



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS PURAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



**MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE
INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR
LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO
DE SAN MIGUEL, PUNO – 2022**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. EDUARDO SILLO MACHACA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
ARQUITECTO

JULIACA - PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS PURAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN
ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL
DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022


TESIS PRESENTADA POR:
Bach. EDUARDO SILLO MACHACA
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
ARQUITECTO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE


Arq. CARLOS ARMANDO HUAMAN CARREON

PRIMER MIEMBRO


M.Sc. YENY SANDRA CHAMBI QUISPE

SEGUNDO MIEMBRO


M.Sc. CARLOS MARTIN AQUIZE GARCIA

ASESOR DE TESIS


Dr. RAMIRO AMÍLCAR BOLAÑOS CALDERÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

DISEÑO ARQUITECTÓNICO - P23



RESOLUCIÓN DECANAL N° 302 2024-D-UI-FICP-UANCV

Juliaca, 22 de mayo del 2024

VISTO: El expediente N° 2024-CU- 3975 presentado por el (la) Bachiller: **SILLO MACHACA EDUARDO** estudiante de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras quien solicita **NOMINACIÓN DE JURADOS Y PROGRAMACIÓN DE FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bach. **SILLO MACHACA EDUARDO**, quien solicita **NOMINACIÓN DE JURADOS Y PROGRAMACIÓN DE FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN** de la Tesis Titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022**, la misma que pertenece a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTONICO** para optar el Título Profesional de Arquitecto.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el reglamento interno de trabajos de investigación conducente a grados y títulos mediante Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y en concordancia con el dictamen de similitud.

De conformidad al Reglamento Interno de Trabajos de Investigación Conducente a Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y en merito al Art. 24, Art. 28 del reglamento, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano y el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, la **NOMINACIÓN DE JURADOS** integrado por los siguientes docentes:

- * **Presidente** : Arq. CARLOS ARMANDO HUAMÁN CARREÓN
- * **1er Miembro** : M.sc. YENY SANDRA CHAMBI QUISPE
- * **2do Miembro** : M.sc. CARLOS MARTÍN AQUIZE GARCIA

ARTICULO SEGUNDO. - RECONOCER como asesor de la propuesta de investigación (tesis) de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras al (a la) docente, **Dr. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON**.

ARTICULO TERCERO . - APROBAR, la **FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS** de el (la) bachiller: **SILLO MACHACA EDUARDO**; del informe final de la investigación (tesis) titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022**, para optar el Título Profesional de Arquitecto. de acuerdo al siguiente detalle:

- * **FECHA** : Jueves 30 de mayo del 2024
- * **HORA** : 09:00 a.m.
- * **LUGAR** : Aula Magna - Pabellón de Hidráulica

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y Cs. PURAS
[Signature]
Dr. MILTHON QUISPE HUANCA
DECANO
CIP. 47790



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS
DIRECTOR
[Signature]
Dr. Efraín Karilo Sosa
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

cc.
Archivo
interesado (s)



“NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ”

RESOLUCIÓN DECANAL N° 173-2023-D-UI-FICP-UANCV

Juliaca, 29 de diciembre del 2023

VISTO: El N° 2023-CU-17651 presentado por el señor (a) **SILLO MACHACA EDUARDO** quien solicita **REVISIÓN DEL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (borrador de tesis)**, el **PROVEIDO - N° 329-2023-UI-FICP-UANCV/J**, y la **FICHA DE OPINIÓN DEL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS)** formato N° 012 - 2023 del integrante del comité de investigación **EPAU** de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, según al reglamento interno de trabajos de investigación conducente a grados y títulos.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) estudiante: **SILLO MACHACA EDUARDO**, ha presentado su informe final de la investigación (borrador de tesis) Titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales; el integrante del comité de investigación **Dr. Ramiro Amilcar Bolaños Calderon** de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, emitió la ficha de opinión del informe final de la investigación (borrador de tesis) formato N° 012-2023 **aprobando** el informe final de la investigación (borrador de tesis) titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022**, Correspondiente a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTONICO**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el reglamento interno de trabajos de investigación conducentes a grados y títulos mediante Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y estando a la opinión favorable del comité de investigación respecto al informe final de la investigación (borrador de tesis).

Estando, con la opinión favorable del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y en concordancia al Reglamento Interno de Trabajos de Investigación Conducente a Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y en merito al Art. 27 del reglamento, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano y el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, el **INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS)**, para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, presentado por el o (la) Bachiller: **SILLO MACHACA EDUARDO**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**, con el Tema Titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022** correspondiente a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTONICO**, en virtud a los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RATIFICAR como **ASESOR DE INVESTIGACIÓN** al (a) la), **Dr. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y Cs. PURAS

[Firma manuscrita]

Dr. WILTRON GUISPE HUANCA
DECANO
CIP. 47790



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS

[Firma manuscrita]

Dr. Efraín Pañillo Soza
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

cc.
Archivo
interesado (a)



"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 029-2023-D-UI-FICP-UANCV

Juliaca, 31 de octubre del 2023

VISTO: El expediente N° 2023-CU-13477, presentado por el señor (a) **EDUARDO SILLO MACHACA** solicitando **APROBACIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**, el PROVEIDO - N° N° 203-2023-UI-FICP-UANCV/J, y la **FICHA DE OPINIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN** formato N° 016 - 2023 del integrante del comité de investigación **EPAU** de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, según al reglamento interno de trabajos de investigación conducente a grados y títulos.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) estudiante: **EDUARDO SILLO MACHACA**, ha presentado su propuesta de investigación Titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales; el integrante del comité de investigación **Dr. Ramiro Amilcar Bolaños Calderon** de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, emitió la ficha de opinión de la propuesta de investigación formato N° 016-2023 **aprobando** la propuesta de investigación titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022**, Correspondiente a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTONICO**.

Que, es requisito indispensable contar con un asesor docente ordinario y/o contratado de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras con un mínimo de cinco años de docencia, grado de doctor o magister y experiencia en la línea a investigar, o deberá estar acreditado por Resolución 0989-2022-UANCV-CU-R, quien asumirá como asesor de la propuesta de investigación, según el área o grado.

Estando, con la opinión favorable de la propuesta de investigación del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y en concordancia al Reglamento Interno de Trabajos de Investigación Conducente a Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R, y en merito al Art. 25 del reglamento, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano y el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, la **PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**, presentado por el o (la) Bachiller: **EDUARDO SILLO MACHACA**, para optar el Título Profesional de Arquitecto, con el Tema Titulado: **MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022** correspondiente a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTONICO**.

La misma que deberá proceder con la ejecución de la propuesta de Investigación aprobado de acuerdo a lo establecido en el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER como **ASESOR DE INVESTIGACIÓN** al (a la), **Dr. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.


UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y Cs. PURAS
Mgtr. MILTHON QUISPE HUANCA
DECANO
CIP. 47790


UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS
DIRECTOR
Dr. Efraín Parillo Sosa
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

cc.
archivo 2023
interesado (a)



MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|---|--|-----|
| 1 | Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante | 3% |
| 2 | hdl.handle.net Fuente de Internet | 2% |
| 3 | doku.pub Fuente de Internet | 2% |
| 4 | repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 5 | repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 6 | repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 7 | transparencia.produce.gob.pe Fuente de Internet | <1% |
| 8 | www.archdaily.pe Fuente de Internet | <1% |



Metadatos complementarios - UANCV

| TITULO | |
|---|---|
| MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022 | |
| Datos de autor | |
| Nombres y Apellidos | EDUARDO SILLO MACHACA |
| Tipo de documento de identidad | DNI |
| Número de documento de identidad | 46777316 |
| URL de ORCID | https://orcid.org/0009-0000-4306-0730 |
| Datos de asesor | |
| Nombres y apellidos | Dr. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON |
| Tipo de documento de identidad | DNI |
| Número de documento de identidad | 29565004 |
| URL de ORCID | https://orcid.org/0000-0003-4274-3040 |
| Datos del jurado | |
| Presidente del jurado | |
| Nombres Y Apellidos | Arq. CARLOS ARMANDO HUAMAN CARREON |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 29552618 |
| Miembro del jurado 1 | |
| Nombres Y Apellidos | M. Sc. YENY SANDRA CHAMBI QUISPE |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 29565916 |
| Miembro del jurado 2 | |
| Nombres Y Apellidos | M. Sc. CARLOS MARTIN AQUIZE GARCIA |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 40432271 |



| | |
|--|--|
| Datos de investigación | |
| Línea de investigación | DISEÑO ARQUITECTONICO – P23 |
| Grupo de investigación | No aplica. |
| Agencia de financiamiento | Sin financiamiento. |
| Ubicación geográfica de la investigación | <p>Dirección: Distrito De San Miguel, Puno -15.46626, -70.13590</p> <p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: San Miguel</p> <p>https://maps.app.goo.gl/poZBUMsD8WrKLCQc8</p>  |
| Año o rango de años en que se realizó la investigación | 2022 - 2023 |
| URL de disciplinas OCDE - Librería | <p>Arquitectura y urbanismo https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.04.08</p> <p>Diseño arquitectónico https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.04.03</p> |

UNIVERSIDAD ANTONIO NESTOR CERDAS VELAZQUEZ
FACULTAD DE INGENIERIAS Y CIENCIAS EXACTAS
DIRECTOR
Dr. Efraín Acuña Gosa
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo EDUARDO SILO MACHACA, identificado con DNI
Nro. 46777316 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

ARQUITECTURA Y URBANISMO

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

" MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACIÓN ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022 "

Asesorado por: DR. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 25 de JUNIO del 2024

FIRMA ASESOR

FIRMA TESISTA



Huella



DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por guiarme por el buen camino y brindarme fuerza y sabiduría para poder alcanzar mis objetivos.

A mis padres por brindarme siempre su amor y apoyo incondicional durante este proceso de formación profesional.

A mis hermanos y sobrinos por su apoyo y aliento durante todo este proceso.



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez a, mi escuela profesional de Arquitectura y Urbanismo que me acogió en sus aulas para proporcionarme el conocimiento y una adecuada formación profesional.

Agradecer también a todos los Arquitectos y docentes involucrados durante el desarrollo de este proyecto de investigación.

A mi asesor de tesis por guiarme constantemente para poder concluir satisfactoriamente este proceso de formación.



INDICE GENERAL

DEDICATORIAi

AGRADECIMIENTOii

INDICE GENERAL iii

ÍNDICE DE TABLAS.....vi

ÍNDICE DE FIGURASvii

RESUMEN.....xi

ABSTRACT.....xii

INTRODUCCIÓN..... xiii

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....1

 1.1.1. Exposición de la situación problemática.....1

 1.1.2. Formulación del problema4

1.2. OBJETIVOS5

 1.2.1. Objetivo general5

 1.2.2. Objetivos específicos5

1.3. JUSTIFICACIÓN.....6

1.4. HIPÓTESIS.....6

 1.4.1. Hipótesis general6

 1.4.2. Hipótesis específicas.....7

1.5. VARIABLES.....7

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES.....8

2.2. MARCO TEÓRICO.....28

 2.2.1. Mercado de abastos28

 2.2.2. Criterios de integración espacial.....42

 2.2.3. Forma43

 2.2.4. Función.....47

 2.2.5. Espacio.....53



| | | |
|--------|----------------------------------|----|
| 2.2.6. | Imagen urbana | 59 |
| 2.2.7. | Espacio urbano | 65 |
| 2.2.8. | Percepción de la población | 74 |
| 2.2.9. | Diversidad urbana..... | 79 |
| 2.3. | DEFINICIÓN DE TÉRMINOS | 82 |

CAPÍTULO III MARCO NORMATIVO

| | | |
|--------|---|----|
| 3.1. | SINTESIS DE NORMAS..... | 84 |
| 3.1.1. | Neufert – Arte de proyectar en arquitectura..... | 84 |
| 3.1.2. | Enciclopedia Plazola - Mercado..... | 84 |
| 3.1.3. | Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE) | 84 |
| 3.1.4. | Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abasto..... | 85 |
| 3.1.5. | Plan de Desarrollo Urbano - Juliaca (PDU)..... | 85 |

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

| | | |
|--------|--|----|
| 4.1. | PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO..... | 86 |
| 4.1.1. | Nivel de investigación..... | 86 |
| 4.1.2. | Tipo y nivel de investigación | 86 |
| 4.1.3. | Diseño de investigación | 86 |
| 4.1.4. | Población y muestra | 87 |
| 4.1.5. | Técnicas, fuentes e instrumentos | 89 |
| 4.1.6. | Metodología de investigación..... | 92 |

CAPÍTULO V MARCO REAL

| | | |
|--------|--|-----|
| 5.1. | ANÁLISIS A NIVEL PROVINCIAL..... | 93 |
| 5.1.1. | Aspecto histórico..... | 94 |
| 5.1.2. | Aspecto físico geográfico..... | 95 |
| 5.1.3. | Aspecto socio-cultural | 96 |
| 5.1.4. | Aspecto económico | 96 |
| 5.2. | ANÁLISIS DE SITIO..... | 108 |
| 5.3. | EXPEDIENTE URBANO, CARACTERÍSTICAS URBANAS Y FÍSICAS | 113 |
| 5.4. | USUARIOS..... | 124 |

CAPÍTULO VI PROPUESTA ARQUITECTÓNICA



| | |
|---|-----|
| 6.1. CONCEPTUALIZACIÓN..... | 130 |
| 6.2. PARTIDO ARQUITECTONICO | 132 |
| 6.3. PREMISAS DE DISEÑO | 132 |
| 6.4. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA | 138 |
| CONCLUSIONES..... | 153 |
| RECOMENDACIONES | 154 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 155 |
| ANEXOS..... | 164 |
| Anexo 1. Matriz de consistencia | 164 |



ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 01. <i>Clasificación de los mercados minoristas de abastos según su radio de influencia.....</i> | 42 |
| Tabla 02. <i>Zona comercial</i> | 138 |
| Tabla 03. <i>Zona administración – servicios complementarios</i> | 139 |
| Tabla 04. <i>Zona de servicios generales.....</i> | 141 |
| Tabla 05. <i>Resumen total de áreas.....</i> | 141 |



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Mercado de abastos, según departamento al 2016*.....2

Figura 2. *Situación actual del espacio y actividad comercial*4

Figura 3. *Mercado de la estación báltica – Tallin, Estonia*.....14

Figura 4. *Ubicación del mercado*.....15

Figura 5. *La primera planta del mercado con aprovechamiento de luz solar*.....16

Figura 6. *La segunda planta con aprovechamiento de vistas y confort espacial*16

Figura 7. *Fachada principal que refleja su estructura formal*17

Figura 8. *El mercado con relación a la imagen urbana del sector*.....18

Figura 9. *La materialidad aplicada dentro de sus principales instalaciones del mercado*18

Figura 10. *Ubicación del mercado dentro de la ciudad de Boston*19

Figura 11. *La perspectiva de la imagen urbana con relación al mercado*20

Figura 12. *La espacialidad en los pasillos*21

Figura 13. *La experiencia del usuario frente a la funcionalidad del mercado*22

Figura 14. *La perspectiva interna del mercado que atrae a los visitantes*.....22

Figura 15. *La sostenibilidad reflejada en el diseño*.....23

Figura 16. *La característica formal del mercado*.....24

Figura 17. *Patrones formales con relación al juego de luces y sombras*25

Figura 18. *Las conexiones de ejes entre plantas del mercado*.....25

Figura 19. *La funcionalidad espacial con criterio de comodidad panorámica*.....26

Figura 20. *La proporción basado en la conexión de niveles*27

Figura 21. *La materialidad y forma constructiva*27

Figura 22. *Plano de Priene, con el espacio del ágora en el centro*.....31

Figura 23. *Foro de Trajano. Reconstrucción, planta y sección*.....32

Figura 24. *Fotografía de archivo del Mercado de Les Carmes, 1898*.....35

Figura 25. *El aspecto exterior de Les Halles Centrales de París en 1863*.....36

Figura 26. *Interior de mercado con arcos de hormigón, Breslavia, 1906- 1908*.....37

Figura 27. *Centro comercial Northgate de Seattle (EE.UU.) el 30 de abril de 1950*.....38

Figura 28. *Exterior del Markthall de MVRDV en Rotterdam*.....39

Figura 29. *El diseño arquitectónico y estructural del tejado como elemento especulativo formal*.....44

Figura 30. *Esquema de la relación de secuencia espacial*.....45

Figura 31. *Secuencia espacial enlazando dos espacios*46



| | |
|--|-----|
| Figura 32. <i>Mercado de abastos, según departamento al 2016</i> | 52 |
| Figura 33. <i>Permeabilidad entre espacio interno y externo</i> | 53 |
| Figura 34. <i>Alternativas novedosas en juegos infantiles</i> | 56 |
| Figura 35. <i>Espacio urbano cubierto para el encuentro social</i> | 58 |
| Figura 36. <i>Representación grafica de la senda</i> | 61 |
| Figura 37. <i>Representación referencial del borde</i> | 62 |
| Figura 38. <i>Representación referencial de barrio</i> | 62 |
| Figura 39. <i>Representación grafica de puntos de nodo</i> | 63 |
| Figura 40. <i>Representación sobre punto de referencia de un mojón</i> | 64 |
| Figura 41. <i>Espacios urbanos aprovechando los recursos</i> | 65 |
| Figura 42. <i>El espacio urbano densificado</i> | 66 |
| Figura 43. <i>El diseño del espacio público en el tiempo y momento</i> | 68 |
| Figura 44. <i>El uso de materiales tradicionales en la construcción</i> | 69 |
| Figura 45. <i>Materiales amigables con el medio</i> | 70 |
| Figura 46. <i>Mercado de abastos, según departamento al 2016</i> | 72 |
| Figura 47. <i>Situación territorial de los elementos arquitectónicos en una determinada geografía</i> | 73 |
| Figura 48. <i>Los principios básicos del contexto urbano</i> | 73 |
| Figura 49. <i>La accesibilidad proyectada equitativa</i> | 74 |
| Figura 50. <i>Percepción social de la plaza como lugar de interacción ciudadana</i> | 75 |
| Figura 51. <i>Un recinto para la vida</i> | 78 |
| Figura 52. <i>Biodiversidad urbana – conexión vital</i> | 79 |
| Figura 53. <i>Elementos físicos del paisaje urbano</i> | 81 |
| Figura 54. <i>Mobiliario urbano</i> | 82 |
| Figura 55. <i>Puntuación Z al nivel de confianza</i> | 88 |
| Figura 56. <i>Esquema metodológico</i> | 92 |
| Figura 57. <i>Ubicación del distrito de San Miguel</i> | 95 |
| Figura 58. <i>Porcentaje de establecimientos según organización jurídica</i> | 97 |
| Figura 59. <i>Colección fotográfica PDU Juliaca</i> | 102 |
| Figura 60. <i>Ruta comercial de los mercados, Tupac – San José</i> | 103 |
| Figura 61. <i>Flujo económico de la ciudad de Juliaca</i> | 104 |
| Figura 62. <i>Articulación de los subsistemas</i> | 105 |
| Figura 63. <i>Juliaca como centro urbano comercial</i> | 106 |
| Figura 64. <i>San Miguel como potencial comercial</i> | 107 |



| | |
|---|-----|
| Figura 65. <i>Ubicación del área de estudio.....</i> | 108 |
| Figura 66. <i>Topografía del distrito de San Miguel – área de estudio.....</i> | 109 |
| Figura 67. <i>Mercado de abastos, según departamento al 2016.....</i> | 109 |
| Figura 68. <i>Linderos y colindancias del terreno de estudio.....</i> | 110 |
| Figura 69. <i>Referencia del recorrido solar.....</i> | 111 |
| Figura 70. <i>Rosa de vientos para el distrito de San Miguel.....</i> | 112 |
| Figura 71. <i>Mercado de abastos, según departamento al 2016.....</i> | 112 |
| Figura 72. <i>Radio de influencia de los equipamientos en el distrito de San Miguel.....</i> | 113 |
| Figura 73. <i>Principales vías de articulación y conexión.....</i> | 114 |
| Figura 74. <i>Trama urbana del distrito de San Miguel.....</i> | 115 |
| Figura 75. <i>Porcentaje del uso de suelo.....</i> | 115 |
| Figura 76. <i>Análisis del uso de suelos a nivel local.....</i> | 116 |
| Figura 77. <i>Llenos y vacíos del área de estudio.....</i> | 117 |
| Figura 78. <i>Perfil urbano de las principales vías.....</i> | 118 |
| Figura 79. <i>Porcentaje de alturas de las viviendas.....</i> | 119 |
| Figura 80. <i>Tipo de materiales usados en las construcciones.....</i> | 119 |
| Figura 81. <i>Estado de las áreas verdes en el área de estudio.....</i> | 120 |
| Figura 82. <i>Servicio de agua potable.....</i> | 121 |
| Figura 83. <i>Servicio de desagüe.....</i> | 122 |
| Figura 84. <i>Servicio de energía eléctrica.....</i> | 122 |
| Figura 85. <i>Tradición de los pobladores de San Miguel.....</i> | 124 |
| Figura 86. <i>Actividad económica de la población de San Miguel.....</i> | 125 |
| Figura 87. <i>Análisis antropométrico estático para un varón y una mujer.....</i> | 126 |
| Figura 88. <i>Espacios necesarios en un pasadizo según usuarios.....</i> | 127 |
| Figura 89. <i>Espacios necesarios en una vereda según usuarios.....</i> | 128 |
| Figura 90. <i>Recorridos realizados por los proveedores – comerciantes - compradores de productos.....</i> | 129 |
| Figura 91. <i>Idea generatriz de la conceptualización (accesible).....</i> | 130 |
| Figura 92. <i>Organización conceptual.....</i> | 130 |
| Figura 93. <i>Conceptualización simbólica.....</i> | 131 |
| Figura 94. <i>Partido arquitectónico.....</i> | 132 |
| Figura 95. <i>Prioridad peatonal (sostenible - inclusivo).....</i> | 133 |
| Figura 96. <i>Aprovechamiento de los recursos ambientales.....</i> | 134 |
| Figura 97. <i>Corrientes de aire.....</i> | 135 |



| | |
|--|-----|
| Figura 98. <i>Barreas naturales</i> | 135 |
| Figura 99. <i>Integración de espacios</i> | 136 |
| Figura 100. <i>Integración con el entorno</i> | 137 |
| Figura 101. <i>Programación cualitativa</i> | 138 |
| Figura 102. <i>Diagrama de funcionamiento</i> | 142 |
| Figura 103. <i>Diagrama general de flujo</i> | 142 |
| Figura 104. <i>Diagrama de flujo zona de servicio</i> | 143 |
| Figura 105. <i>Diagrama zona de comercio</i> | 143 |
| Figura 106. <i>Diagrama zona administrativa</i> | 143 |
| Figura 107. <i>Zonificación planta baja – estacionamiento</i> | 144 |
| Figura 108. <i>Zonificación primer nivel</i> | 145 |
| Figura 109. <i>Zonificación segundo nivel</i> | 146 |
| Figura 110. <i>Zonificación tercer nivel</i> | 147 |
| Figura 111. <i>Planimetría general</i> | 148 |
| Figura 112. <i>Plano de distribución estacionamiento</i> | 149 |
| Figura 113. <i>Plano de distribución primer nivel</i> | 150 |
| Figura 114. <i>Plano de distribución segundo nivel</i> | 151 |
| Figura 115. <i>Plano de distribución tercer nivel</i> | 152 |



RESUMEN

Las grandes ciudades vieron los primeros cambios en el comercio urbano, y Europa miró a la arquitectura de la ciudad y su vínculo con los mercados para preservar su valor y al mismo tiempo preservar su carácter, adaptarse a las formas y estilos de vida de los consumidores actuales y expresar la individualidad a través de la arquitectura y su vínculo con su entorno urbano y la ciudad.

La presente investigación se denominada: "Mercado de abastos con criterios de integración espacial para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022", tiene por objetivo principal: Proponer un mercado de abastos con criterios de integración espacial para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022. Del mismo modo, esta investigación es de Diseño de No experimental, Nivel de investigación Cualitativa, Tipo de investigación Básica o aplicada.

Concluyendo que, se consideró los criterios formales y espaciales con una gran variedad de actividad comercial y recreativa, de esta forma se mejorará funcionalmente la imagen urbana mediante un comercio dinámico, así mismo ser un referente arquitectónico principal del distrito.

Palabras clave: Mercado de abastos, Integración espacial, Imagen urbana.



ABSTRACT

Large cities saw the first changes in urban commerce, and Europe looked to the architecture of the city and its link with the markets to preserve its value and at the same time preserve its character, adapt to the ways and lifestyles of today's consumers and express individuality through architecture and its link with its urban environment and the city.

The present research is called: "Supply market with spatial integration criteria to improve the urban image of the district of San Miguel, Puno - 2022", has as its main objective: To propose a supply market with spatial integration criteria to improve the urban image of the district of San Miguel, Puno - 2022. Similarly, this research is of Non-experimental design, Qualitative research level, Type of research Basic or applied.

Concluding that, formal and spatial criteria were considered with a great variety of commercial and recreational activity, in this way the urban image will be functionally improved through a dynamic commerce, as well as being a main architectural reference of the district.

Key words: Food market, Spatial integration, Urban image.



INTRODUCCIÓN

Los mercados a través de la historia son reconocidos como tipologías arquitectónicas principales, pero a su vez, generan por medio de sus actividades conflicto y desorden.

La zona de estudio radica en el distrito de San Miguel, el tema elegido es debido a que los pobladores comercializan sus productos en precarias condiciones, al tal punto de generar informalidad e inseguridad al sobreponerse en espacios públicos, por la carencia de un equipamiento para satisfacer ante el incremento de la población, por ello es necesario el estudio y la integración del equipamiento con su entorno urbano, pero no dejando de lado su aspecto moderno.

En tal sentido, este proyecto se denominó "Mercado de abastos con criterios de integración espacial para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022"; ya que una de las necesidades de todo ser humano es abastecerse de productos para las canastas básicas del hogar.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Exposición de la situación problemática

Las grandes ciudades vieron los primeros cambios en el comercio urbano, y Europa miró a la arquitectura de la ciudad y su vínculo con los mercados para preservar su valor y al mismo tiempo preservar su carácter, adaptarse a las formas y estilos de vida de los consumidores actuales y expresar la individualidad a través de la arquitectura y su vínculo con su entorno urbano y la ciudad. El mayor efecto de estos cambios es consecuencia de la introducción de nuevos formatos comerciales, que están sustituyendo a los escaparates convencionales y ofreciendo nuevos modelos de consumo, así como nuevas interacciones entre compradores, vendedores y minoristas, (Gamarra, 2022).

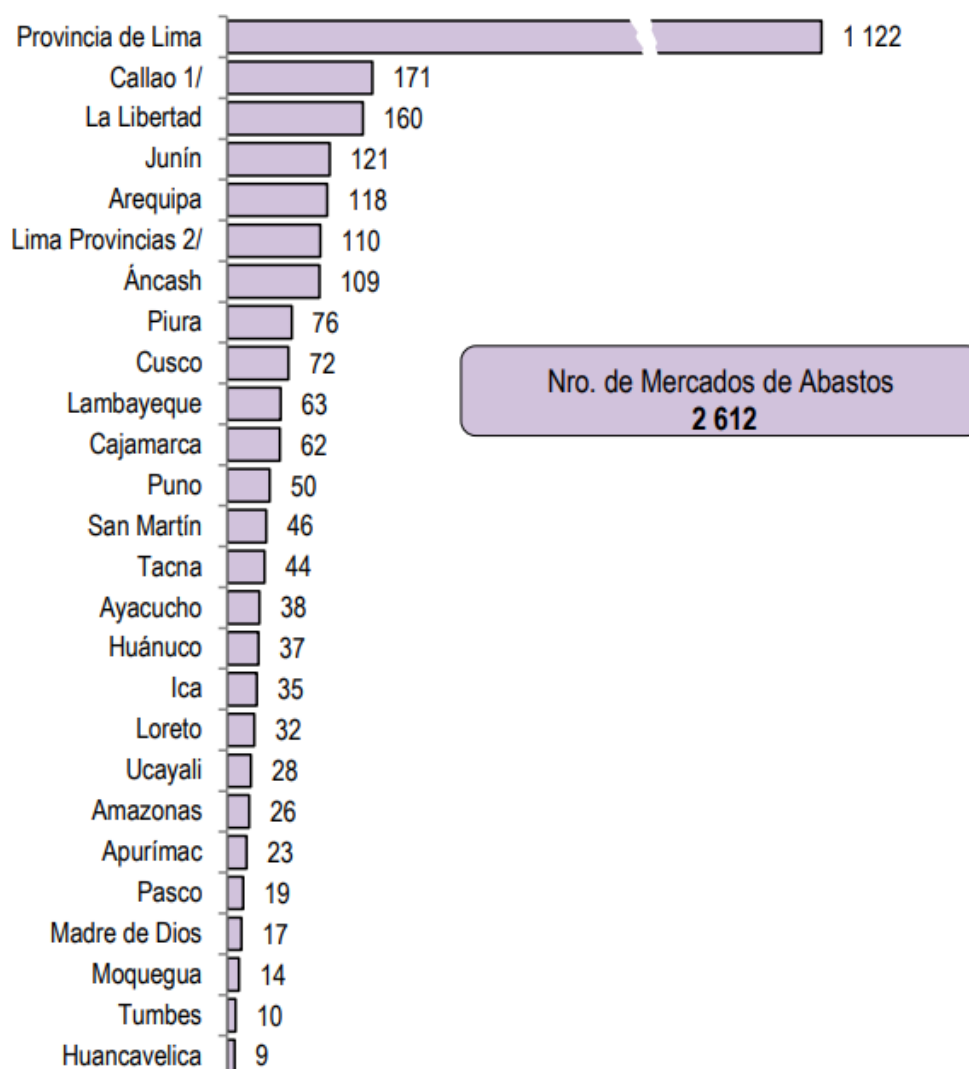
El mercado de abastos está relacionado al menos a dos dimensiones, en primer lugar, por ser un espacio físico real, en segundo lugar, por ser autónomo para actuar y tomar decisiones sobre temas que afectan sus actividades sociales y económicas, entendiéndose por ello, la gran importancia de estos frente a la ciudad para una sostenibilidad urbana, donde su integración espacial radica en el dinamismo que ello genera en su entorno, (Robles, 2014).

Según el INEI, (2017) entre los meses de mayo y junio de 1996, efectuó la encuesta nacional de mercados de abastos, de los cuales se registró un

total de 1097 mercados, posterior a ello, en el censo nacional de mercados del 2016, se evidencio un crecimiento del 138.1% en las dos últimas décadas, donde se tuvo un total de 2612 mercados, ello por el crecimiento poblacional y económico en todo el territorio peruano.

Figura 1.

Mercado de abastos, según departamento al 2016



Fuente: (INEI, 2017).

Los mercados en nuestro país, actualmente no se encuentran en un estado muy eficiente, tanto física como operativamente, en donde sus elementos físicos están en pésimas condiciones, lo cual, es urgente equipar



los mercados para actualizar los nuevos formatos de uso, donde se imponga la afluencia de consumidores de las áreas urbanas cercanas a dichos equipamientos, y que ayuden en la configuración espacial entre los mercados como del entorno urbano, (Aliaga, 2018).

La realidad problemática de mercados; no es ajena en el distrito de San Miguel, de manera específica a este problema el comercio se efectúa en múltiples escenarios, tales como: plataformas, en algunas situaciones en espacios baldíos, intersecciones viales y cercanos a equipamientos, de los cuales, esta comuna local solo tiene un mercado reconocido, en cierta medida, esta situación genera malestar en la población por el aumento de productores locales que ven a este distrito como una fuente de oportunidad para solventar sus ingresos económicos familiares. Cabe mencionar también, la forma improvisada de estas actividades impacta en la dinámica urbana, tanto en forma positiva como negativa.

De manera específica, en la urbanización Horacio Zevallos Gámez, donde se tiene el espacio destinado a comercio, refleja algunas precariedades:

- Mala percepción visual por el desorden en el espacio destinado a comercio.
- Deterioro del entorno urbano por la superposición de actividades, comerciales y recreativas.
- Contaminación ambiental por la acumulación de residuos sólidos (plásticos, desmonte y pastizales).
- Expendio de productos de forma precaria y al aire libre.

- Carencia de tratamiento urbano, causando inseguridad ciudadana.

Figura 2.

Situación actual del espacio y actividad comercial



Fuente: Elaboración propia.

Por lo cual, se alcanza a describir lo siguiente, se observa que en la urbanización Horacio Zevallos Gámez, los comerciantes realizan el expendio de sus productos en un espacio precario, al aire libre, debido al desinterés de las autoridades por implementar un equipamiento comercial adecuado, ocasionando un problema de desorden, deterioro de la imagen urbana, pérdida de la configuración espacial urbana y contaminación ambiental. Por tal motivo, la investigación se enfoca por desarrollar una propuesta de mercado de abastos, donde el equipamiento logre integrarse espacialmente con su entorno y mejore la imagen urbana de esta parte del distrito de San Miguel.

1.1.2. Formulación del problema

1.1.2.1. Pregunta general

¿De qué manera un mercado de abastos puede mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?



1.1.2.2. Preguntas específicas

- a) ¿De qué manera las condiciones del espacio urbano al mercado de abastos pueden mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?
- b) ¿De qué manera la diversidad de elementos paisajísticos al mercado de abastos puede mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?
- c) ¿Cómo el diseño formal del mercado de abastos puede integrarse al entorno de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Proponer un mercado de abastos con criterios de integración espacial para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.

1.2.2. Objetivos específicos

- a) Analizar las condiciones del espacio urbano al mercado de abastos para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.
- b) Generar una diversidad de elementos paisajísticos al mercado de abastos para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.
- c) Proponer el adecuado diseño formal del mercado de abastos que logre integrarse al entorno de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.



1.3. JUSTIFICACIÓN

a) Justificación teórica

En la justificación teórica, se afirma por la aplicación de teorías relacionadas al tema, en el análisis de los referentes arquitectónicos y bajo las normas vigentes que fueron necesarios para efectuar el diseño de la propuesta y su posterior justificación por medio de los resultados obtenidos.

b) Justificación practica

La presente investigación se justifica por la necesidad de implementar el equipamiento comercial y de tal forma se tenga una mejor configuración espacial como del mejoramiento de la imagen urbana, en beneficio de la población de este sector.

c) Justificación metodológica

En relación a la metodología, la investigación se justifica porque, se aplicó instrumentos para la recolección de datos, como la encuesta y la observación en campo, los mismos que fueron cruciales para ver la realidad en el ámbito de estudio.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis general

La propuesta de un mercado de abastos con criterios de integración espacial mejora con la configuración de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.



1.4.2. Hipótesis específicas

- a) El análisis realizado a las condiciones del espacio urbano al mercado de abastos se opta por mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.
- b) Generando una diversidad de elementos paisajísticos al mercado de abastos se mejora con la perspectiva de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.
- c) El adecuado diseño formal del mercado de abastos logra integrarse al entorno dinámico de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.

1.5. VARIABLES

1.5.1. Variable independiente

- Mercado de abastos con criterios de integración espacial.

1.5.1.1. Dimensiones de la variable independiente

- Forma.
- Función.
- Espacio.

1.5.2. Variable dependiente

- Imagen urbana.

1.5.1.1. Dimensiones de la variable dependiente

- Espacio urbano.
- Percepción de la población.
- Diversidad.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional:

Rodas (2018) cuyo título fue, Revitalización del mercado 27 de febrero (Cuenca - Ecuador).

La investigación se inicia por el aspecto arquitectónico con el que contaba el mercado en análisis, donde en cierta medida se evidenciaba una precariedad en los espacios públicos como en las áreas verdes, considerando también que este tipo de equipamiento abarca al aspecto social de conexión con otros lugares; pensando en su organización abierta hacia la ciudad. Dado la situación se tuvo como objetivo, Generar el nuevo modelo del mercado 27 de febrero que permita impulsar el comercio urbano, revitalice los espacios como regenerar el aspecto urbano del sector. La metodología de la investigación es de diseño no experimental, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo – aplicativo, por el análisis previo y su posterior propuesta. Teniendo como resultado, una forma que se adecua a su entorno, emplazándose por medio de ejes verdes y se genere la relación de los espacios públicos entre la parte interna y externa, no dejando de lado lo resaltante de su doble fachada con paneles en degrade, permitiendo controlar el reflejo de las radiaciones, así mismo estos paneles conforman una estructura geométrica funcional. En conclusión, el proyecto logra de forma conjunta



cambios en el sector, convirtiéndose en un referente de atracción en la ciudad para las personas que recorren por este sector.

Baque & Vivar (2022) en la tesis, Diseño de políticas de calidad para un mercado saludable y sostenible: "Las manuelas" Duran - Ecuador 2021.

La problemática que enmarca a realizar la investigación es por la falta de limpieza e higiene en el mercado Las manuelas, lo cual implica en la reducción de ventas, desfavoreciendo a que el propio mercado sea saludable como sostenible. Por consiguiente, el objetivo fue, Diseñar las políticas de calidad para tener un mercado saludable como sostenible, además que mejore las prácticas de intercambio comercial y aseguren la calidad de los productos y servicio. La metodología de investigación es de diseño no experimental, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, donde para reforzar la investigación se apoya en fichas de observación, entrevista y revisión documental. En los resultados del proyecto se tiene una descripción de las políticas normativas aplicables al mercado, entre ellas, los espacios distribuidos contarán con la debida iluminación y ventilación, los sistemas eléctricos como de las instalaciones sanitarias, estarán sujetas bajo las normas técnicas vigentes, por lo cual, al cumplir todas especificaciones el mercado podrá obtener el reconocimiento de un mercado saludable y sostenible, además a ello aprovechar las oportunidades para el desarrollo de la sociedad. En conclusión, de las observaciones realizadas en campo se tuvo que, los comerciantes requieren de capacitaciones para cumplir con



las políticas y objetivos de calidad, donde a su vez, se inició con un plan piloto para poner práctica dichas políticas y posteriormente decretarlas bajo ordenanza municipal.

A nivel nacional:

Barrueta (2021) en su investigación titulado, Propuesta arquitectónica del mercado municipal con espacios de integración en el distrito de Pillco Marca, periodo 2020.

La propuesta nace por el desorden y la inexistencia de espacios de integración adecuados para llevar a cabo la actividad comercial, recreación e integración social, muy por el contrario, el comercio se efectúa en espacios aglomerados. Por lo cual, se tuvo como objetivo, Identificar la forma en que se pudieran articular los espacios de integración de la propuesta de mercado. La metodología de investigación es de diseño no experimental, de tipo descriptivo con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). Como resultado, se tuvo una propuesta arquitectónica que se integra la parte interna con el exterior, por medio de una plaza al aire libre, generando la atracción de los peatones y mejorando el área de módulos de venta, los mismos que se articulan de forma natural con buena iluminación y ventilación para que los usuarios tengan un confort al momento de realizar sus compras, de todo lo mencionado la forma del proyecto y su conformación de 04 niveles se integra con su entorno por medio de bajas alturas. En conclusión, la propuesta contribuye con la necesidad de los habitantes para de esta manera tener un desarrollo por medio de la actividad comercial, la misma



que permita preservar las características propias de un mercado, además de satisfacer con la demanda de la sociedad.

