

Memoria de título

Mercado Campesino, Sector de Paillihue, Los Angeles, Región del Bio Bio

Alumno José Miguel Contreras

Profesora Guía Patricio Morelli

Profesores Consultados Luis Goldsack
Lorenzo Berg
Juan Pablo Urrutia
Paola Velasquez

Profesionales Consultados Mauricio Carrasco
(Planificador urbano Municipalidad de Los Angeles)

Memoria de Proyecto de Título
Primer y Segundo Semestre 2018

Departamento de Arquitectura
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Universidad de Chile
Santiago



Tabla de contenido



04	Motivaciones personales
07	Resumen
08	Tema y problema Arquitectónico
10	<i>Introducción</i>
13	<i>Comecio campesino: el producto fresco</i>
15	<i>El espacio en la ciudad</i>
20	<i>Usuarios y consumidores</i>
22	<i>Epicentro agrícola y difusión</i>
24	Objetivos estratégicos
25	Metas del proyecto
26	Mercado campesino
27	Propuesta Arquitectónica general

Lugar y territorio	29
<i>Barrio Paillihue, acceso e identidad local</i>	30
<i>Ex Forestal, bosque, materia y comunidad</i>	32
<i>Estado normativo</i>	34
<i>Condiciones Climáticas</i>	35
<i>Terreno</i>	35



Proyecto

<i>Estrategias de diseño</i>	38
<i>Programa</i>	40
<i>Urbana y paisajística</i>	42
<i>Propuesta Estructural y constructiva</i>	44
<i>Propuesta de Sustentabilidad, gestión y mantenimiento</i>	46
<i>Imágen objetivo</i>	48
<i>Referentes</i>	50
<i>Bibliografía</i>	51



Motivaciones

Desde una remota infancia en el campo, me es posible ver como cada vida se desarrolla en el tiempo. La semilla se transforma en fruto y su calidad va dependiendo del trabajo de la tierra.

A lo largo de los últimos años de carrera estando lejos de casa, he aprendido a valorar mucho más los frutos de esta tierra. La importancia de una alimentación saludable no pasa solamente por la refinación del paladar, involucra todo un proceso en el cual participan muchas personas

La formación académica me ha permitido conducir esta sensibilidad contextual a la definición profesional de un problema. Rescatando las oportunidades que se nos presentan a lo largo del tema, se busca tener las capacidades y competencias para desarrollar un campo de acción crítico en la construcción de espacio socio-cultural.

En esta construcción se deben hacer variadas lecturas del fenómeno, tanto en contextos rurales como urbanos, identificando las diversas problemáticas y potencialidades que deriven en proyectos de arquitectura coherentes a la realidad que se quiera intervenir.

El proyecto de título, es un gran ejercicio para ubicarnos en un conflicto arquitectónico con aristas culturales, demográficas y económicas que permitan afrontar problemas de índole profesional.

También se espera plasmar la visión crítica desarrollada en la formación académica a través de las decisiones tomadas que responden a inquietudes, fortalezas y debilidades en un proceso creativo y práctico.



Foto elaboración propia

Campo de hortalizas sector el Pino, Los Angeles.



Resumen

Los alimentos y su consumo expresan de buen modo cómo las sociedades viven, pues son parte del estilo de vida que se van desarrollando a lo largo de la historia.

Vivimos una nueva revolución alimentaria que se caracteriza por: nuevas formas de producir en el campo, de procesar la agroindustria, de distribuir en los mercados y de demandar por parte de unos consumidores cada vez más exigentes.

Son las ferias y los mercados donde se reúne el campo con la ciudad de manera íntima. Ahí radica su importancia y no solo en la economía, también en la construcción cultural de los espacios públicos de encuentro y consumo.

Su importancia alimenticia trasciende las actividades y relaciones que se producen en dichos espacios, son admirados y criticados, pero nunca invisibilizados, y se consolidan como referencia e iconos permanentes de nuestra imagen de barrio. Una actividad habitual, un paseo a través de apabullantes puestecillos, la decisión y la compra, para finalmente poner en contacto al consumidor con su producto.

La exuberancia de algunos de estos espacios de mercado, los transforma en verdaderos museos de los frutos del campo, donde se cristaliza el esfuerzo, pericia y calidad de nuestra tierra.

El valle del Bio-Bio y sus alrededores, presenta una ferviente actividad agrícola en torno a los alimentos y los sabores de la tierra, cuenta además con una amplia red de distribución y sus ciudades poseen una estrecha relación con los pequeños y medianos productores en la periferia rural.

Este potencial productivo debe ser conducido a sistemas de comercialización más justos y cercanos a la realidad actual de consumo.

Se reconoce un nicho de acción en la ciudad intermedia por escala y accesibilidad, cualidades que permiten un rápido desarrollo económico para sus habitantes, beneficiando tanto a campesinos como consumidores.

Se propone un mercado campesino en la comuna de Los Ángeles, que permita solventar los requerimientos comerciales de los productores locales y otorguen un espacio de encuentro para los consumidores, ayudando a difundir la calidad y diversidad de los productos de la zona.

Estos espacios de comercio, resuelven la demanda actual de una microeconomía campesina y recrean el espacio público reduciendo las externalidades a través de una estructura liviana y funcional. Este modelo de proyecto tendría la capacidad de replicarse en otras comunas de la zona del mismo carácter.

Tema y problema arquitectónico

Espacios de comercio agrícola

Uno de las características más visibles de las ciudades del centro sur de Chile es su rica tradición campesina. Los frutos del país se han ajustado al escenario competitivo mundial y los consumidores locales han debido adaptarse a esta oferta. La industria alimentaria empuja a la homogenización de la oferta y el monopolio productivo, sin embargo, aun existe una oferta local que rescata la pericia y tradición campesina.

El comercio de productos locales por medio de campesinos y productores, tiene lugar en el espacio público de la ciudad y cumple un rol fundamental para la alimentación y la diversificación de la oferta existente en el mercado masivo. El fruto campesino, toma valor como producto fresco y accesible para los nuevos consumidores. Es posible identificar nuevas formas de consumir, que van más allá de la compra de ingredientes e integra sabores, olores y degustaciones al paladar que finalmente consolidan un buen recuerdo y una grata experiencia.

Este abanico de productos entrega una oferta distinta al estándar que exige el mercado tradicional (por ejemplo el calibre y color de tomates o la perfección de una manzana de autor), existe una mayor diversidad de frutos que son cultivados por pequeños productores campesinos, una de las economías que más se han visto afectadas con la competencia globalizada. Este tipo de comercio permite fortalecer y enriquecer los eslabones de la cadena

alimenticia.

Sin embargo, este comercio no está exento de problemas. Actualmente la ciudad de Los Ángeles, referente nacional de la hortaliza, enfrenta una carencia de infraestructuras que acojan al campesino para vender sus productos. El mercado tradicional empuja al pequeño agricultor a la estandarización de los frutos y la consecuente pérdida de la calidad y variedad, lo que merma sus ganancias brutas.

El productor que intenta de llegar al consumidor encuentra limitaciones por el espacio que les ha sido asignado. Este espacio no responde a los requerimientos que presentan las nuevas modalidades de desplazamiento y consumo en la ciudad.

Es posible ver con más claridad cómo el consumidor se aleja del centro para encontrar los alimentos en un entorno cotidiano y de fácil acceso.

Por otro lado existe una dispersión entre los productores en la ciudad, lo que invisibiliza el real potencial que tiene el conjunto artesanal local.

El panorama actual se asemeja a ver trozos de una relato que hablan de lo mismo, pero dispersos por la ciudad y en el tiempo. Muy distinto a ver el relato completo, que habla del alma y la identidad que caracterizan a esta zona del Bio bio.

El derecho de permanecer

Los Ángeles, al igual que otras como Chillan, Talca o Temuco, corresponden a las ciudades intermedias con un marcado carácter agrícola expresado poco más allá de sus tradiciones criollas y sus verdes praderas. Se caracterizan por un agresivo crecimiento periférico y por concentrar la mayor parte de sus servicios en el casco histórico.

Sin embargo, a medida que aumenta la ciudad en volumen, aumentan también los requerimientos por nuevos espacios que permitan entregar el producto fresco a los consumidores.

Hoy en día, existen dos grupos de productores agrícolas complementarios, por un lado esta la Asociación de Chacareros hortaliceros que lucha por entregar al campesino un espacio de venta por caja y a granel de su producción (entre $\frac{1}{2}$ y 8 ha), y aquellos asociados al programa Prodesal de Indap, que busca ampliar las habilidades y oportunidades de los pequeños productores

agrícolas, campesinos y sus familias a través de ferias de productos artesanales.

Ambos buscan sacar provecho en un escenario limitado que no valora correctamente el producto artesanal.

Por lo tanto, el problema arquitectónico se cuestiona **de qué manera se puede organizar la actividad comercial para sacar el mayor provecho a la producción local de productos agrícolas artesanales.**

Es por esto que el mercado campesino toma importancia como modelo de economía local, siendo un lugar que garantiza el acceso de productores y consumidores, y la calidad del producto artesanal.

A través de la arquitectura, se puede manifestar como un espacio establecido que se adapte a las condiciones expuestas y que potencie la asociación de las distintas partes.

Fomentar la producción y el consumo de comidas locales son el desafío a corto plazo de una política sustentable integral, que abarque diferentes escalas tanto dentro como fuera del núcleo urbano.



Corte de calle Villagran en Febrero 2016, Chacareros exigen al municipio una mejora de las condiciones de venta

Introducción

En primer lugar, se debe declarar cuáles son los argumentos que hacen necesario este proyecto así como la elección del lugar y emplazamiento. Pero antes es pertinente crear un imagen clara del contexto donde se plantea el proyecto.

Se estudia la comuna de Los Ángeles, capital provincial del Bio bio, ubicado dentro del valle centro sur del país.

El proyecto tiene un carácter de equipamiento comercial y espacio público, lo que determina una investigación detallada del la ciudad, sus flujos, servicios y barrios, especialmente donde se vive el encuentro de la vida rural y urbana.

Para una fundamentación teórica conducente a una propuesta arquitectónica, se debe tener claro las aristas del problema:

La ciudad y las particularidades que experimenta respecto al tema, identificando cómo es el carácter agrícola y cuál es el fomento que se ha puesto a la producción artesanal. Cómo son las

ferias de productores y cuales son sus potencialidades.

Estudiar las dificultades que experimentan los productores para el comercio, analizando los espacios asignados, las carencias de infraestructura y los problemas de gestión asociados al espacio público

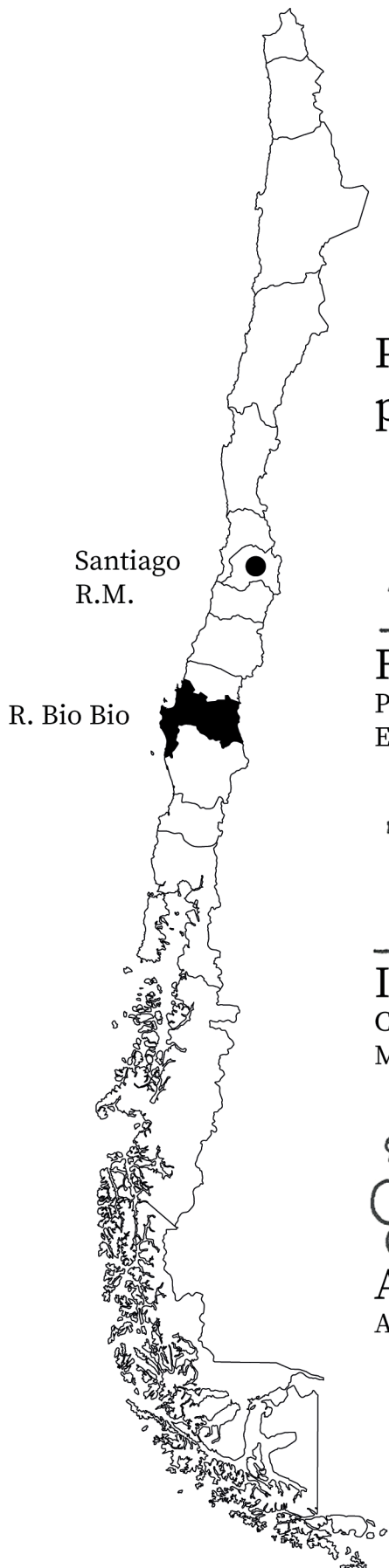
Luego se debe analizar los requerimientos de los consumidores, cómo funcionan los espacios clásicos para el comercio, cuáles son las nuevas dinámicas de consumo y cuales son las experiencias de consumo que se esperan obtener.

Y finalmente estudiar el espacio público como promotor del comercio campesino y el encuentro ciudadano, donde se conglomeran los personajes y se exhibe el producto de manera más natural de acuerdo a su grado de elaboración.

La propuesta final se basa en tres criterios escalares que necesariamente abarca un proyecto de este tipo

	Criterios económicos	Criterios estructurales	Criterios locales
Escala territorial	Desarrollo de una política de agricultura sostenible	Desarrollo urbano de conectividad local y transporte	Identificación de productos locales y fomento a la calidad artesanal
Escala urbana	Desarrollo de espacios autónomos de financiamiento compartido	Definición de circulaciones comerciales y espacios intermedios al barrio	Identificar grupos de productores de acuerdo a sus competencias y grado de elaboración
Escala tecnica	Flexibilidad de espacios de acuerdo a la oferta productiva	Definición de sistemas estructurales modulares	Aplicación de tecnologías y materiales de acuerdo al contexto y la disponibilidad local.

