

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**



**“PLAZA MERCADO COMO ESTRATEGIA DE REVITALIZACION DE
ESPACIO PUBLICO PARA LOGRAR LA INTEGRACION SOCIAL
APLICADA EN EL SECTOR 18 VIÑANI- 2023”**

TESIS

Presentada por:

Bach. Arq. Valeria Nicol Espinoza Copaja

Asesor:

Mtro. Aldo Raúl, Gambetta Montalvo

Para Optar el Título Profesional de Arquitecto

TACNA – PERÚ

2023

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, Valeria Nicol Espinoza Copaja, en calidad de Bachiller de la carrera de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI 73817759 declaro bajo juramento la autenticidad del tema de tesis de pregrado de mi persona, denominado:

“PLAZA MERCADO COMO ESTRATEGIA DE REVITALIZACION DE ESPACIO PUBLICO PARA LOGRAR LA INTEGRACION SOCIAL APLICADA EN EL SECTOR 18 VIÑANI- 2023”

Asesorado por: Mtro. Aldo Raúl, Gambetta Montalvo.

Es un tema original elaborado por mi persona y no existe plagio de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación nacional, extranjera o presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, a su vez declaró la autenticidad de los datos consignados y todos los documentos adjuntos para el trámite de título a nombre de la nación.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación bajo la normativa apa vigente, así mismo ratificó que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad, así como de las connotaciones éticas, legales involucradas y vigentes.

Tacna, noviembre 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valeria Nicol Espinoza Copaja'.

.....
Valeria Nicol Espinoza Copaja

DNI: 73817759

DEDICATORIA

Dedico el siguiente trabajo de investigación a mi madre, ya que gracias a su gran apoyo en cada paso que doy pude lograr mis objetivos acompañada de su constante confianza, amor, dedicación y valores sumamente importantes en mi vida, que me ayudaron a estar donde estoy hoy en día y por último dedico este trabajo de investigación a mi persona, gracias a tu esfuerzo y dedicación constante a lo largo de este camino y por no rendirte.

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

Alma mater, en especial a la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo por haberme dado las herramientas para poder desenvolverme de manera exitosa durante la carrera de Arquitectura y urbanismo.

A MI ASESOR,

Por su apoyo y consejos en todo el proceso del desarrollo de la tesis.

A MI FAMILIA,

Por su preocupación y motivación constante en toda la etapa de mi formación y mis sueños profesionales.

A MIS AMIGOS,

Por siempre estar cuando necesitaba de su gran apoyo, por su compañía y motivación en todo este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
ÍNDICE DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	10
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
1. CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	16
1.1. Descripción de la Situación Problemática	17
1.2. Formulación del Problema	23
1.2.1. Problema general.....	23
1.2.2. Problemas específicos.....	23
1.3. Objetivos de la Investigación	23
1.3.1. Objetivo general	23
1.3.2. Objetivos específicos	23
1.4. Justificación, Importancia y Viabilidad de la Investigación.....	24
1.4.1. Justificación Teórica.....	24
1.4.2. Justificación Metodológica	24
1.4.3. Justificación Práctica	24
2. CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	25
2.1. Antecedentes de la Investigación	25
2.1.1. <i>Tesis: Plaza mercado como mecanismo de revitalización del centro de Villavicencio – Bogotá</i>	25
2.1.2. Propuesta de revitalización en el espacio público e infraestructuras comerciales degradadas del Pueblo Joven José Balta de Chiclayo.	27
2.1.3. Mercado minorista con espacio público para fomentar la integración social en el distrito de Chancay, Lima.....	29
2.2. Antecedentes Históricos.....	30
2.2.1. La plaza mercado: transformadora del espacio público	30
2.3. Bases Teóricas.....	31
2.3.1. Sobre la revitalización del espacio público.....	31
2.3.1.1. <i>Esfera pública y el espacio público</i>	31
2.3.1.2. <i>Espacios colectivos y espacios públicos</i>	33
2.3.1.3. <i>El espacio de la representación</i>	34

A. Un espacio multifuncional	34
B. El espacio público es la ciudad	34
C. Hoy el espacio público vuelve a ser actualidad.....	35
D. Contra la dispersión, del siglo XIX hacia el XXI	35
E. Percepción negativa de la ciudad	36
F. El espacio público, un indicador de calidad.....	36
G. Nuevas tipologías del espacio público	37
H. Privatización del espacio público	37
2.3.1.4. <i>Ciudad y espacio público</i>	38
A. La ciudad es la gente en la calle.....	38
B. La ciudad como espacio público	39
2.3.1.5. <i>Revitalización del espacio público en ciudades pequeñas: ejemplos de Eslovaquia y Polonia.</i>	40
2.3.1.6. <i>La humanización de espacio urbano- la vida social entre los edificios</i>	41
2.3.1.7. <i>El espacio público: ciudad y ciudadanía.</i>	42
2.3.2. Sobre la integración social.....	42
2.3.2.1. <i>La integración social</i>	42
A. Sobre la integración social	42
B. Sobre la integración social desde lo cultural	44
C. Sobre la integración social desde su dimensión política	45
D. Sobre la integración social desde su dimensión económica	47
2.3.2.2. <i>El espacio y la integración social</i>	48
A. Control social y espacio: un aporte a la normatividad.....	48
B. Espacio e identidad	48
C. Configuración espacial y conformación de grupos	49
2.3.2.3. <i>La importancia de la participación social en el proceso de integración social de las diversidades culturales horizontes hacia la cohesión social en Europa y España.</i>	50
2.3.2.4. <i>Espacio residencial urbano e integración social: una propuesta metodológica de medición.</i>	51
2.3.2.5. <i>La ciudad como actor protagónico</i>	51
2.3.2.6. <i>La ciudad como componente de la estabilidad y la sostenibilidad</i>	53
2.3.3. Sobre el diseño del espacio público y comercial.....	54
2.3.3.1. <i>Las plazas de mercado como catalizadores urbanos</i>	54
2.3.3.2. <i>Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas.</i>	56
2.4. Conceptos de Categorías	57
2.4.1. Revitalización	57
2.4.2. Integración social	58
2.4.3. Mercado	59
2.4.4. Plaza.....	59

2.4.5.	Plaza Mercado	60
2.4.6.	Espacio público	60
2.4.7.	Expansión Urbana.....	60
2.4.8.	Cohesión Social	61
2.4.9.	<i>Calidad De Vida</i>	61
2.5.	Antecedentes Contextuales	62
2.5.1.	Antecedentes de Estudios Similares	62
2.5.1.1.	<i>Balti Jaama Turg – Tallin, Estonia</i>	62
2.5.1.2.	<i>Mercado de la Boquería – Barcelona, España</i>	67
2.5.1.3.	<i>Mercado Municipal de Rubí – Barcelona, España</i>	72
2.5.1.4.	<i>Mercado La Barceloneta - Barcelona, España</i>	77
2.5.1.5.	<i>Mercado de Santa Caterina - Barcelona, España</i>	82
2.5.2.	Análisis y Diagnóstico del Distrito Coronel Gregorio Albarracín.	87
2.5.2.1.	<i>Ubicación del ámbito de estudio.</i>	87
2.5.2.2.	<i>Aspecto socio demográfico</i>	88
A.	Población	88
B.	Evolución y crecimiento poblacional	88
2.5.2.3.	<i>Aspecto social</i>	89
A.	Distribución poblacional	89
B.	Densidad poblacional	90
2.5.2.4.	<i>Aspecto Económico</i>	90
A.	Población en edad para trabajar	90
B.	Población económicamente activa (PEA).....	90
C.	Actividades económicas	91
2.5.2.5.	<i>Aspecto geográfico ambiental</i>	93
A.	Ecosistema	93
B.	Zonas geotécnicas	94
C.	Peligros y riesgos.....	95
D.	Contaminación	96
2.5.2.6.	<i>Espacio físico espacial</i>	96
A.	Equipamiento comercial	96
B.	Situación actual del comercio	97
C.	Evolución urbana	100
D.	Estructura urbana.....	101
E.	Infraestructura urbana vial	102
F.	Avenidas principales	103
G.	Vía interurbana.....	105
H.	Usos de suelo	105
3.	CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	107

3.1.	Tipo de Investigación	107
3.2.	Diseño de Investigación	107
3.3.	Nivel de Investigación	107
3.4.	Escenario de la Investigación	107
3.4.1.	Ámbito social	107
3.4.2.	Ámbito espacial	108
3.4.3.	Ámbito temporal	108
3.5.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	108
3.6.	Población y Muestra	109
3.6.1.	Población	109
3.6.2.	Muestra	109
3.7.	Método de Análisis Cualitativo de Datos	109
3.7.1.	Toma de Muestra a Usuarios Permanentes y Temporales	110
3.8.	Esquema Metodológico	122
4.	CAPÍTULO IV: RESULTADOS	123
4.1.	Análisis del Usuario	123
4.1.1.	Tipos de Usuario	123
4.1.2.	Población a Servir	124
4.2.	Análisis del Lugar	125
4.2.1.	Aspecto Físico Espacial	125
4.2.1.1.	<i>Ubicación y localización</i>	125
4.2.1.2.	<i>Estructura urbana y uso de suelo</i>	126
A.	Equipamiento urbano	126
B.	Uso de suelo	128
4.2.1.3.	<i>Expediente urbano</i>	129
A.	Perfil urbano	129
B.	Altura de edificación	130
C.	Material predominante	131
4.2.2.	Aspecto Físico Natural	132
4.2.2.1.	<i>Topografía</i>	132
4.2.2.2.	<i>Clima</i>	133
4.2.2.3.	<i>Temperatura</i>	134
4.2.2.4.	<i>Vientos</i>	135
4.2.2.5.	<i>Precipitación pluvial</i>	136
4.2.2.6.	<i>Humedad</i>	136
4.2.2.7.	<i>Asoleamiento</i>	137
4.2.3.	Aspecto Urbano	137
4.2.3.1.	<i>Vialidad</i>	137
A.	Articulación y jerarquización vial	137

B.	Secciones viales.....	139
C.	Accesibilidad y transporte urbano.....	140
4.2.3.2.	<i>Infraestructura de servicios</i>	141
A.	Red de agua potable	142
B.	Red de desagüe y alcantarillado.....	142
C.	Red de energía eléctrica.....	143
D.	Servicio de limpieza pública	144
4.3.	Consideraciones para la propuesta	145
4.3.1.	Condicionantes	145
4.3.2.	Determinantes.....	145
4.3.3.	Premisas de Diseño	146
4.4.	Aspecto Normativo	147
4.4.1.	Normativa Nacional.....	147
4.4.1.1.	<i>Norma Técnica para el diseño de Mercados de Abastos Minoristas.</i> 147	
4.4.1.2.	<i>(Ley de Gestión Y Protección de Los Espacios Públicos - LEY - No 31199 - CONGRESO de LA REPUBLICA, 2021)</i>	147
4.4.2.	Norma A 0.70 Comercio	148
	A continuación, se analizará la Norma A 0.70 Comercio del (Reglamento Nacional de Edificaciones, 2021), resaltando los aspectos mas importantes para el desarrollo del proyecto.	148
4.5.	Programación Arquitectónica	155
4.6.	Concepto	158
4.7.	Diagramación de Relaciones y Zonificación Arquitectónica	159
4.7.1.	Matriz de Relación	159
4.7.2.	Zonificación	160
4.8.	Sistematización	161
4.8.1.	Sistema de Actividades.....	161
4.8.2.	Sistema de Articulaciones.....	162
4.8.3.	Sistema Espacial.....	162
4.9.	Anteproyecto Arquitectónico	163
4.9.1.	Plano de Ubicación	163
4.9.2.	Plano Topográfico	163
4.9.3.	Plano de Estado Actual.....	164
4.9.4.	Plano de Trazado.....	164
4.9.5.	Planimetría General	165
4.9.6.	Plano de Sótano.....	165
4.9.7.	Plano de Primer nivel.....	166
4.9.8.	Plano de Segundo Nivel	166
4.9.9.	Plano de Techos	167
4.9.10.	Cortes.....	167

4.9.11.	Elevaciones	168
4.9.12.	Vistas 3D	168
4.10.	Proyecto Arquitectónico	179
4.10.1.	Plano de Modulo comercio flexible	179
4.10.2.	Plano de Modulo de venta de abarrotes.....	179
4.10.3.	Plano de Modulo de zona de emprendimientos.....	180
4.10.4.	Plano de Modulo de venta de pasamanerías.....	181
4.10.5.	Plano de Modulo de restaurante.....	182
4.10.6.	Plano de Modulo de cine	183
4.10.7.	Plano de Detalles Arquitectónicos.....	184
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		187
BILBIOGRAFÍA		189

Figura 1. Crecimiento total del suelo urbano entre los años 2000 y 2015.	17
Figura 2. Crecimiento acumulado entre los años 2000 y 2018.	17
Figura 3. Nuevo suelo urbano formal e informal entre los años 2001 y 2018.	18
Figura 4. Crecimiento poblacional de la ciudad de Tacna.	19
Figura 5. Densidad poblacional de la ciudad de Tacna (hab/km2).....	20
Figura 6. Evolución urbana del distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa.	20
Figura 7. Vista de Mercado sectorial de Viñani y Av. Ecológica.....	22
Figura 8. Plano de propuesta de Plaza Mercado.....	26
Figura 9. Establecimiento de nuevas dinámicas a través de intenciones proyectuales.....	28
Figura 10. Estrategias proyectuales: continuidad, permeabilidad e interacción que guían la propuesta en los espacios públicos.....	29
Figura 11. Secciones del espacio público verde.....	29
Figura 12. Time Square, New York.	32
Figura 13. Central Park, New York.	33
Figura 14. Malecón 2000 y Puerto Madero.	52
Figura 15. Niveles de deterioro en los centros históricos de Latinoamérica.	54
Figura 16. Lineamientos de diseño para la Plaza Mercado.....	56
Figura 17. Mercado Balti Jaama Turg.....	62
Figura 18. Análisis físico espacial.....	63
Figura 19. Análisis funcional.....	64
Figura 20. Análisis de la circulación.....	65
Figura 21. Análisis formal.	66
Figura 22. Panel fotográfico.....	66
Figura 23. Mercado de la Boquería.	67
Figura 24. Imagen satelital del Mercado de la Boquería.	68
Figura 25. Análisis físico espacial.....	69
Figura 26. Análisis funcional.	69
Figura 27. Análisis de la circulación.	70
Figura 28. Análisis formal.	71
Figura 29. Panel fotográfico.....	71
Figura 30. Mercado Municipal de Rubí.....	72
Figura 31. Imagen satelital del Mercado Municipal de Rubí.	73
Figura 32. Análisis físico espacial.....	74
Figura 33. Análisis funcional.	75
Figura 34. Análisis de la circulación.	76
Figura 35. Análisis formal.	76
Figura 36. Panel fotográfico.....	77
Figura 37. Mercado La Barceloneta.	77
Figura 38. Imagen satelital del Mercado La Barceloneta.....	79
Figura 39. Análisis físico espacial.....	79
Figura 40. Análisis funcional.	79
Figura 41. Análisis de la circulación.	80
Figura 42. Análisis formal.	80
Figura 43. Panel fotográfico.....	81
Figura 44. Mercado de Santa Caterina.	82
Figura 45. Imagen satelital del Mercado de Santa Caterina.....	83
Figura 46. Análisis físico espacial.....	84
Figura 47. Análisis funcional.	84
Figura 48. Análisis de la circulación.	85
Figura 49. Análisis formal.	85
Figura 50. Panel fotográfico.....	86
Figura 51. Ubicación de la región Tacna.....	87
Figura 52. Población por años.....	88
Figura 53. Migración.	88

Figura 54. Evolución de la población al 2025.....	89
Figura 55. Distribución poblacional.	89
Figura 56. Porcentaje de población distribuida por sector urbano.	90
Figura 57. Densidad poblacional.	90
Figura 58. Población económicamente activa.....	91
Figura 59. Comparativa del PEA en la región Tacna.....	91
Figura 60. Evolución de las actividades económicas.....	92
Figura 61. Actividades comerciales.....	92
Figura 62. Actividades económicas.....	93
Figura 63. Ecosistema	93
Figura 64. Zonas geotecnicas.	94
Figura 65. Mapa de peligros y riesgos.	95
Figura 66. Tipos de riesgo.	96
Figura 67. Mapa de zonas contaminantes.	96
Figura 68. Equipamientos comerciales.	97
Figura 69. Mercado Héroes del Cenepa.	97
Figura 70. Mercado Santa Rosa.....	98
Figura 71. Mercado Señor de los Milagros.	98
Figura 72. Mercado Vista Alegre.	99
Figura 73. Mercado Sectorial.....	99
Figura 74. Mercado 15 de Enero.....	100
Figura 75. Reseña sobre la evolución urbana de Tacna.	101
Figura 76. Mapa de crecimiento urbano de Tacna.	101
Figura 77. Estructura urbana.	102
Figura 78. Mapa vial de la ciudad de Tacna.	103
Figura 79. Avenida Municipal.	103
Figura 80. Avenida Humboldt.....	104
Figura 81. Avenida Bohemia Tacneña.....	104
Figura 82. Avenida La Cultura.	105
Figura 83. Usos de suelo de la ciudad de Tacna.....	105
Figura 84. Parámetros Urbanísticos.....	106
Figura 85. Base Grafica Enero – 2023.....	108
Figura 86. Técnica de Encuesta Física.	110
Figura 87. Distrito de residencia.	110
Figura 88. Tipo de consumidor.	111
Figura 89. Usuario predominante.....	111
Figura 90. Concepto de plaza mercado.	112
Figura 91. Mejoras para el mercado actual.....	112
Figura 92. Requerimiento de nueva infraestructura.....	113
Figura 93. Nuevos espacios.	113
Figura 94. Área del puesto de venta.	114
Figura 95. Abastecimiento del puesto de venta.	114
Figura 96. Tipos de comercio.	115
Figura 97. Distrito de residencia.	115
Figura 98. Tipo de consumidor.	116
Figura 99. Usuario predominante.....	116
Figura 100. Concepto de plaza mercado	117
Figura 101. Frecuencia de visitas.....	117
Figura 102. Mejoras para el mercado actual.....	118
Figura 103. Requerimiento de nueva infraestructura.....	118
Figura 104. Nuevos espacios.	119
Figura 105. Importancia de las plazas.....	119
Figura 106. Tipo de productos.....	120
Figura 107. Deficiencias de un mercado.....	120
Figura 108. Distribución de un mercado.....	121

Figura 109. Esquema metodológico.....	122
Figura 110. Tipos de usuario.....	124
Figura 111. Tipos de zonificación comercial.....	125
Figura 112. Ubicación de la zona de intervención.....	125
Figura 113. Localización del mercado sectorial de Viñani.....	126
Figura 114. Equipamiento urbano.....	127
Figura 115. Mercado temporal.....	128
Figura 116. Uso de suelo comercial.....	128
Figura 117. Perfil urbano del área de influencia.....	129
Figura 118. Perfil urbano.....	129
Figura 119. Altura de edificación del área de influencia.....	130
Figura 120. Altura de edificación.....	130
Figura 121. Material predominante.....	131
Figura 122. Topografía.....	132
Figura 123. Perfil topográfico.....	133
Figura 124. Clima.....	134
Figura 125. Temperatura.....	134
Figura 126. Vientos.....	135
Figura 127. Precipitaciones.....	136
Figura 128. Humedad.....	136
Figura 129. Asoleamiento.....	137
Figura 130. Articulacion Vial de Tacna.....	138
Figura 131. Articulación y jerarquización vial.....	138
Figura 132. Secciones viales.....	139
Figura 133. Secciones viales.....	139
Figura 134. Transporte urbano.....	141
Figura 135. Accesibilidad.....	141
Figura 136. Agua potable.....	142
Figura 137. Desague.....	143
Figura 138. Red de energía eléctrica.....	143
Figura 139. Energía eléctrica.....	144
Figura 140. Limpieza publica.....	144
Figura 141. Concepto.....	158
Figura 142. Matriz de relación.....	160
Figura 143. Zonificacion de sótano.....	160
Figura 144. Zonificación de primer nivel.....	160
Figura 145. Zonificación de segundo nivel.....	161
Figura 146. Sistema de actividades.....	161
Figura 147. Sistema de articulaciones.....	162
Figura 148. Sistema espacial.....	162
Tabla 1. Numero de ocupantes.....	149
Tabla 2. Ancho mínimo de vanos.....	150
Tabla 3. Ancho mínimo de pasajes de circulación.....	150
Tabla 4. Áreas mínimas de puestos en mercado.....	151
Tabla 5. SS.HH. para empleados.....	152
Tabla 6. SS.HH. para los usuarios.....	152
Tabla 7. Calculo de estacionamientos.....	153
Tabla 8. Índice de estacionamientos.....	153
Tabla 9. Aras minimas para acopio de residuos.....	154
Tabla 10. Programación arquitectónica.....	155

RESUMEN

La presente tesis lleva por título “Plaza mercado como estrategia de revitalización de espacio público para lograr la integración social aplicada en el sector 18 Viñani - 2023” y busca proyectar mediante el diseño arquitectónico el concepto de plaza mercado como una propuesta de revitalización urbana que aporte desarrollo y crecimiento al sector y sirva como estrategia para ser aplicada en diversas zonas de la ciudad.

Esta investigación desarrolla las variables de plaza mercado como estrategia de revitalización del espacio público y la integración social las cuales convergen en la búsqueda de una solución arquitectónica que permita resolver la problemática. Así mismo, la presente investigación propone cuatro capítulos donde se abordarán los lineamientos generales y la problemática a resolver, seguido por un marco referencial con toda la información relevante acerca de los antecedentes existentes para el proyecto propuesto, continuando con la exposición de la metodología de investigación trabajada en esta investigación y culminando finalmente con los resultados y propuesta arquitectónica.

Finalmente es importante destacar que la presente investigación es una propuesta proyectual de la aplicación de un hecho arquitectónico que pueda traer mejoras urbanas al sector donde se emplaza, así como a la ciudad de Tacna y demás regiones.

Palabras clave: plaza mercado, revitalización urbana, espacio público, integración social.

ABSTRACT

This thesis is titled "Market square as a public space revitalization strategy to achieve social integration applied in sector 18 Viñani - 2023" and seeks to project, through architectural design, the concept of a market square as a proposal for urban revitalization that contributes development and growth of the sector and serves as a strategy to be applied in various areas of the city.

This research develops the market square variables as a strategy for the revitalization of public space and social integration which converge in the search for an architectural solution that allows solving the problem. Likewise, this research proposes four chapters where the general guidelines and the problem to be resolved will be addressed, followed by a reference framework with all the relevant information about the existing background for the proposed project, continuing with the presentation of the research methodology. worked on in this research and finally culminating with the results and architectural proposal.

Finally, it is important to highlight that this research is a project proposal for the application of an architectural fact that can bring urban improvements to the sector where it is located, as well as to the city of Tacna and other regions.

Keywords: market square, urban revitalization, public space, social integration.

INTRODUCCIÓN

La expansión urbana en el Perú es un acontecimiento que ha ido ganando gran importancia en los últimos años, las ciudades del Perú en los últimos 20 años han ido creciendo en un 50% de las cuales 43 ciudades del país aumentaron a 68.000 hectáreas de nuevo suelo urbano, encontrándose a Tacna en el tercer lugar de las ciudades con más expansión urbana con 3.800 hectáreas de nuevo suelo urbano. Fort, R., & Espinoza, A. (2020).

La presente investigación permitirá conocer la situación problemática en el distrito de Crnl. Gregorio Albarracín - Viñani, siendo el segundo distrito más poblado de la ciudad de Tacna según el Censo del año 2007, con una densidad poblacional de: 367,5 hab./km², cifra que está relacionada con el proceso de la expansión poblacional, donde se manifiesta una problemática de áreas urbanas desorganizadas, deterioro de la imagen urbana, frágil infraestructura comercial y deficiente espacio público generando pérdida de identidad y desinterés y desintegración social.

En base a dicha problemática la investigación considera la revitalización de los espacios públicos y la infraestructura comercial como una herramienta para proporcionar una nueva vitalidad al área de estudio, permitiendo que se desarrollen distintas actividades de esparcimiento y de vida en la comunidad que puedan favorecer a la integración social de las personas en el sector.

Con el pasar del tiempo no se puede pasar por alto la necesidad de revitalizar el espacio público y la infraestructura comercial, los cuales generan una relación cuyo fin es mejorar la integración social y la calidad de vida de las personas. Según el artículo de Medina, F. (2013). se discute la importancia de los mercados como lugares de interacción social y económica en el espacio público y cómo influye que la infraestructura comercial sea un ejemplo de espacios públicos, y cómo su transformación puede influir en la dinámica de la ciudad, la relación entre los ciudadanos y su entorno urbano.

Es así que el Proyecto de plaza mercado surge como propuesta para revitalizar los espacios públicos del sector 18 ya que en este sector se encuentra ubicado el mercado sectorial de Viñani, es así que con este proyecto se busca consolidar un equipamiento que influya en la transformación de las áreas urbanas y fomente la participación de la sociedad generando en las personas un sentido de pertenencia con el lugar.

1. CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Descripción de la Situación Problemática

A lo largo de los últimos años, la expansión urbana en las ciudades del Perú viene registrándose a un ritmo acelerado en comparación con el resto de países latinoamericanos. Perú alcanza un 48% de crecimiento en el uso de su suelo urbano, sólo por debajo de México, Bolivia y El Salvador, en comparación al resto de países de Latinoamérica en donde el más alto es Chile con un 32%.

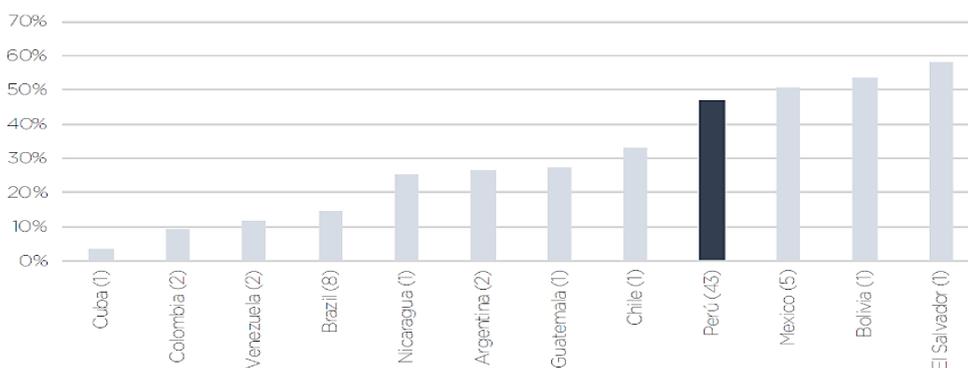


Figura 1. Crecimiento total del suelo urbano entre los años 2000 y 2015.
Fuente: Mapeo y tipología de la expansión urbana en el Perú, 2020.

En el Perú, cada año se regularizan nuevos asentamientos humanos formados a raíz de la expansión urbana informal arraigada en el tejido social. Fort y Espinoza (2020), afirman que en los últimos 20 años las ciudades del Perú han crecido un 50% entre los años 2001 y 2018, 43 ciudades del país aumentaron un total de 68,000 hectáreas de nuevo suelo urbano, de las cuales Lima es la más urbanizada con 25,000 hectáreas, seguida por Arequipa con 9.000 hectáreas y en tercer lugar Tacna con 3,800 hectáreas.

