



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA
CALIFORNIA
FACULTAD DE INGENIERÍA,
ARQUITECTURA Y DISEÑO**



Lic. En Arquitectura

**ARQUITECTURA EXPERIMENTAL, UN ESPACIO PARA EL
VALLE DE GUADALUPE**

Tesis presentada por alumna: Karen Beatriz Loera Díaz

Directora de tesis: Dra. Arq. Aurora García García de León

Programa Educativo de Arquitectura

Carretera transpeninsular Ensenada-Tijuana, número 3917, Colonia Playitas
Ensenada. B.C., C.P. 22860. Teléfono 646-1718735



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE INGENIERIA, ARQUITECTURA Y
DISEÑO



“Arquitectura Experimental, un espacio para el Valle de Guadalupe”

TESIS

PARA CUBRIR LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE

ARQUITECTO

PRESENTA

Karen Beatriz Loera Díaz
347858

A quien el Comité de Tesis autoriza el trabajo terminal, después de haber efectuado una revisión minuciosa del mismo y de acuerdo con el Art. 19 del R.G.E.P.E.P, las y los señores profesores emiten los siguientes votos aprobatorios mediante rubrica:

Dra. Aurora García García de León
DIRECTOR

Arq. Alejandro Candela Modesto
SINODAL

Arq. Walter Daniel García Moreno
SINODAL

Dra. Elvia Guadalupe Ayala Macías
SINODAL

Mtro. Miguel Ángel Cuesta Ortega
SINODAL

“Por la Realización Plena del Ser”

RESUMEN

En Valle de Guadalupe la economía detonadora se ha desarrollado de manera formal con restaurantes, hoteles, casas vinícolas, entre otros, y de manera informal con el comercio ambulante que se ha ido desplazando hacia las vialidades principales a falta de equipamientos que permitan el intercambio cultural de la región. Existe una disputa entre la imposición de la vitivinicultura empresarial y el comercio de la vitivinicultura local, ya sea por quienes lo crean, arquitectos e inversionistas, o quienes hacen de su uso cotidiano y la trabajan, dando por resultado espacios usados como medio de comunicación para el comercio e intercambio con el consumidor; dejando atrás equipamientos tan necesarios como los espacios públicos, donde una mayor diversidad de la población podría beneficiarse del progreso vitivinícola.

El objetivo es realizar un análisis socioespacial en la región donde se funda Valle de Guadalupe, ahora conocida como Delegación Francisco Zarco, para conocer las condiciones actuales de los productores locales y sus problemáticas sociales, así como sus necesidades espaciales; esto contribuirá a la estrategia de la propuesta arquitectónica que estudie el cómo concentrar los giros comerciales locales en un espacio público mediador entre el producto local y el visitante a través de la opinión de la comunidad.

Para ello se elaboró una consulta conformada por un cuestionario y se realizaron entrevistas con actores clave de la localidad. Este diagnóstico tiene la finalidad de promover una participación justa y equitativa entre las comunidades del sector vitivinícola, que reintegre las raíces regionales que expresan los productos locales mediante equipamientos públicos que beneficien a la comunidad y extienda el vínculo entre el local, el visitante y la cultura regional para consolidar en la región esta industria cultural.

El siguiente objetivo es presentar que la herramienta ideal para acentuar las características del entorno natural que, a su vez, permita conversar con el local para que este recupere su papel como actor principal es la Arquitectura Experimental; es la clave para empezar a restaurar la armonía espacial ante la falta de espacios públicos que ha ido creciendo en los últimos años en la región. Recuperar el espacio público y regenerar lazos con la comunidad es lo que subraya la Arquitectura Experimental a través de su singularidad.

Palabras clave: *espacio público, análisis, comunidad, Francisco Zarco, local.*

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, mis más mayores amores. Tengo grandes expectativas gracias a ustedes.

A mi novio, Ernesto, quién me enseñó a cruzar el mundo.

A mis amigas, Fernanda y Marla, quienes nunca dejaron de soñar conmigo.

A mi amiga Natalia, quien me salvó en medio de la crisis renderística.

A mis asesores, Arq. Alejandro Candela y Arq. Walter García, quienes revolucionaron mis principios de diseño arquitectónico, no solo en esta tesis, sino, a lo largo de mi carrera universitaria.

Con profunda admiración, agradezco a mi directora de tesis, la Dra. Aurora García, por su paciencia a través de estos años, porque nunca dejó que mis preocupaciones ganarán y quién sin duda, me enseñó la gran pasión hacia la investigación arquitectónica.

A la Dra. Elvia Ayala, por ayudarme a altas horas de la noche con sus magníficas recomendaciones.

A todos aquellos que no dejaron que me rindiera ante esta gran meta.

Y a esa pequeña niña, quien soñaba despierta, lo estamos logrando.

ÍNDICE
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1 Generalidades	8
1.1 Antecedentes históricos de la zona.....	8
1.2 Problemática	12
1.3 Objetivos	16
1.4 Hipótesis	16
1.5 Justificación	16
1.6 Metodología	17
CAPÍTULO 2 Marco teórico.....	19
2.1 Marco teórico conceptual	19
2.2 Arquitectura Experimental.....	19
2.3 Tendencias Arquitectónicas en el Valle de Guadalupe.....	21
2.4 Tipología del proyecto: el Mercado Local.....	23
CAPÍTULO 3 Marco Referencial Contextual.....	25
3.1 Ubicación Geográfica	25
3.2 Localización	26
3.3 Aspectos físicos artificiales	30
3.3.1 Traza Urbana.....	30
3.3.2 Usos de suelo	31
3.3.3 Vialidad y transporte	33
3.3.4 Equipamiento Urbano	34
3.4 Aspectos físicos naturales	35
3.4.1 Características climáticas	35
3.4.1.1 Temperatura	35
3.4.1.2 Vientos.....	35
3.4.1.3 Precipitación pluvial y humedad	36
3.4.2 Geología	36
3.4.2.1 Geología estratigráfica.....	37
3.4.2.2 Geología estructural	37
3.4.3 Hidrografía	37
3.4.4 Edafología	38
3.4.5 Flora y fauna	38
3.5 Aspectos físicos perceptuales.....	39
3.5.1 Imagen Urbana	39
3.5.2 Vistas principales y contaminación	40
3.5.3 Ejes de diseño	40
3.5.4 Espacio no visual	41
3.6 Aspectos socioculturales.....	42
3.6.1 Demografía	42
3.6.2 Grupos étnicos.....	42
3.6.3 Consulta local	43

CAPÍTULO 4 Anteproyecto arquitectónico	49
4.1 Descripción del proyecto.....	49
4.2 Análisis comparativo de casos análogos	49
4.2.1 Caso Análogo Regional: “Los Globos”	49
4.2.2 Caso Análogo Nacional: Mercado de Artesanías Tlaxco	52
4.2.3 Caso Análogo Internacional: “Mercado de agricultores de Tula”	54
4.3 Análisis fotográfico del sitio.....	57
4.4 Análisis del sitio.....	59
4.5 Programa de Necesidades.....	61
4.6 Programa Arquitectónico.....	64
CAPÍTULO 5 Proyecto Arquitectónico.....	66
5.1 Reflexión final.....	66
5.2 Láminas del Proyecto Arquitectónico	68
CONCLUSIONES	71
REFERENCIAS.....	72
ENTREVISTAS	76

Introducción

El Valle de Guadalupe ha sido puesto en el mapa en la última década debido a recientes proyectos turísticos como casas vinícolas, restaurantes, hoteles boutique y museos. Actualmente, durante todas las estaciones del año, la calidad de vino y gastronomía atrae a miles de visitantes, lo cual es un punto de partida para inversionistas y arquitectos para iniciar un sinnúmero de diseños arquitectónicos que poco a poco han ido transformando el uso público del espacio al privado.

Los paisajes exorbitantes de la tierra del vino tienen las características para un desarrollo arquitectónico que ha ido evolucionando la construcción local. En ese sentido, la Arquitectura Experimental tiene el objetivo de despertar sensaciones en el ser humano mediante metodologías que estudian el medio natural y el medio artificial, se basan en hacer prueba-error en el diseño de espacio y forma, y experimenta con materiales y sin excepción a quien vaya a hacer uso del espacio; esta arquitectura es la base para adentrarnos a un proyecto que se enfoque en revitalizar la arquitectura dentro del Valle de Guadalupe y con una visión hacia el uso público.

“La arquitectura, a pesar de ser expresión cultural de un pueblo, por su imbricada relación con el mundo material y de consumo, ha transitado otros caminos, muchas veces ajenos y alejados de su vocación cultural”. Es así como lo afirmó Alicia González (Bautista 2016). La Arquitectura Experimental tiene el discurso ideal para canalizar el flujo turístico-empresarial que ha aproximado al “branding urbano” dentro de la zona rural del Valle de Guadalupe y reactivar las relaciones interpersonales de la región.

El deterioro del paisaje e imagen urbana de la región, la falta de conservación de costumbres y tradiciones y la oferta limitada de equipamiento, son los problemas contrastantes de Valle de Guadalupe frente al despampanante desarrollo turístico que lamentablemente pierde su significado con la proliferación de edificios emblemáticos difundidos a través de redes sociales. La construcción pública dentro de la región se ha ido deteriorando, que ciertamente puede llegar a la pérdida del valor mexicano rural. Las formas de apropiación del habitante local se han ido manifestando por medio del comercio ambulante, empleándose para empresas extranjeras o simplemente haciendo el trabajo disfrazado por una imagen comercial con el objetivo simple del consumo, ajeno a las verdaderas raíces mexicanas y las dinámicas auténticas locales.

El fin de este trabajo es profundizar en la problemática por medio de una consulta que se aplicará a los agentes locales para mediar una apropiación y consolidación del espacio arquitectónico por parte del público, obtener respuestas más apegadas a la realidad sobre las necesidades del local, para que sea materializado mediante el diseño arquitectónico, que sea abierto al diálogo con la población para que se vuelva 100% público y que se vea reflejada la expresión cultural de la región en armonía con la actividad turística. Recuperar la marca rural proveniente de la región y lograr satisfacer las necesidades del usuario, vincularlo al medio ambiente natural y orientarlo a la experiencia agudizando sus sensaciones, garantizando el sentido de apropiación e interactuando con el espacio.

CAPÍTULO 1 Generalidades

1.1 Antecedentes históricos de la zona

“El Valle de Guadalupe de 66,000 hectáreas es una composición, resultado de la mezcla e interacción de diferentes culturas e identidades.” (Santos 2017, pp.20)

Misiones en Valle de Guadalupe

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 1

Ruinas de misión Nuestra Señora de Guadalupe Norte.



Nota. Ilustración tomada de The Spanish missions on the California Peninsula por McDonald, M. 1949.

Se establece que entre 7 y 10 mil años antes de nuestra era, llegaron los primeros pobladores a Baja California; suceso que dio pie a que tiempo después llegaran los seminómadas nombrados kumiai; uno de sus legados es la lengua kumiai, que a pesar después de tantos años aún se puede valorar en las calles de la región, practicado por los kumiai o personas con segundos idiomas.

En 1795 el valle fue bautizado como “San Marcos”. El 25 de junio de 1834, se fundó la misión de Nuestra Señora de Guadalupe de Norte, que dio origen al actual Valle de Guadalupe. En 1840, la misión de Nuestra Señora de Guadalupe de Norte fue destruida por los Kumiai, y por consiguiente, fue abandonada. En 1845 fue construida una iglesia de adobe y se inició a practicar la agricultura, como uva, pera, y albaricoque, al igual que el ganado, siendo su máxima actividad (Lazcano, 2012). La misión llegó a tener aproximadamente 400 habitantes. La primera vez que se cultivó vid en Valle de Guadalupe se data entre 1880 a 1887 por el geólogo Percy Berré, con el fin de vender uva a Bodegas Santo Tomás. Dentro de los cultivos principales practicados a finales de la década de los 80's aparte del vino, está el olivo y cultivos frutales (Santos, 2017).

Entre 1904 y 1906 llegaron migrantes rusos, llamados Molokanos, tras un acuerdo entre el gobierno de Porfirio Díaz y la Compañía Rusa Colonizadora de 50 años más una prórroga de cuatro. Es así como lo describe Moisés Santos Mena (en Leyva y Espejel, 2013) para trabajar la tierra del Valle de Guadalupe, quienes trabajaron satisfactoriamente el trigo, cebada, alfalfa y frutales. Su manera de aprovechar los recursos del ganado trabajado era usar las plumas para cobijas, almohadas, colchones y ropa personal. La creatividad que desarrollaban los molokanos se definía principalmente en satisfacer sus necesidades básicas, elaboraban pan, queso, leche, mantequilla, etc. (Santos, 2017). La herencia cultural del Valle de Guadalupe incorpora la huella de los rusos que se puede apreciar en museos dentro de la región.

Los años 50's en Valle de Guadalupe

Ilustración SEQ Ilustración 1* ARABIC 2

Paisaje en Valle de Guadalupe.



Nota: Ilustración tomada de *El Valle de Guadalupe* por Bassols, A. 1959.

El 10 de junio de 1958, arribaron entre 1,000 y 3,000 personas a Valle de Guadalupe de distintos sitios del estado, entre ellas se encontraban extrabajadores de TYCSA (compañía Transportes y Caminos S. A), grupos de UGOCM (Unión General de Obreros y Campesinos de México), habitantes de Ensenada, Valle de Mexicali y algunos del interior del país por lo que la vida de los locales cambió totalmente.

Para reclamar las parcelas, las personas colocaron banderas nacionales (sello característico de las acciones implementadas por la UGOCM), ya que la mayoría de las tierras les pertenecían a los rusos, los solicitantes justificaban sus peticiones como un derecho legítimo, ya que dichas tierras estaban en manos de “extranjeros” (Ruiz, 2004). Los colonos rusos proclamaban el riesgo de desaparecer al momento de perder sus tierras, afirmaba el periodista Fernando Jordán en 1949, mismo quien el 2 de enero de 1950 hizo un reportaje que despertó polémica a la población, publicado en *El Diario de Ensenada* donde tituló a ocho columnas: “Desaparecerá la colonia de Guadalupe”. Los rusos también externaban la preocupación de que las tierras fueran mal trabajadas con la razón de que quienes las reclamaban no eran agricultores.

Pero los propietarios, mostraron su disgusto y se expresaron en el periódico *El Heraldo de Baja California* el día 11 de julio de 1958, con el título “Despojo de tierras a los colonos del Valle de Guadalupe”.

Braulio Maldonado tenía en cuenta tres características de valle para industrializar el agro (Ruiz, 2004):

- 1) Las condiciones naturales del valle en cuanto a clima y suelo.
- 2) Ubicación geográfica que le daba un carácter estratégico para comercializar, nacional e internacionalmente, los productos obtenidos dada su cercanía con el puerto de Ensenada y la proximidad con el mercado del sur de California.
- 3) Braulio Maldonado tenía propiedades en el valle, lo que induce a pensar que también había un interés personal.

En agosto de 1959, Braulio Maldonado expropió 107 has de terrenos, que fueron repartidos a los peticionarios. Los propietarios, 7 rusos y 4 mexicanos fueron afectados y nunca pudieron volver a tener sus tierras; los colonos rusos fueron a emigrar al sur de California tras ser afectados por la toma de tierras (Ruiz, 2004).

Este suceso fue el punto de partida para dividir lotes y delimitar áreas para espacios públicos, y la superficie para un futuro crecimiento. Francisco Zarco fue delimitada en forma de polígono, y el área urbana fue dividida por predios repartidos a los solicitantes. La Calle Principal fue bautizada por “10 de julio” para memorar el día de la toma de tierras.

La Vitivinicultura del Valle de Guadalupe

En el ejido El Porvenir se realizaron siembras de hortalizas y vid, que fueron vendidas a Bodegas de Santo Tomás. Esteban Ferro Binello, fue el enólogo de Bodegas Santo Tomás, quien introdujo la viticultura industrial al Valle de Guadalupe y desde entonces se convierte en actividad principal socioeconómica en la región.

A principios de los años 70, gracias al establecimiento de la agroindustria de la vitivinícola “Casa Pedro Domecq” se formaron empleos para los habitantes de Francisco Zarco.

En el año de 1980 tuvo un impulso la actividad vitivinícola, a tal grado que en 1990 recibe el nombre de La Ruta del Vino.

Para el año 1992 surge la Estación de Oficios El Porvenir, conocida como “La Escuelita”. Una especie de taller que también fue vinícola donde los campesinos de la región podrían aprender sobre la viticultura y que posteriormente se fueron convirtiendo en pequeños productores. Se podría considerar un paradigma de la arquitectura del reciclaje, pues fue el primer experimento registrado que rescató y reincorporó a la construcción materiales de desecho de la propia fabricación del vino.

En este experimento arquitectónico se pretende dignificar no sólo el oficio sino los materiales mismos, que en otro contexto (como en la autoconstrucción, por ejemplo) adquirirían otras dimensiones simbólicas. En este sentido “La Escuelita” se puede considerar como un punto de inflexión,

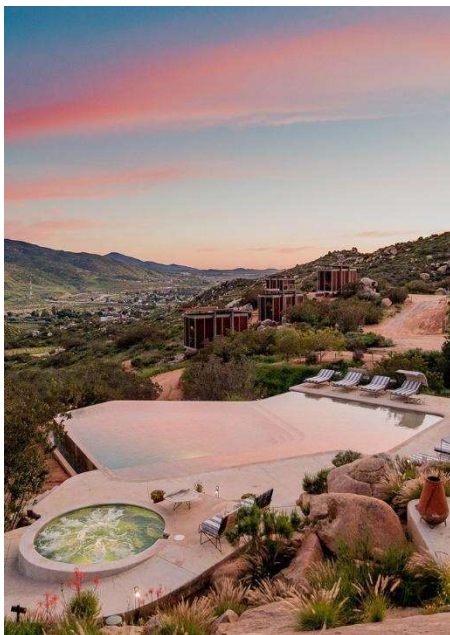
pues antes de su creación eran tan solo los tres latifundios de productoras antes mencionados los que comercializaban un producto de incipiente calidad que no participaba dentro del mercado de alta gama. La tierra pasa a productores locales, con lo cual se reconoce en la Estación de Oficios un esfuerzo por vincular el vino con la ciudad y fomentar la viticultura en comunión con su gastronomía a través de la promoción del maridaje en el lugar en el que los productos se fabrican y consumen. A este hecho habría que añadirle la llegada del chef Benito Molina a Santo Tomás y el movimiento cultural que ésta casa vinícola encabeza, lo cual repercutiría en la configuración del primer circuito culinario en el centro de la ciudad y las ya instituidas Fiestas de la Vendimia (1991) (García y Rivera, 2019, pp 277).