Paz (2023) en su proyecto de investigación, "Lineamientos urbano arquitectónicos para mejorar la dinámica urbana del sector Barsallo - Mercado Moshoqueque de José Leonardo Ortiz.

Para lo cual, el autor sostiene que, la problemática en esta localidad radica por el comercio exagerado, lo cual implica aún más la informalidad por parte de los comerciantes, conllevando además al desorden que no permite una habitabilidad adecuada en todo el ámbito urbano a dicho mercado. En tal sentido, se tuvo como objetivo, Proponer lineamientos urbanos de carácter arquitectónico con la finalidad de mejorar el dinamismo del sector Barsallo – Mercado Moshoqueque. La metodología de la investigación es de diseño no experimental, de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo. Como resultado, se trabajó en la zonificación del espacio urbano por medio de llenos y vacíos para determinar la conexión de la ciudad con las actividades que se desarrollaran en el mercado para lograr un fortalecimiento territorial. Concluye, que el análisis previo determino como el desorden genera una superposición de actividades en un mismo territorio, donde a través de ello se pudo plantear las estrategias de análisis, zonificación y consolidación para un mejor dinamismo urbano entre el equipamiento, las viviendas y el resto de la ciudad, con ello a su vez se revitaliza los espacios degradados, beneficiando al desarrollo y la habitabilidad entre los residentes y los propios comerciantes que aportan al desarrollo económico.



Meléndez (2022) en la investigación, Propuesta de un mercado de abastos basado en criterios de diseño de configuración espacial en Yurimaguas 2021.

La investigación parte por la existencia del mercado municipal en Yurimaguas, la cual, no es suficiente para ante el constante crecimiento de la población, generándose el desorden, las actividades comerciales son poco identificables dentro del mercado. Por consiguiente, el objetivo radica en, Determinar los criterios de configuración espacial para el diseño del mercado de abastos en la localidad de Yurimaguas, 2021. La metodología de investigación parte por ser un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, donde se analiza casos y encuesta para el adecuado planteamiento del equipamiento comercial. Los resultados alcanzados a nivel de zonificación, se aprovecha la orientación para distribuir las zonas secas y húmedas, donde en el primer nivel se tiene la zona semihúmeda, en el segundo nivel se distribuye los puestos de productos secos, juguerías y el área administrativa del mercado. Concluyendo que, un mercado debe proporcionarse equilibradamente, ello referida percepción visual, además de la escala frente a las personas.

A nivel local:

Ticona (2023), cuyo título fue, Creación de un mercado, con espacios públicos socio ecológicos, mediante la integración de actividades de servicio público-activo y comercial en la Provincia de Huancané - Puno – 2020.



Refiere que, los espacios públicos sufren una desatención por parte de las autoridades, ello conlleva a que los equipamientos comerciales sean una alternativa de reunión social, para concretar la investigación, se tuvo como objetivo, Proyectar un hecho arquitectónico que tenga la capacidad de albergar actividades que además solucione sus problemas de servicio de atención y abastecimientos comerciales ayudando de esta forma a optimizar la dinámica de la ciudad por medio de la implementación de un equipamiento que sea imagen de la provincia. La metodología de investigación es de diseño no experimental, con un enfoque cualitativo. Como resultado, se tiene una distribución de espacios en los cuatro niveles que comprende el proyecto, aprovechando de igual manera la pendiente del terreno, dotando de iluminación a todos los espacios del mercado, en el primer se tiene la zona húmeda, semihúmeda y la zona seca, donde los olores de los productos están con un diseño que permite la ventilación de dichas zonas para no generar malos olores, en el segundo nivel, están las tiendas comerciales, en las cuales se expenden productos como ropa, calzado, entre otros, añadiendo a ello en este nivel se tiene el área de estacionamiento, el almacén para todas las tiendas y el área de los servicios higiénicos, en el tercer nivel se tiene el ingreso principal, comprendiendo los espacios de patio de comida, locales para la transferencia de dinero y finalmente en el último nivel se tiene el espacio de azotea, en el cual está el área administrativa, además a ello se tiene los espacios públicos para la diversión y ocio de las personas y deleitarse con las vistas que estas generan, no dejando de lado en todo

el proyecto en conjunto la accesibilidad de las personas con movilidad reducida por medio de rampas. En otro lado, a nivel formal del proyecto, se adapta a su entorno urbano, generando esa armonía entre el equipamiento y ciudad. Concluyendo, la forma en conjunto respeta la tradición del distrito, donde la arquitectura planteada abstrae elementos propios de la cultura y tradición, generando esa identidad del lugar, a su vez este equipamiento ofrece una oportunidad comercial, además de crecer en el intercambio comercial con las provincias cercanas para potencializar la economía de muchas familias.

2.1.2. Casos análogos

a) Mercado de la Estación Báltica – Tallinn, Estonia

Lugar: Kopli

Año: 2014 - 2017

Arquitecto: Koko Architects.

Área: 25000 m².

Figura 3.

Mercado de la estación báltica – Tallin, Estonia



Fuente: (KOKO architects, 2017).

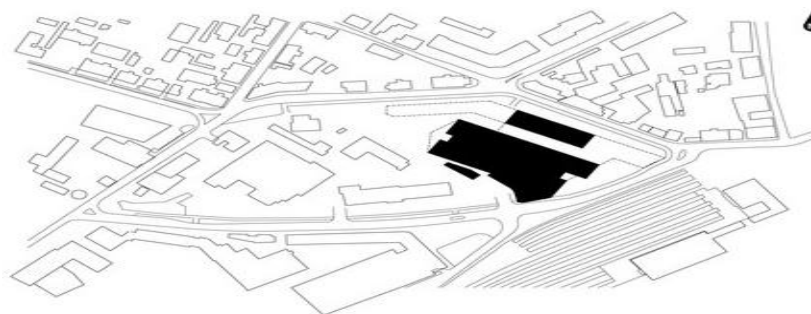
El objetivo de la reconstrucción era establecer un mercado moderno y variado, manteniendo al mismo tiempo la esencia histórica del mercado, incluido su ambiente animado y desordenado. Ampliamos el entorno existente para atraer a un amplio abanico de personas, incluidos pasajeros de tren, residentes locales, jóvenes, turistas y cualquier otra persona que estuviera de paso por la zona.

Descripción:

El mercado de Estonia, situado en Tallin, se construyó junto a una destacada estación de ferrocarril en el populoso barrio de Kalamaja. Comenzó a funcionar en 1993 y ofrece una variada gama de productos, como alimentos, artículos de segunda mano y objetos clásicos para personas con preferencias refinadas.

Figura 4.

Ubicación del mercado



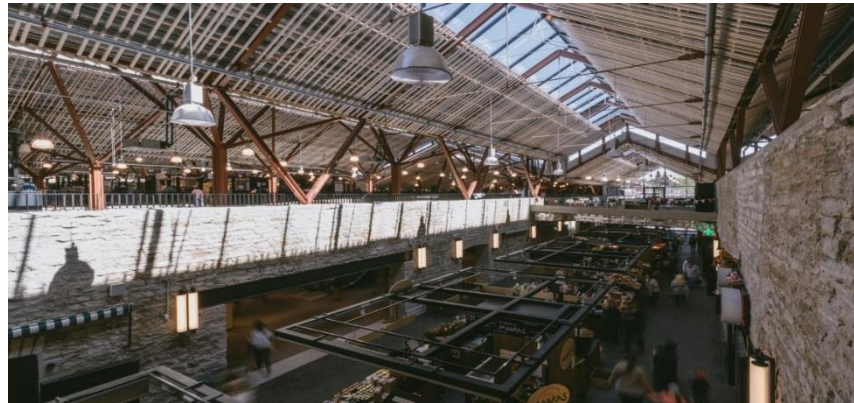
Fuente: (KOKO architects, 2017).

La meta principal de la primera planta del mercado fue personificar el ambiente animado y dinámico. En donde se centra principalmente en la oferta básica del mercado tradicional, que incluye antigüedades, artículos de segunda mano y ropa. Sin embargo, también cuenta con una reciente inclusión de diseños estonios, artesanía y artículos para el hogar. Para

aprovechar las magníficas vistas desde en el primer nivel, se crearon un restaurante y una cervecería al aire libre, cada uno con una terraza que disfruta de la luz del sol durante las horas centrales del día.

Figura 5.

La primera planta del mercado con aprovechamiento de luz solar

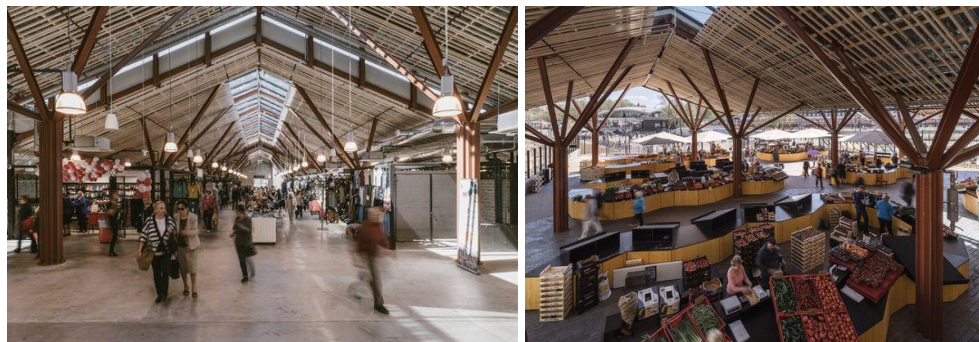


Fuente: (KOKO architects, 2017).

El segundo nivel se caracteriza por sus altos techos de madera y su abundante luz natural, que contribuyen a crear un ambiente abierto y aireado, aumentando la sensación general de confort. Para aprovechar las magníficas vistas desde el segundo nivel, se han incorporado un restaurante y una planta de cervecería, cada uno con una amplia terraza al aire libre que disfruta de la luz del sol de mediodía.

Figura 6.

La segunda planta con aprovechamiento de vistas y confort espacial



Fuente: (KOKO architects, 2017).

La fachada arquitectónica principal del mercado consta de tres naves con material de piedra caliza, con estructuras de dos plantas que datan de la década de 1870. La nueva ampliación consistió principalmente en un tejado a dos aguas cohesivo y singular que refleja la forma y las dimensiones de las estructuras existentes, junto con un nivel subterráneo para acomodar las funcionalidades adicionales.

Figura 7.

Fachada principal que refleja su estructura formal



Fuente: (KOKO architects, 2017).

El perfil e imagen urbana: El mercado en cuestión presenta una permeabilidad limitada debido a su ubicación dentro de la ciudad, rodeado de estructuras nuevas y antiguas. Las principales vías de acceso al mercado son las plazas adyacentes. La cubierta es crucial en este proyecto por su diseño distintivo pero funcional, que crea una sensación de movimiento y contraste visual en el mercado. Además, se integra perfectamente en su entorno, formando conexiones con los tejados de las residencias cercanas.

Figura 8.

El mercado con relación a la imagen urbana del sector

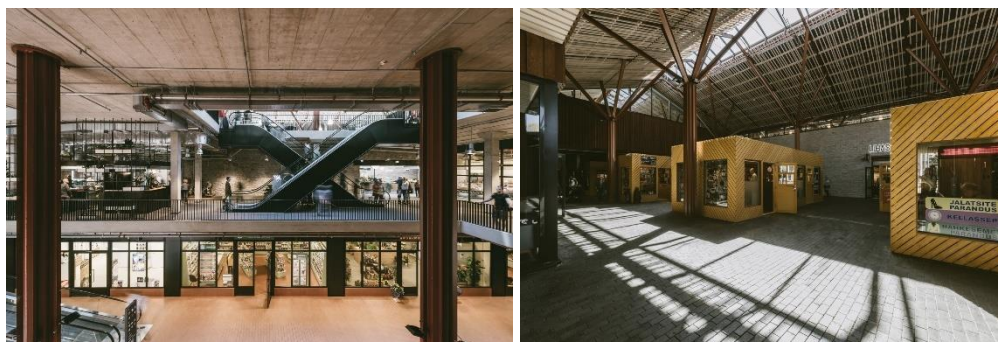


Fuente: (KOKO architects, 2017).

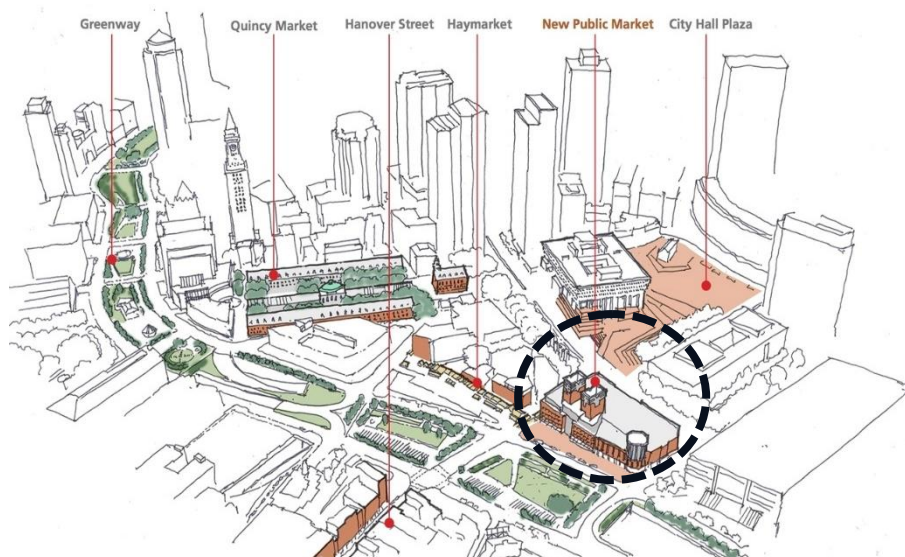
La materialidad: La arquitectura interior da prioridad a la exhibición del pasado de los antiguos almacenes, al tiempo que se abstiene intencionadamente de incluir nuevos hitos mediante el uso de elementos de inspiración histórica. La selección de materiales consiste en ladrillos y baldosas de cerámica de varios colores y del tamaño de ladrillos. Las barandillas y las fachadas de las tiendas se construyeron con una combinación de madera y metal negro. La iluminación general se caracteriza por ser cálida y discreta, lo que permite crear arreglos de iluminación personalizados para productos y empresas concretos, si es necesario.

Figura 9.

La materialidad aplicada dentro de sus principales instalaciones del mercado



Fuente: (KOKO architects, 2017).

b) Mercado público de Boston – Estados Unidos**Lugar:** Boston.**Año:** 2015.**Arquitecto:** Architerra.**Área:** 8534 m².**Figura 10.***Ubicación del mercado dentro de la ciudad de Boston***Fuente:** (Architerra, 2016).**Descripción:**

El diseño del mercado público inaugural de la nación, que ofrece alimentos locales y sostenibles, muestra el éxito de crear un sentido de lugar y emplear técnicas arquitectónicas innovadoras para superar la inmensa complejidad de la infraestructura. Esta transformación consiste en convertir la planta baja de un antiguo edificio de oficinas desocupado en una animada atracción que sirva de base a un distrito de mercados en expansión.

Figura 11.

La perspectiva de la imagen urbana con relación al mercado



Fuente: (Architerra, 2016).

Experiencia de usuarios

Los puestos de los vendedores están cubiertos por 40 singulares toldos de chapa ondulada blanca. Estas marquesinas están igualmente iluminadas desde abajo, lo que da lugar a brillantes tejados a dos aguas. Las torres tienen forma rectangular y están recubiertas de un laminado metálico de cobre. Ocultan las bandas de servicios y dan la apariencia de un mercado con columnas. Los pasillos y el cubo central están definidos por lámparas colgantes de cobre y plata, que crean una fuerte asociación con el motivo culinario. Los servicios generales están ocultos y se utilizan tablonces de madera de granero recuperados, lo que crea una atmósfera que recuerda a un animado bazar al anochecer.

Figura 12.

La espacialidad en los pasillos



Fuente: (Architerra, 2016).

Experiencia del vendedor

El mercado anima a los vendedores a utilizar diseños creativos de puestos y rótulos que reflejen sus personalidades particulares, al tiempo que garantiza que estos diseños cumplen requisitos específicos para mantener el aspecto y la funcionalidad generales del mercado. Una sofisticada red de unidades de alquiler estandarizadas, estructuras de señalización, canales de circulación de aire, la estación de metro de Haymarket, aparcamientos y el recién creado Registro de Vehículos de Motor, todo ello con intrincadas necesidades de infraestructura. Debido a la ausencia de sótano, los servicios del metro tuvieron que planificarse y construirse dentro de una losa de hormigón elevada. Debido a la ausencia de un pleno en el tejado, los servicios generales tuvieron que canalizarse a través de un pantano de infraestructuras existente situado bajo las plantas superiores de oficinas.

Figura 13.

La experiencia del usuario frente a la funcionalidad del mercado



Fuente: (Architerra, 2016).

El diseño incorpora siete entradas, que sirven de puntos focales para atraer a visitantes y personas de todas las zonas de la ciudad. La cocina didáctica y el mercado son destinos urbanos destacados. Todo el mercado se ha construido intencionadamente como plataforma para la educación pública, a través de exposiciones, señalización e instrucción activa. La propuesta incluye señales a escala del edificio, luces exteriores y calcomanías en los escaparates que sirven como anuncios, destacando el mercado como elemento central del distrito en desarrollo.

Figura 14.

La perspectiva interna del mercado que atrae a los visitantes



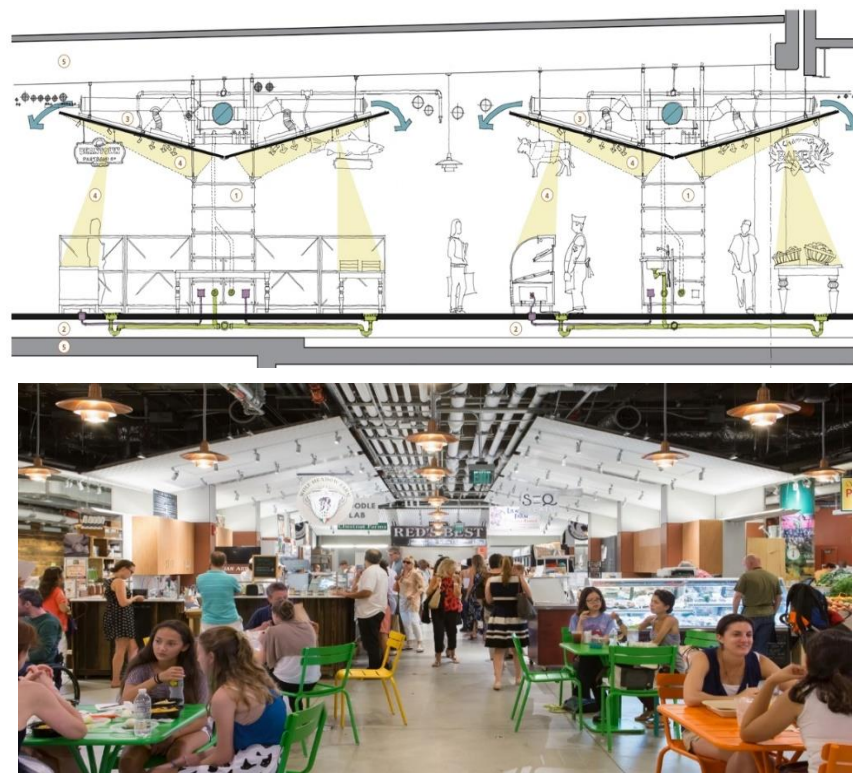
Fuente: (Architerra, 2016).

Sustentabilidad

El nuevo mercado facilita el crecimiento de la agricultura local y aboga por la conservación del suelo, mitigando al mismo tiempo las emisiones de carbono vinculadas al transporte de alimentos por vía aérea. La economía local se ve favorecida por la venta de alimentos en el mercado, el noventa por ciento de los cuales se cultivan, cosechan o fabrican en Massachusetts. El diseño optimiza la eficiencia hídrica y energética, al tiempo que incorpora instalaciones de reciclaje y compostaje. El proyecto se encuentra actualmente en proceso de certificación LEED Plata, ya que se diseñó específicamente para cumplir los requisitos LEED de Diseño y Construcción de Interiores (v. 4, Retail).

Figura 15.

La sostenibilidad reflejada en el diseño



Fuente: (Architerra, 2016).

c) Mercado Tirso de Molina – Chile**Lugar:** Santiago**Año:** 2011**Arquitecto:** Iglesias Prat Arquitectos**Área:** 8200 m².**Figura 16.***La característica formal del mercado***Fuente:** (Iglesias Prat Arquitectos, 2011).**Descripción:**

El nuevo mercado se diseñó como una espaciosa marquesina sostenida por una red de altísimas columnas. Los módulos de techo de 6 x 6 m, similares a los árboles falsos, establecen una disposición versátil y sin restricciones para la ubicación de los minoristas en dos plantas. Cada módulo consta de una estructura piramidal invertida con un techo translúcido que produce iluminación interior reimaginando el aspecto de las hojas de los árboles. El interior del mercado se caracteriza por un dinámico juego de luces y sombras, que crea diversas formas y patrones en los volúmenes y el suelo.

Figura 17.

Patrones formales con relación al juego de luces y sombras



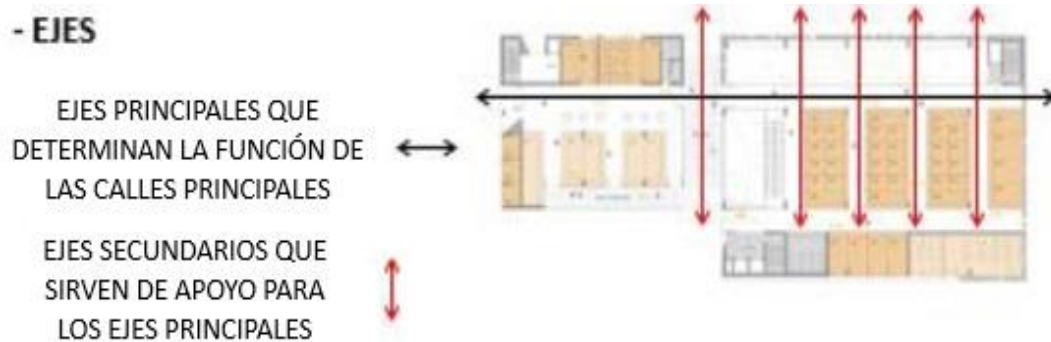
Fuente: (Iglesias Prat Arquitectos, 2011).

Los ejes de conexión

Las rampas y escalones están estratégicamente situados en la zona central de la estructura, facilitando la conexión entre las dos plantas y creando un entorno interior unificado.

Figura 18.

Las conexiones de ejes entre plantas del mercado



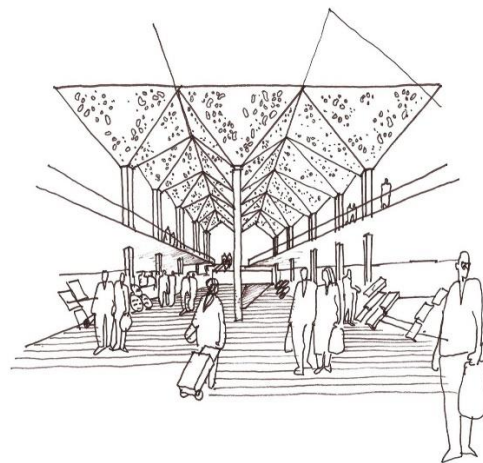
Fuente: (Iglesias Prat Arquitectos, 2011).

Los espacios y accesibilidad

Los cafés del segundo piso ofrecen una vista panorámica del río Mapocho y el Parque Forestal. Su ubicación es despejada y bien ventilada, ofreciendo amplio espacio y cómoda accesibilidad. En el subterráneo se encuentran los servicios higiénicos y salas de apoyo.

Figura 19.

La funcionalidad espacial con criterio de comodidad panorámica



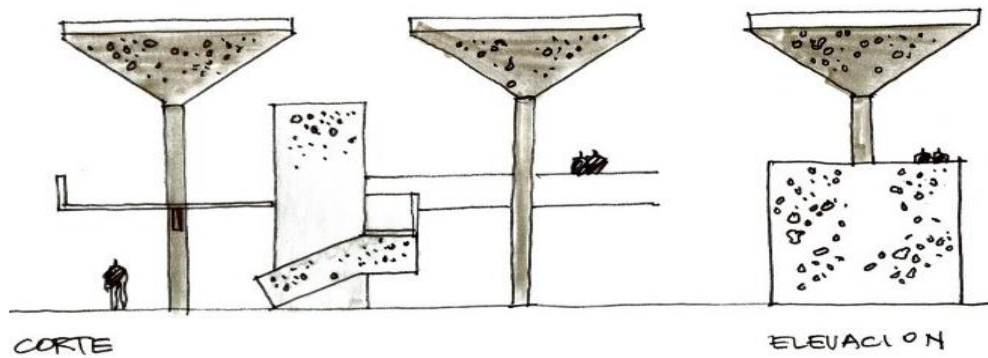
Fuente: (Iglesis Prat Arquitectos, 2011).

La volumetría con relación a su jerarquía interna

El interior se concibe como un espacio amplio que establece una conexión entre los distintos niveles y el entorno urbano circundante. Los vínculos están dispuestos en una secuencia y jerarquía específicas basadas en su escala y proporción. Una zona pública al aire libre está dedicada a la ciudad y enfatiza el vínculo con la pérgola de flores de Santa María.

Figura 20.

La proporción basado en la conexión de niveles



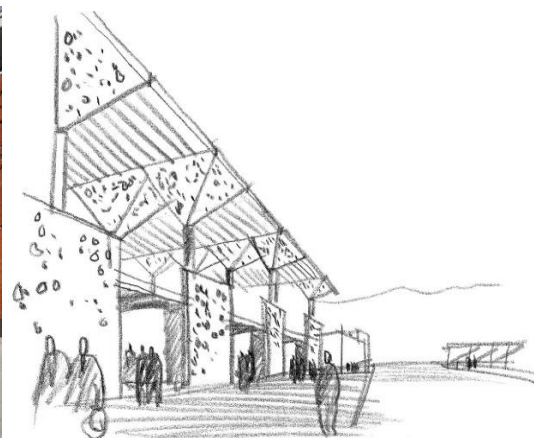
Fuente: (Iglesias Prat Arquitectos, 2011).

La volumetría con relación a su jerarquía interna

El objetivo de la volumetría exterior es lograr una asociación armónica con la Pérgola de las Flores. Se crea una estructura cohesionada por tres edificios que comparten la misma altura, modulación y materialidad. El edificio se caracteriza por su sencillez formal y constructiva, que lo hace apto para un uso intenso. También está previsto que sirva de emblema arquitectónico en un punto peculiar dentro de la ciudad.

Figura 21.

La materialidad y forma constructiva



Fuente: (Iglesias Prat Arquitectos, 2011).



2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Mercado de abastos

Estos mercados se denominan se denomina por su característica minorista, en los que las actividades comerciales implican la compra y venta de mercancías en cantidades pequeñas o medianas, distribuidas principalmente a nivel local. Ejemplos de este tipo de mercados son el Mercado Central Mayorista, el Mercado Metropolitano y el Mercado Sectorial, (Bracamonte, 2006).

Convencionalmente, la expresión "mercado público" se refiere a una infraestructura física controlada por el municipio, donde los comerciantes venden alimentos frescos al público desde sus propios puestos. Los mercados públicos se distinguen de otras actividades minoristas por tres rasgos fundamentales, a pesar de su amplia y diversificada oferta.

En primer lugar, los mercados públicos sirven para atraer compradores a la ciudad o al barrio y ofrecer oportunidades de venta al por menor a los pequeños comerciantes. Lo consiguen activando espacios públicos infrautilizados o reasignando espacios públicos a usos de mayor valor económico y social, como el establecimiento de nuevas instalaciones de comercio de alimentos y productos básicos.

Una segunda cuestión tiene que ver con la ubicación o el establecimiento de mercados públicos en el barrio, que puede tener repercusiones positivas o negativas en el entorno circundante. Esto tiene que ver con el atractivo visual del mercado, que atrae a un público diverso, así como



con el potencial para aumentar el valor de las zonas urbanas que están convenientemente situadas en el centro de la ciudad.

El tercer aspecto se señala que los mercados públicos están formados por concesionarios locales autónomos que gestionan ellos mismos la empresa. (Yambal, 2015).

2.2.1.1. Evolución histórica

Los mercados han desempeñado un papel crucial en el desarrollo económico y social de las ciudades, desde sus orígenes en las plazas de mercado. Servían de eje central de las actividades económicas y sociales. Los mercados cubiertos del siglo XIX eran especialmente impresionantes, pero desgraciadamente experimentaron un declive en el siglo XX.

La complejidad de la ciudad exige un análisis polifacético de su situación. Este pasaje alude a diversos fenómenos, entre ellos la reforma de la percepción del mercado, que implica la transición de mercados al aire libre a grandes espacios comerciales. También abarca los impactos económicos, sociales, político-administrativos, urbanísticos, tipológico-arquitectónicos y territoriales asociados a esta transición.

Dada su intrincada naturaleza dentro del paisaje urbano, es imperativo examinar su posición desde varias perspectivas. El siguiente pasaje alude a varios fenómenos, entre ellos la reforma de la percepción del mercado, que implica la transición de mercados al aire libre a grandes espacios comerciales. También abarca los impactos económicos,



sociales, político-administrativos, urbanísticos, tipológico-arquitectónicos y territoriales asociados a esta transición.

Las líneas siguientes delinear el desarrollo progresivo del mercado, siguiendo una secuencia histórica, desde sus inicios hasta la época actual, (Guardi & Oyón, 2007).

a. De Grecia a la edad moderna. la plaza de mercado como núcleo de la ciudad

Las actividades que se realizan actualmente en las estructuras de mercado se originaron en la antigüedad en entornos al aire libre. Los mercados servían tanto para transacciones comerciales como para interacciones sociales.

En la antigua Grecia, el ágora estaba estrechamente relacionada con el comercio y, por tanto, con el concepto de mercado. El ágora era el centro neurálgico de la ciudad, funcionaba como espacio público de reunión y simbolizaba su importancia primordial. Además, facilitaba las transacciones comerciales.

Según su morfología, las ágoras pueden clasificarse en dos tipos: las ágoras antiguas, de forma irregular, y las ágoras nuevas, de forma más regular y dotadas de "stoas" y otras estructuras públicas. La "stoa" consistía en un pórtico cubierto y columnatas situado en las inmediaciones de la entrada abierta al ágora. Esta zona servía de centro de operaciones económicas. Su composición mostraba diversidad, prevaleciendo la configuración rectangular o en forma de L en las esquinas de las ágoras. Alternativamente, adoptaban formas que daban

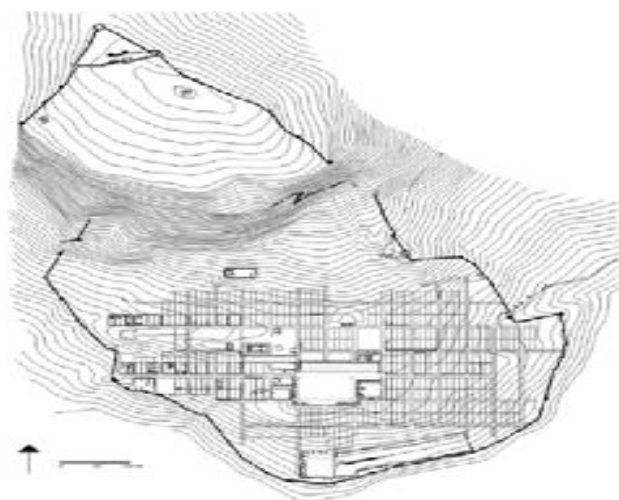
lugar a zonas divididas por hileras de tiendas, lo que puede considerarse un precursor de las calles con columnatas de la época helenística., (Pumarega & Cano, 1984).

Varias ciudades tuvieron una gran importancia económica gracias a su posición geográfica estratégica. Una ilustración de este fenómeno puede observarse en el caso de Priene, una pequeña y próspera polis con una población de 4.000 personas, cuya ventajosa posición costera facilitó su establecimiento como próspera metrópolis comercial. Gerasa, situada en la actual Siria, era un importante centro de tránsito de las caravanas del desierto y contaba con un gran bulevar repleto de almacenes, tiendas y negocios artesanales.

Análogamente similar al ágora en Grecia, tiene su origen en Italia. Cada ciudad del Imperio Romano tenía un foro, que adoptaba la forma de plazas cerradas con simetría axial integradas en la estructura cívica del asentamiento romano., (Pumarega & Cano, 1984).

Figura 22.

Plano de Priene, con el espacio del ágora en el centro.



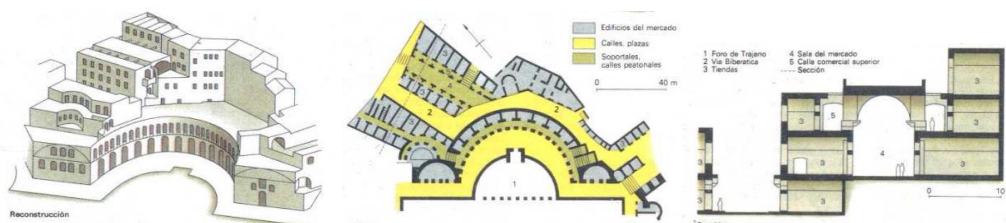
Fuente: (Pumarega & Cano, 1984).

Roma experimentó un aumento significativo de la construcción de edificios residenciales altos (*insula*), cuyas plantas bajas se destinaban a usos comerciales, como las *tabernae*, que albergaban talleres artesanales o mixtos. Una de las innovaciones de la ciudad romana es la incorporación de densidad y actividad comercial dentro de la estructura residencial urbana. Desde que el Imperio Romano creció y extendió su influencia por el Mediterráneo, el número de *tabernae* también aumentó. Estos establecimientos desempeñaron un papel crucial en las actividades económicas de las ciudades y colonias romanas, ya que se convirtieron en componentes esenciales de la economía local, (López R., 2006).

El mercado de Trajano es el espacio comercial más destacado de Roma. La estructura era autónoma y constaba de seis niveles separados por la vía Biberatica. A los niveles inferiores se accedía inmediatamente desde el foro de Trajano. Las *tabernae* se encontraban en los dos pisos inferiores. El mercado albergaba unos 150 establecimientos, entre tiendas, talleres y oficinas, que fueron trasladados desde el núcleo metropolitano, densamente poblado., (Pumarega & Cano, 1984).

Figura 23.

Foro de Trajano. Reconstrucción, planta y sección.



Fuente: (Pumarega & Cano, 1984).



Durante la Edad Media, el mercado surgió en Europa como el principal catalizador del crecimiento económico, alcanzando su máxima expansión en los siglos X y XI. El comercio en las aldeas floreció gracias a la creación de mercados locales, donde el excedente de productos agrícolas y artesanales de producción privada podía intercambiarse con fines lucrativos. La vida urbana se revitalizó y comenzaron a celebrarse ferias anuales en el siglo X, coincidiendo con la llegada de comerciantes internacionales. Durante este resurgimiento urbano, las ciudades se establecieron a lo largo de rutas comerciales naturales, incluyendo accidentes topográficos como ríos, así como lugares estratégicos como castillos y conventos. Las ciudades sirvieron como bastiones estratégicos para consolidar la autoridad de los monarcas y socavar la influencia de la aristocracia feudal. A medida que crecía la población urbana, surgió la clase burguesa como habitantes de las ciudades. El mercado experimentó una transformación que comenzó con la posesión de una zona designada por los carruajes de los mercaderes llegados de lugares lejanos. A medida que las zonas urbanas se masificaban, las áreas designadas para los mercados fueron ocupadas por edificios residenciales y vehículos, con lo que se perdió el carácter espacioso de las plazas de mercado originales, (López R. , 2006).

b. Mercados cubiertos: Del siglo XIX al siglo XXI

Para describir la evolución cronológica de los mercados cubiertos surgidos en el siglo XIX, recurriremos a la clasificación dada por los autores, (Guàrdia & Oyón, 2010).



Los mercados europeos pueden clasificarse en cuatro generaciones que van de 1800 a 2000, y cada generación evoluciona a lo largo de un periodo de cincuenta años. Dado que no se menciona ninguna generación de mercados posterior al año 2000, la clasificación no incluye una quinta generación. Sin embargo, cabe señalar que ciertos procesos característicos de esta última etapa, como la turistificación y la gentrificación, que se originaron en la cuarta generación, siguen en curso debido a la globalización, (Ramos, 2020).

- **Primera generación [1800-1850]**

Debido a la revolución industrial de mediados del siglo XVIII y al crecimiento del comercio, los mercados se fueron conectando cada vez más a redes de distribución más amplias, convirtiéndose en un componente crucial de la economía.

Desde la segunda mitad del siglo XVIII, uno de los principales objetivos de los mercados emergentes era establecer entornos ordenados, seguros e higiénicos. Esta preocupación surge de las condiciones insalubres y desordenadas de ciertas zonas, provocadas por la excesiva densidad de población y el hacinamiento en las calles de algunas ciudades de Francia y Gran Bretaña -países a la vanguardia de la adopción de los mercados-, que han hecho de estas zonas la principal fuente de tensiones. El objetivo era desintegrar sistemáticamente el mercado y la calle, racionalizando así la ciudad e imponiendo un sentido del orden. La distinción entre calle y mercado surgió paralelamente a la concepción de las infraestructuras en la segunda mitad del siglo XVIII en

Francia. Los intelectuales sugirieron que las ciudades debían diseñarse como una red de instalaciones funcionales y no con fines puramente estéticos. En el siglo XIX, el concepto de separar físicamente la estructura de la calle llevó a la construcción de los primeros mercados totalmente cerrados e independientes, (Guàrdia & Oyón, 2010).

Figura 24.

Fotografía de archivo del Mercado de Les Carmes, 1898



Fuente: (Guàrdia & Oyón, 2010).

- **Segunda generación [1850-1900]**

El punto de referencia indiscutible de todos los mercados construidos a finales del siglo XIX es Les Halles Centrales de París, diseñado meticulosamente por Victor Baltard. Este notable edificio, caracterizado por su innovadora construcción en hierro y cristal, sentó un precedente a imitar. Antes de 1900, la difusión de los mercados cubiertos de metal abarcó casi todos los países europeos y, en ocasiones, algunos latinoamericanos. El crecimiento de esta generación se produjo principalmente en las grandes metrópolis europeas y en algunos centros regionales clave. Además, en muchos casos no se creó una

infraestructura urbana completa de mercados cubiertos. A menudo, estaba incompleta, con restos de los antiguos mercados al aire libre., (Guàrdia & Oyón, 2010).

Figura 25.

El aspecto exterior de Les Halles Centrales de París en 1863



Fuente: (Ramos, 2020).

- **Tercera generación [1900-1950]**

Durante este periodo, los mercados de países pioneros como Francia y Gran Bretaña experimentaron su declive inicial. Por el contrario, los mercados cubiertos se expandieron hacia países hasta entonces inexplorados, sobre todo los situados en Europa del Este, donde experimentaron un importante repunte de crecimiento.

