

INFLUENCIA DEL ENTORNO EN LAS PERSONAS QUE NO COMPRAN DENTRO DE LA PLAZA DE LA 28

Autor: **Juan David Tapiero Ducuara**

juandavidtapierod@gmail.com

Universidad del Tolima

Director del trabajo: Andrés Francel

aefranceld@ut.edu.co

RESUMEN

Se mostrará qué tanto ingresan las personas al establecimiento de la plaza de la 28, según el análisis y el estudio del sector. Se desarrollarán técnicas y mejoramientos e intervenciones urbanas que ayuden al inmueble a obtener un valor histórico del patrimonio en Ibagué. Del mismo modo, se pretende potenciarla como un gran espacio de comercio para los compradores sin diferencias sociales ni económicas. Pretende potencializar su identidad como la plaza de la pescadería a nivel local, municipal y regional. Dejará de ser un escenario de miedo nocturno debido a que las fachadas aledañas se involucraran en la recuperación del inmueble y se apropiará del lugar.

Palabras clave: mercado, espacio público, ordenamiento territorial, patrimonio

ABSTRACT

We will show how the people enter in the market of the 28 St., according to the analysis and study of the sector. It will develop techniques, improvements, and urban interventions that help the property to obtain a historical value of the heritage in Ibagué. In the same way, this will be a great trading space for buyers without social or economic differences. It pretends to maximize its identity as the fish market at the local, municipal and regional level. It will cease to be a scenario of night fear because the surrounding facades will be involved in the recovery of the property and will appropriate the place.

Keywords: market, public space, territorial planning, heritage

Introducción

La presente investigación dará a conocer cómo por qué las personas no ingresan a la plaza de mercado de la calle 28 para comprar sus productos. Este es un inmueble de gran importancia debido que favorece la economía campesina. Cabe resaltar que la construcción en el sector no se utiliza de manera apropiada o zonificada para crear un equilibrio en el ambiente urbano.

Tiene como objetivo minimizar el impacto ambiental, prevenir y crear sistemas o técnicas que contribuyan a la preservación de las futuras generaciones. Este se implementará en la ciudad con un pensamiento crítico, proyectado a cinco (5) años. Se tendrán en cuenta los ecosistemas y el inmueble como principal establecimiento de comercio del entorno.

Se desarrollará con metodologías participativas que abarquen las observaciones, las experimentaciones y las validaciones con el fin de conservar el patrimonio y darle el mejor uso posible, para obtener el máximo rendimiento con el menor impacto posible en la comuna, debido a que los habitantes son el núcleo representativo que la fortalecerá de manera inmediata en la rentabilidad del inmueble.

Materiales y Métodos

Se llevaron a cabo unas entrevistas a comerciantes, compradores, vendedores regulares e irregulares y habitantes del sector. En su mayoría respondieron que no compraban en la plaza por pereza a ingresar, por los precios y por las características organolépticas en los productos. Sin embargo se investigó la cantidad de puestos que están actualmente en funcionamiento y se determinó un porcentaje tanto en ingresos como en egresos de los vendedores dentro del establecimiento.

Resultados

Espacios Comunes: Los espacios de zona común de la Plaza no están delimitados para dar el suficiente espacio a los clientes y por organización o zonificación. Un ejemplo, son los puestos de carnicería que se encuentra en los corredores igual a los de la papa. En la zona de la reja de acceso, donde se encuentran los comerciantes mayoristas, no se tiene una delimitación de cada uno de los puestos ni están estandarizados.

La Zona de Pescados: Este espacio está bien delimitado, pero es necesario que los camiones que transportan el pescado cumplan con los horarios respectivos y abandonen el lugar para que se realice la limpieza adecuadamente. Estos vehículos riegan el hielo descongelado, mezclado con sangre, lo que atrae a diversos insectos como moscas, contaminando la zona de comidas, que queda contigua a la zona de pescados.

Segundo Piso: Este lugar se encuentra desocupado. Se podría manejar como una zona de comidas, con los restaurantes alrededor y las mesas en el centro. Sería solución para las comidas que están alrededor de la plaza. Al subir estos puestos, se liberan los andenes perimetrales a la plaza de mercado, se favorece la accesibilidad y se pueden reubicar los comerciantes que están en los corredores internos.

Competitividad: Esta plaza es de media competitividad, con la salvedad de que es la central de compra de pescado y esta área se podría incentivar para convertirse en la central mayorista de este producto.

Materialidad: La plaza cuenta con una arquitectura atractiva y valiosa a nivel histórico y patrimonial, que puede ser dinamizada con redefiniciones que optimicen los usos y la relación simbólica con su entorno.