El “boom” turístico en Valle de Guadalupe

En 2006 La Ruta del Vino se ha denominado “producto turístico temático”, descrito en el artículo La Ruta del Vino de Baja California por Quiñonez *et al* (2006) lo describe como:

Productos comercializables que se basan en la construcción de experiencias para el visitante, ligadas a servicios o productos especializados que pueden ser ofrecidos como posibles, sin prestar una fuerte consideración al entorno socio-territorial más amplio en el que tienen lugar. Dichas ofertas están vinculadas, a sitios, instalaciones o prestadores de servicios particulares y son productos antiguos en el mercado (Quiñones, Bringas, Barrios, 2006, pp18).

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 3
Encuentro Guadalupe (Real Estate)



Nota: Ilustración tomada de *Encuentro Collection*. 2020.

El turismo posiciona al desarrollo del Valle de Guadalupe por medio de espacios que ofrezcan productos locales culturales, servicios como degustación del producto del establecimiento, platillos gastronómicos, ranchos con espacios familiares, museos, hoteles boutique, barras con expertos en mixología, etc. Una muestra de ello es que para el año 2012 es inaugurado el Museo de la vid y el vino.

Desde hace más de tres décadas, a principios del mes de agosto se celebra las fiestas de la vendimia, donde por alrededor de tres semanas se disfruta de las mejores degustaciones, catas, conciertos y eventos culturales, que concluyen con uno de los pocos eventos gratuitos en el corazón de Ensenada, la Antigua Bodega Santo Tomás, con la verbena popular.

Cabe mencionar que Ensenada en el año 2015 fue nombrada Ciudad Creativa por la UNESCO; las principales actividades culturales del puerto son la pesca y la maricultura, agregando el plus de ser el “mayor productor de vino de la región, produciendo el 90% del vino del país en más de 500 etiquetas y 50 bodegas” (UNESCO, 2015). El gran triunfo de la gastronomía ensenadense es celebrado nuevamente por la UNESCO, de manera que el municipio tiene el valor de ser “Ciudad Creativa de la Gastronomía”.

La Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco), la Secretaría de Fomento Agropecuario (Sefoa) y la Secretaría del Turismo del Estado (Secture) –que ha apoyado a incrementar/promover un calendario para eventos– formaron el “Cluster del Vino” para impulsar la promoción e inversión vitivinícola de la región como el Sistema Protocolo Vid, Provino, Asociación de Vitivinicultores y Amigos del Valle. Organizaciones de gobierno federal como la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, incluidos en el clúster, promueve la comercialización de los productos de la zona (Quiñonez et al, 2006). Así mismo, el CONACyT promueve, por medio del Consorcio para el Desarrollo del Sector y Las Regiones Vitivinícolas (2018) la colaboración científica para innovar en este sector.

Los antecedentes confirman las tradiciones y culturas que ha ido hilando la población del Valle de Guadalupe a través de los años en esta gran evolución de la vitivinicultura y el turismo. Los cambios de que han sufrido las tierras de Francisco Zarco exigen espacios donde no se pierda el significado del tejido cultural y se transmita el valor regional trabajado por el local.

Esta tesis tiene la finalidad de desarrollar una propuesta arquitectónica que reintegre el valor cultural y social de la comunidad, y ponga énfasis en el hecho de que el Valle de Guadalupe se desarrolló gracias ejidatarios, rancheros y colonos siendo una pequeña propiedad y pequeños productores de la tierra, donde finalmente sus productos sean mostrados como un conjunto de bienes culturales que generan valor agregado al territorio de la Delegación Francisco Zarco, en Ensenada, Baja California.

1.2 Problemática

Planteamiento del problema

La esencia del Valle de Guadalupe desde su inicio ha sido el entorno natural, que enfatiza tranquilidad y calidez al habitante, convirtiéndose en un lugar privilegiado con ambientes gastronómicos, de viticultura y arquitectura, por lo que los únicos linderos son el contexto natural. En los últimos años el Valle de Guadalupe ha llamado la atención al turismo, despertando la inquietud de saber cómo es la experiencia en la región, lo cual ha potenciado de manera exponencial la proliferación de establecimientos para la fabricación, guarda y consumo del vino, así como para la hostelería y pernoctación de sus visitantes.

En la región existe una tendencia arquitectónica popularmente asociada con el estilo “valle”, la cual hace contemplaciones a espacios verdes, rústicos y experimentales

que no te ofrecen en un entorno urbano. El espacio poco a poco se ha ido privatizando por medio de comercios, accesos controlados, vallas, establecimientos de carácter turístico, o espacios donde se tiene que consumir a elevados precios para permanecer en el sitio. Algunas de estas construcciones rompen con el equilibrio de la imagen rural que redireccionan el interés del espectador por el ambiente tranquilo a un punto orientado por edificaciones fuera del contexto natural.

Dentro del “boom” del turismo es importante hacer hincapié en el trabajo del local¹, uno de los atributos incuestionables del valle, el cual no siempre es apreciado o no se ve integrado en la economía, la vida social y el ambiente del valle en los últimos años. Lo que se puede cuestionar, después de la experiencia turística es: ¿dónde está la identidad del local dentro del crecimiento de Valle de Guadalupe? La esencia de la región, la huella del local en la arquitectura, su trabajo, su experiencia, ¿dónde está? La evidencia de la derrama económica que el turismo está dejando, en su mayoría, son actividades y espacios para las personas que vienen y nos visitan, más no para el local que trabaja la tierra.

Las calles de Valle de Guadalupe han sido influenciadas por el éxito de las empresas que ofrecen servicios de alimento y bebida, entre otros. La falta de regulación del uso de suelo de la región provoca el crecimiento de comercio informal en las calles, siendo así, en la actualidad los mismos habitantes lo ven como parte de su cotidianidad y se asume que es normal (Hernández, s/f). El comercio ambulante que se forma por parte del local da una percepción diferente a la experimentación de espacio-forma, ya que no existe un espacio público formal, sino carpas que albergan los productos que son trabajados por las manos de los productores locales y que se diferencia claramente de los productos de los empresarios, que se comercializan hasta en establecimientos privados gestionados por personas foráneas.

La región del Valle de Guadalupe tiene aproximadamente 8,000 habitantes en donde se identifican carencias de carácter urbano como, por ejemplo: desabastecimiento de agua potable, drenaje y alumbrado público; falta de pavimentación, seguridad pública, plantas de tratamiento de aguas negras, entre otros (Cervantes, 2018). Hay un crecimiento desordenado al observar un desarrollo inmobiliario incompatible con el uso de suelo eminentemente agrícola y de conservación, que además sobrepasa el Coeficiente de Ocupación del Suelo (COS) urbano de baja densidad principalmente por parte de empresas con giro turístico con beneficio exclusivo para los grandes empresarios, dejando fuera del mapa a los residentes rurales, quienes junto con vendedores foráneos han propiciado el comercio ambulante sin ninguna regulación ni alternativas viables por parte de la autoridad municipal.

¹ La palabra “local”, en este contexto, se atribuye al grupo de ciudadanos (originarios, migrantes, descendientes) que habitan en Valle de Guadalupe quienes destacan la historia y cultura vitivinícola, y que, en suma, ayudan a comprender las herencias que han quedado por diferentes generaciones.

Ejemplos de corrupción han marcado la historia del Valle de Guadalupe, como es la pavimentación de la calle hacia el rancho vinícola del exgobernador Francisco Vega de Lamadrid (2013-2019), mientras que los residentes locales de Francisco Zarco, San Antonio de las Minas y el Porvenir, han vivido por años con vialidades de terracería. Es una pobreza que experimentan los que trabajan para los vitivinicultores, una sobreexplotación hacia la región del valle que se ha estado incrementando con la promoción, inversión y desarrollo en la que se ven involucrados empresarios, inversionistas y políticos (Cervantes, 2018).

El agotamiento de los mantos acuíferos es otro problema sumamente grave ya que, mientras que los empresarios hacen lagos artificiales en sus vinícolas, los locales tienen que pagar \$300.00 MXN a la pipa por 200 litros de agua potable. “Esto no es justo, es una burla, y más cuando las personas beneficiadas vienen de fuera del valle y solo han llegado para aprovecharse de los recursos de todos.” – comentan los ejidatarios (Aguirre, 2019).

Ante la presentación del Programa Sectorial de Desarrollo Urbano Turístico de los Valle Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada, los residentes del valle se mostraron inconformes con la explicación que solo favoreció a los grandes empresarios de la industria del vino (Aguirre, 2019). Con este Programa Sectorial se entiende que existe un sinfín de investigaciones que culminan en propuestas para el Valle de Guadalupe que luchan por regularizar su crecimiento y han pasado por las manos de varios gobiernos sin encapsular exitosamente el valor agrícola de la región con el avance turístico, incitando que queden en el olvido todos estos escritos provocando la incapacidad de su aplicación al momento de una nueva construcción en la región.

Es así tras tanta insistencia por parte de los habitantes y la comunidad académica local, de empresarios vitivinicultores, entre otros participantes, el viernes 27 de septiembre del 2019 el Cabildo del XXII Ayuntamiento aprobó la creación del Reglamento de Zonificación y Usos de Suelo para el Programa Sectorial del Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada, Baja California. Pero tras la pandemia y sin saber la fecha de pausa por escrito, se encuentra suspendido el Reglamento del Valle, entonces, los avances significativos que logra la ciudadanía siguen siendo frenados por la negligencia y la impunidad.

Hay un déficit de espacios públicos que caracteriza a la región, análisis que se hizo en El Porvenir en enero del 2016 por parte del SPA (Secretaría de Protección al Ambiente) con la participación de la población de El Porvenir, Francisco Zarco y San Antonio de las Minas; entre los déficits está: presencia de usos incompatibles con la vocación de la región, falta de actividades productivas alternas, arribo de empresas ajenas al de uso de suelo (Gestión Costera S.C. para el PAERV-VG, 2015). Otros déficits localizados en Francisco Zarco son: plaza cívica abandonada con un quiosco en malas condiciones y juegos infantiles oxidados, canchas deportivas con instalaciones en mal estado, falta de andadores peatonales.

Ilustración 4

Juegos infantiles en Francisco Zarco.



Nota: Ilustración tomada por Loera, K. 2019.

Ilustración 5

Plaza Cívica en Francisco Zarco



Nota: Ilustración tomada por Loera, K. 2019.

En el Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino), Baja California, actualizado en 2018, se admite en el apartado de Síntesis de la Problemática en el punto número 6 que hay una “Falta de Integración de la Población en la Economía del Valle”, que recapitula la falta de igualdad y justicia que existe hacia la comunidad en el Valle de Guadalupe. En el apartado de estrategias para resolver el punto número 6 del Programa mencionado anteriormente, se tienen líneas de acción para lograr un equilibrio entre el desarrollo turístico y el desarrollo local en el Valle, las cuales se observan en la siguiente tabla:

Ilustración 6

Tabla 12 Programación de equipamiento

LINEA DE ACCION	UBICACION	PRIORIDAD	PLAZO	UNIDAD	INVERSION (Millones de pesos)
Construcción de unidad de educación preescolar	Francisco Zarco	Alta	Largo	módulo	3.45
Construcción de telesecundaria	Francisco Zarco	Alta	Largo	módulo	2.48
Construcción de biblioteca pública municipal	Francisco Zarco	Alta	Largo	módulo	0.91
Construcción de casa de cultura	San Antonio de la Minas, El Porvenir y Francisco Zarco	Alta	Mediano y Largo	módulo	15.92
Construcción de centro social popular	San Antonio de la Minas, El Porvenir y Francisco Zarco	Alta	Mediano y Largo	módulo	5.25
Construcción de centro de desarrollo comunitario	Francisco Zarco	Alta	Largo	módulo	3.27
Construcción de mercado	El Porvenir y Francisco Zarco	Alta	Largo	módulo	19.37
Construcción de plaza cívica	Francisco Zarco	Alta	Largo	módulo	1.98
Construcción de jardín vecinal	San Antonio de la Minas, El Porvenir y Francisco Zarco	Alta	Largo	módulo	2.70

Nota: Tabla tomada de Programa Sectorial de Desarrollo Urbano Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino), BC. por IMIP. 2013.

Ante este planteamiento de las problemáticas más apremiantes de esta región, se hace pertinente la participación de la arquitectura para dar solución y lograr la participación justa y equitativa de las comunidades en el desarrollo del sector vitivinícola. En particular se hace visible en la Delegación Municipal Francisco Zarco, una de las tres comunidades rurales que conforman el Valle de Guadalupe, en donde se rescatan los vestigios fundacionales de la zona mencionados a continuación: Museo Comunitario Ruso y Museo de Nuestra Señora de Guadalupe del Norte.

1.3 Objetivos

- 1- Identificar las necesidades y problemáticas socioespaciales de los agentes locales.
- 2- Interpretar los valores de la Arquitectura Experimental incorporados a la experiencia del Valle de Guadalupe que permiten el vínculo con el lugar.
- 3- Promover la conservación de costumbres y tradiciones de la región, mediante una propuesta de diseño arquitectónico que responda al contexto, donde su usuario principal sea el local.

1.4 Hipótesis

La propuesta arquitectónica de equipamiento público mitigará la falta de integración entre el contexto natural, urbano, social y cultural de la región y el desarrollo de la industria vitivinícola por medio de propuestas de diseño que incluyan la participación de los agentes culturales y locales. Identificará en primer plano las necesidades cambiantes naturales, físicas y/o sociales de la región a nivel público, propiciando sensaciones de pertenencia y apropiación a través del espacio comunitario, formas empáticas y materiales. Proponiendo una arquitectura/urbanismo que interactúe con la realidad del local y su ambiente.

1.5 Justificación

La falta de vinculación entre las raíces regionales con la expresión del trabajo del local, aunado al déficit de espacios públicos y equipamientos, son aspectos de carácter urbano-arquitectónico que consideramos se puede mitigar con la construcción de un mercado local. Sustentado por el Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del municipio de Ensenada, se propone un proyecto arquitectónico que impulse el valor cultural del Valle de Guadalupe mediante múltiples espacios que permitirán el reflejo de la labor local. El regenerar la economía local y darla a conocer es el parteaguas para realizar un diseño de espacio público inspirado en el contexto natural, artificial y social, en donde se logre una confección de productos locales en un sinfín de variedad que expongan la esencia rural del Valle de Guadalupe con impacto en la atracción de los visitantes que cohabiten este espacio en armonía con los locales. El objetivo del mercado es hacer la invitación a los locales a presentar su esfuerzo por el producto cultural que deseen dar a conocer y a la vez, que logre una

experimentación espacial arquitectónica, en donde genere a su alrededor mejoras de carácter urbano, de infraestructura y otros proyectos que beneficie a la comunidad, el cual genere interacción social, donde se extienda un vínculo entre el local, el visitante y la cultura regional, que sea una industria cultural². “El desarrollo como tal es inseparable de la cultura” (UNESCO, s/f).

La problemática de la regulación del uso de suelo atravesó un recorrido por medio de oleadas, nombradas así por Andrés Blanco en una entrevista hecha en febrero de 2020, en donde la primera oleada en la historia del Valle de Guadalupe es denominada como la “ilusión”, y la segunda como “competencia”. Blanco describe estas etapas como la oportunidad perfecta para iniciar un proyecto para fomentar y sostener la cultura de la región, inversión que se expresaría mediante el aprendizaje de los locales a través del gran desarrollo del Valle de Guadalupe.

Las características de la Arquitectura Experimental le añaden valor al proyecto arquitectónico de mercado local, en donde este tipo de arquitectura logra catalizar el carácter urbano al identificar al paisaje natural y cultural, activa los puntos favorecedores del contexto artificial e integrado esencialmente a la comunidad, donde la experiencia del usuario es el punto indudablemente focal. Trabajar desde un proyecto para reflejar un pedacito de vida de la región hasta la actividad que se realizará dentro del establecimiento es un granito de arena para la historia de la localidad del Valle de Guadalupe.

1.6 Metodología

Fase conceptual

- 1- Elaboración de marco-teórico conceptual de Arquitectura Experimental.
- 2- Análisis crítico de una selección de espacios arquitectónicos en el Valle de Guadalupe.

Fase de investigación

- 1- Estudio documental (bibliográfica, periodística, etc.) y de campo (entrevistas, observación participante) de la región del Valle de Guadalupe ante el desarrollo turístico.
- 2- Investigación y definición de las necesidades y problemáticas de la región que requieran una solución de carácter arquitectónico.

² La expresión "industrias culturales" abarca aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos productos normalmente están protegidos por propiedad intelectual y pueden tomar la forma de bienes o servicios. El concepto de industrias culturales, también llamadas "industrias creativas" o industrias de contenidos incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños. Para algunos países, este concepto también abarca la arquitectura, las artes visuales y de performances, deportes, manufactura de instrumentos musicales, anuncios y turismo cultural.

Fase de propuesta

- 1- Selección del tipo de equipamiento público a desarrollar
- 2- Desarrollo conceptual
- 3- Desarrollo de propuesta arquitectónica/urbana a nivel anteproyecto.