Presentación



Principal producción



Forestal
Pino radiata
Eucaliptus



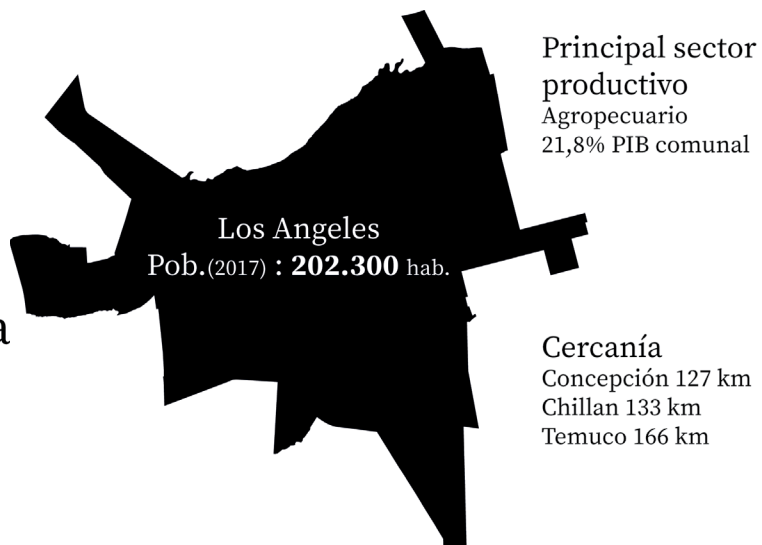
Industrial
Celulosa / papel
Metalurgia



Agropecuaria
Alimentaria



- Provincia Bio-Bio
- Provincia Arauco
- Provincia de Concepción
- Comuna Los Angeles
- Ruta 5 Sur
- Ciudad Los Angeles

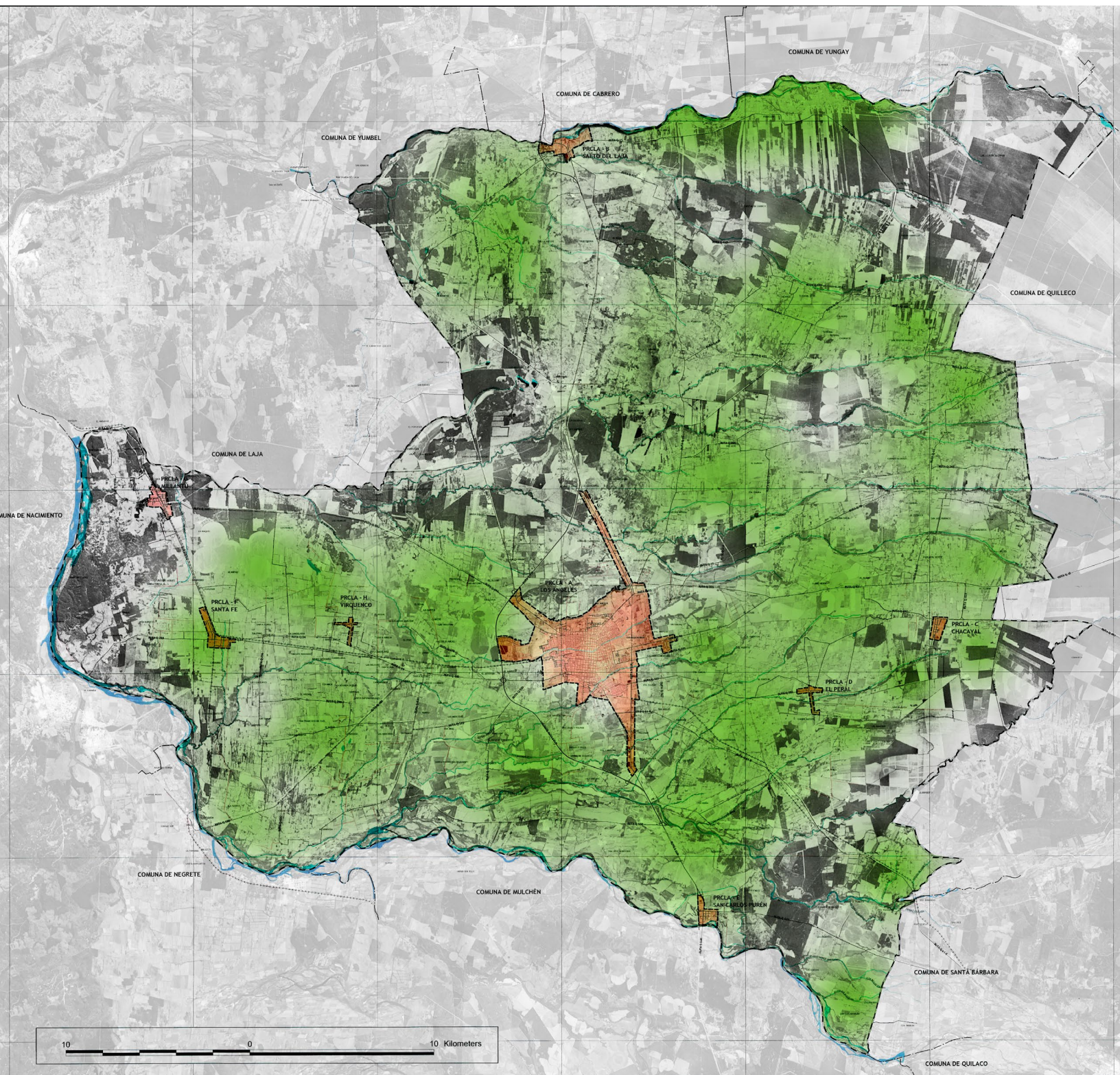


Los Angeles
Pob.(2017) : **202.300** hab.

Principal sector productivo
Agropecuario
21,8% PIB comunal

Cercanía
Concepción 127 km
Chillan 133 km
Temuco 166 km

Mapa de la Comuna de Los Angeles y sus superficies de prevalente cultivo agrícola. Fuente: PRCLA



Comercio campesino: El producto fresco

La ciudad y las particularidades que experimenta respecto al tema

Desde una perspectiva global, la industria alimentaria es de gran importancia porque pone en valor a los productos agrícolas y pesqueros, fortaleciendo el medio rural. Es una gran generadora de empleos y diversifica la actividad económica.

Chile apuesta hoy por ser una potencia alimentaria, y uno de los desafíos es generar un agricultura sostenible, basada en la calidad y en la diferenciación de mercados competitivos, aprovechando las condiciones geográficas y sociales del entorno urbano.

La población campesina alrededor de la provincia alcanza el 15.8% (Casen 2015), la subsistencia de la familia depende en gran medida de la productividad y trabajo de sus chachas (1/2 a 8 hectáreas), Corresponden en gran parte a la población flotante de mercados y ferias dentro de la ciudad, desarrollando diversas actividades en torno a sus productos.

La provincia del Bio Bio apuesta por posicionarse como referente agrícola nacional, a través de un fortalecimiento integral de la agricultura a pequeña y mediana escala.

La Agricultura Familiar Campesina –AFC– responde por el 70% de los alimentos consumidos en Chile e Indap atiende a más del 50% de los productores agrícolas de la AFC. En la Región del Bio Bío hay 54 mil pequeños productores, de esos más de 28 mil son atendidos por el gobierno a través de Indap.

Indap (Instituto de Desarrollo Agropecuario) a través de sus planes de apoyo a la familia campesina, busca proteger y fomentar este sector de la población rural.

Mercado campesino para Los Ángeles, el siguiente paso de INDAP en Biobío

<http://www.indap.gob.cl> Noticia del 14/11/2016

Actualmente en la capital provincial son aproximadamente 700 los agricultores que son atendidos por el Programa de Desarrollo local de Indap, lo que la convierte en la comuna con mayor número de beneficiarios en la región, razón por la que ha sido elegida para la probable implementación de un punto de interés de comercialización de productos agrícolas.

En Bío Bío, existen siete mercados campesinos, entre ellos, la Tienda Mundo Rural Vega Monumental de Concepción, la segunda del país y primera fuera de la capital nacional; y es que la gran producción local y el foco de apoyo que Indap ha brindado a los agricultores, especialmente en el ámbito de la comercialización, ha entusiasmado a los productores agrícolas de la provincia del Biobío, representados por sus dirigentes en el Consejo Asesor Regional – CAR, demandado un mercado campesino también en la comuna de Los Ángeles, una inversión que permitiría ofrecer de forma directa lo mejor de la producción agrícola a los consumidores de la capital provincial.

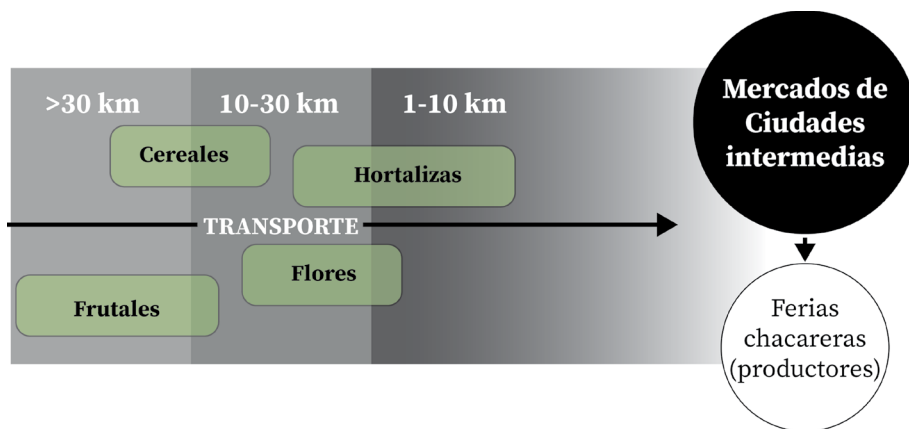
En este contexto es que el Alcalde de Los Ángeles, Esteban Krause y el Director Regional de Indap, Andrés Castillo, iniciaron conversaciones para buscar un terreno adecuado para la implementación de dicha iniciativa, que reúna las características de acceso e infraestructura que permitan

presentar a cada uno de los visitantes y habitantes de Los Ángeles productos con sabor a campo, directamente de las manos de los productores, sin intermediarios.

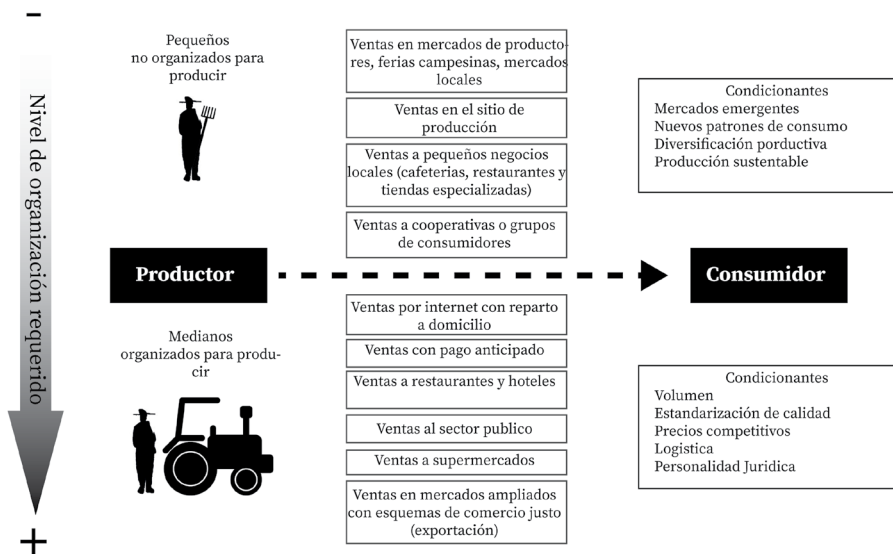
La provincia debe aprovechar la posición estratégica de los campos productivos alrededor del núcleo urbano, con el fin de optimizar el transporte de mercadería.

Y por último, para apoyar el emprendimiento

agrícola es necesario fomentar la autonomía de los pequeños productores, a través de redes de venta dentro y fuera de la provincia. Esto viene de la mano con un mayor nivel de organización que se logra creando las condiciones para el encuentro, competencia y la proyección.



Fomentar la organización de los productores de pequeña y mediana escala



fuentes: Guía para el desarrollo de mercados de productores (FAO)

El espacio en la ciudad

Dificultades que experimentan los productores

Los Ángeles cuenta con un espacio central de comercio de productos e insumos agrícolas, la Vega central. Este lugar conglojera a productores de pequeña, mediana y gran escala, tanto vendedores o intermediarios para otros comerciantes.

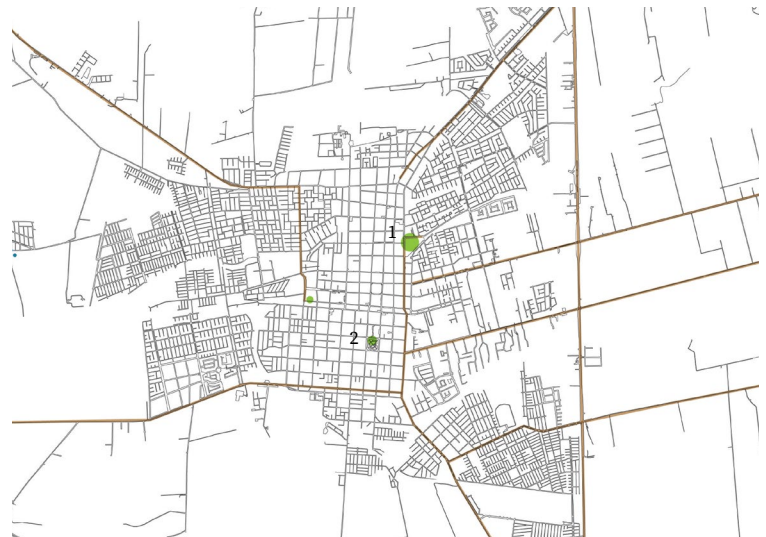
Este núcleo comercial, se ubica en el centro de la ciudad y no cuenta accesos troncales lo que regularmente provoca congestiones viales. A esto se le suman dos terminales de buses rurales que saturan la circulación peatonal y complican la visibilidad de los puestos comerciales que dan a la calle.

La vega techada (a), de venta diurna, alberga la mayoría de comerciantes (establecidos) de frutas y verduras. Se encuentran los productores mayoristas y foráneos (camiones) que se ubican de día en la parte posterior de la vega. Por último, los productores chacareros (pequeños y medianos, venta sobre la camioneta) se disponen en la calle Villagran desde las 19:00 hasta las 07:00.

La vega central esta rodeada de comercio establecido y residencia, y por el sur se encuentra limitado por el estero Quilque. Esta condición dificulta la expansión del mercado además de todas las externalidades negativas que genera tanto en el centro como en las zonas residenciales.

El otro polo comercial es la feria Prodesal, que agrupa a las familias campesinas beneficiadas por esta iniciativa Indap. Ubicada en plaza Pinto (al sur del casco histórico Angelino) se da lugar solo los días viernes y suma a más de 100 productores locales.

