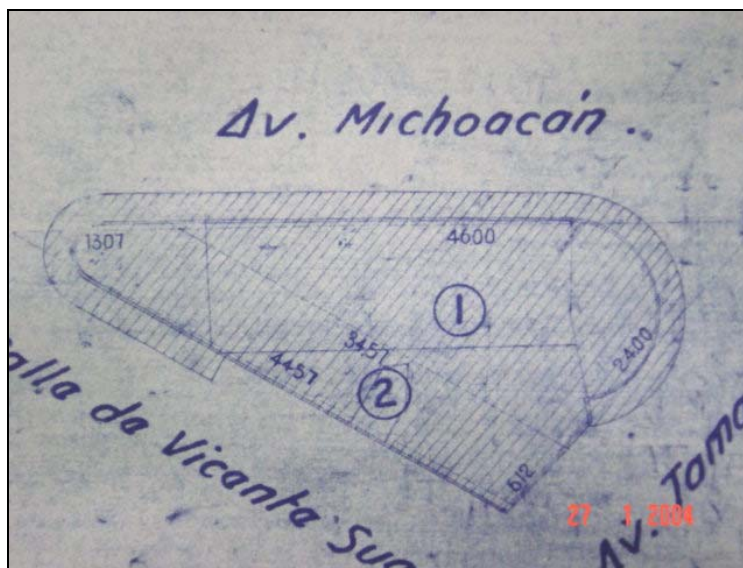




3.1 Antecedentes del mercado Michoacán

En los años cincuenta del siglo pasado, se inició la construcción de edificios de departamentos de más de cuatro pisos en algunos lotes baldíos. Ya en la década de los sesenta, los pequeños comercios eran frecuentes en las avenidas principales de la colonia, como la Tamaulipas, Michoacán y hasta Ámsterdam.

Cuando fueron creadas las colonias Condesa, Hipódromo e Hipódromo Condesa, dejando como vía primaria la Av. Tamaulipas y secundaria la Av. Michoacán, que se conecta con el parque México, se originó un residuo urbano, mismo que se utilizó como bodega hasta el 4 de Febrero de 1946, año en que se inauguró el mercado con número oficial 51, denominado “*Mercado Michoacán*”. Dicho mercado ha funcionado como tal pasando por diferentes conflictos, por las cuales han luchado los locatarios y vecinos de continuar la tradición y uso correcto del mercado. En el año 2000 se clausuró el restaurante “El Zorzal”, mismo que se ubicaba dentro de las instalaciones del mercado, ya que no respetaba los lineamientos de usos ni la apariencia física del inmueble.



Primer levantamiento del mercado Michoacán hecho por la delegación Cuauhtémoc

Capítulo III

Mercado Michoacán...Puerta a la Condesa



El día 26 de diciembre de 1998 se publicó en el periódico La Jornada, que el 13 de diciembre del mismo año presentó el arquitecto Jaime Armando Pérez Mejía, supuesto representante de la Asociación de Propietarios y Residentes de las colonias Hipódromo, Hipódromo Condesa y Condesa el proyecto para construir un estacionamiento y plaza comercial. Mismo que no fue aprobado por la inconformidad de los locatarios y que afectaría a supuestamente 80 familias que dependen de este mercado, algunos desde hace 50 años.

Actualmente es un mercado de colonia, que como ya se ha mencionado, abastece principalmente a los restauranteros de la zona, amas de casa y visitantes.

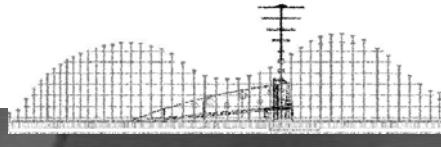
3.1.1 Caracterización del mercado

Dentro de sus características se nota una acentuada intención funcionalista. Esta corriente tiene sus principios en Europa, llegando a México a través de propuestas de Le Corbusier. En 1924 aparece en México *Vers une architecture*, propuestas asimiladas por alumnos de la academia de San Carlos y después por los de arquitectura. Entre estos estaba Juan O'Gorman. El arquitecto Enrique Yáñez recuerda:

Le Corbusier nos decía: “La casa debe ser la máquina de habitar para el hombre moderno”, por otra parte, en México José Villagrán, pionero de la arquitectura moderna en México, diría: “Estudiemos cuidadosamente los factores que generan las necesidades de una casa concreta y esta tendrá, una vez realizada, de máquina y de moderna lo que tenga de congruencia con necesidades, condiciones y necesidades” (PORRAS: 2001).