CAPÍTULO 2 Marco teórico

2.1 Marco teórico conceptual

La Arquitectura Experimental despierta una emoción, crea un conocimiento colectivo basado en la experiencia del ser humano que provoca el espacio arquitectónico diseñado en contacto con el medio físico, natural e interactuando principalmente con el usuario, del cual se obtienen datos con el fin de mejorar, aumentar y multiplicar la eficacia y las posibilidades sociales (Chinchilla, 2009).

De la experiencia proviene el empirismo, la cual es una teoría filosófica que surge en la edad moderna, el empirismo está ligado a la percepción sensorial con el objetivo de formar conocimientos a la persona, los cuales son admitidos siempre y cuando sean aprobados por la *experiencia*, y la experiencia repetida de ciertas situaciones nos ofrece un criterio para conocer las cosas o situaciones (Alcoberro, s/f).

El Valle de Guadalupe ha tenido una metamorfosis que logra marcar éxitos en la historia de la región, misma que ha aventajado el desarrollo de la producción del vino, por lo cual, la curiosidad que acerca al visitante a este ambiente alcanza a exigir el conocer las raíces de la vitivinicultura, un empirismo que es trabajado por medio de los pequeños comercios de los locales, la industria del vino, gastronomía enmarcada por arquitectura regional, entre otros y que en definitiva fomenten sensaciones en sintonía con la labor de la localidad, creando una experiencia propia de la región del Valle de Guadalupe.

2.2 Arquitectura Experimental

Es la arquitectura que cuestiona los conceptos y limitaciones, está comprometida con la experimentación a la forma, los materiales, tecnología, la metodología de construcción, e incluso la estructura social. Era el título de un libro de Peter Cook publicado en 1970 en Londres, que identificó a ciertos arquitectos, incluyendo Yona Friedman, Bruce Alonzo Goff, Frei Otto, Cedric Price, Peter y Alison Smithson, Paolo Soleri y Kenzo Tange, y grupos, como *Archigram* en Londres, Inglaterra, *Haus-Rucker Co.* en Viena, Austria y *Metabolists* en Japón, como involucrados en la Arquitectura Experimental. (Cook, P, 1970)

El término de la Arquitectura Experimental está basado en la práctica de la experiencia en contacto con el contexto, interactuando con la realidad. Nace en los años 70's como oposición a la arquitectura racionalista³, como resultado este movimiento arquitectónico acentúa las necesidades cambiantes de las personas, exploran diferentes líneas de experimentación, cada una de las cuales será diferente para cada persona. Hay un componente altamente creativo y no necesita citar la historia para generar interés en las personas, hay una conexión con la

³ Arquitectura racionalista: se basa en la simplicidad de formas, que da respuesta a las necesidades del crecimiento urbano e industrial. Se construye teniendo en cuenta la función. (Cob, 2017).

naturaleza, haciéndose extensiva para todos con el objetivo de hacer un refinamiento de ideas en la arquitectura local y lograr una experiencia al usuario.

Resuelve los problemas despertando sensaciones al usuario mediante elementos arquitectónicos inspirados con las características siguientes:

- Romantización de fenómenos de la naturaleza.
- Distorsión de la forma para suscitar la emoción.
- Evoca una respuesta emocional.
- Búsqueda implícita de la novedad y la originalidad.
- Trabajos abundantes de papel y maqueta, con una exploración y representación más profunda.
- Soluciones híbridas.
- Uso potencial creativo del artesano.
- Concepción artística de la arquitectura (Arqhys, 2017).

En el caso del Valle de Guadalupe, es una región en Ensenada, B.C. que, como se ha mencionado, se ha ido descubriendo en los últimos 10 años por innumerables visitantes, lo cual superó la vida cotidiana local y precisamente hay una transición en la historia donde los indígenas Kumiai quienes fueron los primeros habitantes de la región, crearon la experiencia de destino-genuina en la arquitectura, logrando trabajar con el material nativo principal: la tierra; materializaron este elemento natural sin pensar que se dejaría como legado constructivo una estrategia de diseño arquitectónico.

Una de las razones del nuevo descubrimiento de Valle de Guadalupe es el género arquitectónico vitivinícola (cultivo, producción, guarda, degustación y actividades relacionadas) que originalmente se tratarían de espacios con esta vocación, abiertos al público para generar un vínculo con la región pero que actualmente han ido convirtiéndose en espacios exclusivos-excluyentes. Díez-Canedo (2016) nos dice:

Esto es porque, siempre en disputa entre la imposición política y la vida cotidiana de quienes hacen uso de ellos, estos edificios no solamente tienen una función diaria y particular, sino que su misma concepción y ejecución revela lo que nuestras instituciones piensan de sí mismas –y la manera en que se buscan, valga la redundancia, proyectar– y, por lo tanto, sirven a un propósito que va mucho más allá de lo que su uso-en-tanto-espacio podría sugerir. Así, dado que estos proyectos no son ni están pensados simplemente como construcciones, sino que están concebidos para ser símbolo e imagen de las instituciones que los producen, analizar las condiciones que motivan su ejecución debería mostrar qué es lo que en ellos se prioriza.

Es una arquitectura que es creada para ser imagen de las instituciones que los producen (Díez-Canedo, 2016), la cual es puesta frente a las necesidades reales de las personas locales que hacen su uso día a día e incluso opacan al propio contexto natural del Valle de Guadalupe, una arquitectura que pretende ser vivida por todo el público y a pesar de ello clasifica las relaciones sociales.

La efervescencia del turismo en los últimos años ha posicionado arquitecturas locales como estilos diferenciados y definidos, ciertos edificios presentan características de la Arquitectura Experimental. Adicionalmente están los edificios diseñados con la tendencia arquitectónica nombrada estilo o tipo “valle”, que se posiciona con una arbitraria separación entre lo público y lo privado; que en su mayoría logra una simulación de la imagen de la región, lo cual aparentemente es bueno para la localidad donde el diseño arquitectónico es pensado para la interacción entre la naturaleza y el usuario. Por ello, la arquitectura se ha convertido en una práctica como medio de comunicación para la transición del comercio al consumidor, todo pensado bajo la influencia de la cultura de la industria del vino. Un simulacro arquitectónico basado en la experiencia del progreso vitivinícola se ha puesto en marcha transformándose en espacios de entretenimiento por unas cuantas horas, con la promesa de tener una vivencia cálida a la cercanía de la vid, siendo los consumidores persuadidos por el cambio de las cuatro paredes de la oficina por un espacio abierto lleno de montañas y un cielo despejado, con etiqueta de la imagen del vino regional (Santos y Leyva, 2017).

Existe una diversidad de discursos entre quienes crean estos espacios, ya sean los arquitectos, inversionistas, políticos o quienes lo habitan y hacen de uso cotidiano, y aquellos que son expulsados de los territorios que esta arquitectura ocupa (Díez-Canedo, 2016). El principal discurso de esta tesis es exponer que el furor que presencia el Valle de Guadalupe se puede tornar a un espacio arquitectónico posado sobre el contexto natural de la región rural, que no solo permita el desarrollo que por consecuente atrae a miles de participantes, sino que exista el diálogo entre el gesto de la arquitectura con la experiencia del usuario, sin dejar atrás las mil y unas dinámicas que ofrece esta atmosfera vitivinicultora.

2.3 Tendencias Arquitectónicas en el Valle de Guadalupe

La tendencia arquitectónica tipo “valle” es identificable en la realidad construida de esta región, que se caracteriza por el uso de materiales locales como la piedra laja, materiales de segundo uso como la madera y la lámina, combinados con el concreto, el block y otros materiales estandarizados; espacios que brindan vista paisajística dando la oportunidad de tener un respiro en la naturaleza, entre vino, gastronomía y arquitectura. Tiene características de sustentabilidad que contempla desde trabajar con el material de la región, materiales reciclados, la reutilización de aguas grises, vegetación como barrera, entre otros, que ofrecen servicios turísticos, hoteles, entretenimiento, alimento y bebida.

El Valle de Guadalupe es una región que entrelaza hilos de agricultura y vid, que al mismo tiempo asombra la vista del visitante y del local con atributos naturales. Es la zona más representativa del vino a nivel nacional (Meraz *et al*, 2012) y produce el 80% del vino del país. Con un clima mediterráneo, paisajes montañosos abrazando al olivo, hortalizas y frutales, es el contexto que regala el valle, su gente trabajando la tierra; artesanos, artistas, cocineros, comerciantes forman parte de la riqueza sociocultural y que es lo que atrae a los visitantes. “Con arquitectura de barro y cob, block, madera, ladrillo, piedra, vestigios de adobe” (Leyva y Espejel,

2017, p.155). Todas estas características son unos de los pocos ejemplos que en la actualidad representan oportunidades de crecimiento para el valle, que podría propiciar una mayor derrama económica hacia los locales. (Espejel y Ahumada en Leyva y Espejel, pp.88) mencionan que el Valle de Guadalupe tiene potenciales altamente nutridos para el turismo, específicamente de tipo rural, por lo cual es necesario encontrar la compatibilidad entre estas actividades y conservar el eje del desarrollo local, su identidad y el entorno rural con sus atributos naturales.

El estilo/tipo “valle”, con un solo clic en la web al buscar con las palabras “Valle de Guadalupe”, enlistará múltiples establecimientos que presentan las características principales de esta arquitectura, que van desde muros de piedra hasta letreros fosforescentes resaltando la palabra “*you look good*” entre viñedos.

Ilustración 7

Letrero “*You look Good*” en La Justina



Nota: Ilustración tomada de Facebook por La Justina. 2022.

Venden una experiencia sutilmente amigable con destellos poco usuales a la descripción de la palabra rural, que como se ha detallado en esta tesis, es creíble que estos espacios puedan llegar a ser amigables con la experiencia rural-local del visitante. En la etapa que se encuentra Valle de Guadalupe, como una de las más críticas, es necesario tener las herramientas teóricas como antecedentes para poder armar el rompecabezas y lograr crear un emplazamiento práctico arquitectónico mucho más amable hacia todos sus actores involucrados, ya que pocos de estos espacios comerciables llegan a participar de forma asertiva.

Ilustración 8
La Cima del Valle



Nota: Ilustración tomada de *Warp* por Staff. 2019.

Se puede describir como una tendencia exitosa con solo exponer en una imagen las envolventes arquitectónicas y atraer a miles de espectadores sembrando curiosidad por conocer más sobre la cultura de la comunidad, y la arquitectura sin duda puede dar la bienvenida y mejorar la recepción a los rincones locales.

2.4 Tipología del proyecto: el Mercado Local

Definición de “mercado” como equipamiento

La Real Academia Española nos dice que el mercado “Es un sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios”. En términos arquitectónicos, el mercado es un equipamiento público de intercambio comercial donde los principales participantes son los productores/vendedores y los consumidores/compradores; están relacionados entre sí para establecer un bien o un servicio que satisfagan las necesidades y calidad de vida de los clientes, gobierno o particular, de la ciudadanía, que incluyen a los vendedores y consumidores; los proveedores y recolectores de basura; a los que les gusta ir a comer y claro, a los viajeros.

Es el equipamiento urbano central de entendimiento de la relación entre la comida y la ciudad, un vínculo entre cultura, gastronomía, sociedad, territorio, salud (Castillo 2017). Es un espacio físico con una arquitectura abierta a todo tipo de público, que expresa la vida cotidiana del local, donde los protagonistas del funcionamiento son los alimentos/productos propios de la región, donde alcanza a generar el valor del producto al mantener un contacto con el comerciante.

Forma parte de la imagen del entorno rural, un territorio que se mantiene como un interfaz atractivo en el tejido comunitario para mantener una distribución y venta del producto; logra ser la identidad de la comunidad por medio físico que abre la relación de la cultura, producto y local.

Características del mercado

- 1) Surge ante las necesidades del ser humano por intercambiar mercancías para mejorar la calidad de vida, nombrado trueque.

- 2) Sus antecedentes: “trueque”, reemplazado por el intercambio de dinero, fue lo que propició la evolución del mercado.
- 3) Sus participantes principales son: el comprador (la persona o empresa interesada en adquirir un servicio o un producto) y el vendedor (la persona o empresa que ofrece un producto o servicio).
- 4) Se desarrolla en espacios físicos y virtuales (Pérez 2021).

Tipos de mercado

Según la localización y escala

- **Mercado local:** es aquel cuyo alcance geográfico es reducido, abarca consumidores municipales o provinciales, a quienes les ofrecen productos propios de la zona.
- Mercado regional: abarca un espacio superior al mercado local, ya que el productor/vendedor ofrece bienes o servicios a otros comercios y estos los venden a los consumidores que se encuentren en la región.
- Mercado nacional: cuando un productor/vendedor distribuye sus productos a nivel nacional a los consumidores/compradores.
- Mercado internacional: ofrecen intercambios comerciales que abarcan diversos territorios internacionales dando a conocer los productos o servicios en otros países.
- Mercado global: abarca amplios alcances comerciales, usando la herramienta del internet para llegar a una diversidad de territorios.

Según las características del bien de consumo

- Mercado de productos perecederos: ofrecen bienes o productos de consumo inmediato, ya que debido a su naturaleza dejan de ser útiles en breve tiempo.
- Mercado de productos duraderos: ofrecen bienes o productos que pueden ser utilizados por periodos más extensos o hasta que dejen de ser útiles.
- Mercado de bienes industriales: son mercados que comercializan productos como materias primas que luego serán empleadas en la producción de otro bienes o servicios.
- Mercado de servicios: hacen referencia al pago de un servicio que se caracteriza por ser intangible, beneficioso para el consumidor.

CAPÍTULO 3 Marco Referencial Contextual

3.1 Ubicación Geográfica

La delegación de Francisco Zarco, Valle de Guadalupe se encuentra en el municipio de Ensenada, Baja California, con la ubicación geográfica siguiente:

Latitud norte 32° 05' 52.0" (INEGI, 2015)

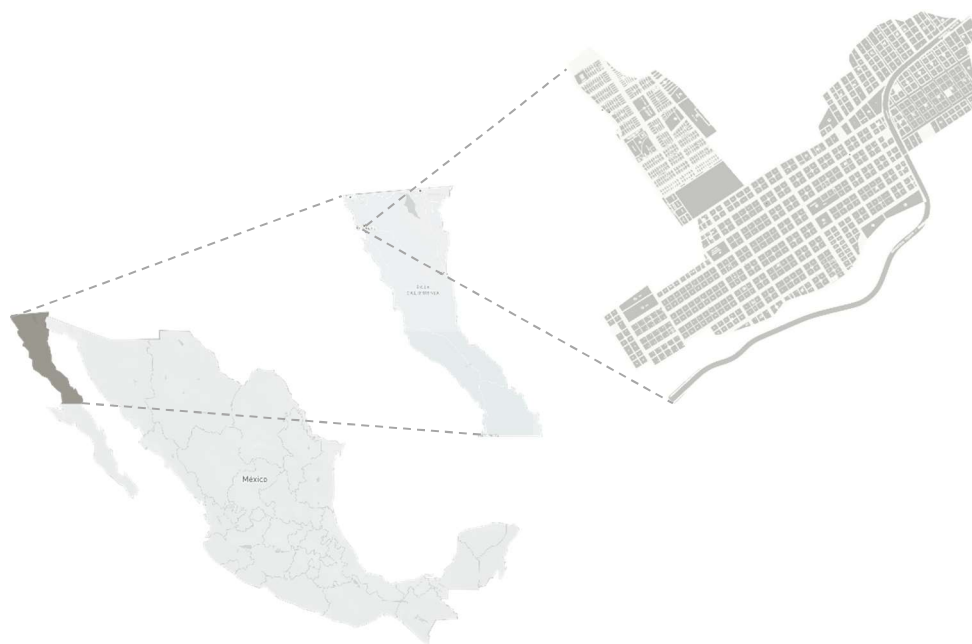
Longitud oeste -116° 34' 1.0" (INEGI, 2015)

Altitud 343 metros sobre el nivel del mar (INEGI, 2015)

Se encuentra a 26.9 km en dirección sur del Municipio de Ensenada, llegando por vía terrestre por la carretera El Sauzal-Guadalupe, con una extensión territorial de 8,433.645 km.

Ilustración 9

Ubicación geográfica macro y micro de Francisco Zarco, Baja California, México



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2020.

3.2 Localización

El área de estudio se determinó en un radio de 1,000 metros a partir del centro de la zona del Mercado Liz (manzana 40) por sus niveles de actividades y aglomeraciones comerciales. Dentro de esta zona tenemos vendedores de aceituna, quesos, panes, mermeladas, entre otros productos de la región.










Para el estudio se implementa la metodología de “La imagen de la ciudad” de Kevin Lynch⁴, como una herramienta para delimitar el área de estudio y posteriormente estudiar sus impactos urbanos, ambientales y sociales.

Ilustración 27

Radio de 1,300 metros a partir de Mercado Liz



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2022.