Por lo tanto, si identificamos solo los



1. Vega central 2. Plaza Pinto

productores que a la vez son comerciantes, nos encontramos con la Asociación de Chacareros Los Ángeles y los feriantes Prodesal.

con más de 80 socios que rotan los puestos (estacionamientos) habilitados para vender solo de noche.

Su stock, de acuerdo a la temporada, les permitiría vender todos los días, sin embargo el espacio asignado no les es suficiente y deben aparcar mas allá del límite permitido por la municipalidad. Generando congestión y conflictos con la posterior extracción de residuos orgánicos. No cuentan con baño químico ni punto de agua potable.

Ya que su producción no es estable durante el año su oferta varía en volumen, así como sus compradores. Por esto, en temporada alta son muchas veces proveedores de puestos en la Vega además de vender al detalle fuera de esta.

Esto los hace en cierta medida dependientes de la vega y sus inmediaciones, sin embargo,

no están en una posición beneficiosa que les permita aumentar sus ingresos, debido a la competencia por parte de mayoristas estables y proveedores masivos que venden a toda hora.

Por otro lado esta la feria Prodesal, ubicada en Plaza Pinto, al sur del centro, cuenta con capacidad para todos los socios (105 a la fecha) que cuentan con una férrea organización y apoyo por parte del municipio que les ha permitido vender sus productos de origen y/o elaboración artesanal.

No obstante, debido a su carácter semanal, la gran parte de dichos socios también dependen de la venta chacarera en la vega como complemento. Lo que supone una insuficiencia de los puestos asignados y conflictos de ocupación del espacio público. no están en una posición beneficiosa que les permita aumentar sus ingresos, debido a la competencia por parte de mayoristas estables y proveedores masivos que venden a toda hora.

Planta distribución del espacio en la Vega central de los Ángeles

Leyenda

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Comercio variado Residencia Comercio frutas y verduras Cocinerías | <ul style="list-style-type: none"> Pescadería Bodegaje Terminal de buses |
|---|---|
-
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1 Vega techada 2 Feria la Plazueza (vegueros) 3 Mercado central 4 Venta chacareros | <ul style="list-style-type: none"> 5 Mayoristas 6 Terminal de buses |
|---|---|



Interior vega techada



Terminal de buses



Interior vega techada



Feria la plazuela (vegueros)

Entrevista a Heriberto Brito Presidente de la asociación de Chacareros* Los Angeles

*Entrevista a Heriberto Brito
Presidente de la asociación de Chacareros Los Angeles*

¿Desde cuándo comienza la venta de los Chacareros en la vega?

R: Hace mucho tiempo que los campesinos vienen a vender sus productos acá a la vega, mi padre lo hacía y mis hijos también. Antes estábamos atrás de la techada pero siempre ha estado aquí

¿Cómo se arreglaban antes los campesinos?

R: Cada productor tenía su patente y podía comercializar donde encontrara estacionamiento, se llegaba de noche y se empezaba a vender al mayor para los vegueros y lo que quedaba lo detallábamos al público.

¿Que paso ahora con ese sistema?

R: Llegaron los viejos del norte (productores mayoristas). Ahora la municipalidad no nos permite vender cuando están ellos, pero nos quedamos para vender más al detalle, tenemos nuestra clientela de todas partes que vienen acá a la vega.

¿Qué problemas tienen ahora los campesinos?

R: Tenemos que sortearnos los puestos porque no alcanzan, a veces los revendedores y los mayoristas grandes se nos agolpan y hay pelea. Los locatarios no nos quieren por la suciedad que queda en la mañana y porque tampoco nos tienen baño. Esta situación es indigna, pero la municipalidad tiene la intención de ayudarnos con un mejor lugar.

¿Qué opinan los Chacareros, se quieren ir?

R: La "muni" nos quiere trasladar, y honestamente la vega se nos quedó chica. Muchos de nosotros tenemos una clientela que viene en vehículo a buscar sus productos, y en donde sacamos más provecho es con la venta al detalle.

¿Donde les acomoda más vender?

R: Donde haya gente principalmente pero también donde sea fácil llegar. Cerca de la carretera estábamos viendo terrenos pero se nos pierde la gente. Nosotros queremos mostrar lo bonito que tenemos



Heriberto Brito en reunion con el alcalde de Los Angeles Esteban Krause



Actual espacio de venta chacarera



Mayoristas compitiendo por puestos



Asignación de estacionamientos



Distribución de la mercadería



Camioneta con carga



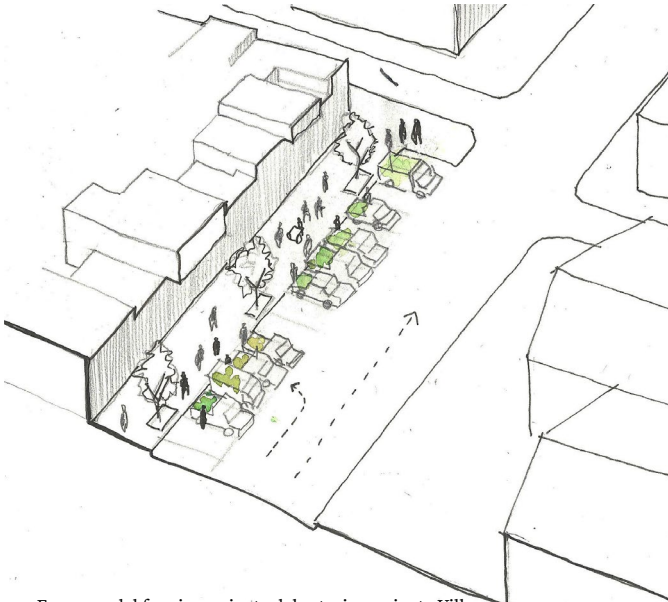
Máximo volumen por productor

* Dígase de *Chacarero*: Que tiene relación con una chacara o chacra, es decir, una propiedad rural destinada principalmente a la producción de hortalizas.

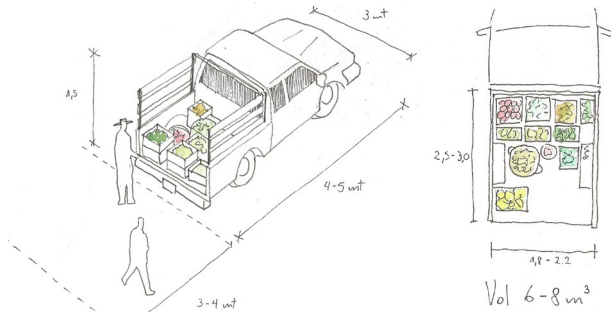
Asociación de Chacareros Los Angeles

82 Socios a la fecha

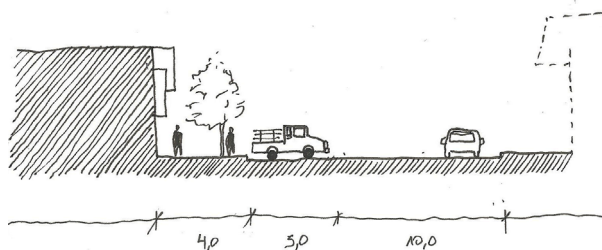
Cuota mensual de \$18.400 por adscripción (derecho a vender en los 26 estacionamientos otorgados por la municipalidad de 19:00 a 06:00 hrs)



Esquema del funcionamiento del estacionamiento Villagrán



Espacio mínimo de venta directa

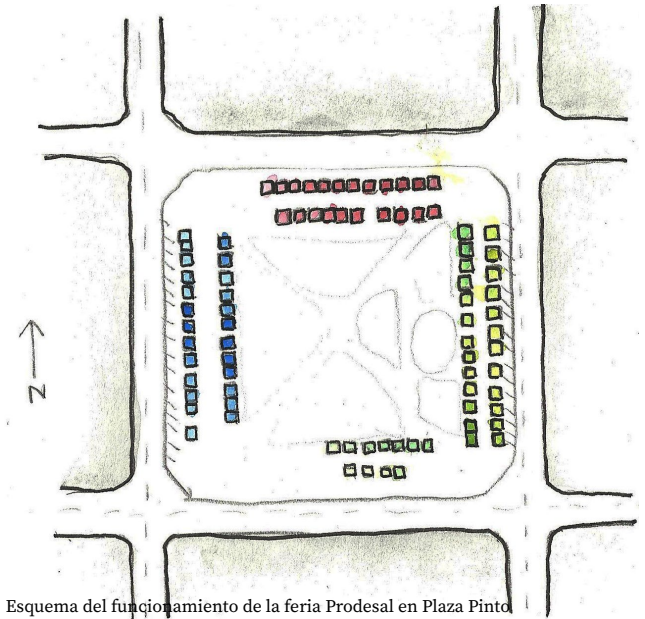


Sección de la calle de venta

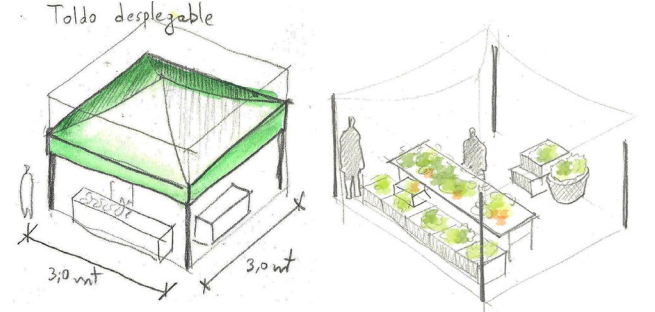
Feria Prodesal (Plaza pinto)

105 Socios a la fecha

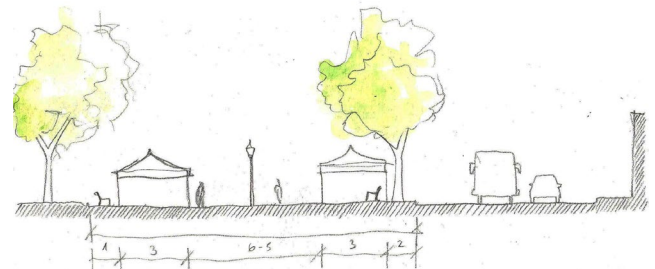
Cuota diaria de \$2000 por puesto (derecho a vender en el perímetro de la plaza de 9:00 a 15:00 hrs)



Esquema del funcionamiento de la feria Prodesal en Plaza Pinto



Espacio mínimo de venta familiar



Sección de la plaza

Cocinerías

La comida preparada es un elemento fundamental si se quiere hablar de los productos de la zona. Lo podemos denominar como "producto procesado" y de consumo inmediato ya que utiliza los vegetales de la producción local más los productos cárnicos y mariscos que se ofrecen en la vega.

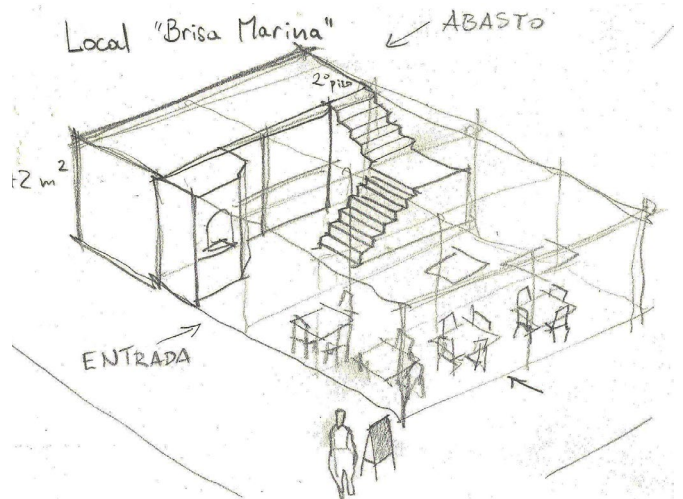
El mercado central (llámese al lugar donde se puede ir a comer) tiene carnicerías y restaurantes, no ofrece gran variedad, pero satisface las demandas de sus usuarios.

Destacan algunos locales por su tradición, ofreciendo variedad de platos típicos, pero esta vez nos centramos en la morfología que presentan.

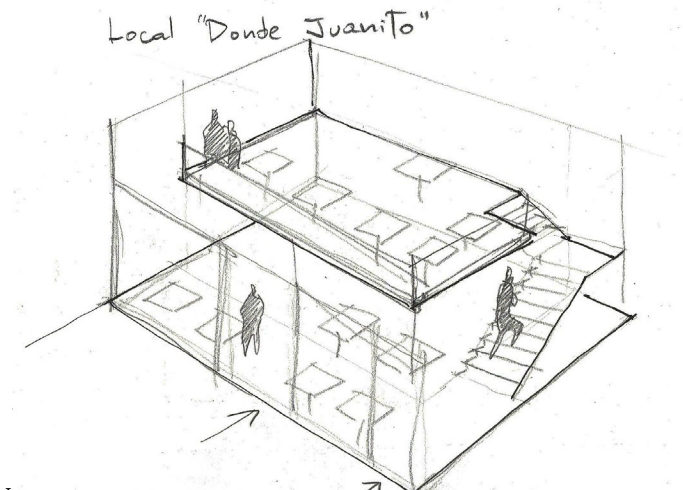
El primer piso es abierto y su servicio es más express, mientras que la segunda planta tiene un ambiente mas familiar e invita a la permanencia.

La cocina es compacta y funcional, los locales no poseen baños propios, lo que obliga el uso de los baños públicos de la vega que son externos al mercado.

El mercado es un potente promotor de la cultura alimenticia local.



Isométrica local comercial



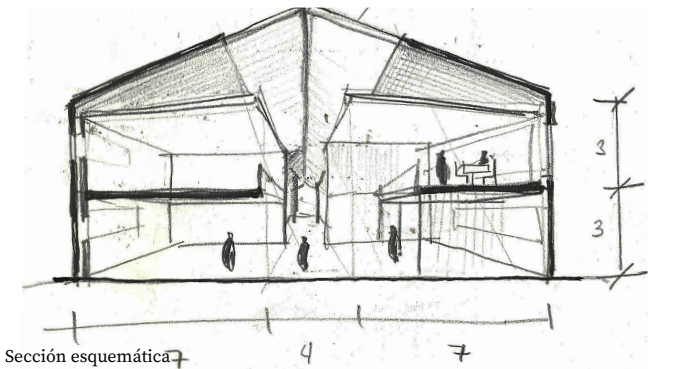
Isométrica local comercial



Vista frontal del mercado central



Planta esquemática (en rojo carnicerías, en amarillo los locales restaurant)



Sección esquemática



Pasillo central

Usuarios y consumidores

fuentes: <http://artistasvisualeschilenos.cl/>



Juan Mauricio Rugendas
La Reina del Mercado 1833. Oleo sobre tela

La obra trata de narrar algo más que una historia. Vemos en ella, la representación de nuevos personajes dotados de identidad, como las damas con mantilla y religiosos. Los hombres de campo por su parte, exhiben el sentido folclórico de la obra. Pero sin duda, lo más atractivo del cuadro es el joven descalzo de la izquierda que vende pescado con sus dos canastas y la mujer con el niño ya que, junto con los campesinos, anteriormente habían sido ignorados.

