIS ECHEVERRIA ALVAREZ



MERCADO EN TLALPAN D. F.

ESC. 1: 125 FECHA: OCT/85

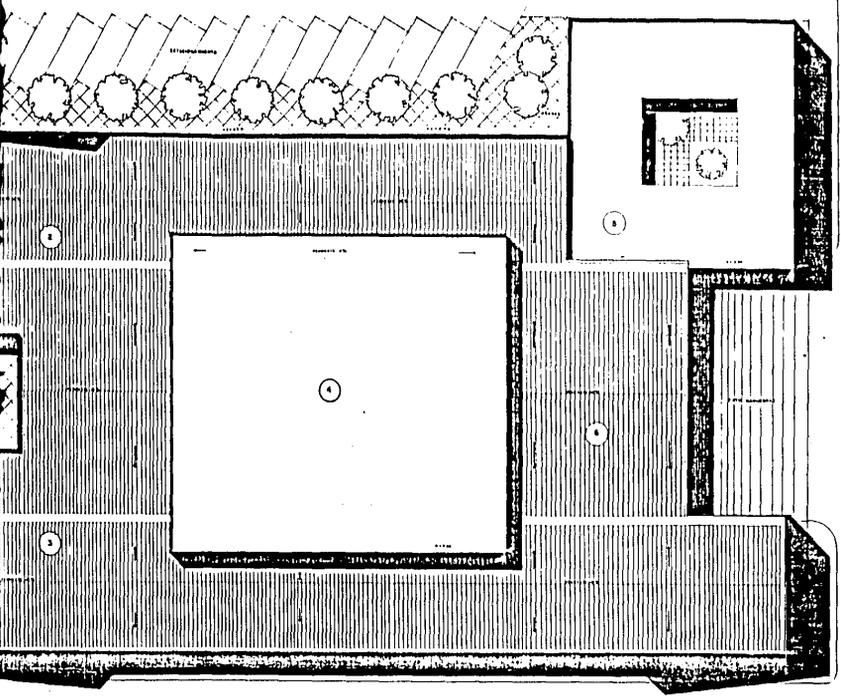
BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
GARCIDUENAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS.

TESIS PROFESIONAL

PLANTA DE CONJUNTO.

2 3 4 5 6 7 8 9 10

CALLE LAZARO CARDENAS



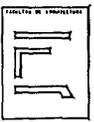
CALLE ABELARDO RIZ

CALLE LUIS ECHEVERRIA ALVAREZ

TESIS PROFESIONAL

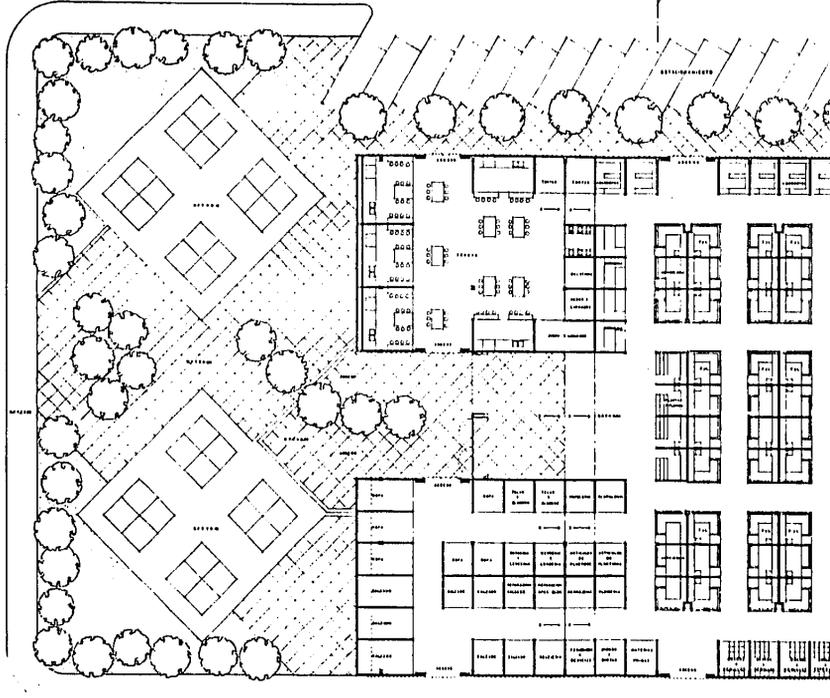
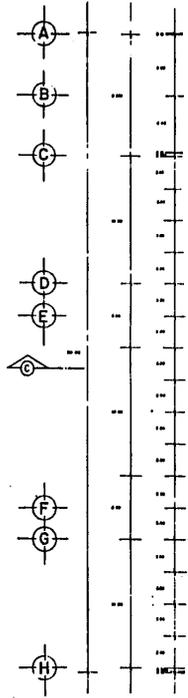
PLANTA DE CONJUNTO.

1



HECTOR  
BERTO ISAAC  
LADOR JESUS.

1 2 3 4 5



CALLE LUIS ECHEVERRIA A



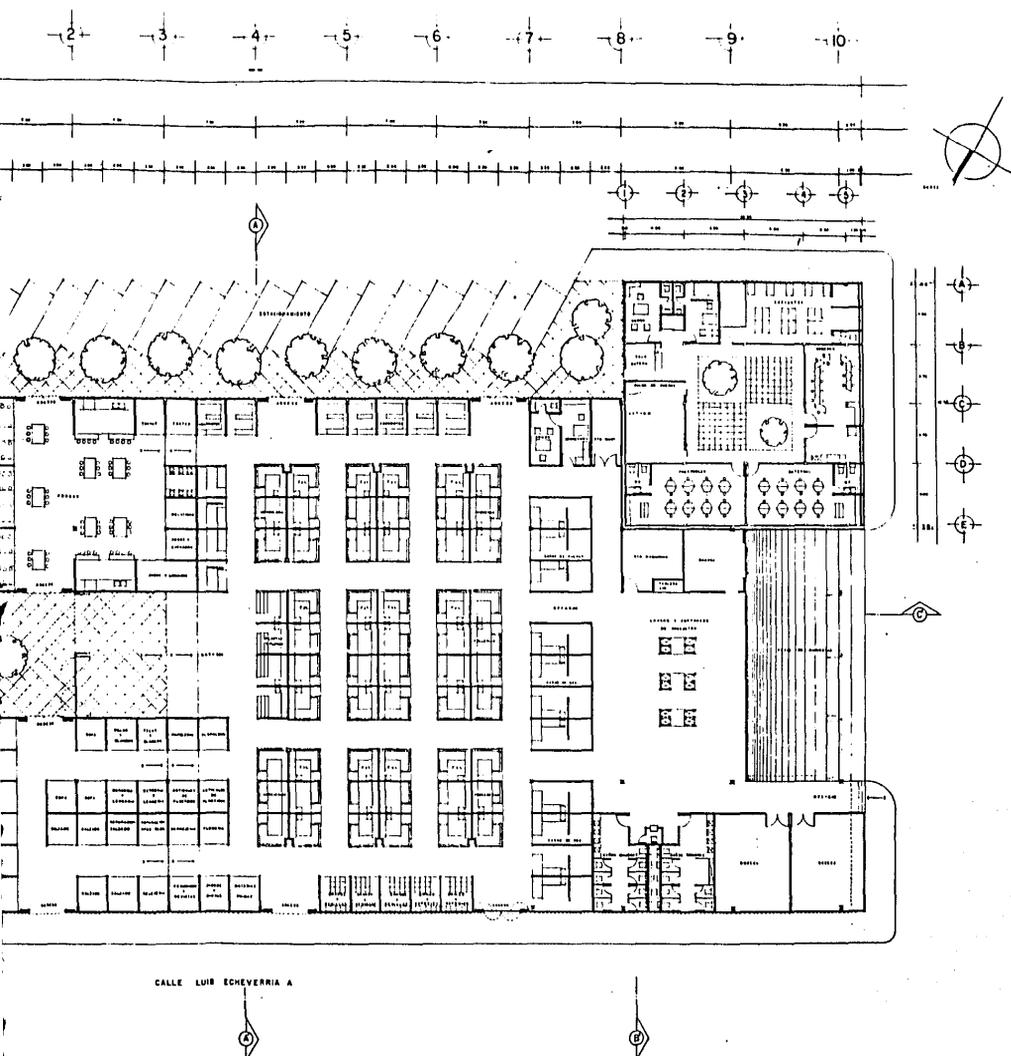
# MERCADO EN TLALPAN D. F.