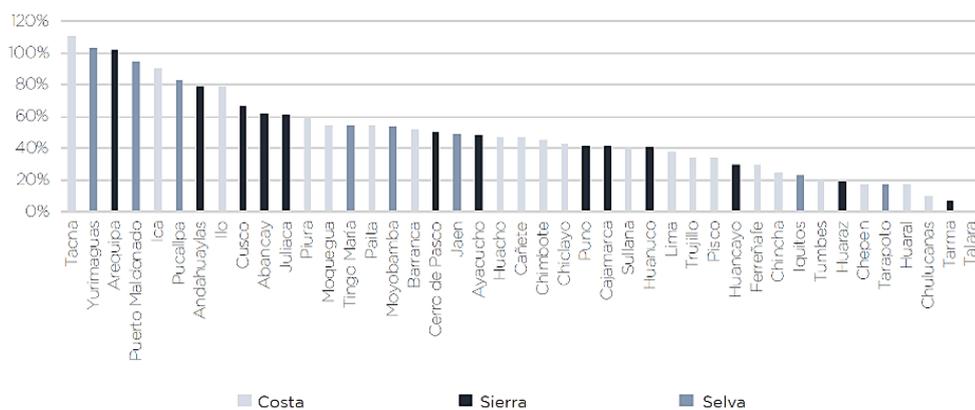
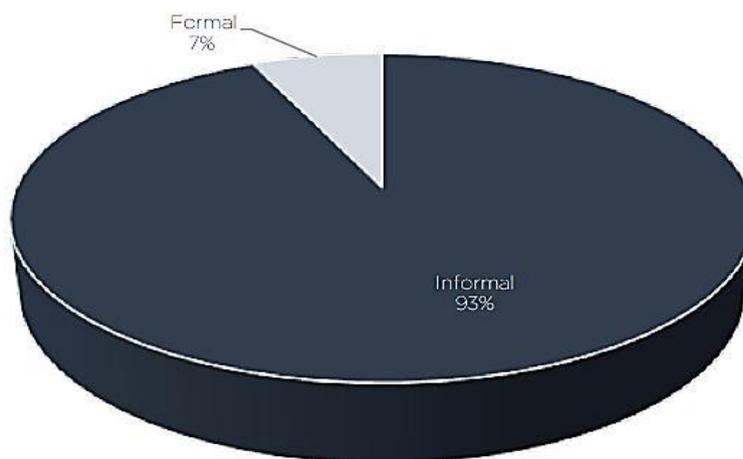


Figura 2. Crecimiento acumulado entre los años 2000 y 2018.
Fuente: Mapeo y tipología de la expansión urbana en el Perú, 2020.

A su vez, como ya se mencionaba, más del 90% de la expansión urbana en el Perú es del tipo informal y desde el 2001 se han creado nuevas áreas urbanas para albergar nuevos asentamientos, los cuales no cuentan con una planificación urbana adecuada. Actualmente los nuevos asentamientos se vienen regularizando, pero de igual forma el planeamiento urbano en nuestro país sigue siendo inexistente debido a que no hay proyectos a futuro para dar solución al crecimiento de la población.



*Figura 3. Nuevo suelo urbano formal e informal entre los años 2001 y 2018.
Fuente: Mapeo y tipología de la expansión urbana en el Perú. 2020*

En este sentido, siguiendo la realidad de la degradación del suelo urbano, se deterioran zonas a consecuencia del crecimiento explosivo y la falta de consolidación del espacio urbano. Bazant (2010), menciona que la periferia urbana es un fenómeno social y espacial que se repite constantemente en los contornos de cualquier ciudad, independientemente de su adaptación al desarrollo urbano o de la degradación ambiental que esta pueda ocasionar.

Para Pablo Vega Centeno en el libro *“Otro urbanismo para Lima: Mas allá del mejoramiento de barrios”*, y citando al antropólogo José Matos Mar (1977) las invasiones son el resultado de prácticas colectivas heredadas con valores culturales aprendidos y se hace necesario entender que los grupos humanos invadían por necesidad de una vivienda, dejando de lado cualquier intención de diseñar coherentemente el espacio invadido.

Frediani (2009), hace una comparación entre las periferias de las ciudades latinoamericanas frente a las norteamericanas. Resultando que, en América latina, a diferencia de los Estados Unidos, el concepto de expansión urbana ha generado investigaciones, debates y políticas con muchos resultados diferentes. En este sentido la expansión urbana en los Estados Unidos se ha producido con la expansión

de la clase media y alta, a través de la construcción de una serie de barrios residenciales destinados a este tipo de usuario, conectados por una red vial y privilegiados con el uso de automóviles personales.

Por otro lado, los paisajes urbanos de la mayoría de las ciudades latinoamericanas son diferentes entre sí, mostrando pobreza, informalidad, diferencias sociales y falta de infraestructura, equipamientos y servicios básicos. Gracias a dicha concentración de la población en las zonas centrales, esta genera simultáneamente zonas desfavorecidas.

Álvarez (2014), indica que este tipo de gestión de la población no hace más que aumentar el número de pobladores de la ciudad, sin poder dotar de los equipamientos necesarios como espacios públicos y elementos adicionales que cada vez necesitan más nuestras ciudades, saturando los equipamientos existentes que no fueron diseñados en su momento para las condiciones urbanas actuales.

Según Polanco y Nina (2017), actualmente, el Perú está experimentando un crecimiento poblacional acelerado, el cual produce un desarrollo no planificado, que no toma en cuenta problemáticas como la de los espacios públicos abandonados o el deterioro de la imagen urbana de los barrios periféricos de la ciudad o como los equipamientos comerciales no cuentan con una infraestructura adecuada afectando así la calidad de vida de los residentes.

Según el “*Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Tacna 2015 - 2025*”, para el año 2013 gran parte de la población se encontraba distribuida principalmente entre el distrito de Tacna con un 32,30% y el distrito de Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa con un 33,34%.

Por su parte el censo realizado en el 2007 identificó una población de 250,200 habitantes entre los distintos distritos del área urbana de la ciudad, siendo el distrito de Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa el segundo distrito con más población de la provincia.

DISTRITOS	POBLACIÓN POR AÑOS			
	1981	1993	2007	2013(2)
Tacna	97 173	117 168	94 428	93 818
Alto de la Alianza	(1)	26 872	35 439	36 906
Ciudad nueva	(1)	26 178	34 231	38 400
Pocollay	1 359	10 445	17 113	19 836
Crnl. Gregorio Albarracín L.	(1)	(1)	68 989	90 789
TOTAL	98 532	180 663	250 200	293 784

Figura 4. Crecimiento poblacional de la ciudad de Tacna.
Fuente: *Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Tacna 2015 – 2025*.

En este sentido, el distrito de Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa cuenta con una densidad poblacional de: 367.5 habitantes/km², cifra relacionada con el proceso de crecimiento de la población, la natalidad, el proceso de urbanización y la migración interna.

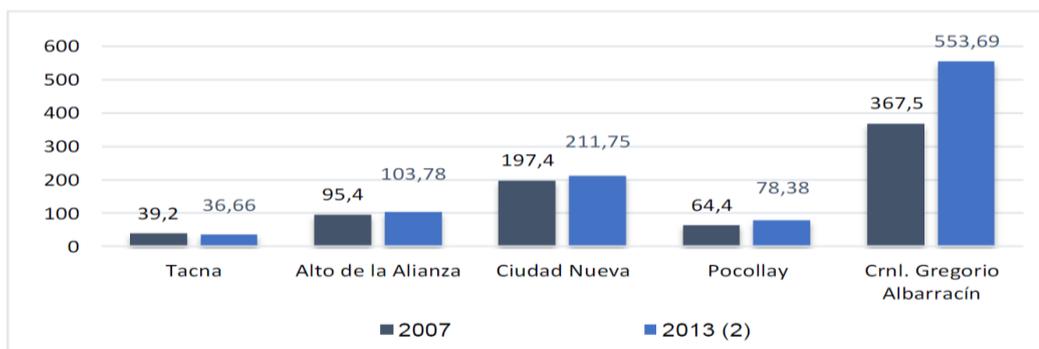


Figura 5. Densidad poblacional de la ciudad de Tacna (hab/km²)
Fuente: Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Tacna 2015 – 2025.

El distrito de Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa inició con la primera organización comunitaria vecinal denominada “Cooperativa 3 de diciembre”, seguida por la “Asociación de Viviendas 1° de Mayo” o generalmente llamada “Pérez Gamboa”, posteriormente surgieron otros programas de vivienda como ENACE, Juntas Vecinales y Asociaciones de Vivienda sin contar aun con las 80 Asociaciones de Vivienda del programa Municipal “Pampas de Viñani”.

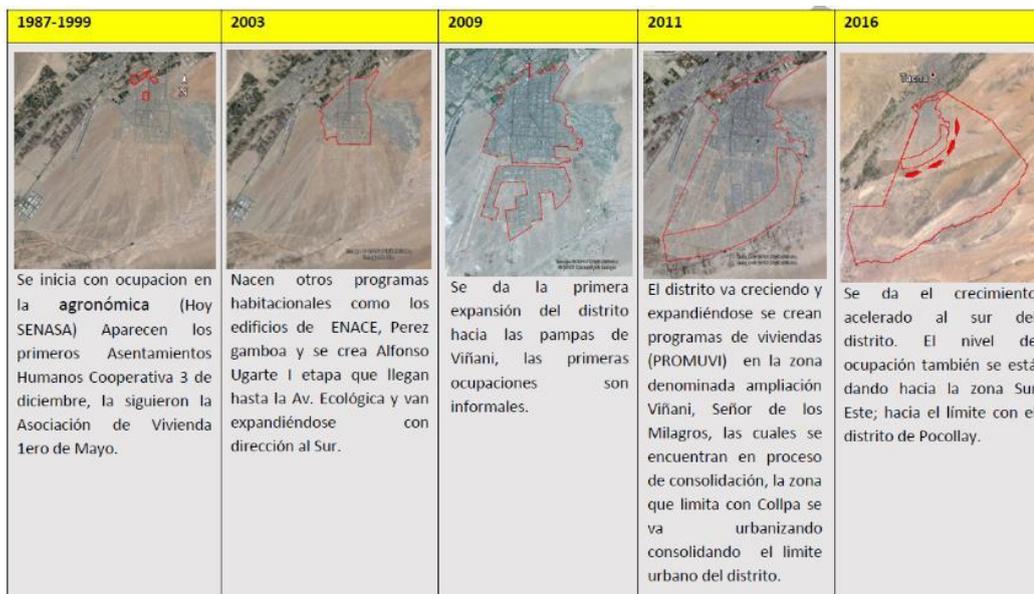


Figura 6. Evolución urbana del distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa.
Fuente: Plan Urbano Distrital Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa 2016.

Si bien el distrito de Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa en el Sector 18 conocido como Viñani cuenta con terrenos destinados para el espacio público, así como áreas para la construcción de equipamientos de recreación, servicios y comercio, estos terrenos actualmente no tienen ninguna intervención planificada, afectando el desarrollo económico de la población, así como en la creación de oportunidades laborales, la equidad y las relaciones sociales.

Vargas (2016), en la revista *Arquitek* de acuerdo con el “*Plan de Desarrollo Concertado del Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa*” y su “*Plan Catastral de Uso de Suelo*”, existen aproximadamente 735 lotes de espacio público, de los cuales al año 2016 sólo se habían construido el 34%, y el 27% de ellos se encontraban en buenas condiciones, cumpliendo con los requisitos estándares mínimos de calidad espacial.

Vargas (2016), afirma que los espacios públicos poseen distintos ámbitos respecto a sus características de uso y potencialidades de desarrollo, y se cuantificó la oferta de cada uno de estos ambientes, determinando que existe un 40% de oferta del espacio público dedicada a áreas recreativas, un 14% dedicado a infraestructura destinada a servicios comunales, otro 14% destinado a educación y un 12% a otros usos.

En este sentido, Vargas (2016) propone un sistema integrado de espacios públicos, donde establece que el planteamiento de nuevas centralidades, pudiendo ser replicado en la Ciudad y sus demás distritos, reconoce la necesidad de profundizar de manera especial el espacio público como elemento principal del sistema estructurante, factor clave del equilibrio ambiental y principal escenario de integración social y construcción de ciudadanía, remarcándose la necesidad de diseñar e implementar un plan especial de espacio público y equipamientos, dirigido a, racionalizar la inversión pública para la oferta, disminuir los desequilibrios urbanos, contribuir a la consolidación del sistema jerarquizado de centralidades, definir la política general y las directrices de localización de equipamientos de salud, educación, recreación, deportes, seguridad social, de apoyo al turismo y a la organización comunitaria, así como también definir aspectos de cobertura, calidad, localización, accesibilidad, relación con otros servicios y la participación del sector privado en la conformación del sistema. Además, deberá desarrollar una propuesta similar para el suelo rural, sobre conformar un sistema territorial de espacios públicos, equipamientos y centralidades que lo articulen con el suelo urbano.

A estos problemas se suma que en el sector 18 se encuentra ubicado actualmente el mercado sectorial de Viñani. Pero este presenta un gran deterioro no solo en la infraestructura comercial, sino que esta problemática también presenta el

déficit de consolidación de espacios públicos que deben intervenir para así contrarrestar el deterioro del espacio público y la integración social.



Figura 7. Vista de Mercado sectorial de Viñani y Av. Ecológica.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con Godoy (2019), la integración social es un proceso contrario a la segregación, el propósito de la integración es crear una ciudad que genere mejores oportunidades para los habitantes y un mayor nivel de cohesión social que las ciudades segregadas. La integración social no solo implica generar un acceso equitativo a las ciudades, sino incorporar la participación de los ciudadanos y así contrarrestar la segregación.

Partiendo de la idea del mal estado de la infraestructura comercial, la carencia de espacios públicos y por consecuencia la falta de integración social, se busca generar identidad e integración a través de la revitalización del espacio público dentro de la edificación comercial a través de una estrategia de revitalización encaminada a mejorar y mantener su imagen urbana e identidad cultural, con el objetivo de fortalecer y mejorar las relaciones sociales y culturales a través de plazas, calles, parques, áreas comerciales activas, cultura, etc.

Finalmente, Jaszczak, Kristiánová y Sapirova (2019). Nos dice que una revitalización efectiva y productiva se logra con la participación de los vecinos, donde no solo se aborde a la comunidad local, sino que también sean parte de las propuestas de cambios. Este enfoque ayudará a restaurar o construir lazos comunitarios y un sentido de pertenencia a un lugar.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la plaza mercado influye en la estrategia de revitalización de espacio público para lograr la integración social en el sector 18 comprendido entre la Av. Ecológica y la Av. Crnl Gregorio Albarracín de Viñani, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿Qué estrategias contribuyen a la revitalización del espacio público?

¿Como el diseño participativo incide en los atributos físicos para la integración social?

¿Cuáles son los lineamientos arquitectónicos para propuesta de plaza mercado que permitan la revitalización del espacio público en el sector 18 comprendido entre la Av. Ecológica y la Av. Crnl Gregorio Albarracín de Viñani, 2023?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la plaza mercado influye en la estrategia de revitalización de espacio público para lograr la integración social en el sector 18 comprendido entre la Av. Ecológica y la Av. Crnl Gregorio Albarracín de Viñani- 2023

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar qué estrategias contribuyen a la revitalización del espacio público.

Determinar como el diseño participativo incide en los atributos físicos para la integración social.

Determinar cuáles son los lineamientos arquitectónicos para propuesta de plaza mercado que permitan la revitalización del espacio público en el sector 18 comprendido entre la Av. Ecológica y la Av. Crnl Gregorio Albarracín de Viñani, 2023

1.4. Justificación, Importancia y Viabilidad de la Investigación

1.4.1. Justificación Teórica

El trabajo de investigación va a permitir demostrar que la intervención en infraestructura comercial y espacios públicos donde se apliquen criterios de revitalización permitirán la integración social aplicando los criterios urbano-arquitectónicos acordes a la zona de estudio.

Por su relevancia, la consolidación de equipamiento comercial potenciará la integración social creando un sentido de pertenencia e identidad con la ciudad, y a su vez contribuirá positivamente en la transformación de la situación actual de la zona de estudio y desarrollo urbano del sector 18. Así mismo el diseño desarrollara una nueva imagen de infraestructura comercial, generando un impacto en el sector de la ciudad.

Por su originalidad, la implementación de nuevas tendencias en formatos y espacios comerciales en el diseño, contribuirá en el desarrollo ambiental, social y económico, mejorando la integración de la población con el entorno.

1.4.2. Justificación Metodológica

Esta investigación va a ser un aporte practico sobre la teoría como una propuesta metodológica nueva de diseño de infraestructura comercial, como factor influyente de la integración social.

En este sentido la propuesta de estudio responde a la problemática, referida a una infraestructura comercial que beneficie y contribuya al desarrollo local mediante la generación de nuevos espacios públicos comerciales y de convivencia en la zona.

1.4.3. Justificación Práctica

La actual investigación busca obtener información actual y real sobre la situación en la que se encuentra el sector 18 de Viñani en el distrito de Cnel. Gregorio Albarracín debido a que el actual mercado sectorial de Viñani no se encuentra con las condiciones adecuadas para su funcionamiento, es por ello que se eligió dicho terreno zonificado con uso comercial y ubicado en intersecciones de avenidas importantes como lo son la Av. Ecológica que será un eje importante de equipamientos de diferentes escalas, con el propósito de atraer a más usuarios al sector jugando un papel importante para el desarrollo del sector, colindando con la Av. Gregorio Albarracín y la Av. La cultura que son vías interurbanas que van a articular la zona urbana

consolidada de coronel Gregorio Albarracín hacia la zona de asociaciones de vivienda y centros poblados del distrito permitiendo que el terreno se encuentre en un lugar estratégico para poder sostener cualquier tipo actividad comercial que se vaya a desarrollar, por lo que se busca potencializar ese sector y poder revitalizar el espacio público por medio de una propuesta acorde a las necesidades actuales y futuras contribuyendo al desarrollo urbano del distrito Crnl. Gregorio Albarracín siendo el distrito con mayor área de crecimiento urbano.

Además, se desea contribuir de manera positiva al logro del objetivo de desarrollo sostenible ODS11 – Ciudades y Comunidades Sostenibles ya que la deficiente planificación y rápida expansión urbana conlleva a que los asentamientos urbanos no tengan una buena infraestructura y servicios inadecuados, por lo tanto en la meta 11.3 se quiere lograr tener asentamientos y ciudades más inclusivas y planificadas, buscando que al 2030 las personas tengan acceso a todos los servicios básicos, zonas de espacio público más seguros y se logren tener gestiones mas participativas con las personas.

2. CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Tesis: Plaza mercado como mecanismo de revitalización del centro de Villavicencio – Bogotá

En el ámbito internacional la autora Lema, R. (2019). En la tesis Plaza mercado como mecanismo de Revitalización del centro de Villavicencio, de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, establece que el objetivo principal del modelo de revitalización urbana es conseguir una integración más compacta y sostenible de las ciudades donde el suelo acaba convirtiéndose en áreas urbanas degradadas. Este estudio muestra que la revitalización es una herramienta y un recurso potencial para prevenir las consecuencias del deterioro físico, social y económico de las ciudades y una gran oportunidad para crear condiciones urbanas sostenibles y alternativas a las zonas deterioradas.

Ante esta problemática, definida como el progresivo deterioro urbano como consecuencia del crecimiento acelerado de la población, la mala ocupación del suelo para espacios públicos, y el abandono de edificaciones

por parte de los sectores público y privado. Es por eso que en la etapa del proyecto se desarrollaron 5 estrategias de diseño:

Primera etapa: Revitalización

Se desarrollo a través de un equipamiento arquitectónico.

Segunda etapa: Transformación

Mediante la intervención de algunos predios de uso comercial.

Tercera etapa: Integración

A través de una combinación de ejes y espacios peatonales, busca conectar el mercado con el entorno.

Cuarta etapa: Bioclimática

Proporciona una estrategia para el desarrollo de estrategias bioclimáticas

Etapa final:

Estos problemas fueron resueltos mediante el diseño y desarrollo de planos (Planimetría, cortes, elevaciones y detalles constructivos), logrando el equipamiento final de plaza mercado.



*Figura 8. Plano de propuesta de Plaza Mercado
Fuente: Plaza Mercado como mecanismo de revitalización del centro de
Villavicencio 2019.*

En conclusión, cabe decir que la plaza mercado intenta ser un mecanismo de revitalización, que puede recuperar estructuras de la ciudad desgastadas y abandonadas para dar espacio a la creación de espacios de actividad económica, fortalecer las conexiones con la ciudad y la población, y formalizar el comercio sin perder su identidad.

2.1.2. Propuesta de revitalización en el espacio público e infraestructuras comerciales degradadas del Pueblo Joven José Balta de Chiclayo.

En el ámbito nacional la autora Chancafe, L. (2017). Según la tesis a lo largo de los años, los conflictos con el espacio público se han asociados a la expansión urbana y hábitat disperso en las ciudades.

Según Borja, y Muxí, (2003). El espacio público es percibido no sólo como un indicador de la calidad del entorno urbano, sino también como una herramienta privilegiada de la política urbana, para delimitar la ciudad y definir las periferias, que se integra en la estructura del entorno urbano y otorgar a los ciudadanos nuevas infraestructuras.

Este es el caso de Chiclayo, una ciudad muy comercial, pero cuya infraestructura comercial carece de las condiciones necesarias para darle población un buen servicio, sin mencionar el desorden, la inseguridad de espacios, el comercio inseguro e informal que genera el entorno.

Este proyecto de investigación en el pueblo joven José Balta aborda el problema que se origina en la mayoría de los espacios públicos cercanos a la infraestructura comercial, es así que integrando los dos usos, como son el espacio público y el comercial, a través de la revitalización como forma de dar nueva vitalidad a las áreas y esforzarse por mejorar la dinámica urbana.

De esta forma, la ampliación de la zona verde común y del espacio público permite realizar una variedad de actividades de ocio y vida comunitaria, lo que favorece su interacción e integración social a escala barrial y urbana. Por ello, la plaza mercado como medio de revitalización se concibe como un escenario de actividades participación ciudadana e integración social, ya que contará con nuevos usuarios, promoverá espacios flexibles en diferentes zonas, y los espacios diseñados se convertirán en un lugar de encuentro de las personas para mejorar el sentido de pertenencia e identidad de la ciudad.

El objetivo del proyecto es desarrollar la propuesta de la revitalización en el espacio público a través de una infraestructura comercial siendo estos un escenario para las actividades de participación de las personas, creando también espacios que de alguna manera se integren en el resto del proyecto.

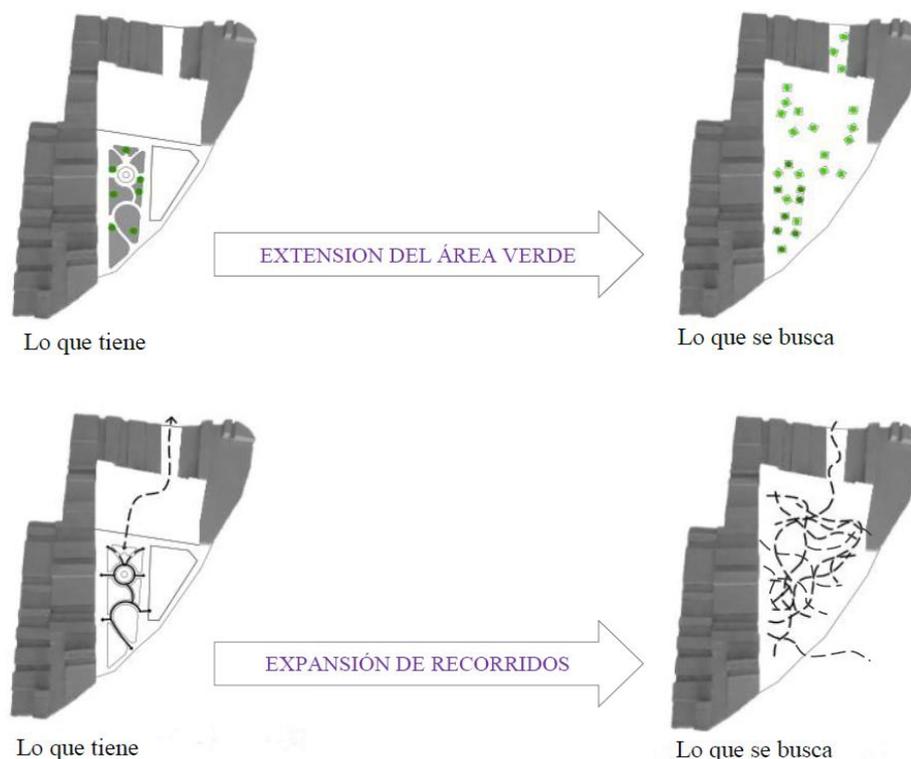
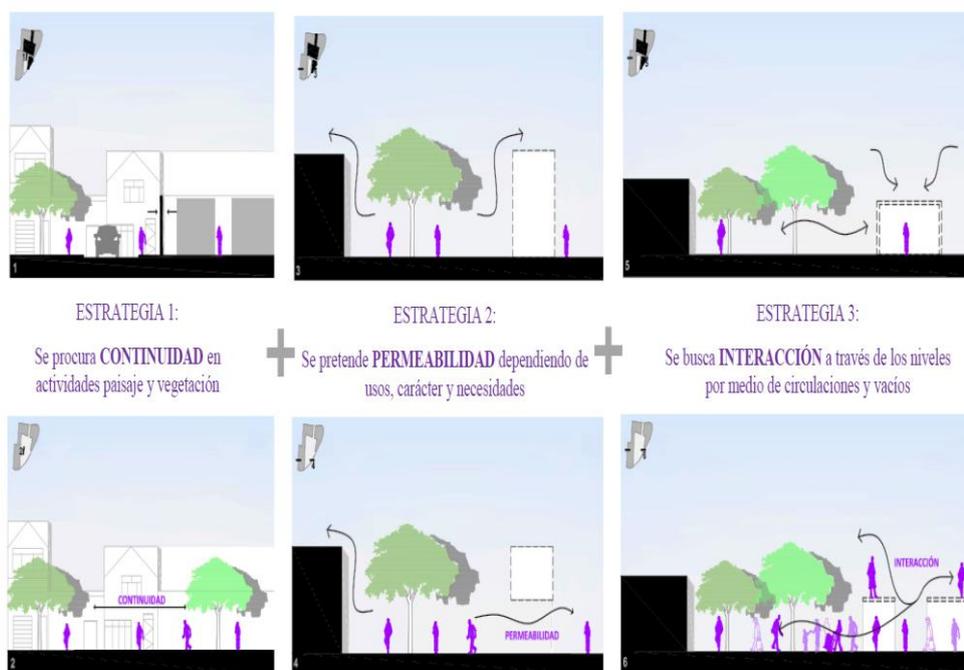


Figura 9. Establecimiento de nuevas dinámicas a través de intenciones proyectuales.

Fuente: Propuesta de revitalización en el espacio público e infraestructuras comerciales degradadas del Pueblo Joven José Balta de Chiclayo.

Tras evaluar las dinámicas entre el mercado y los espacios públicos, se propone estrategias de intervención en el área. El objetivo es abrir todo el mercado a la zona verde y buscar la continuidad entre espacios creando ambientes libres para asegurar la continuación espacial e instaurar terrazas para ampliar el efecto visual.



*Figura 10. Estrategias proyectuales: continuidad, permeabilidad e interacción que guían la propuesta en los espacios públicos.
Fuente: Propuesta de revitalización en el espacio público e infraestructuras comerciales degradadas del Pueblo Joven José Balta de Chiclayo.*

Finalmente, en un intento de mejorar la forma urbana mediante la revitalización a través de la combinación de dos usos, nació una propuesta que tiene como objetivo crear varias áreas flexibles y de diferente escala para las actividades y que el espacio se adapte a las necesidades.



*Figura 11. Secciones del espacio público verde
Fuente: Propuesta de revitalización en el espacio público e infraestructuras comerciales degradadas del Pueblo Joven José Balta de Chiclayo.*

2.1.3. Mercado minorista con espacio público para fomentar la integración social en el distrito de Chancay, Lima.

En el ámbito nacional la autora Illapoma Zurita, R. I. (2020). En la tesis de la Universidad Cesar Vallejo, nos da a conocer que su problemática radica en el crecimiento urbano desorganizado sin una estrategia de diseño,

originando una escasa cantidad de equipamientos, como el distrito de Chancay, donde la infraestructura es vieja y está en mal estado y no puede brindar servicios adecuados a los residentes.

Sin embargo, el autor analiza este problema y como solución a esta investigación, desarrolla un análisis sobre la relación entre la proposición de un mercado y el espacio público, mediante el mejoramiento de la deficiente infraestructura comercial y la falta de espacios públicos. El objetivo de la tesis es proponer un mercado minorista con espacios públicos que promueva la inclusión social en la comunidad. Basándose en varios autores sustentan que unir los espacios comerciales y públicos creará una integración social en la estructura urbana, revitalizando así el entorno urbano y creando un equilibrio entre los dos espacios arquitectónicos.