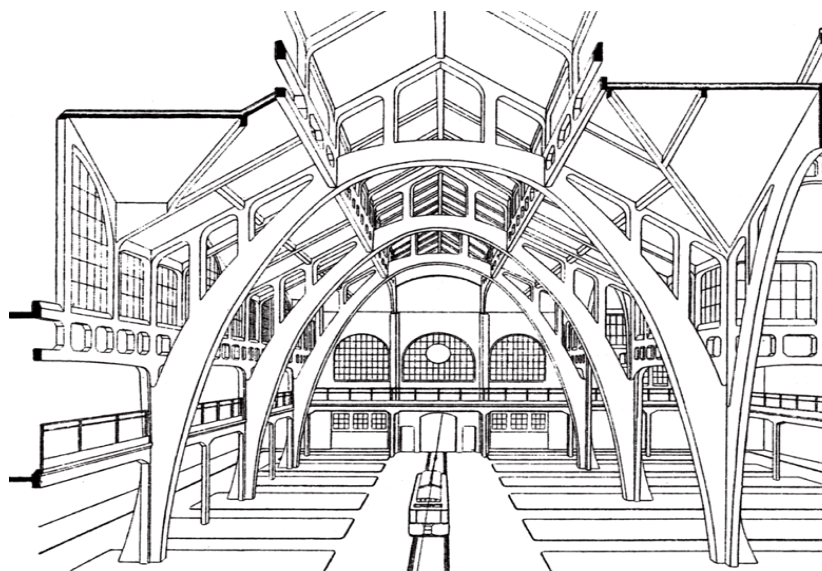
Surgieron a lo largo del periodo comprendido entre 1900 y 1950, siendo los acontecimientos históricos más significativos el estallido de la Primera y la Segunda Guerras Mundiales. Durante el periodo de entreguerras, la escasez de hierro para la construcción tuvo un impacto significativo en la arquitectura. Como consecuencia, el hormigón surgió como material novedoso para la construcción de numerosos edificios, en

particular los mercados centrales. El establecimiento de mercados locales se vio eclipsado, lo que dio lugar a una distribución desigual de estas instalaciones que no se correspondía con el importante auge urbano observado a principios de siglo.

En la actualidad, Alemania desbancaría a Francia y Gran Bretaña como nación pionera en el ámbito de los avances arquitectónicos. Sus edificios se diseñaron en gran medida para ser funcionales, situados estratégicamente en zonas remotas con cómodo acceso ferroviario, al tiempo que introducían el camión como principal medio de transporte de mercancías, (Guàrdia & Oyón, 2010).

Figura 26.

Interior de mercado con arcos de hormigón, Breslavia, 1906- 1908.



Fuente: (Ramos, 2020).

- **Cuarta generación [1950-2000]**

Los mercados de esta generación se caracterizan por su retirada de países que anteriormente habían desempeñado un papel crucial en su

difusión, como Gran Bretaña, Francia y Alemania. Durante este periodo, a partir de 1950, se produjo un notable aumento de la difusión de los mercados en países donde los supermercados y las grandes cadenas de alimentación aún no se habían generalizado. Simultáneamente, durante este periodo se ultimaron los sistemas de mercado de algunos países orientales y mediterráneos. La utilización de hierro y vidrio en la construcción se abandonó por completo, (Guàrdia & Oyón, 2010).

Figura 27.

Centro comercial Northgate de Seattle (EE.UU.) el 30 de abril de 1950



Fuente: (Guàrdia & Oyón, 2010).

La hibridación es un componente crucial para comprender el desarrollo de los mercados alimentarios desde los años sesenta. Híbrido, según su definición etimológica, se refiere a todo aquello que se forma combinando elementos de distinta naturaleza. La aplicación de este concepto a la arquitectura es similar, ya que se relaciona con entornos que tienen una naturaleza diversa, impura y mezclada, lo que sugiere la coexistencia de muchos estilos arquitectónicos., (Ruiz, 2014).

En respuesta a la aparición de amplias instalaciones comerciales en las afueras, los mercados de alimentación se esfuerzan por incorporar nuevos servicios complementarios para atraer a este grupo demográfico con preferencias de consumo cambiantes. La hibridación se produjo durante un periodo en el que el mercado de la alimentación, tal y como se definía entonces, carecía de una competencia adecuada.

La hibridación es una respuesta a la condición espacial dentro de los mercados, que se ha visto influida por el diseño o las renovaciones que se produjeron sobre todo a finales del siglo XX y, en mayor medida, en el siglo XXI. Muchos mercados han introducido funciones adicionales que dan lugar a actividades fundamentalmente distintas de la simple venta de productos alimentarios. Esto ha provocado cambios en la disposición física de los mercados y ha fomentado las interacciones entre estas actividades., (Ruiz, 2014).

Figura 28.

Exterior del Markthall de MVRDV en Rotterdam



Fuente: (Ruiz, 2014).

2.2.1.2. Tipo de mercados en el Perú

Dentro del marco normativo del país, se reconocen dos categorías distintas de mercados de alimentos: mayoristas y minoristas. Los mercados mayoristas de alimentos son lugares donde los agentes comerciales mayoristas, bajo el control de una sociedad operadora, negocian y centralizan la mayor oferta de productos agroalimentarios perecederos, hortalizas, cereales secos y recursos hidrobiológicos.

Los mercados minoristas son lugares físicos donde los comerciantes venden productos agrícolas, productos hidrobiológicos, comestibles, productos de limpieza personal y prestan diversos servicios domésticos a los usuarios finales en pequeñas cantidades. Estos servicios pueden incluir electricidad, reparación de electrodomésticos, cristalería, ebanistería, sastrería y reparación de calzado, entre otros. En la actualidad, numerosos mercados minoristas han establecido una selección de opciones de comida precocinada, influidos por el avance de las artes culinarias y la evolución de los patrones de alimentación fuera de casa., (Guerrero, Lazarte, & Mendez, 2017).

En los sectores urbanos, la tipología de los **mercados minoristas** de abastos, tienen una clasificación de la siguiente forma:

a. Basado en el régimen de propiedad

Los mercados pueden clasificarse como municipales o privados, dependiendo del régimen de propiedad. Para que un proyecto pueda optar a la inversión pública, es necesario que el terreno sea propiedad



de una institución estatal, un gobierno regional o un gobierno local. El incumplimiento de esta condición dará lugar al rechazo del proyecto.

- **Mercados de carácter municipales.** Es propietario el Estado, ello a nivel de sus municipalidades, ya sean provincial o distrital,

- **Mercados de carácter privados.** En esta línea pueden ser propiedad de una persona natural o también de carácter jurídica, como de una organización social, cooperativa, entre otros aspectos.

b. Basado en su radio de influencia

Los mercados minoristas de alimentación de las regiones metropolitanas tienen radios de efecto variables, en los que influyen el surtido y la excelencia de sus artículos, así como los precios de mercado. Estas características indican que los clientes no proceden únicamente de la zona cercana, sino también de otras zonas próximas, lo que se traduce en un radio de influencia más amplio para estos mercados., (Guerrero, Lazarte, & Mendez, 2017).

Los mercados minoristas de alimentación se agrupan en función de las categorías mencionadas, determinadas por sus radios de efecto, los cuales se tienen en la siguiente tabla.

Tabla 01.

Clasificación de los mercados minoristas de abastos según su radio de influencia

| Clasificación | Radio de influencia (m) |
|---|--------------------------------|
| Mercados de tipo vecinales | 200 a 400 |
| Mercados de tipo sectoriales | 400 a 800 |
| Mercados de tipo zonales | 800 a 1200 |
| Mercados de tipo distritales e interdistritales | 1200 a 1500 |
| Mercados de tipo metropolitanos | Superior a 1500 |

Fuente: (Guerrero, Lazarte, & Mendez, 2017).

2.2.2. Criterios de integración espacial

Los enfoques para el desarrollo de mercados de abastos y su impacto en la sociedad y la cultura. A lo largo de la historia, los mercados tradicionales, ya sean públicos o privados, han sido reconocidos como estructuras significativas por su tipología arquitectónica. Estos mercados siempre han servido como importantes lugares de reunión social, a menudo situados en plazas o zonas al aire libre. Al utilizar ampliamente el espacio urbano, han facilitado la integración vecinal y fomentado las interacciones comunitarias. Sin embargo, el panorama global ha evolucionado con el tiempo. Las modernas estrategias de marketing han desplazado el centro de atención de los espacios públicos a los grandes recintos privados, como centros comerciales y supermercados. Estos establecimientos, caracterizados por enfoques de diseño innovadores, una amplia gama de servicios y una extensa exposición de productos, han ganado protagonismo en los últimos años., (Elguera, 2018).



Gran cantidad de las ciudades de todo el mundo han reconocido la importancia de revitalizar sus mercados de abastos a través del turismo e integrarlos con otros sectores económicos, como el ocio. Lo han conseguido rediseñando los puestos y modificando sus entornos para atender a un público nacional e internacional diverso y con expectativas cada vez más altas. Estas ciudades también se han embarcado en proyectos mixtos con sinergia social, creando un ambiente más especializado que mejora la experiencia de compra. Además, han tenido en cuenta el impacto en el entorno urbano recuperando e incorporando espacios públicos que fomentan la integración social. De este modo se aborda el problema de las calles abandonadas resultante del aburguesamiento comercial de centros comerciales y supermercados. El objetivo es crear una mejor experiencia de compra desarrollando proyectos mixtos con sinergia social y fomentando un ambiente más especializado. Por lo tanto, la integración social aborda el problema del abandono de las calles debido al aburguesamiento comercial de centros comerciales y supermercados, (Andreeva & Hernández , 2016).

2.2.3. Forma

Los mercados, al ser lugares focales, se diseñan intencionadamente para que sean distintivos dentro del paisaje urbano. Debido a su alto nivel de funcionalidad en términos de disposición, el diseño de la cubierta se convierte en el principal foco de interés. Del mismo modo, el mercado se ve realzado por las conexiones visuales dentro de la zona y la

sensación de apertura que permite al usuario asimilarse más eficazmente en ello, (Fernández, 2000).

Se le reconoce a la permeabilidad como un componente de la materialidad urbana que corresponde al movimiento y significa secuencias espaciales dinámicas e interconectadas. Un enfoque eficaz para abordar la permeabilidad consiste en integrar a la perfección las plantas bajas de los edificios con el espacio público circundante de forma armoniosa con el contexto existente, (Henao, 2015).

Figura 29.

El diseño arquitectónico y estructural del tejado como elemento especulativo formal.



Fuente: (Henao, 2015).

2.2.3.1. Carácter arquitectónico

Los mercados de tipo abastos que aún conservan su esencia tradicional resultan atractivos por sus características distintivas que los diferencian de otros mercados, como los centros comerciales o los supermercados. Esta distinción está asociada al enfoque individualizado, así como a los aromas, matices y mercancías que contribuyen a las interacciones sociales que se producen en ese entorno. Desde este punto de vista, visitar un mercado de abastos es más cautivador que ir a un supermercado. Además, los mercados

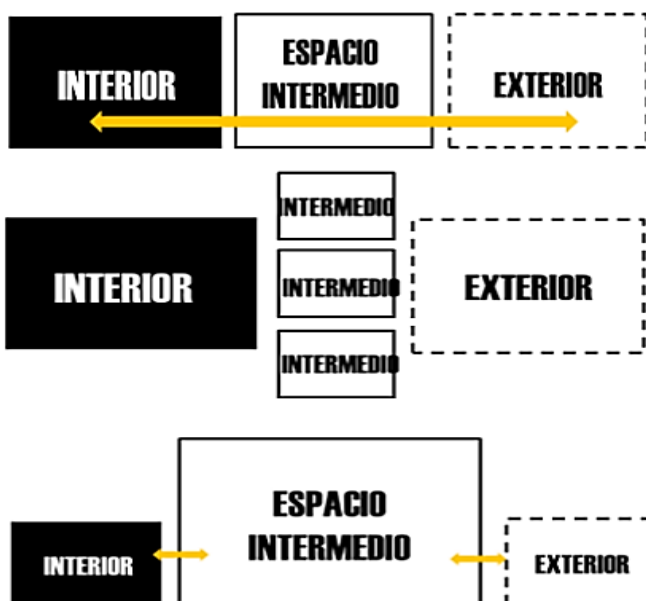
tradicionales, debido a su dinámica inherente, han cultivado un atractivo turístico, donde los individuos no sólo van a comprar, sino también a pasear tranquilamente y a relacionarse socialmente, (Ahumada, 2016).

2.2.3.2. Secuencia espacial

Las diversas relaciones entre el lugar, su entorno y el interior de la institución sirven como factores influyentes que lo impactan y alteran, permitiendo al usuario percibir las direcciones y dimensiones que lo guían y posicionan dentro del espacio. En el contexto del centro del mercado, este concepto se aplicaría para conectar la zona del mercado con la zona comunitaria. Ambas áreas desempeñan un papel crucial a la hora de determinar el éxito de un mercado y su interdependencia se ve influida mutuamente, (Yataco, 2021).

Figura 30.

Esquema de la relación de secuencia espacial



Fuente: (Yataco, 2021).

Así mismo, el espacio intermedio puede poseer atributos distintos a los de los espacios interior y exterior en aspectos formales. Para destacar su secuencia de conexión, es imprescindible que el usuario pueda identificarlo y reconocerlo. Si el espacio intermedio es equivalente a los demás en cuestiones formales, da lugar a una serie consecutiva de espacios. Para establecer un dominio sobre los demás espacios, el espacio intermedio debe poseer una escala jerárquica mayor y coordinar eficazmente la organización de los espacios restantes., (Ching, 1998).

- **El Espacio intermedio.** Los espacios interior y exterior son dispares y antitéticos, por lo que es necesaria una zona intermedia que establezca una conexión y salve la distancia entre ellos. Esto mejora la experiencia del usuario al hacer que la transición del espacio exterior al interior sea más atractiva y menos abrumadora.

Figura 31.

Secuencia espacial enlazando dos espacios



Fuente: (Ching, 1998).

- **El espacio intermedio como lugar.** Según Norberg (1975), citado por (Ching, 1998) el arquitecto que se desempeña como



urbanista, percibe el lugar como un centro diferenciado con fronteras bien definidas, que se experimenta como un espacio interno en contraste con el externo circundante. Además, afirma que un lugar no es un suceso independiente; su naturaleza está conformada por la interacción y el efecto mutuo con otros muchos. A pesar de parecer distinto del entorno exterior, toda brecha en sus límites establece una conexión con él.

2.2.3.3. Calidad arquitectónica

La percepción humana del espacio está influida por diversos aspectos fundamentales, como elementos psicológicos, físicos, sociales y culturales. Estas características desempeñan un papel importante a la hora de determinar el modo en que los individuos aceptan e integran sus sentidos con el entorno construido. Por el contrario, también pueden provocar un rechazo inmediato del espacio. Sin embargo, la creación de un entorno que garantice el máximo confort se consigue desarrollando diseños arquitectónicos que atiendan a las necesidades y funciones humanas dentro de ese espacio. Es a partir de este principio fundamental que los arquitectos inician la producción de conocimiento, al considerar las diversas variables y factores que contribuyen a la calidad ambiental de los espacios arquitectónicos para el ser humano, (Monsalve, 2013).

2.2.4. Función

El objetivo principal del mercado de abastos es vender productos en función de las necesidades de la población. Por ello, su ubicación y



accesibilidad son factores cruciales. La planta consiste en una disposición versátil y abierta, que permite organizar la actividad comercial en uno o dos niveles en varios puestos de venta a modo de módulos modulares. Además de su uso comercial, el edificio debe contar con zonas destinadas a uso administrativo y servicios compartidos. Además, debe haber un lugar convenientemente accesible para la carga y descarga, así como almacenes para guardar los productos. Todos estos espacios deben estar conectados por vías claramente definidas, (Fernández, 2000).

2.2.4.1. Zonificación

Para que un mercado tenga un funcionamiento óptimo, se debe de zonificar de tal manera que se genere una distribución que sea adecuada tanto para los consumidores como para los vendedores y sus diferentes tipos de productos. Los puestos de venta deben de contar con las instalaciones adecuadas dependiendo el tipo de producto que se venda; a su vez deben de ser equitativos para que cada vendedor obtenga beneficios.

Área Semi húmeda: Se trata de una zona que necesita agua sólo para sumergir la mercancía que se va a comprar. No es necesaria la instalación individual de agua potable; puede dividirse en sectores y utilizarse también para el drenaje durante la limpieza. Los puestos de venta situados en la zona semihúmeda se componen de frutas, verduras y flores.



Área Húmeda: Esta área requiere la implantación de sistemas hidráulicos y de drenaje para facilitar la limpieza individual, donde el Estudio de Prefactibilidad de los Mercados Minoristas identifican los siguientes tipos de puestos en estas zonas: carnicerías, charcuterías, pollerías, hueverías, pescaderías, vendedores de lácteos y embutidos, vendedores de refrescos, cantinas y vendedores de comida preparada, citado por (Noguera, 2015).

2.2.4.2. Función de los espacios

El espacio arquitectónico se caracteriza por su capacidad para adaptarse a los cambios de forma y ubicación, acomodándose a las necesidades cambiantes del usuario. Esta adaptabilidad permite la creación sin restricciones de diversas actividades multifuncionales, tanto fijas como móviles, en respuesta a diversas variaciones.

- a. **Actividad Comercial:** El comercio es una transacción que implica el intercambio de artículos entre comerciantes y consumidores. Funciona como un proceso de compraventa en el que el dinero sirve como medio de intercambio. A través de este medio, las personas pueden obtener diversos productos, muchos de los cuales son bienes esenciales. El proceso implica la entrega del producto al consumidor, pero para ello, el producto debe estar siempre a disposición del consumidor para sus diversas actividades.
- b. **Actividades de Convivencia:** El confort se refiere a un estado de comodidad física y bienestar que puede conseguirse mediante el



uso de objetos como los sillones. Sin embargo, en el confort también influyen factores como el clima y el ambiente general de un espacio, incluida su seguridad y tranquilidad. La combinación de estas variables contribuye a la presencia de confort dentro de un lugar determinado (Velázquez, 2016). La funcionalidad es un principio fundamental de la arquitectura, ya que requiere el diseño de espacios que se ajusten a las funciones y características espaciales previstas. Esto implica garantizar una conexión lógica entre el exterior y el interior de un edificio. Por ejemplo, una sala para proyecciones musicales puede diseñarse para atender tanto a niños como a adultos, fomentando la interacción. Además, un espacio así debe incorporar aislamiento acústico para cumplir los requisitos de aislamiento acústico. El local sirve de sede para nuestros programas recreativos y de bienestar, como yoga, danza y otros.

- c. Actividades de Interacción:** El establecimiento ofrece una experiencia de patio de comidas, donde los clientes pueden llegar, elegir su comida y disfrutarla en un ambiente agradable mientras interactúan con los demás. El concepto gira en torno a características funcionales y actividades propias de cada zona. Por un lado, hay una sección dedicada a los vendedores de comida tradicional, como anticuchera (pinchos de carne a la parrilla), picaronería (buñuelos dulces), tamalera (vendedora de tamales), humitera (vendedora de tamales de maíz y queso), emoliente



(vendedora de bebidas herbales), raspadilla (hielo raspado) y nevera (refrescos). Al otro lado, hay vendedores de bocadillos, ceviches y postres peruanos. El espacio central se destina a comer y consumir la comida adquirida. El establecimiento estará situado en la planta baja del mercado, con fácil acceso al paseo peatonal que cruza el mercado.

Con paseos al aire libre como son las caminatas que pueden ser utilizados para designar diferentes situaciones o actividades. En este sentido, pasear se relaciona en la mayoría de las ocasiones con caminatas, andar en bicicleta, comidas al aire libre, etc., todas actividades que no necesitan demasiado desgaste físico.

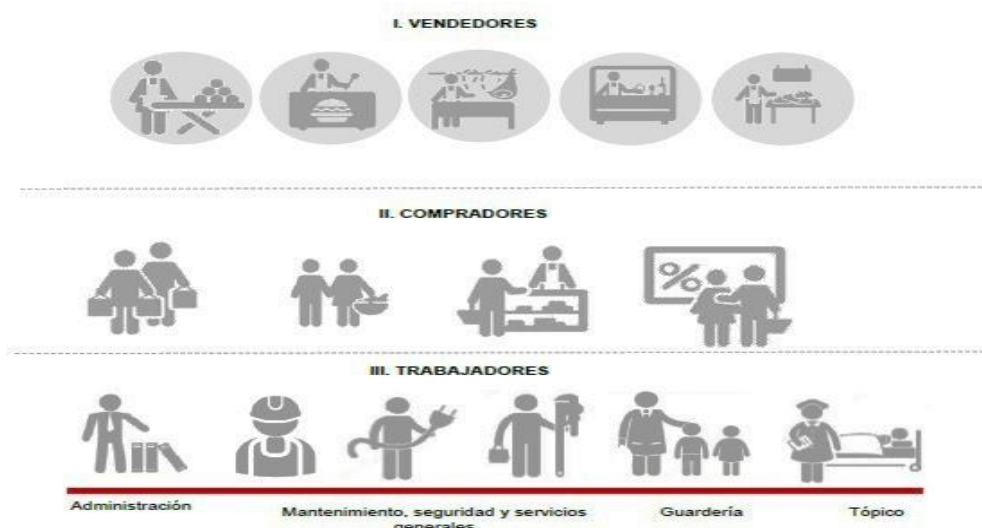
- d. Actividades de Guardería:** Una guardería, como de una escuela infantil, ya sea público, privado o concertado, diseñado específicamente para proporcionar instrucción y cuidado a niños de 3 a 5 años. Las personas encargadas de supervisar a los pequeños poseen experiencia en el campo de la educación infantil. La sala facilita el cuidado de los hijos de los vendedores del mercado mientras éste está abierto, abarcando diversas actividades y prestaciones., (Díaz, 2020).

2.2.4.3. Programa de áreas y necesidades

Los compradores, vendedores y trabajadores se dedican tanto a la venta como al intercambio de mercancías en los principales centros de abastecimiento.

Figura 32.

Mercado de abastos, según departamento al 2016



Fuente: (Cucho, 2022).

- Comerciante Permanente:** Esta persona se dedica a ejercer su actividad comercial en un local específico de su propiedad, y lo hace por tiempo indefinido. Estos comerciantes tienen la posibilidad de modificar físicamente sus locales y arrendarlos total o parcialmente.
- Comerciante Temporal:** Esta persona se dedica a ejercer su actividad comercial en un local específico de su propiedad, y lo hace por tiempo indefinido. Estos comerciantes tienen la posibilidad de modificar físicamente sus locales y arrendarlos total o parcialmente.
- Comerciante Diario:** Son personas a las que se ha concedido autorización para ejercer el comercio en lugares, días y horas determinados por la administración de la central mayorista. Suelen estar situados en las inmediaciones o en lugares específicamente definidos.

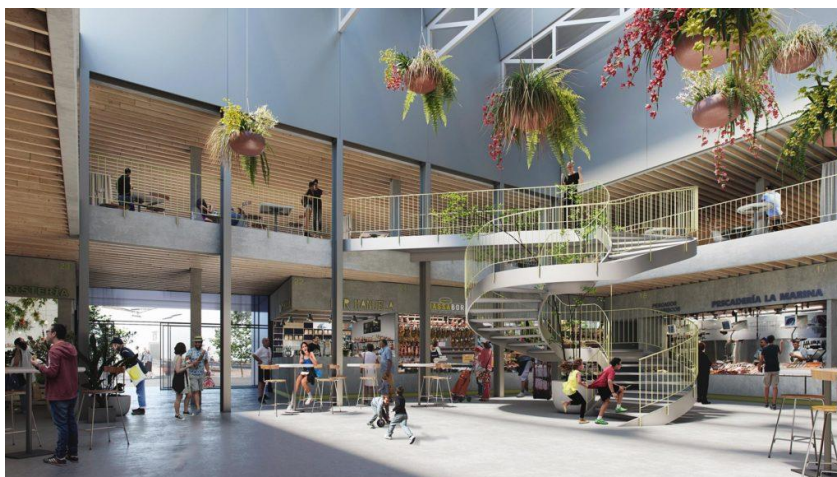
- d. Usuarios Compradores:** Estas personas visitan la Central de Abasto para adquirir mercancías, ya sea para revenderlas o para transformarlas en otros productos.
- e. Comerciante Vendedor:** Estos vendedores son personas que venden mercancías procedentes de diferentes zonas de la región o realizan intercambios de productos para satisfacer las necesidades del municipio o de otras regiones del departamento o del país, (Túchez, 2018).

2.2.5. Espacio

La practicidad y utilidad de algo vienen determinadas por sus características funcionales y espaciales. Estas características permiten crear espacios que facilitan el desarrollo, la función, la adaptabilidad y la multifuncionalidad de la zona. Además, el diseño debe ser capaz de responder a los diversos cambios que puedan producirse con el paso del tiempo.

Figura 33.

Permeabilidad entre espacio interno y externo



Fuente: (Agi Architects, 2023)



- **Tipo de Relación:** La relación entre dos o más espacios se caracteriza por una dependencia, en la que un espacio sirve a un propósito específico mientras que otro espacio es servido por él. Por ejemplo, el comedor y la cocina forman una relación en la que la cocina sirve al comedor. Estos espacios arquitectónicos se colocan estratégicamente para cumplir los requisitos necesarios, teniendo en cuenta la disposición, coordinación y circulación con otros espacios arquitectónicos que tienen funciones relacionadas o complementarias.
- **Tipos de Circulación:** Los espacios de circulación tienden a clasificarse en dos tipos: espacios de circulación horizontal, como pasillos, y espacios de circulación vertical, como escaleras y rampas. En el campo de la arquitectura, la circulación se refiere a la forma en que las personas se desplazan por una estructura y se relacionan con ella.
- **Elementos Móviles:** Están situados de forma estacionaria en relación con diversas actividades multifuncionales. El diseño transformable de estos espacios permite ampliar las zonas flexibles y permanentes para adaptarlas a los cambios en sus actividades multifuncionales.
- **Tipología de Espacios:** Los espacios arquitectónicos se definen por sus características espaciales y funcionales, que incluyen la disposición del espacio, la definición de la dinámica de fluidos dentro del mismo, la presencia de luz natural y ventilación, y los elementos



visuales que contribuyen a su funcionalidad. Estos espacios están diseñados para albergar diversas actividades multifuncionales, ofreciendo una gama de formas y posiciones.

- **Tipos de Relación Visual:** El edificio utiliza el diseño arquitectónico de la cubierta exterior para regular el flujo de luz y crear patrones visuales en el telón de fondo. La visualización permite observar los espacios de actividad como componentes visuales cruciales en el diseño de espacios arquitectónicos funcionales. Estas zonas incorporan iluminación interna para fomentar las interacciones y crear formas intrigantes en el entorno.
- **Tipos de Escala:** La proporción de espacio con componentes funcionales identificables que pueden facilitar actividades multifuncionales en áreas pequeñas y confinadas para proporcionar servicios que contribuyan a satisfacer las necesidades de las actividades con una estructura jerárquica a gran escala, especialmente centrada en ciertas entradas clave que conducen al mercado, (Díaz, 2020).

2.2.5.1. Espacios recreativos

La ciudad competitiva, creativa y emprendedora representa la manifestación física de las nuevas zonas de éxito económico. No obstante, se sostiene que la rivalidad entre ciudades es cada vez más feroz, por lo que se hace necesaria la puesta en marcha de iniciativas que aumenten el potencial inventivo de las localidades atrayendo a los

sectores sociales y al capital humano adecuados, lo que a veces se denomina "clase creativa".

En medio de la actual ola de innovación hábil, el establecimiento de espacios urbanos que atiendan a las demandas de la comunidad es crucial para el éxito de las ciudades y el desarrollo de zonas recreativas públicas, (Ocampo, 2008).

En una sociedad caracterizada por la globalización y el predominio de la uniformidad en la vida cotidiana, el usuario aficionado a los encuentros novedosos busca algo extraordinario, distinto y exclusivo, algo que sólo pueda encontrarse en un lugar determinado. Los monumentos, los museos, las características únicas de la gente y los mercados de alimentos ejemplifican lo que buscan estos clientes emergentes, ya que proporcionan experiencias genuinas y representativas de la cultura local que visitan. Al menos en teoría, los mercados de abastos son un recurso compartido por locales y turistas, (Crespi & Domínguez, 2016).

Figura 34.

Alternativas novedosas en juegos infantiles



Fuente: (Eureka, 2016)



2.2.5.2. Espacios sociales

El aspecto social es un componente fundamental de la identidad metropolitana. Dentro de él pueden distinguirse varios componentes que potencian su solidez y promueven el buen desarrollo de las interacciones sociales. Estos elementos se describen a continuación:

- **Pertenencia:** Estos aspectos son responsables de crear estabilidad a largo plazo en los mercados de abastecimiento.
- **Estructura Social:** Los mercados de abastecimiento se componen de muchos temas que desempeñan distintas funciones en ellos.
- **Estructura Laboral:** Los mercados de abastecimiento dependen de varias actividades para funcionar bien.
- **Comunidad:** La dinámica social se refiere a las interacciones entre muchas entidades que constituyen el marco social.
- **Relación etaria:** Son personas de distintos grupos de edad que trabajan y residen en los mercados de abastecimiento.
- **Migrantes:** Es en referencia a personas extranjeras que han entrado en el mercado proveedor y se han integrado en el tejido social de los mercados proveedores, (Ahumada, 2016).

Figura 35.

Espacio urbano cubierto para el encuentro social



Fuente: (Undurraga Devés Arquitectos , 2017)

2.2.5.3. Espacios de integración con su exterior

Los mercados tradicionales de alimentos están estratégicamente situados en lugares de fácil acceso. Los mercados sirven como instalaciones intercomunales, desempeñando una función espacial crucial dentro de la ciudad. Normalmente, los mercados tradicionales están situados en regiones de fácil acceso dentro de la ciudad, lo que facilita el transporte de mercancías y satisface las necesidades de los clientes que los visitan para comprar provisiones.

Los mercados de abastos son espacios urbanos estratégicamente situados para optimizar la accesibilidad de los productos y la afluencia de clientes. De ahí que tanto la ubicación geográfica como la estructura interna contribuyan significativamente a la sostenibilidad de los mercados a largo plazo. Los componentes de la dimensión espacial son los que se mencionan de la siguiente manera:



- **Localización de actividades:** Se hace mención a la ubicación interna donde se llevan a cabo diversas actividades relacionadas con los mercados de abastecimiento.
- **Relación con el entorno:** Los mercados están situados en un distrito concreto de la ciudad y tienen una interacción mutuamente beneficiosa con el vecindario circundante.
- **Red de Servicios y equipamientos:** En general, los mercados se organizan dentro de una red de servicios que apoyan el funcionamiento espacial del mercado, lo que da lugar a una variedad de servicios que funcionan y dependen de diversas infraestructuras.
- **Centralidad:** Los mercados de alimentos están situados en sectores que favorecen la comercialización y facilitan los desplazamientos al mercado. Normalmente, se trata de una zona con transporte público cómodo y carreteras bien conectadas que facilitan el acceso al mercado, (Ahumada, 2016).

2.2.6. Imagen urbana

La percepción colectiva de la imagen pública de una ciudad parece ser una representación compuesta derivada de la amalgama de numerosas perspectivas individuales. Alternativamente, se podría afirmar que la noción predominante consiste en una colección de representaciones visuales difundidas públicamente, cada una de las cuales goza de un nivel significativo de respaldo por parte de una parte sustancial de la



población. La presencia de estas imágenes comunes es esencial para que los individuos se desenvuelvan con eficacia en su entorno y colaboren de forma productiva con los demás miembros de la comunidad. Cada representación individual posee un carácter distintivo y encierra un contenido específico que nunca o nunca se transmite, mientras que se asemeja mucho a la imagen pública que se configura en diversos grados en diferentes contextos, (Lynch, 1984).

Las fotos de ciudades analizadas hasta ahora, en cuanto a sus características físicas, pueden clasificarse convenientemente en cinco elementos distintos: caminos, bordes, barrios, nodos y puntos de referencia. No cabe duda de que estas características presentan un mayor grado de aplicabilidad general, ya que muestran una tendencia a repetirse en muchas formas de imágenes ambientales. Los aspectos considerados pueden delinearse como sigue:

1. Sendas. Son relacionados a los canales por los que se desplaza el observador de forma habitual, esporádica o potencial. Diversos medios de transporte, como calles, paseos, líneas de tránsito, canales o ferrocarriles, pueden servir como representaciones de los mismos. Para un número significativo de personas, estas características tienen una importancia considerable a la hora de configurar su percepción global. Las personas perciben el paisaje urbano a medida que lo atraviesan, estableciendo así una correlación entre las rutas que eligen y la disposición e interconexión de los diversos componentes del entorno, (Lynch, 1984).

Figura 36.

Representación gráfica de la senda

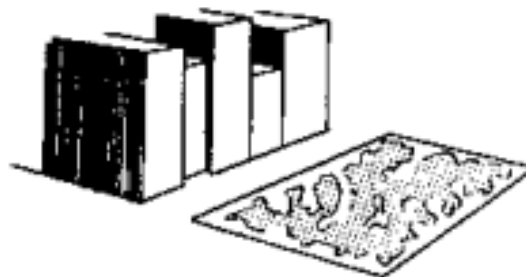


Fuente: (Lynch, 1984).

2. Bordes. Se refieren a los componentes lineales que el observador no hace uso ni tampoco las considera vías. Los límites entre dos fases se caracterizan por interrupciones lineales de la continuidad, ejemplificadas por elementos como playas, cruces de ferrocarril, bordes de urbanización y barreras. Estas entidades representan referencias laterales más que ejes coordinados. Las fronteras en cuestión pueden manifestarse como barreras físicas, tales como vallas, que pueden variar en su permeabilidad, demarcando y separando efectivamente una zona geográfica de otra. Alternativamente, estas fronteras también pueden adoptar la forma de suturas metafóricas, que representan líneas que conectan y establecen una relación entre dos lugares distintos, fomentando así la unidad. Los componentes fronterizos, aunque no sean tan prominentes como las carreteras, sirven como características organizativas significativas para muchos individuos, sobre todo en su papel de conectar y definir áreas generalizadas. Esto resulta evidente en casos como la delimitación del contorno de una ciudad mediante la presencia de agua o una muralla, (Lynch, 1984).

Figura 37.

Representación referencial del borde

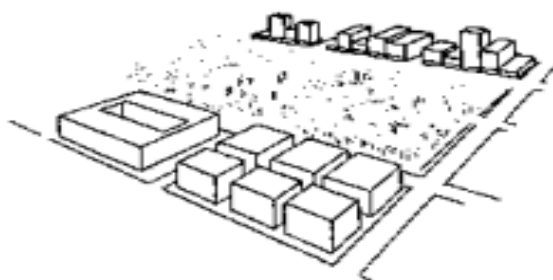


Fuente: (Lynch, 1984).

3. Barrios. Los barrios, también se les denominó como zonas de la ciudad que varían en tamaño de medianas a grandes dimensiones. Se conceptualizan como de ámbito bidimensional, donde el observador se sumerge mentalmente y puede identificarse por un carácter compartido. Estos objetos son siempre distinguibles desde el interior y también pueden servir como punto de referencia cuando son visibles desde el exterior. Gran parte de las personas organizan su ciudad de manera similar, permitiendo variaciones en la prominencia de los paseos o los barrios. Esto parece depender no sólo de las personas, así mismo, de la ciudad concreta de que se trate, (Lynch, 1984).

Figura 38.

Representación referencial de barrio



Fuente: (Lynch, 1984).

4. Nodos. Los nodos son puntos cruciales de una ciudad en los que puede entrar un observador y comprenden los focos intensivos de los que parte o a los que se dirige. El concepto de nodo está ligado al concepto de camino, ya que las influencias son a menudo la confluencia de rutas, acontecimientos a lo largo del camino. Del mismo modo está ligado al concepto de vecindad, ya que los núcleos suelen ser los focos intensivos de vecindad, su centro polarizador. En cualquier caso, algunos puntos nodales pueden detectarse prácticamente en todas las imágenes y en algunas situaciones pueden constituir el rasgo dominante, (Lynch, 1984).

Figura 39.

Representación gráfica de puntos de nodo



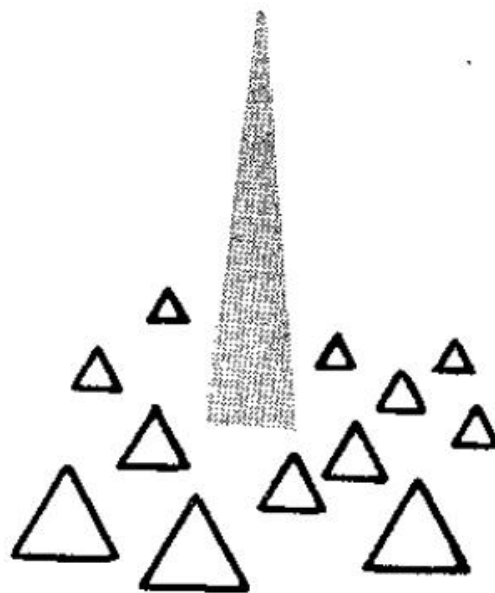
Fuente: (Lynch, 1984).

5. Mojones. Los mojones son también puntos de referencia exteriores en los que el observador no entra físicamente. Suelen ser una entidad tangible directa y claramente identificable, como una estructura, un símbolo, un refugio temporal o una gran elevación natural. Su utilización sugiere el acto de elegir una pieza entre un amplio abanico de opciones. Algunos mojones están situados lejos y suelen observarse desde diversas perspectivas y distancias. Se

sitúan por encima de las cimas de elementos más pequeños y sirven como hitos radiales. Otros mojones están confinados principalmente a zonas específicas y sólo pueden observarse desde puntos de vista limitados. Abarcan una multitud de señales, escaparates, árboles, pomos de puertas y otros elementos urbanos que contribuyen a la impresión general de la mayoría de los espectadores, (Lynch, 1984).

Figura 40.

Representación sobre punto de referencia de un mojón



Fuente: (Lynch, 1984).

2.2.6.1. Los principios de la imagen urbana

El ser humano posee la capacidad de percibir y comprender representaciones visuales distintas y fácilmente legibles, basadas en las características y la disposición de los elementos que las componen.

Visuales claras, que representan la identidad y la estructura de los elementos. Esto permite evaluar los atributos de un diseño urbano adecuado en una zona concreta de la ciudad que presenta las

características de un núcleo urbano central como resultado de su estructura básica. Desde esta perspectiva, el análisis de la imagen urbana se concentra en dos elementos fundamentales:

La **identidad**, se utiliza para evaluar la percepción que tienen los individuos de una ubicación, que viene determinada por diversos factores como vías, bordes, nodos, puntos de referencia y distritos o sectores.

La **estructura formal**, se refiere al nivel de integración e interconexión entre los numerosos aspectos del paisaje urbano. Estos conceptos están interconectados, aunque uno de ellos puede ser más prominente que los demás, (Briceño, 2002).

Figura 41.

Espacios urbanos aprovechando los recursos



Fuente: (López R. , 2019)

2.2.7. Espacio urbano

Para comprender las relaciones sociales en los espacios urbanos, es crucial integrar en la conversación las perspectivas sociológica y antropológica. Para lograr este objetivo, es crucial basarse en la noción de paisaje, ya que nos permite examinar de forma exhaustiva la

interacción entre cultura y naturaleza desde una perspectiva estética. En relación con el entorno urbano, se reconoce que el paisaje desempeñó un papel significativo en los planteamientos iniciales del urbanismo. A finales del siglo XIX y principios del XX, el urbanismo surgió como disciplina diferenciada, (Jensen & Birche, 2021).