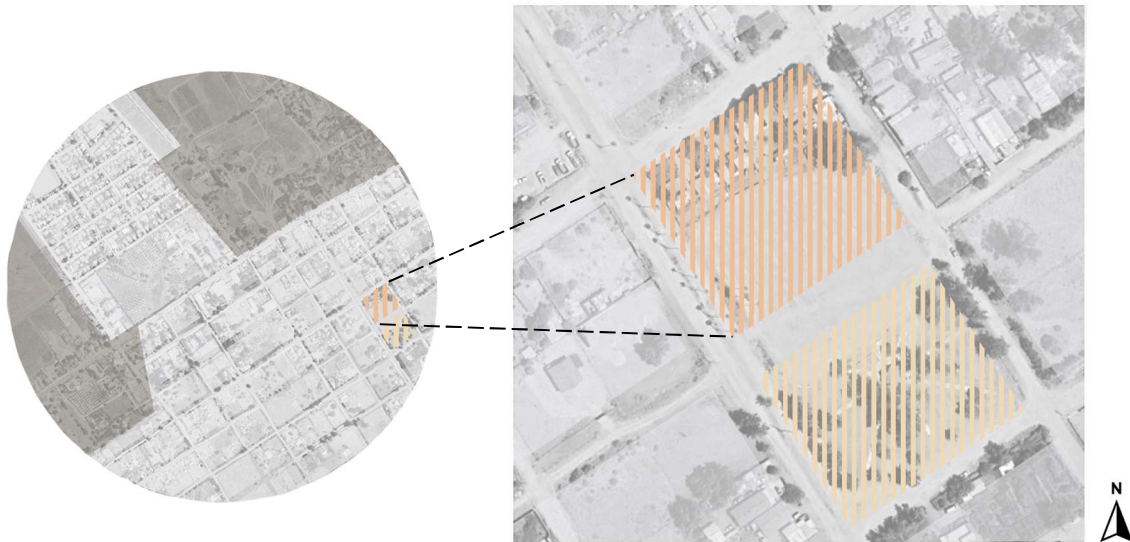
-  Nodo: Mercado Liz
-  Nodo: Mercado "La chica"
-  Hito: DIF
-  Hito: Museo de Nuestra Señora de Guadalupe del Norte
-  Sendas: conductos que sigue el observador
-  Bordes: elementos lineales que el observador no usa o considera sendas
-  Barrios: secciones de Francisco Zarco con imagen identificable
-  Selección de terreno
-  Parque Pueblo Viaje

⁴ *The Image of the City*, 1960 Kevin Lynch



El resultado del estudio preliminar del área donde se identificaron ciertos elementos reconocidos de la delegación, y con el objetivo de fortalecer el trabajo del local en un sitio que ayude a acentuar la identidad de la región y expandir el desarrollo ambiental, social y artificial con impactos positivos, se hace la elección de la manzana 70, la cual es adyacente al Parque de la Delegación.

Ilustración 28

Equipamiento Urbano, Manzana 70, con un total de 7,160.00 m²



Nota: Ilustración creada por Loera, K. (2022)

-  Mercado Zarco
-  Parque Pueblo Viejo

En la mancha urbana se revela la decisión de tomar este predio como un objetivo de enlazar las diferentes actividades que se logren gracias al valor agregado de esta extensión verde hacia el sureste, el Parque Pueblo Viejo. El Mercado Zarco sería el hilo conductor de reavivar estos predios, y ambos sean el eje rector de los espacios públicos locales.

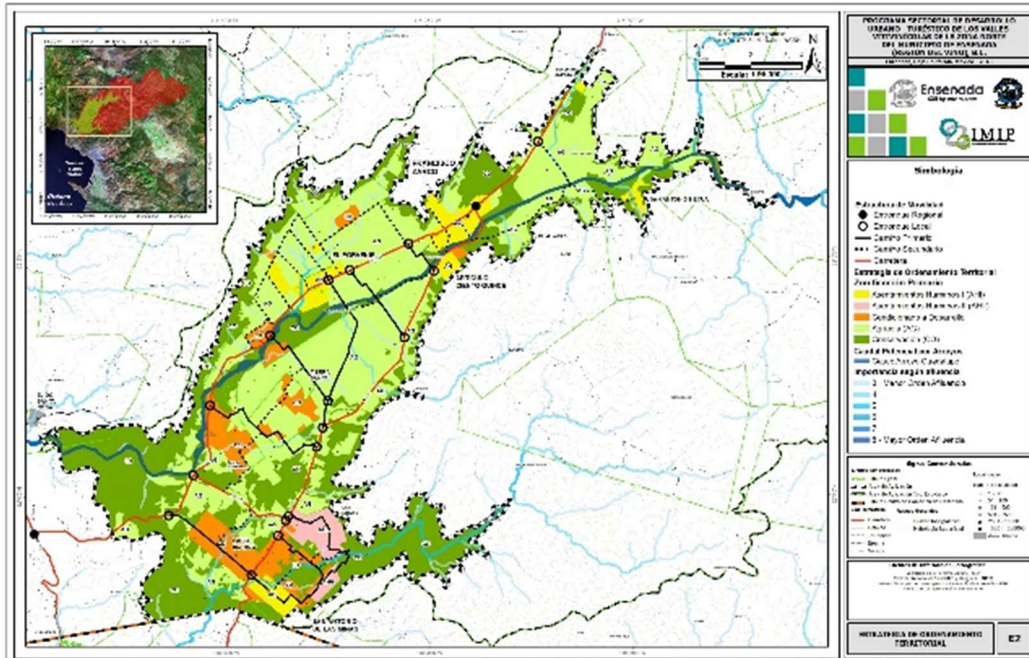
La selección del terreno se describe mediante un análisis FODA:

Tabla 2
Estudio FODA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Existe un vínculo con el terreno adyacente siendo el parque de la delegación. 2- Tiene vegetación de la región. 3- Existe un potencial en el paisajismo natural. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Dar crecimiento al giro local público. 2- Dar identidad al local y al entorno. 3- Reforzar con un diseño arquitectónico valorable. 4- Reforzar el parque para los habitantes encuentren atractivo para la distracción de la vida cotidiana.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Se encuentra en un “punto desconocido” para el giro comercial. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Cambios de climas drásticos. 2- Se distorsione el objetivo principal y se vuelva solo turístico. 3- Está lejano al “centro” del desarrollo de las actividades comerciales.

Nota: Tabla creada por Loera, K. (2022)

Ilustración 29
Cartografía urbana en el año 2018



Nota: Ilustración tomada de Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino), B.C. por SRA, INEGI e IMIP. 2018.

Con dirección en Calzada 10 de julio, entre calles Lucio Blanco y Av. Aquiles Serda, la manzana 70 responde a Zonificación Primaria con Asentamiento Humano I (AH I) según en la Cartografía del Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada, Baja California (Ver Ilustración 29).

Por ende, el terreno mencionado y la zonificación establecida son compatibles con el uso del Mercado Público. (Ver en Ilustración 30)

Para una ocupación óptima se hace el uso del criterio del COS y CUS que ha sido implementado en la Actualización del Programa Sectorial del Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino), B.C.⁵

$$\text{COS} = (0.75) (7,159.60) = 5,369.70 \text{ m}^2$$

$$\text{CUS} = (1.5) (7,159.60) = 10,739.40 \text{ m}^2, \text{ como máximo dos niveles.}$$

El predio seleccionado tiene como objetivo relacionar la interacción del local con la arquitectura, y que esta disciplina genere impactos positivos ambientales, sociales y urbanos.

→ Impactos ambientales:

- 1- La arquitectura protegerá el ambiente no con una totalidad de construcción, sino áreas despejadas de lo artificial para la necesidad de recursos naturales del ser humano.
- 2- La arquitectura se diseñará con elementos para conservación paisajística, ya que el predio tiene un árbol que colinda con la calle calzada 10 de julio.
- 3- El uso de materiales de la región impacta positivamente al crear una interrelación natural entre arquitectura y medio ambiente.

→ Impactos sociales:

- 1- Los habitantes de los alrededores, ya que en su mayoría los predios son de uso habitacional, podrán reunirse para relacionarse unos con otros.

Ilustración 30
Matriz de compatibilidad y mezcla de usos de suelos

MATRIZ DE COMPATIBILIDAD Y MEZCLA DE USOS DEL PROGRAMA SECTORIAL DE DESARROLLO URBANO-TURÍSTICO DE LOS VALLES VITIVINÍCOLAS DE LA ZONA NORTE DEL MUNICIPIO DE ENSENADA, B.C.A.F.		Criterios de Compatibilidad	
CALIFORNIA		Uso	Uso
C-1	Contaminado a Calzadas de Impacto Urbano, Asentamiento y de Pasaje	AH I Asentamiento Humano Tipo I	X
C-2	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas	AH II Asentamiento Humano Tipo II	X
C-3	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas	AB Agrícola de Desarrollo	X
C-4	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas	CD Conservación	X
C-5	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-6	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-7	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-8	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-9	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-10	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-11	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-12	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-13	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-14	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-15	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-16	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-17	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-18	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-19	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-20	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-21	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-22	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-23	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-24	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-25	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-26	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-27	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-28	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-29	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-30	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-31	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-32	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-33	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-34	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-35	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-36	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-37	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-38	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-39	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-40	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-41	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-42	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-43	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-44	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-45	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-46	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-47	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-48	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-49	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-50	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-51	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-52	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-53	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-54	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-55	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-56	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-57	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-58	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-59	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-60	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-61	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-62	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-63	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-64	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-65	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-66	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-67	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-68	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-69	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-70	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-71	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-72	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-73	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-74	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-75	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-76	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-77	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-78	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-79	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-80	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-81	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-82	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-83	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-84	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-85	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-86	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-87	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-88	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-89	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-90	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-91	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-92	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-93	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-94	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-95	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-96	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-97	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-98	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-99	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		
C-100	Contaminado a Instalación de Equipos Industriales, Zonas		

Nota: Ilustración tomada de Programa Sectorial de Desarrollo Urbano-Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino), B.C. por SRA, INEGI e IMIP. 2018.

⁵ Se permite la construcción de equipamiento con la condición de ser armónico con las características del sitio y el respeto a los procesos naturales. Densidad para uso habitacional: COS: 0.75 y CUS: 1.5, datos considerados por los alrededores del terreno. (APSDUVVZNE, 2018).

2- El trabajo de la obra de construcción se verá reflejado mediante el trabajo de los habitantes según sus habilidades en materiales de construcción, que, por consecuencia, deja una huella social.

3-

→ Impactos urbanos:

1- El predio identificará con exactitud a lo que se muestra el desarrollo catastral del Mapa de Francisco Zarco, para el futuro del desarrollo de la Calle Felipe Carrillo Puerto y conlleve una movilidad para la expansión de la región.

2- Mitigará el comercio ambulante en la Calle Principal, dando un orden y ejemplo a los demás desarrollos de la región encabezados por el local.

3.3 Aspectos físicos artificiales

3.3.1 Traza Urbana

Ilustración 10

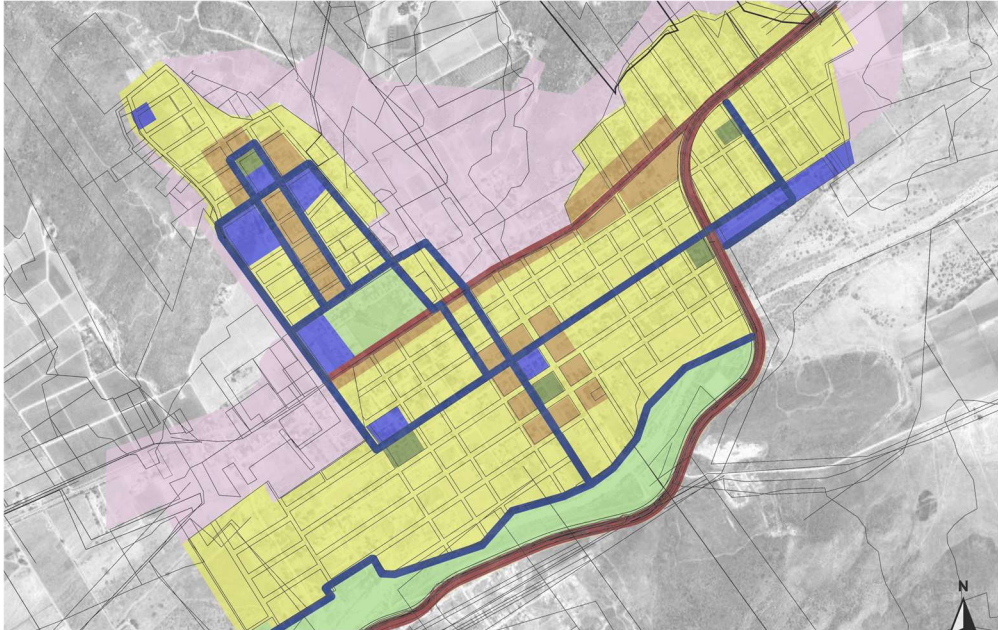
Traza Urbana de Francisco Zarco, Valle de Guadalupe.



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2020.

Y acorde a su uso urbano, los tipos de uso de suelo son los siguientes:

Ilustración 12
Zonificación de usos de suelo en Francisco Zarco



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2020.

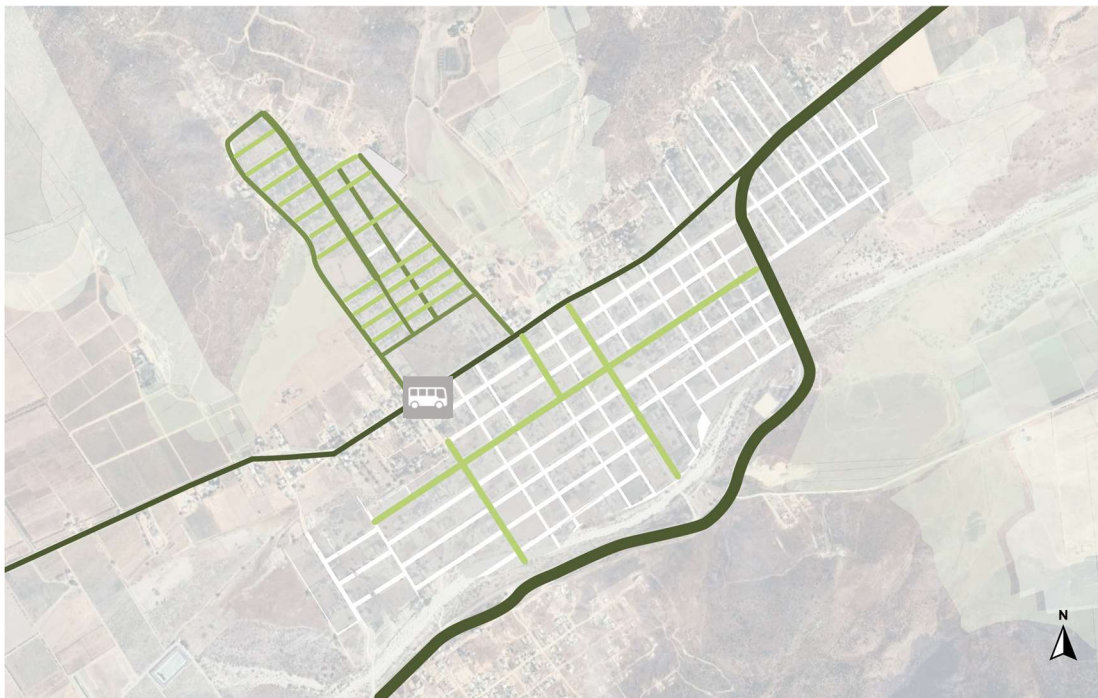
Simbología:

Habitacional		Agroindustria	
Mixto		Protección Ecológica	
Equipamiento Urbano		Vialidades Estructurales	
Área Verde		Carretera Federal Cuatro	
Amortiguamiento			

3.3.3 Vialidad y transporte

Ilustración 13

Mapa de rutas principales, secundarias y terciarias de Francisco Zarco



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2020.

- Primaria
- Secundaria
- Terciaria
- 🚌 Parada de autobús

3.3.4 Equipamiento Urbano

Ilustración 14
 Mapa de equipamientos urbanos en Francisco Zarco



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2020.

- | | | |
|---|--|---|
| <p>Comercio</p> <ul style="list-style-type: none"> 6 Mercado Liz 7 Tienda Pueblo viejo 5 Mercado La Chica | <p>Salud</p> <ul style="list-style-type: none"> 10 Centro de Salud "Francisco Zarco" | <p>Administración Pública</p> <ul style="list-style-type: none"> 13 Delegación de Francisco Zarco |
| <p>Asistencia social</p> <ul style="list-style-type: none"> 3 Casa Hogar Monte Horeb | <p>Educación</p> <ul style="list-style-type: none"> Escuela Sec. 40 16 Colegio de Bachilleres Valle de Guadalupe 23 Escuela primaria Francisco Zarco 12 Biblioteca Francisco Zarco 11 | <p>Deporte y Ocio</p> <ul style="list-style-type: none"> 21 Parque Fco. Zarco 2 Vivero de Valle de Guadalupe 22 Vivero 2 agaves 19 Centro Deportivo 17 Parque de Guadalupe 14 Campo de béisbol |

Cultura y Religión

- 20 Museo Comunitario Ruso
- 15 Iglesia Nuestra Señora de Gpe.
- 8 Iglesia Apostólica de la Fe en Cristo Jesús
- 9 Museo de Nuestra Señora de Gpe. Del Norte
- 1 Templo Bautista del Calvario
- 4 Iglesia de Cristo en Francisco. Zarco

Seguridad Pública

- 18 Agencia del ministerio público Francisco Zarco

3.4 Aspectos físicos naturales

3.4.1 Características climáticas

Francisco Zarco se caracteriza por el clima semiárido mediterráneo, con lluvias en invierno y veranos secos, convirtiéndose en un atributo característico de la región. Es un valle de origen por ríos, a través del cual corre el arroyo Guadalupe está amurallado por cerros de diferentes alturas (Leyva 2017).

3.4.1.1 Temperatura

En la zona del Valle de Guadalupe la temperatura media es de 16.9 °C. Con una máxima de 45.5°C registrado en agosto de 1951 y una mínima de -9°C registrado en diciembre de 1966. (Leyva 2017). Las temperaturas durante el verano varían entre 33°C y 40°C en los meses de mayo a octubre y en invierno están entre los 4°C y 13°C con los meses de diciembre a febrero.

3.4.1.2 Vientos

Algo característico de la región del vino, son los vientos de Santa Ana, es un aire muy caliente con baja humedad relativa, que cambia la dirección dominante del viento (Norte-Sureste) por una dirección de tierra adentro hacia el mar (Este-Oeste) con duración de 2 a 4 días.

3.4.2.1 Geología estratigráfica

El área de Francisco Zarco se describe con el suelo de tipo aluvial (Qal), donde nos beneficia para desarrollar la actividad agrícola, con pendientes de 0-7° que se van incrementando al Norte del poblado, de 8° a mayores de 20°.