Capítulo III

Mercado Michoacán...Puerta a la Condesa



El gobierno encontró un aliado en este grupo para desarrollar un proyecto social en gran escala y a bajo costo. Es así como proliferaron los mercados públicos y otros tipos de equipamiento urbano.

Entre las características propias de esta corriente destacan:

- Estructura de acero y concreto
- Paredes ligeras
- Ausencia de ornamentación, tanto en fachadas como en su interior
- El aprovechamiento de los espacios al eliminar los muros divisorios de ciertas habitaciones
- El uso de amplias ventanas (que brindan una mejor iluminación)
- El cemento (que permite una mayor higiene)
- El ahorro de elementos que distrajeran la funcionalidad (la forma sigue a la función)
- Fuerte intención social

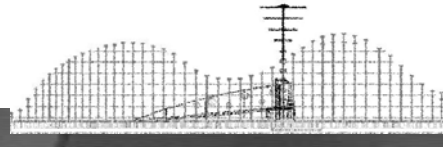
Muchas de estas características se encuentran en el mercado Michoacán.



Por la forma y apertura del mercado se deja ver su carácter Funcionalista o Racionalista.

Capítulo III

Mercado Michoacán...Puerta a la Condesa

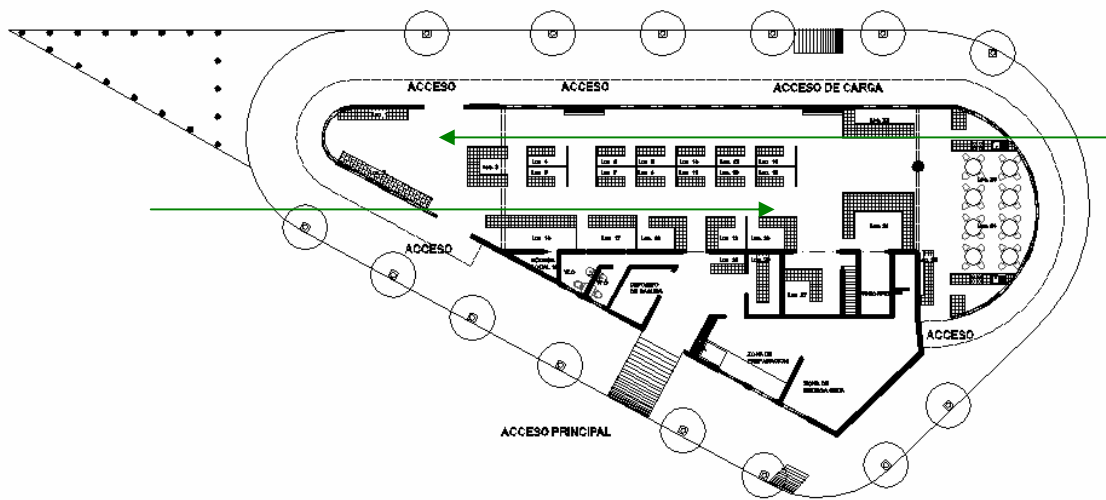


En esta vista aérea se observa la volumetría.



Se observa el uso de ventanales alrededor del mercado.

Capítulo III Mercado Michoacán...Puerta a la Condesa



En la planta se observa el ahorro de elementos que “distrajaran la funcionalidad” (la forma sigue a la función).



Ausencia de ornamentación tanto en fachadas como en su interior



3.2 *Análisis del usuario*

El mercado tiene como usuarios a los proveedores, restauranteros, amas de casa (aunque en menor cantidad) y visitantes.

Los *proveedores* son comerciantes que viven en otras colonias, y de un nivel socioeconómico medio

Horario: De las 6 hrs., preparando sus productos, hasta las 18 hrs. que cierra el mercado, esto de lunes a sábado.

En cuanto a los *compradores*, el mercado, que es un mercado de barrio, tiene como principal comprador a los restauranteros de la zona; a pesar de no comprar en grandes cantidades, ya que ellos consiguen su propio abasto, el mercado les vende productos básicos, como frutas y verduras, y a algunos restaurantes menos especializados, la carne y otros productos.