Discusión

La plaza de la mercado de la 28 es un patrimonio de la ciudad de Ibagué, según la ley 116 del 2000. El TEURA afirma que “las plazas de mercado se caracterizan como un nodo comercial de gran actividad los fines de semana y entre semana como días de mercado”. La plaza de la 28 es de una arquitectura moderna que se construyó en el año 1958, con el fin de que cada sector urbano tuviera una plaza de mercado, determinado por 7 cuadras (Francel, 2017) para que las personas se pudieran trasladar fácilmente sin utilizar transporte automotor. En 1959, el edificio del mercado fue entregado a las Empresas Públicas Municipales para su administración (Infibague, 2013). Tiene un área total de construcción de 1290 m² y está ubicada entre calles 28 y 29 y las carreras 4J y 4C en el barrio Hipódromo. A continuación se observara una planta de localización.

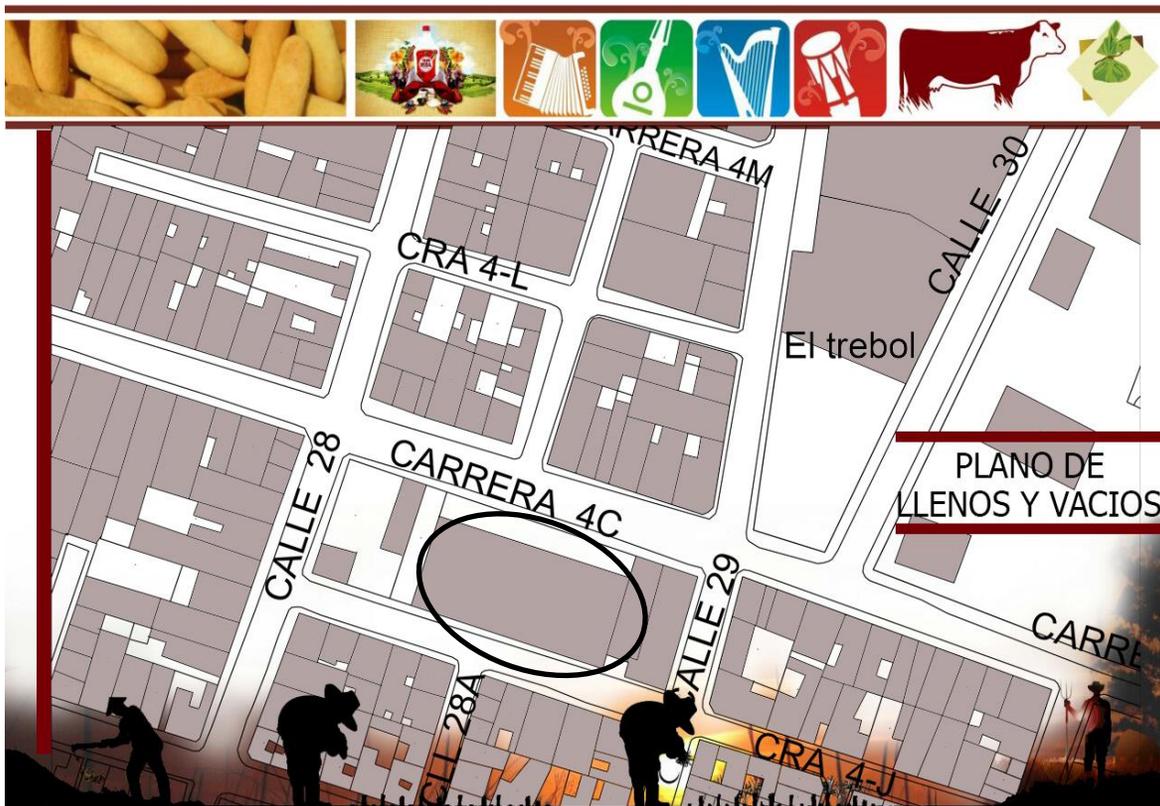


Figura 1. Planta de localización plaza de la 28. Elaboración propia (2017) a partir de datos de planeación municipal (2015).



Materialidad y Fachadas del Sector de la plaza de la 28. Elaboración propia (2017).



Materialidad y Fachadas del Sector de la plaza de la 28. Elaboración propia (2017).



Materialidad y Fachadas del Sector de la plaza de la 28. Elaboración propia (2017).

Los individuos que compran y que viven alrededor del inmueble, son de estrato 3, 4 y 5. Efectuando la compra diario o semanalmente. Los restaurantes tienen hábitos de compra irregulares y suelen adquirir sus productos semanalmente ya que su tiempo de compra es mayor a 60 minutos.