La pintura de Rugendas habla más allá del oficio y sitúa la vida de los personajes como elemento central del mercado. Hay multitud de usuarios y con diversas intenciones, es un lugar apabullante donde se encuentran de una u otra forma las personas en la cotidianidad.

El soporte de toda esta actividad, como lo muestra la obra, es el espacio público en su transición al puesto privado; la plaza en el fondo por donde llegan hombres y carretas la calle de adoquines por donde fluyen los viandantes y el toldo amarrado al pórtico de algún edificio.

La combinación compacta de actividades heterogéneas contribuye a potenciar el intercambio y los flujos urbanos. En ese sentido, el comercio ha sido y continúa siendo una de las actividades que ha dado mayor sentido al espacio público urbano. El comercio es una actividad cotidiana que tradicionalmente ha promovido la movilidad urbana de proximidad.

Hoy la figura del automóvil y la del centro comercial, potencian la descontextualización del usuario con el entorno, y esto se refuerza en las ciudades de fuerte expansión residencial, que suelen tener un movimiento pendular entre el trabajo y el dormitorio.

El consumidor tiene contadas las horas del día en que puede acercarse a una feria, quien queda en casa debe aprovechar la mañana para encontrar al casero con el producto fresco y quien trabaja, usualmente debe ocupar las horas después de la jornada remitiéndose únicamente al supermercado.

Por otro lado, los mercados tradicionales (vega central) han madurado a un nivel que no solo se les considera un lugar de abastecimiento, sino también reliquias de un pasado centralista. La cristalización de la oferta de este espacio promueve la búsqueda de nuevos productos y experiencias en los mercadillos locales.

Es por ello que las plazas del mercado de herencia medieval existentes en la cultura urbana europea constituyen un ejemplo histórico cuyo funcionamiento ha soportado el paso de los siglos y cuya vigencia sigue intacta con los actuales mercadillos al aire libre. Pero dichos espacios requieren una gestión sostenible que acote la sobreexplotación: el mercado descontrolado puede quemar la ciudad.

Estos espacios resuelven en gran medida la demanda local del consumidor, sin embargo, con la oferta que experimentan las ciudades de intensa actividad agrícola el potencial es ilimitado, ya que suman a la oferta alimenticia una oferta cultural muchas veces gastronómica que invita a volver. Ya no es raro ver en mercadillos o ferias la venta de empanadas, postres, comidas extranjeras y platos calientes que diversifican el panorama y explotan las capacidades flexibles de un espacio de este tipo.

En el caso de la ciudad de Los Ángeles, la oferta alimenticia que se encuentra en el mercado tradicional (vega central) es escasa y muchas veces precaria, es palpable una falta de identificación del ciudadano y/o turista con el espacio. Lamentablemente algunos mercados de la zona como el de Concepción o de Temuco, arrasados por el fuego, eran claro ejemplo de la identidad local y experiencia culinaria.

Por ello es cada vez más común escapar de la ciudad para degustar un "trozo de campo" en las ferias costumbristas campesinas que se desarrollan en pueblos alejados del núcleo urbano.

La pregunta que cabe hacerse es, hasta dónde debemos ir para sentir esa identidad local. Qué nos impide disfrutarla en nuestro contexto urbano.

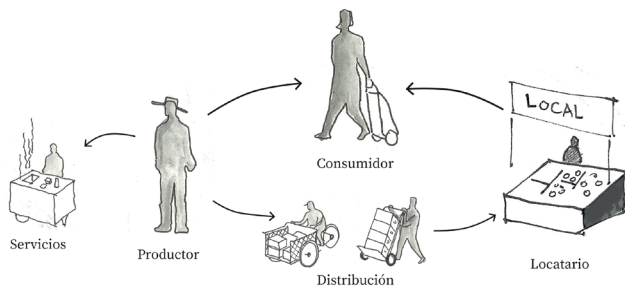
Después de todo no estamos hablando de una ciudad muy grande.



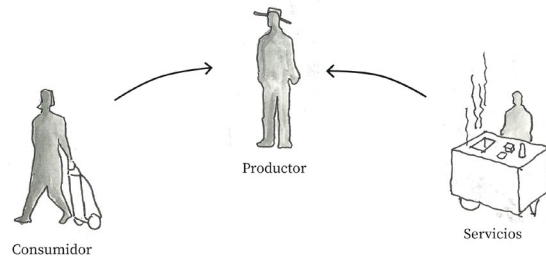
Cartel promocional feria costumbrista en villa El Peral



Feria costumbrista Laja



Esquema de comercialización en la ciudad por parte de los productores



Esquema de comercialización en una feria costumbrista campesina

Epicentro agrícola y difusión

Los productos de la zona gozan de reconocimiento a nivel nacional por su calidad y diversidad, esto a consecuencia del fomento que las instituciones le han puesto a las familias campesinas.

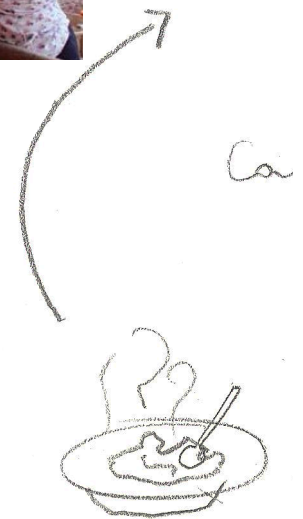
EL objetivo es darle dignidad al producto cultivado de la mano de artesanos de la tierra

Otorgarle un valor agregado a esta materia prima desde su llegada a la ciudad y darle un foco de atención al público en este caso, los consumidores.

Los espacios de comercio agrícola se han transformado en una experiencia de compra y en un recorrido cotidiano por la identidad local. A diferencia del supermercado, las ferias permiten acercar al consumidor con el productor, reflejan el esfuerzo familiar por la calidad final y presentan un valor subyacente al precio de compra.

Cuando a esto le sumamos la elaboración de comidas y platos típicos, el valor que de la calidad de los productos se multiplica. Evidenciando el potencial turístico que conlleva la "buena mano".

Es por ello que este triángulo se complementa y potencia, ya que por si mismo genera una experiencia diferente a lo antes visto en el mercado tradicional.





DENOMINACIÓN DE ORIGEN

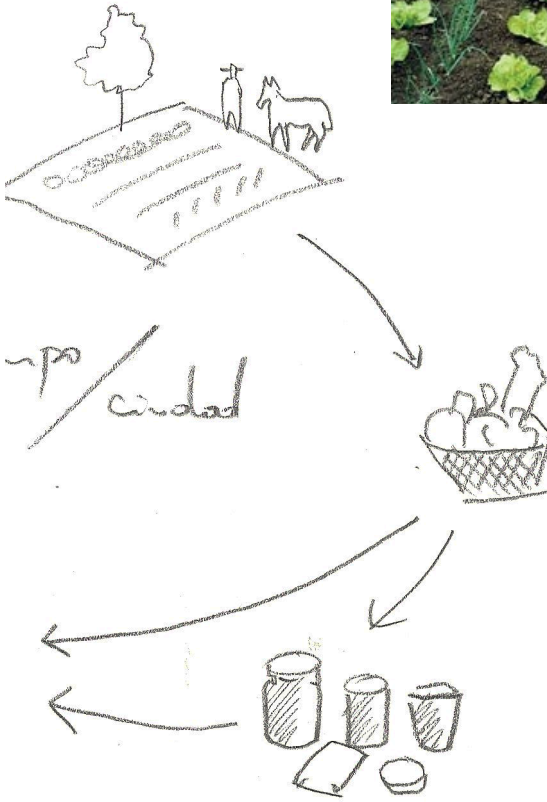
INDICACIÓN GEOGRÁFICA

SELLO DE
ORIGEN

SELLO DE
ORIGEN

• CHILE •

• CHILE •



Sello de origen busca reconocer y retribuir el esfuerzo y trabajo de los chilenos, mediante el fomento, protección y posicionamiento de estos productos. El tomate angolino goza de tal reconocimiento, y se busca que otros productos de la zona sean reconocidos y promocionados en el país.



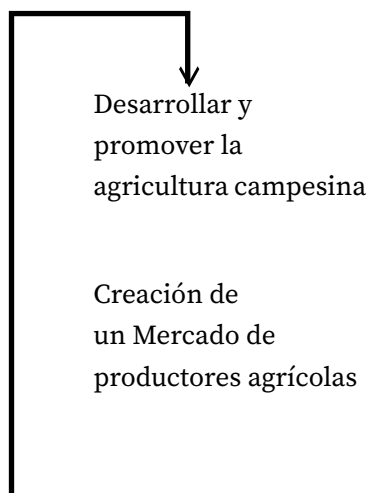
Objetivos estratégicos

Objetivos comunales

PLADECO 2012-2018

Área estratégica de desarrollo económico

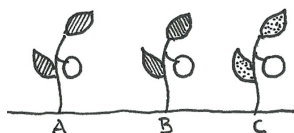
	Acciones y proyectos	Financiamiento
1	Capacitación en estrategias de comercialización para pequeños productores.	Sercotec, Municipal.
2	Capacitación en oficios pertinentes a las vocaciones productivas de la comuna.	Chilecalifica, Municipal.
3	Implementación de feria para productores agrícolas locales.	FNDR
4	Apoyo técnico a productores agrícolas.	INDAP, Municipal.
5	Difusión de oferta pública disponible para fomento productivo.	Municipal SERCOTEC CORFO



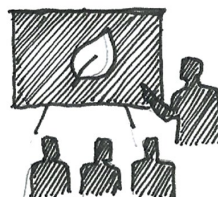
Objetivos principales



Generar un comercio sin intermediarios aumentando las ganancias para la familia campesina



Innovar en productos para diversificar la oferta existente



Educar y difundir nuevas ideas para el desarrollo de la agricultura



Entregar herramientas de negocio para las comunidades y cooperativas

Objetivos secundarios



Valorizar el patrimonio agrícola como identidad angelina

Valorizar L.A. como un destino turístico gastronómico



Metas del proyecto

Consolidar el mercado campesino

Fomentar la organización de los productores, recrear un escenario de justa competencia

Incentivar el turismo gastronómico

Dar valor a los productos elaborados a través de la asociación con cocinerías locales. Crear una experiencia de consumo y degustación de los frutos del Bio Bio.

Potenciar el uso del espacio público

Promover el encuentro cotidiano dentro y fuera del mercado, compatibilizar usos recreativos y de uso social.

MERCADO CAMPESINO

Que sucede de acuerdo al análisis y que hago respecto a eso

De acuerdo a la fundamentación teórica, ahora se definen qué acciones llevan a resolver el problema arquitectónico.

1. Reconocer el valor de la oferta y diversidad de los productos que ofrece la provincia

Para ello es necesario categorizar la producción de acuerdo a la escala de consumo y producción estacional

2. Agrupar a los productores para obtener un mayor provecho sin mermar las competencias individuales

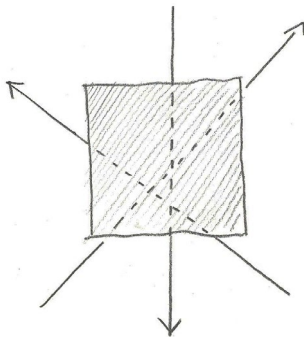
3. Identificar un lugar que acoja los requerimientos de espacio para la actividad comercial en relación con el espacio público y la escala barrial

Para ello el terreno debe cumplir con la amplitud necesaria, la accesibilidad tanto para productores como consumidores y una correcta llegada al barrio con el fin de mitigar las externalidades negativas relacionadas a la venta de productos vegetales.

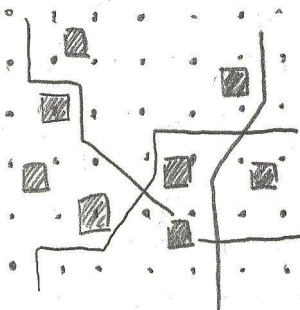
La propuesta conceptual define qué es lo que se va a desarrollar, por medio de atributos que sean coherentes con los requerimientos programáticos para una acción determinada en el contexto en el cual se emplaza.

Se desarrolla un mercado campesino de modulación flexible para la venta de productos asociados y de encuentro para el barrio.

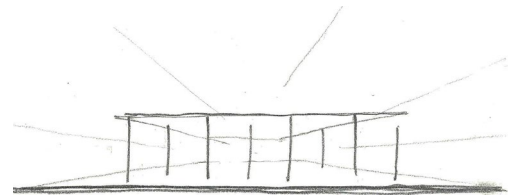
Por lo que se debe hacer cargo tanto del espacio público adyacente, las circulaciones existentes, la distribución de los módulos de venta y los espacios de encuentro fuera y dentro del proyecto.