ESC. 1:125 FECHA: OCT/85

BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS.

TESIS PROFESIONAL

PLANTA ARQUITECTONICA

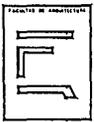


CALLE LUIG ECHVERRIA A

F. **TESIS PROFESIONAL**  
**PLANTA ARQUITECTONICA MERCADO**

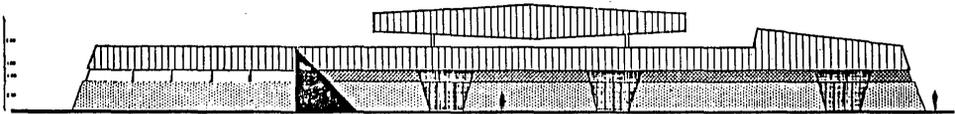
MANDEZ HECTOR  
 IZ HUMBERTO ISAAC  
 ERO AMADOR JESUS.

ESCALA DE PLANO  
**2**

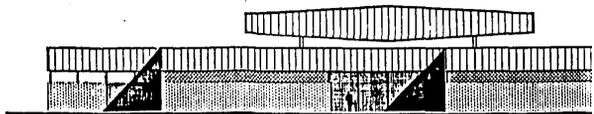




FACHADA NOROESTE ESCALA 1:400



FACHADA SURESTE ESCALA 1:400



FACHADA CENTRAL ESCALA 1:400



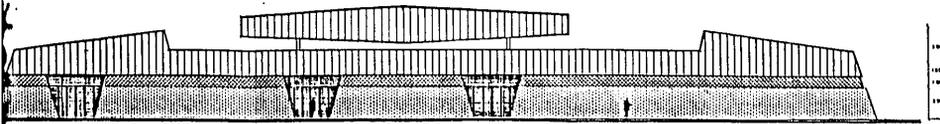
MERCADO EN TLALPAN D. F.

ESC 1:125 FECHA OCT 1983

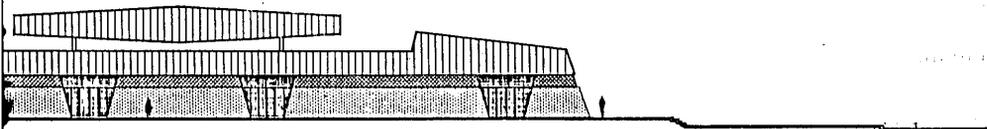
BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS.

TESIS PROFESIONAL

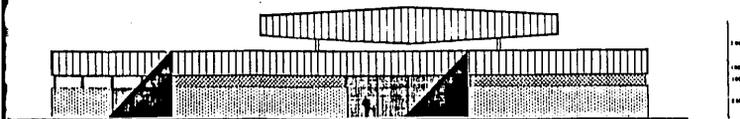
FACHADAS



FACHADA NOROESTE 1/500



FACHADA SURESTE 1/500



FACHADA CENTRAL 1/500

N D. F.

ORTE HERNANDEZ HECTOR  
ENAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
AGON ROMERO AMADOR JESUS.

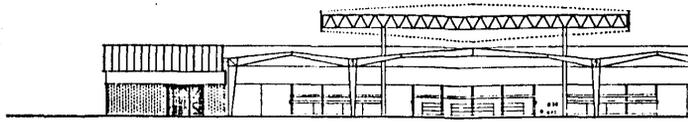
TESIS PROFESIONAL

FACHADAS

3

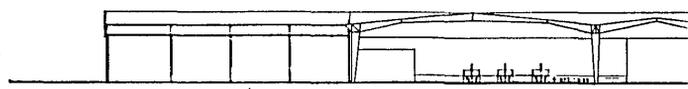


A B C D E F G



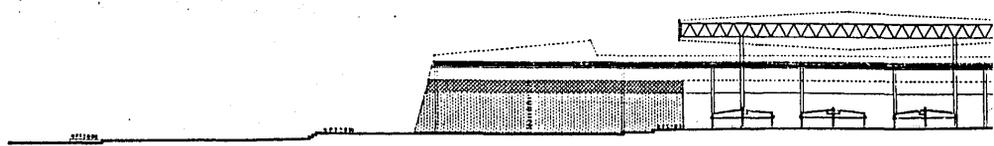
CORTE A-A' ESCALA 1:80

A B C D G



CORTE B-B' ESCALA 1:80

1 2 3 4 5 6 7



CORTE C-C' ESCALA 1:80



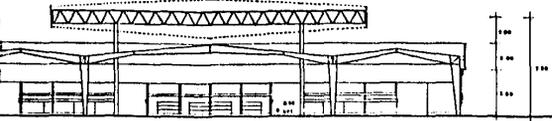
MERCADO EN TLALPAN D. F.  
BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS

TESIS PROFESIONAL  
CORTES

D E

F G

H

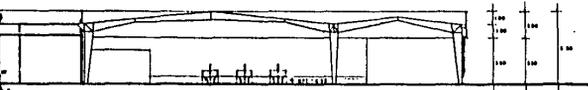


CORTE A-A' ESCALA 1:50

D

G

H



CORTE B-B' ESCALA 1:50

3

4

5

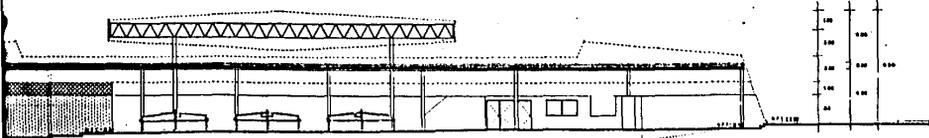
6

7

8

9

10



CORTE C-C' ESCALA 1:50

TESIS PROFESIONAL

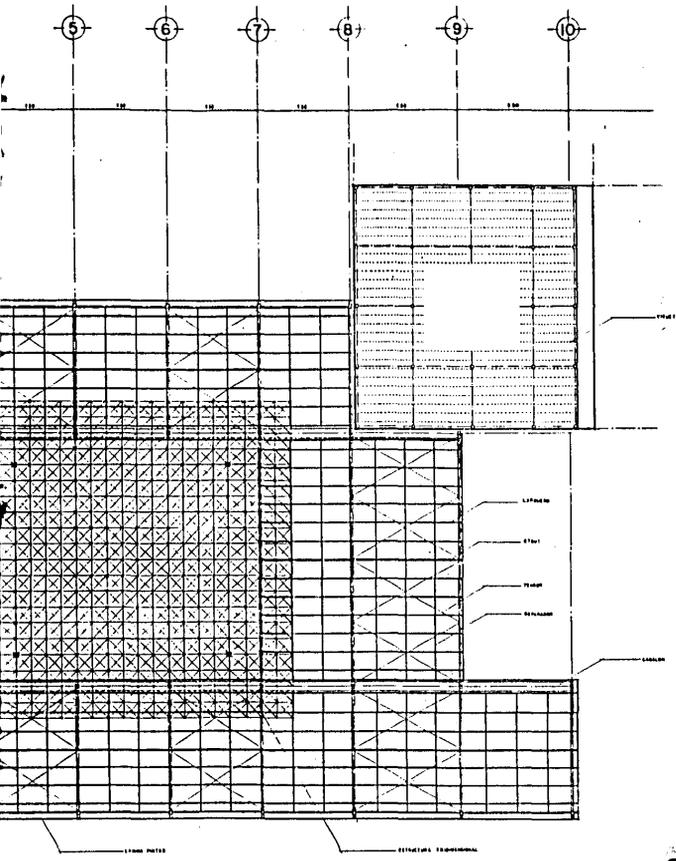
CORTES

4



CTOR  
ISAAC  
IN JESUS:





DIRECTOR  
 TORO ISAAC  
 TORO JESUS.

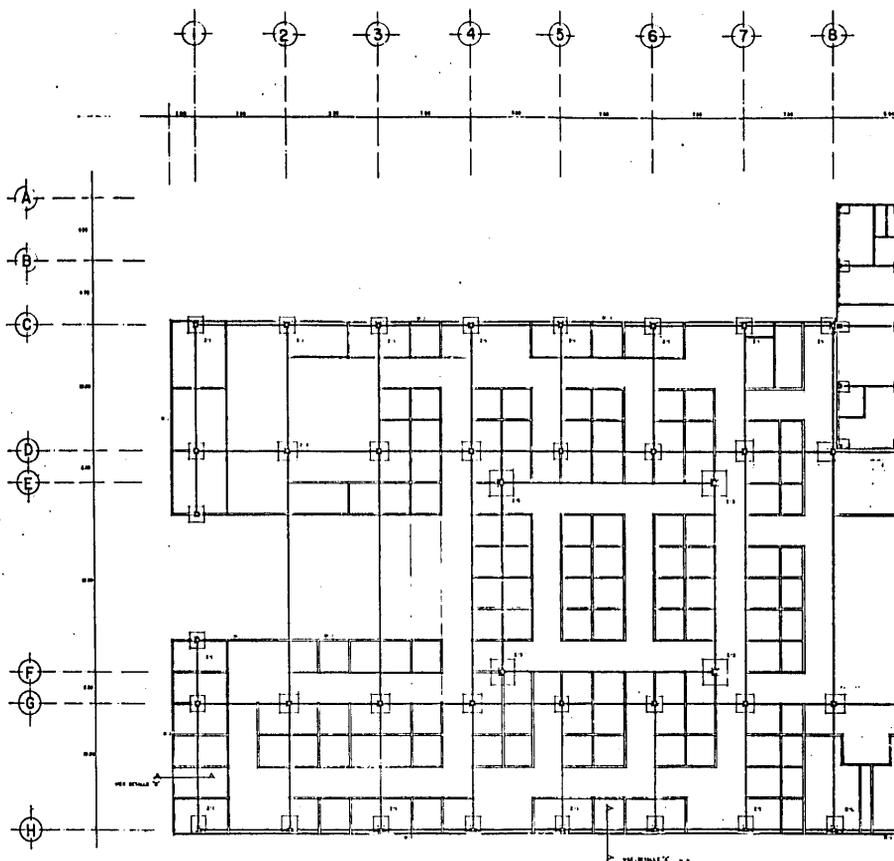
**TESIS PROFESIONAL**

**PLANTA ESTRUCTURAL.**

**5**

PLANTA ESTRUCTURAL

PLANTA M. 10



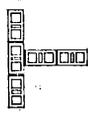
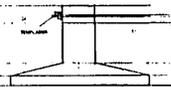
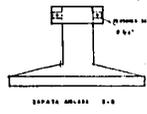
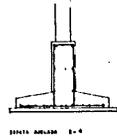
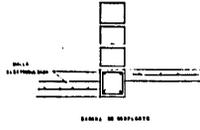
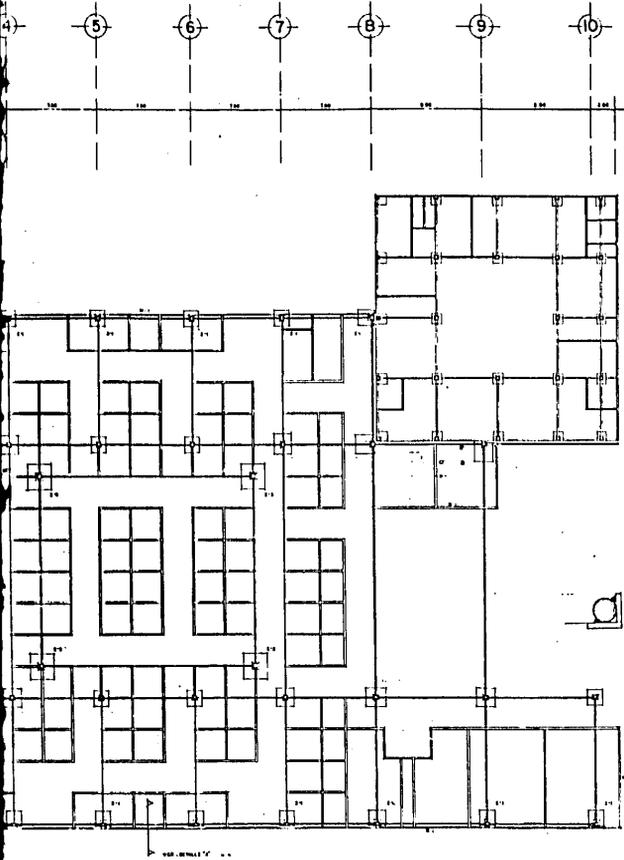
MERCADO EN TLALPAN D. F.