Al norte de la zona del poblado, el área está rodeado por roca ígnea intrusiva tipo tonalita K (Tn) y al noreste por roca ígnea intrusiva tipo granodiorita K (Gd).

3.4.2.2 Geología estructural



Al norte de Zarco se presentan fracturas normales y estructuras tabulares en la zona de La Cañadita y el Cañón El Burro, entrelazándose por medio de la roca ígnea intrusiva tipo tonalita K (Tn).

3.4.3 Hidrografía

Ilustración 16
Corrientes de agua y Arroyo Guadalupe.



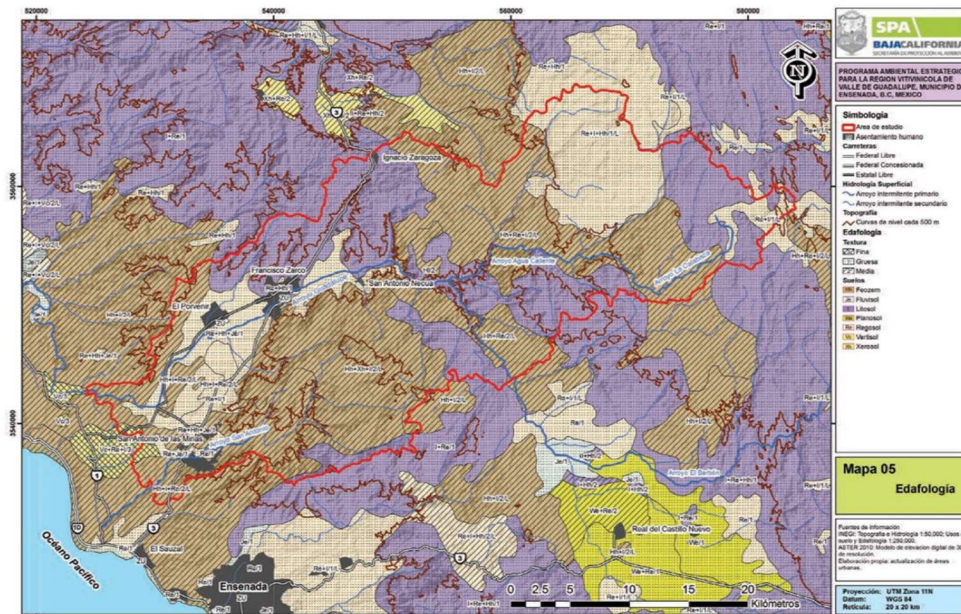
Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2020.

-  Corrientes de agua
-  Arroyo Guadalupe

La delegación no presenta algún cuerpo de agua en sus ejes centrales, más bien en su periferia se localizan corrientes de agua y el Arroyo Guadalupe que en temporadas de lluvias podemos deleitarnos con él.

3.4.4 Edafología

Ilustración 17
Edafología de Valle de Guadalupe



Nota: Ilustración tomada de Programa Ambiental Estratégico para la Región Vitivinícola de Valle de Guadalupe. Municipio de Ensenada, B.C. por Gobierno del Estado de Baja

En Valle de Guadalupe se hace noción de la existencia de 5 tipos de suelos, y que el más cercano a la delegación de Francisco Zarco es al norte del poblado, siendo el suelo litosol se aprecia en la zona cerril, con fragilidad y con una capa superficial oscura.

3.4.5 Flora y fauna

La naturaleza que cubre a Francisco Zarco abunda la vegetación tipo chaparral y en segundo lugar el bosque de pino, ambos formando parte de la flora nativa, y el encino en zonas de mayor altitud; en invierno se aprecia vegetación con sus hojas intactas, como son los chamizos, el saladito, lila, encino y arbustos de hojas duras. La flora endémica de Valle de Guadalupe se encuentra con cuatro especies con la Norma Oficial Mexicana (NOM-059-SEMARNAT-2001), para la protección de estas mismas, entre estas son: la biznaga, pino de cono cerrado, el pino de brea y el ciprés de Tecate (Leyva, 2017).

Otra vegetación la cual se puede identificar indiscutiblemente en el poblado, son los viñedos y olivos, la abundancia de estos elementos se encuentran como parches de la naturaleza en diferentes establecimientos de la zona, y amurallando la carretera, un paisaje que se disfruta por la variabilidad de vid y olivo.

Para la descripción de la magnífica fauna, su amplio catálogo es silvestre. En la clasificación de los mamíferos grandes predomina el zorrillo rayado, el coyote, el

gato montés y el venado bura, siendo los cañones más alejados del área urbana, laderas y encinares de cañadas el hábitat natural de estos mismos, y la clasificación de los mamíferos pequeños se enlistan los ratones de campo, la ardilla terrestre, la liebre y el conejo. En los cielos se encuentran el azulejo encinero, la codorniz californiana, entre otros y en tierra lo más notable es la lagartija, víboras de cascabel, rana y sapo, donde los últimos regalan su cantar en las noches después de un día de lluvia (Leyva, 2017).

3.5 Aspectos físicos perceptuales

3.5.1 Imagen Urbana

El marco visual que tiene la delegación de Francisco Zarco es condicionado por una muralla de cerros que abrazan las casas hogares, comercios, calles, etc. La vegetación es punto clave al entrar en las venas rurales, con construcciones que en su mayoría tienen un solo nivel, haciéndose notar la autoconstrucción.

Aun contando con la Calle Principal pavimentada, la mayoría de sus calles, si no es que todas, se encuentran con características de terracería.

Existe una gran diferencia al pasar por la Calle Principal hacia el poblado, un silencio abraza al ambiente, logrando ser abrumador con la tranquilidad que a las personas de la ciudad podría llegar a inquietar.

Las líneas de electricidad son lo único que interrumpe al cielo despejado por construcciones predominantemente horizontales. Al caminar entre las calles te encuentras uno que otro negocio sobre materiales de construcción, como el ladrillo o aprensado de cartón.

La imagen de Francisco Zarco es palpable por el intercambio de productos íntegros de la cultura de la cosecha del vino a nivel nacional e internacional, una región del vino que ha ganado impulso gracias al trabajo constante de los locales en reforzar

Ilustración 18
Av. Lucio Blanco



Nota: Fotografía creada por Loera, K. 2019.

su voz y voto que obliga a crear un nuevo formato de presencia y explorar a la Región del Vino.

3.5.2 Vistas principales y contaminación

Las vistas principales son inmediatamente hacia los cuerpos de los cerros que enmarcan a Francisco Zarco. Ya estando en el poblado nos encontramos con palmeras de grandes alturas, cactus como sembradíos de los habitantes, hogares y olivos en los terrenos baldíos.

Las vistas se debilitan con la contaminación, donde la basura de desechos de los locales termina con un destino final en las calles y avenidas, postes de luz con cables que cruzan los cielos, interrumpen abruptamente la contemplación del cielo azul.

Ilustración 19

Vista desde la Calle Principal hacia los cerros del lado Noroeste.



Nota: Fotografía realizada por Loera, K. 2019.

3.5.3 Ejes de diseño

El elemento capital de eje de diseño que se impone es la línea de cerros, de modo que este paisaje natural se toma como interpretación de un espacio visual que toma mando dentro de la región. El lenguaje arquitectónico se denota por medio de construcciones de baja altura y planos horizontales, materiales de la región: adobe, ladrillo, madera, lámina y con vegetación propia del terreno que asume el papel de dar beneficios como confort térmico y visual.

El eje de diseño más comprometedor es la vida tranquila en sus habitantes, un ambiente rústico con la calidez de elementos naturales, escuchar las aves, observar a diferentes alturas árboles y gente paseando sus calles con seguridad.

3.5.4 Espacio no visual

Ilustración 20

Paisaje natural de Francisco Zarco



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2019.

Las sensaciones térmicas varían durante el año, los veranos son secos y sumamente calurosos, mientras que en invierno hay descensos de temperatura en las mañanas y noches son frías, y en las tardes el sol abrazador permite un confort agradable para los fríos ambientes.

El auge de “una tarde en valle” en fines de semana y vacaciones, atrae a miles de visitantes, lo cual ocasiona un aumento del tráfico vehicular que abrume el espacio tranquilo de Francisco Zarco que se logra vivir entre semana.

Cuando llega a caer la noche, te arrullan los sonidos de las ranas y grillos, con un cielo estrellado que atrae sensaciones de paz y tranquilidad. Aunque son cada vez mayores los locales con “giros negros” que poco a poco han ido consolidando al Valle de Guadalupe como un destino para la diversión nocturna, por lo cual la música hace eco los fines de semana.

El papel esencial del espacio no visual en Francisco Zarco es la esencia del sentir tranquilidad, que estimula los sentidos del cuerpo humano permaneciendo dentro de un transparente paisaje rural.

3.6 Aspectos socioculturales

3.6.1 Demografía

La población total de Valle de Guadalupe representa el 2.49%⁶ del total de habitantes de Ensenada; Francisco Zarco por fuentes de INEGI⁷, tiene un número de 1,375 en hombres y 1,289 mujeres, con un total de 2,664 habitantes, convirtiéndose la delegación con más número de ciudadanos de la región.

Tabla 1
Concentración de grupos de edad en Francisco Zarco

De 0 a 4 años	410
De 5 años y más	3,065
De 6 a 14 años	699
De 15 a 24 años	692
De 25 a 49 años	850
De 50 años y más	1,428

Nota: Tabla tomada de *Región del Vino* por el Programa de Desarrollo Regional. 2006.

Estudios de las proyecciones poblacionales de Francisco Zarco, marcan que para el año 2030 podría haber una población con un total de 4,704.

Hay un porcentaje alto en migrantes dentro de los rangos poblacionales, responsable del crecimiento poblacional; migrantes de toda la República Mexicana que han trabajado las tierras desde la década de los años 60.

3.6.2 Grupos étnicos

El inicio de los grupos étnicos de Baja California fue gracias a una oleada de migrantes provenientes del sur de Estados Unidos, quienes pertenecían a la lingüística yumana; con la llegada de los misioneros los grupos étnicos que serían los Kumiai - quienes son los habitantes que más predominan en la región-, Pai pai, Kiliwa y Cochimí, tuvieron que vivir con la imposición de una cultura ajena a ellos, donde todo se puede resumir a que fue decretado de esta forma por la diferencia

⁶ SEDESOL. Programa de desarrollo regional 2006. Región de vino.

⁷ INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010. Principales resultados por localidad (ITER)

de religiones, siendo libres únicamente los Cucapá, ya que ellos no habían establecido alguna casa religiosa.

Los Cochimí han sido identificados dentro de las tierras de Valle de Guadalupe. La forma de subsistir es gracias al trabajo como la siembra de frijol, maíz, cítricos, entre otros y a la ganadería; la artesanía es una actividad que desarrollan formando elementos como el arco y la flecha.

En la actualidad una de las actividades económicas claves de Francisco Zarco es la artesanía, y que en áreas cercanas uno de los grupos étnicos residentes de la región ha logrado impulsar esta cultura. En la comunidad Kumiai, “Las mujeres k’mai elaboran cestos de junco tejidos de sauce, llamando shucuin a los recipientes con tapadera, sawil al plato abierto y jilu al cesto cerrado” (Sánchez & Trujillo, 1995).

De alimentos siembran trigo de temporal y hortalizas de riego por bombeo, y como extra recolectan miel en el verano, los cuales también son actividades económicas (Sánchez & Trujillo, 1995). Entre otras actividades, hay un trabajo en equipo dentro del mundo cultural-económico en la comunidad Kumiai, los hombres salen a trabajar las tierras de Valle de Guadalupe y las mujeres recolectan bellotas por temporada y cuidan a su ganado caprino.

3.6.3 Consulta local

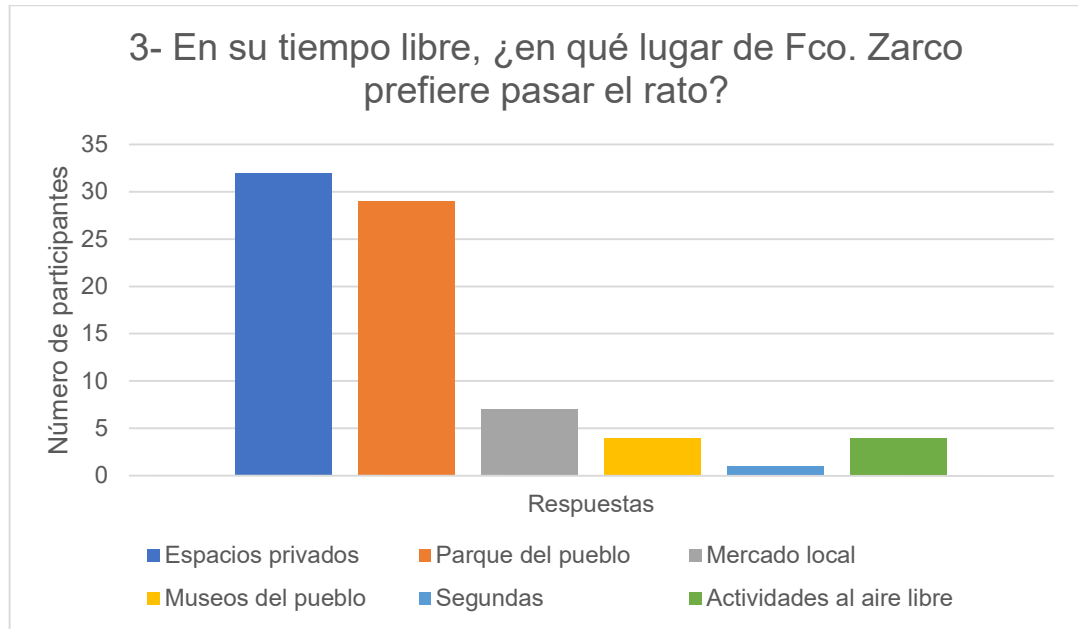
Entre mayo y octubre de 2020 se llevó a cabo una consulta local con el objetivo de hacer un estudio al pensamiento del habitante sobre el Mercado Público. Fueron un total de 80 consultas realizadas, la participación más notoria fue por parte de adultos entre 30-45 años, y un porcentaje bajo en población de niños y adultos mayores; el objetivo fue enfatizar qué mercados hacen de su uso en la vida cotidiana, qué les gusta o qué no, y cuál sería su mercado ideal.

La dinámica consistió en contestar una serie de 12 preguntas, con 10 respuestas en opción múltiple y 2 abiertas para saber la opinión amplia del local. La respuesta ante la consulta local fue variada entre positivismo y negativismo; positivo porque a cierto porcentaje de la población le entusiasma que hay movimiento de investigación acerca de la problemática ante la falta de integración al desarrollo de la delegación, pero el otro porcentaje se muestran cansados por la falta de hechos y los incumplimientos por parte del sector público, por lo que ciertamente es entendible su situación.

Fue un total de 80 respuestas que se obtuvieron y son clave para la realización del proyecto arquitectónico; algunas de las preguntas que arrojan información de relevancia para la propuesta de diseño son las siguientes, y se presentan gráficamente:

Ilustración 21

Gráfica de resultados sobre la consulta



Nota: Gráfica creada por Loera, K. 2020.

El significado de un escape es una bocada de aire para seguir continuando con la rutina, y con esta pregunta (Ilustración 21) se logra identificar los primeros lugares que el local piensa para darse un respiro.

Ilustración 22

Gráfica de resultados sobre la consulta

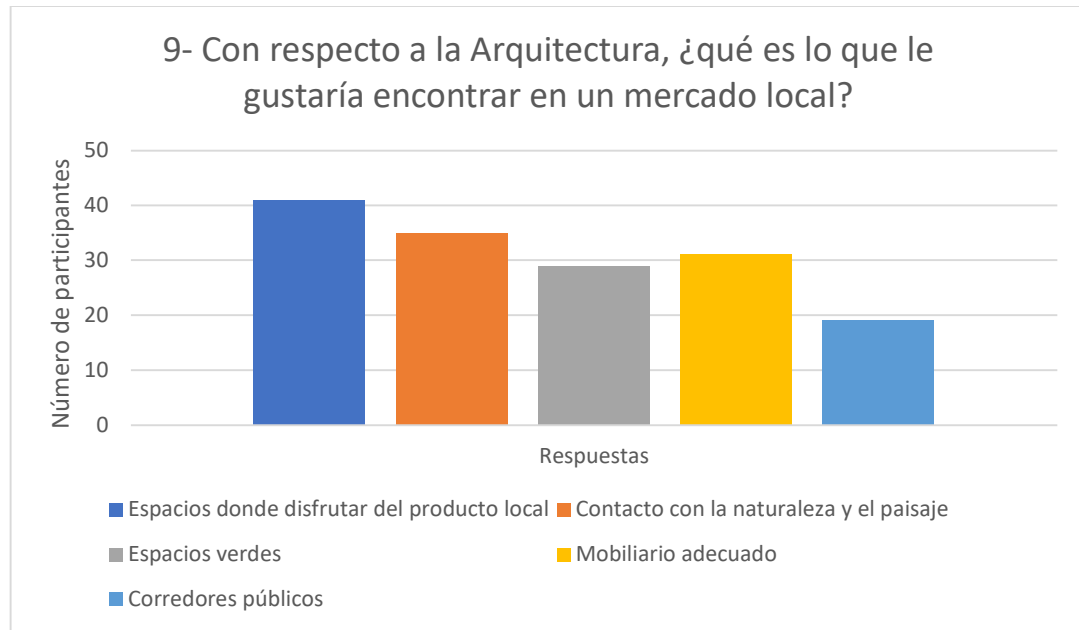


Nota: Gráfica creada por Loera, K. 2020.

Para poder identificar la problemática es clave esta pregunta (Ilustración 22) y ofrecer un carácter más acertado a la solución arquitectónica que garantice la participación de la comunidad siendo el punto de partida de la propuesta arquitectónica.