En relación con la integración social, se enfatiza la necesidad de garantizar la igualdad de oportunidades y el acceso a servicios y recursos para todos, es importante considerar la participación ciudadana en la toma de decisiones y la creación de espacios públicos inclusivos y sostenibles.

En conclusión, se parte de la idea de que un mercado minorista con espacios públicos puede ser una herramienta eficaz para promover la integración social en el barrio de Chancay - Lima, si se diseña de manera participativa, incluyente y sostenible.

2.2. Antecedentes Históricos

2.2.1. La plaza mercado: transformadora del espacio público

Vega (2021), en su maestría da a conocer que el concepto de espacio público ha existido desde que la humanidad empieza a formar comunidades sedentarias que, a través del tiempo, generaron distintos tipos de espacios públicos que se fueron integrando en la sociedad a través de los años como:

Durante los imperios griego y romano existía el Ágora y el Foro, los cuales fueron espacios de reunión libres para la población.

En la época medieval, los espacios públicos eran los espacios religiosos como las iglesias y las plazas frente a estas.

Para la revolución industrial se comienza con la creación de espacios públicos con áreas verdes como una propuesta de mejora para la salud a consecuencia de las malas condiciones de los trabajadores industriales.

A mediados del siglo XX se comienza a dar importancia a las funciones sociales en los espacios públicos, pasaron a ser espacios de recreación o de circulación los parques, plazas, calles, pistas y veredas y a

su vez se incluyeron edificaciones o espacios cerrados pero públicos como los colegios, hospitales, bibliotecas, espacios para el transporte y mercados.

Además, a lo largo del tiempo estos espacios evolucionaron y analizando los tipos de intervención que podían realizarse se planteó la propuesta de la plaza mercado que viene a ser la continuidad y desarrollo de los espacios públicos. La plaza mercado es un espacio de actividad social y los espacios públicos contribuyen para que la identidad forme una comunidad. En este sentido es muy importante que los ciudadanos creen un sentido de pertenencia y empiecen a valorar y cuidar el espacio.

Vega (2021) también define la plaza mercado como un elemento clave en la transformación del espacio público en las ciudades y sostiene que las plazas mercado no solo cumplen una función comercial, sino que también tienen un gran impacto en la vida social, cultural y económica de las comunidades.

Sin embargo, otro punto importante a tomar en cuenta es la cualidad de los mercados, que fueron diseñados para la directa interacción entre el comerciante y el cliente creando una experiencia más personalizada, a diferencia del efecto que dan los supermercados modernos que están diseñados para la eficiencia, pero con poca interacción social. Por tal motivo las plazas mercado pasan a ser elementos transformadores del espacio público y catalizadores del desarrollo social y económico de las comunidades.

En conclusión, la plaza mercado como equipamiento urbano, es una solución idónea para la reactivación de la red de espacios públicos en las ciudades centrado también en crear un espacio público apto para la ciudad.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Sobre la revitalización del espacio público

2.3.1.1. Esfera pública y el espacio público

Velásquez (2015) señala que, por debajo de la esfera pública, Jürgen Habermas sostiene que nuestra vida social puede formar una opinión pública. Todos los ciudadanos tienen la obligación voluntaria, con la garantía de la libertad de asociación, de expresar y publicar sus opiniones sobre asuntos de interés común. En este sentido, la esfera pública se entiende como el ámbito de nuestra existencia social en el que se pueden formar las conjeturas de las personas, así mismo, todo ciudadano tiene alcance al nivel público.

La definición elaborada por Habermas, sostiene que el espacio físico en el que sucede la convergencia de opiniones equivale al lugar público, y el

plano desde el que se inicia la comunicación es el espacio público. La comunicación o interacción que menciona Habermas no es más que un medio de comunicación, tales como los diarios y revistas, la radio y la televisión, los cuales sirven para esparcir y formar el razonamiento público. En relación con este término, Arendt, tratando de restablecer la historia de las definiciones clave utilizadas en el argumento político occidental, utilizó como modelo a la comunión de personas en la política griega. El arquetipo de esta vivencia histórica y humana reside al encontrar genealógicamente las definiciones.

El público ya no es un espacio, este se enlaza con la comunicación y con todas las sociedades, pero también hay muchas sociedades diferentes, e incluso la premisa ha sido aceptada para el nivel de discusión espacial del lugar. Muchos autores convierten su concepto en una fila sobre el significado de espacio público en la ciudad posmoderna.

Es así como el lugar público se presenta materialmente como un espacio único en la actual era, abierto a diversos eventos sociales, cuyo uso se discute por visiones y también con legitimidad, pero durante el mismo momento, es un espacio vivido por los ciudadanos como tales, por lo que la forma de comportarse y las actitudes de la ciudadanía en este espacio suelen demostrar un espíritu abierto y libre.



*Figura 12. Time Square, New York.
Contraste del espacio público en Time Square
Fuente: Google.*

Finalmente, Velásquez (2015) sostiene que, a diferencia de lo que conceptualizo Habermas, Caldeira (2000) menciona que la vida contemporánea conduce al descubrimiento de las calles, a la libre circulación, así como a la reunión entre peatones. Además, todas las personas de diferentes estratos sociales se observan entre sí en el espacio público, observando protestas, consumiendo en un café, participando en protestas políticas, participando en festivales y usando el espacio especialmente diseñado para el entretenimiento masivo.

2.3.1.2. Espacios colectivos y espacios públicos

Velásquez (2015) expone que el concepto de un espacio colectivo según Cerasi (1990) en su trabajo "El espacio colectivo de la ciudad" pertenece al sistema unitario de espacio y edificios, cubierto de territorio urbanizado que tiene la frecuencia de la vida colectiva determinando el uso general de amplios fragmentos de la población que constituyen el lugar de su experiencia colectiva.

Para Solá Morales (2010), el espacio colectivo es más y menos que un espacio público. Si lo limitamos a la propiedad administrada, la riqueza arquitectónica, cívica, urbanística y morfológica de la ciudad es una riqueza de espacios colectivos, lugares donde se desarrolla, ilustra y recuerda la vida colectiva. Quizás cada día más y más de estos espacios no son ni públicos ni privados, sino ambos. En algunas ocasiones los espacios públicos se utilizan para fines privados o espacios privados que se comparten.



*Figura 13. Central Park, New York.
Ejemplo de espacio colectivo donde diversas actividades y equipamientos
se reúnen en un gran espacio público.
Fuente: Google.*

El análisis muestra que el espacio público debe entenderse como un fenómeno complejo y un proceso multidimensional, es el espacio de las relaciones, la comunicación y el contacto social, aspectos que generan eventos impredecibles y heterogéneos, por ello, debe ser visto como un catalizador y motor de procesos sociales y no como un freno a la elección y espontaneidad de los individuos.

El espacio público es un lugar de encuentro, mestizaje, identidad y expresión de grupos sociales. Es el escenario de la acción social en el que se desarrollan las estructuras de poder, las revoluciones humanas, sociales y democráticas, por lo tanto, no puede vincularse a los vacíos urbanos creados por el desarrollo suburbano, porque en la ciudad actual la acción social se desarrolla fuera del vacío. Así mismo, los espacios públicos son espacios sociales, donde los vacíos urbanos y arquitectónicos permiten la expresión de experiencias sociales a través de sus símbolos, asegurando la interacción entre el individuo y el espacio.

Finalmente, el uso del espacio público se concibe como un mecanismo de integración social. Es imposible integrarse en la sociedad sin espacio público, por lo que este se conforma como un factor de equilibrio social, un factor de referencia clave y necesario de la ciudad, que incide en la competitividad de la misma. Desde el espacio público se transforma la cultura cívica y se crea apropiación colectiva.

2.3.1.3. El espacio de la representación

A. Un espacio multifuncional

Para Borja y Muxi (2001), los espacios civiles no son el espacio restante entre calles y edificios, estos no son espacios vacíos considerados públicos por razones legales, así mismo, no son un espacio "especializado" al que se puede ir, como un museo o una exposición. En cambio, estos espacios mencionados son espacios públicos potenciales, pero se necesita hacer mucho más para que se conviertan en espacios públicos para las personas.

B. El espacio público es la ciudad

Así mismo, Borja y Muxi (2001) exponen que la historia de la ciudad es la historia de su espacio público. La relación entre los residentes y la realidad entre el poder y los derechos civiles se muestra en la creación de calles, plazas, parques, espacios de reunión ciudadana en los monumentos.

Una ciudad se entiende como un sistema, red o conjunto de elementos, ya sean calles y plazas, o infraestructura de comunicación (ferrocarriles y estaciones de autobuses), áreas comerciales, equipamientos culturales, es decir, espacios de uso colectivo a través de la asignación gradual de personas que permiten caminar y encontrarse, organizar y dar sentido al barrio de cada ciudad, son el ámbito físico de la expresión colectiva y de la diversidad social y cultural. Esto significa que los espacios públicos son al mismo tiempo los principales espacios de urbanismo, cultura urbana y ciudadanía. Es un espacio físico, simbólico y político.

C. Hoy el espacio público vuelve a ser actualidad

Borja y Muxi (2001) también mencionan que, en la historia de las ciudades y el urbanismo, hay una respuesta periódica cuando las formas de desarrollo urbano existentes o el desarrollo de una ciudad dan preferencia a los edificios y/o vías, cuando los espacios se especializan debido a la separación social o funcional. A medida que la ciudad pierde su representatividad, habrá una respuesta social y cultural sobre el retorno al espacio público. Es una respuesta que muchas veces mezcla pasividad y modernidad, mitificando el pasado y sintetizando propuestas de futuro, necesidades locales y valores universales, sin embargo, es una respuesta rápida y necesaria para evitar un desastre urbano.

D. Contra la dispersión, del siglo XIX hacia el XXI

El siglo XIX fue el siglo de la destrucción social y la construcción de la ciudad como espacio público. Para Borja y Muxi (2001), desde un cierto punto de vista histórico, podemos decir que nos quedamos solo con el concepto de Osman y Serda quienes mencionan que en ocasiones parece que esto puede ser aceptado y superado por el movimiento moderno para crear una ciudad a otra escala. Entonces, ¿podemos decir que el siglo XX nos dejó la síntesis de Sitte y Le Corbusier?, ¿se desarrolla una dicotomía entre el "pasivismo" de Leon Krier y el lugar de nacimiento de Rem Koolhaas y la arquitectura del "producto"?, ¿hemos creado una ciudad del siglo XX que pueda afrontar los nuevos retos de la ciudad del siglo XXI?. Es decir, una ciudad distribuida y rica en información, más que una zona regional. En la tensión entre la destrucción y el policentrismo, se construye hoy sobre las ruinas de una ciudad moderna y en los suburbios. Ante las presiones de fragmentación, segregación y segmentación de las áreas urbanas, en este sentido, es

importante redefinir los espacios públicos urbanos en nuevas áreas de crecimiento. Restaurar el tamaño de los íconos urbanos para definir el espacio como un punto direccional para los residentes, hacer puntos de conexión o nodos en un sitio importante, una atracción residencial, dar al área nuevas características de centralidad de un lugar nuclear, es decir: monumental, multifuncional, de intercambio, o como un lugar de encuentro y expresión. Es por esto que es importante mantener y construir viviendas en los sectores con mayores necesidades, no excluir la industria de los vecindarios, restringir y penalizar las actividades negativas de los barrios marginales, garantizar la diversidad, la inclusión y la visibilidad de cada distrito de la ciudad. A juicio personal, estos son algunos de los valores y objetivos que orientan la política urbana y adoptados por los actores sociales y económicos, públicos y privados para asegurar el alineamiento máximo de los “productores de ciudad”.

E. Percepción negativa de la ciudad

Borja y Muxi (2001) señalan que durante el siglo XX no sólo ha sido llamado periódicamente el siglo de las ciudades, sino también el siglo de la muerte de las ciudades por Jane Jacobs (1973) y más recientemente por Françoise Choay (1994). La dinámica objetiva del capitalismo urbano debe ser destruida para poder reagruparse, como explica David Harvey (1996), como también se explica en *Fragmented City* (1996) de Jonathan Barnett, *City of Quartz* de Mike Davis (1992), *City on the Edge* de Joel Garro (1991) y la exposición *Emerging Ville* del Instituto Francés de Arquitectura (1997).

Sin embargo, a pesar de todas las dificultades urbanas vividas, estamos viendo regresar la luz de la ciudad gracias al éxito de la política de espacio público, pensando en la ciudad completa como un espacio público.

F. El espacio público, un indicador de calidad.

En este sentido, Borja y Muxi (2001) afirman que, como un factor sintomático considerado como un espacio público, la calidad de la ciudad no es solo un indicador, sino también una herramienta de política de la ciudad privilegiada y elegible, así como también es un apoyo que actualiza los centros y espacios culturales, mediante el cual las líneas de la trama urbana y el suministro de infraestructura civil se entrelazan.

Barcelona es un modelo en el que los economistas están seguros, y muchos otros expertos como periodistas, líderes políticos, etc. sobre la ciudad

y sus políticas. Ahora no discutiremos el valor más o menos definitivo del modelo de Barcelona, ni comentaremos que la preferencia por los espacios públicos se debe a la falta de fondos para implementar los proyectos de grandes infraestructuras o ambiciosas operaciones de vivienda. La hermosa exposición "Reclaim Europe" mostró cómo los espacios públicos urbanos innovan y reevalúan hoy a las ciudades europeas. Barcelona es probablemente un accidente feliz y más completo que muchos otros, pero no el único. En Cataluña, España, Europa y América encontramos muchos ejemplos positivos de los últimos 20 años, pero también encontramos casos negativos por todas partes.

G. Nuevas tipologías del espacio público

Borja y Muxi (2001) desarrollaron la teoría de que al menos existe una suposición inocente sobre el tema del desempeño de la ciudad que hoy se resuelve hasta en el campo intelectual. Es así que existen afirmaciones en donde el espacio público se aborda desde diferentes áreas: estado y privado. Es por esto que, las áreas comerciales juegan un factor importante como la calle y la plaza, dejando de lado al monopolio urbano, en donde observábamos antiguamente estaciones y hospitales aislados, así como también espacios multifuncionales, universitarios y culturales, dejando el concepto de un campus o un espacio unido. Aunque los ejemplos son numerosos, el discurso teórico e intelectual pesan mucho sobre las utopías negativas sobre la ciudad y los efectos negativos de las nuevas dinámicas de polarización y privatización asociadas a ella que siguen apareciendo en la planificación urbana.

H. Privatización del espacio público

Por otra parte, Borja y Muxi (2001) consideran que, otro motor que privatiza el espacio público, aún más poderoso, es la urbanización del producto, el sometimiento del mercado, la obsesión por la competencia, el poder económico de la iniciativa privada y la debilidad política de la iniciativa pública. Podemos imaginar cómo estos sectores planean convertir las ciudades en parques temáticos, ciudades de negocios, barrios cerrados, infraestructura privada y servicios para los vehículos, así como áreas residenciales distribuidas, etc., divididas por clases sociales, plazas y monumentos cerrados.

La tentación de abandonar el desarrollo urbano en favor de la libre

competencia y las ventajas económicas directas del mercado es muy peligrosa, porque los espacios públicos son particularmente beneficiosos en lo social, cultural y demográfico, pero también a mediano plazo en términos de política, gestión y economía, crea atractivo, crea nuevos tipos de actividades.

El espacio público está orientado fundamentalmente a la inclusión social, haciendo de su uso un derecho ciudadano fundamental, por tanto, el espacio público debe asegurar, en igual medida, la distribución de grupos de diferente procedencia social y cultural, géneros y edades. El derecho al espacio público es, al fin y al cabo, el derecho a usarlo como ciudadano, otorgado a todos los que viven y quieren vivir en las ciudades.

2.3.1.4. Ciudad y espacio público

A. La ciudad es la gente en la calle

Borja (2006) se plantea la pregunta desde la perspectiva de Julio Cortázar: ¿Qué es un puente?, y la respuesta fue un hombre cruzando el puente. ¿Qué es ciudad?, un lugar con mucha gente o un espacio público, abierto y protegido, así mismo el lugar es una realidad física que crea significado. Centrarse en los puntos de encuentro. En la ciudad, en las calles y plazas, el espacio colectivo ocupa el primer lugar, seguido de los edificios y vías (espacios de circulación).

Así mismo Borja (2006) menciona que el espacio público determina la calidad de la ciudad, porque habla de la calidad de vida de las personas y de la calidad de ciudadanía de los residentes. El gran libro de Allan Jacobs, grandes jaulas, analizando las ciudades de la calidad, la estética y la cultura, la función y la sociedad, simbólica y moderna, sus calles. Los primeros cinco ejemplos del libro incluyen dos fenómenos en Barcelona, Las Ramblas. Desde luego, es imposible que un barcelonés olvide que en los años 60 se desarrolló el llamado urbanismo que pretendía desaparecer las aceras urbanas para dar paso a las autopistas. Afortunadamente, la gente del pueblo perseveró y las nuevas tendencias de los años 80 nos devolvieron a la cibercultura y a Cerda, quien escribió: *"Las calles de la ciudad son más que caminos"*. El espacio público debe ser una prioridad en una estrategia de ciudad dentro de la ciudad. Aunque en las ciudades catalanas y europeas el espacio público es un elemento esencial del proceso de construcción y reconstrucción de la ciudad, no es una regla.

B. La ciudad como espacio público

Borja (2006) señala también que los egipcios representaban la ciudad en forma jeroglífica, el círculo representa un lugar, una comunidad de personas, una organización política, una identidad cultural. La cruz representa el flujo, el intercambio, el movimiento, las relaciones con el mundo exterior. La síntesis de lugares y flujos tiene lugar en los espacios públicos, donde se produce la cohesión social y el intercambio. Si un lugar puede definirse como un espacio de identidad, relatividad e historia, entonces un espacio que no puede definirse como espacio de identidad, que no es ni relativo ni histórico, definirá un no lugar del individuo solitario, hacia la efímera, hacia la transformación.

Borja (2006) también afirma que decir que las ciudades son personas es un cliché, especialmente por Sófocles, Shakespeare y Goethe. Y en este caso, hombre significa no solo tamaño y densidad, es decir, un grupo más o menos numeroso de personas, sino también diversidad, heterogeneidad, relaciones entre individuos y grupos diferentes. Desde que Aristóteles argumentó en su texto *“La Política”* que una ciudad debe estar formada por diferentes clases de personas, que una ciudad no existe si la población es muy similar. Incluso Louis Wirth, quien en su obra clásica *“El urbanismo como forma de vida”* dijo: *“Las ciudades se caracterizan por la heterogeneidad social”*. La filosofía urbana y la sociología convergen en enfatizar la ciudad como un lugar donde las diferencias en orígenes, posibilidades, actividades también reconozca que esta diversidad promueve la imprevisibilidad, el desorden y hace que la innovación sea más posible.

Borja (2006) citando a Habermas, señala que la ciudad es ante todo un espacio público, donde se manifiesta el poder, donde se fotografía la sociedad, donde se realiza el simbolismo colectivo. La ciudad es un escenario, un espacio público, cuanto más abierta es a la gente, más muestra la democratización de la política y de la sociedad. Así apuntan al ímpetu por la privatización de los espacios urbanos como una negación de la ciudad como ámbito de la ciudadanía, implicando el reconocimiento de los ciudadanos como actores activos e iguales de la comunidad política, que están empoderados para tener un acceso real a muchas propuestas urbanas.

La diversidad del espacio público permite el intercambio y su condición es la existencia de un mínimo de reglas comunes que permitan la convivencia. Los dos factores mencionados anteriormente, es decir, el intercambio en la ciudad como mercado de bienes, servicios e ideas, y la ciudadanía, es decir,

las referencias culturales compartidas, encuentran su expresión en el espacio público y lo necesitan.

Finalmente, Borja (2006) afirma que, entonces una ciudad es una ciudad, un centro de población y ciudadanos, cultura, comunidad, cohesión. Pero también es una ciudad, un lugar de poder, de la política como organización y representante de la sociedad, donde se manifiestan grupos poderosos, dominados, marginados y en conflicto. El espacio público es también un lugar donde una sociedad desigual y contradictoria puede expresar sus conflictos, dice Pietro Barcellona. La manifestación del conflicto nos hace sentir ciudadanos, como dijo un manifestante citado de París, y la ciudad como espacio público no es solo representación sino un telón de fondo del cambio político.

2.3.1.5. Revitalización del espacio público en ciudades pequeñas: ejemplos de Eslovaquia y Polonia.

Según Jaszczak, A., et al. (2019). La revitalización del espacio público destaca la necesidad de la participación pública en el proceso de planificación.

Este documento presenta ejemplos de revitalización en regiones de Eslovaquia y Polonia, donde el tema de la revitalización del espacio público se aborda de diferentes maneras. Vale la pena mencionar que no existe un plan de revitalización central en Eslovaquia, la revitalización de los espacios públicos se apoya a través de varios programas y, a nivel nacional, los diferentes ministerios son responsables de esto.

En Polonia, se enfatizó la importancia de un pensamiento multisectorial y más integrado para recuperar áreas degradadas de situaciones de crisis, así como la necesidad de una estrecha cooperación y coordinación de todas las agencias involucradas en la política de desarrollo urbano y regional. En general, se necesita un proceso extraordinario de iniciación para enfatizar esa revitalización efectiva y productiva con la participación de los vecinos, donde no solo se aborde a la comunidad local, sino que también sean parte de las propuestas de cambios. Este enfoque ayudará a restaurar o construir lazos comunitarios y un sentido de pertenencia a un lugar.

Las estrategias de revitalización de esta investigación se basan en necesidades, intereses o posibilidades sociales y tienen como objetivo crear espacios públicos sostenibles y resilientes. Este fue el caso de las ciudades

polacas, que tuvieron que implementar programas de revitalización que brindaran soluciones a problemas específicos que se encuentran en áreas urbanas degradadas.

2.3.1.6. La humanización de espacio urbano- la vida social entre los edificios

En este libro Gehl, J. (2006). analiza varios aspectos el espacio urbano como el que hace que una calle sea atractiva para caminar o porque en una ciudad los espacios públicos son el lugar de encuentro y no los centros comerciales, Jan Gehl señala que la ciudad es un espacio público peatonal y que la cantidad y calidad del espacio público peatonal determina la calidad urbana de una ciudad.

Jan Gehl nos enseña por qué el espacio público es fundamental en la construcción de la comunidad y la calidad de vida.

En la parte I: La vida entre los edificios, en el Capítulo I: Tres tipos de actividades exteriores nos habla sobre la clasificación de todas las actividades que se realizan en los espacios públicos y están clasificados en: actividades necesarias, actividades opcionales y actividades sociales.

Actividades Necesarias:

Son todas las actividades que son más o menos obligatorias como las de ir al colegio, al trabajo, ir de compras, hacer recados, etc.; estas son actividades que son consideradas espacio público porque están con relacionadas con la acción de caminar, pero que de alguna manera las personas están obligadas a hacer.

Actividades Opcionales:

Esta actividad es todas aquellas en las que existe un deseo de realizar, siempre y cuando las condiciones externas son favorables y cuando los espacios públicos son de buena calidad, los espacios urbanos de poca calidad tienen un mínimo de actividad de las personas en ese espacio incitándolos a que se vayan rápido del lugar.

Actividades Sociales:

Son todas aquellas que dependen de la presencia de otras personas en los espacios públicos, incluyen las actividades comunitarias, conversaciones y saludos entre las personas que se encuentran en ese espacio,

“ Cuanto más tiempo pasan las persona en el exterior, con mayor frecuencia se encuentran y más hablan entre ellas.”

En la parte III: Agrupar o dispersar, en el Capítulo 10: integrar o segregar. Nos da a conocer que la integración implica varias actividades y funciones en los espacios públicos permitiendo que las personas implicadas actúen juntas.

Por otro lado, provocar que los ciudadanos puedan compartir espacios públicos en busca de distintas actividades crea una participación lo que sería un claro contraste con la segregación.

2.3.1.7. El espacio público: ciudad y ciudadanía.

En este libro, el autor se centra en el espacio público como un elemento clave en la formación de la ciudadanía y la formación de la identidad urbana

Según Borja, y Muxí, (2003)., los espacios públicos son lugares donde se refleja la diversidad social y cultural de la sociedad y donde se establecen relaciones entre los individuos y su entorno urbano.

El autor explora este tema desde una variedad de perspectivas, incluyendo la historia, la sociología, la política y las ciudades. Enfatiza la importancia de entender el espacio público como un espacio de interés público, un lugar donde las personas se encuentran e interactúan, y que debe ser gestionado de manera democrática y participativa.

Borja, y Muxí, (2003). también hizo hincapié en la necesidad de crear espacios públicos inclusivos y accesibles para todos, independientemente de su origen social, cultural o económico. También hace hincapié en la participación de los ciudadanos en la gestión del espacio público y en la toma de decisiones que afecten al entorno urbano.

En conclusión, el libro *Espacio Público: Ciudad y Ciudadanía* de Jordi Borja ofrece una visión amplia y compleja del espacio público como elemento esencial en la formación de la ciudadanía y la identidad urbana, enfatizando la importancia y participación para lograr una ciudad más justa e inclusiva.

2.3.2. Sobre la integración social

2.3.2.1. La integración social

A. Sobre la integración social

Sepúlveda y Sepúlveda (2003) sostienen que, en una sociedad democrática y moderna, la integración se expresa en la sociedad, en el acceso a los recursos sociales, y en el apego de los grupos e individuos a normas de conducta que aseguren la resolución de conflictos mediante la

negociación (CEPAL, 2000: 83). Entenderemos la sociedad como un sistema de comunicación en el sentido luhmanniano. Luhmann considera que la comunicación es intrínsecamente social porque hay tres sentidos en la comunicación: percepción del ego, alteración del ego y sentimiento intersubjetivo. Desde este punto de vista, los sistemas en general y los sistemas sociales en particular surgen de la necesidad de reducir la complejidad que genera el entorno. Cada vez que entramos en contacto con otras personas, no sabemos cómo reaccionarán y reaccionarán. En este sentido, estamos hablando de incertidumbre sobre la aleatoriedad de las acciones de otras personas. Siempre crea incertidumbre en el alter porque el ego es complejo y siempre puede actuar y reaccionar de diferentes maneras. Siempre hay infinitas posibilidades para la respuesta. Se intenta reducir esta incertidumbre, es decir la complejidad, con un sistema de expectativas. Las expectativas también se aplican a uno mismo a través de la autorreflexión. Las personas (sistemas mentales) no solo esperan respuestas de los demás, sino también lo que los demás esperan de nosotros.

Además, Sepúlveda y Sepúlveda (2003) citando a Luhmann señalan que una estrategia para reducir la complejidad es la confianza, que implica apostar el presente por las acciones futuras de los demás. Las creencias operan sobre las expectativas, operando a través de lo que las teorías del aprendizaje llaman generalizaciones, donde las decisiones de confianza generalizan la experiencia, extendiéndola a casos similares y estabilizan satisfactoriamente la diferenciación frente a la volatilidad (Luhmann, 1996: 44).

La confianza tiene tres aspectos. En primer lugar, generalizar las expectativas implica trasladar parte del problema del "exterior" (el entorno) al "interior" (el sistema). En segundo lugar, la confianza es una actitud y, por lo tanto, se adquiere durante la socialización. En tercer lugar, las personas de confianza y las relaciones sociales se convierten en complejos simbólicos (Luhmann, 1996: 45–49). De esta manera, se construyen expectativas conductuales generalizadas, a las que llamaremos normatividad, las cuales se representan simbólicamente. En la medida en que los sistemas mentales y sociales cumplan con las expectativas conductuales generales basadas en creencias, las creencias se fortalecen y con la capacidad de esos sistemas para reducir la complejidad ambiental, su campo aumenta.

B. Sobre la integración social desde lo cultural

Sepúlveda y Sepúlveda (2003) también explican que, desde un punto de vista cultural, la socialización requiere que los individuos y los grupos sean capaces de articular su identidad, lo que les permite crear un horizonte simbólico común. La identidad se entiende como la percepción de pertenecer a algo, en este caso pertenecer a un grupo social territorial (los que pertenecemos al mismo grupo, a la misma calle, etc.). En otros casos, la identidad puede pertenecer a la misma organización laboral, país, etnia, interés, etc. La CEPAL señala que tiende a desaparecer la idea de formar una sola identidad nacional a través de la asimilación a la Nación. La diversidad, que caracteriza a la mayoría de las sociedades de la región, conduce al respeto por la diversidad de sistemas de valores, cosmovisiones, lenguas y formas de organización social. El desafío es combinar tales características evitando la fragmentación y la discriminación por un lado y tratando de homogeneizar por el otro (CEPAL, 2000: 83). La identidad corresponde a la estructura social que emerge de la comunicación compartida. Para poder comunicarse, aparición de sistemas de comunicación que se reconocen entre sí (identidad).