ESC. 1:12.5      FECHA: OCT/85

BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
 GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO I.  
 MONDRAGON ROMERO A. JESUS

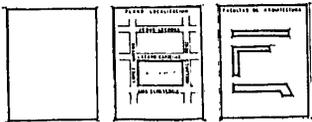
TESIS PROFESIONAL

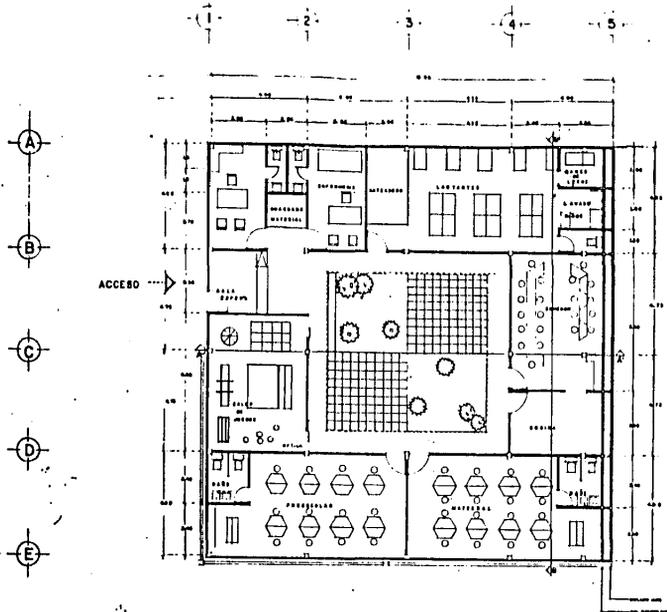
PLANTA DE CIMENTA



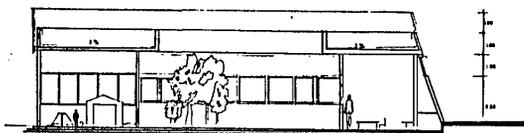
**TESIS PROFESIONAL**  
**PLANTA DE CIMENTACION**

ZHECTOR  
 ANDERTO I.  
 A. JESUS





PLANTA GUARDERIA



CORTE A-A'



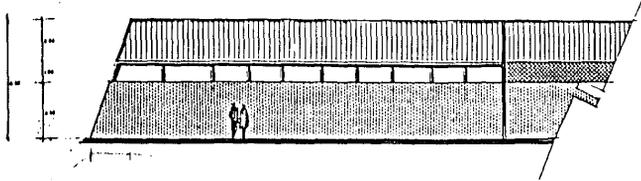
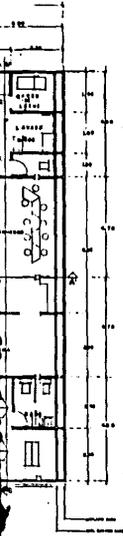
MERCADO EN TLALPAN D.F.

TESIS PROFESION

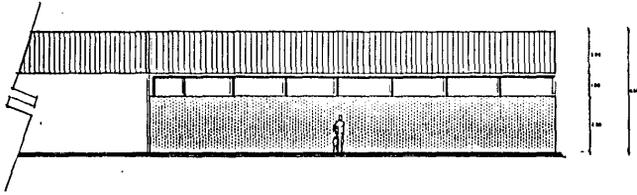
ESC. 1: 75 FECHA OCT/85

BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
 GAROJENAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
 MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS

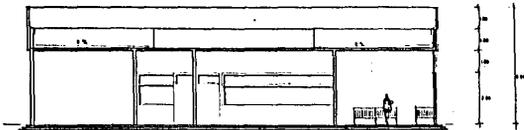
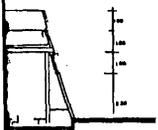
PLANTA ARQU



FACHADA SURESTE



FACHADA SUROESTE



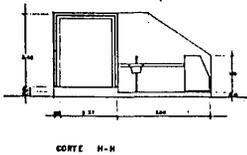
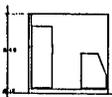
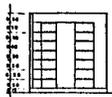
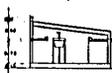
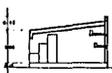
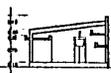
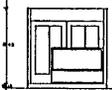
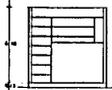
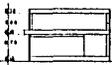
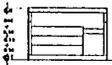
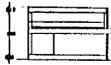
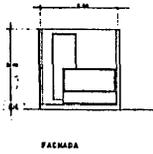
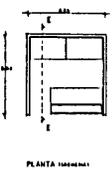
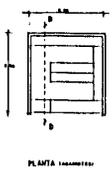
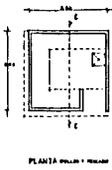
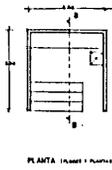
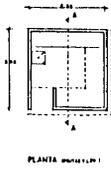
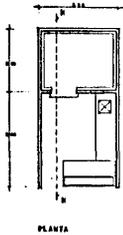
CORTE B - B'

F.  
INDEZ HECTOR  
HUMBERTO ISAAC  
RO AMADOR JESUS

TESIS PROFESIONAL

PLANTA ARQUITECTONICA





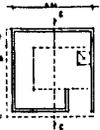
MERCADO EN TLALPAN D.F.

ESC. 1.50      FECHA: OCT / 85

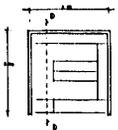
BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
 GARCIDUNAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
 MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS

TESIS PROFESIONAL

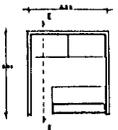
PUESTOS TIPO



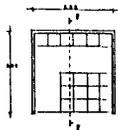
PLANTA (Módulo 1 y 2)



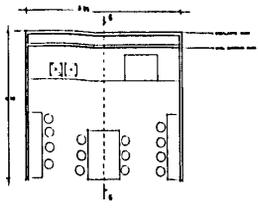
PLANTA (Módulo 3)



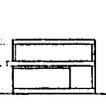
PLANTA (Módulo 4)



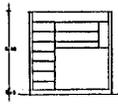
PLANTA (Módulo 5 y 6)



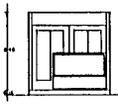
PLANTA (Módulo 7)



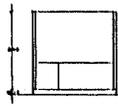
FACHADA (Módulo 1)