Ilustración 23

Gráfica de resultados sobre la consulta

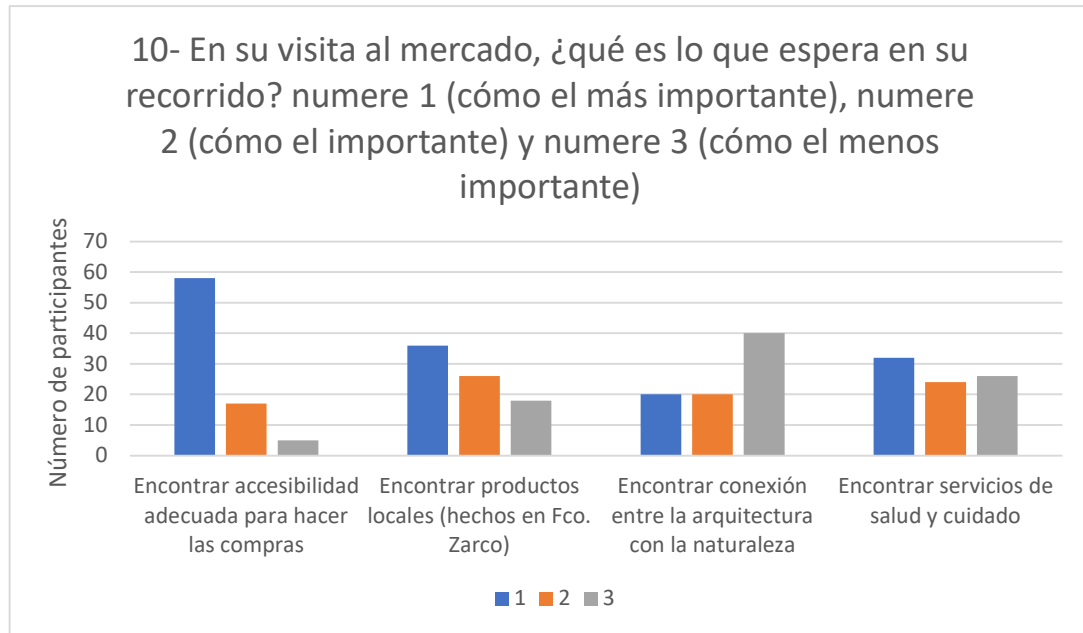


Nota: Gráfica creada por Loera, K. 2020.

La finalidad de esta pregunta (Ilustración 23) es atraer al usuario hacia los espacios arquitectónicos que despierten sus sentidos, que es una característica esencial de la Arquitectura Experimental, y esto se pretende obtener con las ideas del mismo local sobre el espacio, que por ende será el principio del prototipo arquitectónico, que permita el encuentro entre espacio y emoción.

Ilustración 24

Gráfica de resultados sobre la consulta

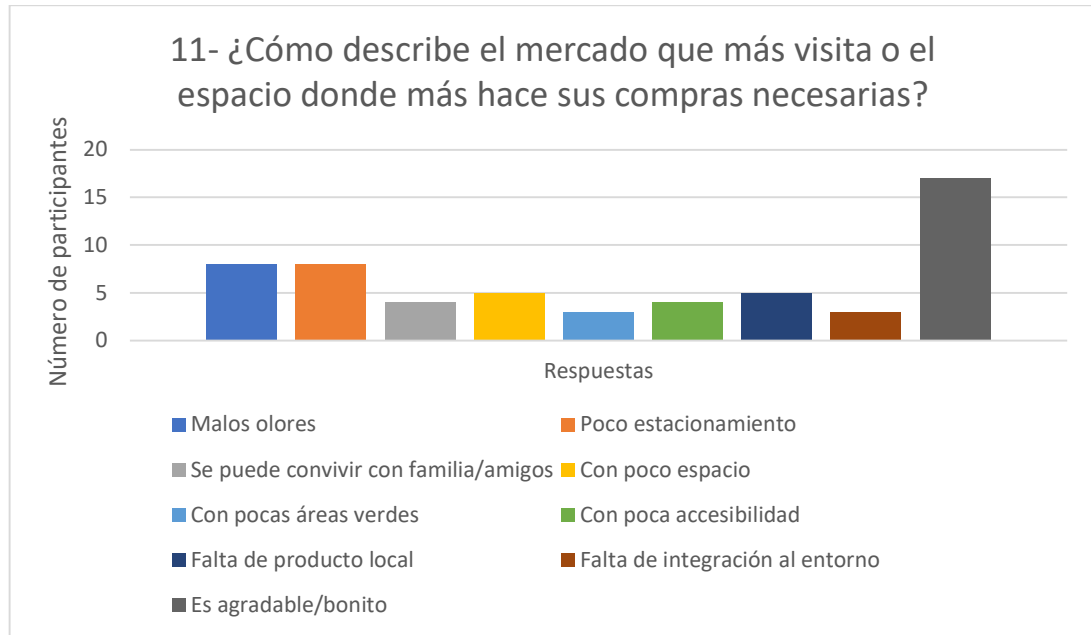


Nota: Gráfica creada por Loera, K. 2020.

La funcionalidad que de forma espontánea presentan los espacios arquitectónicos está totalmente en sintonía con el uso que le dan los usuarios, se formuló la pregunta (Ilustración 24) con toda la intención de saber cómo recorrían los corredores de los mercados.

Ilustración 25

Gráfica de resultados sobre la consulta

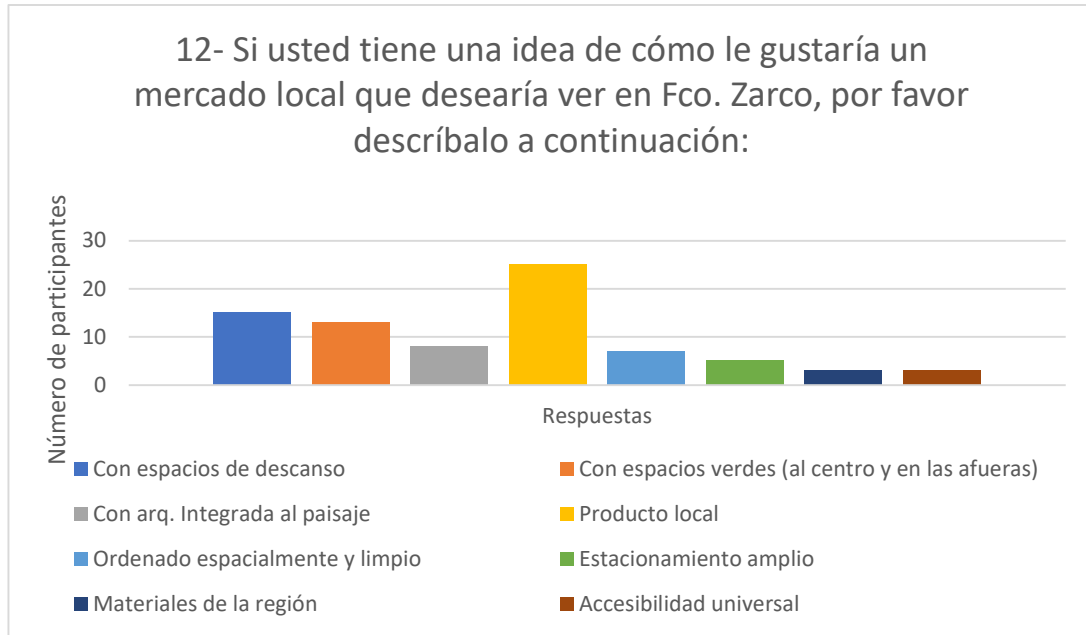


Nota: Gráfica creada por Loera, K. 2020.

El estado actual que presenta el equipamiento del mercado que visita cotidianamente el usuario funciona como un antecedente dentro del proyecto, por el cual al plasmarlo en la pregunta (Ilustración 25) se obtiene respuestas inmediatas sobre el ánimo del usuario al desplazarse por los espacios.

Ilustración 26

Gráfica de resultados sobre la consulta



Nota: Gráfica creada por Loera, K. 2020.

Es interesante poder llegar a imaginarse un espacio, aunque parezca utópica la idea que pueda desarrollar el usuario, la pregunta se usó de manera amigable para abrir un diálogo sobre la idea máxima que tuvieran hacia un mercado local ideal para ellos.

En relación con las respuestas de los participantes se determina que en las respuestas es notorio cierta positividad, en Ilustración 25 (pregunta 11) el 22% de los participantes afirman que es agradable el mercado que visitan; pero, aun así, en la Ilustración 22 (pregunta 7) los participantes señalan varias variantes de déficit en el espacio, donde el 45% está de acuerdo en que existe una falta de estacionamiento y otro 30% afirma que no hay circulación adecuada. Sin más, el nivel de disgusto supera a la ligera percepción positiva que tienen del mercado.

CAPÍTULO 4 Anteproyecto arquitectónico

4.1 Descripción del proyecto

Los antecedentes señalan al mercado como un espacio de conexión entre diferentes comunidades que realizaban el cambio de productos no esenciales, con la oportunidad de poder conocer diferentes culturas y tradiciones.

Bahgat y Adel (1996), en la revista “El Correo de la Unesco” mencionan lo siguiente:

La época moderna coincide probablemente con el momento en que cambia la condición del mercado. De ser un punto de intercambios secundarios, se transforma en el pulmón de la actividad social, en el espacio regulador de la producción misma (pp 8).

El proyecto arquitectónico postulará un espacio físico influenciado por lo que ya existe, pero, imprimiendo una mejor funcionalidad del mercado con la identidad del usuario local, sin dejar de lado a los visitantes. Un espacio físico que se catalogue a sí mismo con tejido cultural y social.

4.2 Análisis comparativo de casos análogos

4.2.1 Caso Análogo Regional: “Los Globos”

Los Globos se encuentra en Calle Novena, Av. Coral, Calle Morelos y 5 de mayo en la Colonia Bustamante, con un total de 3 cuadras y vialidades de Ensenada, Baja California, México. Es un mercado al aire libre que se expande los fines de semana en las vialidades de la ciudad, conocida popularmente como “segundas”, venden artículos usados y comida típica de la región con precios considerados como gangas. Los comerciantes de los globos atraen al público por los descubrimientos de artículos usados o nuevos, para hacer compraventa de estos productos o simplemente curiosidad por parte del visitante local o extranjero.

Es abierto a todo público desde sus inicios que se remontan a finales de la década de 1970 cuando una familia proveniente de Cd. De México se instaló en la ciudad de Ensenada; era una familia involucrada con el arte gracias al padre de familia, que era un artista en un estudio de dibujos animados en Los Ángeles, California, Estados Unidos, donde compraron ropa usada para revenderla en Ensenada. Los hijos de la familia iniciaron colocándose en las aceras de las calles de la colonia Bustamante atrayendo al público ensenadense y al ver el éxito a las pocas horas de venta, continuaron colocándose cada fin de semana. La atracción

Ilustración 31
Sección de frutas y verduras



Nota: Ilustración tomada de Ever in Transit por Kifer C. 2014

creció tanto que habitantes de la región, empezaron a colocarse a vender sobre la banquetta, donde muy pronto se convirtieron en un mercado al aire libre de la ciudad, hasta evolucionar de la manera en que se conoce hoy en día. (Ensenada Baja Vacations, s.f.)

Grupos de amigos o familia llegan para conocer el mercado Los Globos, compuesto por más de 100 puestos comerciales distribuidos en pasillos y establecimientos cerrados, y por otro lado tenemos puestos en carpas temporales instalados en las vialidades cerradas los fines de semana, siendo generosos así con los numerosos peatones.

Cuenta con áreas de artículos como:

- Juegos usados o nuevos
- Muebles
- Ropa
- Herramientas
- Elementos electrónicos
- Elementos deportivos
- Arte
- Accesorios
- Antigüedades y reliquias

Además, cuenta con venta de alimentos, funcionando como un abarrote de la colonia con productos frescos, ofreciendo, en su mayoría, alimentos con la marca regional distribuidas en áreas como:

- Frutas
- Verduras
- Carnes
- Lácteos

Ilustración 32
Pasillo al aire libre de Los Globos



Nota: Ilustración tomada de *Foursquare City Guide* por García, I. 2012

Ilustración 33
Los Globos, Ensenada, B.C.



Nota: Ilustración tomada de *Foursquare City Guide* por García, A. 2013

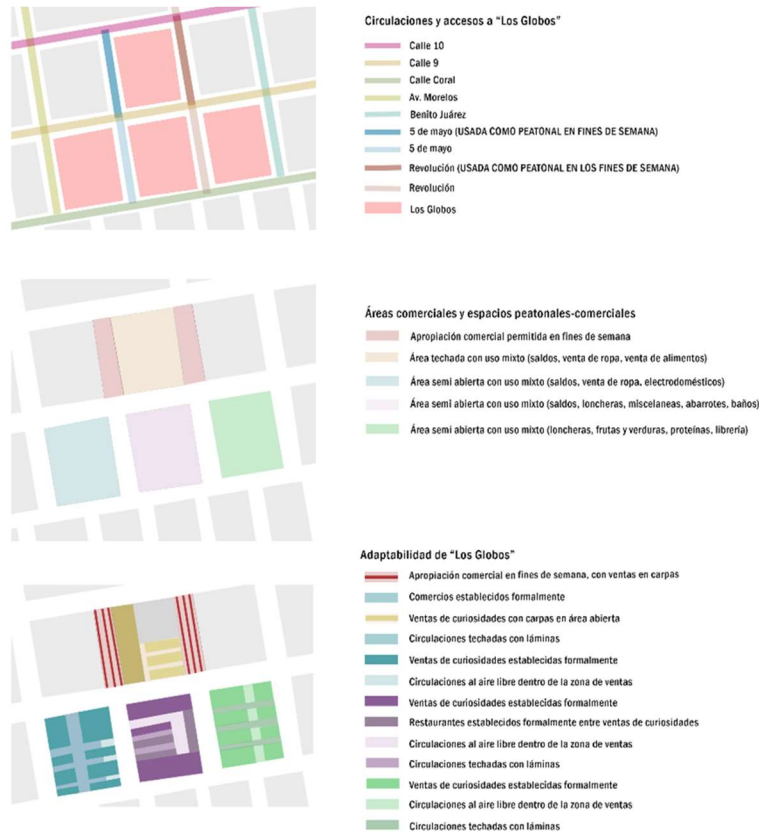
Los Globos es un mercado que durante más de 50 años ha gratificado el descubrimiento de la desorganización espacial que proyecta una alternativa al espacio público ensenadense. El cambio de dirección que permiten los pasillos es casi al azar, es así como describiría las actividades de la “infraestructura” de Los Globos; a la falta de planeación de espacios públicos es como ha prevalecido Los Globos, como una especie de intrusión espacial y que, indirectamente se puede presenciar como controversia sobre la oferta de los espacios que permiten el intercambio de productos locales. Es mandatorio un espacio propiamente público que concentre la cultura y tradición local.

Ilustración 34
Venta de semillas



Nota: Ilustración tomada de *Health Conscious Travel* por Haiken, M. 2017

Ilustración 35
Análisis espacial de “Los Globos”



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2022.

Los Globos es un espacio público totalmente apropiado por la comunidad y es el resultado de la explicación de la realidad urbana, es un micro-urbanismo que propone una relación temporal con el usuario (Lazo, 2017).

4.2.2 Caso Análogo Nacional: Mercado de Artesanías Tlaxco

En Tlaxco, México, en el año 2017, recién convertido en Pueblo Mágico necesitaba un proyecto detonador de economías locales y del arte regional. El despacho arquitectónico *Vrtical* fue el encargo de desarrollar el proyecto surgiendo a partir del Plan Municipal de Desarrollo Urbano (PMDU).

Se eligió una edificación abandonada, compuesta por dos naves y un corredor frontal, para recuperar sus muros laterales y cimientos, con el objetivo de albergar locales comerciales de artesanos de distintas localidades del municipio.

La arquitectura del mercado con un área de 500 m² se entrelaza con lenguajes contemporáneos y vernáculos, componiéndose por una nave superior que contiene 14 locales y la nave menor cuenta con un espacio para impartir talleres a turistas y estudiantes, vinculado con un área abierta en caso de extender actividades al exterior. Contiene un andador que se compone por una serie de arcos y un marco rectangular, donde también funciona como un punto de encuentro.

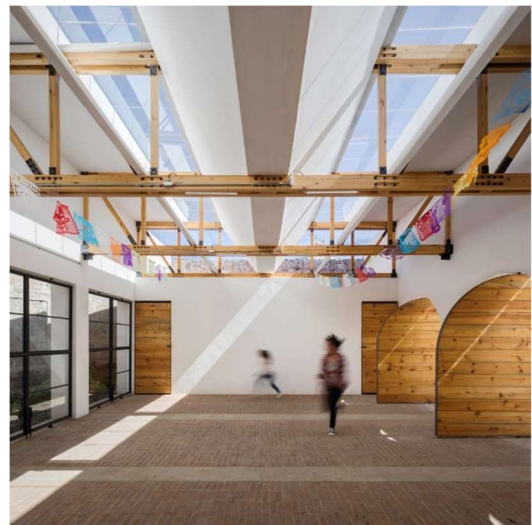
El sistema constructivo se forma por muros de carga y vigas de alma abierta a base de madera de pino laminado. Hay 2 domos en el sentido largo de las naves, elementos que permiten el acceso de iluminación natural rebotada por parasoles recargados en las diagonales de las armaduras de madera.

Ilustración 36
Jardín.



Nota: Ilustración tomada de *Archdaily México* por Gamo, R. 2018.