Figura 42.

El espacio urbano densificado



Fuente: (López R. , 2019)

Basándonos en la evidencia histórica, es evidente que las zonas urbanas, como las ciudades y las metrópolis, han adquirido una importancia significativa debido a su creciente población, la concentración de infraestructuras, equipamientos, actividades secundarias, servicios y avances tecnológicos. Sin embargo, estas agrupaciones urbanas no suelen representar formas equilibradas de relaciones humanas que adoptar. Además, no han sido especialmente buenas al momento de generar procesos sociales que motiven la igualdad, la justicia y la equidad social, (Sousa, 2018).



2.2.7.1. Espacio público

El espacio público se compone de lugares tangibles e intangibles que contribuyen a su creación, diseño y organización. Estos lugares deben tenerse en cuenta, ya que encarnan identidades, símbolos, recuerdos, diferentes épocas y otros individuos. Cuando se trata de planificación urbana, es imperativo tener en cuenta estos lugares e integrarlos como parte integrante del espacio público. No deben despreciarse, alterarse o manipularse sin prever el daño potencial que puede derivarse de descuidar su significado. Los lugares son localizaciones físicas que tienen significado, ya que encarnan los símbolos y recuerdos que contribuyen a la identidad colectiva de la que proceden. Estos espacios deben ser vividos y mantenidos con atención y preocupación. El espacio público es una compleja combinación de ubicaciones físicas y no físicas, que incluye lugares existentes, en construcción y de nueva creación. Representa una representación diversa de las territorialidades superpuestas de los individuos a medida que participan en el proceso de reivindicación y uso de la ciudad a lo largo del tiempo. Por lo tanto, elementos como un árbol, un banco del parque y una casa sirven como elementos definitorios dentro de un lugar concreto. El examen colectivo de su significado histórico es lo que les otorga su relevancia y establece su presencia como "lugar" dentro de un espacio público, (Tamadoni & Romero, 2014).

Figura 43.

El diseño del espacio público en el tiempo y momento



Fuente: (Fernández P. , 2014)

2.2.7.2. Tipos de materiales

a. Tipos de materiales de construcción tradicionales

El diseño de lugares urbanos ha tenido tradicionalmente un carácter monumental y se ha construido con materiales y técnicas autóctonos. Sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo XX, se ha producido un cambio hacia el uso de materiales, técnicas y soluciones alternativos en la arquitectura, el urbanismo, la sociedad y el diseño. Este cambio coincide con una tendencia más amplia de internacionalización o globalización. Además de estas recomendaciones, ha habido nuevos esfuerzos, aunque de alcance limitado, que pretenden realzar el valor de los materiales locales y tradicionales que se ajustan a las normas de sostenibilidad de la sociedad contemporánea, (Iglesias, 2016).

De ahí que el entorno urbano comprenda una amplia gama de materiales, incluidos los tradicionales (representativos del paisaje

histórico), los importados (elegidos por su calidad superior o menor coste) y los contemporáneos (referidos a los desarrollados a partir del siglo XX). En la construcción de espacios y paisajes se han empleado diversos materiales, como piedras, morteros, hormigones, cerámicas, metales, maderas, vidrios, plásticos, etc., (Iglesias, 2016).

Figura 44.

El uso de materiales tradicionales en la construcción



Fuente: (Blanco & Matus, 2014)

Materiales reciclados o inorgánicos

Según Aguilar (2018) citado por (Iglesias, 2016), refiere que la industria de la construcción utiliza diversos materiales inorgánicos o reciclados, incluidos residuos de canteras como el mármol y la pizarra, residuos industriales como residuos sólidos urbanos, cenizas y lodos, caucho reciclado derivado de neumáticos para la producción de hormigón, lodos obtenidos de plantas de tratamiento de aguas residuales y residuos de madera y corcho (como poda, serrín y polvo de lijado) empleados en la fabricación de ladrillos.

Bloques de suelo cemento

Esta sustancia es una mezcla uniforme de tierra finamente molida combinada con sustancias adicionales como agua y cemento portland. Está densamente compactada y endurecida, capaz de soportar la fuerza de compresión. También posee propiedades de aislamiento térmico y permanece estable a lo largo del tiempo. Además, presenta altos grados de impermeabilidad y estabilidad. En muchos países en desarrollo, una parte importante de la población utiliza el adobe (ladrillos de arcilla secados al sol) y el tapial (muros de tierra arcillosa mezclada con fibras vegetales) como métodos de construcción predominantes para estructuras residenciales y comunales, (Toirac, 2008).

b. Tipos de materiales de construcción sostenibles

Las dos categorías principales de materiales de construcción sostenibles son los materiales naturales/orgánicos y los materiales inorgánicos/reciclados. Para lo cual, se consideran materia de descripción a los materiales tradicionales, la madera y la piedra, las cuales se detallan.

Figura 45.

Materiales amigables con el medio



Fuente: (Inarquia, 2022).



La madera

La madera tiene fama de ser el material de construcción orgánico más robusto. Posee características vitales como estar vivo y ser receptivo, lo que lo convierte en uno de los materiales de construcción más sanos y ecológicos que existen. Además, el bambú retiene sutiles campos magnéticos y eléctricos naturales, lo que contribuye a crear espacios acogedores y confortables. Cuando se trata con esencias y ceras naturales, aumenta aún más su capacidad para neutralizar y crear un ambiente acogedor, (Ghoreishi, 2011).

La piedra

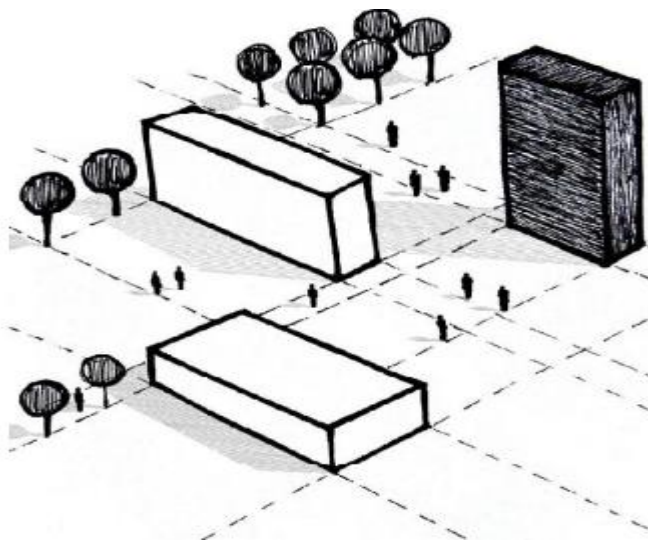
La presencia de la piedra ejerce una profunda influencia ancestral sobre las personas y su bienestar general. Por ello, ya se utilice como componente estructural o como elemento decorativo en espacios interiores y exteriores, puede incorporarse sin problemas a diversos estilos arquitectónicos, ya sean urbanos o rurales, residenciales o comerciales. La arquitectura vernácula posee cualidades inherentes de calidad constructiva superior, como resistencia a la flexión, densidad aparente, absorción de agua, porosidad abierta, no conductividad del fuego, resistencia a la cristalización de sales, abrasión, heladas, sales, choque térmico, deslizamiento, compresión, permeabilidad al vapor y tactilidad. Estas cualidades dan lugar a fenómenos hermenéuticos estrechamente ligados a la identidad social, (Mendiola, Hernández, & Vázquez, 2014).

2.2.7.3. Emplazamiento

La localización permite identificar las variables de acondicionamiento necesarias para integrar el edificio en su entorno. Esto implica examinar tanto los elementos naturales (como la flora y los árboles) como los artificiales (como los edificios adyacentes y los perfiles del entorno urbano), sin olvidar la orientación solar y los patrones de viento, (Baca, 2016).

Figura 46.

Mercado de abastos, según departamento al 2016



Fuente: (Fernández P. , 2014)

2.2.7.4. Ubicación geográfica

La relación entre la arquitectura y el lugar no debe girar únicamente en torno a los aspectos espaciales y temporales, sino que también debe abarcar la deliberación sobre la manera, el método y el fundamento de estas conexiones. En algunos casos, estas conexiones tienen la capacidad de conferir significado a todo el proceso de diseño, (Santamarina, 2017).

Figura 47.

Situación territorial de los elementos arquitectónicos en una determinada geografía



Fuente: (Santamarina, 2017).

2.2.7.5. Contexto urbano

El análisis del entorno urbano se ha centrado habitualmente en variables como la densidad de población, la diversidad cultural y el trazado de la red viaria. El concepto viene determinado por un área designada, que puede variar en su nivel de continuidad, y esta característica influye en el fomento de la interacción entre los individuos. Este espacio estructurado tiene la capacidad de influir en el movimiento de las personas en las distintas zonas de la ciudad que habitan y sirve de escenario para las interacciones sociales entre las personas, (García, Carrasco, & Rojas, 2014).

Figura 48.

Los principios básicos del contexto urbano



Fuente: (Archdaily, 2013).

2.2.7.6. Accesibilidad

El espacio público va más allá de una zona geográfica que forma parte de la infraestructura, ya que estos lugares pueden mejorar enormemente y de diversas maneras la calidad de vida. Por lo tanto, una asignación justa de dichos espacios debe ser equitativa y accesible para todas las personas, (Maldonado & Romo, 2022).

Figura 49.

La accesibilidad proyectada equitativa



Fuente: (Archdaily, 2013).

2.2.8. Percepción de la población

El espacio público es crucial en la configuración del territorio. No sólo facilita y organiza diversas actividades y usos del espacio urbano, sino que también sirve de escenario primordial para la interacción social colectiva de la ciudad, (Pérez, 2004).

La percepción es el proceso de evaluación de las experiencias sensoriales mediante la combinación de estímulos físicos y sensaciones. Implica organizar y seleccionar la información captada por los sentidos. La percepción es un proceso cognitivo y psicológico que abarca tanto la actividad mental consciente como la inconsciente. Asimismo, es un proceso dinámico, personal y de discernimiento en el que se utilizan

conocimientos y experiencias previas, así como influencias ideológicas, culturales e históricas, para dar sentido y analizar los encuentros cotidianos, (López, Sepúlveda, & Gómez, 2018).

2.2.8.1. Percepción social

El espacio público urbano atraviesa actualmente un estado de crisis, aunque sigue cumpliendo una función importante para la sociedad en general y para los individuos que lo habitan. Esta posición, conformada por diversos elementos culturales, requiere un aspecto tanto social como estético para convertirse en parte integrante del patrimonio de las personas y del patrimonio urbano, (García S. , 2014).

Figura 50.

Percepción social de la plaza como lugar de interacción ciudadana



Fuente: (García S. , 2014).

2.2.8.2. Percepción visual

Una ciudad es un espacio construido compuesto por innumerables perspectivas humanas que se manifiestan en forma de imágenes. Los datos adquiridos a lo largo de varias excursiones por la ciudad sirven de base principal para crear estas fotografías. La percepción es el medio por el que los seres humanos conectan con su entorno, basándose en estímulos sensoriales cruciales como las señales



visuales, auditivas y táctiles. Durante sus experiencias, los individuos tienen la capacidad de atender, responder y participar selectivamente en estímulos que despiertan su interés. La percepción es la primera base para analizar el entorno, y la percepción visual del espacio urbano depende principalmente del sentido de la vista, (Briceño, 2002).

a) Las cualidades perceptuales

La percepción visual es un proceso activo, selectivo, productivo y creativo que se organiza por grupos de sensaciones similares. Estos grupos tienen la capacidad de crearse y disolverse sin depender de un aprendizaje previo o de la comprensión de un escenario específico.

- **Igualdad o similitud:** De acuerdo con Kolher, sugiere que los objetos con características iguales o comparables tienden a formar grupos cohesionados y a distinguirse de los objetos menos similares a ellos. Esta teoría se basa en la identificación de un fenómeno por sus elementos básicos, que comparten similitudes en cuanto a forma, brillo, posición, tamaño y dirección dominante. En el contexto de la comparación de elementos activos de varias clases, los elementos de una misma clase tienen tendencia a formar agrupaciones.
- **Proximidad:** Los componentes de un estímulo convergen, en circunstancias idénticas, debido a la distancia mínima. Las distancias cortas en el conjunto dan lugar a la formación de agrupaciones unificadas, en las que los objetos se alinean en la dirección que tiende a seguir la agrupación.



- **Regularidad:** Este escenario conlleva la presencia de uniformidad y homogeneidad, que se refiere a la repetición coherente de características formales como la altura, el tamaño y el peso visual de los objetos.
- **Simplicidad:** Cuando un objeto posee una estructura sencilla y condensada en términos de disposición visual básica, resulta fácilmente accesible para el observador.
- **Simetría:** El concepto se refiere al estado de equilibrio o balance entre los elementos situados en lados opuestos de un eje. Se manifiesta en relaciones caracterizadas por la semejanza y la regularidad, que abarcan factores como el volumen, la distancia entre objetos, la orientación direccional y las tipologías, entre otros.
- **Cierre:** Los espacios cerrados se crean con mayor facilidad y frecuencia que las entidades irregulares y abiertas en su conjunto. Las líneas que crean bucles completos alrededor de superficies se consideran entidades individuales, siempre que sus límites estén claramente definidos.

Del mismo modo, los atributos de agrupación perceptiva permiten deducir las relaciones existentes entre los diversos aspectos de la forma urbana.

- **La Plaza:** La organización de nuestras ciudades se define por un elemento distintivo, que está rodeado de características tanto artificiales como naturales que ayudan a definir y confinar esta zona.

Funciona como componente central de la red urbana de espacios públicos abiertos.

- **La Calle:** La calle es el componente fundamental que organiza el tejido urbano. Es un cañón tridimensional tangible y bien definido.
- **El Cruce:** La morfología urbana que incorpora se muestra como un rasgo distintivo, con su disposición y organización vistas como distintas de las calles debido a su dirección y orientación alteradas, (Briceño, 2002).

2.2.8.3. Espacios memorables

El objetivo es establecer una sensación inmediata de familiaridad ofreciendo zonas distintivas que ya están profundamente arraigadas en la propia residencia. Estas zonas existen tanto en las sociedades convencionales como en las contemporáneas, donde coexisten el pasado y el presente. Estos lugares tienen tres atributos comunes: son distintivos de la personalidad de un individuo, fomentan los vínculos interpersonales y poseen importancia histórica, (Jodelet, 2010).

Figura 51.

Un recinto para la vida



Fuente: (Gardinetti, 2023)

2.2.8.4. El espacio como referencia

Según Lurcat (2014), citado por Lozada & Calderón (2021), la referencia espacial permite la determinación de la posición de cosas, lugares o individuos en el espacio. Se deriva de las acciones sensoriales y motoras de individuos (fuente directa) y el conocimiento sociocultural de la comuna local.

2.2.9. Diversidad urbana

La diversidad urbana, tal como la conceptualizó la activista política Jane Jacobs, se refiere a la gama de componentes físicos y sociales necesarios para crear espacios públicos vibrantes. Este énfasis en la propia ciudad, más que en el proceso de urbanización, es un objetivo fundamental del urbanismo ecológico. El espacio público, que sirve de residencia colectiva, otorga a los ciudadanos sus derechos y privilegios.

Figura 52.

Biodiversidad urbana – conexión vital



Fuente: (Buitrago, Echeverri, & Ubago, 2023)

Los ciudadanos son considerados como tales cuando tienen acceso sin restricciones a las diversas actividades y servicios que ofrecen los espacios públicos, como juegos, fiestas, transacciones comerciales, ocio, deportes, etcétera. Cuando el espacio público se utiliza



predominantemente para la movilidad motorizada, que es uno de los principales propósitos del espacio público, el individuo ya no conserva su condición de ciudadano, sino que asume el papel de "peatón", sirviendo simplemente como medio de transporte, (Rueda, 2011).

2.2.9.1. Actividades urbanas

Las actividades al aire libre pueden clasificarse en tres grupos distintos en función de su entorno físico, según Gehl (2006) citado por Chauca & Valdivia, (2021), primeramente, las actividades obligatorias se refieren a acciones que los individuos están obligados a realizar de forma habitual, como desplazarse al trabajo, acudir a centros educativos o tiendas, esperar a alguien, etc. Estas actividades destacan por ser independientes del entorno físico externo. Además, las actividades opcionales se llevan a cabo en función de las preferencias individuales o la disponibilidad, como los paseos al aire libre o la utilización de lugares de descanso designados. Estas actividades dependen de factores ambientales externos y contribuyen a la interacción social y las actividades recreativas que tienen lugar en los espacios públicos. En última instancia, entre las actividades sociales más solicitadas figuran acontecimientos como los mercados artesanales y los festivales culinarios, así como los conciertos. Lograr la ciudadanía debe ser el objetivo primordial de cualquier espacio público.

2.2.9.2. Paisaje urbano

Para comprender el concepto de paisaje urbano, es esencial tener claro el término "paisaje". La percepción del paisaje se basa en

aspectos tangibles y presentes, que son evaluados subjetivamente por los individuos. Por tanto, se refiere a lo que se observa visualmente y no a lo que existe objetivamente. Así pues, conviene aclarar que esta interpretación del territorio no es una mera fantasía o invención, sino una perspectiva basada en los elementos físicos objetivos que lo conforman. En estos elementos influyen factores estéticos como la belleza, lo sublime, lo maravilloso y lo pintoresco. Además, entran en juego factores emocionales, influidos por el bagaje cultural y el estado emocional de quienes observan el territorio, (Maderuelo, 2010).

Figura 53.

Elementos físicos del paisaje urbano



Fuente: (Ott, 2020).

2.2.9.3. Mobiliario urbano

El mobiliario urbano y las microarquitecturas engloban varios productos diseñados para uso público y que se encuentran habitualmente en los espacios públicos. La finalidad principal de estos objetos es facilitar el funcionamiento práctico del espacio e incorporar una gama cohesionada de servicios necesarios para el buen funcionamiento tanto del espacio como del mobiliario. A pesar de su uso y familiaridad generalizados, los términos "mobiliario urbano" y "microarquitecturas"

son de uso común. Aunque esta definición capta un aspecto fundamental de estos elementos, es rudimentaria y carece de precisión. Es importante señalar que un número significativo de artefactos que se encuentran en espacios públicos son de propiedad y origen privados. Además, numerosos objetos públicos se confían a empresas privadas para su gestión, lo que les permite obtener beneficios mediante la obtención de concesiones municipales para su instalación y mantenimiento a cambio de explotar los espacios publicitarios de estos objetos. Este arreglo se observa comúnmente en el caso de las paradas de transporte público, (Del Real, 2013).

Figura 54.

Mobiliario urbano



Fuente: (Archdaily, 2013)

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Mercado de abastos: Según la Real Academia Española (RAE), un mercado de abastos es una empresa comercial compartida en la que se venden alimentos y artículos de primera necesidad, especialmente los de titularidad y provisión pública.

Integración espacial: Contemplar la circulación de personas, mercancías e información como flujos interrelacionados, y la organización de las regiones metropolitanas y la periferia en relación con las demás, es un concepto que



invita a la reflexión. Vincular la mejora de las infraestructuras a una mayor expansión urbana es una estrategia decidida y resuelta, (Romero, 2021).

Forma: Para Bisalaya (2018) la forma posibilita que el objeto arquitectónico esté constituido adquiriendo totalidad, integridad, unidad y perfección, donde la percepción visual del objeto es la característica de su contexto.

Función: La función arquitectónica hunde sus raíces en la necesidad fundamental de la humanidad de cobijo y protección. Por tanto, la esencia de la función arquitectónica se remonta a los orígenes mismos de la arquitectura. Es importante señalar que la arquitectura no puede existir sin una actividad o necesidad preexistente a la que debe atender., (Lizondo, 2011).

Imagen urbana: La imagen urbana se refiere a la amalgama de elementos naturales y artificiales que constituyen la estructura visual de una ciudad, estrechamente entrelazada con los usos y costumbres de sus habitantes, (Fanini, Rusenko, & Veltri, 2006).



CAPÍTULO III

MARCO NORMATIVO

3.1. SINTESIS DE NORMAS

Este capítulo abarcará las normas y reglamentos de construcción nacionales, regionales y municipales, las leyes de zonificación, las restricciones de planificación del uso del suelo y otras normas pertinentes que afecten al diseño y la construcción del mercado. Esto servirá como punto de referencia crucial para la fase de diseño, garantizando que el proyecto se adhiere a la normativa aplicable. Por lo tanto, la propuesta arquitectónica se basará en los criterios siguientes:

3.1.1. Neufert – Arte de proyectar en arquitectura

Galería y edificios comerciales: Teniendo como guía referencial a la gráfica de diagramas y esquemas funcionales.

Aparcamiento y garajes: En relación a las medidas de los estacionamientos como de su respectivo radio de giro, según la tipología de cada vehículo.

3.1.2. Enciclopedia Plazola - Mercado

Volumen 7: Se considera para el programa arquitectónico para los usuarios, el respectivo flujograma, la zonificación, diagrama de flujos y entre otros aspectos.

3.1.3. Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE)

Norma A.010 – En referencia a las condiciones generales de diseño.

Norma A.050 – En referencia a salud.

Norma A.070 – En referencia a comercio.

Norma A.080 – En referencia a oficinas.



Norma A.100 – En referencia a la recreación y deporte.

Norma A.120 – En referencia a la accesibilidad para personas con movilidad reducida.

Norma IS.010 – En referencia a las instalaciones sanitarias.

Norma EM.010 – En referencia a las instalaciones Eléctricas interiores.

3.1.4. Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abasto

Capítulo I: Ubicación y estructura física.

Artículo 7: Ubicación de los mercados.

Artículo 10: Estructura física.

Artículo 11: Iluminación.

Artículo 11: Ventilación.

Capítulo IV: De los puestos de venta.

Artículo 16: De su respectiva distribución.

Artículo 17: De los puestos de comercialización.

3.1.5. Plan de Desarrollo Urbano - Juliaca (PDU)

Los planes de desarrollo urbano de las dos últimas ediciones, serán materiales de apoyo para el proyecto de diseño del nuevo mercado, las cuales describe con precisión las limitaciones de uso del suelo, incluidas las normas sobre altura de los edificios, necesidades de estacionamientos vehiculares según los tipos de usuarios y el respectivo retiro por las ubicaciones de los hechos arquitectónicos.



CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

4.1.1. Nivel de investigación

La investigación tiene un enfoque **Cualitativo**, según Hernández *et al.* (2014), este enfoque investiga los acontecimientos metódicamente, empezando por un examen minucioso de los hechos. Analizando también los sucesos registrados, donde el investigador pueda elaborar una teoría que se ajuste a los datos observados.

La ruta se determina o construye en función del contexto y de los acontecimientos que se van desarrollando a medida que avanza la investigación.

4.1.2. Tipo y nivel de investigación

Con respecto al tipo de investigación es **Aplicativo**. En virtud de Carrasco (2018), este se caracteriza por tener unos objetivos claramente definidos y prácticos, lo que significa que la investigación se lleva a cabo con la intención de actuar, transformar, modificar o provocar cambios en un ámbito concreto de la realidad.

4.1.3. Diseño de investigación

El estudio argumenta a un **Diseño no experimental** porque estos estudios se realizan sin manipular factores y se limitan a observar los fenómenos en su entorno natural. Posteriormente, se analizan los datos

recogidos en un momento determinado y dentro de un mismo periodo de tiempo, Sampieri (2019).

4.1.4. Población y muestra

4.1.4.1. Población

Según Carrasco (2018), define el término "universo" o "población" se refiere a un grupo de seres humanos u objetos que comparten un rasgo observable específico.

En la investigación, la población está representada por los habitantes del distrito de San Miguel, la misma que asciende a un total de 62 463 pobladores, INEI (2018).

4.1.4.2. Muestra

Según el autor Hernández (2014) define que una muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a una población y comparten las mismas características definidas.

En vista de que el tamaño de la población es conocido, la cual enmarca a realizar una muestra directamente con la población del distrito de San Miguel.

En la presente investigación se utiliza la fórmula que a su vez facilita encontrar el tamaño de la muestra y la cual se describe a continuación:

$$n = \frac{N.Z^2.p.q}{e^2.(N-1) + Z^2.p.q}$$

Dónde:

n = es al que se conoce como el tamaño de la muestra.

N = es al que se conoce como el tamaño de la Población.

Z = se le conoce como al nivel de Confianza.

P = es al que se conoce como la probabilidad de éxito.

q = es al que se conoce como la probabilidad de fracaso.

E = es al que se conoce como el error de estimación.

Seguidamente se halló el tamaño de muestra para llevar a cabo la respectiva encuesta; con los siguientes datos:

En primera instancia, observamos la necesidad de determinar el tamaño de la muestra " n " para establecer el número adecuado de individuos que deben incluirse en la encuesta.

N = El tamaño de la población total del distrito de San Miguel es de 62 463.

Z = El nivel de confiabilidad, la misma que se representa en un 90% con una cifra de 1.65 en cuanto al porcentaje estadístico.

Figura 55.

Puntuación Z al nivel de confianza

| Nivel de confianza deseado | Puntuación Z |
|----------------------------|--------------|
| 80% | 1.28 |
| 85% | 1.44 |
| 90% | 1.65 |
| 95% | 1.96 |
| 99% | 2.58 |

Fuente: Survey monkey (2021)

p = El valor apropiado de p , se determina por entre $0.4 < p < 0.6$, siendo un valor equivalente a 0.5.



$q =$ Conociéndose que, $p+q = 1$; por consiguiente, el valor será, $q=0.5$.

E: Es considerado el margen de error con una cifra del 10%, entonces, el 90% se considera como (nivel de confianza) + 10% (error de estimación), por consiguiente, será a un total igual al 100%.

Iniciando con el reemplazo de los valores, tendremos la siguiente operación:

$$n = \frac{62\,463 (1.65)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{(0.10)^2 \times (62\,463 - 1) + (1.65)^2 \times (0.50) \times (0.50)}$$

$$n = 67.98950405$$

$$n = 68$$

Teniendo como resultado de la muestra es 68 pobladores a los que será dirigido la encuesta.

4.1.5. Técnicas, fuentes e instrumentos

4.1.5.1. Técnicas

Según el autor, Gómez (2013) las técnicas engloban las metodologías y herramientas empleadas por el investigador para recopilar los datos requeridos.

Se emplearon las metodologías y herramientas subsiguientes como medidas operativas para cumplir los objetivos de esta investigación.

- **Encuesta**

La encuesta es una actividad consciente y planificada, la misma que tiene la finalidad de indagar y recabar datos sobre sucesos reales, conocimientos, posturas y motivaciones. Todo ello se logra



por medio de las respuestas de tipo orales o escritas a un grupo de preguntas anticipadamente formuladas que se ponen en práctica de manera global; con ello se enfocan datos relevantes a hechos ya vividos, en otras palabras, se recopila información se momentos pasados, García (2004).

- **Casos similares**

Por medio de los previos estudios y sus respectivas técnicas de análisis de las variables de los respectivos casos referenciales se determinan nociones puntuales del mecanismo de diseño, las mismas que se alinean a las variables de la investigación, es decir, donde se inicia la información, Bernal (2010).

- **Análisis del lugar**

El análisis del emplazamiento implica evaluar los diversos factores que afectan a la ubicación de un proyecto arquitectónico, incluidos su diseño, orientación, forma y conexión con el entorno circundante. También tiene en cuenta los posibles efectos sociales y culturales del proyecto., Carmona, Chong , & Pérez (2012).

4.1.5.2. Fuentes

Esta investigación utilizará fuentes primarias, que se refieren a las fuentes originales e inmediatas de información, ya sea en formato digital o impresas, Bernal (2010).

- Bibliografía.



- Fuentes bibliográficas, experiencias profesionales, exploración, Google Earth Satelital.
- Base Legal.

4.1.5.3. Instrumentos de investigación

Por su parte, Duarte & Parra (2014), señalan que, los instrumentos pueden ser medios impresos, dispositivos o herramientas que se aplican para registrar lo observado, así como también en las encuestas.

- **Cuestionario**

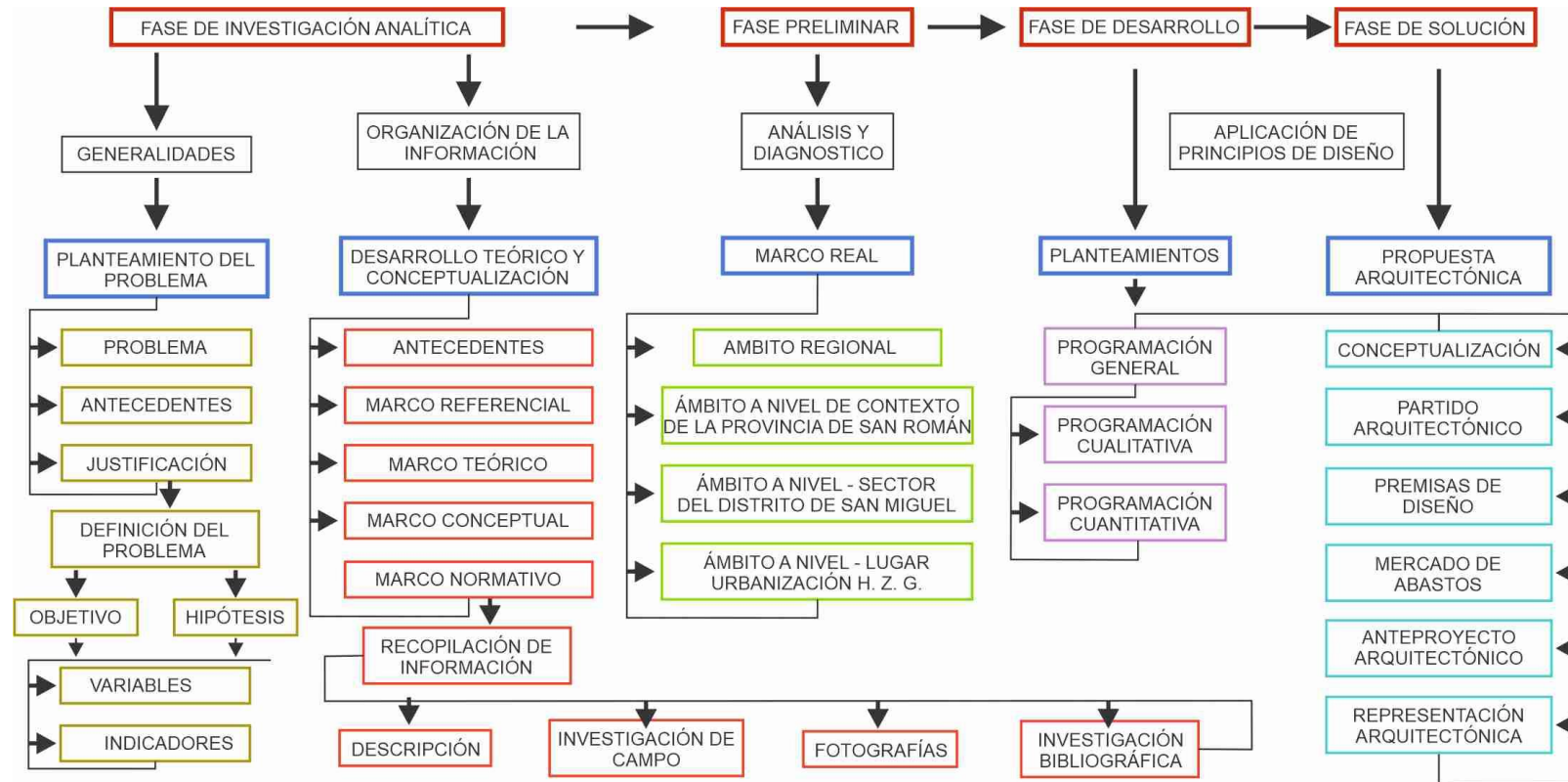
El cuestionario según García (2004) se trata de un conjunto estructurado de preguntas lógicas y psicológicas, presentadas en un lenguaje claro y comprensible, que la persona interrogada suele responder por escrito, sin la intervención de un entrevistador.

En la presente investigación se usará como instrumento la encuesta, la misma que, se aplicará a la población del distrito de San Miguel.

4.1.6. Metodología de investigación

Figura 56.

Esquema metodológico



Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO V

MARCO REAL

5.1. ANÁLISIS A NIVEL PROVINCIAL

En análisis que conlleva esta investigación, se tomó como referencia a la ciudad de Juliaca, puesto que el actual distrito de San Miguel, formaba parte de la ciudad capital de la Provincia de San Román, donde se inicia por su aspecto urbano, conllevando a su consolidación para luego desarrollar su característica económica ya conocida en toda la región y zona sur de nuestro territorio peruano.

La economía urbana es un subsistema fundamental que conforma y ordena la ciudad de Juliaca. Por lo tanto, el análisis se basa en este punto de vista y los factores cruciales a identificar en el aspecto económico son las posibilidades, limitaciones y desafíos, en relación con los temas mencionados. En cada caso, se deben tener en cuenta las variables e indicadores que los definen:

- Analizar la estructura económica de la ciudad examinando los patrones de localización y distribución de las actividades económicas, la competitividad de la zona, la creación de empleo y la dinámica de estos factores a lo largo del tiempo. Este análisis pretende descubrir cualquier desequilibrio en el sector económico de la ciudad.
- El análisis se centra en la accesibilidad y la dinámica económica de la ciudad, con especial atención a las infraestructuras de transporte y la red viaria. El objetivo es examinar la función del transporte y las carreteras como configuradores e integradores económicos de la ciudad.



- Analizar la inversión pública para evaluar las políticas estatales a varios niveles sobre las actividades, servicios e infraestructuras de la ciudad.
- Los procesos y niveles de integración económica dentro de la metrópoli. El objetivo es examinar las conexiones funcionales entre las actividades dentro de la ciudad y otros territorios, para determinar si el territorio estudiado está influido por otras zonas, PDU-Juliaca (2004).

5.1.1. Aspecto histórico

La historia de la ciudad de Juliaca está marcada por su relación urbano-económica, que se ha visto muy influida por la vibrante actividad comercial y manufacturera. Esto ha dado lugar a una economía urbana dinámica que está estrechamente conectada con los mercados nacionales e internacionales, convirtiendo a Juliaca en un centro económico estratégico. Como resultado, ha creado numerosas oportunidades de empleo y ha tenido un impacto positivo en el bienestar financiero de las familias locales. La economía de la ciudad se basa en el comercio de bienes y servicios, con una actividad industrial limitada.

Continuando con la misma línea, la creación del distrito de San Miguel respondió a la necesidad de descentralizar la ciudad de Juliaca. Fue creado formalmente el 28 de julio de 2016, bajo el estatuto N° 30492 durante la gestión del presidente Ollanta Humala Tazo. Por lo cual, debido a su reciente creación, la historia propia de este distrito recién plasma sus hechos a través del tiempo.

5.1.2. Aspecto físico geográfico

5.1.2.1. Ubicación geográfica

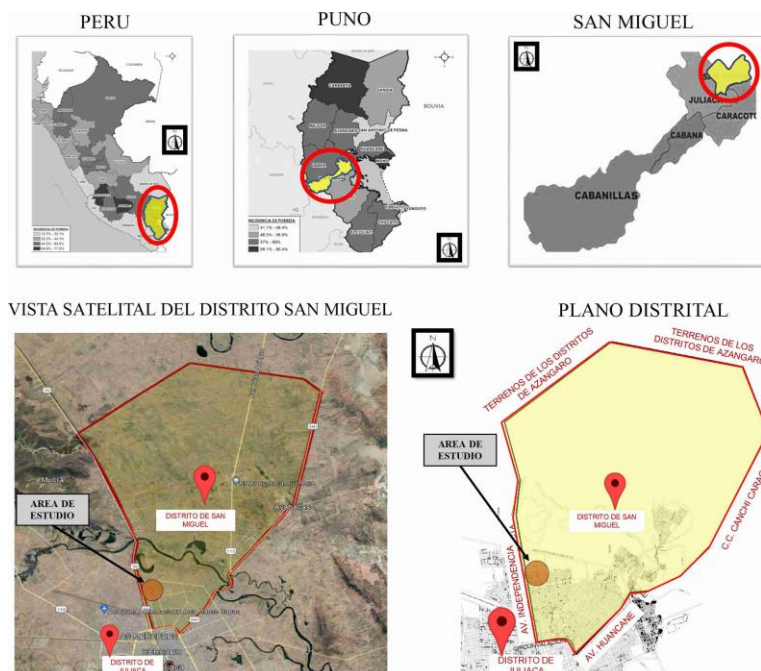
El distrito de San Miguel forma parte de los cinco distritos de la provincia de San Román, las mismas que pertenecen al departamento de Puno - Perú.

Con relación a la ciudad de Juliaca, San Miguel es una de las zonas urbanas con mayor radio de actividad dentro de la ciudad de Juliaca, ubicada al lado Este de su ubicación geográfica.

Es el distrito más joven y también uno de los más pintorescos por su pequeño tamaño dentro de la provincia en cuanto a superficie, pero es el segundo con más población activamente económica por detrás de Juliaca, la misma que es capital de la provincia.

Figura 57.

Ubicación del distrito de San Miguel



Fuente: Elaboración propia.



5.1.2.2. Extensión

Comprende una superficie total de 120.5 km² y cuya población esta aproximada de 62 463 habitantes de todas las edades.

5.1.2.3. Limites

El distrito de San Miguel, tiene como límite por el norte con las provincias de Lampa y Azángaro, a su vez, por el lado Este limita con Huancané y el distrito creciente de Caracoto respectivamente y por el límite Sureste y Oeste con la ciudad comercial de Juliaca.

5.1.3. Aspecto socio-cultural

Las cualidades de la conducta de las personas pueden observarse en su vida cotidiana, como demuestra su participación en las actividades sociales y económicas de la sociedad. El multiculturalismo conduce a una situación en la que la sociedad experimenta desorden, ineficacia y falta de valores y objetivos compartidos. El resultado es una evidente crisis de identidad, que se manifiesta en diversas instituciones culturales como la familia, la mano de obra, la política, el gobierno, la educación y la religión, PDU-Juliaca (2004).

5.1.4. Aspecto económico

Juliaca se ha convertido en un importante centro comercial en los últimos cuarenta años. Se ha convertido en un centro de crecimiento regional, con una rápida urbanización como resultado de los patrones migratorios. Juliaca es una ciudad conocida a voces por sus prósperas actividades comerciales, PDU-Juliaca (2004).

5.1.4.1. Organización de los establecimientos

En cuanto a su estructura jurídica, cabe señalar que alrededor del 93,55% de los establecimientos económicos son administrados por personas físicas asociadas a las características específicas de estos establecimientos. Estos establecimientos consisten principalmente en pequeñas empresas que se crearon como medio para combatir el desempleo y el subempleo en la ciudad y la región. La estructura jurídica de esta organización implica que los propietarios, que son personas físicas, son responsables de la gestión de la empresa y de sus activos, PDU Juliaca (2017).

Es evidente que la organización empresarial carece de importancia. Otras estructuras jurídicas de organización de los establecimientos son las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada que están enmarcadas por el 2.59 %; las Empresas Comerciales de Responsabilidad Limitada, tienen el 1.57% y las Sociedades Anónimas Cerradas que constituyen un total del 1.35 %.