Continuidad del espacio público



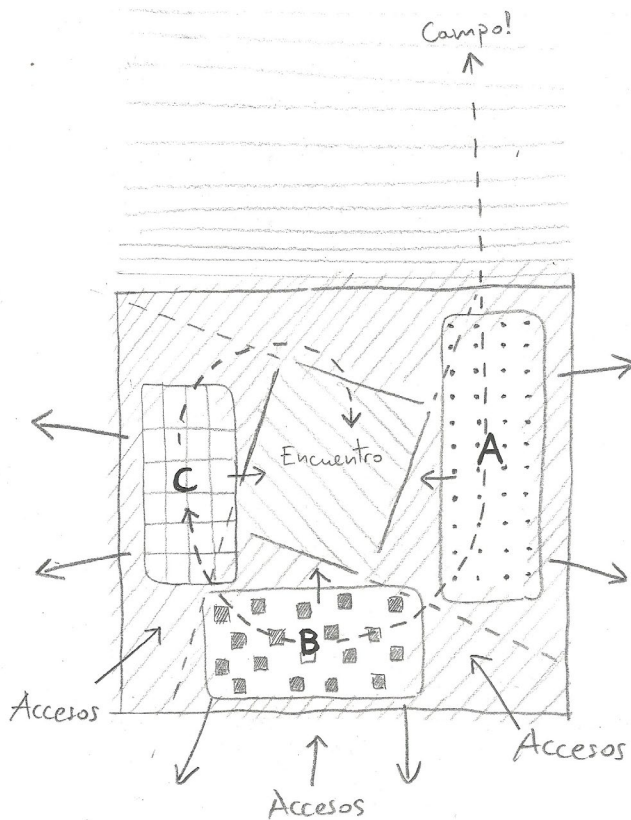
Libre circulación



Continuidad visual

Propuesta Arquitectónica general

El partido general busca **agrupar la producción local de acuerdo a su grado de elaboración en un espacio flexible de justa competencia.**

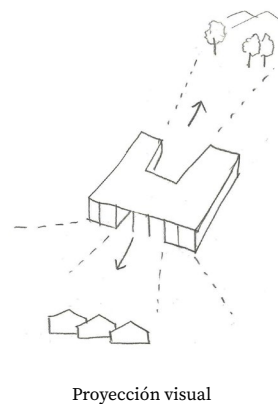
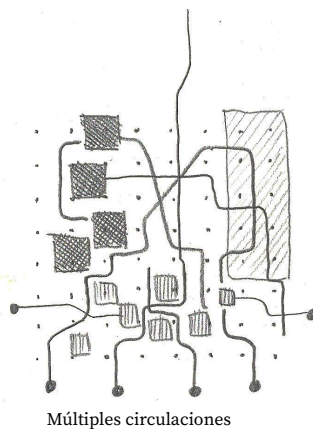
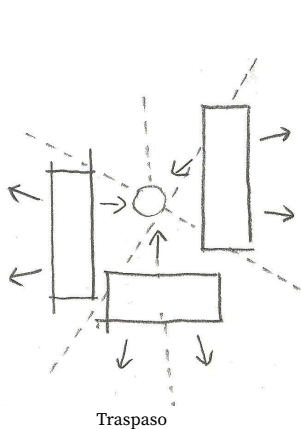


Donde **A** es el producto fresco traído por los chacareros (campesinos locales) directo del campo

Donde **B** es el producto elaborado (feriantes prodesal)

Donde **C** es el producto procesado (comidas típicas) y consumo inmediato

La distribución busca exponer el comercio hacia el exterior generando al mismo tiempo un interior de encuentro más íntimo que se vuelque al campo





Lugar y territorio

Justificación de la elección del lugar

Luego de entender los conceptos y los requerimientos que engloba el problema de la actividad comercial en el espacio público. Es posible sacar algunas conclusiones.

El mercado es un elemento fundamental para la economía campesina. Es el punto de encuentro de los personajes que componen el paisaje criollo urbano y es el medio en que el campo nos muestra sus frutos.

El territorio rural está determinado por las posibilidades comerciales que encuentran sus productores en la ciudad, y los Ángeles guarda una estrecha relación con el campo, este se encuentra en cierto grado metido dentro de la ciudad a través de remanentes de un pasado agrícola.

Las extensas urbanizaciones que se ubican en la periferia urbana, han ocupado antiguos sitios productivos (chacras), estos tienen una característica que los hace peculiarmente atractivos, tienen aun el campo de fondo. Los bordes de la ciudad están llenos de sitios que rememoran el carácter agrícola de la zona. Junto con los bosques de pino y eucaliptos son la carta de presentación de la ciudad.

Es por ello que el lugar debe responder a los requerimientos del partido general:

En primer lugar debe ser un lugar que garantice la cabida de la oferta en su máxima temporada productiva.

Debe ser un lugar cercano y de fácil reconocimiento por parte de los consumidores y turistas.

El terreno debe ser de fácil acceso para productores de la zona que provienen del exterior urbano, así como para consumidores residentes.

Y finalmente debe enmarcarse en una zona poblada que justifique la incorporación de programas que beneficien al barrio.

En la ciudad es posible ver 3 grandes zonas de crecimiento, pero solo la zona sur justifica la presencia de un núcleo de servicios comerciales. Es el barrio Paillihue quien goza de mejores accesos desde el sur y el norte por la Ex ruta 5 sur que alimenta la ciudad, por otro lado presenta sitios sin ocupar en posiciones estratégicas que facilitan el reconocimiento directo de ciudadano.

Presenta las condiciones óptimas para implementación de un mercado que sirva al mismo tiempo como centro cívico del barrio.

Barrio Paillihue

Acceso e identidad local

El barrio Paillihue ubicado al sur de la ciudad, cuenta con una historia de más de 4 generaciones. Ya para la década de los 50 es considerado como el principal acceso desde el sur y residencia de campesinos que migraron desde el campo en busca de trabajo en la industria azucarera Iansa.

Geográficamente se encuentra separada del centro por el estero del mismo nombre estando conectada a través de un puente y la ex ruta 5 sur. Presenta hitos fácilmente reconocibles por parte de los ciudadanos como los molinos Cotrisa y la ex Forestal Mininco, esta ultima destaca desde lejos por su imponente línea de eucaliptos



Foto aérea barrio Paillihue, fuente: Alvaro Vallejos Burgos via Google+

Barrio Paillihue vista de sur a norte

1. Ex ruta 5 sur 2. Acceso viejo Los Carrera 3. Población parque Neuquen (nueva zona de expansión residencial 4. Ex Forestal Mininco
5 Eje Francisco Enciana/ Los Carrera 6. Cesfam y escuela basica Gral Bernales

El barrio cuenta con más de 54.000 habitantes (según datos Censo preliminar 2017) siendo uno de las zonas mas densamente pobladas de la ciudad. Sus poblaciones se han distribuido alrededor del eje Francisco Encina/Los Carrera que al mismo tiempo es el eje distribuidor de los viajes a Concepción y otras zonas de la costa este. Tienen un carácter popular contando con pocos servicios públicos. En la última década se han creado proyectos comerciales para grandes supermercados y han incentivado el uso de plazas, centros sociales y de salud. Sin embargo aun cuenta con un déficit de áreas verdes y espacios de encuentro cívico.

Es posible distinguir entre sus calles diferentes ferias donde comercian todo tipo de productos en el espacio público, generalmente en veredas o sitios eriazos la gente se conglojera en torno a estas actividades.

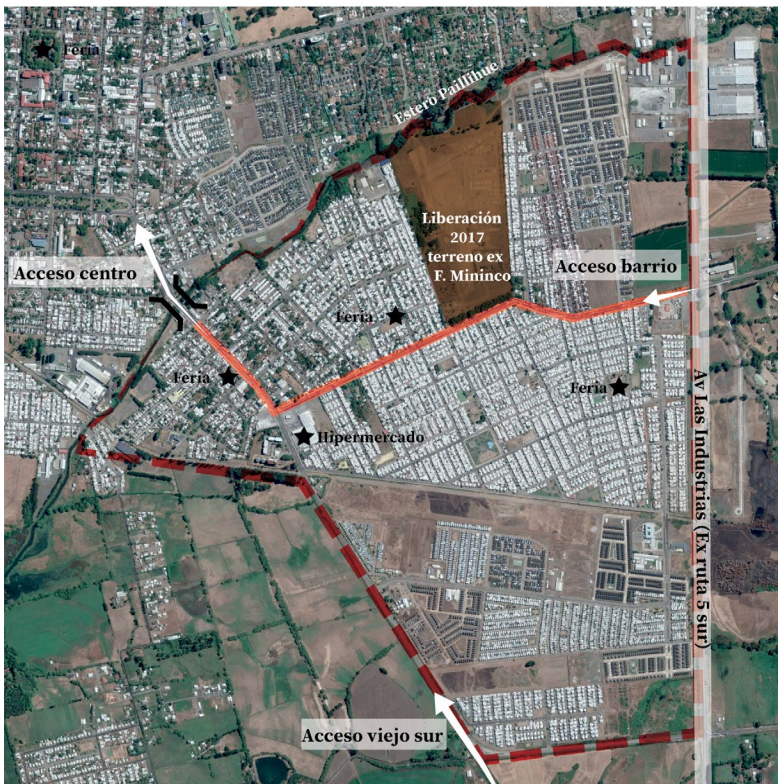


Población Escritores de Chile. Elaboración propia



Población Escritores de Chile. Elaboración propia

Accesibilidad



Satelite 2017 barrio Paillihue, fuente: Google Earth

El barrio cuenta con limitados accesos y solo dos vías estructurantes, el eje Francisco Encina/Los Carrera que conducen al centro. Esta vía de 4 carriles mas ciclovía es la indicada para emplazar un proyecto de escala comercial lo que se ha demostrado con la construcción del hipermercado.

Ex Forestal

Bosque materia y comunidad

Uno de los terrenos que más llama la atención dentro del barrio Paillihue es la Ex Forestal Mininco, propiedad de CMPC (empresa maderera pionera en la región). Este funcionaba como laboratorio de experimentación forestal, contó con más de 80 invernaderos y se especializó en el desarrollo del Pino Radiata y Eucalipto, junto con otras especies de la zona.

Vestigio de su pasado, son la línea de Eucaliptos que aún están presentes a un costado de la Av. Francisco Encina. 70 ejemplares que han alcanzado una magnífica altura de más de 25 mts, unen dos sectores del barrio y son parte del paisaje cotidiano. Su sombra es aprovechada como espacio de encuentro y dispersión, sin embargo, no está amparada por el programa de parques municipales lo que ha contribuido a su deterioro,

El sitio posterior de 21 hectáreas, ha sido vendido en parte a la constructora Martabid, para el desarrollo de conjuntos habitacionales similares a los presentes en el barrio. Según el Plan Regulador Comunal de Los Angeles (PRCLA) se proyecta un uso residencial sin restricciones de uso compatible, y la apertura de 2 vías colectoras y 4 vías locales que consoliden el barrio.

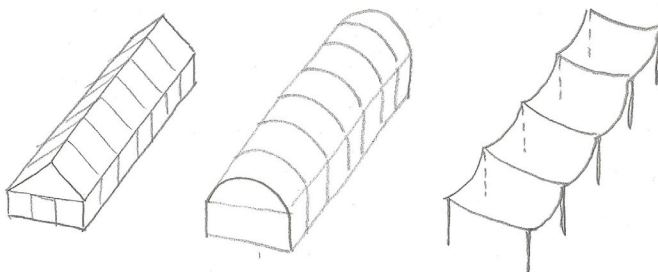
De fondo se encuentra con el estero Paillihue, sus bordes conforman un humedal de exuberante naturaleza nativa. Esta área pretende ser parte de la costanera Paillihue, vía que conectará a todo el barrio con el resto de la ciudad.



Foto línea de eucaliptus. Elaboración propia



Foto antiguos invernaderos. Elaboración propia



Esquema de los distintos tipos de invernaderos



Foto aerea del estero Paillihue y el ex sitio de Forestal Mininco, al fondo el barrio Paillihue

Bosque y materia



Pino Radiata
Pino Insigne
Pino Oregón

Se aprovecha principalmente en la región para la elaboración de celulosa y también como madera aserrada. Brinda gran resistencia y es posible encontrarla en piezas estandar y como madera laminada.



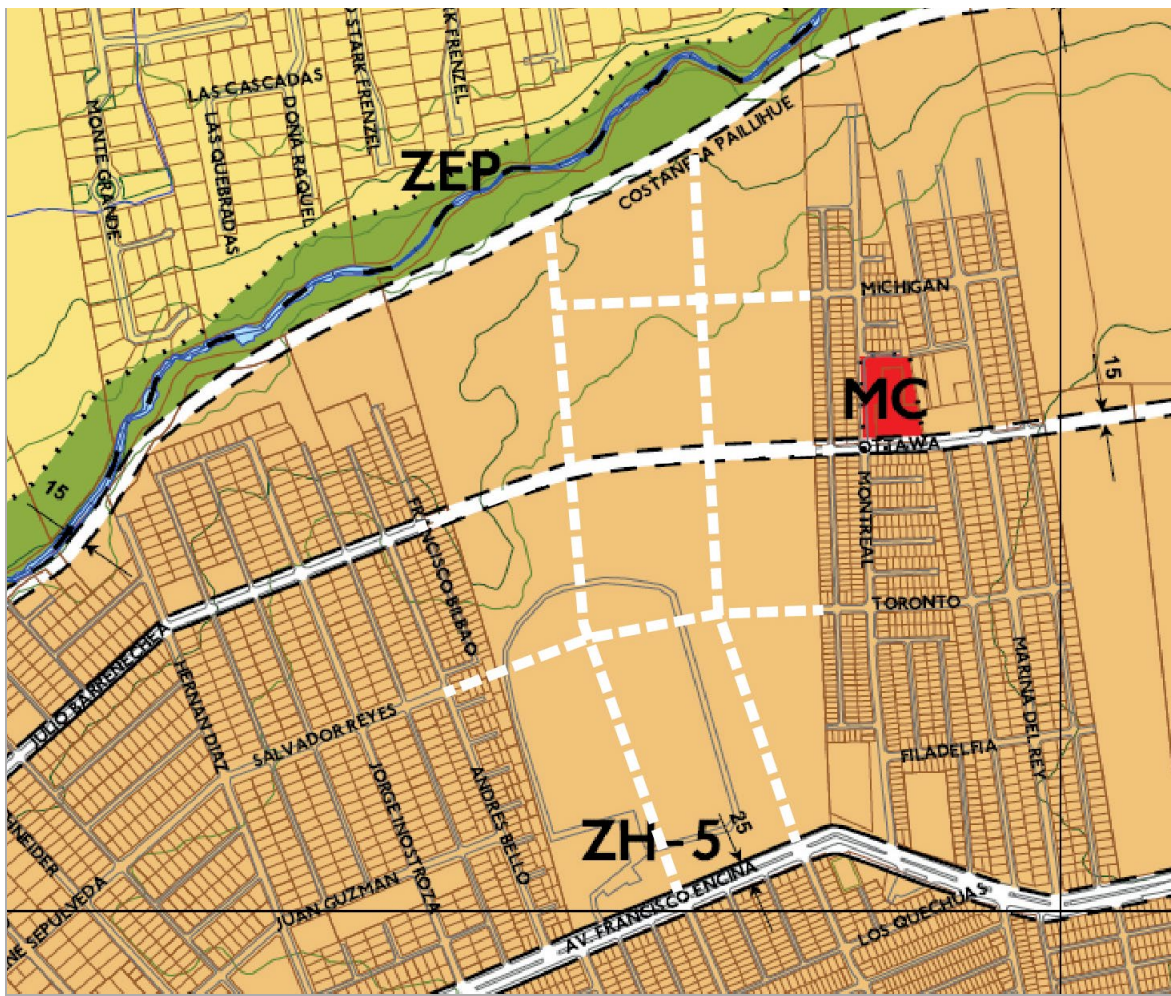
Eucaliptus spp

Al igual que el pino se utiliza principalmente en la región para la elaboración de celulosa y para la confección de paneles de terciado. Brinda gran resistencia y un intenso color rojizo, es posible encontrarlo en planchas de distinto espesor.