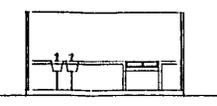
FACHADA (Módulo 2)



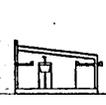
FACHADA (Módulo 3)



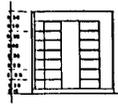
FACHADA (Módulo 4)



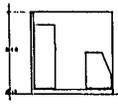
FACHADA (Módulo 5)



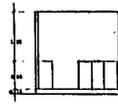
CORTE C-C''



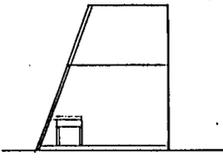
CORTE D-D''



CORTE E-E''



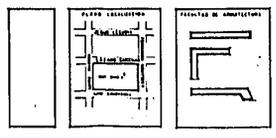
CORTE F-F''



CORTE G-G''

TESIS PROFESIONAL

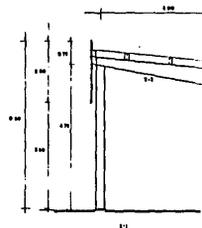
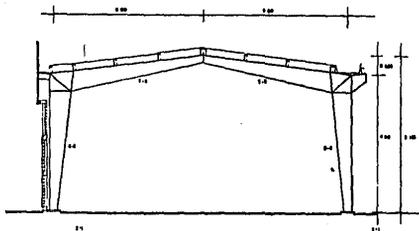
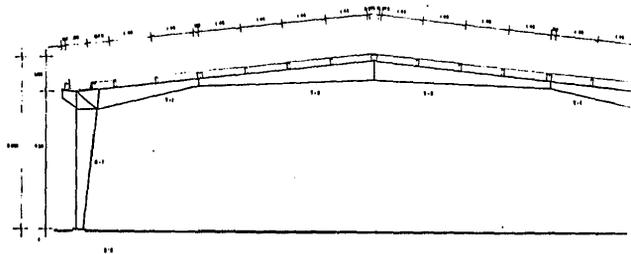
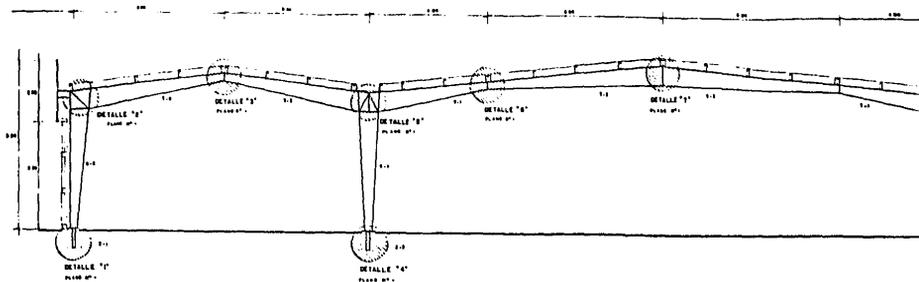
PUESTOS TIPO



ECTOR  
D ISAAC  
OR JESUS

C

D



MERCADO EN TLALPAN D. F.

ESC. 1:50

FECHA: OCT/85

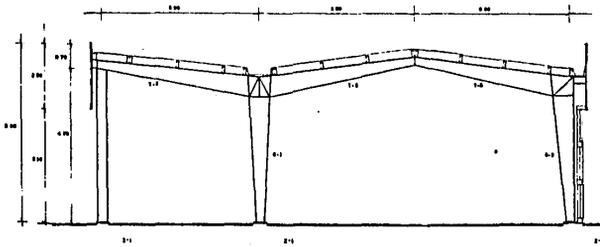
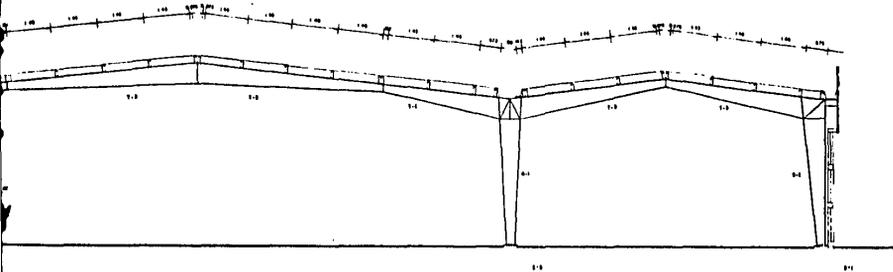
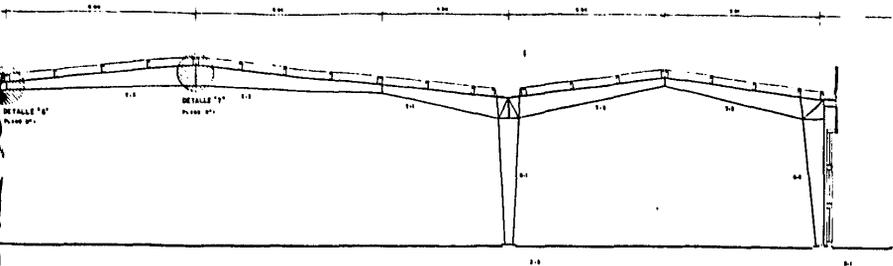
BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS.

TESIS PROFESIONAL

MARCOS RIGIDOS

G

H

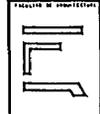
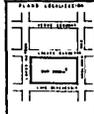


ESPECIFICACIONES GENERALES

- EL ACERO ESTRUCTURAL SERA TUBO 2 DE 60x 7.100 kg/m<sup>2</sup>
- LAS VIGAS SERAN DE ALUMINIO DEL TIPO 6061 T3511
- EL MOLDURADO DE BORDO SERA ELECTRODO DE LA SERIE AL-70 20
- EL TORNILLO DE MONTAJE SERA DEL TIPO 4.6
- EL ACERO DE MONTAJE SERA DEL TIPO 4.6
- EL MOLDURADO SERA F-1000 PL-20
- SERAN USADOS CLAVOS DE ALUMINIO DEL TIPO 4.6

TESIS PROFESIONAL

MARCOS RIGIDOS

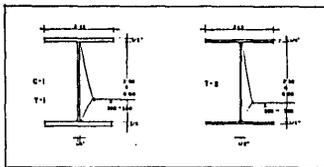
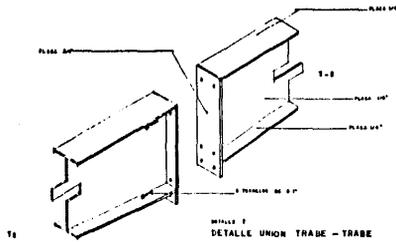
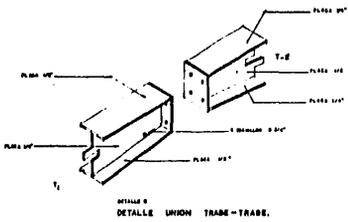


HECTOR  
RITO ISAAC  
DOR JESUS.