Ilustración 37
Punto de encuentro



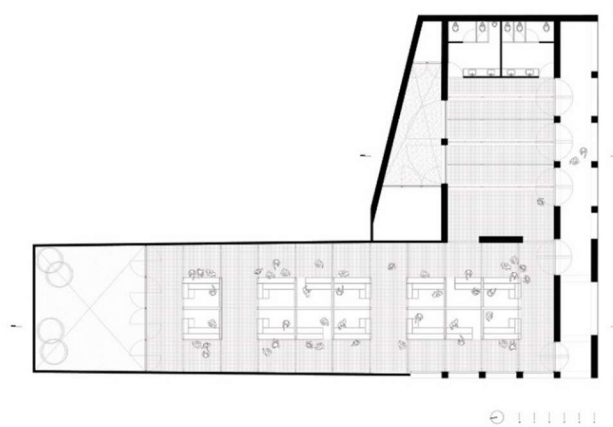
Nota: Ilustración tomada de *Archdaily México* por Gamo, R. 2018.

Ilustración 38
Locales de artesanías



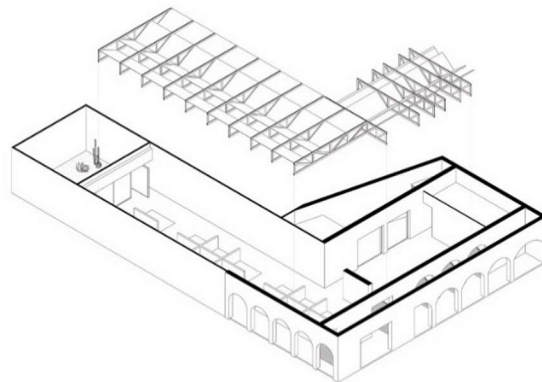
Nota: Ilustración tomada de Archdaily México por Gamo, R. 2018.

Ilustración 39
Planta arquitectónica del mercado de artesanías



Nota: Ilustración tomada de Archdaily México. 2018.

Ilustración 40
Isométrico del Mercado de Artesanías



Nota: Ilustración tomada de Archdaily México. 2018.

4.2.3 Caso Análogo Internacional: “Mercado de agricultores de Tula”

En Tula, Rusia en el año 2017 se desarrolló un mercado de agricultores del segmento de granjas y pequeñas empresas locales con arquitectura de un edificio de madera a dos aguas, donde se preserva la similitud y simboliza la unidad y comunidad de los agricultores.

El diseño arquitectónico elaborado por los arquitectos de *8 lines*, refleja los valores modernos del comercio en las áreas de alimentos, destinados a presentar productos artesanales. Otra idea reflejada es la cooperación rural, donde cada agricultor es principalmente un individuo, pero también trabaja en equipo con una cooperativa, gestionándose y ayudándose para dar un funcionamiento al mercado (Vial della Maggiora, M, 2019).

El paisaje natural del mercado es un desierto, y un elemento esencial es la vegetación que cumple con la función de desviar los vientos fuertes, donde también genera un diseño curioso para el mercado. La forma abierta fue diseñada para ahorrar la economía, construyendo una cubierta a dos aguas como primera etapa, y en la segunda etapa los agricultores y comerciantes crearon una infraestructura de paredes de vidrio, adaptando el diseño para las ventas durante todo el año.

Ilustración 41

Vista del mercado desde la carretera



Nota: Ilustración tomada de *Archdaily México* por Narodizkiy, A. 2017.

Ilustración 42

Arquitectura de madera



Nota: Ilustración tomada de *Archdaily México* por Narodizkiy, A. 2017.

Ilustración 43

Mercado Tula



Nota: Ilustración tomada de *Archdaily México* por Narodizkiy, A. 2017.

Ilustración 44

Infraestructura de madera con muros de vidrio



Nota: Ilustraciones tomadas de Archdaily México por Narodizkiy A. 2017.

Ilustración 45

Render vista desde la carretera



Nota: Ilustración tomada de Archdaily México. 2019.

Las secciones que divide el mercado son las siguientes:

- Área agrícola
- Cafetería
- Laboratorio de control de calidad de productos
- Área de juegos
- Área de eventos estacionales
- Área de recreación
- Área de exposiciones temporales
- Baños
- Área administrativa (oficina, almacén y talleres)

El mercado con manifestación democrática, enfoque ecológico y cooperación permite que tenga otra función, aparte del de comercio, cumple la función de un centro comunitario donde se establecen conexiones, surgen proyectos, se

Ilustración 46

Locatarios con los visitantes

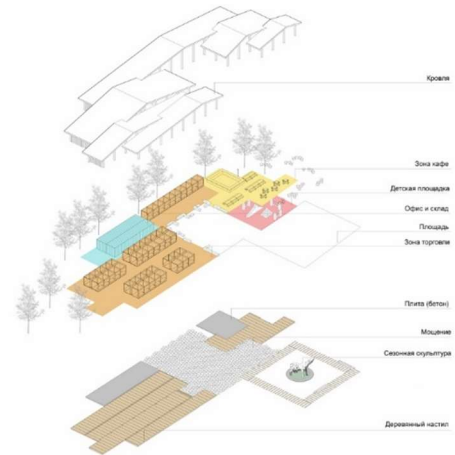


Nota: Ilustración tomada de Archdaily México por Narodizkiy, A. 2017.

crean nuevas intenciones y se establecen oportunidades. (Vial della Maggiora, M, 2019).

Es un estilo de vida rural el que ofrece el mercado de Tula.

Ilustración 47
Diagrama de funciones.



Nota: Ilustración tomada de *Archdaily México*. 2019.

4.3 Análisis fotográfico del sitio

Ilustración 48

Gráfico de análisis fotográfico del área de terreno seleccionado



Nota: Foto e ilustración creada por Loera 2022.

Ilustración 49

Gráfico de análisis fotográfico del área de terreno seleccionado



Nota: Foto e ilustración creada por Loera 2022.

Ilustración 50

Gráfico de análisis fotográfico del área de terreno seleccionado



Nota: Foto e ilustración creada por Loera 2022.

Ilustración 51

Gráfico de análisis fotográfico del área de terreno seleccionado



Nota: Foto e ilustración creada por Loera 2022.

Ilustración 52

Gráfico de análisis fotográfico del área de terreno seleccionado

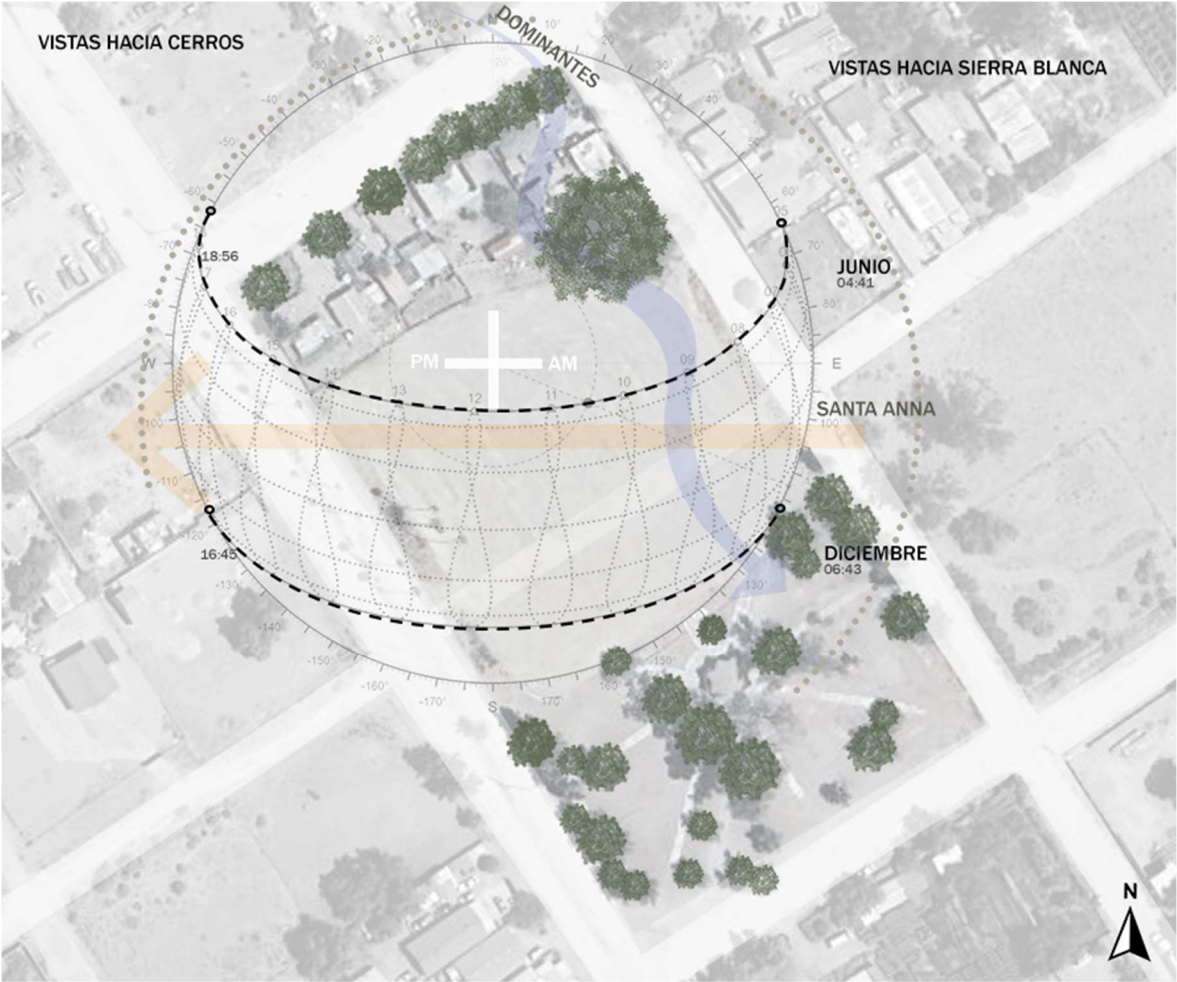


Nota: Foto e ilustración creada por Loera 2022.

En este análisis fotográfico, se muestran ángulos donde se expone el terreno del Parque “Pueblo Viejo”, el cual, la propuesta arquitectónica del Mercado Zarco tiene la intención de recuperar y reintegrar su uso público.

4.4 Análisis del sitio

Ilustración 53
Gráfico de análisis natural del sitio



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2022.


- Vegetación existente
- Vientos predominantes (Norte - Sureste)
- Vientos Santa Ana (Este - Oeste)
- Vistas ideales

Ilustración 54
Gráfico de análisis artificial del sitio



Nota: Ilustración creada por Loera, K. 2022.

 Ruido por carros desde Calzada

 Asentamiento humano irregular

4.5 Programa de Necesidades

Mercado Local “Zarco”

	Necesidad	Actividad	Usuario	Espacio Arquitectónico	Subespacio	Zona
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acceder y evacuar del mercado 2. Integrar el espacio arquitectónico y satisfacer el confort del visitante mediante paisaje natural 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Caminar y/o andar en bici 2. Observar el paisaje natural 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitante 2. Agentes locales 	Corredores verdes		Zona exterior
2	Convivir con familia y/o amigos	Charlar en descanso o en movimiento con compañía en mobiliario urbano y/o cultural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Plaza pública		
3	Disminuir el ruido		<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Barrera vegetal		
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estacionar el automóvil 2. Estacionar bici y/o moto 	Recorrer espacio al cajón de estacionamiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Estacionamiento	Estacionamiento para bicis y/o motos	

5	Satisfacer el abastecimiento de venta y compra de producto, apoyar el consumo local	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar el consumo o venta de productos. 2. Colocar los productos en venta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Mercado Local	<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos gastronómicos 2. Productos de la vid 3. Artesanías 	Zona Comercial
6	Transitar para encontrar producto, conocer los espacios	Caminar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Pasillos verdes		
7	Disfrutar del producto local de Fco. Zarco	Comer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Área de comensales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Área de comensales exterior 	
8	Satisfacer necesidades fisiológicas	Evacuar sustancias fisiológicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Baños	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baños para trabajadores 	
9	Tirar basura	Tirar basura en los cestos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visitantes 2. Agentes locales 	Área de basura		
10	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener los espacios limpios 2. Resguardar mobiliario 3. Trasladar objetos, mobiliario o producto 	Guardar productos para limpiar, barrer, trapear, cambios de productos y mobiliarios	Agentes locales	Almacén	<ol style="list-style-type: none"> 1. Área carga y descarga 2. Patio de maniobras 3. Andén de servicios 	Zona administrativa
11	Mantener un orden en el mercado	Intercambiar opiniones, mantener la organización del mercado, dar información necesaria	Agentes locales	Oficina	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baño 	

12	Mantener al mercado con funcionamiento general de instalaciones	Observar, manipular herramientas	Agentes locales	Cuarto de máquinas		
----	---	----------------------------------	-----------------	---------------------------	--	--

4.6 Programa Arquitectónico

Mercado Local “Zarco”

Zona	Espacio Arquitectónico	Sub-espacio	Usuario	M ²
Zona	Corredores verdes		1. Visitantes 2. Agentes locales	
	Plaza pública		3. Visitantes 4. Agentes locales	324.00
	Barrera vegetal		1. Visitantes 2. Agentes locales	
	Estacionamiento	Estacionamiento para bicis y/o motos	1. Visitantes 2. Agentes locales	591.21
Zona	Mercado Local	1. Productos gastronómicos 2. Productos de la vid 3. Artesanías	1. Visitantes 2. Agentes locales	400.00
	Pasillos verdes		1. Visitantes 2. Agentes locales	
	Área de comensales	Área de comensales exterior	1. Visitantes 2. Agentes locales	262.36
	Baños	Baño para agentes locales	1. Visitantes 2. Agentes locales	36.50
	Área de basura		1. Visitantes 2. Agentes locales	7.89

Zona	Almacén	1. Área de carga y descarga 2. Patio de maniobras 3. Andén de servicios	Agentes locales	14.00
	Oficina	Baño	Agentes locales	19.55
	Cuarto de máquinas		Agentes locales	20.00
Total (sin estacionamiento)				1,084.30
Total (con estacionamiento)				1,675.51
+ 30% de estructura				1,409.59
+ 40% de circulación				1,843.31

CAPÍTULO 5 Proyecto Arquitectónico

5.1 Reflexión final

De todo lo expuesto, el Proyecto Arquitectónico Mercado Francisco Zarco fue inspirado a través de la metodología de la Arquitectura Experimental, el cual resolvió la problemática a la falta de identidad espacial desde el punto de vista del local.

Mercado Francisco Zarco consiste en un espacio de 3 pasillos que se cruzan entre sí por diferentes alturas, con un dinamismo en la planta arquitectónica. El reto fue crear cubiertas que logran la versatilidad necesaria para los 2 diferentes climas que se presenta en Francisco Zarco. El proceso fue establecer una ligera inclinación en las 3; la del pasillo principal su inclinación es hacia el sur, la del pasillo 2 y 3 tienen una inclinación hacia el patio interior, que corresponde a la orientación oeste y este, y así es cómo se aporta sombra en verano y apertura al sol en invierno.

La intención del proyecto era lograr una relación interior-exterior con el Mercado y el Parque Pueblo Viejo, fue así como se diseñó el pasillo principal, que siendo el más largo es el que atraviesa de forma diagonal la extensión del terreno, generando un desplazamiento por todo el mercado hasta lograr una comunicación con el Parque Pueblo Viejo. Los 2 pasillos secundarios fueron creados como 2 alas que se ligan al pasillo principal y crean un patio interior, que es un espacio de convivencia que justo está integrado con un árbol espectacular existente del terreno; mismo espacio te dirige a los sanitarios y el espacio de administración.

Los pasillos generan los recorridos que te llevan a encontrar 23 módulos de compra-venta, cada uno diseñado por 2 barras que se separan por un ágil pasillo de trabajo, y puedan llegar a ser dispuestos por los usuarios según sean sus necesidades, entre los considerados son: comercial, cultural y asociativo. Estos módulos se integran a la estructura principal de madera del mercado, que generan una continuidad visual y espacial. El otro lado del pasillo te lleva hacia espacios de convivencia, donde el mobiliario hace esta conexión entre exterior e interior, ya que la mesa cruza el muro, por consecuente, se crea este disfrute de un intercambio espacial exterior e interior y que al mismo tiempo abre la vista hacia el paisaje de Francisco Zarco.

La clave esencial fue incluir a la persona y materiales locales. Dicho esto, la estructura del mercado se sustenta por muros hechos del material elemental: el bloque de adobe creado por el obrero local de un grosor de 45 cm. La base de los

muros es la cimentación ciclópea, después la sobre cimentación de concreto, este eleva los muros por encima de la zona de humedad; de aquí parten las varas de carrizo que forman parte del refuerzo vertical de los muros. Entre las hiladas del bloque de adobe de bajo costo, al igual que los demás materiales, se encuentran las escuadras de madera a cada metro, así como en esquinas y encuentro "T" de los muros, esto para mantener un sistema sismo-resistente. Finalmente cierra la estructura las vigas y columnas de madera con la cubierta también de madera con una capa final de multipanel.

Todo el diseño arquitectónico es el resultado de la intención de revitalizar la relación con el local de muchas perspectivas, como es desde materiales, hasta el recorrido que permite un momento de ocio y conocimiento entre espacios abiertos y cerrados. El cuerpo volumétrico del mercado da el impulso al entorno rural de Francisco Zarco, convirtiéndose en un espacio público que brinda vida, trabajo, desarrollo económico y todo lo que mejore la vida del local.

5.2 Láminas del Proyecto Arquitectónico

ARQUITECTURA EXPERIMENTAL, un espacio para el Valle de Guadalupe

Propuesta Arquitectónica: Mercado Zarco
 Lugar: Delegación Francisco Zarco, Ensenada, B.C, México



Vista pájaro

La arquitectura experimental tiene el objetivo de despertar sensaciones en el ser humano mediante metodologías que estudian el medio natural y artificial y sin excepción a quien vaya a hacer uso del espacio; la propuesta arquitectónica "Mercado Zarco" se enfoca en revitalizar la arquitectura del Valle de Guadalupe, **diversificar** el flujo turístico-empresarial y reactivar las relaciones interpersonales de la región.