Estado Normativo

El terreno en cuestión tiene un área de 21 hectáreas, las cuales están ad portas de ser urbanizadas. El Plan Vial de la comuna contempla la apertura de 2 vías troncales que se abren perpendiculares a Av. Francisco Encina hasta llegar a la futura Costanera Pailluhue, calle que bordeará el estero del mismo nombre.

Además se contempla la apertura de vías locales que unifiquen la población Escritores de Chile (izquierda) con la villa Montereal (derecha). Lo que permitirá un flujo interno mucho más expedito para el transporte público.



PLAN REGULADOR COMUNAL LOS ANGELES
ZH5: Zona residencial consolidada

Uso: Residencial, todo permitido

Comercial: Todo permitido. Prohibido estaciones o centros de servicio automotor, plantas de revisión técnica tipo A o B, discotecas, bares y similares.

Ocupación: 0,5 residencial, 0,6 otros usos

Altura max: respetando rasante

Sistema agrupamiento Aislado, pareado o continuo para vivienda. Aislado para otros usos.

Condiciones climáticas

La ciudad presenta un clima mediterráneo continentalizado, de estaciones muy marcadas y períodos secos y lluviosos de duración semejante.

En verano, se caracteriza por registrar temperaturas elevadas (incluso de las más altas de entre las distintas ciudades del país), con marcas históricas de hasta 41,6 °C en febrero de 2016 y 42,2°C el 26 de enero de 2017.

La estación lluviosa es intensa durante junio y la principal amenaza son las heladas (bajo cero) para el cultivo de productos invernales.

El principal viento que se registra es el denominado puelche que proviene de la zona cordillerana y baja a la ciudad con regularidad, sin embargo no representa una amenaza estructural.

El mínimo de inclinación solar en invierno debido a la latitud, condiciona la fachada norte con una mayor ganancia térmica. Es primordial el uso de quebrasoles o celosías.

La mayor amenaza serán los picos de temperatura que registra enero, es por ello que la ventilación de las estructuras de cubierta será primordial en el diseño.

Clima de la zona

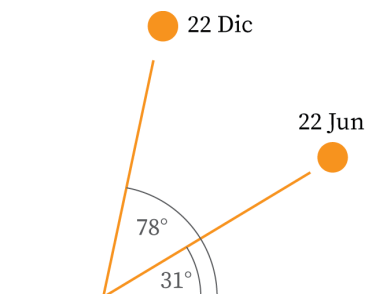


Fuente: Mediateca.cl

Leyenda

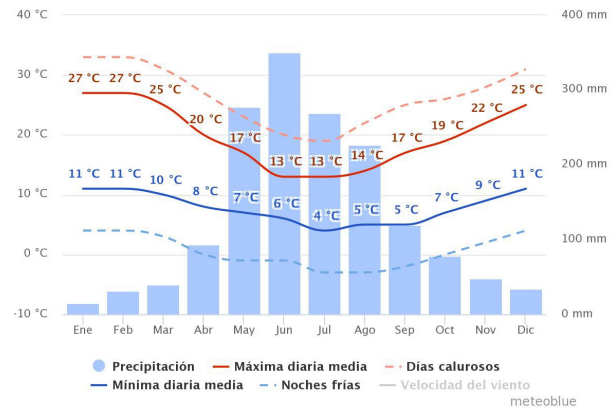
- Templado frío lluvioso con influencia mediterránea
- Templado cálido con lluvias invernales y gran humedad atm.
- Templado cálido lluvioso con influencia mediterránea
- Templado cálido con lluvias invernales
- Tundra

Máximos solares



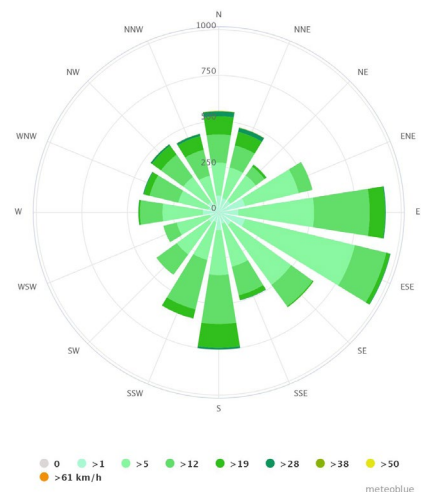
Fuente: Hellmuth Stuvent

Temperatura y pluviosidad



Fuente: Meteoblue

Vientos

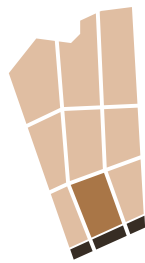
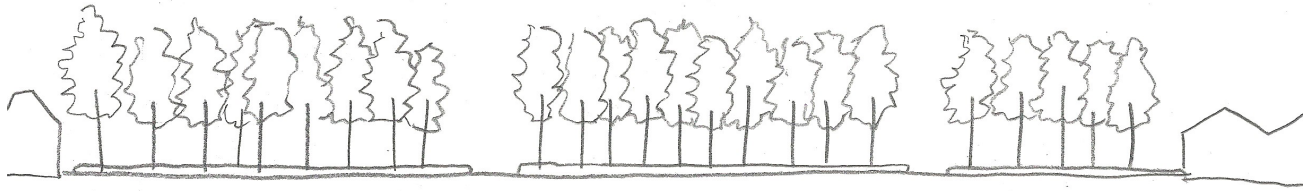


Fuente: Meteoblue

Terreno

Planta imagen satelital con los principales hitos y circulaciones del transporte público en el sector, por la Av. Francisco Encina pasa la mas importante ciclovía del barrio Paillihue que conecta con el centro de la ciudad.





186.000 m²
Residencia proyectada

23.000 m²
Mecado campesino
+ parque

3.600 m²
Area verde existente



El terreno tiene un valor agregado que es evidente, la línea arborea genera un espacio de parque muy fresco y agradable en temporada estival. También la altura de estos ejemplares hace visible este lugar desde que se viene entrando por la Ex ruta 5 Sur

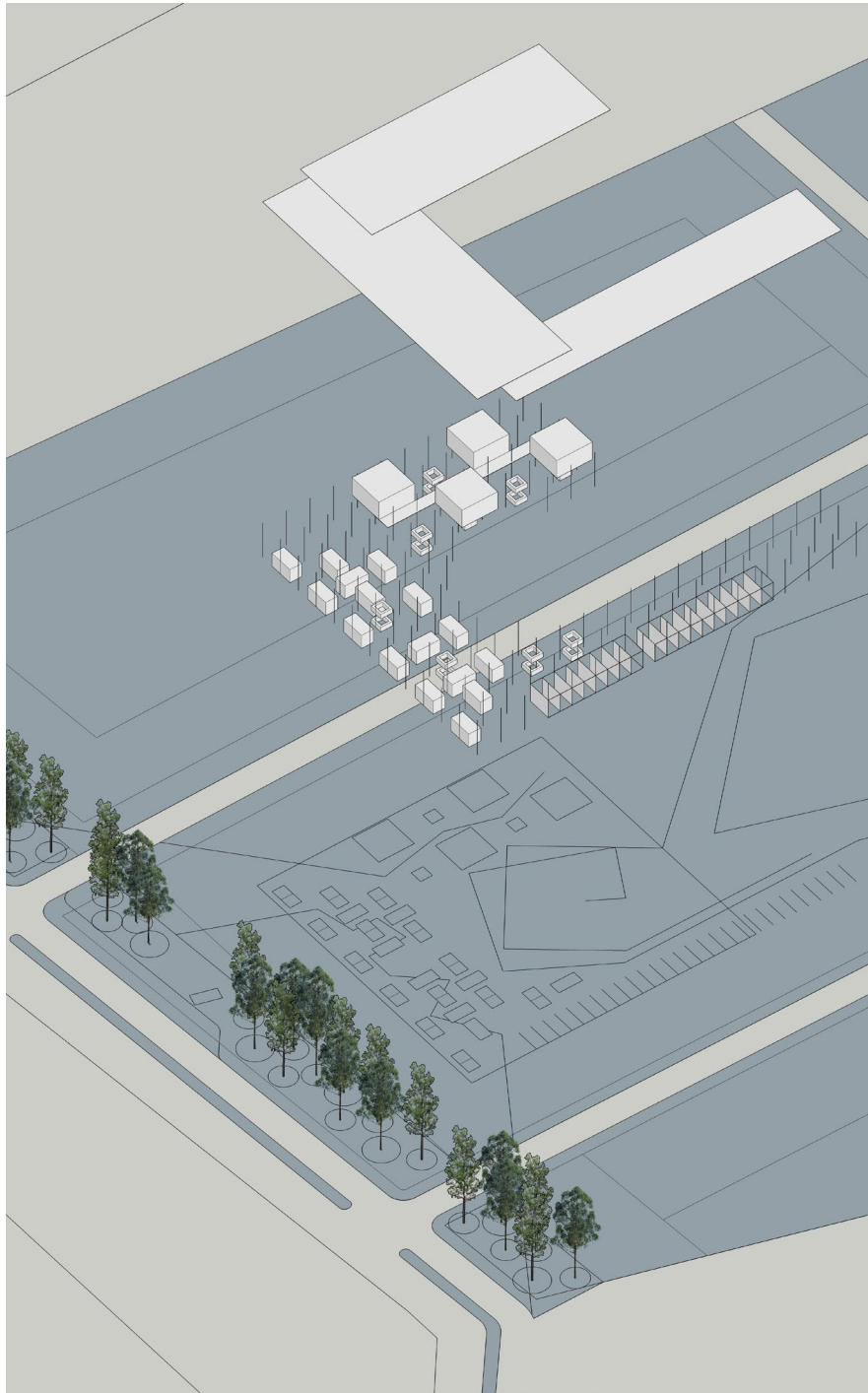
Es necesario mantener estos ejemplares porque representan un patrimonio para los vecinos, y ya se

han transformado en parte de la realidad cotidiana. El transporte (público y particular) que pasa por barrio Paillihue para llegar al centro, pasa necesariamente por la arbolada.

Sin embargo para la apertura al terreno posterior, sera necesario la eliminación de cerca 3 ejemplares, y la poda y mantención de los demas eucaliptus.

Estrategias de diseño

Elementos constituyentes



3. Cubierta

que amarre y homogenice el espacio comercial.

2. Estructura modular

que albergue el programa requerido de acuerdo al grado de flexibilidad.

1. Pavimento

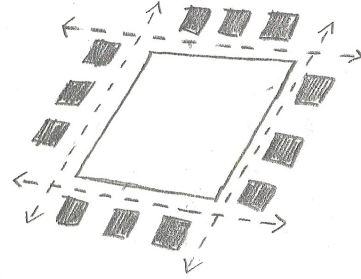
que distribuya los tipos de productores, las circulaciones y servicios. La ortogonalidad es fundamental para aprovechar los lados del terreno y la modulación estructural.

0. Vías de acceso

Utilizar el parque forestal para introducir flujos perpendiculares que conecten con el interior del barrio

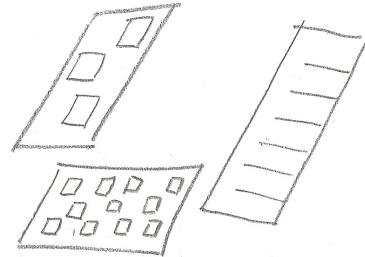
Estrategias particulares

A. Definir un centro de encuentro en el mercado (plaza del chacarero)



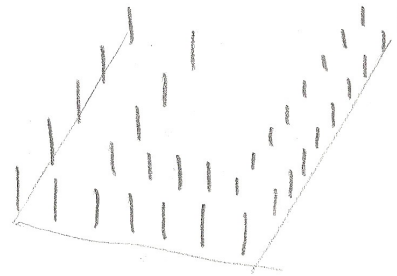
B. Distribución estratégica del los productores.

Ubicar al producto fresco al costado de la calle de ingreso para facilitar el acceso de camionetas

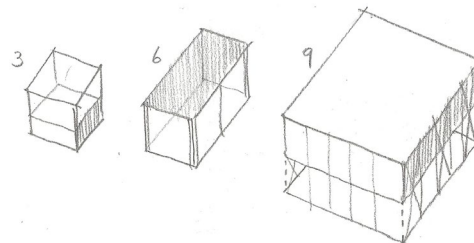


Ubicar los productos elaborados al frontis, enfrentando al barrio

Ubicar los productos procesados en al otro costado para facilitar el acceso vehicular

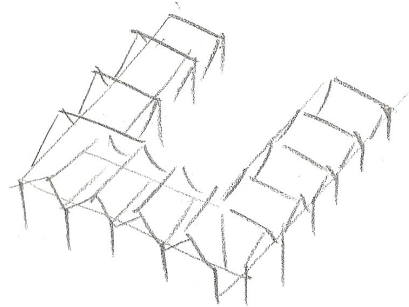


C. Crear una pilarización regular que soporte la estructura principal envolvente

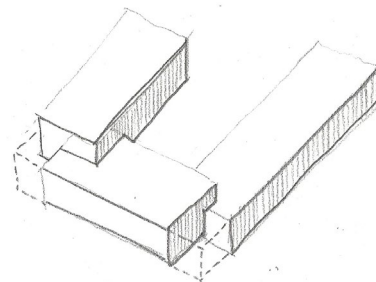


D. Definir una panelería modular en base 3x3 m para los puestos comerciales

E. Generar una cubierta textil por paños de acuerdo a la pendiente mínima de 15°



F. Crear cerramientos zonificados de acuerdo al area productiva.



Programa

El programa se define en relación a los tipos de productos que se ofrecen y a los espacios de uso público que se proponen.