Horario: Sus compras las realizan en promedio entre las 9 y las 15 hrs. Dichos establecimientos tienen diferentes horarios; no obstante, en promedio es de las 9 a las 23 hrs.

Amas de casa: Después de los restauranteros están las amas de casa, quienes habitan principalmente en multifamiliares cercanos, mismas que compran el abasto semanal, sin tener un horario en particular.

Visitantes: Éstos, aunque en menor proporción, se dirigen al mercado principalmente a los puestos de comida casera, jugos y antojitos.

Horario: Regularmente llegan a comer entre las 13:30 y las 16 hrs.



3.2.1 Definición del usuario

Se define a los usuarios del mercado como personas que corresponden a un tipo de vida rápida, con rutinas y ritmos de trabajo, que a su vez, abrazan las dificultades de una gran ciudad pero que al mismo tiempo tienen un fuerte aprecio hacia la colonia, misma que se ha vuelto un punto cosmopolita en la ciudad. En general los usuarios ya han comprendido el valor artístico de la zona, manifestando su interés en diversos comunicados de prensa que sugieren la revalorización de los inmuebles y crear nuevos convenios locales para las colonias. Tal vez este hecho se deba al propio tipo de población que habita la colonia (artistas e intelectuales).

A su vez los comerciantes aledaños al mercado, principalmente cafeterías, han generado un centro de encuentro para los habitantes y turistas en los que cada vez es mayor la demanda de espacio para ofrecer un mejor servicio, así como de mobiliario urbano.