Tiendas o Supermercados, según la información suministrada por los vendedores dicen que “la mayoría de los propietarios viven en el mismo lugar de trabajo con su familia y consumen de su mismo negocio, razón por la cual sus visitas a la plaza son semanales para reaprovisionamiento”.

Igualmente, al realizar un análisis del entorno, se encontraron viviendas de uso mixto, con las mismas tipologías y con materiales como el granito lavado y las puertas comerciales. Existen viviendas con uso residencial exclusivo, con características Art Déco, como podemos observar en las siguientes imágenes.

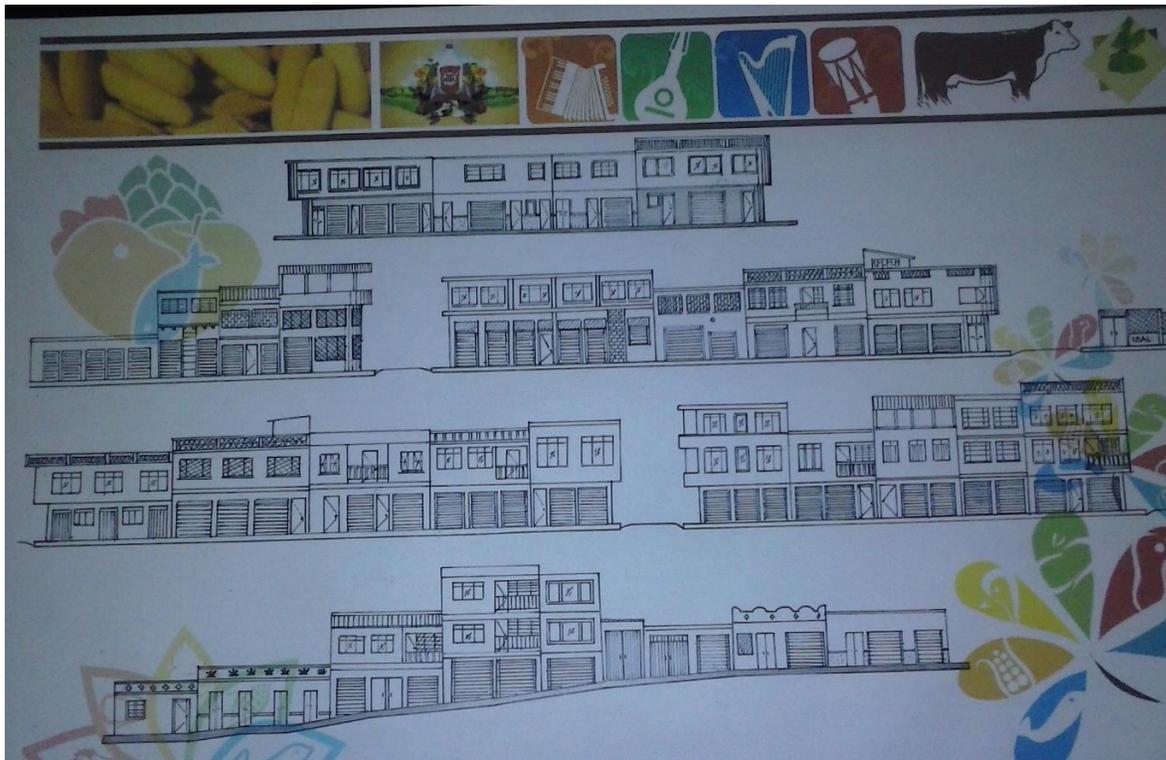
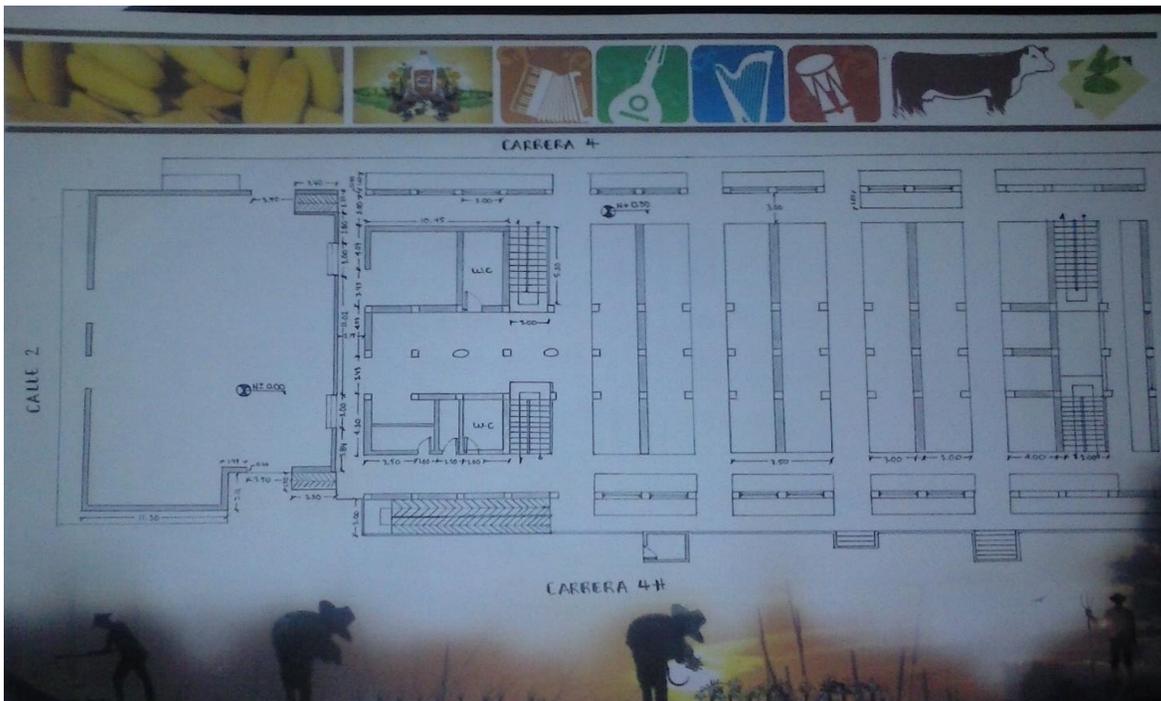


