

INDICE	Pág.
Introducción	7
Justificación	7
Delimitación del Tema	
Alcance del tema	8
1. Geográfico	
2. Espacial	
Objetivos del Mercado Florida	9
1. objetivo General	
2. objetivos específicos	
Objetivo Arquitectónico del Mercado Florida	10
1. objetivo general	
2. objetivos Específicos	
Validez del Tema	11
Definición	12
Clasificación	12
1. tipos de Mercado (organización)	12
Antecedentes Históricos	14
Tipos de Mercados (Sta. Cruz)	15
Contexto Urbano y escala del proyecto	17
Macro-política Municipal del abastecimiento y mercado	19
1. políticas generales	
2. políticas complementarias	
Análisis de Casos	20
1. Nuevo Mercado de la Flor	20
2. Restauración del mercado Santa Caterina	23
3. Plaza de mercado Trinidad	29
Resumen de los tres casos de estudio	33
Conclusión general de los proyectos	39
1. En lo funcional	39
2. En lo formal	40
3. Tecnológico	41

Políticas de Mercado del Municipio de Santa Cruz	42
1. Sistema de reordenamiento de mercados y ambulantes	42
Proyecto de reordenamiento de mercados del municipio de Santa Cruz	43
1. Objetivos generales	43
2. Objetivos específicos	43
Marco geográfico	43
Mercados existentes	44
Características actuales de los mercados en el municipio de Santa Cruz	45
Área de trabajo	46
1. Infraestructura, servicio y abastecimiento	46
2. Marco jurídico y sistema administrativo	47
3. Desarrollo humano y socioeconómico	47
Análisis del Distrito 11	48
Descripción del Distrito	48
Proyectos del Distrito	49
1. Apertura y construcción de vías	49
2. Centralidades	49
3. Ordenamiento Urbano	49
4. Mejoramiento integral	49
5. Generación y recuperación del espacio público	50
6. Parques por construir y mejorar	50
7. Preservación ambiental	50
Evolución del Mercado Florida	51
Planta del Mercado Florida	53
1. Cooperativa de Artesanos del Mercado Florida	54
2. Asociación de comerciantes minorista del Mercado Florida	55
3. Asociación 8 de Diciembre (Pescaderos)	56
Análisis del área de emplazamiento del proyecto	57
Análisis de sitio	57
1. Indicadores demográficos y sociales	57
2. Indicadores físicos	58
3. Indicadores de relaciones funcionales	59
4. Indicadores espaciales	60
5. Impacto ambiental	60

Problemas actuales del Mercado Florida	61
1. Infraestructura	61
2. Estacionamiento	61
3. Medio ambiente	62
4. Aspecto socio-cultural	63
Premisas de Diseño	64
1. Premisas urbanísticas	64
2. Premisas paisajísticas	64
3. Premisas de sitio	64
4. Premisas funcionales	64
5. Premisas morfológicas	64
6. Premisas espaciales	65
7. Premisas tecnológicas	65
Protagonista del proyecto	66
Sistema de comercialización	66
Programa Arquitectónico	66
Esquema funcional de zonas	66
Zona de locales comerciales y parqueo	67
Zona administrativa	67
Lista de programa de necesidades	68
Programa de necesidades	72
Calculo de funciones para programa de necesidades	72
Zona de servicio y comercialización	72
Cuadro estadístico de la zona del Estacionamiento	72
1. estacionamiento	72
Cuadro estadístico de la zona de locales comerciales	73
1. Área Húmeda y Semihúmeda	73
2. Área Seca	74
3. Área Preparados	75
4. Cubierta	75
Total de Áreas	76
Total del terreno del Mercado Florida	76

Bibliografía	77
Laminas del Proyecto	