Figura 58.

Porcentaje de establecimientos según organización jurídica



Fuente: PDU Juliaca (2017).



Una característica inherente a la economía urbana es la presencia de actividades económicas informales realizadas por particulares, lo que hace que las organizaciones empresariales sean relativamente insignificantes. Mientras no se pongan en marcha procesos eficaces de apoyo a la formalización de estas operaciones, seguiremos en esta situación.

5.1.4.2. Creciente actividad comercial y servicios como de la estructura urbana de la ciudad

La principal estructura económica de la ciudad depende predominantemente de los sectores terciarios, concretamente del comercio y los servicios. Estas actividades se desarrollan en dos niveles distintos: el comercio formal y el comercio informal dentro de espacios comerciales como centros comerciales, corredores comerciales, recintos feriales o plataformas comerciales dentro de la ciudad. A pesar de los distintos niveles de desarrollo, estas zonas se enfrentan a problemas similares derivados de las actividades que se desarrollan en ellas.

Los atributos de estas actividades están estrechamente relacionados con los atributos de la infraestructura física de la ciudad, donde se llevan a cabo. La mayoría de los establecimientos están construidos con hormigón y están bien conservados. Sin embargo, un número significativo de ellos ha sido modificado para albergar negocios, haciendo caso omiso de las condiciones de funcionamiento



requeridas, como zonas de aparcamiento, espacios abiertos, zonas de evacuación, instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias, etc.

Desde la perspectiva de la accesibilidad, estas actividades son fácilmente accesibles debido a su ubicación. Sin embargo, cabe destacar el estado ruinoso de las vías de circulación, su ocupación por empresas comerciales y el intenso tráfico provocado tanto por vehículos privados como por vehículos de transporte público (como microbuses y motocicletas). En cuanto a la distribución espacial de estas actividades, es evidente que existen negocios de diversos tipos y etapas de crecimiento en toda la ciudad, predominantemente a nivel minorista. Sin embargo, la principal infraestructura comercial y de servicios se concentra en la región central de la ciudad, PDU-Juliaca (2004).

5.1.4.3. La actividad comercial, los mercados y las ferias

Las ferias, como instituciones comerciales organizadas, varían en su grado de desarrollo y consolidación, lo que puede atribuirse a su ubicación (en comercios o en vías públicas). Son componentes integrales de áreas económicas que experimentan un movimiento urbano sustancial. La venta de artículos se ve obstaculizada por condiciones desfavorables como el hacinamiento en los puestos, el desorden, las instalaciones sanitarias y de agua inadecuadas y la contaminación del entorno y de los productos derivada de una manipulación incorrecta. Esta condición se ve agravada por la presencia de comercio informal o ambulante situado en las



inmediaciones de los mercados tanto de abastos como comerciales, así como dentro de los recintos comerciales donde se desarrolla la feria. La presencia de comercio informal o ambulante en las inmediaciones de los mercados, así como en las zonas comerciales donde se celebra la feria, agrava esta situación. Estas zonas están situadas en el sector urbano central de Juliaca, lo que provoca la proliferación del comercio informal y la ocupación de vías.

A continuación, se da a conocer los mercados y plataformas comerciales reconocidas en toda la ciudad calcetera:

- Mercado de abastos de santa Bárbara.
- Mercado de frutas de Las Mercedes.
- Mercado internacional Túpac Amaru.
- Mercado de abastos Cerro Colorado.
- Mercado Santa Juana.
- Mercado de abastos Pedro Vilcapaza.
- Mercado mayorista Santa María.
- Mercado de abastos San Luis.
- Plataforma comercial 24 de octubre.
- Plataforma comercial Micaela Bastidas.
- Plataforma comercial Tambopata.
- Plataforma comercial San José.
- Plataforma comercial La Revolución
- Plataforma comercial Mi Perú, PDU-Juliaca (2004).



5.1.4.4. Espacios económicos urbanos

a. Espacios comerciales y de servicios

La ciudad presenta diversos grados de concentración en su distribución de la actividad empresarial y los servicios en distintas zonas (espacios comerciales). Desde una perspectiva espacial, la estructura urbana de la ciudad se alinea con su actividad comercial. Esta actividad, como factor de atracción de población, provoca migraciones y, en consecuencia, aumenta la demanda de suelo urbano, accesibilidad, servicios básicos y vivienda. Sin embargo, el municipio se enfrenta a numerosas limitaciones técnicas para gestionar estas demandas.

Estos lugares son propensos al comercio ilícito, caracterizado por actividades de compraventa no autorizadas realizadas más allá de los límites de la ley, en las que intervienen mercancías de contrabando. Normalmente, el comerciante realiza este tipo de tratos en recintos feriales y carreteras públicas.

Por su ubicación geográfica, la actividad comercial ha ido configurando zonas comerciales conocidas como corredores económicos, que varían en cuanto a su concentración y nivel de actividad, tales como:

- El punto más comercial se ubica en la sección urbana central de la ciudad y abarca los Centros Comerciales 1, 2 y 3, así como el mercado Santa Bárbara, el mercado Santa Juana y el Mall Real Plaza, esta última con más de una década de funcionamiento

desde su inauguración con capitales privados. Este eje es el de mayor dinamismo comercial, albergando la mayor concentración de establecimientos de este sector y sirviendo como una de las regiones económicamente más significativas de la ciudad.

- La proximidad de su ubicación a la zona institucional realza su valor; sin embargo, también está plagada de problemas importantes como la congestión del tráfico, tanto de vehículos como de peatones, así como la coexistencia de diversas actividades como paradas de transporte público, operaciones comerciales y descarga de mercancías, todas ellas en la vía pública, PDU-Juliaca (2004).

Figura 59.

Colección fotográfica PDU Juliaca



Fuente: PDU-Juliaca (2004).

- Zona comercial o ruta de negocios. Túpac Amaru-San José se encuentra en la avenida Benigno Ballón y ello termina en la plataforma comercial 24 de octubre. Este eje se ve favorecido por la presencia de comercio mayorista, instituciones

financieras, terminales automotrices, y es también escenario de varios conflictos físicos, ambientales y sociales.

Figura 60.

Ruta comercial de los mercados, Tupac – San José



Fuente: PDU-Juliaca (2004).

- A lo largo de la avenida del mismo nombre se desarrolla la zona económica, también conocida como corredor comercial, Circunvalación. El mercado de frutas Las Mercedes, también llamado feria "dominical", funciona todos los lunes y sirve de paraderos de vehículos pesados para el expendio de mercaderías.

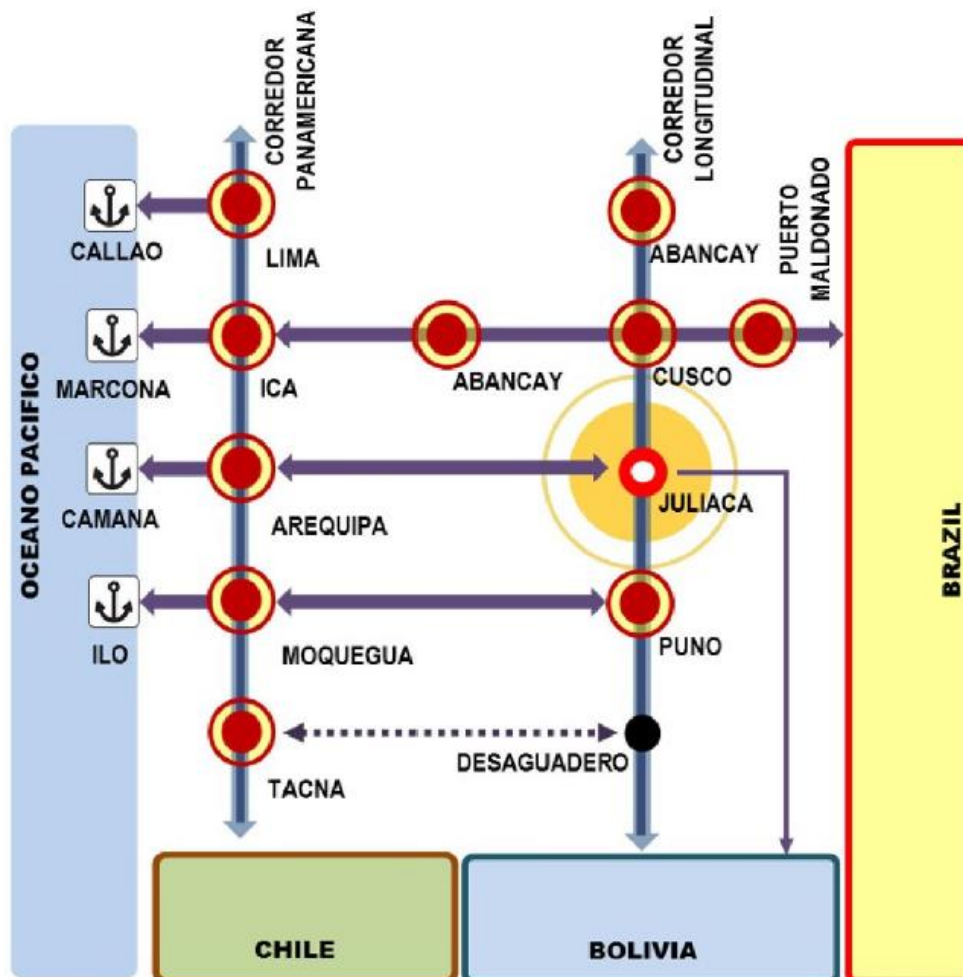
5.1.4.5. Relaciones económicas de intercambio en la ciudad: Flujos económicos

La ciudad de Juliaca funciona como un centro económico que depende principalmente de las interacciones comerciales impulsadas por el excedente de producción de su economía urbana, así como de las economías de la provincia, la región y el área circundante más amplia. Estos vínculos económicos se establecen a través de la interacción de la oferta y la demanda en dos mercados: el primero es el mercado local, ubicado principalmente en el departamento de

Puno, que depende en gran medida del comercio de contrabando proveniente del país boliviano.

Figura 61.

Flujo económico de la ciudad de Juliaca



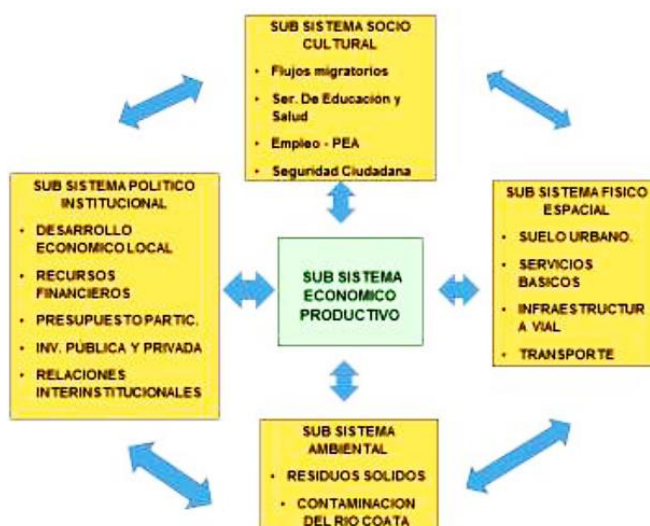
Fuente: PDU-Juliaca (2004).

La economía urbana se ve influida por las características físicas del distrito, que determinan su capacidad para sustentar actividades económicas. Sin embargo, existen varias limitaciones que dificultan este desarrollo, principalmente debido a problemas de accesibilidad (como la congestión de las carreteras), una infraestructura comercial inadecuada, deficiencias en el transporte y conflictos por el uso del

suelo. La infraestructura viaria y el sistema de transporte actuales desempeñan un papel crucial en la configuración de la economía, pero la falta de servicios esenciales supone una limitación económica en la ciudad.

Figura 62.

Articulación de los subsistemas



Fuente: PDU-Juliaca (2004).

5.1.4.6. Conflictos y potencialidades

El dinamismo urbano se refiere a la forma natural y no planificada en que las actividades económicas y productivas impulsan el crecimiento y el desarrollo de una ciudad. Esto provoca cambios en la organización espacial y un aumento del valor de la propiedad, dependiendo de la ubicación estratégica de la actividad económica dentro de la ciudad.

- **Superposición de actividades económicas de diferente jerarquía:**

La ausencia de regulación urbana y la priorización del beneficio económico individual sobre el bienestar colectivo han dado lugar a la

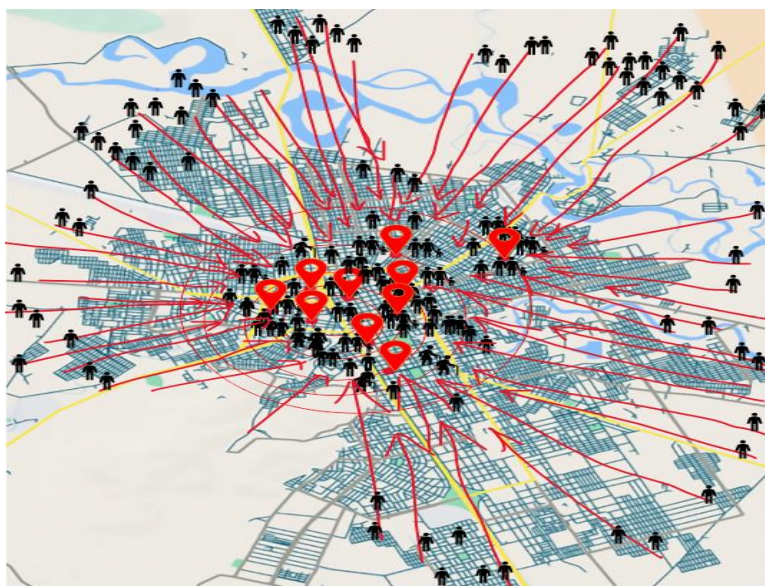
coexistencia de diversas actividades económicas comerciales (tanto formales como informales) de diferente tamaño (mayoristas y minoristas) dentro de una misma área urbana, sin considerar si las condiciones existentes son adecuadas para su óptimo funcionamiento. Como resultado, se ha producido un aumento del hacinamiento y un deterioro de la calidad de las zonas urbanas, que afecta sobre todo a la población en general y a las empresas legalmente establecidas, PDU-Juliaca (2004).

- **Potencialidad económica**

Juliaca se ha convertido en el centro urbano comercial dominante en la macrorregión sur debido a su amplia gama y volumen de actividad comercial, centrada principalmente en el comercio. Esta condición le confiere ventajas que le permiten atraer la inversión privada en infraestructura y equipamiento comercial, PDU-Juliaca (2004).

Figura 63.

Juliaca como centro urbano comercial



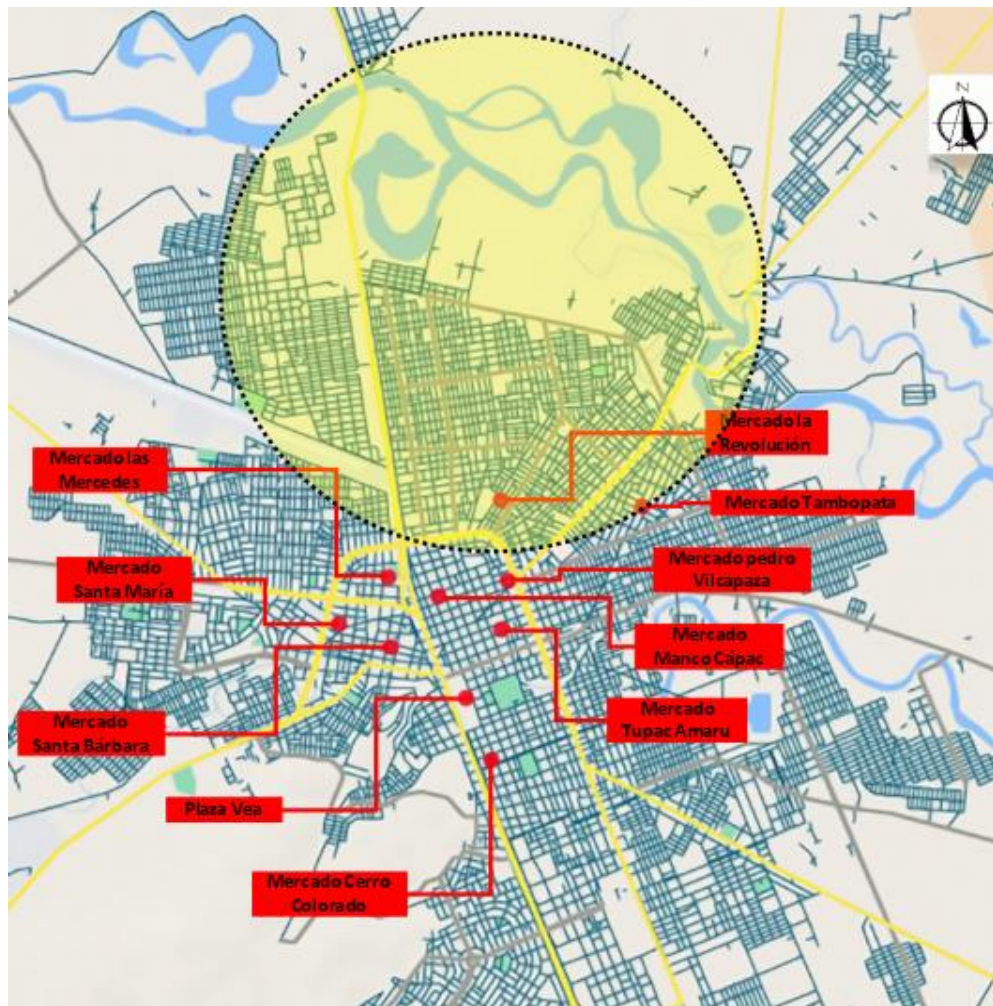
Fuente: Elaboración propia.

5.1.4.7. En referencia a sus tendencias, conflictos y potencialidades

En relación a este sector X, según el PDU – Juliaca, se tiene una de sus tendencias, la cual es su crecimiento de actividades comerciales informales de subsistencia, como de sus conflictos es la superposición de actividades urbanas - ocupación de espacios públicos y finalmente una de sus potencialidades es lo integrado y articulado económicamente al mercado por los ejes viales: Circunvalación I, II y Carretera a Cusco, PDU-Juliaca (2004).

Figura 64.

San Miguel como potencial comercial



Fuente: Elaboración propia.

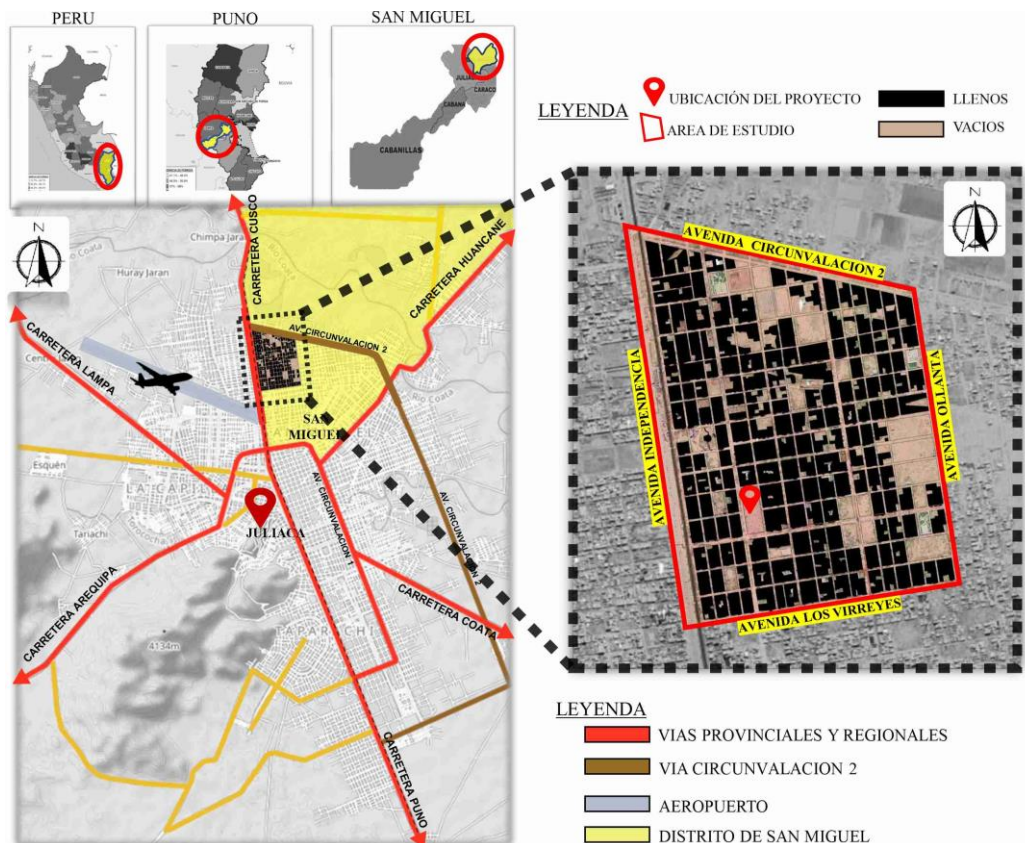
5.2. ANÁLISIS DE SITIO

5.2.1. Ubicación del área de estudio

De acuerdo al planteamiento, se ubica específicamente en el distrito de San Miguel, lo cual se describe según los aspectos más relevantes.

Figura 65.

Ubicación del área de estudio



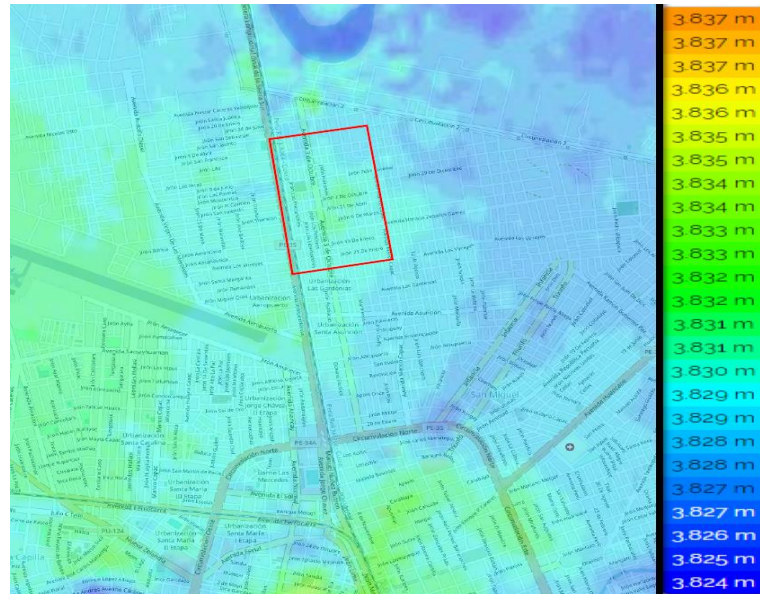
Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Topografía

En referencia al área de estudio, la topografía no se resalta uno de los otros, es por eso que solo se considera como una superficie plana. El problema de tener este tipo de superficie es el estancamiento de aguas en varios puntos en la temporada de lluvia, las cuales son usuales en nuestra región altiplánica.

Figura 66.

Topografía del distrito de San Miguel – área de estudio

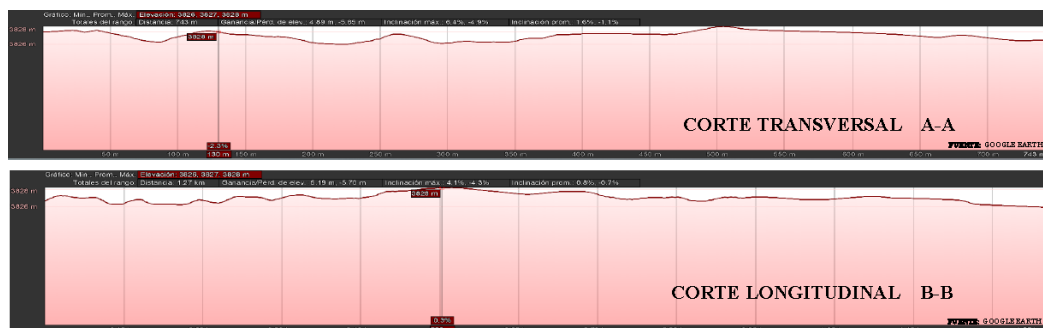


Fuente: Topographic-map.

La topografía del distrito de San Miguel, al igual que el distrito de Juliaca es plano y con mínimas pendientes de manera uniforme y en algunos lugares las pendientes solo varían 2.6 % de declive.

Figura 67.

Mercado de abastos, según departamento al 2016



Fuente: Google Earth Pro

5.2.3. Linderos y colindancias de la ubicación del proyecto

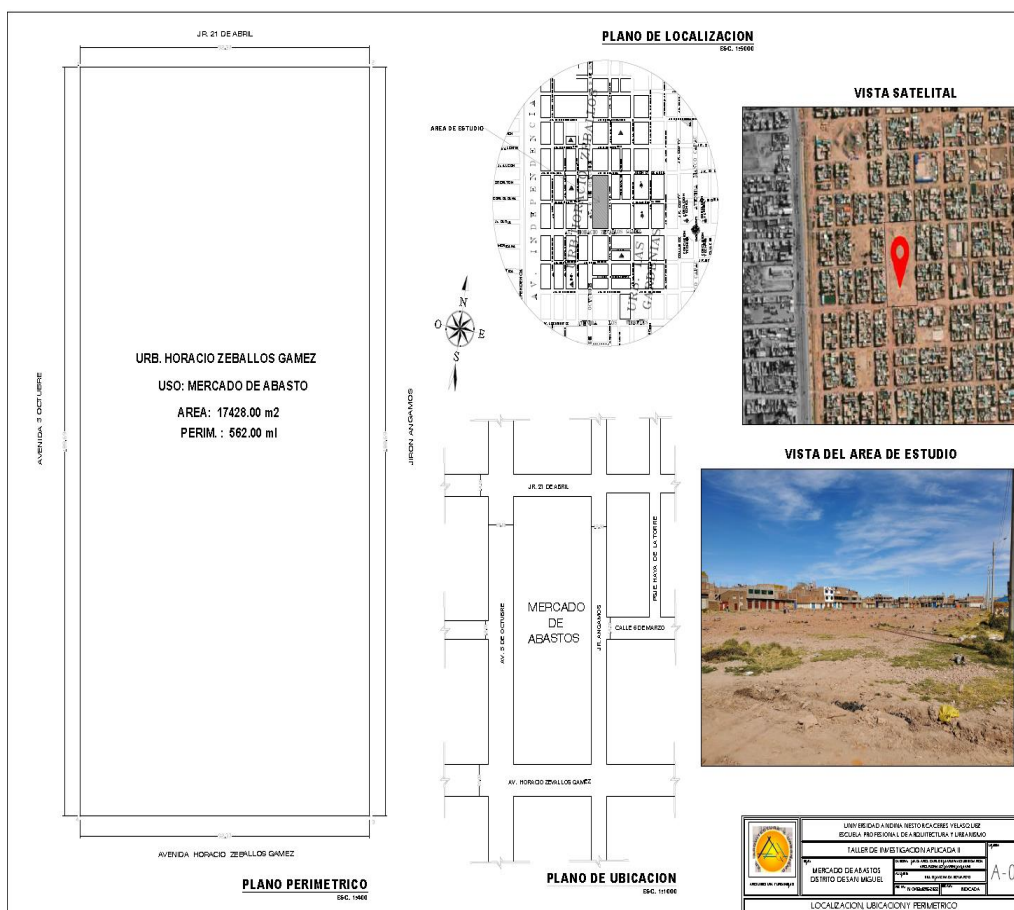
El terreno de intervención se ubica en la urbanización Horacio Zeballos Gámez, la misma que se encuentra entre la avenida 3 de octubre y la

avenida Horacio Zeballos Gámez del distrito de San Miguel; a dos cuadras de la avenida independencia de la salida cusco, el terreno tiene la forma rectangular, la cual abarca toda una manzana con frentes hacia; por el norte con el jiron 21 de abril, por el sur con la avenida Horacio Zeballos Gámez, por el este con el jiron Angamos, por el oeste con la avenida 3 de octubre.

El área del proyecto tiene un total de 17, 428 m² y actualmente se usa para realizar ferias comerciales sabatinas. El terreno tiene la peculiaridad de hallarse inmerso y próximo a una escuela de nivel primario.

Figura 68.

Linderos y colindancias del terreno de estudio



Fuente: Elaboración propia.

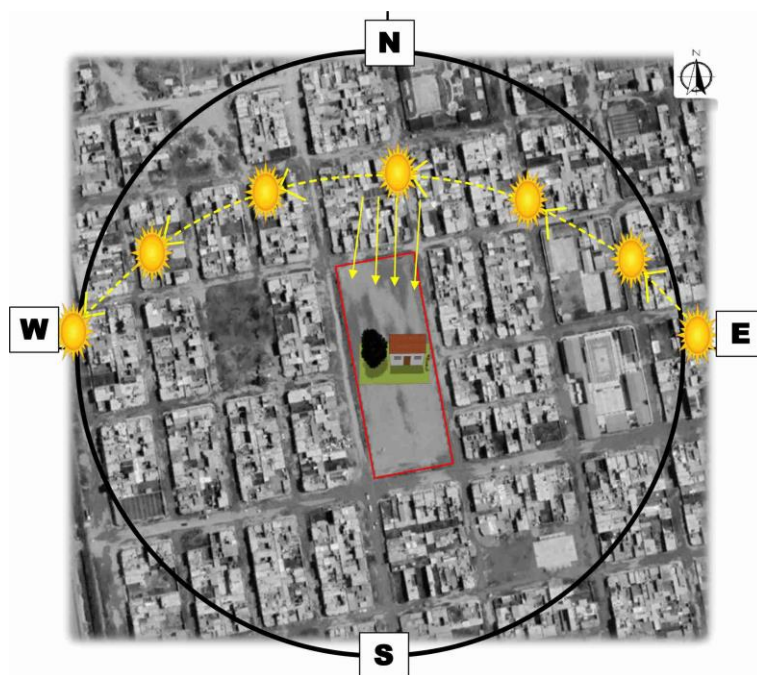
5.2.4. Clima

5.2.4.1. Asoleamiento

En el distrito de San Miguel, la salida del sol inicia por el ESTE teniendo la inclinación Asia el NORTE y atardeciendo o llegando al final del día en el OESTE. La duración del día varía durante las cuatro estaciones del año, las horas más soleadas suelen ser de 10 a 12 de la mañana y en las tardes desde las 2 a 4 de la tarde.

Figura 69.

Referencia del recorrido solar



Fuente: Meteoblue (2023).

5.2.4.2. Velocidad del viento

El gráfico ilustra la frecuencia de días de cada mes con velocidades del viento que alcanzan un umbral específico. Es evidente que los vientos fuertes y constantes predominan de diciembre a abril, mientras que los vientos tranquilos se observan de junio a octubre.

Figura 70.

Rosa de vientos para el distrito de San Miguel



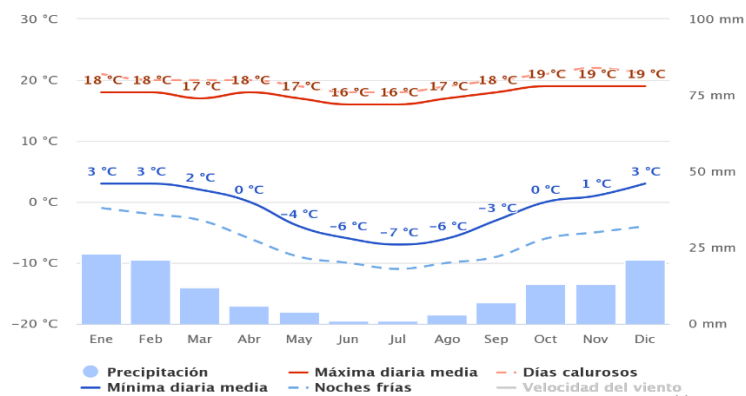
Fuente: Meteoblue (2023).

5.2.4.3. Temperatura

Por lo tanto, la línea roja continua representa la temperatura media más alta de cada mes, mientras que la línea azul continua representa la temperatura media más baja. Las líneas discontinuas indican los días más calurosos y las noches más frías.

Figura 71.

Mercado de abastos, según departamento al 2016



Fuente: Meteoblue (2023).

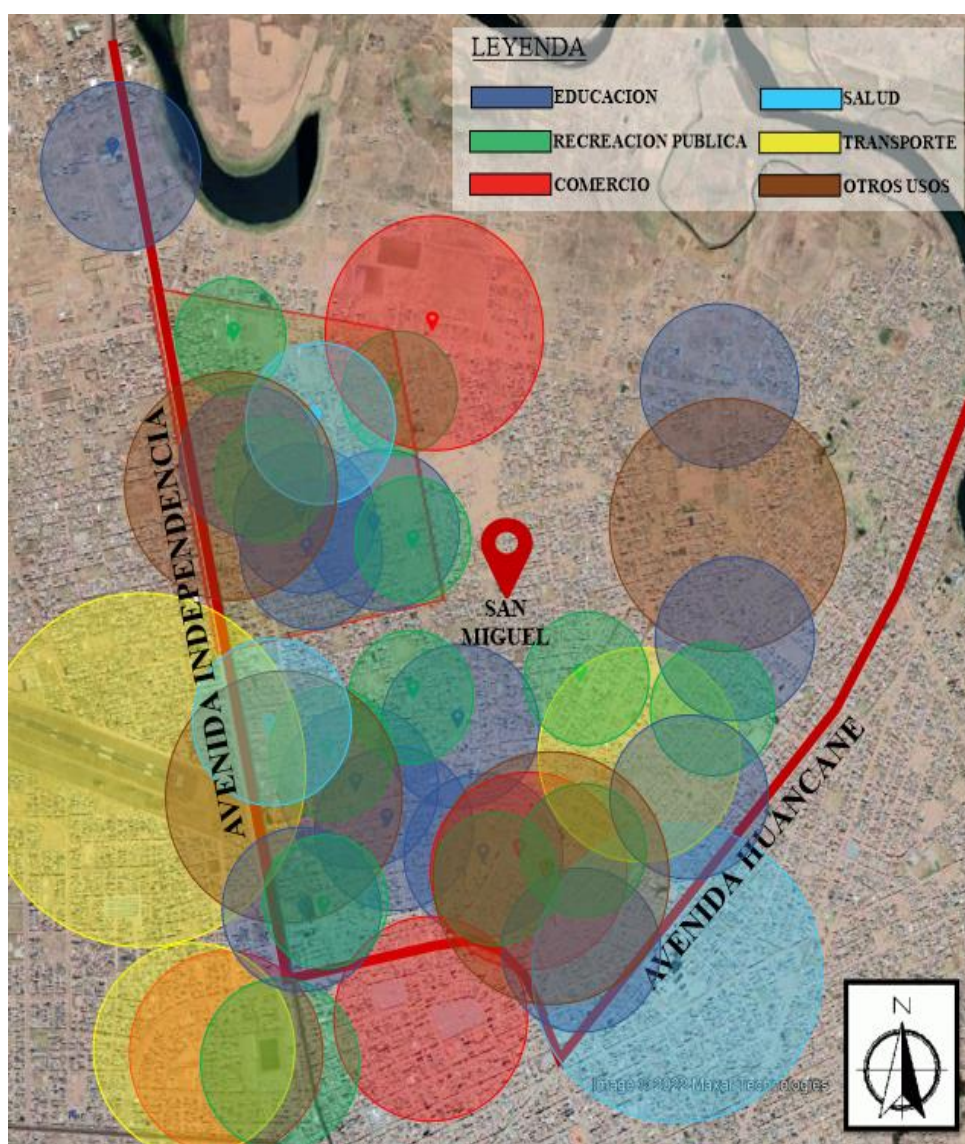
5.3. EXPEDIENTE URBANO, CARACTERÍSTICAS URBANAS Y FÍSICAS

5.3.1. Radio de influencia de los principales equipamientos existentes

El área estudio carece de los principales equipamientos de infraestructura básica, para poder brindar o satisfacer las necesidades de la población y dentro de ellos solo se pudo analizar los siguientes equipamientos:

Figura 72.

Radio de influencia de los equipamientos en el distrito de San Miguel



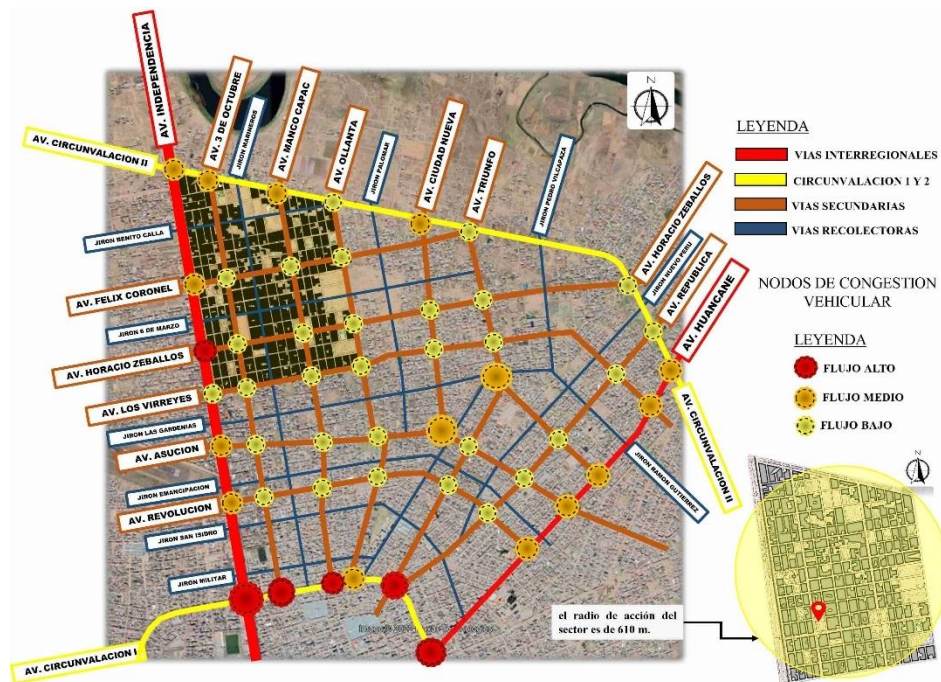
Fuente: Elaboración propia.

5.3.2. Sistema vial

El área de intervención se encuentra conectado y articulado al entorno con varias vías principales tanto regionales como la avenida independencia. Se puede observar que tiene una conexión directa hacia el distrito de Juliaca y fácil acceso hacia la plaza principal del distrito de San Miguel.

Figura 73.

Principales vías de articulación y conexión



Fuente: Elaboración propia.

5.3.3. Trama urbana

El análisis de tramas y tejido urbano pudimos ver que la mayor Parte de nuestro distrito es de tipo ortogonal o en cuadrícula, también se hallaron las siguientes tramas: trama irregular, y en algunos lugares se logra apreciar la trama radial en pequeños tejidos y por último también se pueden apreciar la trama lineal.

Figura 74.