Figura 2. Alzados o Fachadas del Sector plaza de la 28. Elaboración propia (2017)

Clavijo, J. (2010), expresa que la gran mayoría de vendedores “prefieren ubicarse fuera del inmueble”, debido a que afuera pueden vender más rápido los productos y obtener un lucro más adecuado. De tal manera, La plaza de mercado del Hipódromo, cuenta con 273 puestos (Infibagué, 2010). Su construcción está realizada en dos pisos y cada piso cuenta con una altura libre de cinco metros aproximadamente. Contiene una batería para baños y una oficina para la administración. La siguiente imagen muestra la planta arquitectónica del primer piso del inmueble.



Planta Arquitectónica del primer piso de la plaza de la 28. Elaboración propia (2017).

La plaza de mercado la 28 tiene cimentaciones de hierro armado y concreto. Su estructura es en concreto reforzado y los muros en ladrillo. En sus fachadas posee calados o celosías en concreto para que el inmueble se iluminado y ventilado adecuadamente con respecto a su uso.



Fachada de la plaza de la 28 por la carrera 4. Elaboración propia (2017).











Cemento Esmaltado Color Rojo

Debido a la economía y una rápida terminación del establecimiento. Accedieron a utilizar este mineral como acabado del piso en la primera planta de la plaza de mercado

Piso Rustico

Por economía de la obra, decidieron dejar este acabado rustico con el fin de darle un uso futuro en la segunda planta.

Baldosa ceramica

Llegaron a obtener un acabado en cerámica en los andenes de la plaza de la 28. Con el fin de mejorar piso ya que se encontraba en deterioro.

Valoracion Estética del Inmueble

Granito

Se llevó a implementar este tipo de acabado como pañete debido a su fácil limpieza y para no crear gastos en la aplicación de pinturas o estucos a futuro y darle una textura en las fachadas

puertas comerciales

Por su ventilación, iluminación y economía se instalaron este tipo de puerta comercial para garantizar la seguridad del establecimiento, con un material duradero y resistente para cada acceso.

Calados en Concreto

Se utilizaron los calados de cemento para dar ventilación e iluminación al establecimiento, generando con esto un ritmo a los ventanales.

Ladrillo a la Vista

Por crear más locales, se buscó este material por su economía y su disposición en el mercado.



















Materialidad del inmueble. Elaboración propia (2017).



Materialidad de las viviendas del contorno. Elaboración propia (2017).



Planta de cubiertas de la plaza de la 28. Elaboración propia (2017).

Tiene una zona de cargue y descargue donde comercializan el pescado. Las vías de acceso al interior de la plaza se encuentran en buen estado. La zona para los desechos se encuentra localizado a un costado de la plaza, contaminando gran parte del sector con sus residuos. Cuenta con una bodega para el almacenamiento de productos, que utilizan como puestos de comercio.