Tesis para obtener grado de Arquitecto
 Nombre: Karen Beatriz Loera Díaz



Plan macro urbano

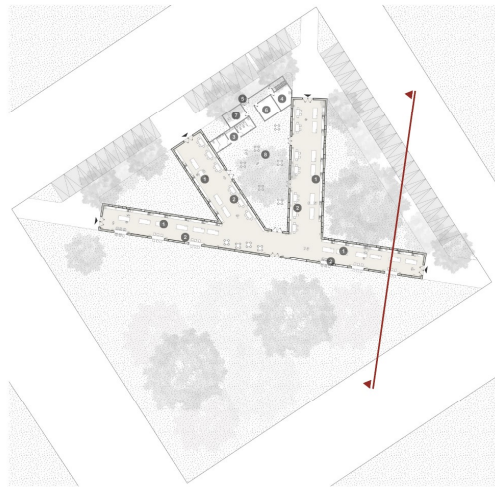
- Carretera La Ruta del Vino
- Calle Principal
- Av. Lucio Blanco
- Av. Felipe Carrillo Puerto
- Calle 8
- Calle 10 de Julio
- ▨ Mercado Zarco
- ▨ Parque Pueblo Viejo



Plan maestro



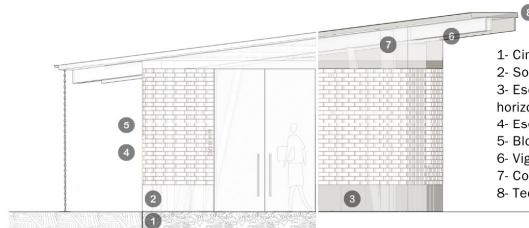
Bienvenida al Mercado Francisco Zarco



- 1- Área de compra-venta
- 2- Comedor
- 3- Sanitarios
- 4- Almacén
- 5- Área carga y descarga
- 6- Cuarto de máquinas
- 7- Administración
- 8- Jardín interior

Planta Arquitectónica Mercado Zarco

0 5 10 50



- 1- Cimentación ciclópea
- 2- Sobrecimentación de concreto
- 3- Esqueleto de carrizo vertical y horizontal
- 4- Escuadras de madera
- 5- Bloque de adobe
- 6- Viga de madera
- 7- Columnas de madera
- 8- Techo de madera con lámina

Esquema de material en Fachada Este

0 1 5 10



Corte Arquitectónico Mercado Zarco

0 5 10 50



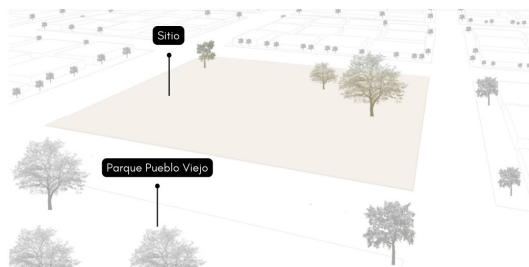
Axonométrico Mercado Francisco Zarco

Una cultura de la comunidad

El proyecto Mercado Zarco ayudará a mitigar el déficit de espacios públicos vinculados a las raíces regionales de la expresión del trabajo local y a su vez promover un turismo sustentable y mas consciente de sus orígenes y tradiciones.

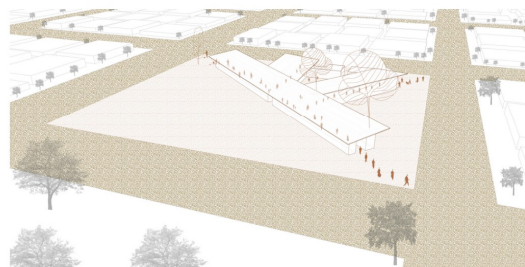


Vista de Fachada Este y plaza (futura) del mercado



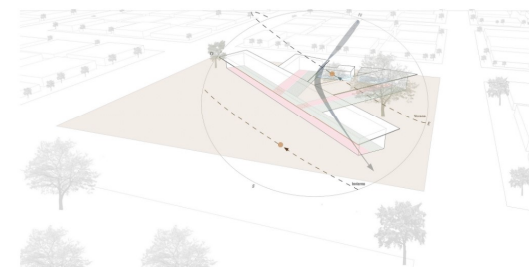
Sitio

Su ubicación frente al Parque Pueblo Viejo, permite articular esta zona como gran área pública.



Conexión

Los flujos diseñados son los principales en atravesar el sitio que generan una conexión con sus alrededores.



■ Área de compra-venta
■ Comedor/Convivencia
■ Sanitarios y zona administrativa

Bienvenida

La inclinación en cubierta define las zonas y facilita la modulación de la luz natural y vientos dominantes.



Vista hacia patio interior de Mercado Zarco



Vista hacia puntos de venta



Vista a punto de venta

Todo el diseño arquitectónico es el resultado de la intención de revitalizar la relación con el local de muchas perspectivas, desde materiales, hasta el recorrido que permite un momento de ocio y conocimiento entre espacios abiertos y cerrados. El mercado da el impulso al entorno rural de Francisco Zarco, convirtiéndose en un espacio público que brinde vida, trabajo, desarrollo económico, todo lo que mejore la vida del local.

Conclusiones

Esta tesis logra ser identificada como una corriente de pensamiento, que acentúa al usuario como el principal actor ante la necesidad de un entorno que despierte sensaciones de pertenencia. Se demuestra que la Arquitectura Experimental es fiable para ser seleccionada como una metodología que honre la vocación del espacio en Valle de Guadalupe, el que explora la evolución del entorno vitivinícola sin desprenderse del espacio público local.

Las estrategias de la Arquitectura Experimental en un espacio público, como el Mercado Público Zarco, aumentan el desempeño de la envolvente y propician la convivencia local-espacio-visitante; esta es la alternativa para minimizar la brecha en identidad arquitectónica al comercio local. La ubicación de la infraestructura resultó determinante; es un predio que está justo a lado del Parque de la Delegación, de tal manera puede configurar una gran área pública compuesta por dos manzanas interconectadas, a la vez que logra potenciar el flujo local y ser atractivo para el turismo.

La pieza clave que se tomó en cuenta para asegurar un óptimo diseño arquitectónico en el funcionamiento espacial fue un dinamismo que articula tres circulaciones que integran los módulos comerciales con la zona de convivencia con mesas y sillas. Es un edificio con cubiertas a una sola agua, bloque de adobe y con escala de vegetación permiten el asoleamiento óptimo, así como los vientos para los climas que presenta la zona.

Por lo tanto, se concluye que la propuesta arquitectónica “Mercado Público Zarco” tiene la intención de formular una experiencia muy orgánica al usuario desde el gesto del muro creado por el obrero hasta posarse en el espacio donde la vida cotidiana y el ocio puede existir en un mismo espacio. Es el resultado de la intención en la interacción de la comunidad con el entorno y las condiciones bioclimáticas que ofrecen los muros y medioambientales del lugar.

Referencias

- Alcoberro, R. (s/f). Empirismo y Racionalismo. *Filosofía i pensament*. Recuperado el 19 de febrero del 2020, de <http://www.alcoberro.info/planes/empirisme3.htm>
- Aguirre, J. (2019). En el Valle de Guadalupe, mucho para pocos y poco para muchos. *4 vientos, periodismo en red*. Recuperado el 19 de febrero del 2020, de <http://www.4vientos.net/2019/06/18/en-el-valle-de-guadalupe-mucho-para-pocos-y-poco-para-muchos/>
- Arqhys.com. Equipo de redacción profesional. (2017, 12). Características del expresionismo. Escrito por: Arqhys Decoración. Obtenido en fecha 02 de febrero del 2020, desde el sitio web: https://www.arqhys.com/decoracion/caracteristicas_del_expresionismo.html
- Bahgat, E. y Adel, R. (1996). El correo de la UNESCO. *El mercado a través del tiempo. (Año XLIX)*. (pp.8).
- Bautista, M. (2016). Arquitectura ¿social? *Tierra adentro*. 216. (pp. 58) Recuperado el 11 de diciembre del 2023, en https://mexicana.cultura.gob.mx/es/repositorio/detalle?id=_suri:DGP:TransObject:5bce1ad57a8a0222ef15c22b&word=arquitectura%20%C2%BFsocial?&r=2&t=700
- Bassols, A. (1959). El Valle de Guadalupe. [Figura]. *Acervo Ángel Bassols*. Recuperado el 07 de marzo del 2022, de <https://colef.mx/expofoto/bassols/>
- Castillo, J. (2017). Arquitectura de mercados. *Hoja Santa*. Recuperado el 11 de diciembre del 2023, de <https://revistahojasanta.com/sobremesa-1/2017/9/15/arquitectura-de-mercados>
- Cervantes, M. (2018). Los viñedos de Baja California que empobrecen a sus pueblos. *Newsweek, México*. Recuperado el 19 de febrero del 2020, de <https://newsweekespanol.com/2018/10/vinedos-baja-california-empobrecen/>
- Chinchilla, I. (2009). ¿Qué es experimental en arquitectura? *Scalae*. Recuperado el 22 de enero del 2020, de <http://www.scalae.net/documentos/que-es-experimental-en-arquitectura>
- Cob, A. (2017). Arquitectura Funcional o Racionalista. *Fundamentos del Arte II*. Recuperado el 19 de febrero del 2020, de <https://profeanacob.wordpress.com/2017/04/21/9-arquitectura-funcional-o-racionalista/>
- Cook, P. (1970). Experimental Architecture. *Oxford Reference*. Recuperado el 03 de febrero del 2020, de

<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095805791>

Díez-Canedo, J. (2016). El efecto Guggenheim en México. *Horizontal*. Recuperado el 14 de febrero del 2020, de <https://horizontal.mx/el-efecto-guggenheim-en-mexico/> Ensenada Baja Vacations. (s. f.). Mercado Los Globos. *Ensenada Baja Vacations*. Recuperado 26 de noviembre de 2020, de <https://www.ensenada-baja-vacations.com/mercado-los-globos.html>

Encuentro Guadalupe. (2020). *Real Estate* [Fotografía]. Encuentro Collection. <https://encuentrocollection.com/real-estate/>

Foursquare. (s/f). Tianguis Los Globos. *Foursquare, city guide*. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://es.foursquare.com/v/tianguis-los-globos/4db4c191fa8c350240ec5fd4>

García García de León, A., & Rivera Borrayo, E. (2019). El valor añadido de la arquitectura vernácula: los casos de la Ruta del Vino y del Tequila en México. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 17(2), 267-284. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.019>

Gobierno del Estado de Baja California, Secretaría de Protección al Ambiente. (2016). Programa Ambiental Estratégico de la Región Vitivinícola del Valle de Guadalupe, Municipio de Ensenada, B.C., México. *SPABC*. Recuperado el 15 de diciembre del 2020, en <http://www.spabc.gob.mx/wp-content/uploads/2018/05/PROGRAMA-AMBIENTAL-ESTRATEGICO-DE-LA-REGION-VITIVINICOLA-DEL-VALLE-DE-GUADALUPE-MUNICIPIO-ENSENADA-B.C.-2016-1.pdf>

Gobierno del Estado del Baja California, Instituto Municipal de Investigación y Planeación de Ensenada, B.C. (2018). Actualización del Programa Sectorial de Desarrollo Urbano – Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada, Baja California. *Programa Sectorial*. Ensenada, Baja California.

Health*Conscious*Travel. Haiken, M. (2017). Mad for mercados, explorando los mercados de Ensenada. *Health*Conscious*Travel*. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <http://www.health-conscious-travel.com/2017/03/03/mad-for-mercados-exploring-ensenadas-los-globos-sunday-market/>

Hernández, A. (s/f). Comercio Informal en las calles. *La verdad*. Recuperado el 02 de marzo de 2020 de <https://la-verdad.com.mx/comercio-informal-las-calles-63579.html>

Instituto Metropolitano de Investigación y Planeación de Ensenada, Baja California. (2013). *Programa Sectorial de Desarrollo Urbano – Turístico de los Valles Vitivinícolas de la Zona Norte del Municipio de Ensenada (Región del Vino)*. Recuperado de <http://vinisfera.com/r/wp-content/uploads/2013/10/SECTORIAL-DEL-VINO.pdf>

- Instituto Metropolitano de Investigación y Planeación de Ensenada, Baja California. (2010). *Programa de Desarrollo Urbano de Centro de Población de Ensenada 2030*. Recuperado el 11 de julio del 2022 de http://www.imipens.org/IMIP_files/PDUCP-E2030-abreviado.pdf
- Kifer, C. (2014). Mercado Los Globos en Ensenada, México. *Ever in Transit*. Recuperado el 27 de noviembre de 2020, de <https://everintransit.com/ensenada-market-mercado-los-globos/>
- La Justina. (2022). [Ilustración]. Facebook La Justina. Recuperado el 11 de diciembre del 2023 en <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=687244732840851&set=a.610055020559823&type=3&mibextid=qC1gEa>
- Lazcano, C. (2012). Nuestra Señora de Guadalupe del Norte. *El Vigía*. Recuperado el 27 de febrero de 2020 de <https://www.elvigia.net/el-valle/2012/12/23/nuestra-seora-guadalupe-norte-102640.html>
- Lazo, P. (2017). Los mercados sobre ruedas como alternativa de espacio público. *Arquine*. Recuperado el 21 de marzo de 2022 de <https://www.arquine.com/los-mercados-sobre-ruedas-como-alternativa-de-espacio-publico/>
- Leyva C. y Espejel, I. (2017). La historia del Valle de Guadalupe. En Santos, M. (Ed.), *Valle de Guadalupe: paisaje en tres tiempos* (pp. 15). Mexicali, Baja California: Universidad Autónoma de Baja California.
- Leyva C. y Espejel, I. (2017). Turismo en el valle de Guadalupe: ¡Tanto qué hacer! En Santos, M. y Leyva C. (Ed.), *Valle de Guadalupe: paisaje en tres tiempos* (pp. 149-159). Mexicali, Baja California: Universidad Autónoma de Baja California.
- Loera, K. (2019-2022). [Ilustraciones].
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. En Massachusetts Institute of Technology and the President and Fellows of Harvard College.
- Meraz, L., Valderrama, J. y Maldonad, S. (2012). *La Ruta del Vino en el Valle de Guadalupe, Baja California, México. Perspectiva frente al cambio climático: Una primera aproximación*. Saltillo, Coahuila: UAAAN-UAdeC.
- McDonald, M (1949). The spanish missions on the California Peninsula: #27, Nuestra Señora de Guadalupe (1834-1840). [Figura]. *Discover Baja*. Recuperado el 13 de febrero del 2020, de <https://www.discoverbaja.com/2014/09/23/spanish-missions-california-peninsula-27-nuestra-senora-de-guadalupe-1834-1840/>
- Pérez, A (2021). 2 tipos de mercado que están difuminando sus barreras. Recuperado el 16 de marzo del 2024 en <https://www.obsbusiness.school/blog/2-tipos-de-mercado-que-estan-difuminando-sus-barreras>

- Quiñónez, J. J., Bringas, N. L. y Barrios, C. (2006). La ruta del vino de Baja California. *Patrimonio cultural y turismo*, no. 18. 131-149.
- Ramírez, et al. (2019). Carta Geológico-Minera Francisco Zarco I11-D82 Baja California [Ilustración]. *Mapserver*.
http://mapserver.sgm.gob.mx/Cartas_Online/geologia/11_I11-D82_GM.pdf
- Ruiz, R. (2004). Migración y poblamiento en el Noroeste de México. *Memoria del XVII Simposio de Historia realizado del 22 al 27 de noviembre del 2004*. (pp. 353-361).
- Sánchez Y. y Trujillo G. (1995). *De tierras muy lejanas (La cultura Indígena de Baja California)*. En SEP (Ed.), Antología de Textos de Historia de Baja California. Recuperado el 18 de mayo del 2021 en <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1945.pdf>
- Santibañez, D. (2020). Mercado de Artesanías Tlaxco / Vrtical. *ArchDaily México*. Recuperado el 14 de marzo del 2022, de <https://www.archdaily.mx/mx/908097/mercado-de-artesantias-tlaxco-vrtical>
- Secretaría de Desarrollo Social. (2006) Región del Vino. *Programa de Desarrollo Regional*. (pp. 42-43). Recuperado el 12 de diciembre del 2023.
- UNESCO. (s/f). Cultura y desarrollo. *UNESCO*. Recuperado el 02 de marzo de 2020 de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/culture-and-development/>
- UNESCO. (s/f). Referencias. *UNESCO*. Recuperado el 02 de marzo de 2020 de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/3UNESCO_GuiaDigital-3.pdf
- UNESCO. (s/f). Ensenada. *UNESCO*. Recuperado el 21 de mayo del 2021 de <https://es.unesco.org/creative-cities//node/338>
- Universidad Autónoma de Baja California, Instituto de Investigaciones Históricas. (1999). El Valle de Guadalupe: un nuevo destino para el jornalero migrante. *Calafia*, IX (Núm. 3). Recuperado el 20 de diciembre del 2020 en <http://iih.tij.uabc.mx/iihDigital/Calafia/Contenido/Vol-IX/Numero3/ElvallededeGuadalupe.htm>
- Vial M. (2019). Mercado de agricultores de Tula/8 Lines. *Archdaily México*. Recuperado el 14 de marzo del 2022, de https://www.archdaily.mx/mx/928212/mercado-de-agricultores-de-tula-8-lines?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

Entrevistas

Blanco, Andrés. Gerente de Alimentos y Bebidas Cuatro Cuatros (comunicación personal, 28 de febrero de 2020)

Camacho, C. Gerente de Mercado Castro en la Ruta del Vino (comunicación personal, 14 de diciembre de 2019)

Iván. Empleado del comercio Sol de medianoche en Francisco Zarco (comunicación personal, 09 de noviembre de 2019)