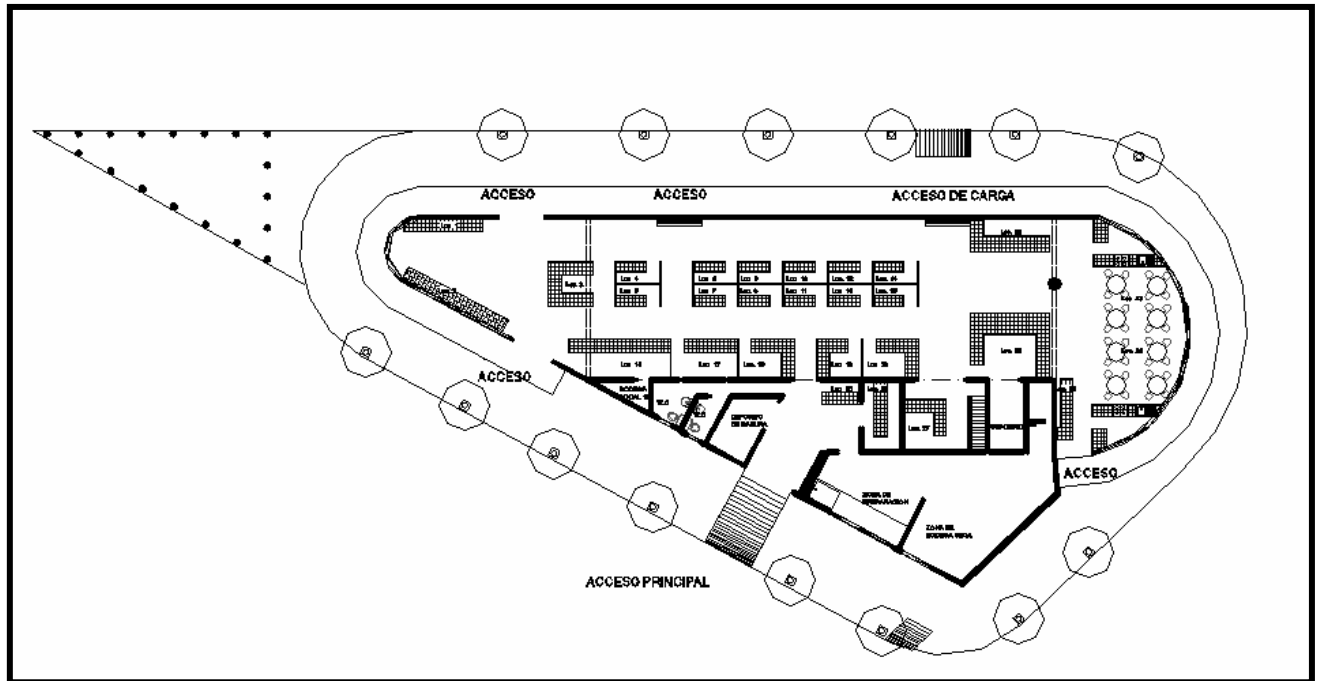
3.3 Análisis arquitectónico

3.3.1 Programa arquitectónico actual del Mercado Michoacán

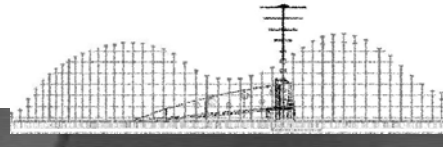
Programa Arquitectónico General Mercado Michoacán	Superficies en m ²			
	No. de locales	Local	Cubierta	Descubierta
Componentes arquitectónicos				
Zonas de ventas (locales o puestos)	27	4.6	125	
Área de pasillos principales y secundarios			160	
Área de almacenamiento en frío (frigorífico)	1		5.2	
Área de bodega seca	1		21	
Área de carga y descarga (patio de maniobras)	0		0	
Administración	1		6	
Área de sanitarios públicos	1		5.4	
Área de cisterna, bomba y tablero de medidores de luz	2		4	
Depósito de basura	1		5.13	
Área de preparación (lavado de vegetales)	1		21	
Anden de carga y descarga	0		0	
Área de estacionamiento público (cajones)	0		0	
Áreas verdes y libres				360
SUPERFICIES TOTALES m²			352.73	360
SUPERFICIE CONSTRUIDA EN PLANTA BAJA m ²			346.73	
SUPERFICIE CONSTRUIDA EN PLANATA ALTA m ²			6	
SUPERFICIE CONSTRUIDA CUBIERTA m ²			352.73	
SUPERFICIE DE TERRENO m²			707	