Nuestra pregunta se centra en el comportamiento social asociativo y atómico. Gracias a Luhmann, entenderemos el comportamiento social como comunicación. Junto con Durkheim, mostramos que el comportamiento social está sujeto a un sistema de valores normativo creado por los representantes colectivos del grupo. La representación colectiva es un estado de conciencia colectiva creado por un sistema de creencias y emociones de tipo religioso, moral, cognitivo y político. La visión colectiva tiene cuatro características principales. Primero, muestran cómo el grupo se ve a sí mismo en relación con el entorno. Segundo, tienen un origen social, es decir, son socialmente construidos y al mismo tiempo pertenecen a fenómenos sociales. Tercero, tienen su propia realidad, diferente e independiente de los símbolos individuales. Y cuarto, una vez formados, son autónomos, viven su propia vida y generan nuevas ideas (Tironí, 1990). Las representaciones colectivas se construyen socialmente a través de la comunicación, lo que lleva a expectativas conductuales generalizadas. En la medida en que los sistemas sociales involucran más comunicación, los significados intersubjetivos interpretan más significados de los sistemas mentales. La capacidad de la mayoría de las personas para formar expectativas comunes aumenta a

medida que las representaciones colectivas contienen más mensajes de diferentes ámbitos de la vida.

Así mismo, Sepúlveda y Sepúlveda (2003) mencionan que, para poder comunicarse entre diferentes clases sociales, primero es necesario formar grupos. Esto significa el surgimiento de un sistema de comunicación que es consciente de su identidad y se entiende a sí mismo como diferente de los demás. En segundo lugar, la capacidad de articular la comunicación, que permite la transmisión y comprensión de mensajes entre diferentes esferas sociales.

Desde un punto de vista psicosocial, una persona se convierte en grupo en la medida en que se forma a través de la interacción con otros en un proceso continuo de identificación y diferenciación. En este proceso, entre otras cosas, se forma el sujeto, cuál es su personalidad y sus ideas internas sobre la sociedad. Pichon-Rivier (Bauleo, 1970) muestra que la condición definitoria de un grupo es su organización en torno a una tarea. La familia es el primer grupo al que pertenece el sujeto. Esta experiencia grupal contribuirá al desarrollo de su personalidad, ya que la persona aprende ciertos tipos de relaciones que forman sus generalizaciones. En este proceso, el sujeto construye sus propias expectativas sobre el comportamiento probable de los demás, además de las posibles expectativas de otras personas sobre su propio comportamiento. De esta forma la entidad crea un grupo interno, que es el modelo de interacción que se actualizará continuamente con la participación de la entidad en los grupos, lo cual se maneja en un proceso continuo.

El grupo es un ejemplo de unión espiritual y social basada en una doble necesidad: la necesidad de destacar y la necesidad de pertenecer. Por un lado, se entiende como un sistema basado en necesidades que reduce la complejidad del entorno cuando el grupo se encuentra separado de la mayoría. Los grupos, por otra parte, parecen satisfacer necesidades psicológicas de identidad y pertenencia. En un grupo, cada creador aporta sus propias ideas internas para crear ideas comunes. Al participar en grupos, una organización construye su identidad y así contribuye a la formación de una identidad compartida.

C. Sobre la integración social desde su dimensión política

Sepúlveda y Sepúlveda (2003) afirman además que, en el aspecto político, la integración se demuestra a través de la convivencia de diferentes

grupos sociales, que pueden expresar armoniosamente su autonomía e identidad a través de la ciudadanía y la negociación política (CEPAL, 2000:82). Esto requiere primero la existencia de grupos y luego la capacidad de comunicarse claramente entre ellos.

Sepúlveda y colegas (1992) señalan que se pueden distinguir tres niveles de comunicación autorreferencial en entornos urbanos: el sistema familiar, el sistema vecinal y el sistema comunitario. El sistema familiar se caracteriza por el hecho de que las relaciones significativas están conectadas por vínculos familiares. Su surgimiento histórico fue una respuesta para reducir la complejidad que implica satisfacer las necesidades biológicas, sociales y emocionales. Aunque la familia emerge como un sistema superviviente, es decir, independiente de ella, todavía es capaz de reconfigurar diferentes espacios en torno a un mismo patrón de interacción.

El sistema residencial nace del entorno, de la configuración de la red de comunicación y de la delimitación espacial del área residencial, estimulada por la interacción frecuente debido a la distancia física del hogar.

El surgimiento de un sistema social ocurre cuando los sujetos perciben un espacio fuera de su entorno familiar inmediato y lo aceptan como parte de un entorno más amplio del que pueden apropiarse y ubicarse. El significado de este sistema es diferente al del sistema familiar y residencial, que se centra más en la resolución colectiva de los problemas que afectan a los habitantes del conjunto habitacional, contribuyendo al desarrollo paulatino de la comunidad. El sistema comunitario se está configurando en una etapa avanzada del desarrollo habitacional, ya que requiere conciencia de los problemas que afectan a todos los residentes de un determinado inmueble, o al menos a una parte importante de ellos, así como el establecimiento de organizaciones efectivas para abordarlos. (Sepúlveda et al. 1994: 45). Tanto el sistema familiar como el sistema vecinal se construyen en torno a relaciones sociales básicas, mientras que el sistema comunitario se caracteriza por el hecho de que se forma en torno a relaciones sociales secundarias.

Por otra parte, Sepúlveda y Sepúlveda (2003) señalan que, en el contexto de la crisis de la integración, cuando la confianza en el ámbito social se desvanece, las personas recurren a los medios de comunicación que les pueden dar una certeza que el resto del mundo no puede. Los ejemplos mencionados son la familia y los grupos sociales básicos que surgen en el apego. Cuando la desconfianza reine en el ámbito social, las expectativas de

comportamiento general la incorporarán a su composición simbólica (normatividad) y se generarán valores a partir de un modelo de interacción acorde al individualismo. Llamamos a este fenómeno la atomización del comportamiento social que afecta el medio ambiente en sus aspectos psicosociales, sociales y espaciales.

Psicosocialmente, la atomización afecta el proceso de socialización, pues su transmisión de valores normativos se caracterizará por el individualismo y la desconfianza. Este modelo de valor normativo está contenido en la configuración de las ideas del grupo interno sobre la sociedad y la constitución del grupo interno. El proceso de atomización debilita la capacidad de formar grupos de lazos comunicativos en la medida en que el individuo ha aprendido de sus grupos iniciales de socialización que no puede confiar en los demás y que lo privado es más importante que lo público.

Socialmente, la formación de conceptos erróneos colectivos conducirá a expectativas conductuales generalizadas (regulaciones). Esto hace poco probable el surgimiento de sistemas comunitarios, ya que requiere superar la desconfianza y establecer representaciones colectivas estrechas. La constitución de grupos secundarios ambientalmente orientados afecta la primera condición que exige la integración comunicativa, en la medida en que no hay base para construir mensajes socialmente articulados.

Espacialmente, cuando las características de un espacio habitable son difíciles de asimilar por parte de sus habitantes, ello lleva a la significación social de ese espacio como un espacio peligroso. En términos de atomización social, esto conduciría al rechazo de los espacios comunes, lo que impediría la formación de comunidades territoriales durante la localización de la gestión básica del fideicomiso.

D. Sobre la integración social desde su dimensión económica

Sepúlveda y Sepúlveda (2003) sostienen finalmente que el aspecto económico de la integración habla de la capacidad de las personas para acumular y reproducir ingresos y riqueza. No hay integración social si no se produce a través de la participación comunicativa de los individuos y grupos en todos los ámbitos de la comunicación, incluido el económico. Sin embargo, este aspecto de la integración social no fue considerado en este documento.

2.3.2.2. El espacio y la integración social

A. Control social y espacio: un aporte a la normatividad

Sepúlveda y Sepúlveda (2003) citando a Hillier (en Greene, 1999) sostienen que la presencia natural de personas es la mejor manera de controlar los espacios públicos, en contraposición a lo que plantean autores como Newman, quienes controlan el espacio a partir de su configuración como espacio "protegido". Desde el punto de vista de un enfoque espacial defensivo, los pisos están diseñados para enfatizar la protección del espacio y el control de los extraños, de hecho, tienen como objetivo minimizar la presencia de transeúntes en el área. La idea principal parece ser que los transeúntes desconocidos son potencialmente peligrosos porque puede haber delincuentes entre ellos (Greene, 1999: 21). Por el contrario, el enfoque de Giller argumenta que a medida que disminuye el flujo de personas, se pierde el control natural y el momento de los posibles delincuentes se vuelve más peligroso. En tales lugares, la presencia de un extraño es más a menudo sospechosa, esta actitud se asocia con un sentimiento de incertidumbre. Por el contrario, se cree que la presencia natural de observadores desconocidos aumenta los sentimientos de seguridad (Greene, 1999: 21). En consecuencia, Hillier aboga por la fluidez, el encuentro y la presencia como medio para construir una comunidad saludable.

Cabe destacar que tanto la presencia de la configuración espacial del conjunto proporcionando un "camino natural" como la posibilidad de control visual desde las casas, en todos los espacios públicos y comunales, hará aumentar la capacidad de los residentes de "controlar la naturaleza". En el espacio, porque en lugares donde el flujo de personas es normal o donde se tiene la sensación de estar vigilados, se pueden inhibir las actividades anónimas. Así, los espacios pueden contribuir al cumplimiento de las normas sociales, fortaleciendo así su credibilidad.

B. Espacio e identidad

Además, Sepúlveda y Sepúlveda (2003) exponen que la gran diversidad que ofrece la vida de la ciudad permite que los sujetos tengan múltiples identidades, como trabajo, sociedad, cultura, etnia, territorio, entre otras. La identidad se construye sobre las diferencias entre el sistema y su entorno. En el caso del hombre, esta diferencia se experimenta desde uno mismo, desde los demás.

Socialmente, esta distinción se establece entre nosotros y los demás. La composición de cada uno de nosotros (identidad) requiere el establecimiento de límites claros para definir quién es parte y quién no. Por ejemplo, en el caso de la identidad nacional, la restricción está determinada por la pertenencia o no a una determinada etnia.

En el caso de las identidades de los empleados, el límite se basa en la asociación con la organización, separando a los participantes de todos los demás no participantes. Cuando se trata de identidad territorial, las fronteras se definen por territorio. Los que viven en él pertenecen, y los que no viven en él no pertenecen a este territorio. Sin embargo, la naturaleza monótona y repetitiva de las viviendas sociales construidas en las últimas tres décadas puede hacer que las personas se salgan de los límites. No establecer este límite presenta un obstáculo para la usurpación, asignación y apropiación del espacio, porque es imposible distinguir claramente lo que nos pertenece y lo que pertenece a los demás. De esta forma, los habitantes sienten la degradación del espacio como un estado predeterminado. No es algo que realmente funcione para ellos, por lo que no es algo que puedan desarrollar en acción.

C. Configuración espacial y conformación de grupos

Sepúlveda y Sepúlveda (2003) junto con Hillier (en Greene, 1999), afirman que una de las mayores contribuciones que la arquitectura puede hacer al bienestar de la sociedad es la configuración de espacios que ofrezcan mayores posibilidades de comunicación y, por tanto, promuevan la formación de grupos de comunicación. Este autor señala que la configuración espacial que incide en el estilo de vida tiene lugar en un mismo lugar: “La configuración se entiende como un conjunto de relaciones de interdependencia en el que cada una de ellas se define a través de su relación con todas las demás. La configuración es un término que se aplica a todo el sistema, no solo a una parte de él. En este sentido, podemos decir que el enfoque de configuración es un enfoque relacional más global que local” (Greene, 1999: 17). Este enfoque enfatiza la naturaleza probabilística del espacio en lugar de su naturaleza determinista. En otras palabras, no es que una determinada configuración espacial provoque ciertos tipos de comportamiento, sino que están potencialmente permitidos. Lo que realmente suceda en ellos dependerá de la lógica del mundo sociocultural. Greene explica que “la configuración espacial proporciona un área de encuentro

potencial y presencia. Hay una influencia cultural detrás de esto” (Greene, 1999:17).

Finalmente, Sepúlveda y Sepúlveda (2003) afirman que el punto es que las propiedades que brindan más espacio donde los residentes pueden reunirse "naturalmente", es decir, donde los desplazamientos diarios obligan a los vecinos a reunirse normalmente, encontrarán complejos donde la constitución del grupo es más favorable. Este será el caso no solo porque es más probable que ocurra el encuentro, sino también porque el espacio de estas características es más fácil de controlar, reforzando la normalidad del grupo, lo que además ayuda a que el encuentro sea más fácil de identificar "nosotros" (identidad).

2.3.2.3. La importancia de la participación social en el proceso de integración social de las diversidades culturales horizontes hacia la cohesión social en Europa y España.

El autor enfatiza en la importancia de implementar políticas adicionales para garantizar la igualdad de oportunidades y luchar contra la exclusión social. Por otro lado, nos dice que la integración es una oportunidad buena para la cohesión social, convirtiéndola en una oportunidad de identidad. Lo que queda por discutir es que la integración social debe involucrar la participación de los ciudadanos y asegurar las mismas condiciones que las metas comunes de crecimiento.

Desde esta perspectiva los principios generales de la integración social son plantear la convivencia con un enfoque integral, que articule los factores económicos, sociales, culturales y participación ciudadana. Destacando que el nivel de participación de la sociedad está influenciado por factores como la integración, la inclusión y la cohesión social. Además, se destacan varios principios de funcionamiento, tales como:

- Participar
- Responsabilidad pública
- Responsabilidad social
- Descentralización y coordinación.

Siendo estos los criterios fundamentales para lograr la integración social efectiva y así promover políticas que fomenten la igualdad de oportunidades. Méndez, J., et al. (2013).

2.3.2.4. Espacio residencial urbano e integración social: una propuesta metodológica de medición.

Sepúlveda O., y Sepúlveda, D. (2003), en su artículo nos dice que la integración se refiere a la participación de las personas en todo el ámbito cultural, económico y social, porque la arquitectura y la integración social se relacionan de tal manera que la arquitectura brinda soluciones para las edificaciones, creando así un enfoque de comunicación e identidad con la comunidad y la participación entre estructuras privadas y públicas permiten que las comunidades convivan y así lograr la integración comunitaria y social.

El artículo aborda la integración social desde una perspectiva espacial, es decir, se centra en cómo las características físicas del espacio urbano pueden influir en la forma en que los residentes se relacionan entre sí, como se asocian y apropian del espacio utilizándolos de manera adecuada. Por ello, se realiza una propuesta metodológica para medir esta relación entre lo social y lo espacial, a partir de las características físicas del sector y el grado de vinculación social de los habitantes. El objetivo final es promover una mejor integración social y calidad de vida de quienes habitan estos espacios.

El propósito de la investigación presentada en el artículo es investigar la relación entre las características físicas de los espacios urbanos y la relación de las personas que viven en ellos con el objetivo de promover una mayor integración social.

2.3.2.5. La ciudad como actor protagónico

Para Carrión y Hanley (2005) los procesos urbanos son en la actualidad de gran importancia para el crecimiento de ciudades organizadas y economías sostenibles. El tema urbano ha sido una visión que, hasta la fecha, es tratado como una definición impuesta en las instituciones estatales y sus políticas, y muy pocas veces utilizada al revés, donde puede contribuir al desarrollo económico, la estabilidad política y el empoderamiento cultural. En este sentido llegamos a la pregunta: ¿Cómo un proyecto urbano puede contribuir sobre el fortalecimiento institucional?, aún más directamente podemos preguntarnos: ¿Cómo un proyecto de revitalización urbana puede formar parte importante de un proyecto nacional que conduzca a la construcción de ciudades habitables y consolidadas?

Carrión y Hanley (2005) sostienen que es importante discutir el valor de la revitalización urbana como parte del desarrollo urbano en post de mejorar la administración pública, la gobernabilidad, la estabilidad económica

y el desarrollo social, y no mediante la retroalimentación del sector público y su propio enfoque sobre la gobernabilidad de la ciudad. Por lo tanto, es más interesante prestar atención a lo que las ciudades pueden hacer por la economía, la cultura, la sociedad y la política (tanto local, nacional e internacional) a partir del concepto de ciudad como solución y no como problema o enfermedad.

Además, Carrión y Hanley (2005) señalan que no debería descuidarse la importancia de las inversiones en la ciudad, realizadas en lugares centrales como, por ejemplo: Puerto Madero en Buenos Aires, el cual garantiza actividades comerciales consolidando el centro de la ciudad. Así mismo, infraestructura tecnológica como la ubicada en la comuna de Santiago contribuyendo a la competitividad; por otra parte, el proyecto del "Malecón 2000" en Guayaquil que fortalece la identidad local de los residentes y crea un nuevo eje económico o el desarrollo turístico de La Habana Vieja convirtiendo su Centro Histórico en una plataforma al servicio de los visitantes y de la ciudad en general.



*Figura 14. Malecón 2000 y Puerto Madero.
Proyectos de renovación urbana en las ciudades de Guayaquil y Buenos
Aires respectivamente.
Fuente: Google.*

Estas intervenciones antes mencionadas en las diversas capitales de Latinoamérica justifican el diseño de programas urbanos para actualizar las áreas centrales en post del desarrollo de la ciudad, utilizando muchas opiniones y sobre todo explorando los diversos puntos de vista, y así participar en políticas urbanas a nivel nacional. También señalan que tal propuesta debe tener un amplio consenso, a partir de las más amplias y diversas formas de participación social, es decir, un proyecto urbano colectivo que opere bajo presupuesto, asociación público-privada y asociación público-privada legitimidad de la solicitud. En segundo lugar, la propuesta del taller

fue repensar la relación ciudad y ciudad con relación al mercado y lo privado, lo público y lo público en el ámbito local y nacional con el fin de que valga la pena discutir este comentario si nos damos cuenta de que la plaza del mercado es más importante hoy en el desarrollo de la ciudad que en el pasado, especialmente cuando su desarrollo está regido por la política pública del gobierno de la ciudad.

2.3.2.6. La ciudad como componente de la estabilidad y la sostenibilidad

Para Carrión y Hanley (2005), el último medio siglo ha visto un rápido aumento en las poblaciones urbanas y el número de ciudades en toda América Latina, al punto que la región puede calificarse como un área puramente urbana, por un lado, tenemos el hecho de que en 1950 el 41% de la población vivía en ciudades población, y se estima que para el año 2000 será del 77%. (Lates, 2001). Esto significa que la proporción de la población concentrada en las ciudades prácticamente se ha duplicado en medio siglo, y las ciudades son el principal medio de vida para la mayoría de los habitantes de la región; lo que significa que más de 300 millones de personas viven actualmente en ciudades.

Carrión y Hanley (2005) afirman que la transformación de aceleración del modelo de urbanización en América Latina significa que establecemos dos propuestas iniciales para gestionar el trabajo actual: primero, hoy, en ciudades, población, economía, economía y el tratamiento principal del elemento se centra en el contexto de interés y ubicación; Esto significa globalización (Robertson, 1992), que muestra que las ciudades se han convertido en entidades políticas importantes o, como hoy, hay un nuevo actor en el mundo que se suma a los países del mundo del mundo. El agua y el mercado mundial: las ciudades globales (Sassen y Patel, 1996) El proceso económico y de descentralización se ve en todo el mundo, las funciones especiales y el peso de las ciudades a menudo se transmiten convertirse en un espacio de integración, pertenencia y representación de la sociedad; y en los ejes de un nuevo modelo de acumulación global. En otras palabras, las ciudades de hoy no son un problema sino una solución, ya que contribuyen significativamente a la estabilidad política, la 'erradicación de la pobreza' y la resiliencia económica".



*Figura 15. Niveles de deterioro en los centros históricos de Latinoamérica. Inmuebles ubicados en el centro histórico de Lima y el Callao
Fuente: Google.*

Carrión y Hanley (2005) también mencionan que, en las ciudades latinoamericanas, sin embargo, tenemos dos cuellos de botella intraurbanos que debilitan esta posibilidad y están interrelacionados: el primero se refiere al universo simbólico contenido en los centros históricos y hoy, las áreas urbanas están en constante deterioro. Esta erosión de la memoria socava el sentido de integración, representación y pertenencia de la población más allá del espacio que contiene (hiperespacio) y del tiempo en que fue creado (historia). También porque la centralidad como espacio público sufre de agorafobia por el peso del mercado y la fragmentación de las ciudades, convirtiéndose en un freno para el desarrollo urbano, la integración social, asociativa y ciudadana. En otras palabras, el deterioro del patrimonio simbólico y la erosión de los mecanismos de integración se suman a los factores de inestabilidad social.

2.3.3. Sobre el diseño del espacio público y comercial

2.3.3.1. Las plazas de mercado como catalizadores urbanos

En su maestría Baquero, D. (2011). nos dice que la reactivación y atracción de la actividad de plaza de mercado genera el desarrollo de nodos de interacción urbana, por lo que este proceso requiere ser aprovechado, para ello la teoría del catalizador urbano acelera el proceso de transformación espacial para mejorar el espacio y calidad del sector urbano a través de la plaza mercado. Sobre esta base, se analiza el impacto de la plaza del mercado en el entorno circundante en el proceso de transformación urbana, cómo promueve la configuración de la centralidad, qué conflictos y

potencialidades existen en el mercado, y el análisis de cómo funcionará si se convierte en un método para regular y equilibrar el sector urbano.

Según la investigación, la metodología para el análisis y desarrollo de los lineamientos de diseño de las plazas de Bogotá consistió en un análisis comparativo de 3 áreas urbanas de Bogotá y una revisión de proyectos internacionales para determinar las principales variables que lo componen contenido básico de la guía de diseño.

El análisis se realizará a través de la observación directa, valorando la expresión del entorno de la plaza, sus potencialidades y conflictos provenientes de la articulación de la plaza mercado y el entorno, desde una perspectiva dinámica y activa.

A partir de este enfoque, Se mencionó que la plaza mercado es considerada como un elemento de atracción de población y ayudan a densificar el uso intenso del espacio público y movilidad urbana, el fuerte impacto de la actividad del mercado en la dinámica del entorno puede ser abordado y utilizado para mejorar el sector urbano, con base en su impacto en la transformación espacial y el aumento de la actividad comercial, las áreas urbanas pueden fortalecerse y revitalizarse para consolidarlas en una centralidad. La idea de combinar los dos conceptos de espacio comercial y público es promover áreas urbanas importantes.

En esta investigación se propone el desarrollo de lineamientos de diseño urbano para apoyar la solución de conflictos de uso y configuración espacial entre mercados y el entorno local en la ciudad. En la siguiente imagen se describen los lineamientos de diseño, las estrategias y las actividades que se desarrollarán durante el proceso de diseño y los requisitos para cumplir con los diseños creados para cada Plaza mercado y su entorno.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES	
Adecuada movilidad Vehicular	Mejorar la fluidez en la movilidad vehicular	Distribución y organización de la movilidad vehicular Establecer un trayecto de los camiones de carga hacia la Plaza de Mercado	
	Reorganizar las áreas de parqueos	Restringir el uso de las vías como zonas de parqueo Generar zonas de parqueo debajo de las nuevas construcciones	
	Incentivar la Movilidad peatonal	Priorizar la movilidad peatonal	Incorporar pompeyanos y paraderos sobre las vías que lo requieran Peatonalizar las vías secundarias de baja actividad que rodean a la Plaza de Mercado
		Senderos peatonales versátiles y accesibles	Senderos accesibles que proporcionen diferentes alternativas de movilidad peatonal Aplicar los estándares de diseño accesible para los peatones con movilidad reducida en el espacio público
Proporcionar seguridad en la movilidad peatonal		Promover la vigilancia natural a partir de la claridad visual y la permanencia de habitantes sobre el espacio público Señalización para la ubicación espacial Iluminación peatonal que genere seguridad y legibilidad espacial con focos visuales que sean acordes a las actividades diurnas y nocturnas	
Paisaje urbano significativo y atractivo		Caracterización espacial en las zonas de permanencia y a las edificaciones históricas Mobiliario urbano que fortalezca el estilo de diseño del sector (tradicional, clásico, moderno) La arborización como arquitectura del espacio público El arte urbano como elemento cultural e integración urbana	
Revitalizar y consolidar el entorno urbano	Revitalizar las áreas en proceso de deterioro	Reciclar las estructuras preexistentes, incorporando actividad comercial y servicios complementarios Desarrollar nuevas edificaciones sobre las construcciones deterioradas y de baja calidad arquitectónica Integrar los sectores urbanos de baja y alta vitalidad a partir de la conexión espacial e incorporación de usos apropiados	
	Armonización de los usos existentes con los propuestos	Incorporación de usos mixtos que mejoren las condiciones del entorno Reemplazar los usos de alto impacto por usos de bajo impacto complementarios a la actividad de la Plaza de Mercado	
	Incrementar la actividad residencial	Fomentar la actividad residencial a partir del desarrollo de vivienda nueva y en las edificaciones deshabitadas Diversas tipologías arquitectónica y de tenencia de la vivienda.	
	Legibilidad espacial	Identificación espacial e integración con el entorno	Creación de hitos o elementos de referencia en puntos de interés visual Generar enlaces visuales sobre las edificaciones de valor histórico
Definición y calidad del borde espacial		Definir y consolidar el borde o límite espacial para mejorar la lectura del espacio urbano Desarrollar una fachada atractiva y apropiada para cada tipo de uso	
Claridad y armonía visual en los avisos publicitarios		Unidad y legibilidad entre los avisos de los locales comerciales Retiro de elementos obstructivos para la calidad visual	
		La Plaza de Mercado como un lugar de encuentro	Espacio libre adaptable
Cualificación espacial en la Plaza de Mercado	Integrar la imagen arquitectónica de la Plaza de Mercado con el diseño del espacio público propuesto Jerarquizar las entradas principales de la Plaza de Mercado en su dimensión, diseño y ubicación sobre el espacio público		
Calidad ambiental y eficiencia en las zonas funcionales	Localización de parqueos y zonas de descarga a nivel subterráneo Se ubicarán las áreas de servicios, basuras y zonas de reciclado al interior de la Plaza de Mercado, evitando el contacto con el espacio público		
	Beneficiar a la comunidad local		Satisfacer la demanda social
Seguridad Urbana		Incluir a los residentes como vigilantes y cuidadores urbanos de forma natural	
Participación ciudadana		Incluir en las decisiones finales de diseño a la comunidad local	
Mantener la calidad espacial	Prolongar la calidad urbana	Programa de Mantenimiento para el mediano y largo plazo	

Figura 16. Lineamientos de diseño para la Plaza Mercado
Fuente: Guía de diseño urbano de Plaza Mercado de escala zonal 2011

2.3.3.2. Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas.

Según Medina, F. (2013). la integración a través de los mercados puede lograrse a través de iniciativas entre organismos públicos y privados para fomentar su inclusión, se mencionó que los mercados evolucionan a medida que las sociedades responden de manera adaptativa a las cambiantes necesidades sociales.

En este sentido, se puede decir que los mercados pueden ser el reflejo de las necesidades de la sociedad, por lo tanto, es posible lograr la integración social adaptando el mercado a las necesidades sociales cambiantes e involucrando a diferentes grupos sociales en el mercado como vendedores o compradores.

En conclusión, se trata de un contexto en el cual los espacios públicos dedicados al comercio están redefiniendo sus actividades y oportunidades, y sus funciones sociales para adaptarse a las necesidades sociales cambiantes.

2.4. Conceptos de Categorías

2.4.1. Revitalización

Según Tello, C. (2017). La revitalización se refiere a los procesos de intervención en áreas urbanas consolidadas que presentan problemas sociales, físicos y económicos, con el objetivo de mejorar la situación de los sectores más desfavorecidos en diferentes términos como composición social, calidad de edificios y vitalidad comercial buscando devolverles su vitalidad y mejorar la calidad de vida de la población.