Cuarto de basuras y escamadura de la plaza de la 28. Elaboración propia (2017).

La zona de basuras o de desechos genera un escenario de miedo y un impacto ambiental negativo tanto por olores como por la presencia de alimentos en descomposición. Al lado encontramos el lavatorio de pescado, en el cual los empleados arrojan las escamas al suelo o en las alcantarillas.

Actualmente solo se encuentra en funcionamiento la primera planta de la plaza, debido a que la mayoría de los vendedores expresan que "solo con el primer piso abastecemos el Hipódromo". Sin embargo, los domingos se habilita la plaza campesina en el segundo piso.

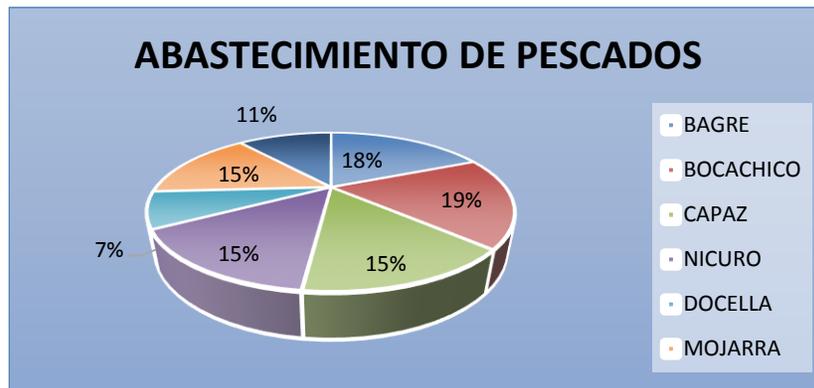


Segundo Piso de lunes a sábado. Plaza de la 28. Elaboración propia (2017).



Segundo Piso los domingos. Plaza de la 28. Elaboración propia (2017).

La plaza de la 28 se reconoce a nivel local, municipal y departamental como la plaza de la pescadería, que es el mayor producto que se distribuye y se comercializa, pues se abastece del Honda, famosa por su producción pesquera al norte del departamento del Tolima, creando con ella una conexión entre el norte, centro y sur del departamento. A continuación, se presentan las estadísticas de la compra de pescados (Infibagué, 2015).



Conclusiones

Es fundamental generar conciencia y apropiación sobre las construcciones de carácter patrimonial, como la plaza de mercado de la calle 28. Si le damos el valor que merece el inmueble, se logrará su recuperación y se volverá más rentable. Su uso no cambiaría, debido a que satisface a la comunidad y es un sitio estratégico para las interacciones sociales entre el campo, la ciudad y los municipios del departamento. Reubicar dentro del edificio a los comerciantes irregulares y concientizarlos de mantener y apropiarse del espacio, conducirá al fomento de la interacción social a partir del comercio campesino.

Agradecimientos

A Infibagué por la información otorgadas en las páginas web. También a Johana Rivas Clavijo, por sus conocimientos y la información suministrada en su libro *Diagnóstico de las plazas de mercado de Ibagué*.

Bibliografía

Francel, A. (2017). *El plan urbanístico Ibagué Futuro 1935*. Ibagué: Universidad del Tolima.

García Canclini, N. (13-16 de junio de 1989). ¿Quiénes usan el patrimonio? Políticas culturales y participación social. *Ponencia presentada en las Jornadas Taller: El Uso del Pasado*. Obtenido de <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31732059/39740485-Canclini-Quienesusanelpatrimonio.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1471476228&Signature=aHLUrYEWBY%2FxmAyfEgO4p1uR0zc%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D397>

García Valecillo, Z. (2009). ¿Cómo acercar los bienes patrimoniales a los ciudadanos? Educación patrimonial, un campo emergente en la gestión del patrimonio cultural. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 271-280. Obtenido de http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_9.pdf

Infibagué. (23 de agosto de 2010). *Plazas de Mercado*. Recuperado el 10 de octubre de 2017, de <http://www.infibague.gov.co>

Infibagué. (2010). *Plazas de Mercado en la ciudad de Ibagué*. Ibagué: Alcaldía Municipal.

Infibague. (2013). *Plazas de mercado*. Ibagué: Alcaldía municipal.

Infibague. (2013). *Plazas de mercado*. Ibagué: Alcaldía municipal.

Infibagué. (2015). *abastecimientos de la plaza de mercado de la 28*. Ibagué: alcaldia municipal.

Rivas Clavijo, J. (2010). *Diagnóstico plazas de mercado de Ibagué*. Ibagué.