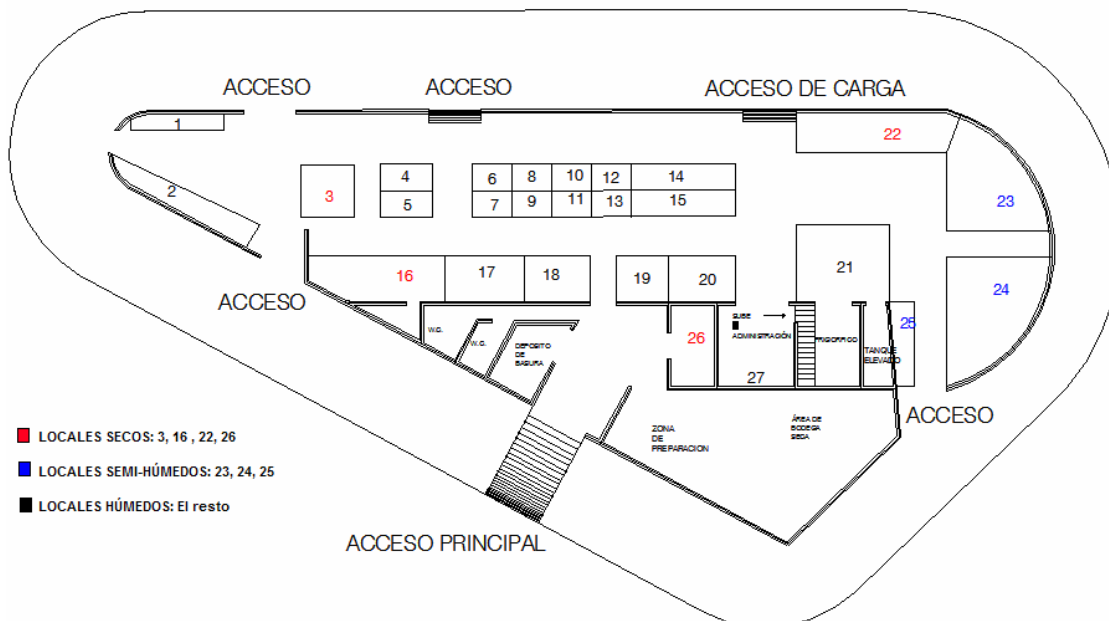
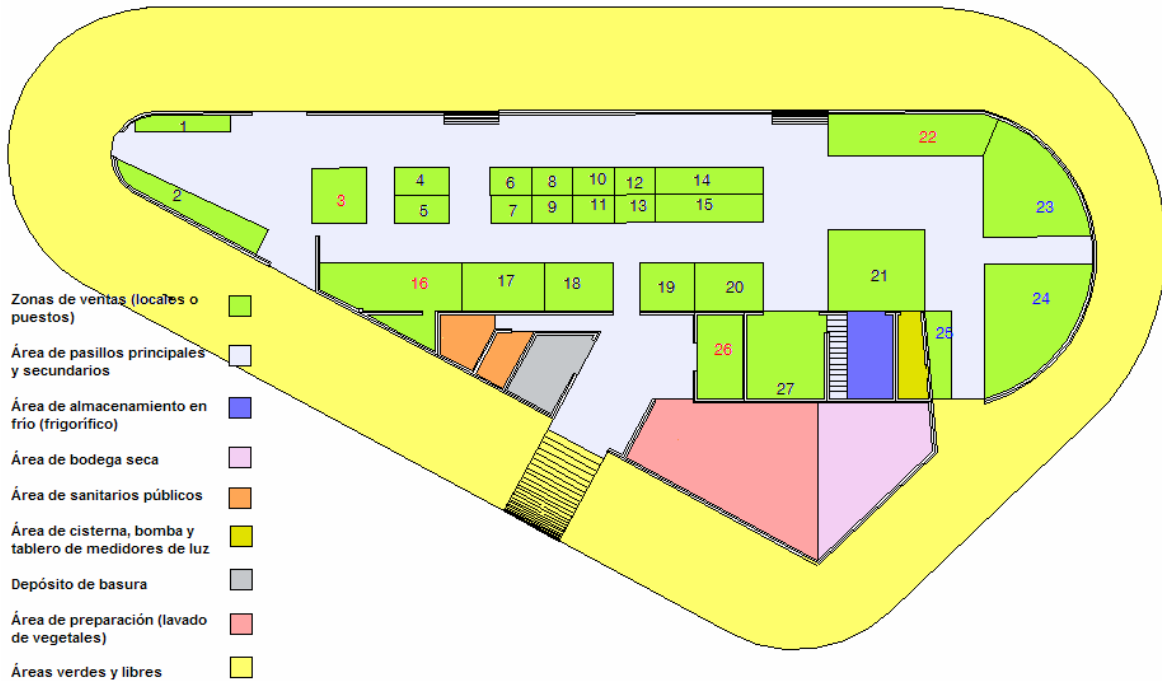
3.3.2 Plano arquitectónico actual.



Plano arquitectónico actual del Mercado Michoacán



3.4 Plano de análisis





3.4.1 Características ambientales

Algunas de estas características son:

- a) No existen áreas verdes, salvo algunos árboles que rodean al mercado.

- b) En la interacción del viento con algunos elementos constructivos, como la zona de basura y bodega, no hay una correcta relación de estos, que provoca una mala circulación de aire, provocando malos olores.

- c) La iluminación en gran parte es natural, ya que por los horarios de atención se aprovecha a través de los ventanales.

- d) La contaminación auditiva se debe en gran parte a la colindancia con una de las avenidas principales que la Avenida Tamaulipas.

- e) Por lo general, alrededor del mercado se da un gran movimiento peatonal y vehicular.

- f) Internamente, expresa amplitud y movimiento comercial, mas no vacío.

- g) En el mercado se ha invadido la zona destinada para el comercio y se han construido locales con materiales diversos, como techumbres de plástico.



3.4.2 Características constructivas

A continuación se mencionan algunas características, de manera general, en cuanto a elementos que conforman la nave del mercado:

- a) La cimentación esta hecha a base de zapatas de concreto armado para la estructura.

- b) El drenaje varía su profundidad de 1.20 a 2.00 mts., el diámetro aproximado del albañal es de 14". Algunos registros tienen tapa con coladera ubicadas al centro de los pasillos.

- c) Los pisos son de azulejo que no es antiderrapante, impermeable ni de uso rudo, poco lavable que hacen que sea poco higiénico.