La recuperación es un proceso de reutilización, por lo que se considera relevante para el desarrollo sostenible, la conservación o el cambio del uso anterior del espacio, independientemente de su valor patrimonial, pero por el potencial de mejora del hábitat a través del impacto funcional. intervenciones y/o intervenciones físicas, tanto para la arquitectura preexistente como para las áreas urbanas. En este sentido, se distingue entre reconstrucción patrimonial, arquitectónica y urbana, vinculando también la reconstrucción urbana al concepto de regeneración urbana.

Sin embargo, en lugar de reencarnación, se utilizó el concepto de avivamiento. La restauración incluye la restauración en el sentido de mejorar la calidad de los espacios urbanos, pero también de activarlos.

Por tanto, la restauración arquitectónica afecta principalmente a los espacios privados, y la restauración es un impacto relacionado con los espacios públicos. De esta forma, la reconstrucción de los espacios semiprivados refleja la posibilidad de revitalizar los espacios semipúblicos y, por el contrario, dar paso a una dimensión intermedia.

2.4.2. Integración social

La posición teórica entiende la integración social como la capacidad de generar mensajes que apoyen representantes colectivos socialmente cohesivos, es decir, formar una identidad colectiva que abarque diferentes clases sociales. Por el contrario, la desintegración social, resultante del hecho de que la sociedad no incluye a sus elementos, sino que los excluye, crea conexiones locales. Una sociedad en desintegración es aquella en la que su estructura e instituciones no tienen en cuenta la comunicación de todos los grupos sociales, con grandes áreas imposibilitadas de comunicarse (excluidas), de manera que es menos probable que se creen representaciones colectivas generalmente rota.

Hay dos tipos de comportamiento social: atómico y asociativo. El primero se refiere a la dificultad de crear grupos con un interés común (organización) y no participar en ellos (si existen). Por otro lado, la compatibilidad es la capacidad de crear e integrar estos grupos. Por un lado, la integración social se expresa en la formación de grupos capaces de mediar en las relaciones interpersonales y en el sistema social global, lo que constituye un ejemplo de comunicación público-privada. Por otro lado, estos grupos pueden articular su comunicación con la comunicación de otros grupos en diferentes niveles sociales y así contribuir a la formación de ideas colectivas.

A continuación, mostramos que una de las principales características de una sociedad integrada es un alto grado de asociatividad. La desintegración social conduce a la fragmentación, que corresponde a la incapacidad del sistema social para incorporar la comunicación de sus grupos constituyentes que son introvertidos.

Nuestro enfoque se basa en el hecho de que los aspectos sociales y espaciales están íntimamente relacionados, porque el espacio es un producto social que, una vez materializado, está en constante diálogo con los humanos. Por otro lado, lo que es espacio se constituye en el marco dentro del cual se realiza lo social.

Con lo anterior en mente, primero consideraremos la noción de integración social y luego la aplicaremos a una perspectiva espacial. (Sepúlveda, O. y Sepúlveda, D., 2003).

2.4.3. Mercado

El mercado es un espacio que genera actividades comerciales y transforma el entorno urbano a través del cambio de usos, incide fuertemente en la movilidad y destrucción de las estructuras urbanas y contribuye al desarrollo de las áreas urbanas de la ciudad como elemento central. Para aprovechar este potencial y orientar la mejora de la ciudad, se propone establecer estas estrategias de mejora de la calidad urbana basadas en la teoría de los catalizadores urbanos para abordar los problemas actuales que plantea el funcionamiento de los mercados en su entorno y explotar el potencial central para su nivel urbano. (Carrión, F., 2004)

2.4.4. Plaza

La plaza es un espacio urbano público, amplio y abierto, en el que suelen desarrollarse actividades muy diversas. Hay muchas formas y tamaños que se han construido todo el tiempo, pero no hay una ciudad en el mundo sin ellos. Por su importancia y vitalidad en la estructura de la ciudad, se les considera ayuntamientos.

Suelen ser el centro de la población, alrededor del cual comienzan a surgir los edificios más representativos, convirtiéndose así en símbolos de la fuerza. La Plaza del Ayuntamiento, la Plaza de la Catedral (a menudo se superponen o simplemente se les llama Plaza de la Ciudad) son típicas de muchas ciudades; en las ciudades más grandes, la Plaza de la Catedral o la Plaza del Palacio es más típica.

La plaza es el centro de la vida de la ciudad. Organizan muchos eventos sociales, comerciales y culturales. Las funciones simbólicas, tanto políticas como religiosas, cobran gran importancia en estos espacios, elegidos para celebrar coronaciones, fusilamientos, manifestaciones, procesiones y canonizaciones. Suelen ser elegidos para erigir memoriales o monumentos en ellos porque representan un tipo de espacio y son coherentes con los mecanismos que mantienen la memoria histórica. Además, son lugares de reunión, entretenimiento y actos festivos: fiestas, juegos, espectáculos, competiciones deportivas, feriado cualquier acto multitudinario que se pueda producir. La función económica (intercambio) corresponde a la vitalidad de las transacciones espontáneas, pero también las hace objeto de especial atención y control por parte de las autoridades. (Carrión, F., 2004).

2.4.5. Plaza Mercado

Son espacios que vinculan la actividad comercial, manteniendo una vitalidad urbana constante y dinamismo urbano y una alta densidad de movilidad, complementada con otro tipo de actividad.

La plaza del mercado es un equipamiento urbano que influye en la transformación de las áreas urbanas, desarrolla actividades comerciales y se convierte en un centro de actividad urbana. (Baquero, D. 2011).

2.4.6. Espacio público

Un espacio público es un espacio sujeto a una regulación específica por parte de la administración pública o que tenga dominio sobre el suelo, que garantice su disponibilidad para todos y fije las condiciones para su uso y actividades.

El espacio público también tiene una dimensión sociocultural. Es un lugar de relación e identidad de contacto ciudadano, de vitalidad urbana y, en ocasiones, de expresión comunitaria.

El espacio público es un concepto legal expresado como: un espacio que cumple con una disposición específica en la administración pública, así como el dominio del propietario o de la tierra sobre el mismo y garantiza el acceso a todas las personas y las condiciones establecidas para usar e instalar actividades.

El espacio público también tiene una dimensión sociocultural como un lugar de relación e identificación, de contacto entre personas, de revitalización de las ciudades y, en ocasiones, de expresión de comunidad.

En una ciudad histórica tradicional la memoria de una ciudad es bastante fácil de identificar. Suele presentarse como una imagen que permite a los ciudadanos definir su pasado y presente como unidad cultural, política y social, es por esto que, los espacios privilegiados donde se ubican monumentos sirven de marcadores en el tejido de la ciudad, es así como toda la ciudad actual funciona como una sucesora del legado cultural y puramente histórica. (Borja, J. y Muxí, Z. 2003).

2.4.7. Expansión Urbana

Según Lara, J., et al. (2017). la expansión urbana está Asociado al crecimiento físico de las ciudades, con la imposibilidad de establecer límites territoriales, argumentan que la expansión urbana es "el proceso de expansión territorial urbana con un crecimiento demográfico más rápido,

Bruegmann, R. (2005). Nos da una definición más clara cuando define la expansión urbana como: "El desarrollo de ciudades dispersas y de baja densidad como resultado de la falta de un proceso de planificación o el mal uso de la tierra a escala regional".

Ocupación fragmentada del suelo.

Baja densidad de población.

Grandes áreas de uso único del suelo.

Mala accesibilidad.

Falta de espacio público funcional.

2.4.8. Cohesión Social

Es un sentido de pertenencia a un espacio público o el grado de consenso entre los miembros de la comunidad de donde son parte de un grupo de ciudadanos con intereses y necesidades comunes. También se reduce la exclusión social y la discriminación, a menudo debido a las altas tasas de pobreza, índices de pobreza. (Valdebenito, F., 2016).

2.4.9. Calidad De Vida

La calidad de vida como propósito de la política pública parece estar relacionada con la satisfacción de un conjunto de necesidades relacionadas con el bienestar de los ciudadanos y con la posibilidad de que una persona viva una vida digna gracias al desarrollo autónomo de su potencial y cooperar con los objetivos de la sociedad en la que viven. (Leva, G.,2005).

2.5. Antecedentes Contextuales

2.5.1. Antecedentes de Estudios Similares

2.5.1.1. Balti Jaama Turg – Tallin, Estonia



*Figura 17. Mercado Balti Jaama Turg
Fuente: Google.*

a) Ficha técnica:

Proyectista: Estudio KOKO

Ubicación: Kopli, Tallinn, Harju, Estonia

Superficie construida: 25000,00 m²

Año de construcción: 2017

b) Descripción del proyecto:

Terminado en 2017, el proyecto según los arquitectos pretendía capturar el movimiento "caótico" que representa la plaza del mercado, haciéndola adaptable a todo tipo de usuarios que acuden al lugar.

Pero el concepto del mercado no se trata solo de crear un cuerpo arquitectónico, los diseñadores también querían enfatizar la importancia del espacio público alrededor del proyecto, que sería una gran contribución a la ciudad de Tallin.

c) Análisis físico espacial:

El mercado se encuentra en la parte norte de Tallin, entre la principal estación de tren de la ciudad y la popular zona residencial de Karamaja. El ingreso principal al mercado está ubicada al norte por la calle Kopli y la entrada secundaria al sur por la calle Reisijate



Figura 18. Análisis físico espacial.
Fuente: Google Earth.

d) Análisis funcional:

Zonificación:

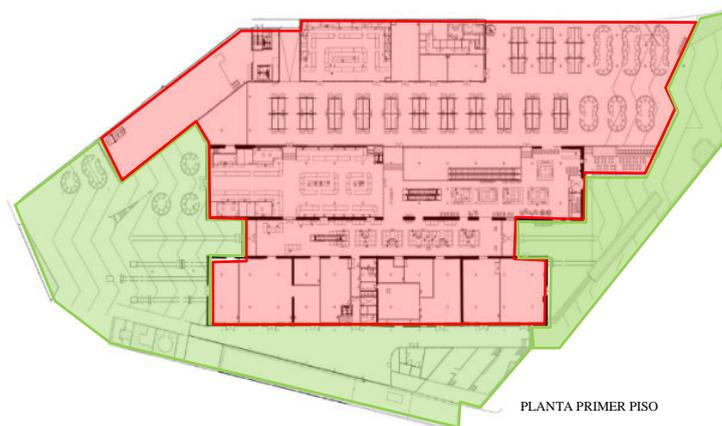
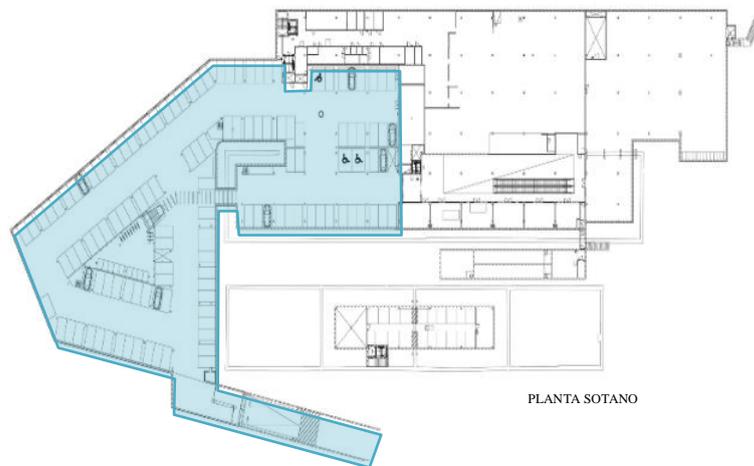




Figura 19. Análisis funcional
Fuente: Elaboración propia.

Circulación:

El mercado cuenta con espacios públicos de acceso que conecta el espacio público con los ambientes comerciales del mercado, interiormente se tienen circulaciones principales y secundarias para que el usuario se traslade de acuerdo con las necesidades que requiera.

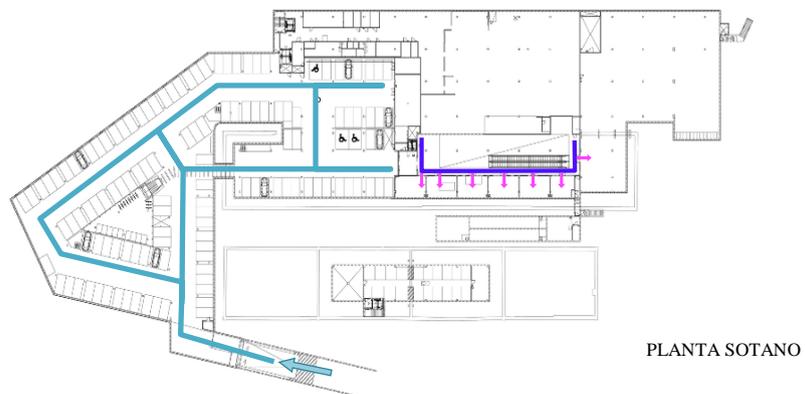


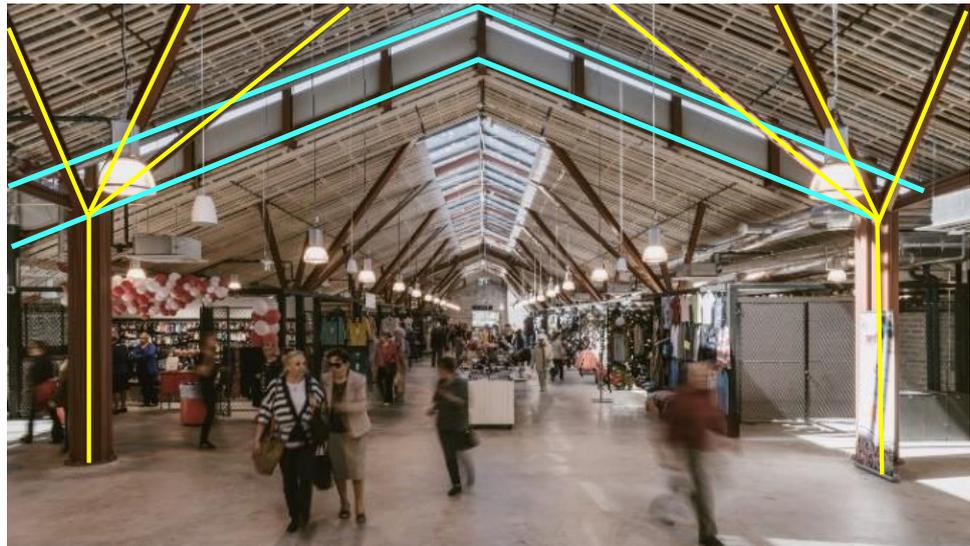


Figura 20. Análisis de la circulación
Fuente: Elaboración propia.

e) Análisis formal:

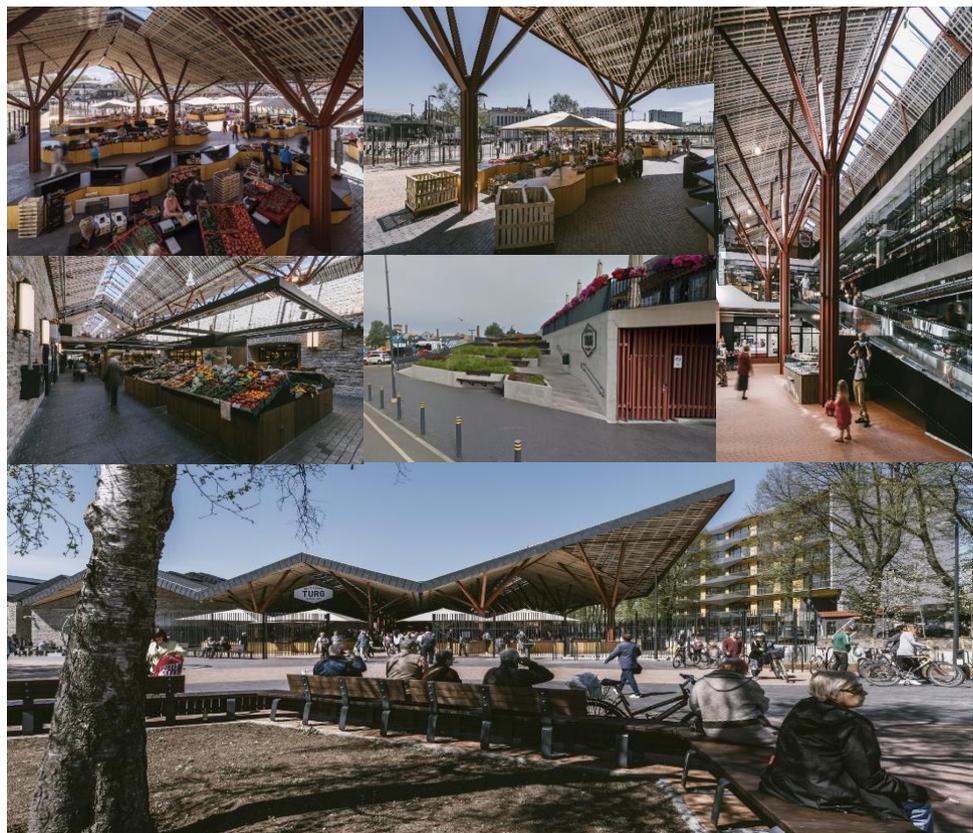
En cuanto a diseño y tipo de equipamiento del mercado, refleja la historia de los espacios anteriores del mercado preexistente. La paleta de materiales utilizada en todo el edificio incluye baldosas de cerámica, metales ferrosos y madera, que es un material común utilizado en la región de Estonia.

El diseño consta principalmente de un pavimento que se divide estratégicamente en tramos para proteger de la radiación solar. El material de revestimiento es principalmente madera, sostenida por columnas del mismo material, que gracias a la luz natural da la sensación de un espacio diáfano.



*Figura 21. Análisis formal.
Fuente: Elaboración propia.*

f) Panel fotográfico:



*Figura 22. Panel fotográfico.
Fuente: Google.*

2.5.1.2. Mercado de la Boquería – Barcelona, España



*Figura 23. Mercado de la Boquería.
Fuente: Google.*

a) Ficha técnica:

Proyectista: Estudio Carme Pinós

Ubicación: Ciutat Vella, Barcelonès, Barcelona, Cataluña, España

Superficie construida: 1019,65 m²

Año de construcción: 2015

b) Descripción del proyecto:

La ampliación del Mercado de La Boquería se enmarca en el proyecto de revitalización denominado la Gardunya, un proyecto de transformación urbana que propone la creación de un nuevo polo de actividades en el área de Ciutat Vella.

La intervención responde a la necesidad de crear una nueva fachada posterior del mercado en lo que antes era una zona de carga y descarga.

El proyecto Gardunya incluía, además de una única intervención en la fachada posterior del Mercado de la Boquería, la rehabilitación de la plaza, un edificio de viviendas y la nueva Escuela de Bellas Artes de la Massana, todo ello bajo la responsabilidad del Estudio Carme Pinós

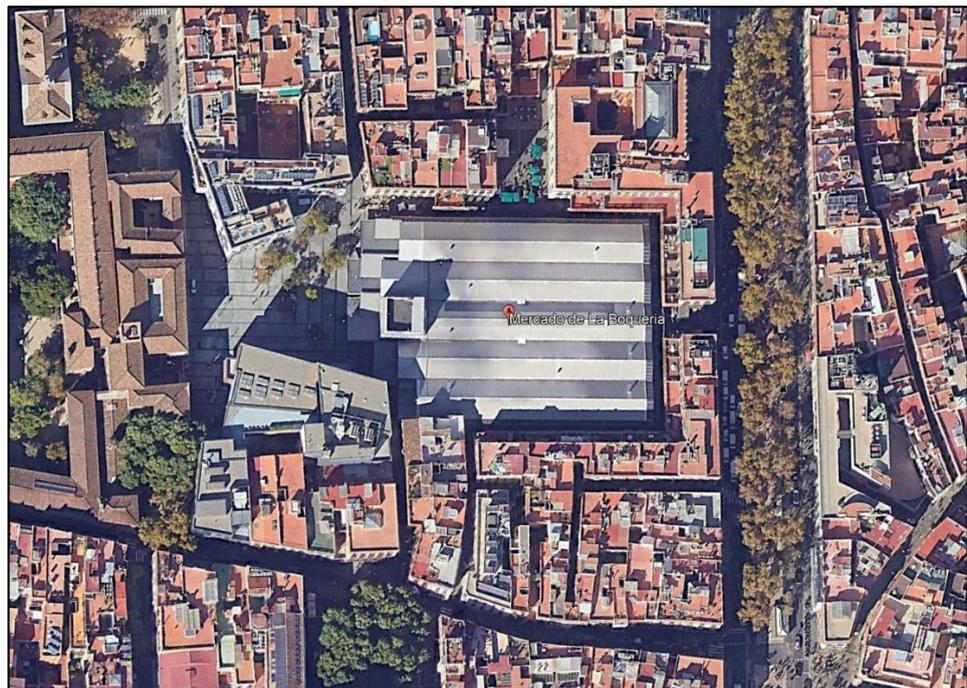
Tras la finalización de la construcción del aparcamiento público y la zona logística situada bajo la plaza, se inició con el proyecto integral de la plaza. Las entradas de vehículos se disponen en calles laterales para no

afectar el uso de la nueva plaza, un espacio grande y soleado rodeado por dos nuevos edificios y la fachada oeste de la plaza del mercado.

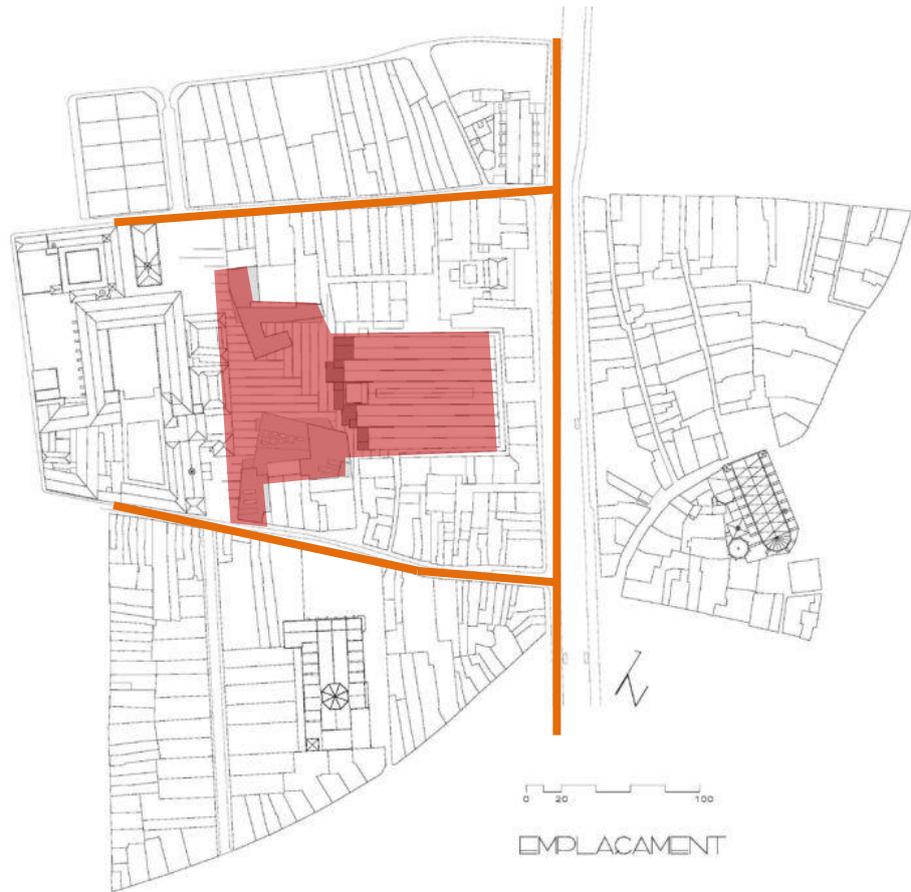
En 2015 finalizaron las obras de ampliación de la fachada del Mercado de la Boquería y actualmente se están trabajando en otras estructuras del proyecto Gardunya, la Escuela de Bellas Artes de La Massana y un edificio de viviendas.

c) Análisis físico espacial:

Espacialmente el proyecto contempla el diseño del mercado, la plaza frente a este, un edificio de viviendas multifamiliar y la Escuela de Bellas Artes de La Massana y se ubica en el sector más antiguo de Barcelona, Ciutat Velle. La parte frontal del Mercado limita con la famosa calle de La Rambla.



*Figura 24. Imagen satelital del Mercado de la Boquería.
Fuente: Google Earth.*



*Figura 25. Análisis físico espacial.
Fuente: Elaboración propia.*

d) Análisis funcional:

Zonificación:

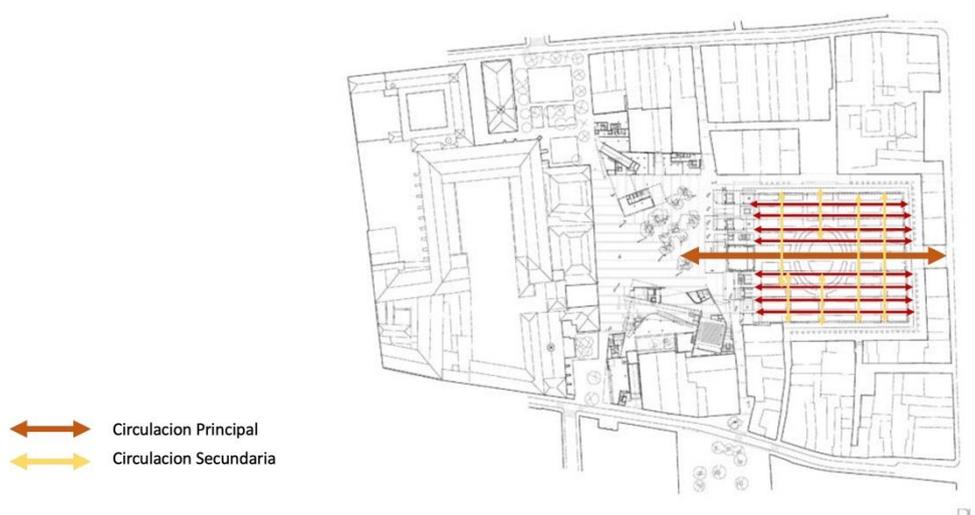


*Figura 26. Análisis funcional.
Fuente: Elaboración propia.*

Circulación:

Respecto a la circulación, esta se da en sentido lineal recorriendo los puestos de venta en sentido longitudinal, desde el punto de ingreso hasta la salida al extremo final, este eje se replica en otros sus pasarelas paralelas al mismo y con un elemento ornamental central a manera de circulo para permitir la fluides del sentido contrario al principal.

Así mismo, este mercado se comunica con el exterior mediante su fachada libre de puertas y de forma directa con la plaza colindante y todos los pasajes que lo rodean, generando un sistema de comunicación completo en donde el mercado no es más que parte de la trama de la ciudad y los ciudadanos lo pueden visitar como mercado o como espacio de tránsito entre un punto y otro.



*Figura 27. Análisis de la circulación.
Fuente: Elaboración propia.*

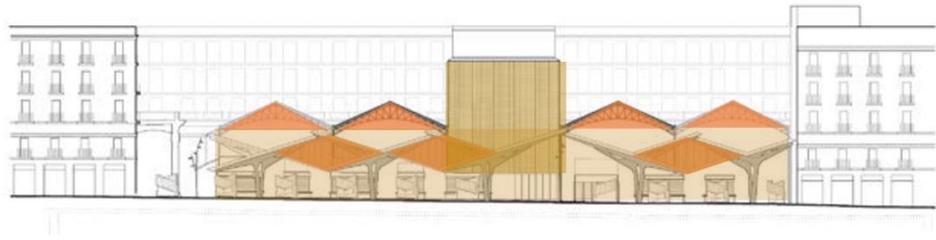
e) Análisis formal:

La propuesta de Carme Pinós para una nueva fachada cambia el ritmo habitual de las fachadas existentes en la plaza principal, creando una imagen simétrica centrada en los edificios colindantes y creando un nuevo ritmo con carácter diferenciado, diluyendo los puntos más vivos con el arbolado y el tráfico.

Los diversos planos inclinados que componen el techo están sostenidos por una estructura de vigas en voladizo en voladizo construidas con placas de acero planas soldadas.