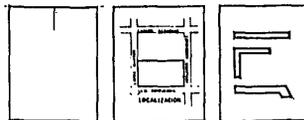


BUFETE DE SERVICIOS ASOCIADOS S.A.  
 \*ESPECIFICACIONES GENERALES PLANO N°

DEZ HECTOR  
 UMBERTO ISAAC  
 AMADOR JESUS.

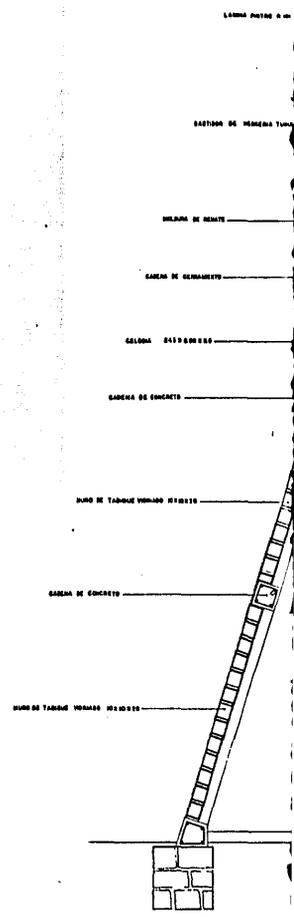
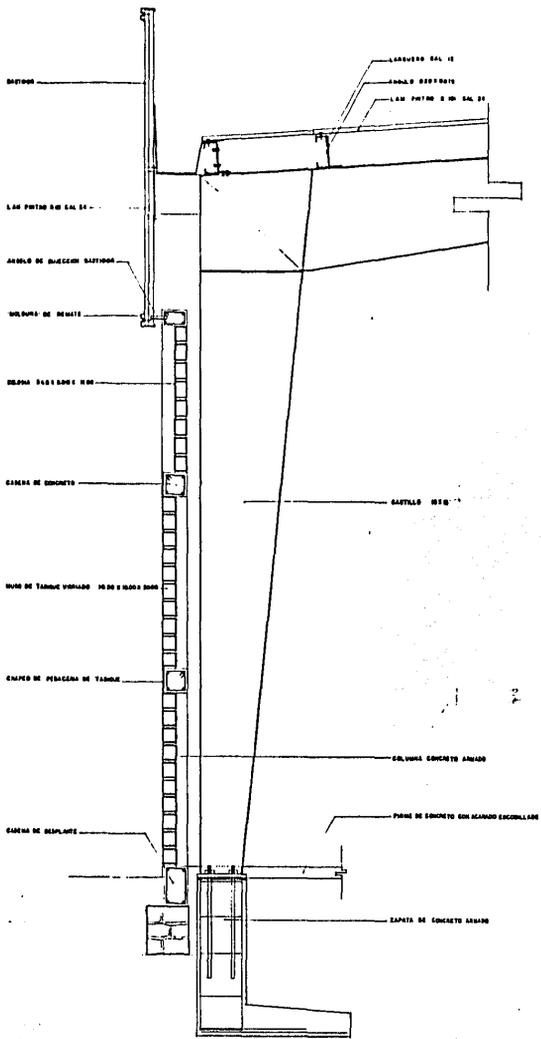
TESIS PROFESIONAL

DETALLES (MARCO RIGIDO)