Trama urbana del distrito de San Miguel



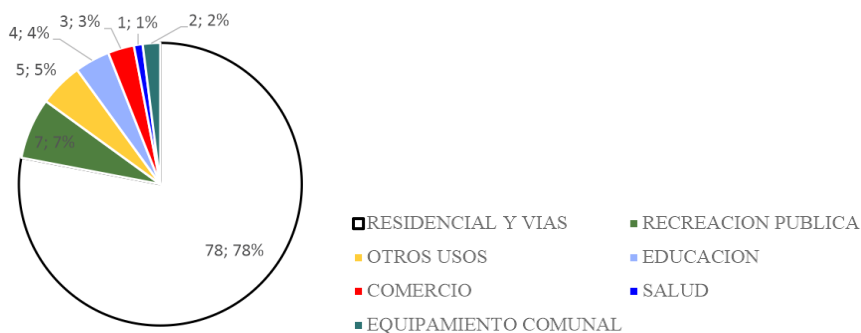
Fuente: Elaboración propia.

5.3.4. Uso de suelos

El uso de suelos se puede notar que la gran parte del territorio urbano del distrito de San Miguel se aprecia estar ocupado por las viviendas, y el segundo equipamiento que ocupa el área urbana es los espacios destinados para recreación pública, tales como áreas verdes, parques y espacios deportivos. Y en tercer lugar podemos apreciar el espacio destinado para otros tipos de uso y en un mínimo porcentaje se puede apreciar los espacios destinados para el área de salud.

Figura 75.

Porcentaje del uso de suelo

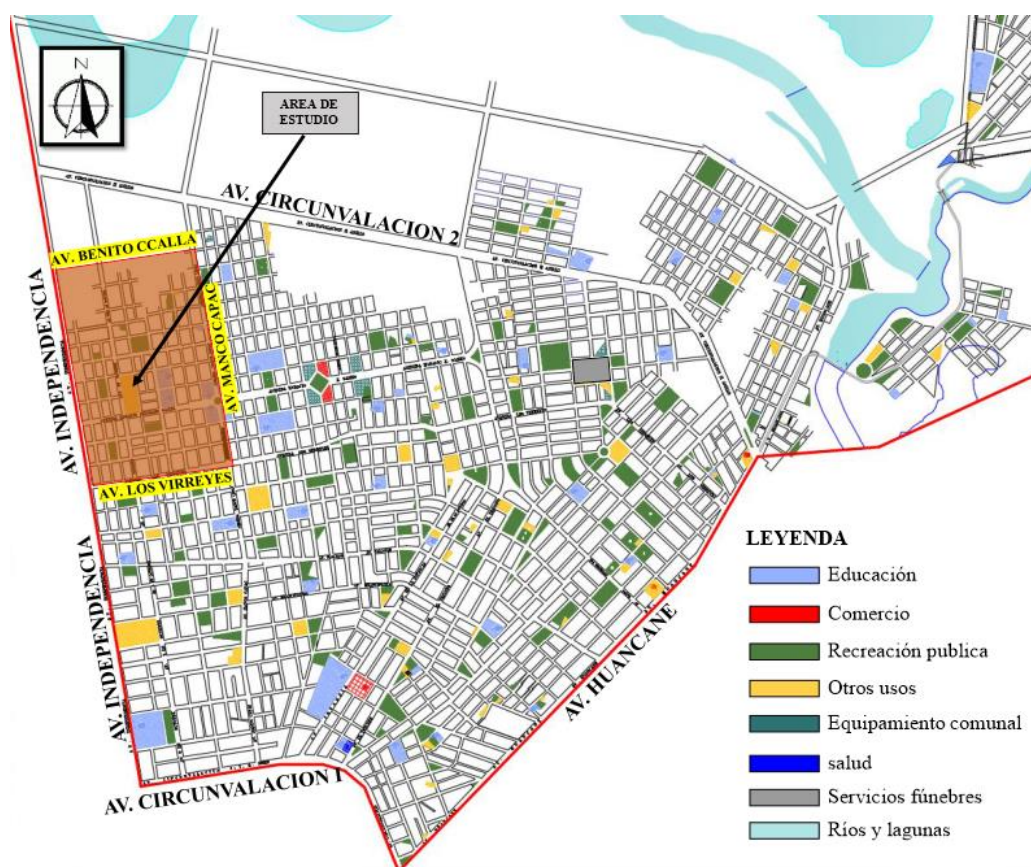


Fuente: Meteoblue (2023).

También se pudo analizar que los terrenos que aún no se encuentran lotizados o urbanizados son utilizados para realizar el sembrío de productos agrícolas como la papa, quinua, y forraje para la crianza de animales en su mayor parte, ello referido a partir del segundo anillo de la circunvalación II, que demarca el ámbito urbano y el espacio rural, tal como se muestra en el uso de suelo del PDU de la Provincia de San Román.

Figura 76.

Análisis del uso de suelos a nivel local



Fuente: Elaboración propia.

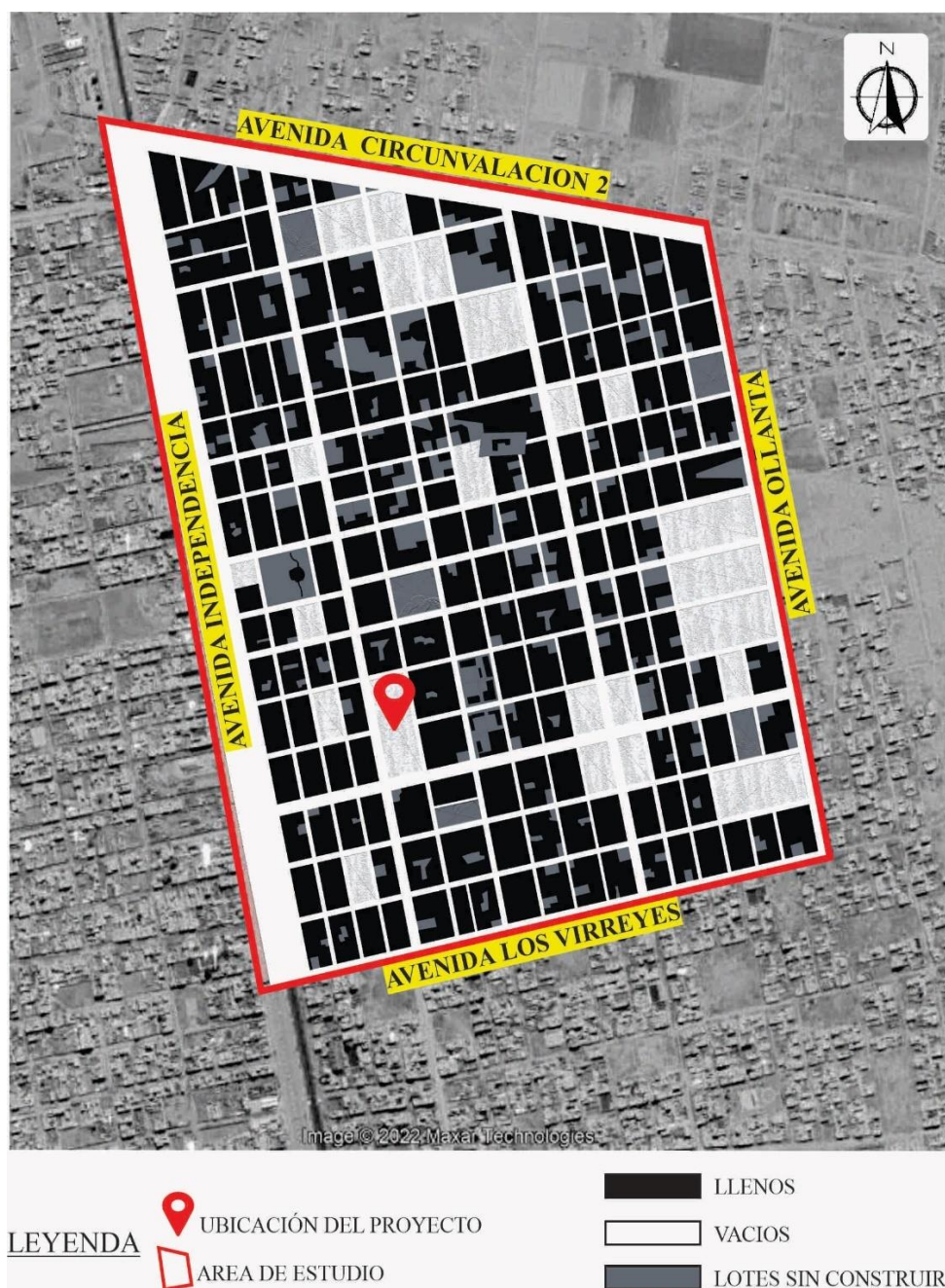
5.3.4.1. Llenos y vacíos

El área de estudio, se puede apreciar que la mayor parte se encuentra consolidada con viviendas de todo tipo, pero también se

puede ver espacios libres que fueron los aportes de los propietarios que hicieron las lotizaciones y estos espacios fueron destinados para diferentes tipos de equipamiento que beneficiaran a la población del distrito de San Miguel.

Figura 77.

Llenos y vacíos del área de estudio



Fuente: Elaboración propia.

5.3.5. Perfil urbano

Las manzanas cuentan con un perfil urbano variado, que van desde edificaciones de 01 nivel hasta llegar a los 05 niveles, donde estas edificaciones son construcciones modernas, de las cuales es un estilo con poco tratamiento de ornamentos, con una perspectiva variada como se aprecia en las imágenes que se muestran a continuación.

Figura 78.

Perfil urbano de las principales vías

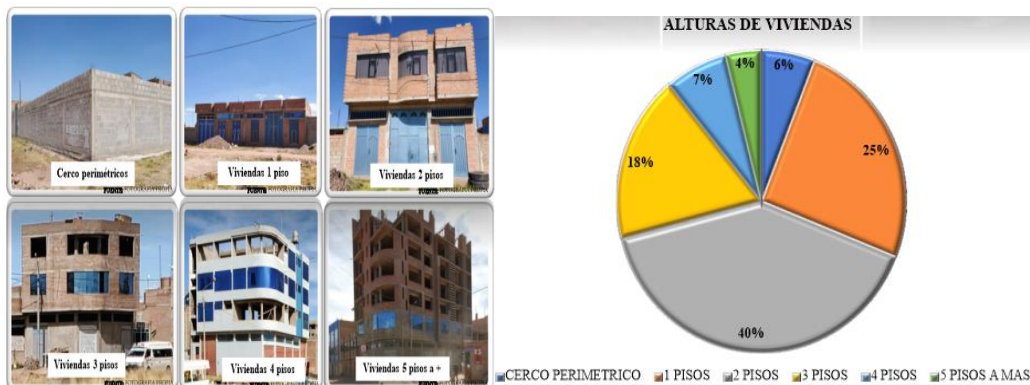


Fuente: Elaboración propia.

Las manzanas tienen ciertas particularidades, entre ellas se aprecia la similitud por la forma de sus construcciones, pero esto es por una tendencia moderna tanto en el sistema constructivo como en la tipología de las viviendas, añadiendo a ello, se observa el poco tratamiento en sus fachadas, ya sea a nivel de colores, entre otros aspectos.

Figura 79.

Porcentaje de alturas de las viviendas



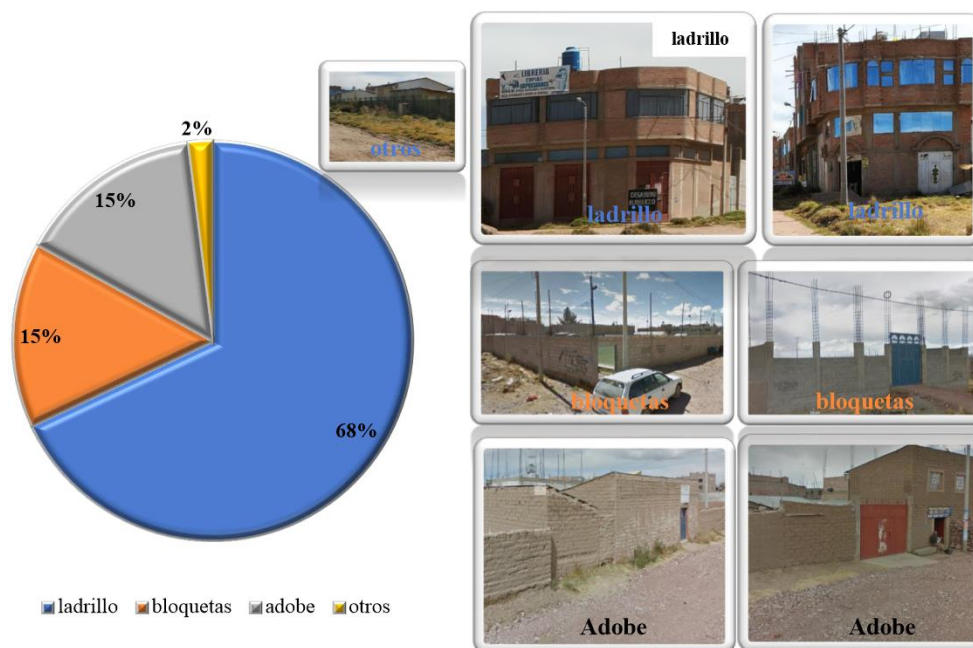
Fuente: Elaboración propia.

5.3.6. Materiales predominantes

Los materiales que más predominan en las construcciones de las viviendas, es el material concreto y ladrillo, seguido del material de bloqueta y finalmente las viviendas de adobe.

Figura 80.

Tipo de materiales usados en las construcciones



Fuente: Elaboración propia.

5.3.7. Estado de las áreas verdes según PDU

Se identifican las áreas verdes según aporte, de los cuales ello se aprecia en un estado de poco tratamiento o las algunas situaciones la nula presencia de reconocimiento como tal, es por ello que se muestra a continuación.

Figura 81.

Estado de las áreas verdes en el área de estudio



Fuente: Elaboración propia.

5.3.8. Características de los servicios básicos

5.3.8.1. Red de agua potable

La empresa encargada de efectuar este de servicio es la reconocida EPS-SEDA JULIACA S.A., lo cual, ello en gran parte de este sector del distrito de San Miguel, no se encuentra abastecido con el servicio de agua potable que es vital para el consumo humano, donde en ciertos sectores la población no abastecida tiene que extraer agua del subsuelo por mecanismos de pozos, los cuales no se encuentran aptos para su consumo.

En tal sentido esta conexión se realizará de la avenida 3 de octubre como de la avenida Horacio Zevallos Gámez, las mismas que están cercano al lugar del terreno, dicha matriz principal está instalado por las vías ya mencionadas.

Figura 82.

Servicio de agua potable



Fuente: Elaboración propia.

5.3.8.2. Desagüe

La empresa prestadora de evacuar las aguas servidas del distrito de San Miguel, es la empresa EPS-SEDA JULIACA S.A., el terreno a

sus adyacentes cuentan con el servicio de desagüe, donde la avenida 3 de octubre como de la avenida Horacio Zevallos Gámez, donde se conectarán el servicio de alcantarillado.

Figura 83.

Servicio de desagüe



Fuente: Elaboración propia.

5.3.8.3. Electrificación

El servicio es prestado por Electro Puno S.A.A., empresa que utiliza un transformador de 12 MW propiedad de Red Eléctrica del Perú (REP) y situado en Taparachi - Juliaca. Esta planta suministra y distribuye energía a la zona urbana de Juliaca, así como a los asentamientos rurales circundantes.

Figura 84.

Servicio de energía eléctrica



Fuente: Elaboración propia.



5.3.9. Análisis FODA

Fortalezas:

El área de intervención se encuentra delimitado por una vía de alta influencia y de gran importancia que es la av. Independencia (salida a cusco).

Cuenta con terrenos libres y amplios destinados para la recreación publica y para la construcción de infraestructuras de servicios.

El área de estudio presenta viviendas de comercio y varios tipos de servicios automotrices.

La trama urbana que posee el área de intervención es estructurada y ordenada.

Oportunidades:

El área de intervención cuenta con buena accesibilidad debido a sus amplias y consolidadas vías.

Las actividades automotrices convierten el área de estudio en un lugar clave para el desarrollo económico.

Implementación de políticas sobre los impactos ambientales en el área de intervención.

El área de estudio se encuentra bien conectado a los principales equipamientos del distrito.

Debilidades:

Vías en mal estado y sin mantenimiento.

Carece de áreas de recreación pública.

Altos índices delictivos.

Carece del tratamiento de áreas verdes y la arborización.

Amenazas:

No presenta drenaje de aguas pluviales y esto ocasiona problemas en temporada de lluvias.

Se presenta contaminación ambiental generada por los botaderos informales de basura.

Presentan actos delincuenciales esto debido a la falta de seguridad.

Mala imagen urbana debido a la instalación de puestos de recicladores en los accesos a de la ciudad.

5.4. USUARIOS

La población a la que se pretende beneficiar con la propuesta de mercado de abastos, es primeramente a los vecinos del distrito de San Miguel, las cuales son reconocidos como una población trabajadora, lleno de costumbres y tradiciones que a través del tiempo son heredados de generación en generación, las mismas que serán los más beneficiados con esta propuesta.

Figura 85.

Tradición de los pobladores de San Miguel



Fuente: Elaboración propia.

5.4.1. Perfil del usuario

5.4.1.1. Usuarios permanentes

Una de las principales fuentes de ingresos económicos de la población analizada, es la comercialización de todo tipo de productos, ya sea de manera formal e informal y ello debido a la falta de equipamientos para el desarrollo de actividades comerciales.

Figura 86.

Actividad económica de la población de San Miguel



Fuente: Elaboración propia.

5.4.2. Antropometría

5.4.2.1. Diseño antropométrico de la zona

Antropometría según los usuarios: En el distrito de San Miguel y toda la región de Puno, existen diversos elementos culturales, básicamente la vestimenta que se usa, donde ello se refleja en las mujeres, por lo cual es materia en análisis para el uso del espacio y de tal forma se refleje en la propuesta con los adecuados espacios.

5.4.2.2. Conceptos

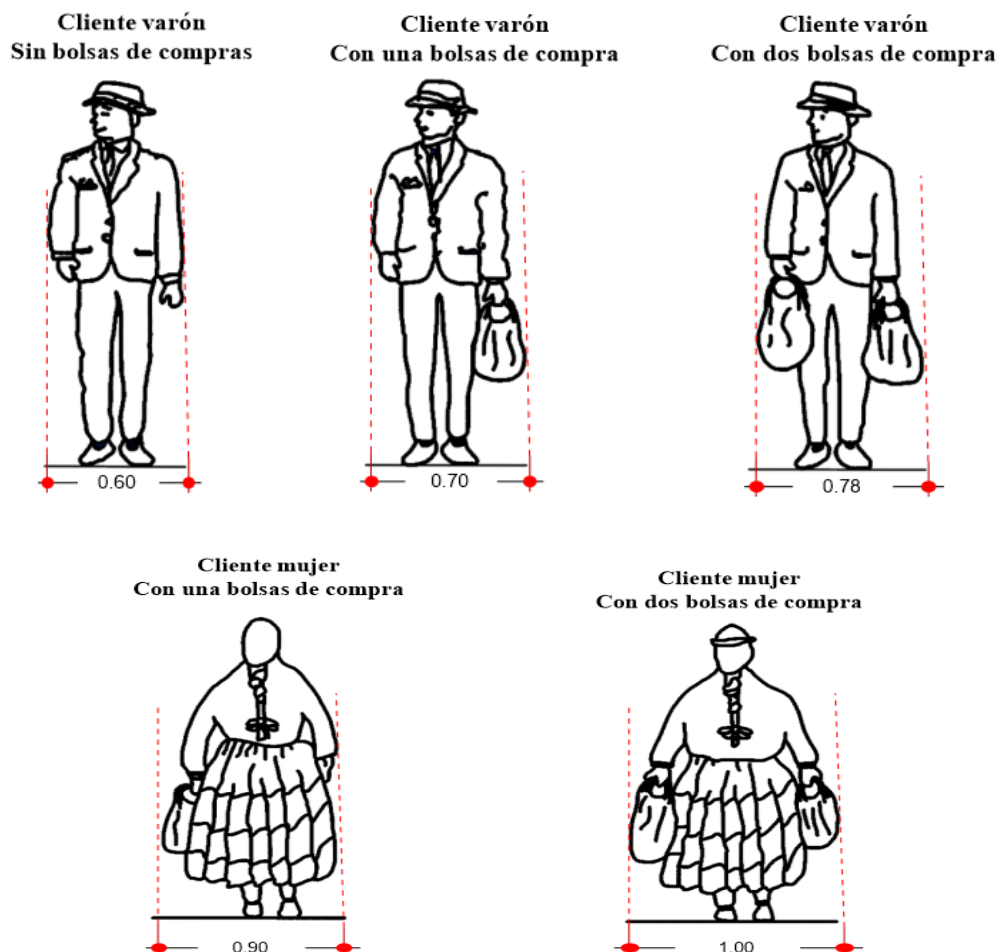
Lliclla: La lliclla es una manta que generalmente es utilizado por las mujeres, la cual tiene diversos usos, esto ya sea por su forma,

tamaño, la misma que se coloca sobre el hombro y sujeta sobre el pecho. Las llicllas o mantas tienen diversas medidas, lo cual depende mucho de la capacidad de carga que se aplica en ello.

Pollera: En América Latina y España, el término se refiere a una gama de faldas y vestidos conocidos por sus adornos intrincados y ornamentados. Las faldas se confeccionan con diversos materiales, principalmente algodón, y a menudo se adornan con vibrantes decoraciones que emplean diversas técnicas, como el bordado floral.

Figura 87.

Análisis antropométrico estático para un varón y una mujer



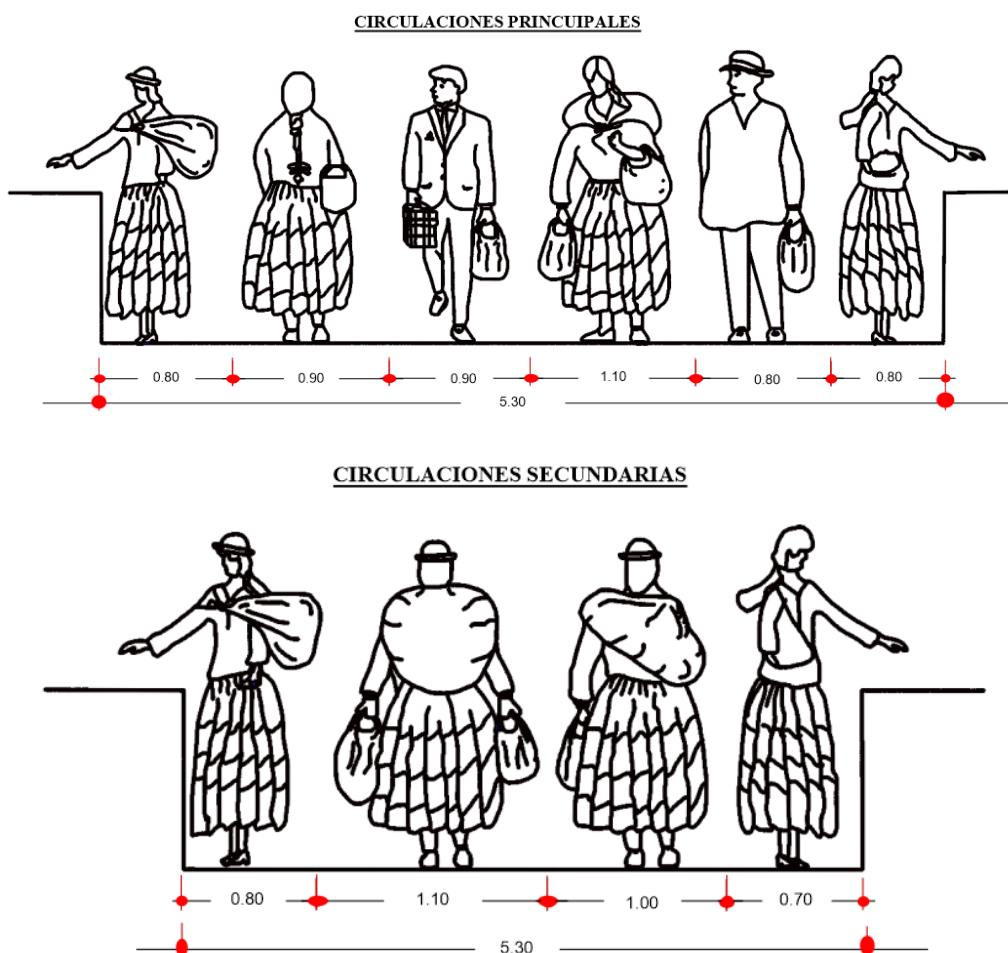
Fuente: Elaboración propia.

5.4.3. Espacios necesarios en los recorridos

El poder que se tiene un espacio sobre un mercado, tiene relación con el cliente como también del vendedor, donde es muy importante considerar el tipo de personas que circulan por ella, ya sean con los brazos extendidos, con algún producto en la mano y entre otros, de los cuales se refleja en las siguientes imágenes que se muestran.

Figura 88.

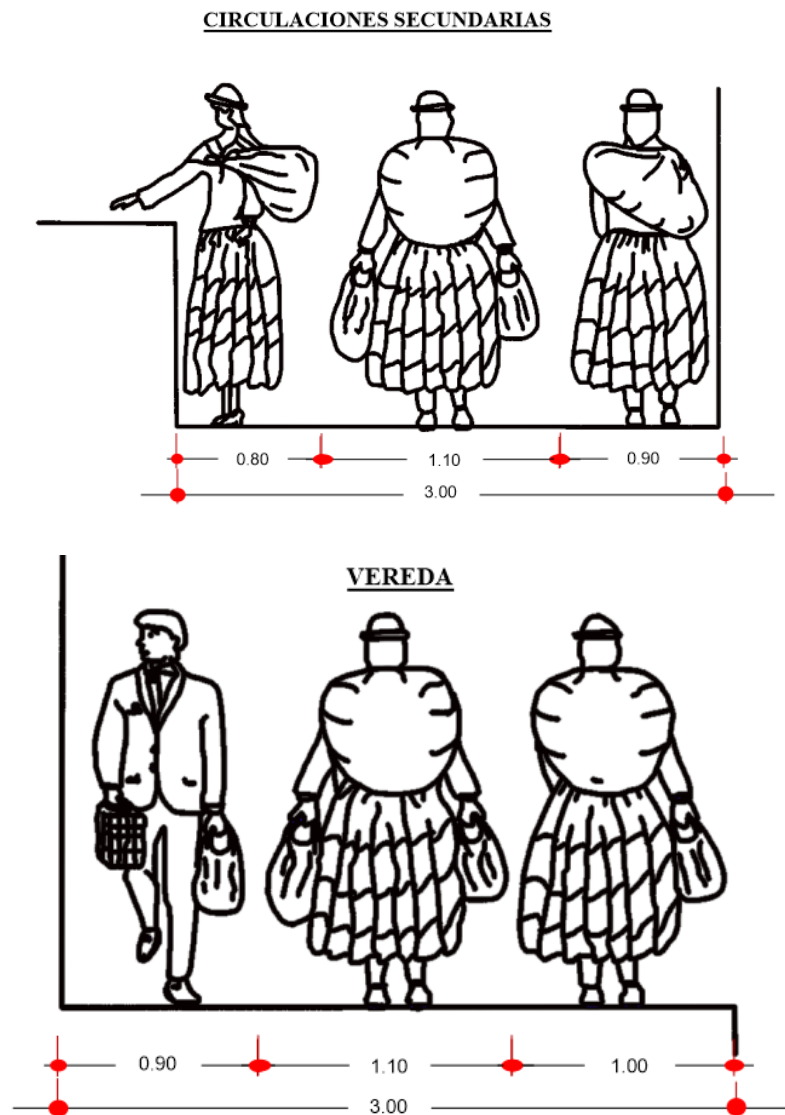
Espacios necesarios en un pasadizo según usuarios



Fuente: Elaboración propia.

Figura 89.

Espacios necesarios en una vereda según usuarios



Fuente: Elaboración propia.

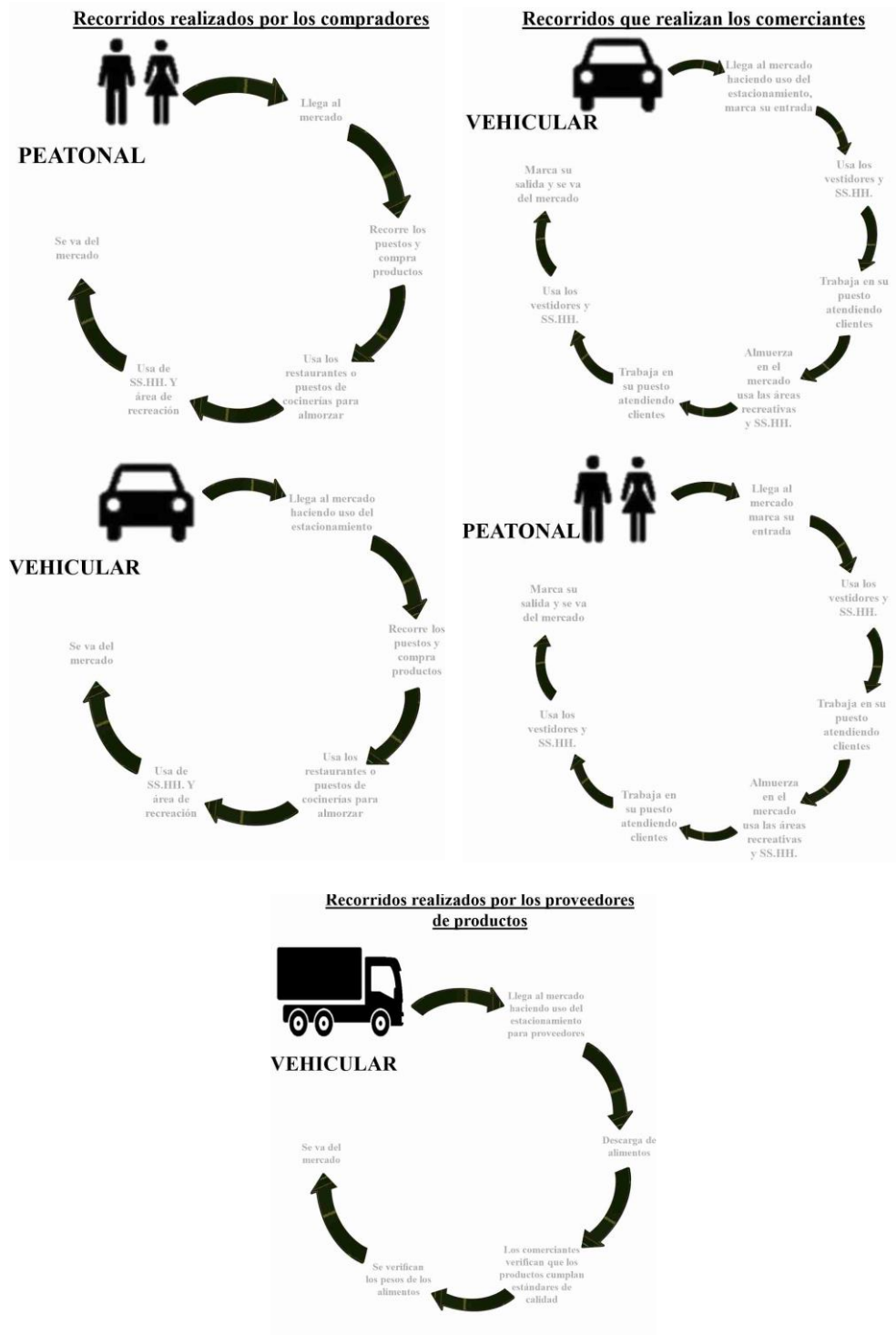
5.4.4. Relaciones funcionales de usuarios y actividades

5.4.4.1. Recorridos realizados por los proveedores de productos

Se identifica los principales recorridos que efectuarán los principales actores; entre ellos los usuarios compradores como los mismos comerciantes dentro de los espacios del mercado.

Figura 90.

Recorridos realizados por los proveedores – comerciantes - compradores de productos



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

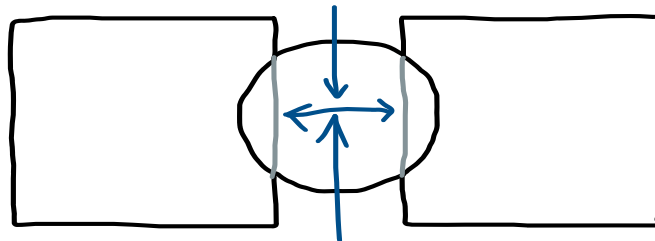
6.1. CONCEPTUALIZACIÓN

6.1.1. Conceptualización general

El objetivo es implementar el objetivo es implementar un mercado de abastos que vaya acorde a las necesidades de la población y que esta a su vez genere beneficios económicos para la población, aportando en cierta medida con la mejora de la calidad de vida.

Figura 91.

Idea generatriz de la conceptualización (accesible)



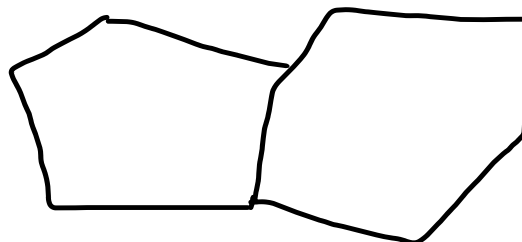
Fuente: Elaboración propia.

6.1.2. Conceptualización funcional

La organización dentro del mercado se logrará a través de espacios públicos centrales y estos a su vez funcionarán con organizadores de los accesos.

Figura 92.

Organización conceptual



Fuente: Elaboración propia.

6.1.3. Conceptualización formal

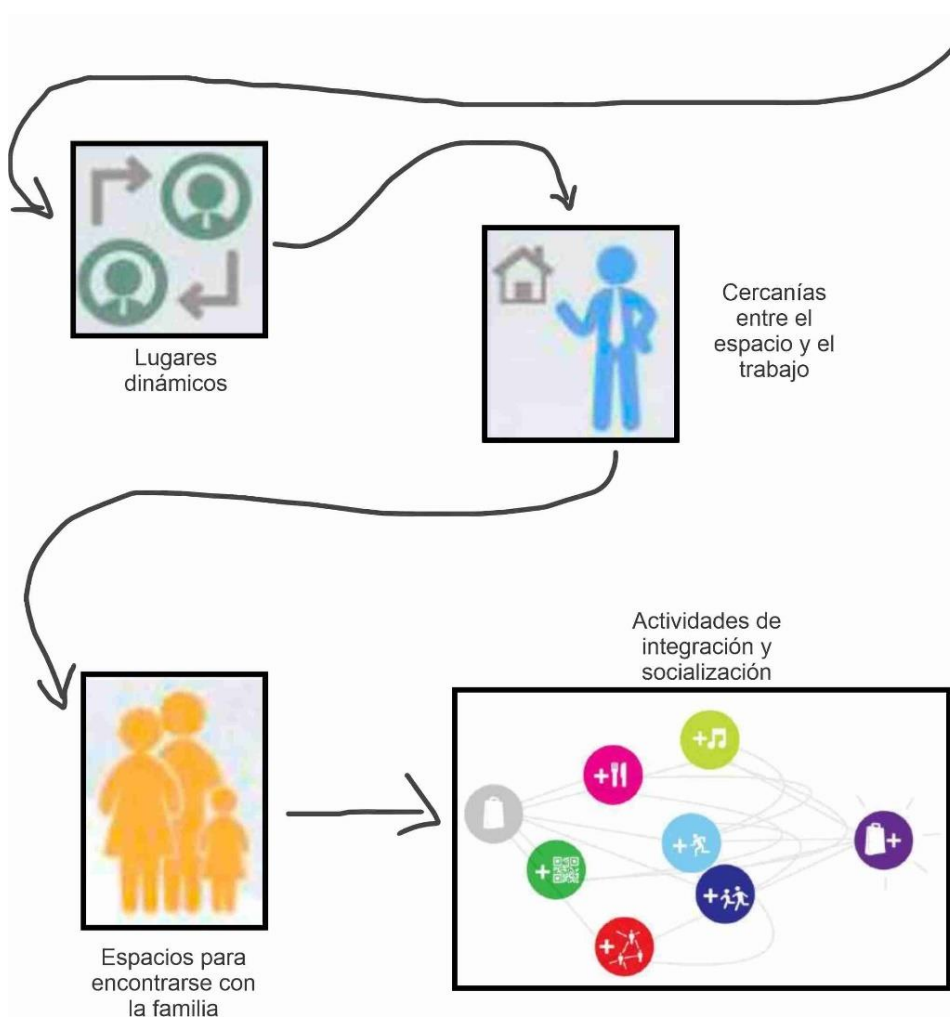
Se respeta el perfil urbano existente, implementando una arquitectura que logre integrarse con el entorno.

6.1.4. Conceptualización simbólica

Lo que se busca con esta idea es la integración de la población por medio de un equipamiento que tenga la posibilidad de satisfacer las necesidades de los usuarios.

Figura 93.

Conceptualización simbólica



Fuente: Elaboración propia.

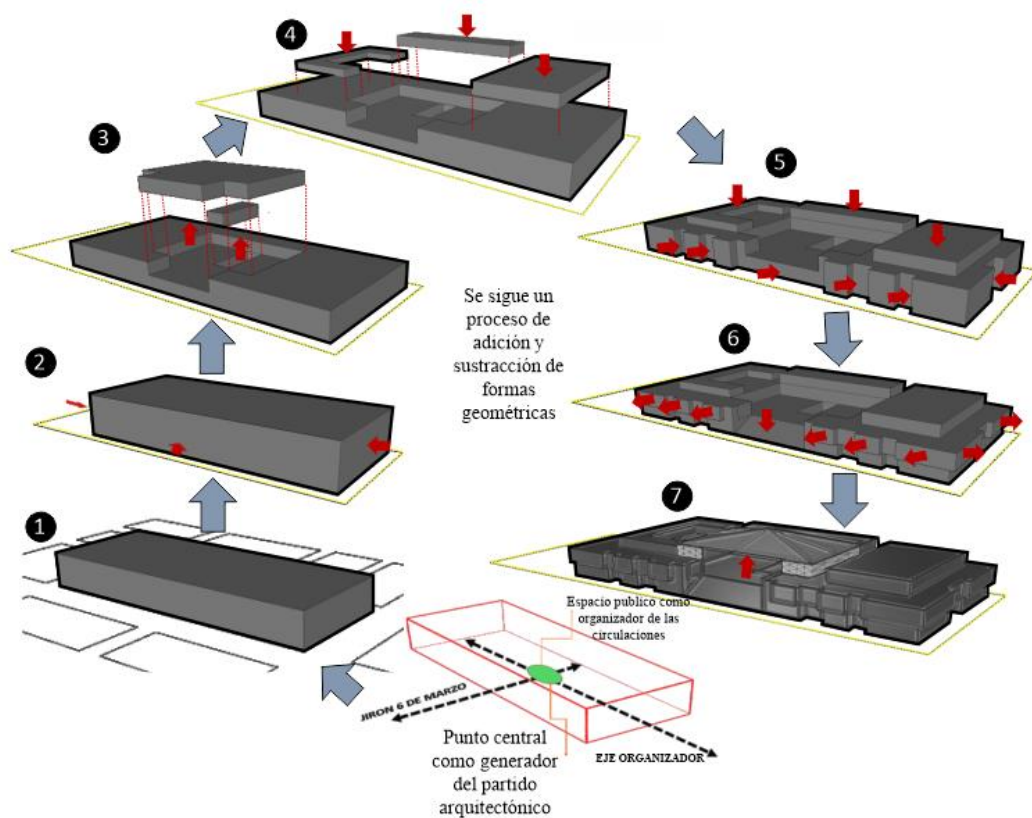
6.2. PARTIDO ARQUITECTONICO

6.2.1. Formulación

Se inicia por generar un volumen arquitectónico que respete y se integre por medio de las circulaciones expresadas en forma lineal, seguido a ello se extraen las formas con la finalidad de organizar de manera óptima las actividades a desarrollarse en cada uno de los espacios.