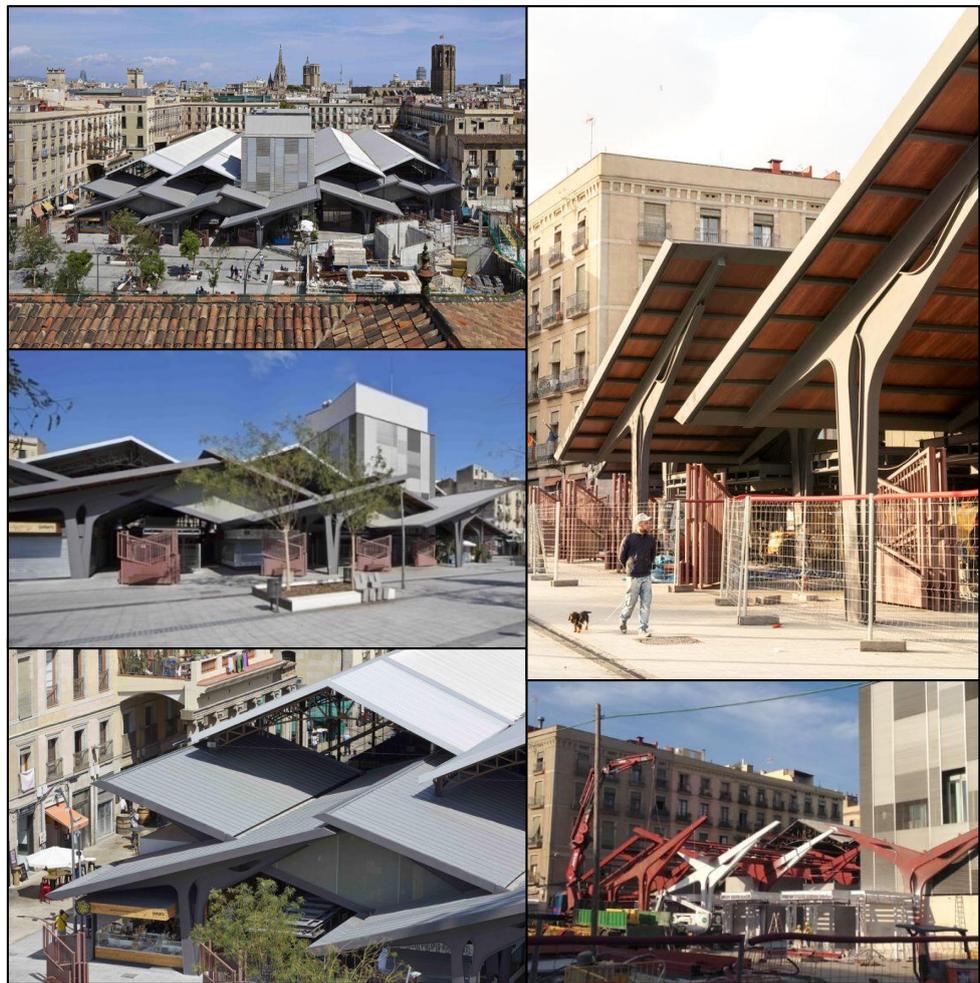
Como se aprecia en la imagen la variedad de elementos geométricos permite una composición armónica y respetuosa de los

lineamientos ya establecidos tanto en las cubiertas antiguas del mercado como en las edificaciones aledañas existentes.



*Figura 28. Análisis formal.
Fuente: Elaboración propia.*

f) Panel fotográfico:



*Figura 29. Panel fotográfico.
Fuente: Google.*

2.5.1.3. Mercado Municipal de Rubí – Barcelona, España



*Figura 30. Mercado Municipal de Rubí.
Fuente: Google.*

a) Ficha técnica:

Proyectista: MiAS Arquitectes

Ubicación: Rubí, Vallès Occidental, Barcelona, Cataluña, España

Superficie construida: 1600,00 m²

Año de construcción: 2008

b) Descripción del proyecto:

El Mercado Municipal de Rubí se encuentra en el centro de la ciudad. Al norte de esta, antes de la intervención, había un área post-excavada que quedó sin urbanizar y sin utilizar.

El proyecto propone la construcción de un aparcamiento subterráneo de dos plantas en el mismo hueco excavado, conectando con el aparcamiento del mercado existente y en el emplazamiento de la nueva Plaza del Mercado.

El proyecto incluía la rehabilitación de las plantas inferiores del mercado para integrarlas con los nuevos niveles de aparcamiento, junto con la instalación de cámaras frigoríficas y gestión de residuos.

Esta nueva zona sobre el aparcamiento subterráneo será un nuevo espacio de acceso público al mercado y solucionará el desnivel de la zona. Además del vestíbulo exterior, este espacio será una extensión de la actividad comercial interior, atendiendo las necesidades de ferias y eventos comerciales ocasionales al aire libre.

c) Análisis físico espacial:

Esta nueva orientación del mercado, que actualmente da hacia la nueva plaza, propone extender una fachada a lo largo de la plaza y estará dedicado a las nuevas instituciones municipales y al consejo de administración del mercado. Así, el edificio de la ciudad ocupa toda la fachada y supera la altura de la actual plaza del mercado, creciendo en tres niveles y convirtiéndose en un hito. Tanto en la planta baja como en el primer nivel del edificio se encuentran los locales comerciales comunicados con el mercado existente, así como los accesos principales al mercado desde el primer nivel y un aparcamiento subterráneo.

Según los desarrolladores del proyecto, ellos mencionan que: “hemos construido algo así como una playa de la ciudad donde la gente tomará el sol, caminará y se divertirá, una nueva área que ayude a cerrar la brecha entre la calle y el acceso al mercado, una plaza de arena y una acera”. Esta forma poética de analizar la edificación se ve retratada en la realidad mediante la fachada alargada y el diseño en ondas trabajado tanto en la plaza como en los elementos formales de la fachada larga que presenta el mercado.



*Figura 31. Imagen satelital del Mercado Municipal de Rubí.
Fuente: Google Earth.*

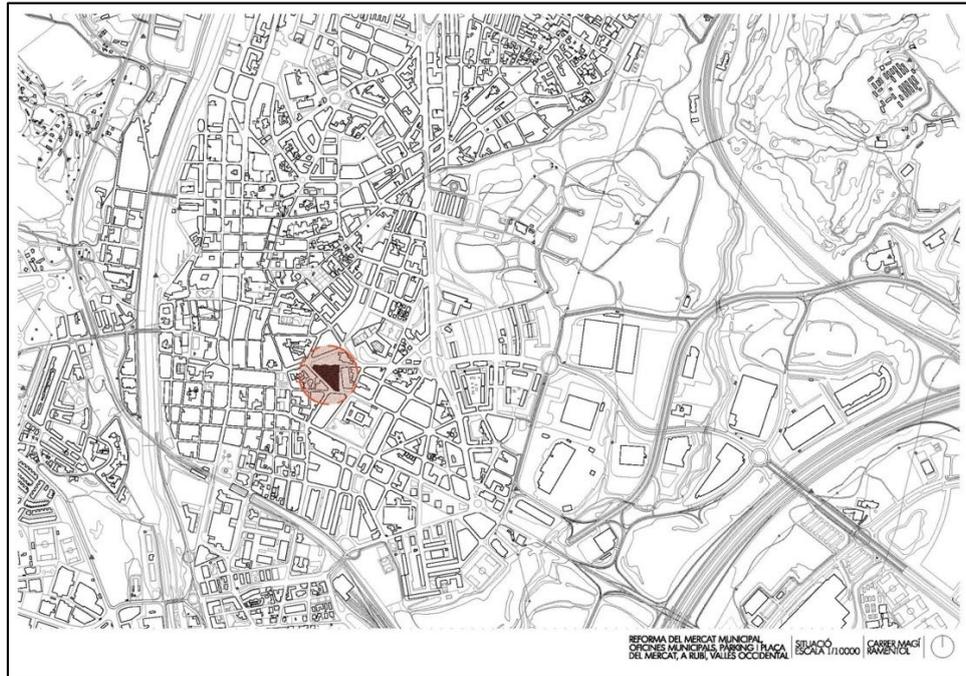


Figura 32. Anàlisi físic espacial.
Fuente: Elaboración propia.

d) Anàlisi funcional:

Zonificació:



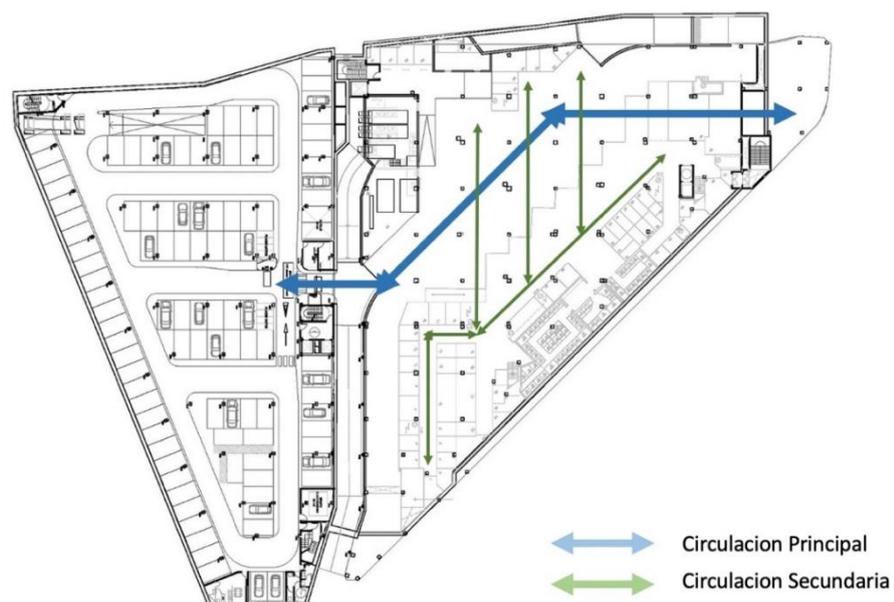
- Mercado
- Espacio Público



*Figura 33. Análisis funcional.
Fuente: Elaboración propia.*

Circulación:

La circulación tanto en el sótano como en la primera planta es de manera lineal en un solo sentido con caminos secundarios que se posan transversalmente sobre la circulación principal. Además, se genera un recorrido orientador y lineal dentro de la infraestructura para fortalecer el orden y la distribución de los espacios para los usuarios.

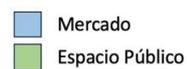
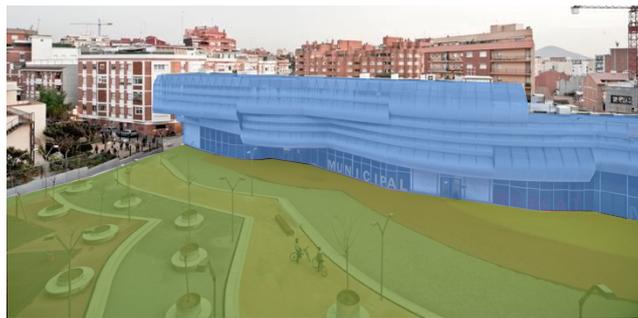




*Figura 34. Análisis de la circulación.
Fuente: Elaboración propia.*

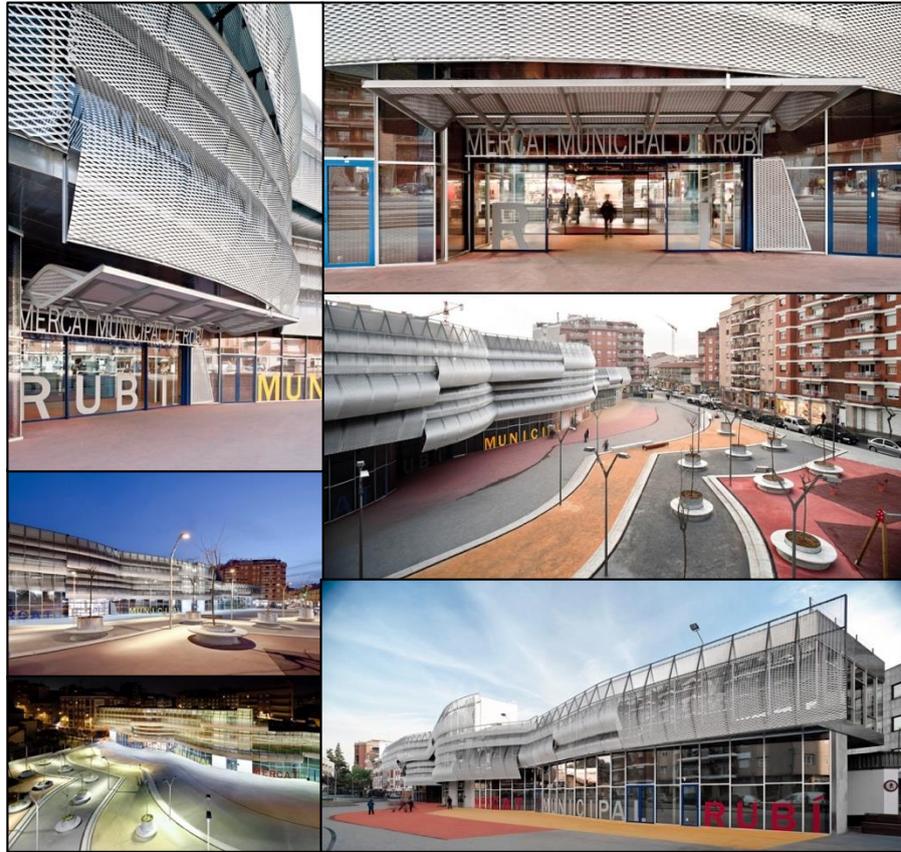
e) Análisis formal:

Respecto al análisis formal, la fachada del Mercado posee un diseño moderno con una altura que conserva los niveles de las edificaciones colindantes, así mismo la forma de la edificación mantiene coherencia con la plazoleta frontal manteniendo las formas curvas que presenta la fachada del mercado.



*Figura 35. Análisis formal.
Fuente: Elaboración propia.*

f) Panel fotográfico:



*Figura 36. Panel fotográfico.
Fuente: Google.*

2.5.1.4. Mercado La Barceloneta - Barcelona, España



*Figura 37. Mercado La Barceloneta.
Fuente: Google.*

a) Ficha técnica:

Proyectista: MiAS Arquitectes

Ubicación: Ciutat Vella, Barcelonès, Barcelona, Cataluña, España

Superficie construida: 5200,00 m²

Año de construcción: 2007

b) Descripción del proyecto:

Para el equipo de MiAS Arquitectes, como estudiantes de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona, La Barceloneta fue parte de sus discusiones. Los restaurantes con grandes explanadas que luego desaparecieron, calles estrechas, pequeños apartamentos, ropa tendida en los balcones, tiendas, talleres y su gente que hablaba y aun habla rápido y fuerte.

De hecho, la plaza del mercado siempre ha sido un elemento de cohesión social de la zona, un hito, a veces casi oculto, y visible sólo para sus habitantes.

Creo que pudimos reintegrar el mercado a esta área de forma natural; Del lado de la plaza del mercado, las ventanas idénticas de nuestros vecinos cubren nuestra valla y forman parte de ella, y viceversa.

Es un mercado que se puede pensar como una extensión de la ciudad, barrio, tiendas, bares con continuidad diaria. Y puedes cruzarlos como puedes cruzar un paso de peatones sin apenas mirar en ninguna dirección. Salas, restaurantes, comercios, espacios y para el barrio, en pocas palabras el sentimiento de pertenencia a un lugar, identificándose con él y participando de su energía.

Quería que este edificio, además de plaza de barrio, con su confianza e intuición, fuera una parte característica de este barrio tan especial e importante de Barcelona

c) Análisis físico espacial:

Respecto a la espacialidad de la edificación esta se encuentra entre viviendas frente a una plaza que forma parte de la arquitectura del mercado convergiendo en una sola lectura espacial.



Figura 38. Imagen satelital del Mercat La Barceloneta.
Fuente: Google Earth.



Figura 39. Análisis físico espacial.
Fuente: Elaboración propia.

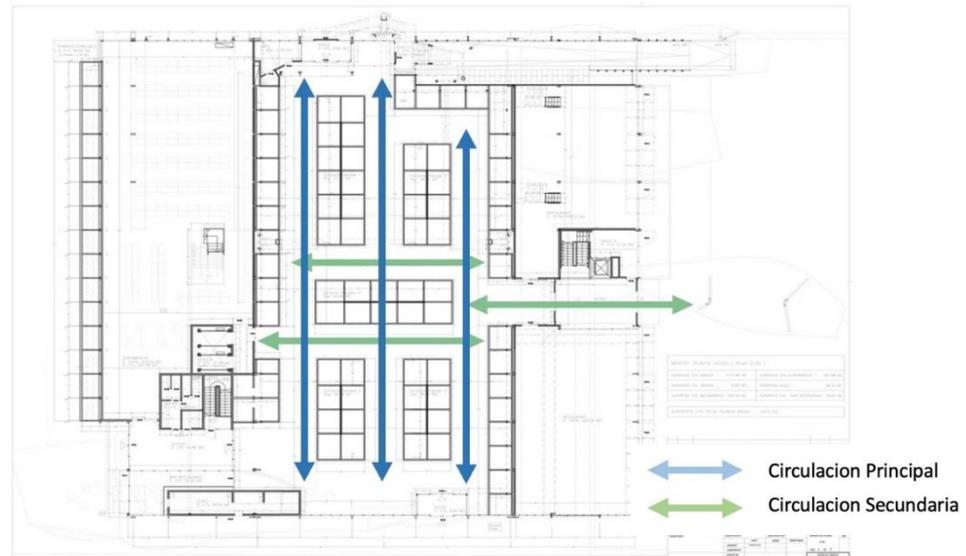
d) Análisis funcional:

Zonificación:



Figura 40. Análisis funcional.
Fuente: Elaboración propia.

Circulación:



*Figura 41. Análisis de la circulación.
Fuente: Elaboración propia.*

e) Análisis formal:

La plaza del mercado quería convertirse en parte del barrio, de su tejido urbano, y redirigirse a las plazas delantera y trasera, anteriormente la plaza no existía y los caminos que la formaban se cruzaban con la orientación vertical de estas plazas.

Los nuevos íconos de metal construyen nuevos espacios de mercado que no tocan el suelo pero que en realidad no se ciernen sobre la estructura anterior porque las dos estructuras, la estructura actual y la nueva estructura, nunca se cruzan de acuerdo con los patrones. Un saldo falso.



*Figura 42. Análisis formal.
Fuente: Google.*

f) Panel fotográfico:

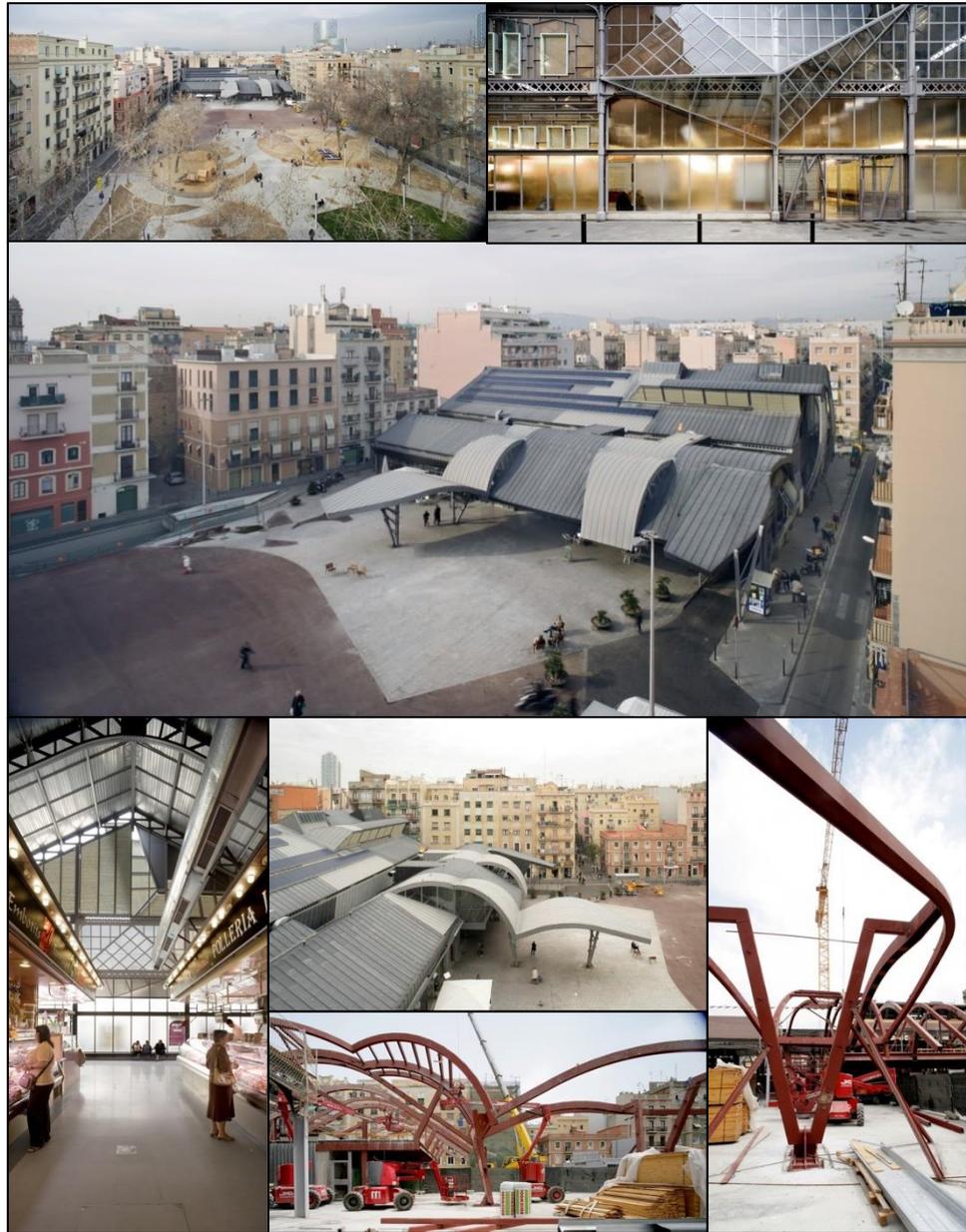


Figura 43. Panel fotográfico.
Fuente: Elaboración propia.

2.5.1.5. Mercado de Santa Caterina - Barcelona, España



*Figura 44. Mercado de Santa Caterina.
Fuente: Google.*

a) Ficha técnica:

Proyektista: Enric Miralles y Benedetta Tagliabue

Ubicación: Ciutat Vella, Barcelonès, Barcelona, Cataluña, España

Superficie construida: 7000,00 m²

Año de construcción: 2005

b) Descripción del proyecto:

En mayo de 2005 se reabrió al público el mercado que parecía existir desde hacía mucho tiempo. El espacio urbanizado no funciona sólo como mercado. Sirve como mercado, museo, punto de referencia en la ruta turística de la ciudad, vivienda para personas mayores, pero también es plaza, barrio y ciudad. Este es un proyecto en curso que tiene como objetivo arreglar todos los proyectos anteriores fusionándose con ellos para mejorar las vidas de todos los que pasan.

En abril de 1997, el Ayuntamiento de Barcelona convocó un concurso para rehabilitar la plaza de Santa Caterina, que resultó ganador el estudio de arquitectura EMBT Associats, liderado por Enric Miralles y Benedetta Tagliabue. El grupo acaba de presentar un plan especial de reforma interna que cambia el plan base existente. El antiguo plan requería la reurbanización del sitio utilizando esponjas, una técnica de demolición

moderna, para liberar espacios urbanos densos. El plan EMBT rechaza la demolición como sistema y se centra en restaurar el tejido histórico preservando al mismo tiempo su complejidad. El trazado de las calles no debe ser “abierto” ni “simplificado”, sino transformador.

Utilizarán la misma estrategia que propone el equipo para convertirla ciudad en un mercado. Así, Santa Caterina revive y entra en el siglo XXI, convirtiéndose en uno de los edificios más famosos de la ciudad.

c) Análisis físico espacial:

En este proyecto, la dicotomía entre lo nuevo y lo viejo se desdibuja. En Santa Caterina, los puestos más tradicionales ocupan el nuevo espacio y las calles que quedaron del antiguo mercado se llenan de establecimientos comerciales actuales.

La superficie reservada a los mostradores es reducida respecto al antiguo mercado. En este espacio se construye un museo dedicado a la interpretación arqueológica, basado en las ruinas de un monasterio del siglo XII, derribado para construir el primer mercado y viviendas. Las casas y museos alteran radicalmente el tejido urbano existente y, a través de su disposición, se entrelazan con la textura de las calles vecinas.

En el mercado, el espacio de comunicación es el espacio de mayor importancia funcional. Los puestos distorsionan la estructura ortogonal, imitando la estructura perturbada del entorno en el que se ubican.



*Figura 45. Imagen satelital del Mercado de Santa Caterina.
Fuente: Google Earth.*



Figura 46. Análisis físico espacial.
Fuente: Google.

d) Análisis funcional:

Zonificación:

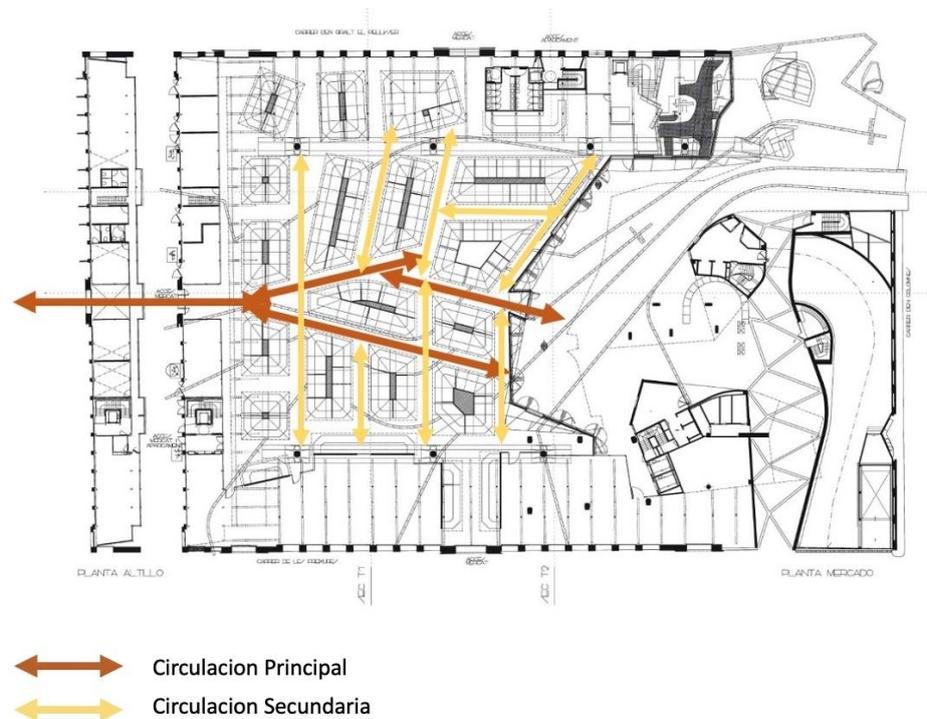


Figura 47. Análisis funcional.
Fuente: Elaboración propia.

Circulación:

La circulación y el emplazamiento del mercado en el espacio público cobra más importancia en este mercado, ya que el diseño interior del mercado evoca una antigua ciudad medieval manteniendo el concepto de que, tanto

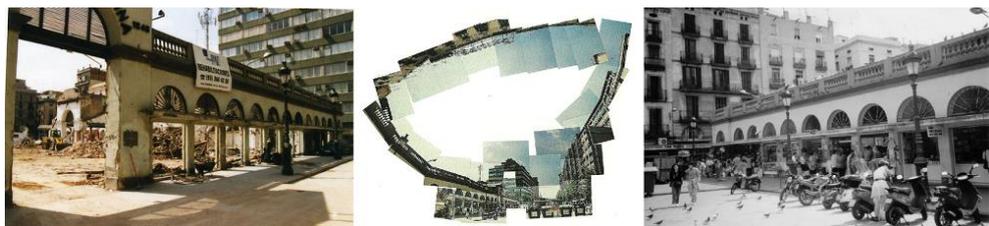
el espacio público se apertura a utilizarlo, también el mercado hace lo propio al abrirse hacia la ciudad y mantener dentro un trazo de ciudad con la única diferencia de que posee una cubierta. Finalmente podemos decir que tanto espacio público como mercado son un solo espacio social con características arquitectónicas distintas, pero con la misma función, la de transitar, estar, descansar y disfrutar del espacio que rodea al peatón en el quehacer cotidiano.