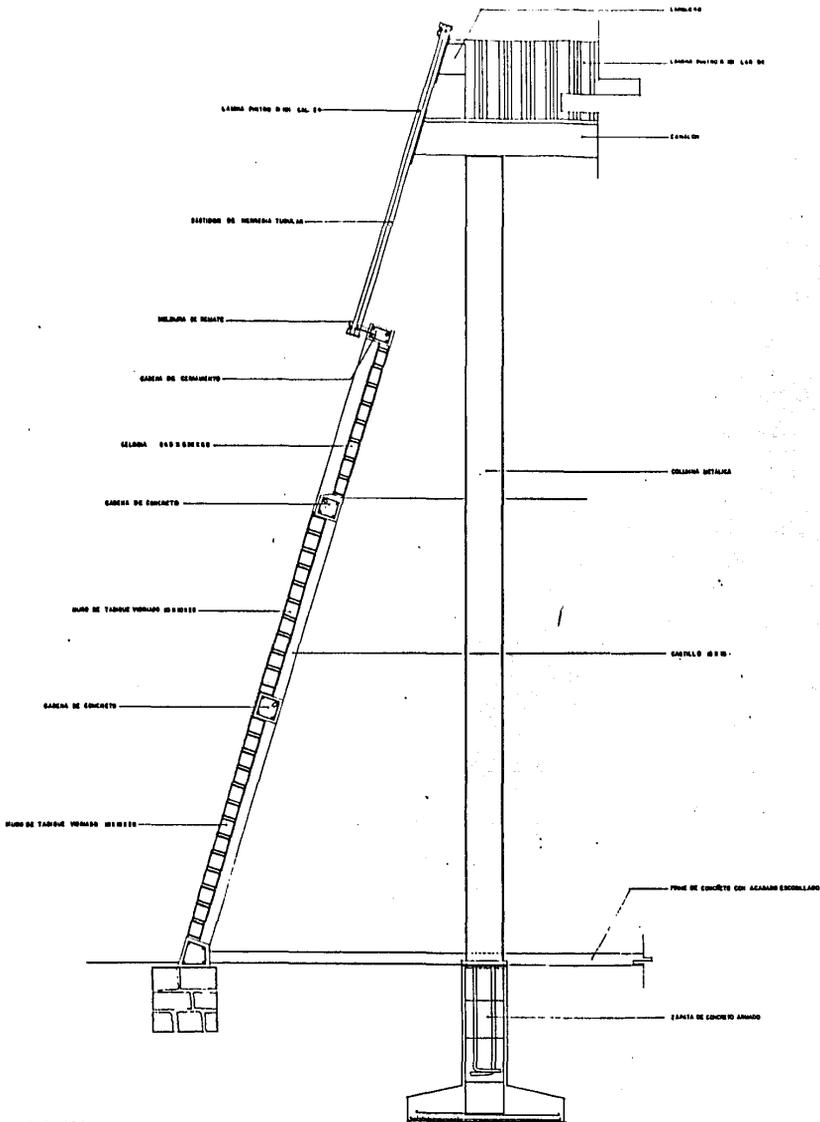




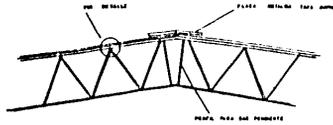




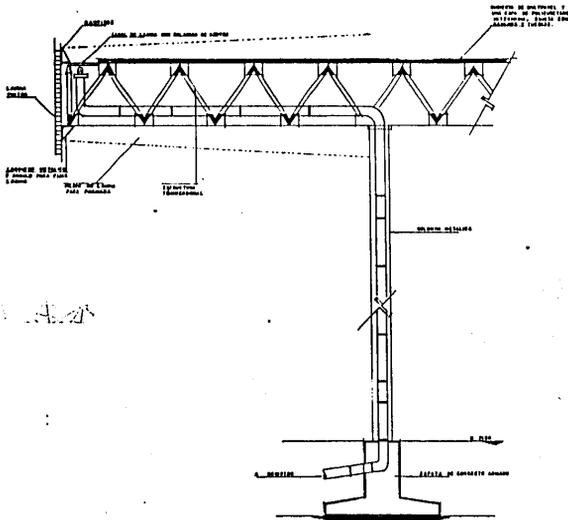
CORTES POR FACHADA



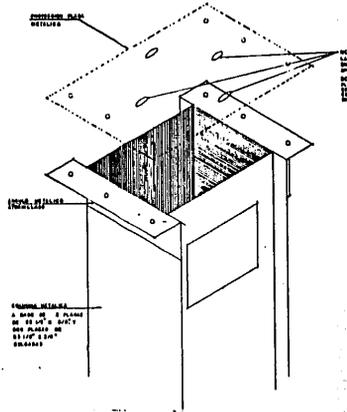
CORTES POR FACHADA



PENDIENTE DE ESTRUCTURA



CORTE BAJADA AGUAS PLUVIALES.



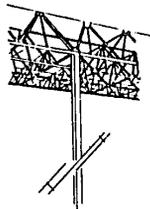
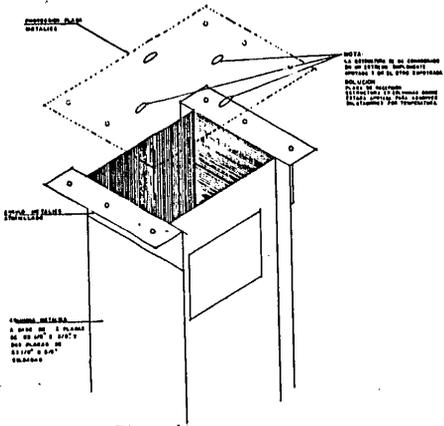
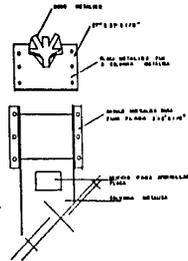
MERCADO EN TLALPAN D. F.

TESIS PROFESIONAL

ESC. FECHA.

BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS.

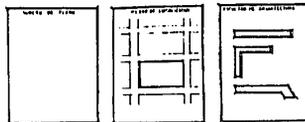
PLANTA ARQUITECTONICA



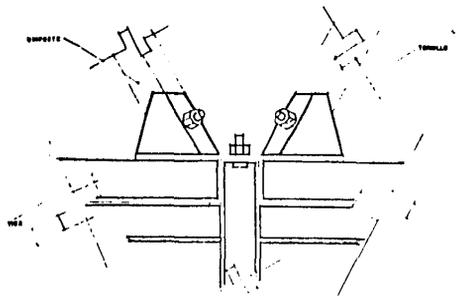
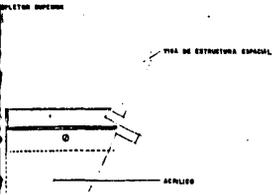
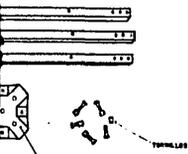
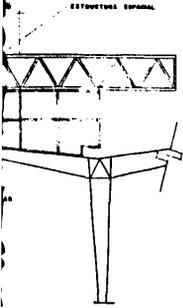
ESTRUCTURA.

TESIS PROFESIONAL

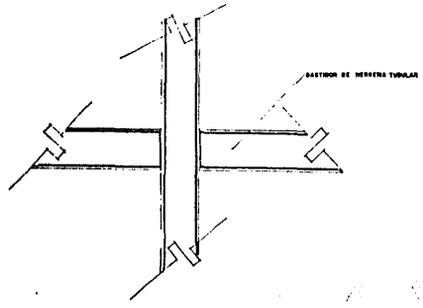
PLANTA ARQUITECTÓNICA



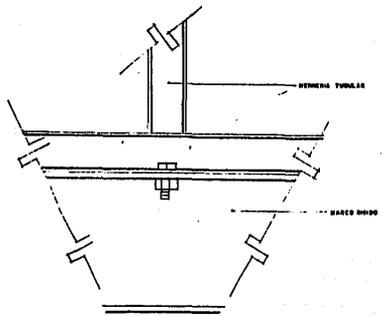




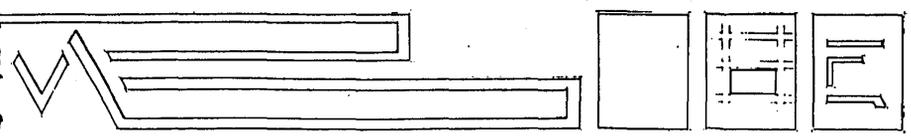
DETALLE 1

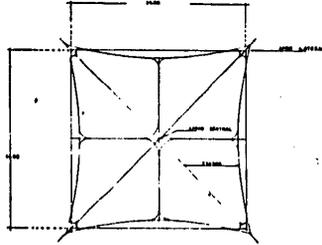


DETALLE 2

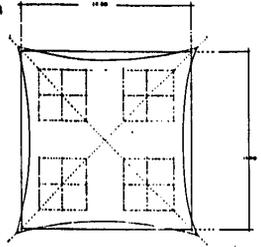


DETALLE 3

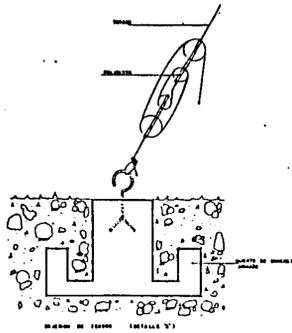




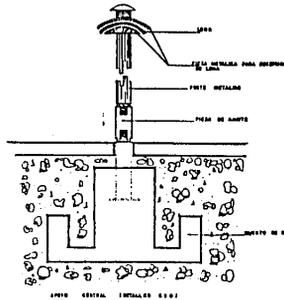
VISTA AEREA.



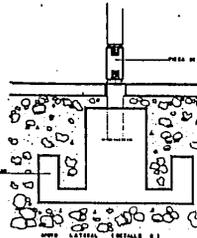
PLANTA DETALLE DE LA CUBIERTA



DETALLE 1



DETALLE 2



DETALLE 3



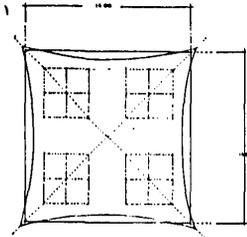
MERCADO EN TLALPAN D. F.