A. Espacio del producto fresco

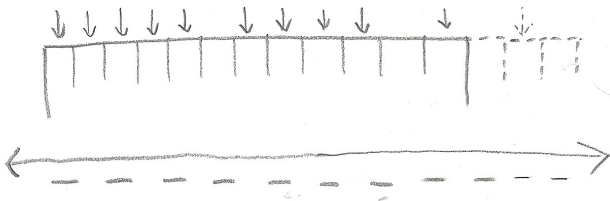
$(n^{\circ} \text{ productores potenciales} / 2 \text{ turnos}) * \text{ periodicidad semanal (4 días semana)}$

22 puestos alineados (3 mts x camioneta)

396 m²

+ Baños 18 m² + Cocina 36 m² + Administración 18 m² + bodega 18 m²

Total : 486 m²



B. Espacio del producto elaborados

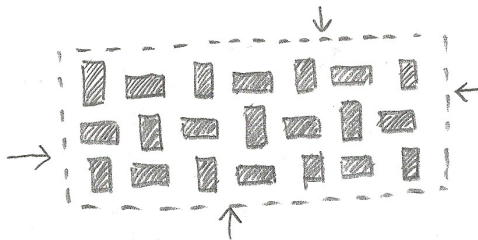
$(n^{\circ} \text{ productores potenciales} / 2 \text{ turnos}) * \text{ periodicidad semanal (3 días semana)}$

30 puestos atomizados (modulo 3 x 3 mts)

540 m²

+Baños 18 m² + Administración 18 m² + Bodega 18 m² + 2 puestos de comida 18 m²

Total : 612 m²



C. Espacio del producto procesado

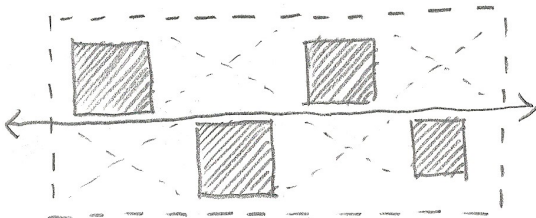
$n^{\circ} \text{ locatarios fijos} + n^{\circ} \text{ de puestos rápidos}$

3 locales fijos modulo de 9 x 9 mts dos niveles

486 m²

+ 2 puestos de comida 18 m² + sala multiuso 162 m²

Total : 660 m²



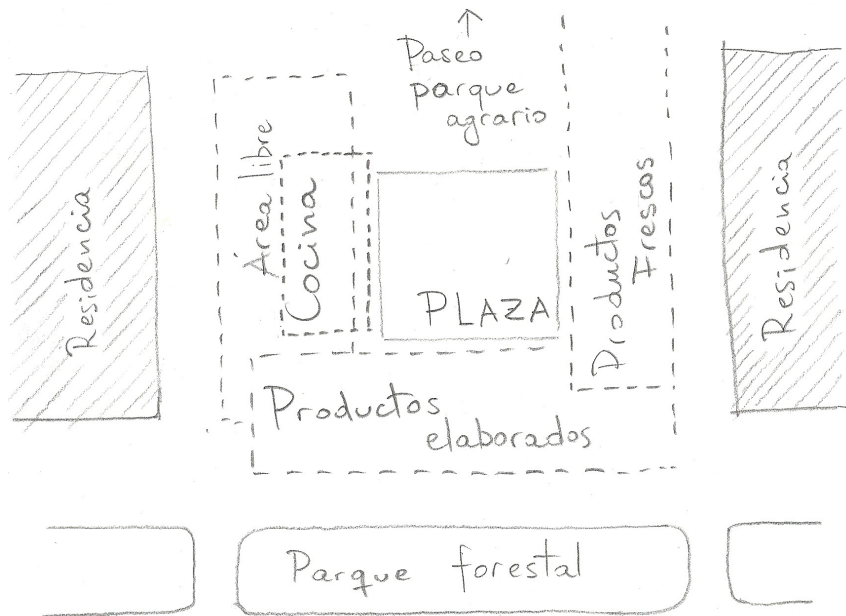
D. Espacio plaza 36x36 mts

Total suma: 1758 m²

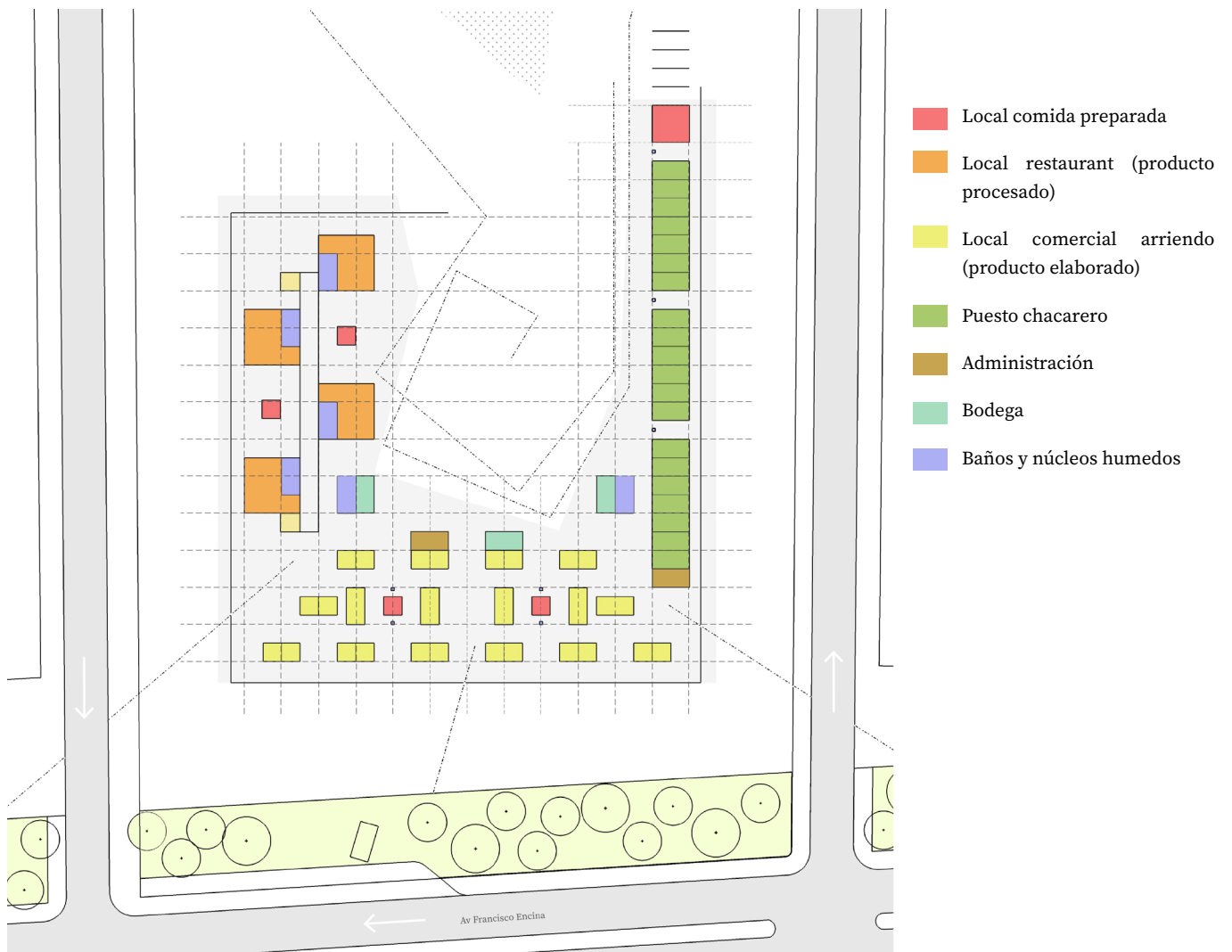
Circulaciones: 1/2

Total cubierto: **2637** m²

Total plaza: **1200** m²



Planteamiento organización del programa



Planta programática esc. 1:1200

Urbana y paisajística

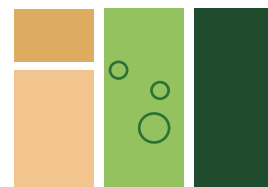
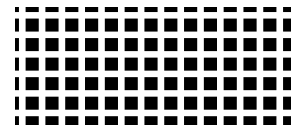
Integrar el mercado dentro del barrio

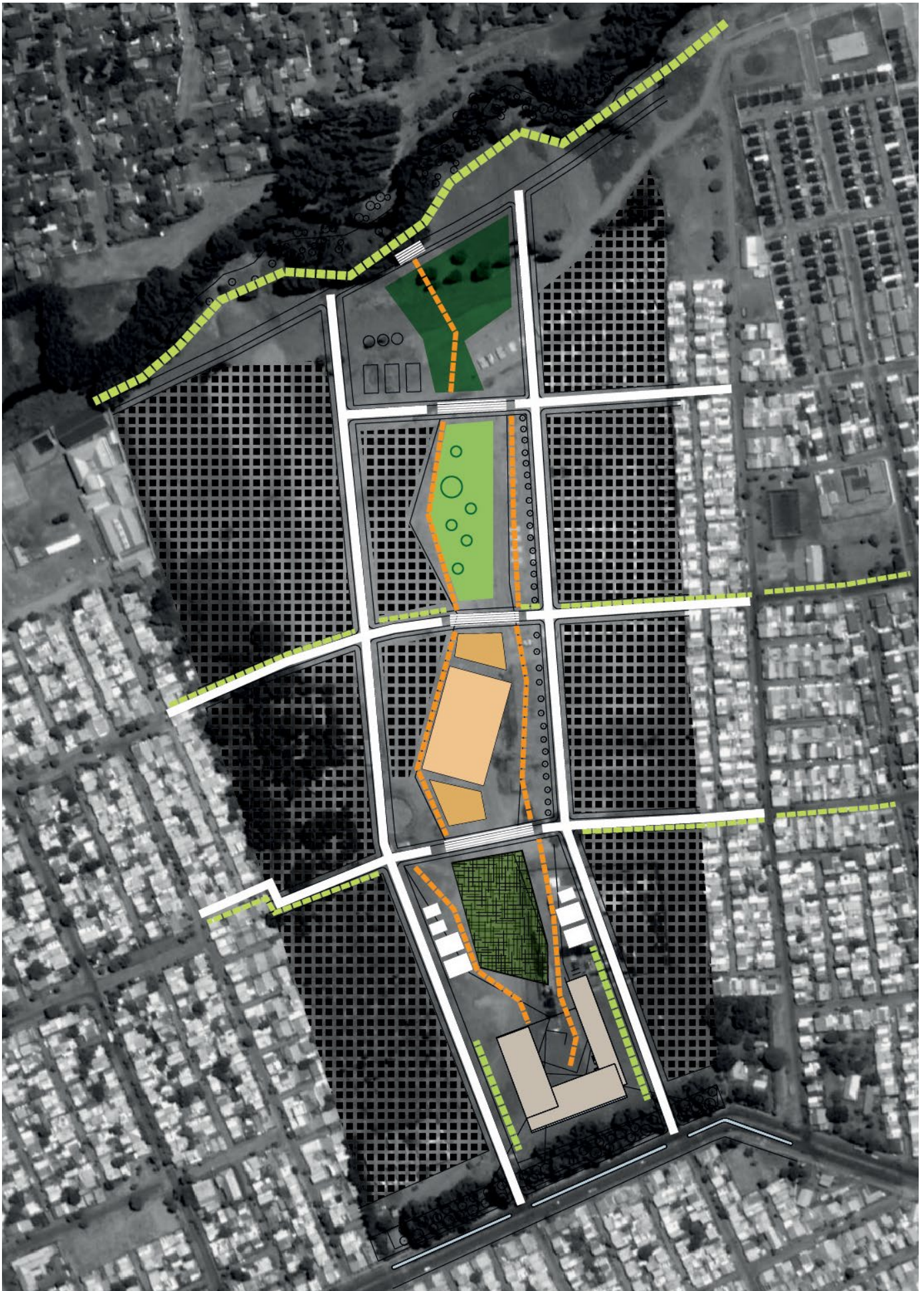
El mercado es el punto de partida de una red que unifique el parque forestal con el interior residencial

A través de áreas verdes y circulaciones peatonales

Se propone un sistema de áreas verdes en las manzanas posteriores al mercado que se desarrollen en progresión con la consolidación del conjunto proyectado

1. Crear un paseo peatonal que nace desde la plaza del mercado y remate en el humedal del estero Paillihue (valor natural)
2. Consolidar un parque agrario administrado por las instituciones de investigación (Inia) que de cuenta de los cultivos y técnicas que se desarrollan en la región.
3. Definir 2 franjas de mitigación para los vecinos adyacentes al mercado con el fin de amortiguar las actividades relacionadas.
4. Liberar un campo de deportes (canchas + juegos) y un parque especies nativas para la recreación de vecinos y visitantes.
5. Diseñar ejes verdes (peatonal y ciclovías) que conecten con el colegio y las demás canchas del barrio.





Secatibe runtum earum sincilla velenimus autta nobit raecus di ommiet

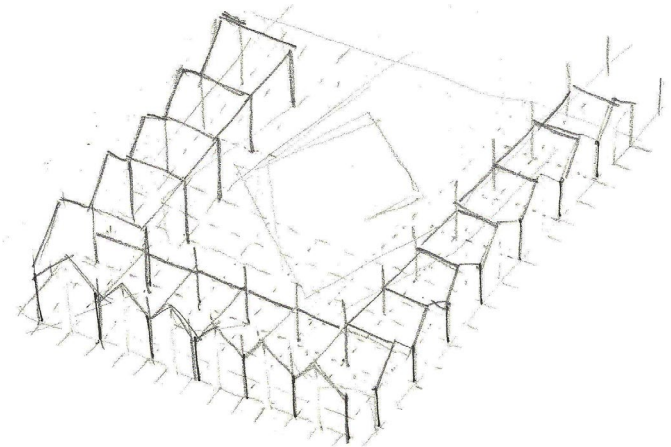
Propuesta estructural y constructiva

Debe responder a los requerimientos programáticos de cada productor y comerciante, a través de materiales y técnicas que definan un lenguaje común.