Figura 94.

Partido arquitectónico



Fuente: Elaboración propia.

6.3. PREMISAS DE DISEÑO

6.3.1. Premisas urbanas

Mediante esta propuesta arquitectónica se busca reactivar la dinámica urbana y social, con una arquitectura destinada a reactivar la economía

atreves de los puestos de trabajo que se logran generar con este equipamiento.

Requerimiento:

Garantizar la prioridad de los peatones y reducir los efectos negativos del transporte de mercancías pesadas.

Premisa:

Establecer un sistema de circulación que dé prioridad a los peatones como usuarios principales, seguidos de los vehículos ligeros y después de los vehículos pesados, por orden de jerarquía.

Figura 95.

Prioridad peatonal (sostenible - inclusivo)



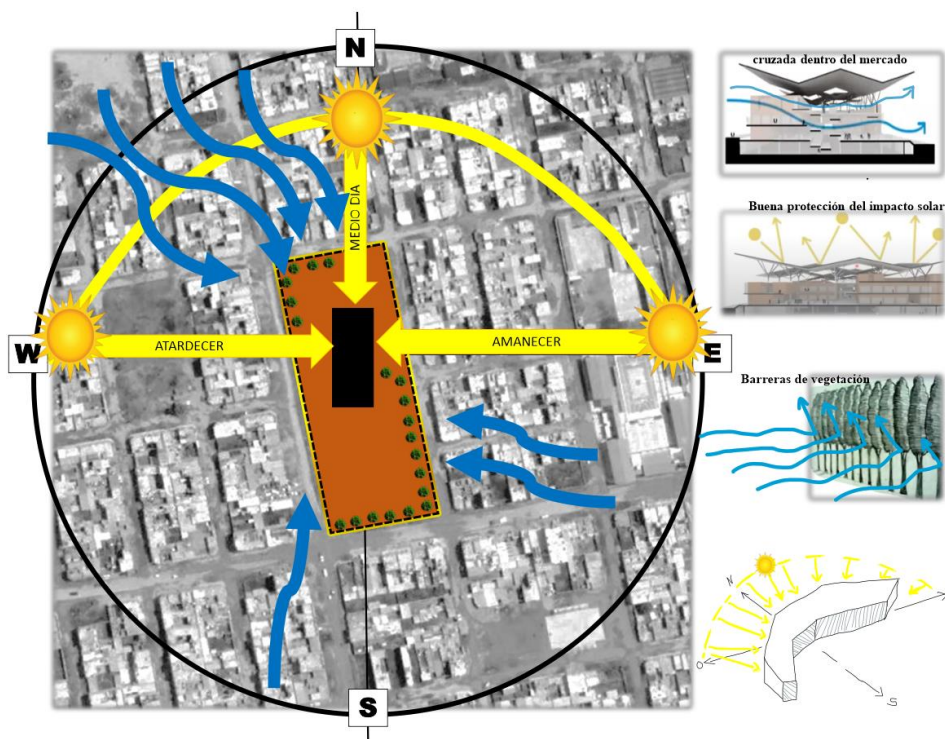
Fuente: Elaboración propia.

6.3.2. Premisas ambientales

Por medio de ello se optimizarán en el lugar los recursos ambientales para generar en el proyecto espacios confortables como eficientes.

Figura 96.

Aprovechamiento de los recursos ambientales



Fuente: Elaboración propia.

Requerimiento:

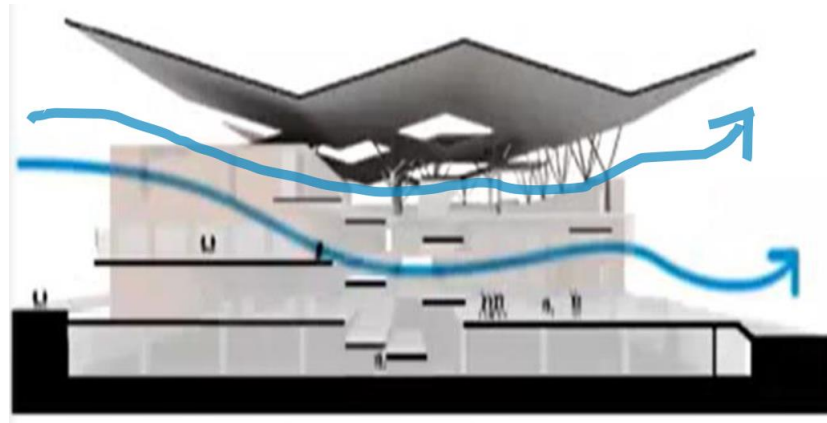
Facilitar el flujo de aire entre las estructuras del mercado de abastos para evitar la formación de túneles de viento.

Premisa:

La disposición de las estructuras en el recinto del mercado exige una clara delimitación entre cada volumen en función de sus respectivas alturas máximas.

Figura 97.

Corrientes de aire



Fuente: Elaboración propia.

Requerimiento:

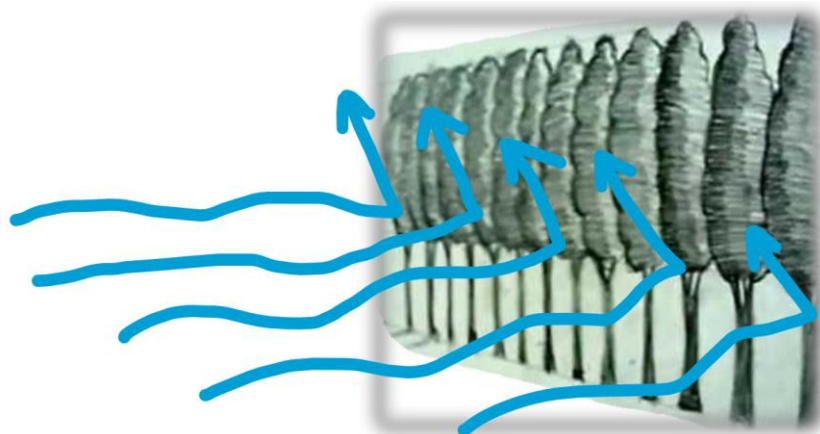
Generar cortavientos para mitigar los vientos fuertes y evitar la infiltración de polvo en el edificio del mercado de abastos.

Premisa:

El diseño general incorpora la integración de zonas verdes alrededor del perímetro, con árboles de altura media y setos bajos.

Figura 98.

Barreas naturales



Fuente: Elaboración propia.

6.3.3. Premisas funcionales

Diseñar este tipo de propuesta, requiere contar con espacios públicos y con recorridos agradables para cumplir con las demandas de la población en general, mediante la creación e integración de áreas y espacios públicos para la socialización del distrito de San Miguel.

Figura 99.

Integración de espacios



Fuente: Elaboración propia.

Requerimiento:

El objetivo de proporcionar sombra al aparcamiento es mitigar la radiación solar emitida por el pavimento y servir de barrera natural frente a ello.

Premisa:

Integrar jardines en los caminos de entrada plantando con especies arboles autóctonas de altura media.

6.3.4. Premisas formales

El proyecto estará diseñado respetando las vías, las viviendas existentes, y son estas las que generan un partido arquitectónico que se integra al entorno y al contexto propio del lugar.

Requerimiento:

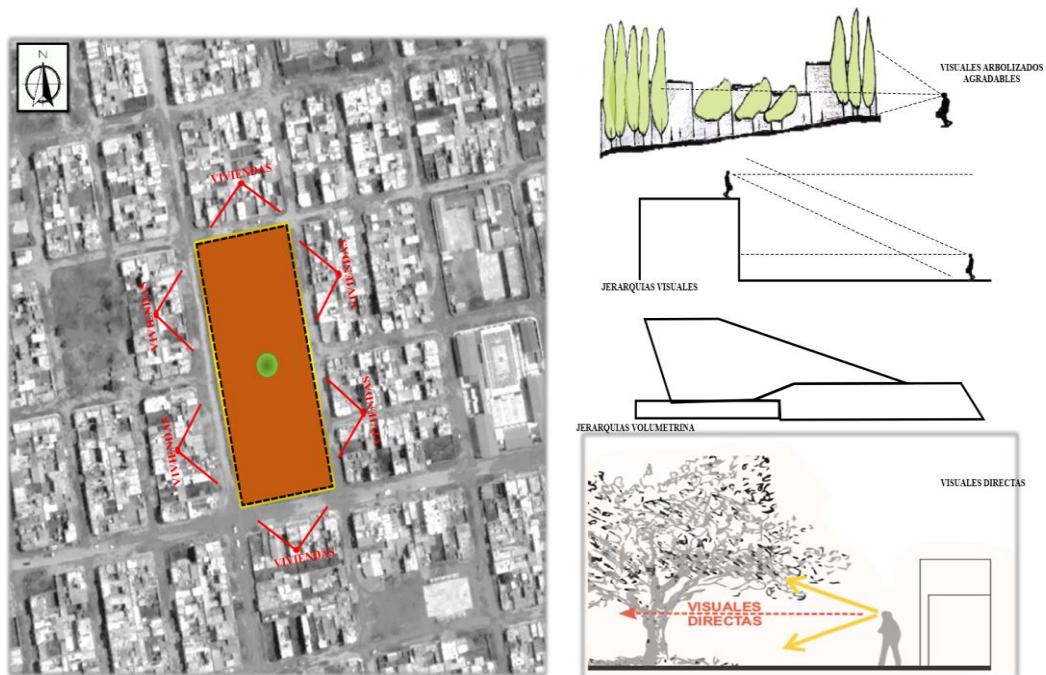
Alrededor del terreno se observan con mayor influencia las viviendas y se trata de que la propuesta sea un punto agradable, esto por la percepción entre los espacios verdes con la fachada, como de los desniveles en los techos, donde se noten de forma clara el volumen con mayor jerarquía.

Premisa:

Se utilizarán colores de tonalidades en degrade verde en las fachadas, como de texturas dándole una perspectiva de unión en los bloques y resalten la forma arquitectónica. Así mismo, el techo será de forma inclinada con la finalidad de proporcionar iluminación a los distintos niveles.

Figura 100.

Integración con el entorno



Fuente: Elaboración propia.

6.4. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

6.4.1. Programación cualitativa

Figura 101.

Programación cualitativa

| TIPOS | ZONA HUMEDA | ZONA SEMI - HUMEDA | ZONA SECA | CAMARAS FRIAS | DEPOSITOS | ADMINISTRACION | OTROS SERVICIOS |
|-------|---------------------|----------------------|-------------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------------------------|
| | CARNES | FRUTAS Y VERDURAS | PLASTICOS | CARNES Y EMBUTIDOS | BEBIDAS | RECEPCION | BANCOS |
| | PESCADOS Y MARISCOS | PANADERIA | ABARROTOS | PESCADOS Y MARISCOS | PERECIBLES | ATENCION AL CLIENTE | GUARDERIA |
| | EMBUTIDOS | HERBOLARIA | CRISTALES | AVES | NO PERECIBLES | SALA DE REUNIONES | PATIOS DE COMIDA |
| | AVES | HUEVOS | FERRETERIA | LACTEOS | | SALA DE CONTROL | FARMACIA / TOPICO |
| | LACTEOS | ALIMENTO DE ANIMALES | GRANOS Y SEMILLAS | | | OFICINAS | PELUQUERIA |
| | FLORES | DULCES | ROPA | | | | JOYERIA |
| | | PRODUCTOS NATURISTAS | ZAPATERIA | | | | RELOJERIA |
| | | | MERCERIA | | | | REVISTAS - PERIODICO - LIBRERIA |

Fuente: Elaboración propia.

6.4.2. Programación cuantitativa

Tabla 02.

Zona comercial

| PROGRAMA ARQUITECTONICO | | | | | | | |
|-------------------------|------------------|-------|-----------------------|--------------|-------|-------------------|--|
| | ZONAS | NIVEL | DESCRIPCION DE PUESTO | # DE PUESTOS | AREA | AREA PARCIAL (M2) | |
| MERCADO DE ARASTOS | ZONA HUMEDA | 1 | CARNES ROJAS | 80 | 10.00 | 800.00 | |
| | | | POLLOS | | | | |
| | | | PESCADOS | | | | |
| | | | | EMBUTIDOS | | | |
| | ZONA SEMI HUMEDA | 1 | FRUTAS | 74 | 11.00 | 814.00 | |
| | | | VERDURAS | | | | |
| TUBERCULOS | | | | | | | |

| | | FLORES | | | |
|---------------------|---|----------------------------|-----|--------|---------|
| ZONA SECA | 1 | ABARROTES | 119 | 13.54 | 1611.26 |
| | | SEMILLAS | | | |
| | | ESPECERIAS | | | |
| | | MERCERIAS | | | |
| | | PLASTICOS | | | |
| | | BISUTERIAS | | | |
| | | GOLOSINAS | | | |
| | | GALERIAS | | | |
| SERVICIOS HIGENICOS | 1 | SS. HH. VARONES | 2 | 35.00 | 70.00 |
| | | SS. HH. MUJERES | 2 | 34.00 | 68.00 |
| | 2 | SS. HH. VARONES | 1 | 24.00 | 24.00 |
| | | SS. HH. MUJERES | 1 | 22.00 | 22.00 |
| TIENDAS ANCLA | 1 | CAJAS MUNICIPALES | 2 | 214.00 | 420.00 |
| | 1 | TIENDAS DE TELEFONIA MOVIL | 3 | 220.34 | 661.02 |
| | 1 | FARMACIAS | 2 | 113.72 | 341.16 |
| | 1 | OPTICAS | 2 | 124.50 | 249.00 |
| | 1 | GALERIA DE ROPA | 1 | 120.64 | 120.64 |
| | 1 | TIENDA POR DEPARTAMENTO | 1 | 92.74 | 92.74 |
| | | | | TOTAL | 6381.82 |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 03.

Zona administración – servicios complementarios

| ZONAS | NIVEL | DESCRIPCION DE PUESTO | # DE PUESTOS | AREA | AREA PARCIAL (M2) |
|-----------------|-------|--------------------------|--------------|---------|-------------------|
| AREA DE COMIDAS | 2 | COCINA | - | 1911.00 | 1911.00 |
| | | JUGUERIAS | | | |
| | | AREA DE MESAS | | | |
| GUARDERIA | 2 | ATENCION | 1 | 155.54 | 155.54 |
| | | AREA DE JUEGOS | | | |
| | | COCINA | | | |
| | | AREA DE ALIMENTACION | | | |
| | | SS. HH. Y ASEO | | | |
| | | AREA DE LACTANCIA | | | |
| TOPICO | 2 | AREA DE DESCANSO | 1 | 43.40 | 43.40 |
| | | SALA DE ESPERA RECEPCION | | | |



| | | | | | |
|--|-------|--------------------------------|---|----------------|--------|
| | | CONSULTORIO | | | |
| | | CAMILLA DE CURACIONES | | | |
| | | SS. HH. | | | |
| | | BOTIQUIN | | | |
| SALON DE USOS MULTIPLES | 3 | SALA DE ESPERA | 1 | 310.73 | 310.73 |
| | | DEPOSITO | | | |
| | | RECEPCION | | | |
| | | ATENCION CIUDADANA | | | |
| | | AREA DE ARCHIVO | | | |
| | | OFICINA DE COMANDANTE | | | |
| | | AREA D EINTERROGACION | | | |
| COMISARIA (SEGURIDAD CIUDADANA) | 2 | JEFATURA | 1 | 215.24 | 215.24 |
| | | AREA DE INVESTIGACION | | | |
| | | ADMINISTRACION Y DOCUMENTACION | | | |
| | | CELDA DE MUJERES | | | |
| | | CELDA DE HOMBRES | | | |
| | | SS. HH. VARONES | | | |
| | | SS. HH. MUJERES | | | |
| | | CANCHA DE FUTBOL 6 | 1 | 651.45 | 651.45 |
| | | CANCHA DE BASQUET | 1 | 650.21 | 650.21 |
| | | CANCHA DE BOLLEY BALL | 2 | 610.65 | 610.65 |
| AREA RECREACIONAL | 3 | AREA DE JUEGOS INFANTILES | | | |
| | | AREA DE JUEGOS DE MESA | | 550.16 | 550.16 |
| | | MIRADORES Y TERRAZAS VERDES | - | - | - |
| | | RECEPCION | | | |
| | | SECRETARIA | | | |
| | | CAJA | | | |
| | | SALA DE REUNIONES | | | |
| | | AREA ADMINISTRATIVA | | | |
| ADMINISTRACION | 1 - 2 | GERENCIA | 1 | 157.45 | 157.45 |
| | | PRESIDENTE DE MERCADO | | | |
| | | CAMARAS DE SEGURIDAD | | | |
| | | GUARDIAN | | | |
| | | CONTROL DE CALIDAD | | | |
| | | TOTAL | | 5255.83 | |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04.
Zona de servicios generales

| ZONAS | NIVEL | DESCRIPCION DE PUESTO | # DE PUESTOS | AREA | AREA PARCIAL (M2) | |
|----------------------------|---------------------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------|-------------------|---------|
| SERVICIOS GENERALES | CARGA/DESCARGA/ALMACENES | 1 Y -1 | ESTACIONAMIENTOS | - | 5075.34 | 5075.34 |
| | | | CARGA Y DESCARGA | 1 | 70.20 | 70.20 |
| | | | ANDEN DE DESCARGA | 1 | 25.32 | 25.32 |
| | | | ANTECAMARA | 1 | 10.20 | 10.20 |
| | | | CAMARA FRIORIFICA 1 | 1 | 22.21 | 22.21 |
| | | | CAMARA FRIORIFICA 2 | 1 | 21.60 | 21.60 |
| | | | CAMARA FRIORIFICA 3 | 1 | 10.40 | 10.40 |
| | | | DEPOSITOS DE PRODUCTOS | - | 190.33 | 190.33 |
| | | | CUARTO DE BASURA | | | |
| | | | CUARTO DE LAVADO Y LIMPIEZA | 1 | 83.00 | 83.00 |
| | | | CUARTO DE MAQUINAS | 1 | 12.83 | 12.83 |
| | | | CISTERNA AF | 1 | 33.48 | 33.48 |
| | | | CISTERNA ACI | 1 | 17.29 | 17.29 |
| | | | CAMERINOS VARONES | | | |
| | | | CAMERINOS MUJERES | | | |
| | | | DUCHAS VARONES | 1 | 47.2 | 47.2 |
| | | | DUCHAS MUJERES | | | |
| | | | SS. HH. VARONES | | | |
| SS.HH. MUJERES | | | | | | |
| | | | | TOTAL | 5619.40 | |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 05.
Resumen total de áreas

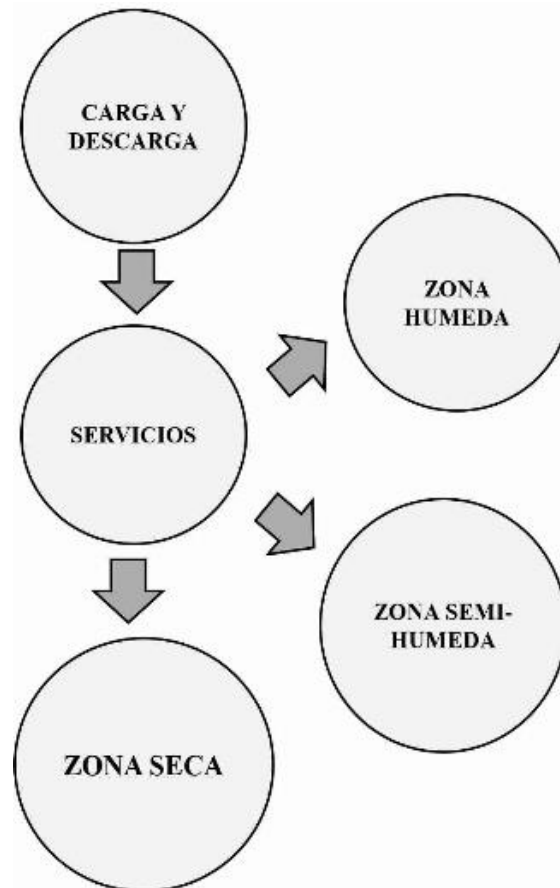
| | |
|------------------------------------|-----------------|
| SUBTOTAL (M2) | 17257.05 |
| MUROS Y CIRCULACIONES + 30% | 5177.12 |
| TOTAL | 22434.17 |

Fuente: Elaboración propia.

6.4.3. Diagrama de funcionamiento

Figura 102.

Diagrama de funcionamiento

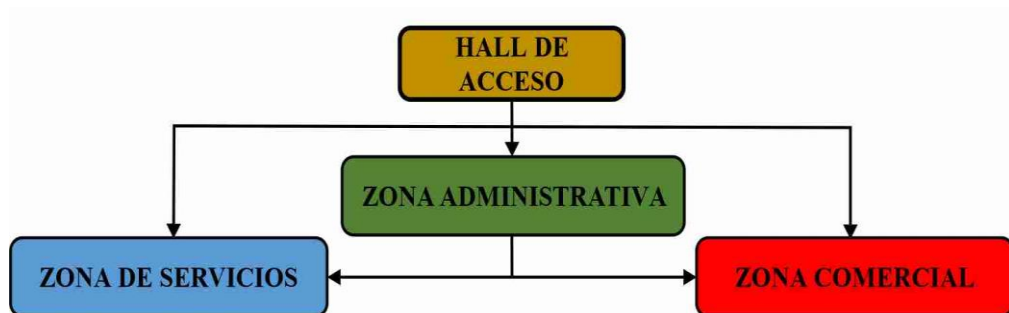


Fuente: Elaboración propia.

6.4.4. Diagrama de flujo general

Figura 103.

Diagrama general de flujo

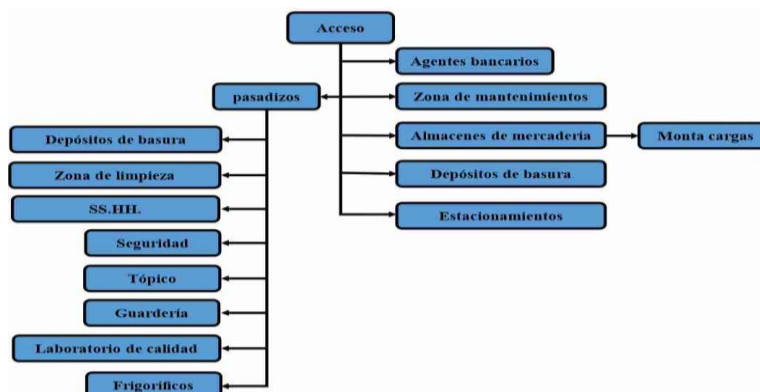


Fuente: Elaboración propia.

6.4.5. Diagrama de flujo zona de servicios

Figura 104.

Diagrama de flujo zona de servicio

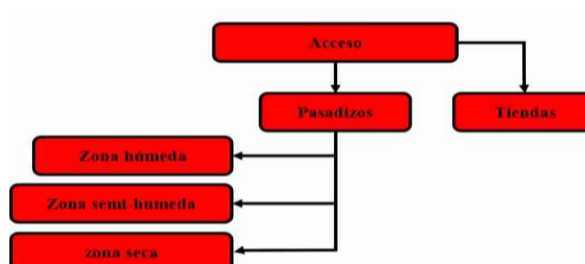


Fuente: Elaboración propia.

6.4.6. Diagrama de flujo zona comercial

Figura 105.

Diagrama zona de comercio

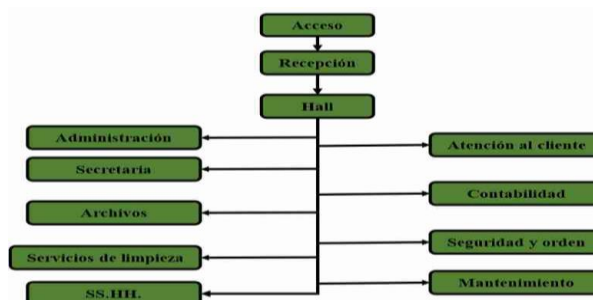


Fuente: Elaboración propia.

6.4.7. Diagrama de flujo zona de administrativa

Figura 106.

Diagrama zona administrativa

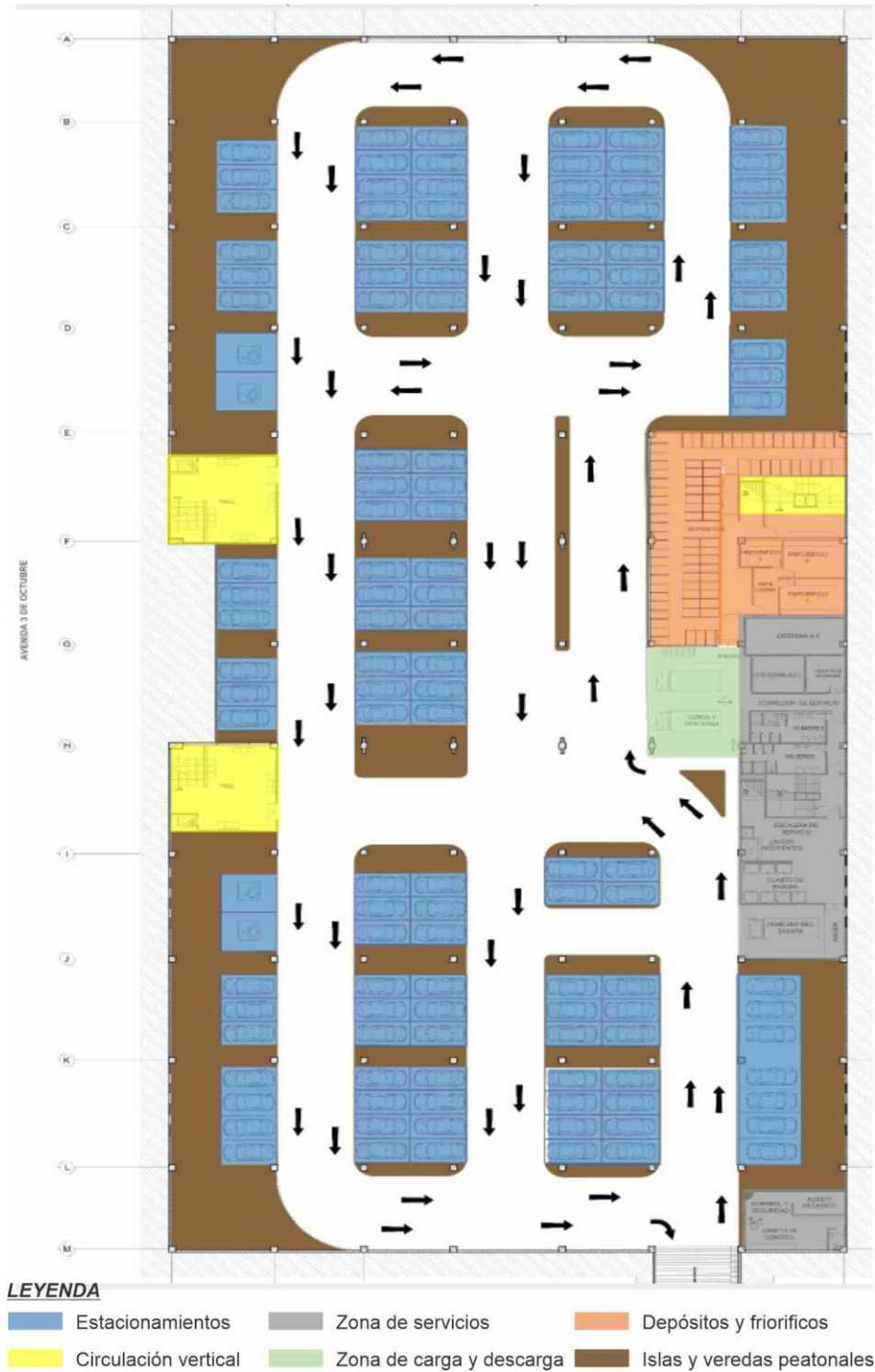


Fuente: Elaboración propia.

6.4.8. Zonificación del proyecto

Figura 107.

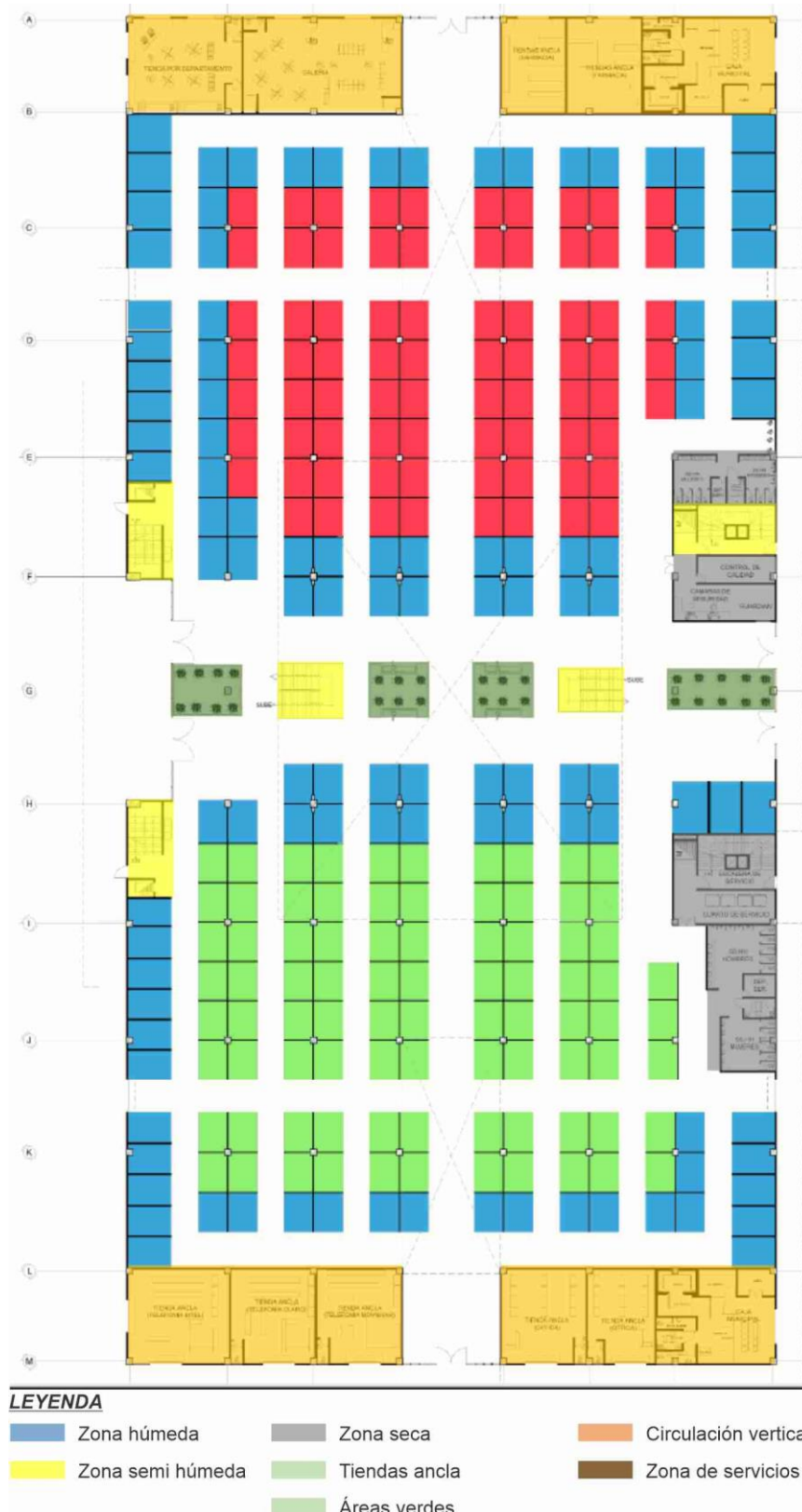
Zonificación planta baja – estacionamiento



Fuente: Elaboración propia.

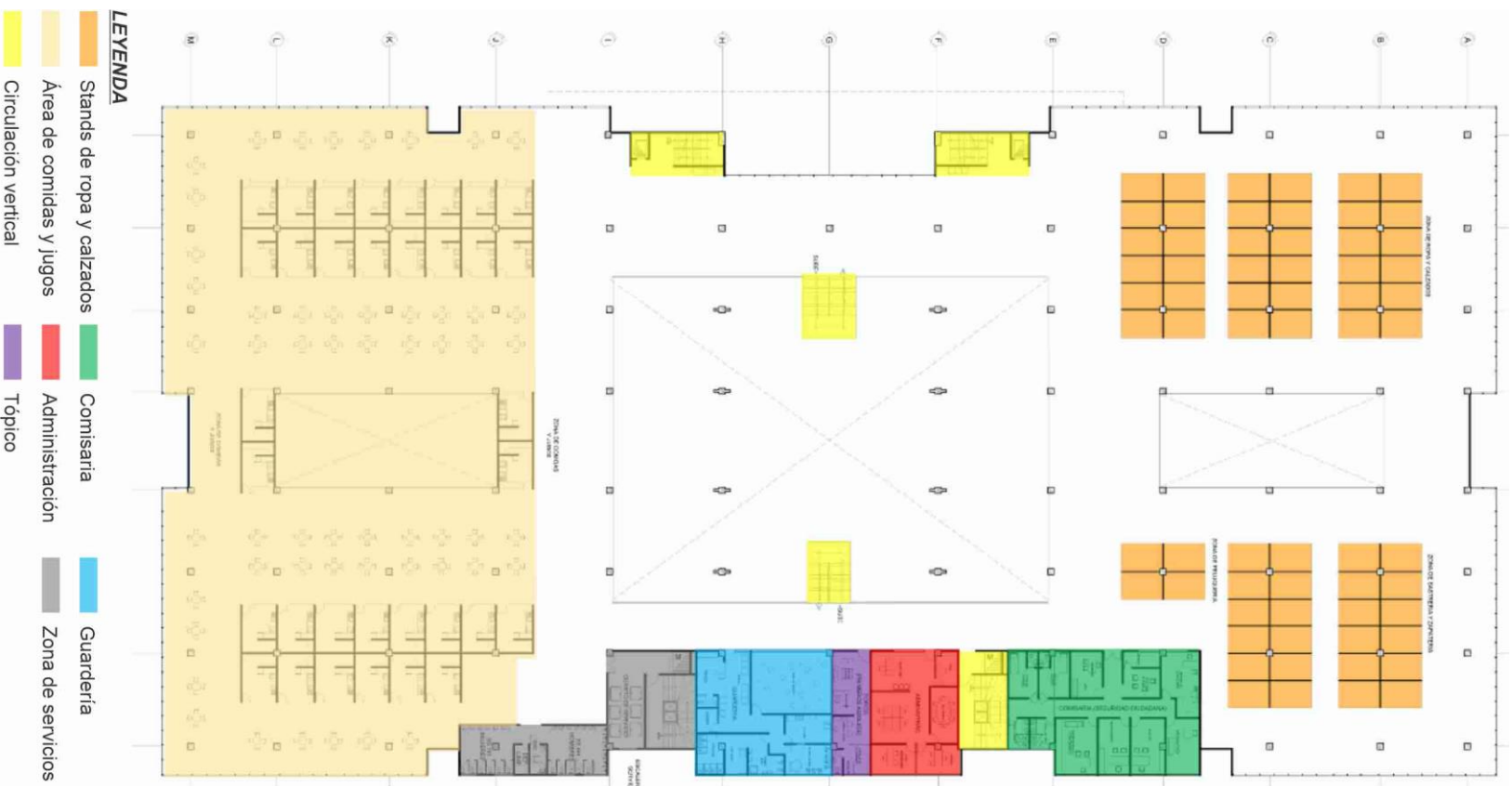
Figura 108.

Zonificación primer nivel



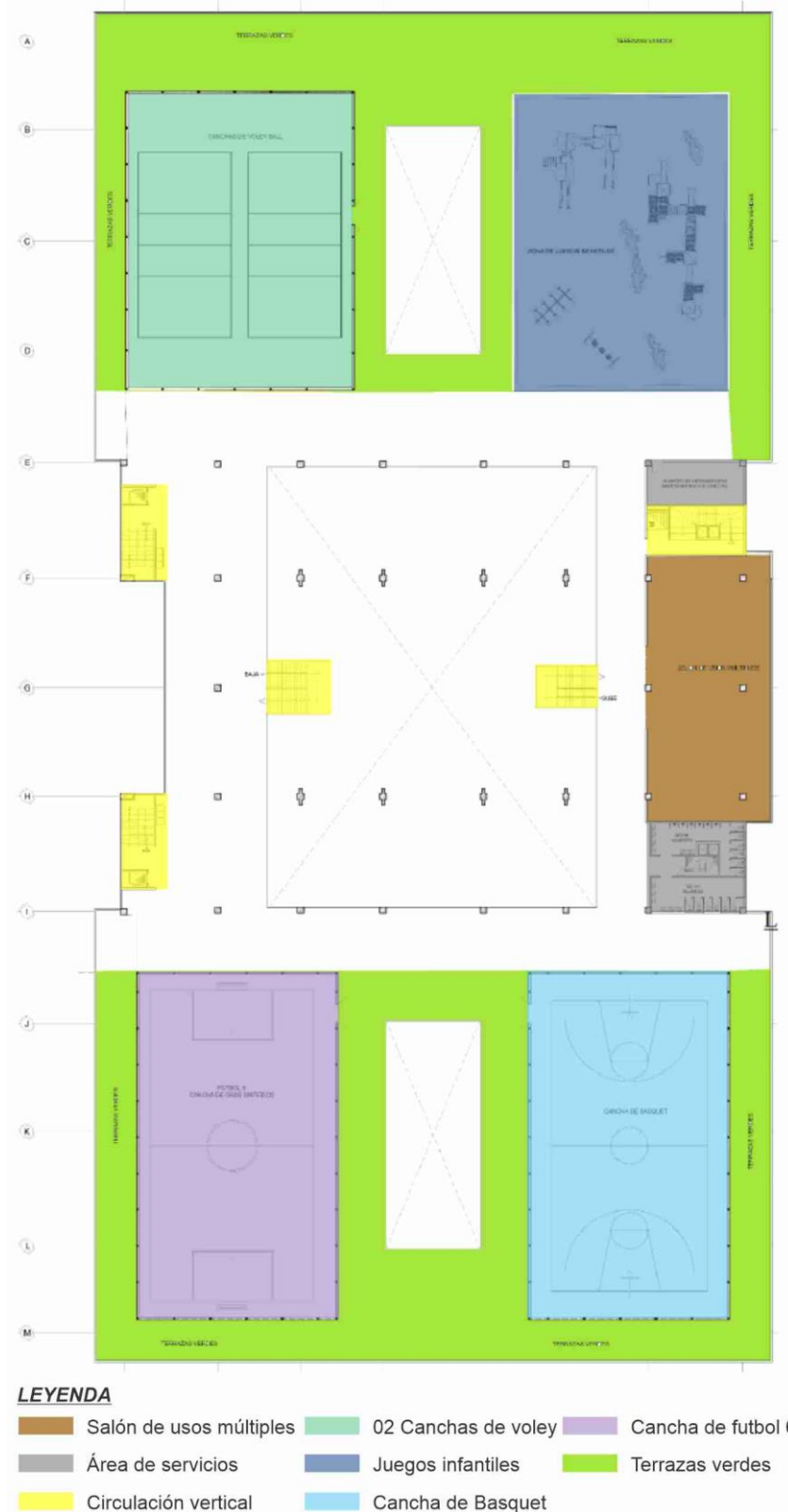
Fuente: Elaboración propia.