*Figura 48. Análisis de la circulación.
Fuente: Elaboración propia.*

e) Análisis formal:

El equipo de arquitectos considera el mercado un hito arquitectónico más en el recorrido histórico desde Santa María del Mar hasta la catedral, intentando replicar el éxito del mercado de la Boquería en relación con los recorridos que lo rodean.



*Figura 49. Análisis formal.
Fuente: Google.*

Una de las decisiones de diseño originales fue conservar la fachada del antiguo bazar que da a la Avenida de Francesc Cambó y parte de dos fachadas laterales: la fachada de Giralt elPellisser, que corta hacia las ruinas del museo, y la fachada de Freixures hacia las ruinas del museo. esquina con Masanet, justo enfrente de la Plaza de Santa Caterina. A partir de aquí, la estructura se erosiona y la enorme fachada se elimina, dando paso a huecos, muros vacíos, pequeños edificios y plazas de diversos tamaños.

La controvertida decisión de abandonar la fachada de la plaza del mercado, debido a su bajo valor arquitectónico y coste de renovación, resultó ser una de las más acertadas y modernas. Lo que queda de la plaza es un escenario puro, un escenario urbano que nos conecta directamente con las actividades que se han desarrollado en estos espacios a lo largo de los años, un entorno que es ciudad y memoria, donde se añaden nuevos espacios y tiempos, no eliminado del anterior.

f) Panel fotográfico:



Figura 50. Panel fotográfico.
Fuente: Google.

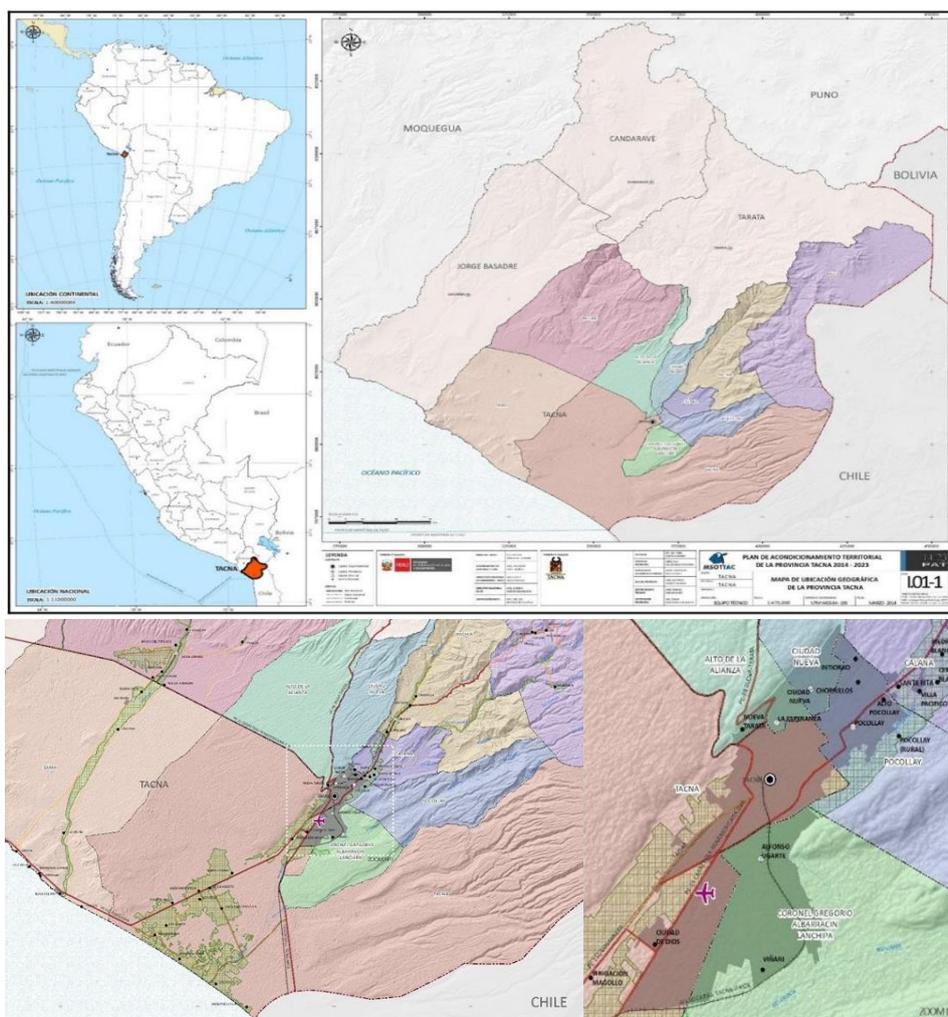
2.5.2. Análisis y Diagnóstico del Distrito Coronel Gregorio Albarracín.

2.5.2.1. Ubicación del ámbito de estudio.

El distrito de coronel Gregorio Albarracín se ubica en el departamento de Tacna, formando parte de la provincia de Tacna, con las coordenadas 18° 2' 24" Sur y 70° 15' 15" Oeste, con una altitud de 562 m.s.n.m. y una superficie geográfica de 168,00 Km² y se encuentra a 3 Km del centro de la ciudad.

Los límites del distrito de coronel Gregorio Albarracín son:

- Por el Norte: Con el cuartel Tarapacá.
- Por el Sur: Con la Calle Las Violetas.
- Por el Este: Con la Av. Von Humboldt.
- Por el Oeste; Con el Cerro Arunta.



*Figura 51 Ubicación de la región Tacna.
Fuente: Equipo técnico PAT-PDU 2014-2023*

2.5.2.2. Aspecto socio demográfico

A. Población

El censo de 2007 estableció una población residente de 250.200 habitantes, lo que convierte a Gregorio Albarracín Lanchipa en el segundo distrito más poblado con 68.989 habitantes (por la cantidad de personas afectadas por la reubicación del terremoto de 2001), después de Tacna. con 9.428 hab., Alto de la Alianza tiene 35.439 hab., Ciudad Nueva 34.231 hab. y Pocollay 17.113.hab.

DISTRITOS	POBLACIÓN POR AÑOS			
	1981	1993	2007	2013(2)
Tacna	97 173	117 168	94 428	93 818
Alto de la Alianza	(1)	26 872	35 439	36 906
Ciudad nueva	(1)	26 178	34 231	38 400
Pocollay	1 359	10 445	17 113	19 836
Cml. Gregorio Albarracín L.	(1)	(1)	68 989	90 789
TOTAL	98 532	180 663	250 200	293 784

Figura 52. Población por años.

Fuente: Equipo técnico PAT-PDU 2014-2023

B. Evolución y crecimiento poblacional

El distrito de coronel Gregorio Albarracín tiene una tasa de crecimiento de 2.4%, tomando como referencia las tasas de fecundidad de natalidad y desplazamientos migratorios.

- Migración

La gran mayoría de migrantes en el departamento son de las zonas altoandinas – Puno y el distrito con más incidencia de migrantes es el distrito de coronel Gregorio Albarracín

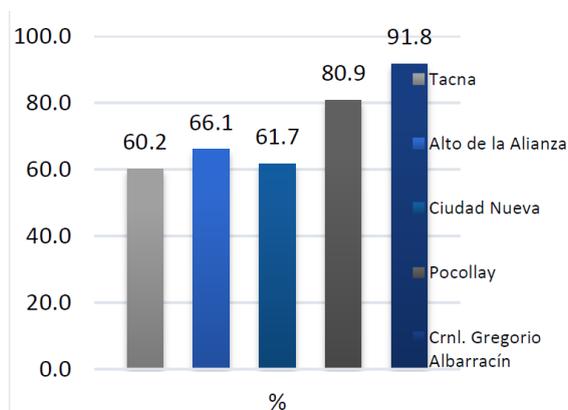


Figura 53. Migración.

Fuente: Equipo técnico PAT-PDU 2014-2023

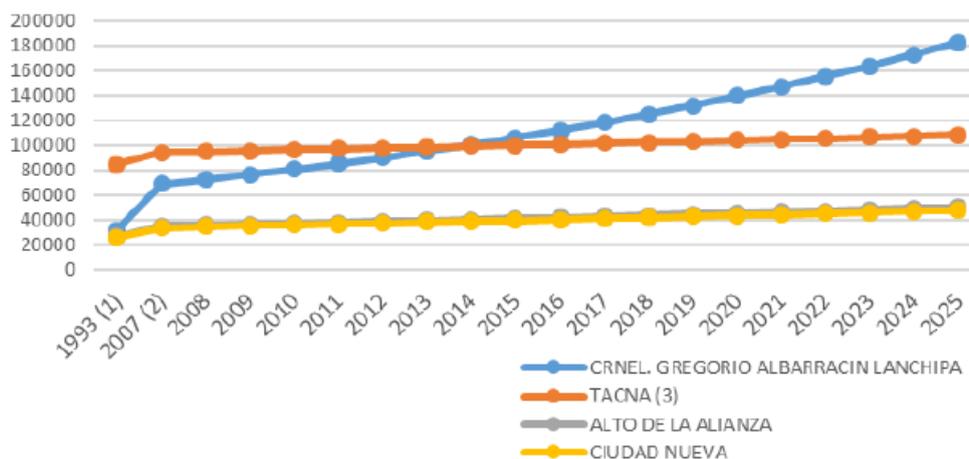


Figura 54. Evolución de la población al 2025.
Fuente: Equipo técnico PUD-GAL-2016

Se observó crecimiento poblacional en todos los distritos de la provincia de Tacna, el distrito de coronel Gregorio Albarracín L. Se destaca por su crecimiento acelerado y se espera que a largo plazo tenga la mayor población de toda la provincia de Tacna, consolidando un área actualmente en proceso de desarrollo.

2.5.2.3. Aspecto social

A. Distribución poblacional

Los distritos con más tamaño de población son el distrito de Tacna con 36.44% y el distrito de coronel Gregorio Albarracín con 28.40%.

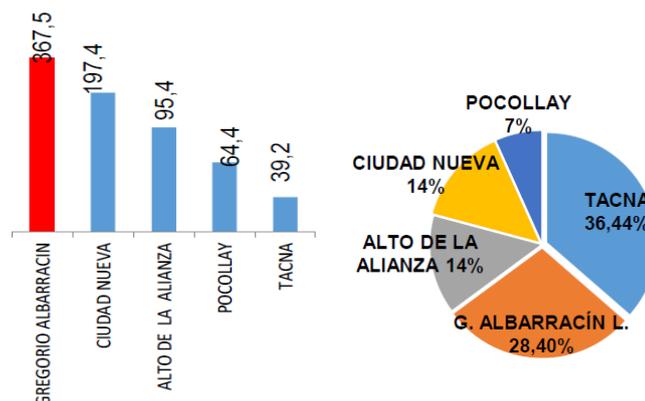
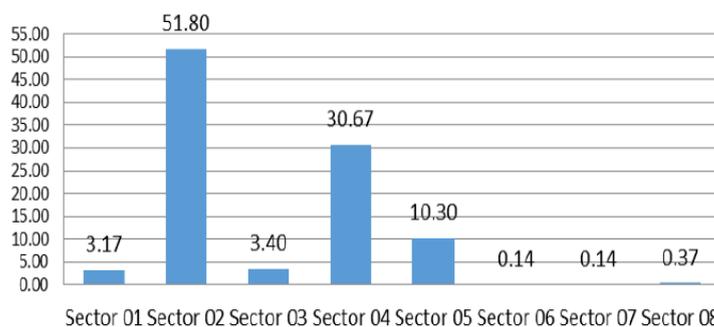


Figura 55. Distribución poblacional.
Fuente: Equipo técnico PUD-GAL-2016

Y en base en la información catastral del distrito coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, se estimó la distribución poblacional en 8 sectores que conforman el área urbana ocupada, teniendo al terreno de intervención se

ubicado en el Sector 02, el cual tiene la mayor población y tasa de concentración de la población de 51,80%.



*Figura 56. Porcentaje de población distribuida por sector urbano.
Fuente: Equipo técnico PUD-GAL-2016*

B. Densidad poblacional

	Población		Superficie Territorial Km2	Densidad Poblacional Hab/ Km2	
	2007	2015(1)		2007	2015
Prov. Tacna	262731	329073	8066.11	32.57	40.80
Dist. Tacna	94,428	89,707	2,407.18	39.2	37.27
Dist. Cnel Gregorio Albarracín Lanchipa	68,989	106,405	187.74	367.5	566.8

*Figura 57. Densidad poblacional.
Fuente: Fuente: Equipo técnico PUD-GAL-2016*

2.5.2.4. Aspecto Económico

A. Población en edad para trabajar

Un indicador directamente relacionado con la PEA es la tasa de actividades, que mide la participación de la población en edad de trabajar (PET) en el mercado laboral, ya sea por trabajar o buscar trabajo. La tasa de actividad en el distrito ha sido superior para el nivel de actividad de los hombres (72,7%) que para las mujeres con (52,9%) según los datos obtenidos del Plan Específico de la zona eje ecológico del distrito coronel Gregorio Albarracín.

B. Población económicamente activa (PEA)

Se denomina población económicamente activa al total de personas que participan activamente en la producción económica de bienes y servicios. Durante un período de tiempo, se divide en población económicamente activa ocupada, económicamente activa desocupada.

CONDICIÓN/ACTIVIDAD	REGIÓN TACNA	PROV. TACNA	DISTRITO CGAL
PEA Ocupada	126,656	113,629	28,947
PEA Desocupada	8,213	7,676	1,818
TOTAL	134,869	121,305	30,765

Figura 58. Población económicamente activa.

Fuente: INEI, Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el (Censo Nacional de Población y Vivienda, 2007 – INEI); en el distrito coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, los pobladores que tienen trabajos componen el 94.09% por ende hasta el momento son los que integran el PEA ocupada y el otro grupo de pobladores que no cuentan con trabajo integran el PEA desocupada con un 5.91%.

Finalmente, los trabajadores del distrito se concentran en el área de servicios con más del 30% del empleo de la PEA, donde los hombres tienen un aporte importante en esa área; seguida de la actividad comercial (26,5% del empleo) y la construcción (10,1% del empleo).



Figura 59. Comparativa del PEA en la región Tacna.

Fuente: INEI, Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

C. Actividades económicas

Debido al desarrollo y aumento de su población, las actividades comerciales son las que más se destacan alcanzando el 55,11% de la tasa de participación distrital, seguida de los servicios con el 39,24% y por último las actividades productivas con el 5,65%.

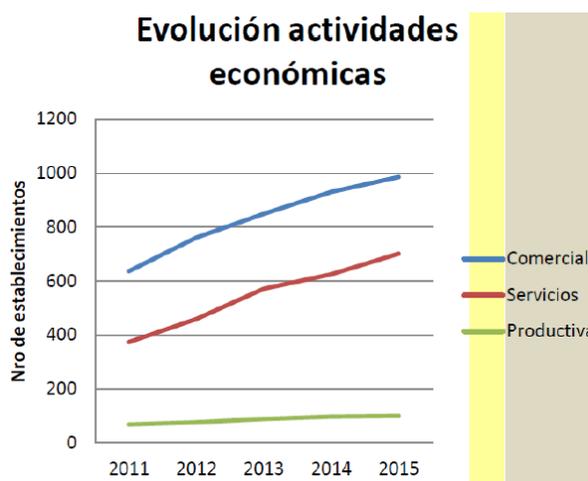


Figura 60. Evolución de las actividades económicas.
Fuente: Diagnostico PDU-DCGAL; INEI.

- Comercio

Una de las actividades en constante crecimiento es el comercio, que organiza parte de las dinámicas de intercambio comercial, sino también social y cultural. Abarrotes y Bodegas fueron los que más crecieron en comercio con 52,35 %, seguido de ferreterías con 11,18%, licorerías con 6,24 % y combustibles y lubricantes con 5,53 %.

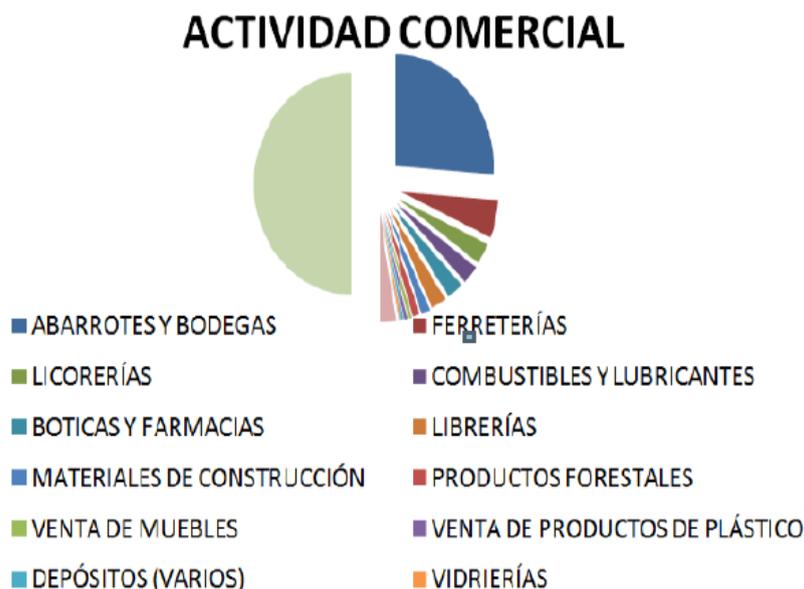


Figura 61. Actividades comerciales.
Fuente: Diagnostico PDU-DCGAL; INEI.

El comercio en este sector es de alcance distrital mas no metropolitano, aun así, logrando que la población cuente con las necesidades básicas para lograr la consolidación del distrito.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	CANTIDAD	%
Cabinas de internet	91	4.35%
Locutorio	48	2.29%
Venta de menú	36	1.72%
Salón de belleza	30	1.43%
Restaurant Pollería	26	1.24%
Restaurant	23	1.1%
Bar	21	1%
Alquiler de equipos de sonido / eventos / decoraciones	21	1%
Hospedaje / Alquiler de habitaciones	18	0.86%
Taller de mecánica	16	0.76%
Casa de préstamo	14	0.67%
Restaurant Cevichera	14	0.67%
Consultorio Dental	10	0.48%
Taller de electrónica	10	0.48%
Banca	9	0.43%
Taller de pintura y planchado de carros	9	0.43%
Video juegos	8	0.38%
Alquiler de disfraces / Piñatería	7	0.33%
Restaurant Picantería	6	0.29%
Centro Médico	5	0.24%
Gimnasio	5	0.24%
Guardería	5	0.24%
Restaurant sanguchería	4	0.19%
Comida rápida	3	0.14%
Restaurant Chifa	2	0.1%
Discoteca / Pub	2	0.1%

Figura 62. Actividades económicas.

Fuente: MD-Gerencia de administración tributaria, 2007.

2.5.2.5. Aspecto geográfico ambiental

A. Ecosistema

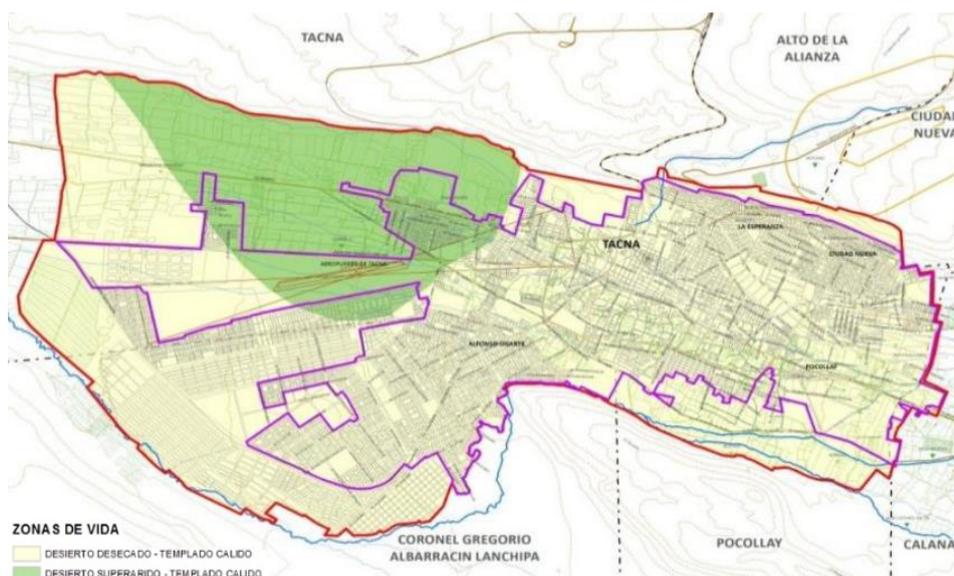


Figura 63. Ecosistema

Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.

- Desierto desecado – templado cálido (dd-Tc)

Esta zona de vida se ubica en la parte costera baja correspondiente a la cuenca del río Caplina y se extiende desde la orilla hasta los 400 m.s.n.m. Se caracteriza por un clima árido semicálido con menos de 25 mm de precipitaciones y temperaturas entre 17 y 22 °C. La tierra en esta zona de vida no tiene potencial para la agricultura o la silvicultura porque es un desierto. Sólo por la topografía, las características del suelo y la presencia de ríos semipermanentes son posibles pequeñas áreas de riego aptas para la agricultura.

- Desierto superarido – Templado Cálido (ds-Tc)

Tiene un clima templado cálido muy seco con temperaturas moderadas de 13 a 17 °C, una temperatura mínima muy baja de 5 °C y sólo 50 a 70 mm de precipitación anual. El suelo se asienta sobre material volcánico que tiene una superficie lisa desprovista de cantos afilados y piedras. Estas regiones se utilizan principalmente para cultivos hortícolas, árboles frutales (como el hueso y la batata), olivos y alfalfa.

B. Zonas geotécnicas

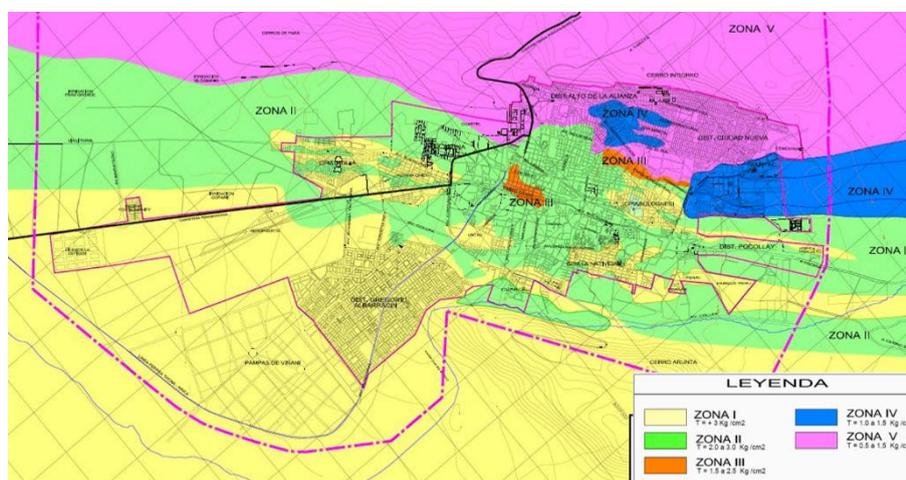


Figura 64. Zonas geotécnicas.
Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.

Las zonas geotécnicas sísmicas están determinadas por características mecánicas y cierta dinámica en los suelos que forman la cimentación del sector y consideraciones brindadas por el Reglamento Nacional de Construcciones – Diseño sismorresistente (norma E030,2003).

El Mapa de Zonificación Geotécnica Sísmica del Distrito Coronel Gregorio Albarracín tiene un 70% de área urbana en la zona I y el 30% del área urbana en la zona II.

- Zona I – Suelos compuestos por gravas pobremente graduadas.

Terreno con presión admisible de 3.41Kg/cm². como mínimo, la grava en este sector está fuertemente cementada con sales, se debe tener un mayor cuidado en cuanto a fugas de agua y desagües y a zonas con jardines.

- Zona II – Suelos compuestos por gravas bien graduadas

Las presiones admisibles van a variar entre los 3.50 a 3.62 Kg/cm² de capacidad portante, esta zona no presenta problemas geotécnicos

C. Peligros y riesgos

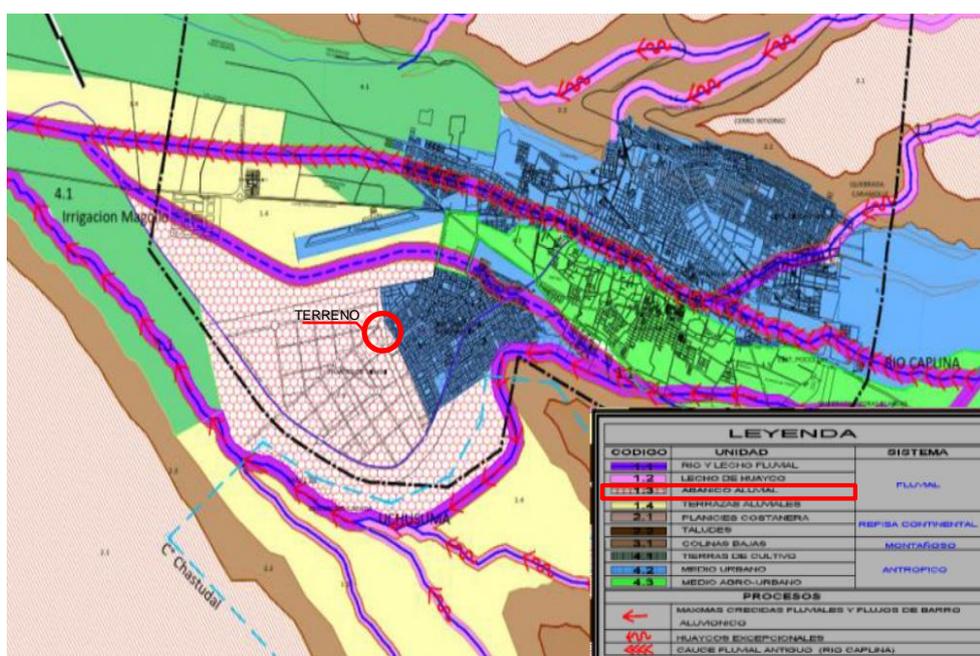


Figura 65. Mapa de peligros y riesgos.

Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.

Dentro del plan director de Tacna se señala que el distrito de coronel Gregorio Albarracín se encuentra en una zona de abanico aluvial y rio y lecho fluvial presentándose a escenarios de peligros naturales como desbordes, inundaciones, flujos violentos y sismos.

Sistema	Unidad	Descripción
Fluvial	Río y Lecho Fluvial	Medio fluvial seco; con crecidas y flujos de barro en épocas de lluvia, zona de alto riesgo. Lechos secos, con flujo de huaycos muy excepcionales, zona de riesgo. Abanico aluvial formado por el río Uchusuma, invade la quebrada Viñani.
	Lecho de Huayco	Llanuras aluviales formadas por acumulación y relleno de valles antiguos.
	Abanico Aluvial	Pampas formadas por acumulación y relleno fluvial de la depresión costanera entre las cordilleras costaneras y los andes.
	Terrazas Aluviales	Taludes formados por desgaste y encajamiento fluvial entre las pampas.
	Planicies Costanera	Taludes formados por desgaste y encajamiento fluvial entre las pampas. Relieve colinoso formado por desgaste hídrico en derrames volcánicos.
	Repisa Continental	Taludes
Repisa Continental	Taludes Colinas Bajas	Relieve colinoso formado por desgaste hídrico en derrames volcánicos. Terrazas fluviales irrigadas.
Montañoso	Colinas Bajas Tierras de Cultivo	Medio urbano metropolitano Medio Agrícola en proceso de urbanización (Huertos campestres)
Antrópico	Medio Urbano	
	Medio Agro-Urbano	

Figura 66. Tipos de riesgo.
Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.