- d) Las columnas son de perfiles de acero (IPR) con dimensiones variables.

- e) Los muros están hechos de tabique y repellado fino de cemento.

- f) Estructura, las columnas son de acero, es el material más utilizado como soporte principal de la techumbre y la cubierta final es mediante el uso de techos de losa maciza.

- g) Instalación hidráulica. Toman de la red de agua potable hacia una tanque elevado y de ahí se distribuye a los locales de la zona húmeda y sanitarios, pero no a la zona de lavado ni pasillos.

- h) Instalación eléctrica. Hay una acometida general, se exponen los medidores, están a la del mercado y de ahí se distribuyen lámparas fluorescentes, cajas de conexión y contactos paralelos a la zona de venta, administración y sanitarios.

Capítulo III

Mercado Michoacán...Puerta a la Condesa



i) Instalación de gas. No cuenta con instalación de gas estacionario; por lo que se acostumbra tener cilindros de gas en cada puesto que lo requiera.

3.5 Nivel normativo

Destacan:

En el nivel normativo existen varias restricciones en los diferentes niveles de reglamentos y convenios locales, tales restricciones se basan en:

- 1.- El reglamento de la “Ley de construcción del Distrito Federal”
- 2.- Plan de Desarrollo Urbano de la delegación Cuauhtémoc
- 3.- Normas de ordenación que aplican en el caso de conservación patrimonial de la delegación Cuauhtémoc.
- 4.- Ley de Mercados Públicos del Distrito Federal
- 5.- Secretaria de Desarrollo Social Tomo I *Comercio y Abasto*
- 6.- Convenios locales para la colonia Condesa

Dentro de todas estas normativas se destaca que:

- a) La ocupación de la vía pública no se permitirá para la ampliación de construcciones.
- b) No se podrán ejecutar nuevas construcciones en zonas que hayan sido determinadas como de Conservación Patrimonial sin la previa autorización de la Secretaria de Desarrollo social, Instituto Nacional de Bellas Artes, entre otras (respectivamente en los ámbitos de su competencia).



- c) En el caso de zonas arboladas que la obra pueda afectar; la delegación establecerá las condiciones en las cuales se llevará a cabo la reposición de los árboles con base en las disposiciones que la Secretaría del Medio Ambiente señale.
- d) Ningún inmueble podrá utilizarse para uso diferente del autorizado ni modificar el funcionamiento estructural del proyecto aprobado.
- e) La rehabilitación de edificios existentes, así como la construcción de obras nuevas se deberá realizar respetando las características del entorno y de las edificaciones que dieron origen a la arquitectura patrimonial, estas características se refieren a la altura, proporciones alineamiento y desplante de las construcciones.
- f) No se permite la demolición parcial de edificios de la topología local en cuanto a la temática y volumetría.
- g) Los puestos ubicados fuera de los mercados públicos podrán instalarse en la vía pública que estén fuera de la zona de mercados, debiendo instalarse de manera que la distancia máxima próxima al vértice de las esquinas sea de tres metros mínimo.

* Dichos convenios y normativas se amplían en los anexos.



3.6 *Conclusión*

* El mercado Michoacán tiene una imagen arquitectónica muy rica que hay que rescatar, ya que presenta nuevas intervenciones, que utilizan diferentes materiales.

* No se ha logrado dignificar el espacio en términos arquitectónicos, que brinden al usuario y a la ciudad, espacios comerciales de calidad que enriquezcan a los espacios urbanos y faciliten el desarrollo de las actividades comerciales y convivencia social.

*Por lo que respecta al programa arquitectónico, sí se contempla, mas no se le ha dado prioridad a las áreas de servicios, accesos, plazas ni áreas verdes, que por ley son necesarias.

*No se contempla un orden en cuanto a sus necesidades de higiene generando poca adaptación entre sus zonas húmedas, semi húmedas y secas.

*En la interacción del viento, con algunos elementos constructivos, como la zona de basura y bodega, no hay una correcta relación de éstos, lo que provoca una mala circulación de aire, y como consecuencia, malos olores.

*Dentro del nivel normativo, se necesita una intervención que no opaque el carácter ni la imagen del mercado, además de ofrecer las necesidades que por ley son necesarias, como higiene y seguridad.