Figura 109.
Zonificación segundo nivel



Fuente: Elaboración propia.

Figura 110.
Zonificación tercer nivel

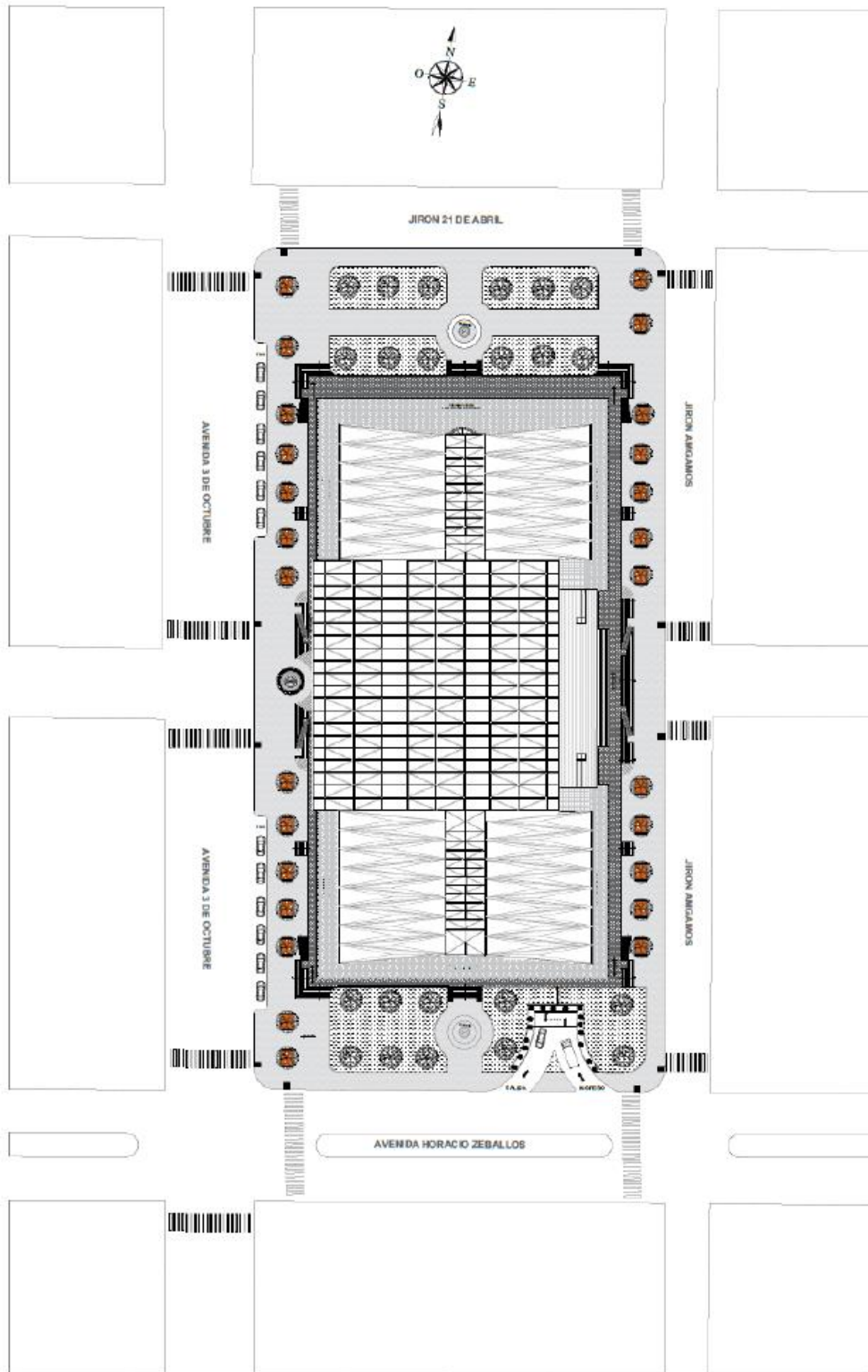


Fuente: Elaboración propia.

6.4.9. Planos del proyecto

Figura 111.

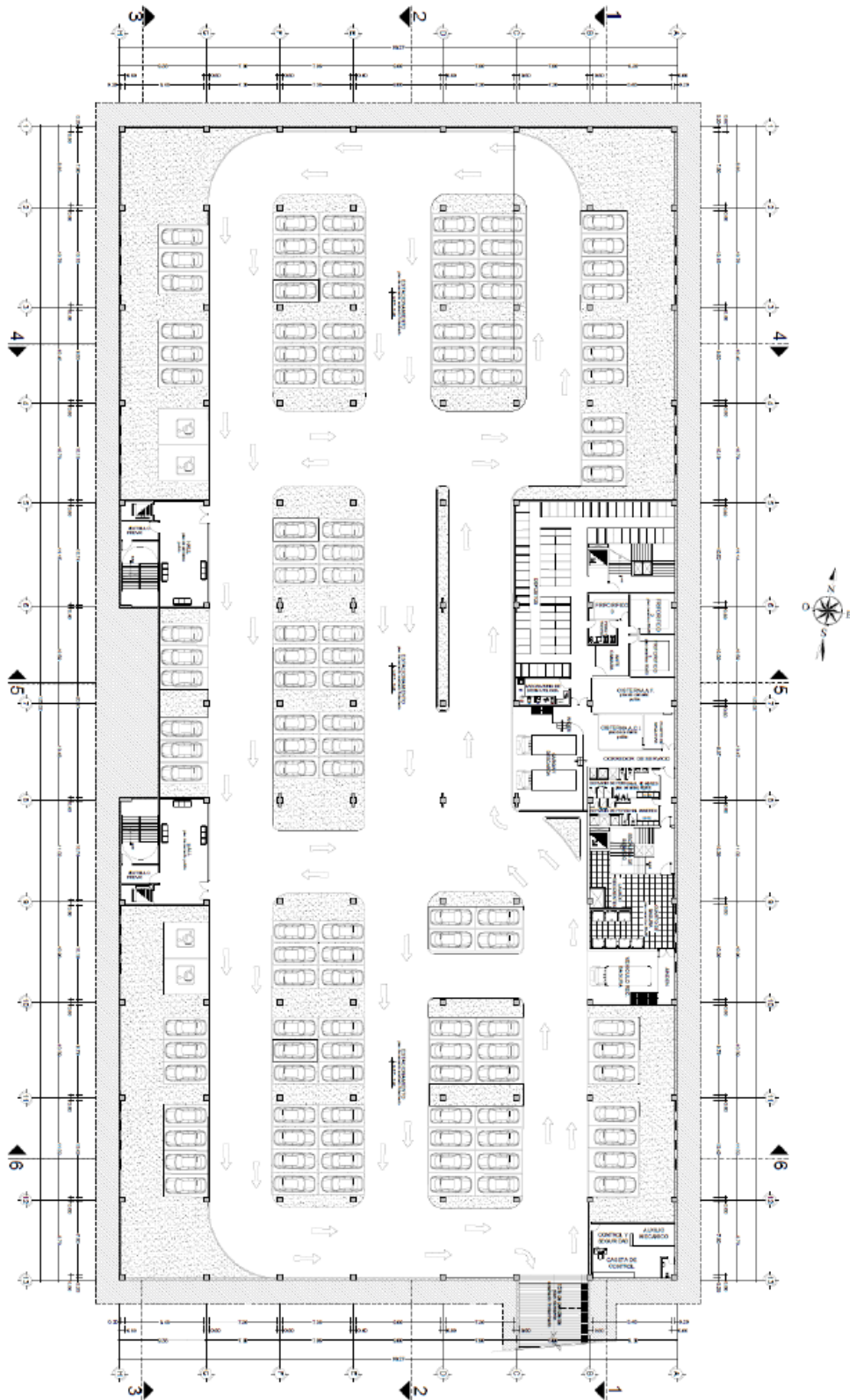
Planimetría general



Fuente: Elaboración propia.

Figura 112.

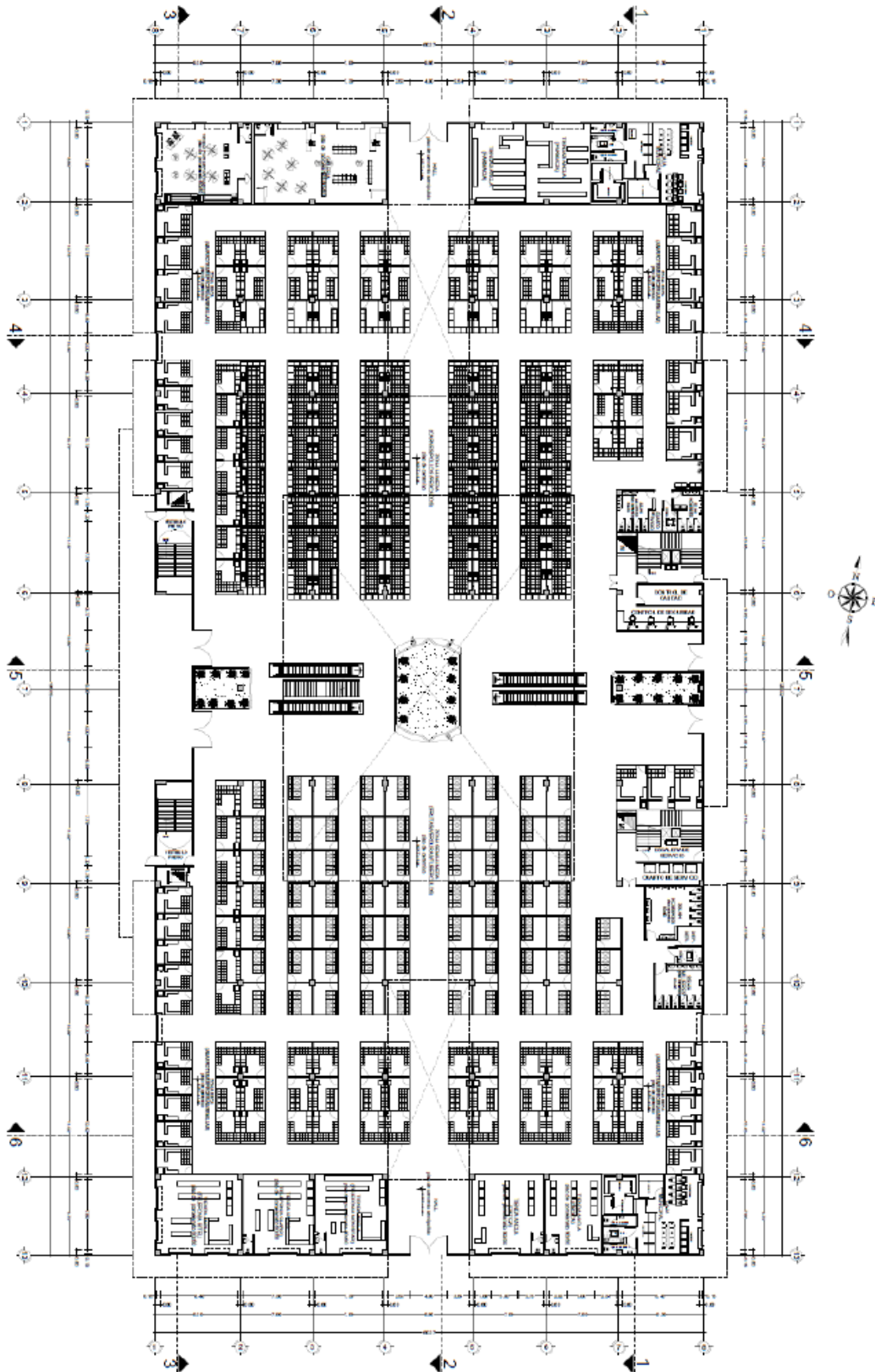
Plano de distribución estacionamiento



Fuente: Elaboración propia.

Figura 113.

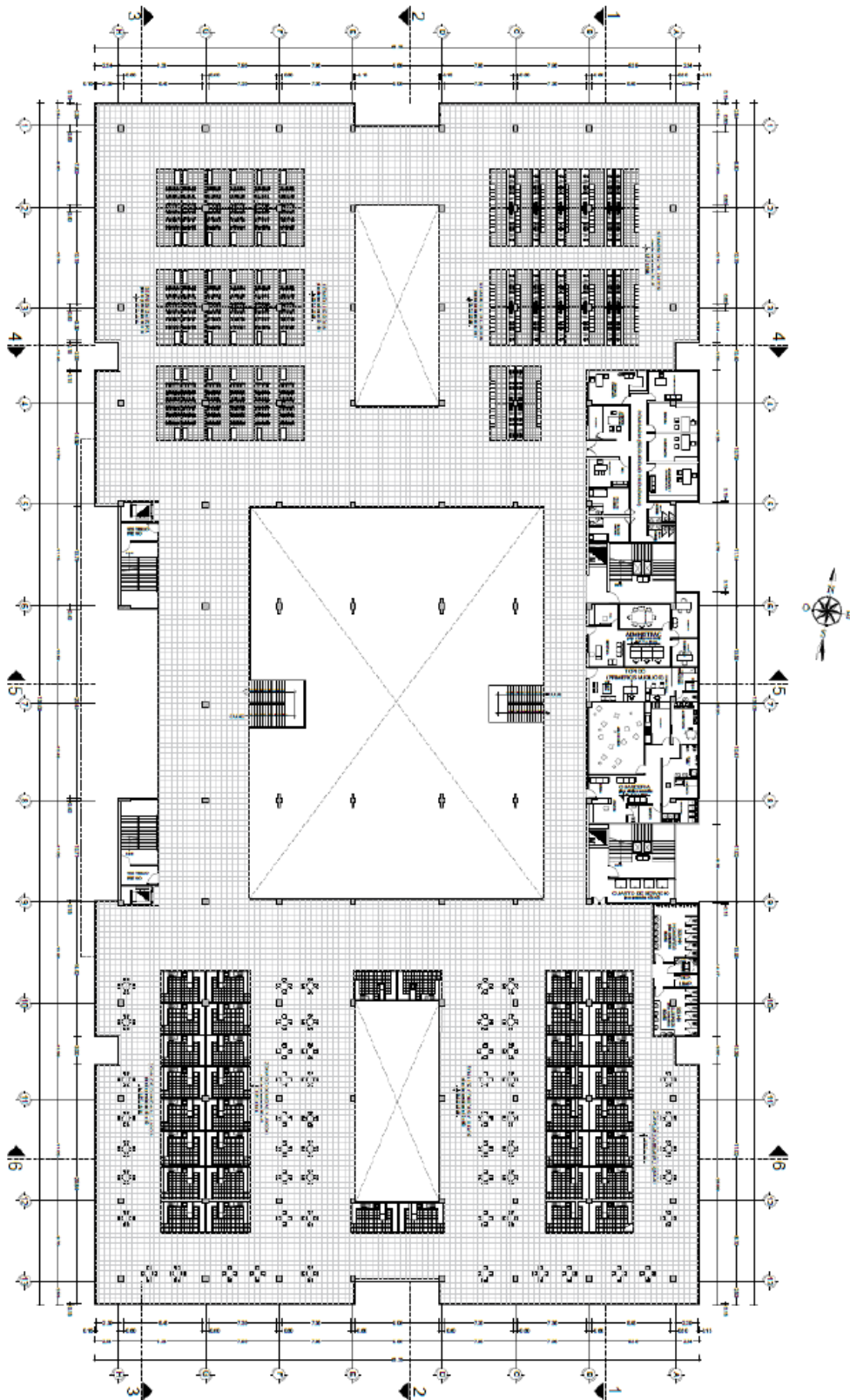
Plano de distribución primer nivel



Fuente: Elaboración propia.

Figura 114.

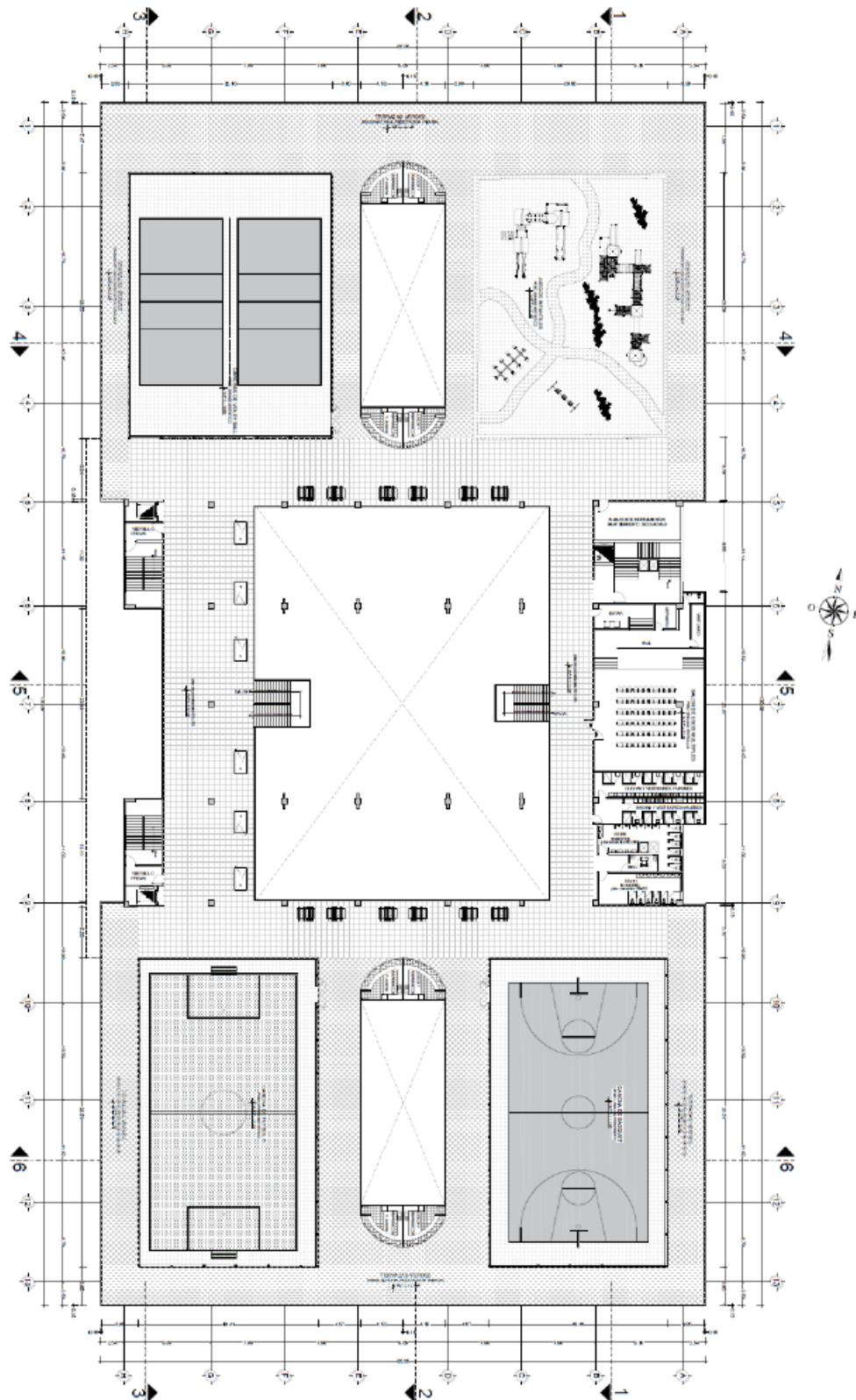
Plano de distribución segundo nivel



Fuente: Elaboración propia.

Figura 115.

Plano de distribución tercer nivel



Fuente: Elaboración propia.



CONCLUSIONES

Primero: En relación al objetivo general se llega a concluir que, la propuesta de mercado de abastos, se consideró los criterios formales y espaciales con una gran variedad de actividad comercial y recreativa, de esta forma se mejorará funcionalmente la imagen urbana mediante un comercio dinámico, así mismo ser un referente arquitectónico principal del distrito.

Segundo: En relación al primer objetivo específico se llega a concluir que, se analizó las condiciones del espacio urbano para la creación del equipamiento comercial, donde se logrará una descentralización de los mercados del distrito de Juliaca, que día a día generan caos y congestión.

Tercero: Se generó un diseño con una gran diversidad de espacios y áreas verdes para mejorar la imagen urbana, y de esta forma el equipamiento comercial sea un lugar agradable para la socialización de las personas de este distrito.

Cuarto: Así mismo, mediante el análisis se determinó un diseño formal del mercado de abastos que lograra integrarse al entorno urbano del lugar mediante el perfil urbano, en las vías existentes se implementó sistemas de arborizaciones para conectar el equipamiento con el entorno urbano.



RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda, aplicar los criterios de integración espacial, puesto que ello generará un dinamismo arquitectónico a este sector del distrito de San Miguel, así mismo considerar el contexto urbano que demarca a la tipología de equipamiento requerido.

Segundo: Así mismo, a los futuros proyectos similares, considerar la aplicación de sistemas pasivos, las mismas que colaboran en la conservación y ventilación de ambientes, no solo de mercados, sino en todos los ambientes donde se requiera.

Tercero: Se recomienda una mejor dinámica urbana por medio de diversos espacios que sean aplicados a mercados, puesto que ello genera una socialización de las personas.

Cuarto: Finalmente, a las autoridades municipales y comerciantes, concretar la propuesta, en vista de que el proyecto es de vital importancia por ser de necesidad pública, lo cual permitiría atraer más inversionistas al distrito.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Agi Architects. (2023). *Mercado de abastos de Villanueva de la Serena*. The Viz Company.
- Ahumada, L. (2016). *La identidad en los mercados de abastos como soporte urbano*. Santiago: Universidad de Chile.
- Aliaga, F. (2018). *Renovación arquitectónica del mercado municipal del distrito de Huánuco para mejorar las condiciones sanitarias de los productos que se comercializa, periodo 2017*. Huánuco: Universidad de Huánuco.
- Andreeva, S., & Hernández, A. (2016). ¿Mercados, museos o malls? La gentrificación de los mercados municipales en Barcelona y Madrid. *EntreDiversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6, 143-173. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4559/455946719006>
- Archdaily. (2013). *Nuevo Contexto Urbano, Espacios Públicos Flexibles: 10 principios básicos*. ArchDaily Perú. doi:www.archdaily.pe/pe/02-308620/nuevo-contexto-urbano-espacios-publicos-flexibles-10-principios-basicos
- Architerra. (2016). *Mercado público de Boston*. Boston: ArchDaily Perú. doi:www.archdaily.pe/pe/790398/mercado-publico-de-boston-architerra
- Arias, F. (2004). *"El proyecto de investigación"* (4ta ed.). Caracas, Venexuela: Episteme Venezuela.
- Baca, O. (2016). El emplazamiento como estrategia proyectual. *Revista Planta* 9, 1-12.
- Baque, J., & Vivar, T. (2022). *Diseño de políticas de calidad para un mercado saludable y sostenible: "Las manuelas" Duran - Ecuador 2021*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Barrueta, D. (2021). *Propuesta arquitectónica del mercado municipal con espacios de integración en el distrito de Pillco Marca, periodo 2020*. Huánuco: Universidad de Huánuco.



- Bernal, C. (2010). *"Metodología de la investigación"*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bisalaya, J. (2018). *El significado de la forma en arquitectura*. Lima: Universidad Nacional de Ingeniería.
- Blanco, M., & Matus, I. (2014). *Apuntes de materiales de construcción*. CivilGeeks.
- Bracamonte, E. (2006). *Propuesta arquitectónica del mercado municipal de San Juan La Laguna, Sololá*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Briceño, A. (2002). La Percepción Visual de los Objetos del Espacio Urbano. Análisis del Sector El Llano del Área Central de la Ciudad de Mérida. *Fermentum*, 12(33), 84-101. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70511244006>
- Buitrago, H., Echeverri, A., & Ubago, A. (2023). *¿Biodiversidad Urbana?* Bogotá: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt.
- Carmona, A., Chong, M., & Pérez, M. (2012). *El análisis de sitio y su entorno en el desarrollo de proyectos arquitectónicos y urbanos*. México, D.F.: RUA.
- Carrasco Diaz, S. (2018). *"Metodología de la investigación científica"* (Segunda ed.). Lima-Perú: Editorial San Marcos.
- Carrasco, S. (2018). *"Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación"*. San Marcos E. I. R. L.
- Chauca, A., & Valdivia, A. (2021). La calidad del espacio público y las actividades urbanas. Un análisis de casos entre la Residencial La Muralla y UV3, Lima, Perú. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 14, 1-24. doi:10.11144/Javeriana.cvu14.cepa
- Ching, F. (1998). *Arquitectura. Forma, Espacio y Orden*. Naucalpan: G, Gilí, SA de CV.



- Crespi, M., & Domínguez, M. (2016). Los mercados de abastos y las ciudades turísticas. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 401-4016. Obtenido de https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-92359/Crespi%20Vallbona,%20Dom%C3%ADnguez%20P%C3%A9rez_2016_Los%20mercados%20de%20abastos%20y%20las%20ciudades%20turísticas
- Cucho, S. (2022). *Nuevo mercado de abastos cooperativo Integración y promoción comercial distrito de San Juan Bautista, Huamanga, Ayacucho, 2022*. Lima: Universidad Alas Peruanas.
- Del Real, P. (2013). El mobiliario urbano como objeto de uso público: Implicaciones para su diseño. *Trilogía. Ciencia - Tecnología - Sociedad*, 25(35), 29-49.
- Díaz, D. (2020). *Mercado de abastos con características funcionales y espaciales en base a las actividades multifuncionales, Jesús - 2020*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.
- Elguera, H. (2018). *Estrategias de formulación de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura*. Lima: 4to boletín del Centro de Investigación de la Creatividad UCAL.
- Enrique Duarte, J., & Parra Ruiz, E. (2014). *"Lo que debes saber sobre un trabajo de investigación"*. Maracay - Venezuela: Graficolor C.A.
- Eureka. (2016). *Parques recreativos y juegos infantiles, alternativas novedosas*. Apuntes Revista Digital de Arquitectura.
- Fanini, C., Rusenko, D., & Veltri, D. (2006). *Imagen urbana*. San Francisco: Weebly.
- Fernández, P. (2014). *Loughborough, un barrio de post-guerra en Londres*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Fernández, R. (2000). FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Roberto. (2000) Alternativas estratégicas para los Mercados Minoristas Tradicionales. *Distribución y*



- Consumo, 10(49), 45-66.
doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=228926>
- Gamarra, O. (2022). *Principios de la arquitectura sostenible aplicados para el diseño de un mercado de abastos minorista municipal, distrito de Barranca 2022*. Lima: Universidad César Vallejo.
- García, C., Carrasco, J., & Rojas, C. (2014). El contexto urbano y las interacciones sociales: dualidad del espacio de actividades de sectores de ingresos altos y bajos en Concepción, Chile. *EURE*, 40(121), 75-99.
doi:10.4067/S0250-71612014000300004
- García, F. (2004). *El cuestionario: Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*. México, D.F.: LIMUSA, S.A.
- García, S. (2014). Percepción social y estética del espacio público urbano en la sociedad contemporánea. *Arte, Individuo y Sociedad*, 26(2), 301-3016.
doi:10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n2.41696
- Gardinetti, M. (2023). *Un recinto para la vida urbana*. Arquitectura y Contextos.
- Ghoreishi, K. (2011). Ecomateriales y construcción sostenible. *Escuela de Organización Industrial*, 2-55.
- Gómez Bastar, S. (2013). *"Metodología de la investigación"* (1ra ed.). México: Editorial Pax México.
- Guardi, M., & Oyón, J. (2007). Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 12(744). Obtenido de <https://www.ub.edu/geocrit/b3w-744.htm>
- Guàrdia, M., & Oyón, J. (2010). *Hacer ciudad a través de los mercados Europa, siglo XIX y XX*. Barcelona: Museu D'Història de Barcelona.
- Guerrero, E., Lazarte, M., & Mendez, C. (2017). *Guía de planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú*. Lima: FAO.



- Henao, L. (2015). La permeabilidad de las formas arquitectónicas. Los mercados municipales de Ciutat Vella y del Eixample de Barcelona. *Universidad Politécnica de Cataluña*, 1-9.
- Hernández Sampieri, R. (2019). *Metodología de la investigación* (Primera ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). "Metodología de la investigación" (6ta ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Iglesias, M. (2016). Materiales del espacio público urbano. ¿Mantenimiento y diseño? *Polis Research Centre*, 48, 7-20. Obtenido de <https://raco.cat/index.php/Waterfront/article/view/313965/404080>
- Iglesis Prat Arquitectos. (2011). *Mercado Tirso de Molina*. Santiago: ArchDaily Perú. doi:www.archdaily.pe/pe/02-104707/mercado-tirso-de-molina-iglesis-prat-arquitectos
- Inarquia. (2022). *¿Construcción Sostenible? Ventajas y Características*. Ecohabitar.org.
- INEI. (2017). *Censo Nacional de Maercados de Abastos*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Crecimiento y distribución de la población total, 2017*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Jensen, K., & Birche, M. (2021). La percepción comunitaria del espacio urbano. La Plata, Argentina. *Bitácora urbano-territorial*, 31(3), 27-40. doi:[10.15446/bitacora.v31n3.87796](https://doi.org/10.15446/bitacora.v31n3.87796)
- Jodelet, D. (2010). La memoria de los lugares urbanos. *Alteridades*, 20(39), 81-89. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/alte/v20n39/v20n39a7>
- KOKO architects. (2017). *Mercado Estación Báltica*. Tallinn: ArchDaily Perú. doi:<https://www.archdaily.pe/pe/881936/mercado-estacion-baltica-koko-architects>



- Lizondo, L. (2011). *La función en arquitectura*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- López, L., Sepúlveda, W., & Gómez, J. (2018). Percepción del paisaje desde la mirada del turista de algunos espacios de transformación urbana de Medellín, Colombia. *Territorios*, 39, 175-201. doi:10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.5629
- López, R. (2006). *Espacio público e implantación comercial en la ciudad de Madrid: Calles vs grandes superficies*. Madrid: Red de Cuadernos de Investigación Urbanística.
- López, R. (2019). *Principios de la innovación urbana*. Paisaje transversal.
- Lozada, L., & Calderón, G. (2021). La conceptualización del espacio: Desarrollo y sistemas de referencia. *Dialogos sobre educación*, 13(23), 1-21. doi:10.32870/dse.v0i23.700
- Lynch, K. (1984). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili SL.
- Maderuelo, J. (2010). El paisaje urbano. *Estudios Geográficos*, 71(269), 575-600. doi:10.3989/estgeorg.201019
- Maldonado, J., & Romo, M. (2022). Justicia social: accesibilidad a espacios públicos en contextos de marginación urbana en Ciudad Juárez, Chihuahua, México. *Perspectiva geográfica*, 27(1), 11-31. doi:10.19053/01233769.11922
- Melendez, R. (2022). *Propuesta de un mercado de abastos basado en criterios de diseño de configuración espacial en Yurimaguas 2021*. Lima: Universidad Privada del Norte.
- Mendiola, I., Hernández, S., & Vázquez, A. (2014). La pérdida: Elemento histórico y de calidad estética para un diseño arquitectónico sustentable. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, 9(15), 153-163. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477947303011>
- Monsalve, P. (2013). La calidad ambiental de los espacios arquitectónicos para el hombre. *Revista Electrónica Científica Perspectiva*, 2(3), 138-170.



Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/perspectiva/article/download/17735/17717/>

Noguera, W. (2015). *Propuesta arquitectónica para la reconstrucción del mercado municipal de Mixco*. Guatemala: Universidad del Istmo.

Ocampo, D. (2008). Los espacios urbanos recreativos como herramienta de productividad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 63, 107-125. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611455008>

Ott, C. (19 de Marzo de 2020). *ArchDaily*. Obtenido de Parada de bus lúdica / Arquirurbano Taller: <https://www.archdaily.co/co/935369/parada-de-bus-ludica-arquiurbano-taller>

Paz, A. (2023). *Lineamientos urbano arquitectónicos para mejorar la dinámica urbana del sector Barsallo - Mercado Moshoqueque de José Leonardo Ortiz*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

PDU-JULIACA. (2004). *Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Juliaca 2004-2015*. Juliaca: Ministerio de Vivienda Saneamiento y Construcción.

PDU-JULIACA. (2017). *Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Juliaca 2016-2025*. Juliaca: Ministerio de Vivienda Saneamiento y Construcción.

Pérez, E. (2004). Percepción del espacio público. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 1(8), 27-31.

Pumarega, M., & Cano, M. (1984). *Atlas de arquitectura. 1 Generalidades de Mesopotamia a Bizancio*. Madrid: Alianza Editorial S. A.

Ramos, P. (2020). *Evolución del mercado de abastos en Madrid*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

Robles, J. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-commerce y nuevas formas de convivencia. *Anthropologica*, 137-161.

Rodas, P. (2018). *Revitalización del mercado 27 de febrero (Cuenca - Ecuador)*. Cuenca: Universidad del Azuay.



- Romero, J. (2021). *Análisis espacial de la integración y dispersión urbana sobre los flujos vehiculares a Villavicencio por la vía antigua y la vía nueva a Bogotá (Colombia)*. Bogotá: Universidad de Caldas.
- Rueda, S. (2011). El urbanismo ecológico. *Revista digital - Territorio, Urbanismo, Sostenibilidad, Paisaje, Diseño urbano*, 1-22.
- Ruiz, N. (2014). *A propósito de la hibridación*. Madrid: ARKRIT.
- Santamarina, C. (2017). Algo más que un lugar: la localización como estrategia de proyecto en la arquitectura contemporánea. *Estoa*, 6(11), 123-135. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6216018>
- Sousa, E. (2018). *El espacio urbano. Un lugar de interacción social*. México D.F.: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Survey monkey. (19 de Abril de 2021). *Calcula el tamaño de muestra*. Obtenido de [Calcula el tamaño de la población: https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/](https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/)
- Tamadoni, C., & Romero, C. (2014). El lugar como categoría de análisis del espacio público. Complejidad, (in) materialidad, resignificación y planificación del espacio público. *Gestión y ambiente*, 17(1), 99-113. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1694/169432879007>
- Ticona, Y. (2023). *Creación de un mercado, con espacios públicos socio ecológicos, mediante la integración de actividades de servicio público-activo y comercial en la Provincia de Huancané - Puno - 2020*. Juliaca: Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.
- Toirac, J. (2008). El suelo cemento como material de construcción. *Ciencia y sociedad*, 33(4), 520-571. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87012672003>
- Túchez, J. (2018). *Central de abasto e intercambio comercial regional, Raxruhá, Alta Verapaz, Guatemala*. Alta Verapaz: Universidad de San Carlos de Guatemala.



Undurraga Devés Arquitectos . (2017). *Mercado Municipal Temuco*. Madrid: Arquitectura Viva.

Yambal, A. (2015). *Diseño de un proyecto arquitectónico de un nuevo mercado minorista del cantón "Eloy Alfaro" Durán, ubicado en la zona 8, provincia del Guayas en el periodo del 2014 - 2015*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Yataco, A. (2021). *Centro Mercantil de Abastos en Chincha Alta*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

| TITULO: "MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACION ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO – 2022" | | | | | | |
|---|---|--|--|---|---|---|
| PREGUNTAS | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | METODOLOGÍA |
| <p>Pregunta general: ¿De qué manera un mercado de abastos puede mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?</p> <p>Pregunta específica: 1. ¿De qué manera las condiciones del espacio urbano al mercado de abastos pueden mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?</p> <p>2. ¿De qué manera la diversidad de elementos paisajísticos al mercado de abastos puede mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?</p> <p>3. ¿Cómo el diseño formal del mercado de abastos puede integrarse al entorno de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022?</p> | <p>Objetivo general: Proponer un mercado de abastos con criterios de integración espacial para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.</p> <p>Objetivos específicos: 1. Analizar las condiciones del espacio urbano al mercado de abastos para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022. 2. Generar una diversidad de elementos paisajísticos al mercado de abastos para mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022. 3. Proponer el adecuado diseño formal del mercado de abastos que logre integrarse al entorno de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.</p> | <p>Hipótesis general: La propuesta de un mercado de abastos con criterios de integración espacial mejora con la configuración de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: 1. El análisis realizado a las condiciones del espacio urbano al mercado de abastos se opta por mejorar la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022. 2. Generando una diversidad de elementos paisajísticos al mercado de abastos se mejora con la perspectiva de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022. 3. El adecuado diseño formal del mercado de abastos logra integrarse al entorno dinámico de la imagen urbana del distrito de San Miguel, Puno – 2022.</p> | <p>Variable independiente: Mercado de abastos con criterios de integración espacial</p> <p>Variable dependiente: Imagen urbana</p> | <p>Forma</p> <p>Función</p> <p>Espacio</p> <p>Espacio urbano</p> <p>Percepción de la población</p> <p>Diversidad urbana</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Carácter arquitectónico. - Secuencia espacial. - Calidad arquitectónica. - Zonificación. - Función de los espacios. - Programa de áreas y necesidades. - Espacios recreativos. - Espacios sociales. - Espacios de integración con su exterior. - Espacio público. - Tipos de materiales. - Emplazamiento. - Ubicación geográfica. - Contexto urbano. - Accesibilidad. - Percepción social. - Percepción visual. - Espacios memorables. - El espacio como referencia. - Actividades urbanas. - Paisaje urbano. - Mobiliario urbano. | <p>Diseño de investigación No experimental</p> <p>Nivel de investigación Cualitativa</p> <p>Tipo de investigación Básica o aplicada</p> <p>Población Distrito de San Miguel</p> <p>Muestra Sub grupo de pobladores del distrito de San Miguel.</p> <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Diseño • Análisis de sitio • Análisis de casos similares <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía de encuesta • Guía de entrevista • Programas de diseño |



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 25/06/24

Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: EDUARDO SILLO MACHACA

Dirección: JIRON LOS KOLLIS # 131

Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 46777316

Teléfono: 931110287 email: eduardo.sillo2101@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Grado y/o Escuela de Posgrado: INGENIERIAS Y CIENCIAS PURAS

Área Profesional o Mención: ARQUITECTURA Y URBANISMO

Título o Grado Académico a optar: ARQUITECTO

Nombre del Tutor: DR. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON

¿La obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título de la obra: MERCADO DE ABASTOS CON CRITERIOS DE INTEGRACION

ESPACIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL

DISTRITO DE SAN MIGUEL, PUNO - 2022

Palabras clave, (3 a 5 términos): MERCADO DE ABASTOS, INTEGRACIÓN, IMAGEN URBANA

¿En qué obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2?}

1

Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros recursos.

Si la producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

- Bachiller
- Título
- 2da Especialidad
- Maestría
- Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Diseño Arquitectónico - P23


Firma de Autor



huella digital

25/06/2024

Fecha