Los espacios de comercialización se trabajan como células individuales y se construyen mediante módulos dispuestos en cada una de las zonas. A continuación se detallan cada uno de ellos:

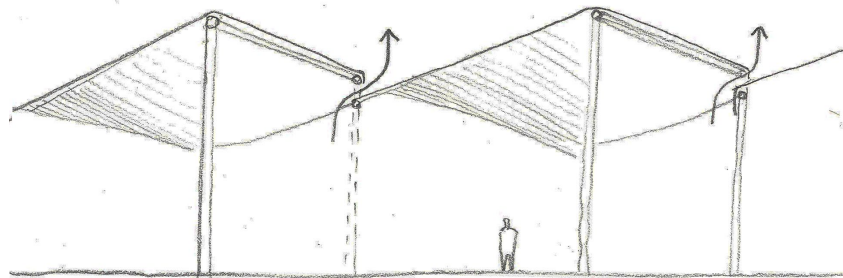
Esqueleto soportante

Se estructura a través de marcos rígidos y vigas compuestas que permitan soportar la cubierta ligera. Se trabajan los marcos en madera laminada con encuentros en acero. Se utiliza la modulación de 6 mts que es coherente a los demás módulos. Será posible distinguir el mismo sistema constructivo en las tres alas del proyecto con variaciones de altura de acuerdo al programa que aloje.



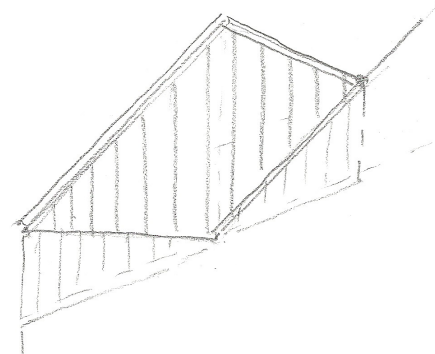
Cubierta textil

Se utilizan lonas de PVC de alta resistencia que se extienden a lo largo de los marcos de madera laminada. Este tipo de material permite el paso de la luz difusa, lo que otorga una iluminación natural durante gran parte del día.



Cerramientos

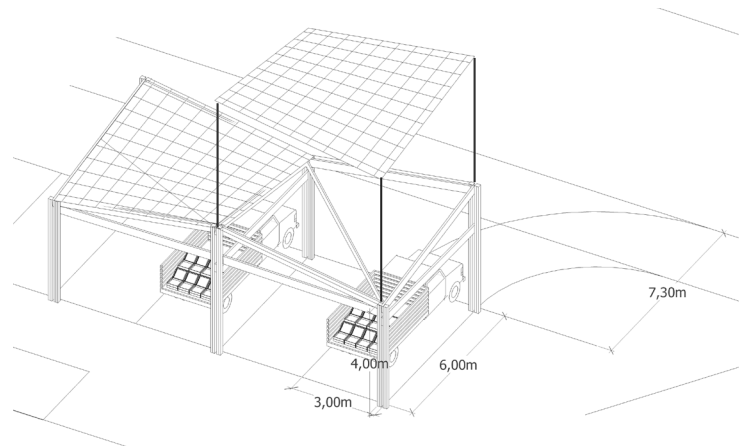
Los paramentos verticales deben controlar la ventilación y proteger de los vientos de la zona. Se propone una celosía en madera que actúe como quebrasol mas una transparencia de policarbonato que otorgue un mínimo acondicionamiento térmico.



Modulo A

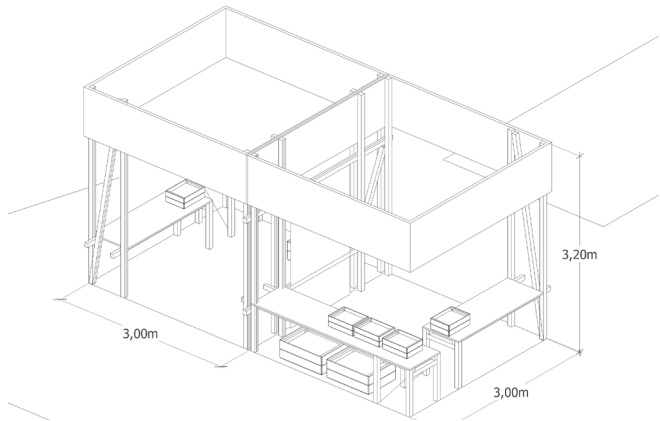
Espacio para la venta de productos frescos, genera un cubículo para la venta directa con la camioneta, este sistema otorga al agricultor campesino (chacarero), un aparcadero techado que en sumatoria genera un paseo sobre el cual vuelca su oferta.

Se proyecta un espacio de 6x3 m para cada vehículo con una altura máxima de 4 metros.



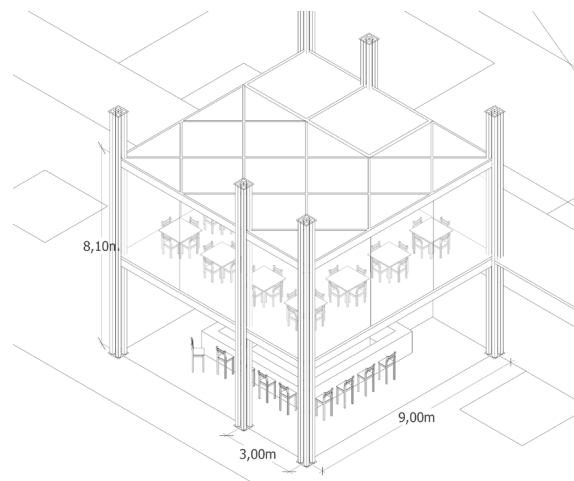
Modulo B

Espacio para la venta de productos elaborados, corresponde al puesto mínimo de venta, que puede ser ampliable y desmontable. Los elementos que lo constituyen son la mesa donde disponen los productos, los paramentos de cierre y el cartelaje para la promoción. Se proyecta una célula de 3x3 m con una agrupación máxima de 2 puestos, esto evita la monopolización del espacio de ventas por parte de especuladores. Existe una variación de este módulo para la venta de alimentos preparados.



Modulo C

Local fijo de dos plantas. La intención es generar un espacio inferior más abierto de consumo rápido y un segundo nivel que funcione de comedor cerrado. Incorpora un nucleo humedo con baños, cocina y escala independientes. El modulo parte de un 9x9 m que permite una cabida de 20 personas abajo y 40 arriba aprox. Este modulo es ampliable por plataformas de 3 m pudiendo crecer hasta un 50%.



Propuesta de gestión, sustentabilidad y mantención

Gestión económica

La propuesta económica de financiamiento y gestión tiene es posible solo con el apoyo de diferentes instituciones. En primer lugar, la implementación del mercado proviene de los Fondos Nacionales de Desarrollo Regional (FNDR) que asigna el GORE por ser zona beneficiada. Por otro lado SERCOTEC podría brindar asistencia para el acceso a financiamiento de este tipo de proyectos que busca solo fomentar el desarrollo económico de sus beneficiarios.

El arriendo del espacio también es importante para pagar los gastos asociados a mantención. Y por último, la municipalidad debería hacerse cargo del mantenimiento de áreas externas al mercado como parques y plazas.

Gestión laboral

En primer lugar es necesaria asignación de una figura coordinadora, que vele por los intereses de los productores y permita organizar los diferentes comités presentes para la difusión, seguridad y participación de los diferentes actores.

El espacio se puede organizar de la siguiente manera

Control de la asignación diaria del espacio de venta para productores chacareros (producto fresco) y elaborados (sistema de arriendo por puesto).

Control de la monopolización del espacio a través de la atomización de los puestos comerciales en el espacio.

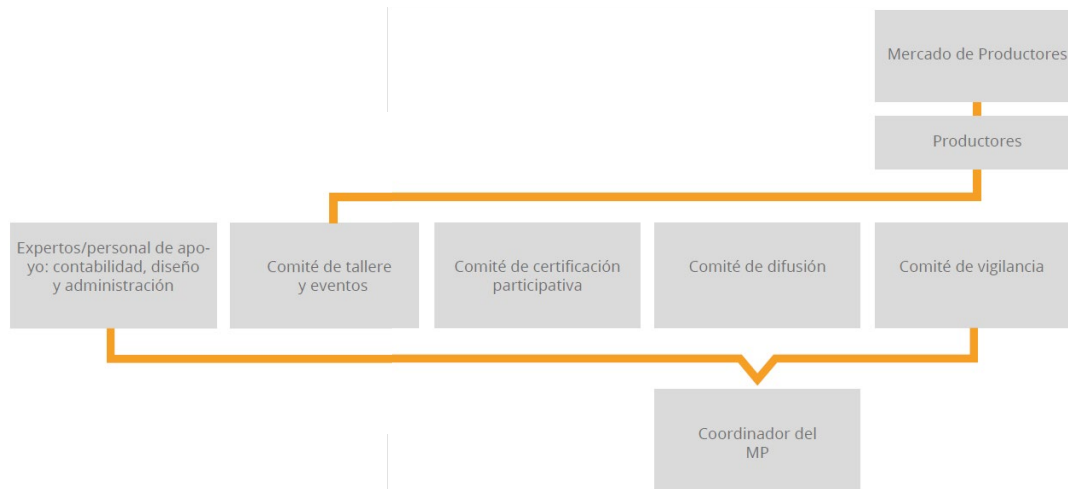
Uso de acuerdo a la hora del día:

Espacio de productos frescos: venta a dos turnos (matutino y vespertino), esta ala del edificio puede funcionar independiente a las otras.

Espacio de productos elaborados: venta a turno diario, ingreso matutino y retirada vespertina.

Productos procesados: arriendo anual del local, gestión de uso del espacio en horario extendido de acuerdo a la patente comercial (bar restaurant).

Plaza: actúa como soporte de actividades extraprogramáticas como fiestas campesinas o eventos públicos.



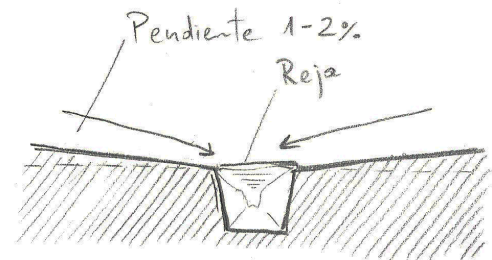
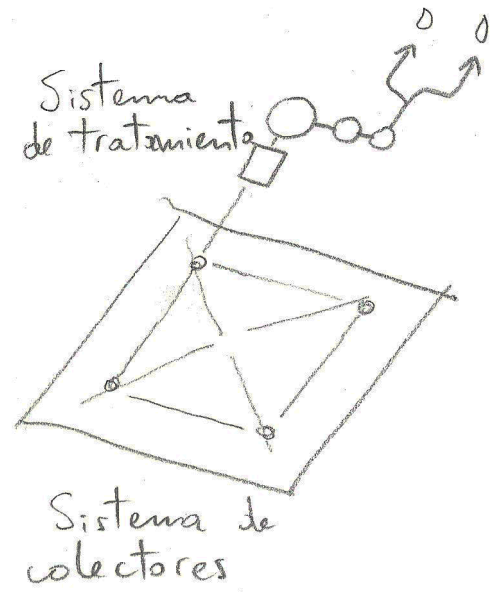
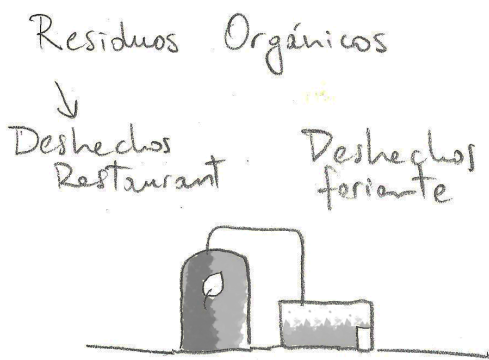
Fuente: Guía para el desarrollo de mercados de productores

Propuesta de sustentabilidad

Se enfoca en el tratamiento de los residuos para el aprovechamiento en el mismo terreno.

Recogida de residuos orgánicos y reutilización de compostaje para mantenimiento y fertilización de granjas y parques. Eventualmente se puede ampliar para la generación de biomasa a través de un tambor digester, este gas puede ser ocupado para suplir el agua caliente de la zona de alimentación.

Así también las aguas servidas, especialmente aquellas que se originan de la limpieza del pavimento del mercado. Se plantea una canalización de aguas servidas para el riego de áreas verdes. Se plantea un tratamiento de las aguas para este uso



Mantenimiento

El edificio cuenta con una vida útil en relación con su uso y limpieza. El deterioro paulatino por la afluencia de usuarios día a día, desgastará los elementos modulares, es por ello que las piezas son estándar para un fácil reemplazo de las estructuras deterioradas con el tiempo.

Las estructuras superiores como lonas requieren una mínima mantenimiento y su durabilidad se extiende por más de 15 años. En tanto la madera laminada y de estructuras

expuestas a las inclemencias, se le sugiere ser recubiertas anualmente con impregnantes y aceites que eviten la degradación por hongos.

Por otra parte se protegen las estructuras de madera hasta la altura de los ojos para evitar la erosión mecánica de roces y golpes. Así como evitar que al lavar los pavimentos, el agua desgaste los puntos de encuentro.

Imagen Objetivo





Estas imágenes corresponden a las primeras aproximaciones de una búsqueda por la espacialidad y no reflejan fielmente hasta la entrega de esta memoria, las decisiones finales respecto a diseño

Bibliografía

Catastro Nacional de Ferias Libres, SERCOTEC, Santiago 2016

Los mercados de abastos y las ciudades turísticas, Montserrat Crespi Vallbona y Marta Domínguez Pérez Universidad de Barcelona

Reporte Comunal: Los Ángeles, Región del Biobío 2014

Plan de Desarrollo comunal 2011-2018, Municipalidad de Los Angeles, 2011

Ordenanza Local, Plan Regulador comuna de los Angeles, Municipalidad de Los Angeles, 2015

"La mirada de un romántico: representaciones costumbristas de la sociedad chilena a inicios del s XIX", Roxana Ester Valdevenito

Guía para el desarrollo de mercados de productores, FAO 2017

Mercado de agricultores en España: diagnóstico y propuesta de actuación, José Ramón Mauleón 2010

Sistemas agrarios en América Latina, De la etapa prehispánica a la modernización conservadora, Jacques Chonchol. 1994

La Agricultura Chilena en la Nueva Revolución Alimentaria, Arturo Barrera Miranda, Octavio Sotomayor Echeñique. 2010