ESC. 1: 125 FECHA:

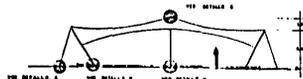
BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
 GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
 MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS

TESIS PROFESIONAL

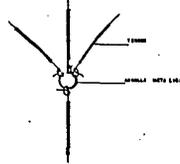
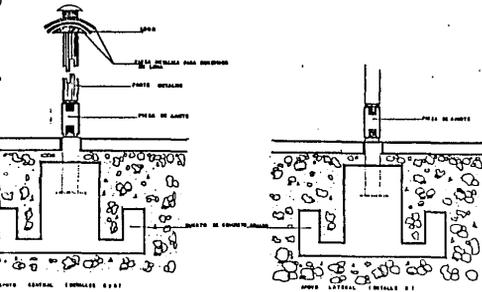
DETALLES CUBIERTA (1)



PLANTA DIMENSIONES EN METROS



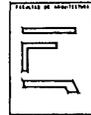
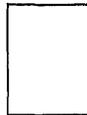
FACHADA

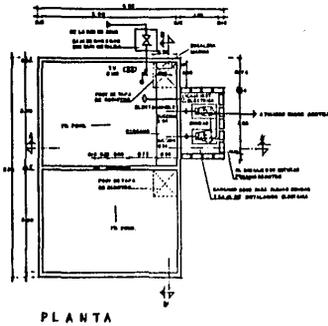


D. F.  
 ERNANDEZ HECTOR  
 RUZ HUMBERTO ISAAC  
 DOMERO AMADOR JESUS

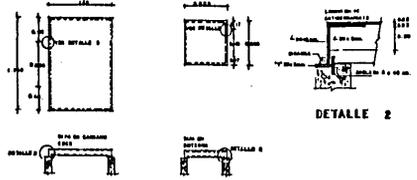
TESIS PROFESIONAL

DETALLES CUBIERTA (TIANGUIS)



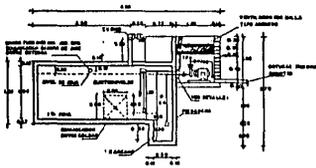


PLANTA

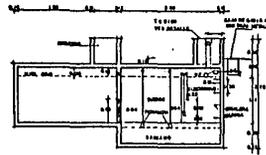


DETALLE 2

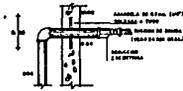
TAPAS PARA CARCAMO SECO Y CISTERNA



CORTE A - A'



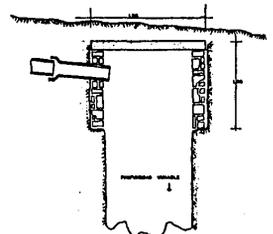
CORTE B - B'



DETALLE 1



DETALLE TUBO VENTILADOR



DETALLE POZO DE ABSORCION



MERCADO EN TLALPAN D. F.

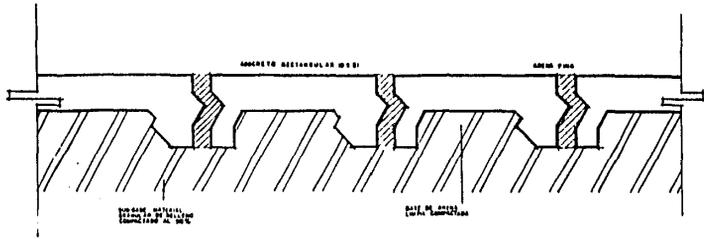
TESIS PROFESIONAL

ESC. I: FECHA: OCT / 83

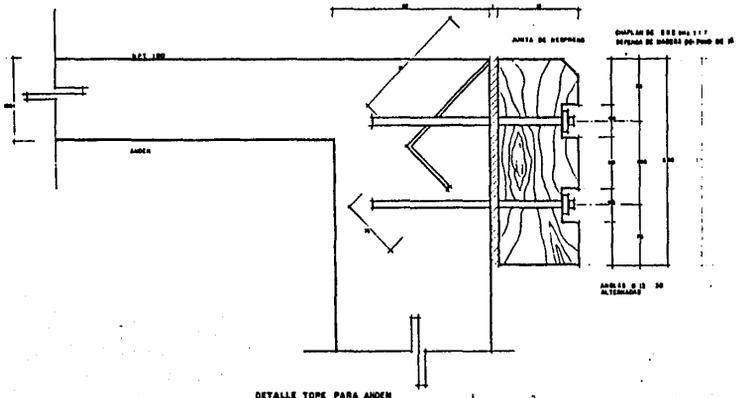
BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR  
GARCIDUEÑAS CRUZ HUMBERTO ISAAC  
MONDRAGON ROMERO AMADOR JESUS

DETALLES

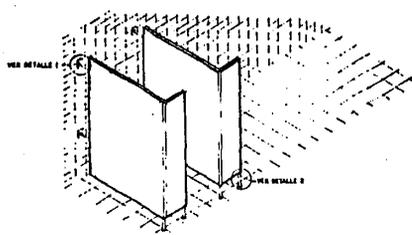




COLOCACION DE ADOQUIN

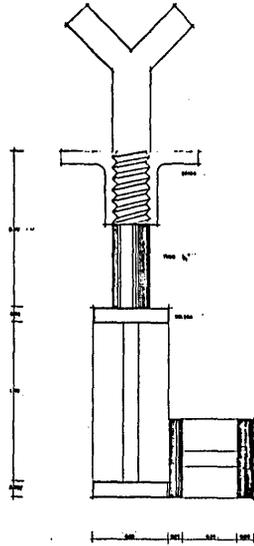
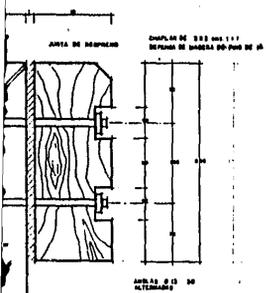
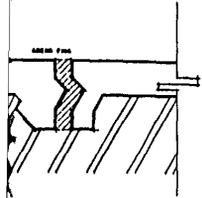


DETALLE TOPE PARA ANCHO

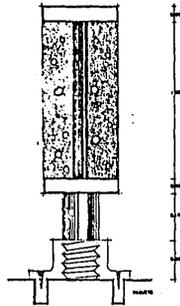


COLOCACION DE MAMPARAS PARA BASTANTES

	<p><b>MERCADO EN TLALPAN D. F.</b></p> <p>ESC. <span style="margin-left: 100px;">FECHA OCT/ 85</span></p> <p>BLANCARTE HERNANDEZ HECTOR          BARCHUENAS CRUZ HUMBERTO ISAAC          MONDRAGON ROMERO AMAADOR JESUS.</p>	<p><b>TESIS PROFES</b></p> <p><b>DETALLES</b></p>
--	--	---



DETALLE 1 EMPOTRAMIENTO EN MURO



DETALLE 2 EMPOTRAMIENTO EN PISO