D. Contaminación

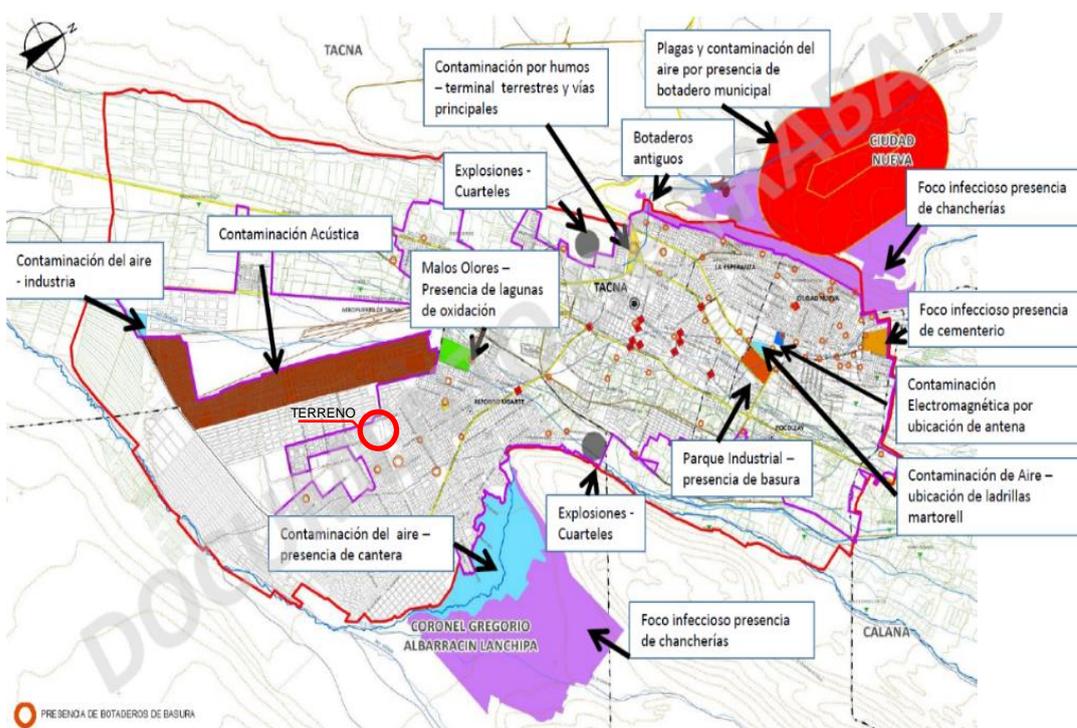


Figura 67. Mapa de zonas contaminantes.
Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.

2.5.2.6. Espacio físico espacial

A. Equipamiento comercial

Son áreas urbanas donde los negocios y establecimientos se utilizan principalmente para vender productos y servicios pertenecientes a las siguientes clases de Comercio Vecinal (CV), Comercio Zonal (CZ), comercio Especializado (CE) y Comercio Metropolitano (CM).

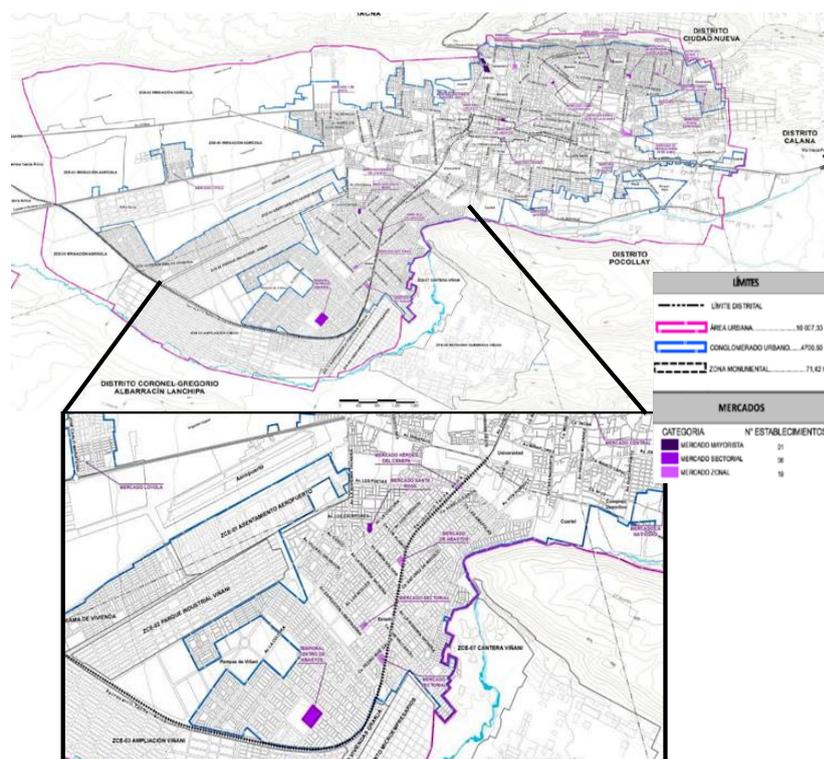


Figura 68. Equipamientos comerciales.
Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.

B. Situación actual del comercio

En la estructura urbana del Distrito Coronel Gregorio Albarracín, se encuentran zonas de comercio con diferentes características en cuanto a modalidad de venta, Infraestructura y tamaño del equipamiento.

- Mercado Héroes del Cenepa



Figura 69. Mercado Héroes del Cenepa.
Fuente: Google Street View.

Ubicado en la Av. Municipal, este equipamiento comercial cuenta con 4 ingresos, es de 1 solo nivel y en su interior se brinda el servicio de venta de prendas de vestir, productos de abastos, puestos de comida, etc.

- Mercado Santa Rosa



*Figura 70. Mercado Santa Rosa.
Fuente: Google Street View.*

Ubicado en la Av. La Cultura, este equipamiento comercial cuenta con 6 ingresos peatonales y 1 vehicular y en su interior se brinda el servicio de venta abarrotes, venta de frutas, venta de jugos y comida y venta de carnes y pescados, en los puestos exteriores se pueden encontrar librerías, peluquerías ferreterías, etc.

- Mercado de Abastos Señor de los Milagros



*Figura 71. Mercado Señor de los Milagros.
Fuente: Google Street View.*

Ubicado en la intersección de la Calle Cristóbal Colon y San Francisco de Asís, este equipamiento comercial cuenta con 4 ingresos, es de 1 solo nivel y en su interior se brinda el servicio de venta de abarrotes.

- Mercado Zonal Vista Alegre



*Figura 72. Mercado Vista Alegre.
Fuente: Google Street View.*

Ubicado en las intersecciones de la Ca. Gral. Mariano Necochea con José Bernaola Alcedo y la calle Inca Garcilaso de la Vega, este equipamiento comercial cuenta con 5 ingresos, es de 1 solo nivel y en su interior se brinda el servicio de venta productos de abarrotes, venta de productos de limpieza, venta de frutas y verduras, etc.

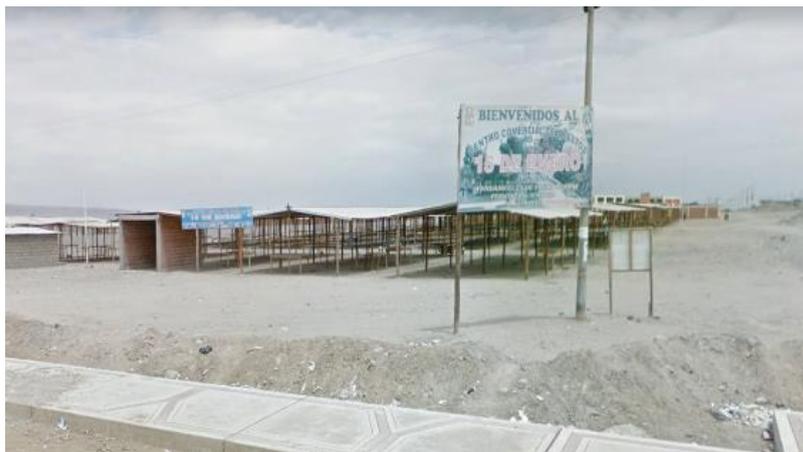
- Mercado sectorial



*Figura 73. Mercado Sectorial.
Fuente: Google Street View.*

Ubicado en la Av. Municipal, este equipamiento comercial cuenta con 4 ingresos, es de 1 solo nivel y en su interior se brinda el servicio de venta de prendas de vestir, productos de abastos, puestos de comida, etc.

- Mercado Temporal de Abastos “15 de enero”



*Figura 74. Mercado 15 de Enero
Fuente: Google Street View.*

Ubicado en la Av. Municipal con intersección con la calle Pedro Ruiz Gallo y Expedición Libertadora, este equipamiento comercial cuenta con 4 ingresos, es de 1 solo nivel y en su interior se brinda el servicio de venta de prendas de vestir, productos de abastos, puestos de comida, etc.

C. Evolución urbana

El distrito comenzó con la primera organización vecinal Cooperativa 3 de diciembre, seguida por la asociación de vivienda 1ero de Mayo, Pérez Gamboa; Luego se estableció el programa habitacional ENACE y ahora hay más de 70 zonas entre juntas comunales y asociaciones de vivienda, excluyendo 80 asociaciones de vivienda del programa Pampas de Viñani que actualmente, es uno de los distritos más jóvenes de Tacna.

Crecimiento acelerado en el Sur en 2016 y mayor ocupación en el Sureste; que se extiende hasta el límite del distrito de Pocollay por la zona de las canteras y las áreas más vulnerables del cauce del río y del valle de esa zona, también se observa el crecimiento de la ocupación del espacio de manera desordenada e informal sin tomar en cuenta los riesgos naturales de esa zona.

1987-1999	2003	2009	2011	2016
				
Se inicia con ocupación en la agronómica (Hoy SENASA) Aparecen los primeros Asentamientos Humanos Cooperativa 3 de diciembre, la siguieron la Asociación de Vivienda 1ero de Mayo.	Nacen otros programas habitacionales como los edificios de ENACE, Perez gamboa y se crea Alfonso Ugarte I etapa que llegan hasta la Av. Ecológica y van expandiéndose con dirección al Sur.	Se da la primera expansión del distrito hacia las pampas de Viñani, las primeras ocupaciones son informales.	El distrito va creciendo y expandiéndose se crean programas de viviendas (PROMUVI) en la zona denominada ampliación Viñani, Señor de los Milagros, las cuales se encuentran en proceso de consolidación, la zona que limita con Collpa se va urbanizando consolidando el límite urbano del distrito.	Se da el crecimiento acelerado al sur del distrito. El nivel de ocupación también se está dando hacia la zona Sur Este; hacia el límite con el distrito de Pocolay.

Figura 75. Reseña sobre la evolución urbana de Tacna.
Fuente: Elaboración propia.

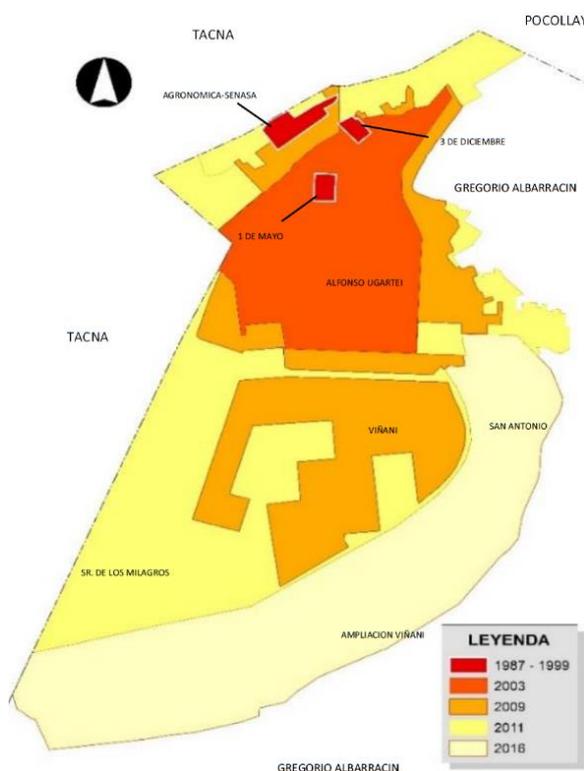


Figura 76. Mapa de crecimiento urbano de Tacna.
Fuente: Equipo técnico PUD-GAL-2016.

D. Estructura urbana

- Delimitación

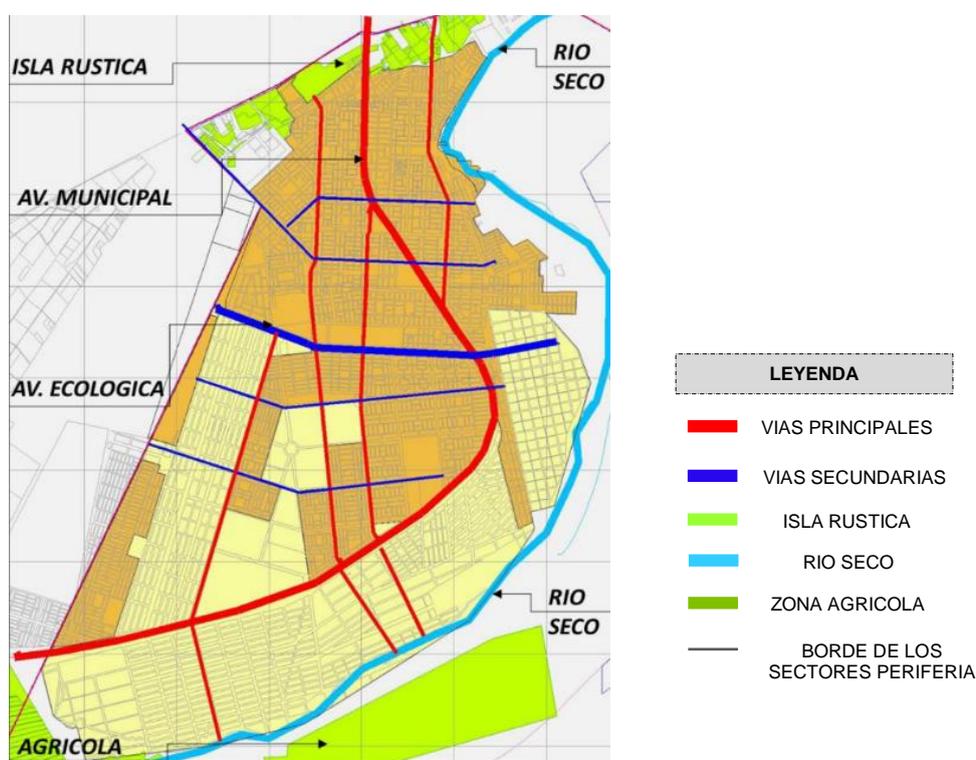
El área urbana del distrito está delimitada por islas rurales en el norte, cuencas del río seco en el este, de igual forma por cuencas del río seco en el sur, luego áreas agrícolas y un límite físico en el oeste.

- Ejes de estructuración

Por la morfología de la ciudad, existe un eje estructural de primer orden en el sentido longitudinal que integra en las zonas principales del distrito y a la vez que se conecta con la estructura urbana de Tacna. En el sentido transversal, existe un eje de segundo orden que integra sus sectores.

- Trama urbana

Predomina la trama Ortogonal pero esta ira cambiando a debido a que los sectores de la periferia se tienen que adaptar a las limitaciones naturales.



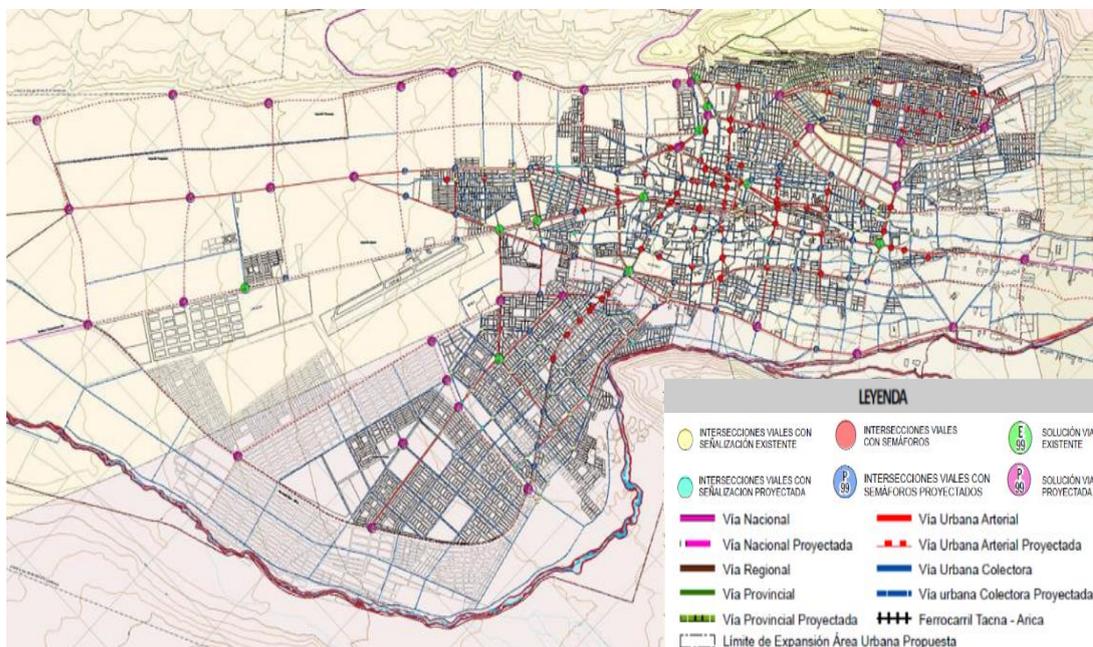
*Figura 77. Estructura urbana.
Fuente: Equipo técnico PUD-GAL-2016.*

E. Infraestructura urbana vial

El acceso principal del distrito está dividido por la Av. Municipal, el cual forma un eje direccional que conecta al distrito con la ciudad de Tacna y otros distritos.

En la zona de coronel Gregorio Albarracín tiene problemas de integración por la falta de vialidad, provocando una desarticulación ente la parte urbana consolidada y la que está aún en proceso de consolidación debido a la informalidad de nuevas zonas que están siendo usadas para usos de aportes y zonas industriales.

El sistema vial del distrito coronel Gregorio Albarracín ocupa aproximadamente el 37,80 % del área actual de la ciudad, pero en general, las carreteras deberían ocupar entre el 45 % y el 55 % del área de la ciudad para brindar un buen servicio a los ciudadanos.



*Figura 78. Mapa vial de la ciudad de Tacna.
Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.*

F. Avenidas principales

- Av. Municipal



*Figura 79. Avenida Municipal.
Fuente: Google Street View.*

Este eje vial se consolidó en el Distrito, el cual se caracteriza porque tiene una gran existencia de flujo vehicular, actividades de comercio local y de otros usos.

Esta avenida se encuentra asfaltada en un 100% con vías de doble carril con una ciclovía al medio y todo el eje de las líneas del ferrocarril, está Gregorio Albarracín a avenida se encuentra en buen estado y también cuenta con una buena área verde a lo largo de la Av. Municipal.

- Av. Humboldt



*Figura 80. Avenida Humboldt.
Fuente: Google Street View.*

La Av. Humboldt es una vía alterna que proporciona otro ingreso al distrito desde la Av. Circunvalación esta avenida tiene 2 vías de doble carril vehicular.

En los últimos años esta avenida ha ido asfaltando las vías vehiculares y mejorando también las vías peatonales, la Av. Humboldt no tiene muchos equipamientos en todo el eje ya que cuenta con viviendas comercio en su mayoría.

- Av. Bohemia Tacneña



*Figura 81. Avenida Bohemia Tacneña.
Fuente: Google Street View.*

Esta avenida proporciona otro ingreso al distrito la cual posee 2 vías de doble carril que están consolidadas, el primer tramo de la avenida el área verde central solo es tierra compactada y el segundo tramo ya presenta área verde más consolidada y mobiliario urbano en el medio separando la vía y pasando a tener 4 carriles vehiculares.

Esta avenida no cuenta con ningún tipo de comercio ni equipamientos en todo el recorrido.

G. Vía interurbana

Permite la conexión entre el distrito y los otros centros poblados y asociaciones de vivienda de Viñani.

- Av. La cultura



Figura 82. Avenida La Cultura.
Fuente: Google Street View.

Esta avenida que se encuentra en buen estado y es la que va a integrar la zona urbana consolidada de coronel Gregorio Albarracín hacia la zona de asociaciones de vivienda y centro poblados del distrito y esta cuenta con una sección vial que va a variar en 96.82 y 35.40m. y esta vía pertenece enteramente a la jurisdicción del distrito.

H. Usos de suelo

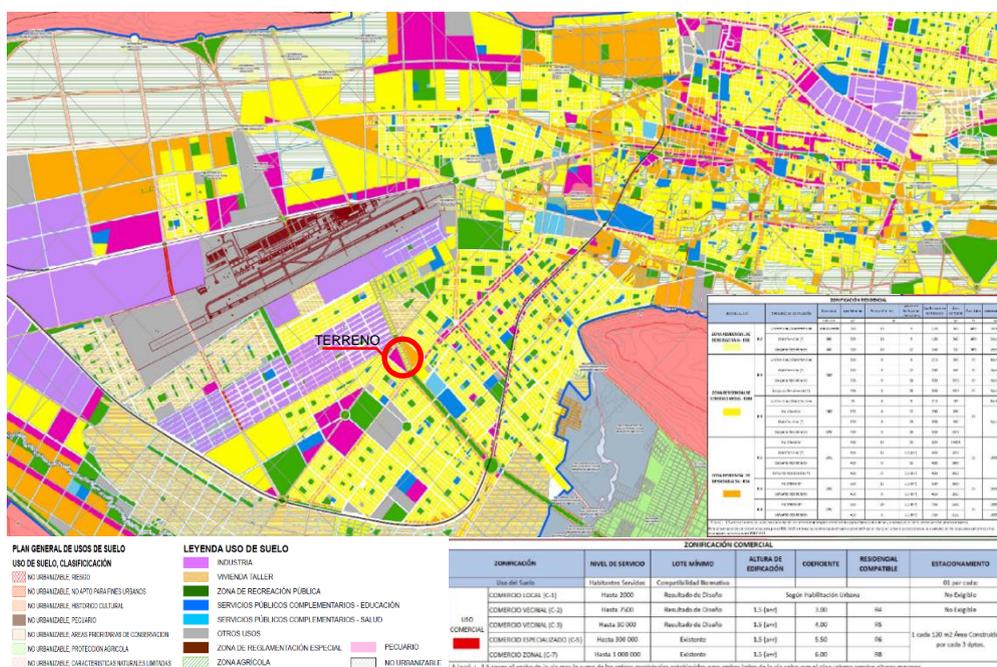


Figura 83. Usos de suelo de la ciudad de Tacna.
Fuente: PDU Tacna 2015 – 2025.

Según el Plan de Desarrollo Urbano 2015- 2025 que ha sido aprobado por la

ordenanza municipal Nro. 0019-2015 de la Municipalidad Provincial de Tacna, el terreno se encuentra zonificado en una zona de Uso comercial.

ZONIFICACIÓN COMERCIAL						
ZONIFICACIÓN	NIVEL DE SERVICIO	LOTE MÍNIMO	ALTURA DE EDIFICACIÓN	COEFICIENTE	RESIDENCIAL COMPATIBLE	ESTACIONAMIENTO
Uso del Suelo	Habitantes Servidos	Compatibilidad Normativa				01 por cada:
USO COMERCIAL	COMERCIO LOCAL (C-1)	Hasta 2000	Resultado de Diseño	Según Habilitación Urbana		No Exigible
	COMERCIO VECINAL (C-2)	Hasta 7500	Resultado de Diseño	1.5 (a+r)	3.00	R4
	COMERCIO VECINAL (C-3)	Hasta 30 000	Resultado de Diseño	1.5 (a+r)	4.00	R5
	COMERCIO ESPECIALIZADO (C-5)	Hasta 300 000	Existente	1.5 (a+r)	5.50	R6
	COMERCIO ZONAL (C-7)	Hasta 1 000 000	Existente	1.5 (a+r)	6.00	R8
1.5 (a+r) : 1.5 veces el ancho de la vía mas la suma de los retiros municipales establecidos para ambos lados de la vía salvo que el plan urbano precise alturas mayores.						

*Figura 84. Parámetros Urbanísticos.
Fuente: PDU Tacna 2015.2025.*

Según los parámetros urbanísticos establece que el terreno a intervenir es compatible con el uso de suelo comercial C5, por lo tanto, se cumple con las características para desarrollar el proyecto permitiendo potenciar el desarrollo de la propuesta que se encuentra en el PDU Tacna, siendo favorable la intervención para el desarrollo del Distrito coronel Gregorio Albarracín.

3. CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación lleva como tipo el enfoque cualitativo, que estudiara la realidad del estudio y cómo el contenido varía entre grupos o individuos según la experiencia.

Los métodos cualitativos se interpretan desde la perspectiva del investigador, a partir del contexto social, para comprender las situaciones y fenómenos surgidos de las experiencias de los colaboradores, los cuales se demuestran de forma verbal, audiovisual, textual o imágenes, con el fin de recolectar datos que darán respuesta. preguntas sobre temas de contenido de la investigación a realizar. Hernández, R., et al. (2010).

3.2. Diseño de Investigación

El diseño de la investigación será de tipo no experimental el cual permite la recolección de datos desde la observación y percepción del área que se estudia. Además, este tipo de diseño permite que el espacio sea analizado en su estado natural sin alteraciones por parte del investigador.

3.3. Nivel de Investigación

El nivel de la investigación es del tipo correlacional proyectual, pasando por los niveles exploratorio y descriptivos (Hernández, Fernández y Baptista, 2010) ya que correlaciona dos variables y propone un diseño arquitectónico a nivel de propuesta.

3.4. Escenario de la Investigación

3.4.1. Ámbito social

El tema e intención de la investigación reside en originar una propuesta de solución ante la problemática de ausencia de infraestructura comercial y de espacios públicos debido al rápido crecimiento urbano, como respuesta a la pérdida de identidad e integración social a través de la revitalización del espacio público como un elemento clave en la formación de la ciudadanía donde se refleje la diversidad social y cultural de la sociedad y se consolide el sentido de pertenecía con el lugar.

3.4.2. Ámbito espacial

El área geográfica de estudio y donde se realizará la investigación, es en la Provincia de Tacna, Distrito de Crnl. Gregorio Albarracín – sector 18 de Viñani entre la intersección de la Av. Ecológica y la Av. Crnl. Gregorio Albarracín., debido a que en dicho sector se encuentra ubicado actualmente el mercado sectorial de Viñani.

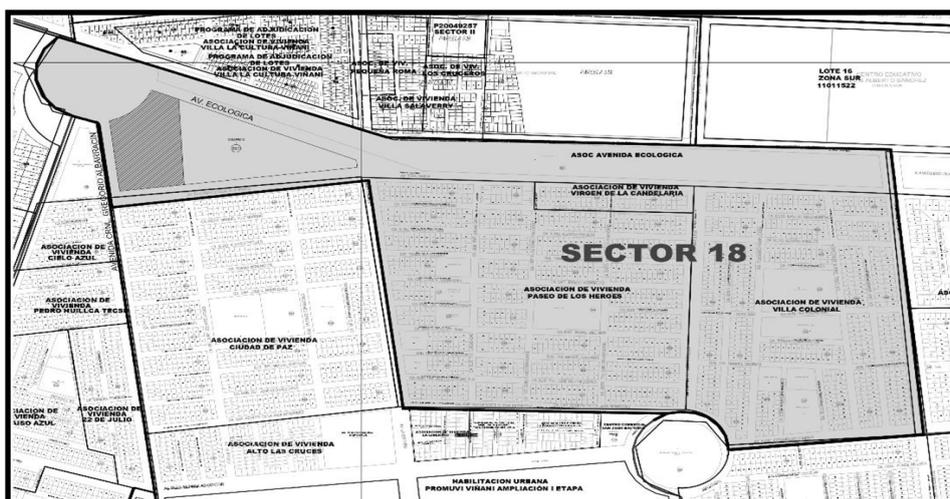


Figura 85. Base Grafica Enero – 2023.
Fuente: Municipalidad Distrital Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa, 2023.

3.4.3. Ámbito temporal

El periodo de estudio que abarca el proyecto de investigación es desde mayo del 2023 hasta el mes de setiembre del año de 2023. Dicho tiempo de estudio está determinado en relación con los plazos establecidos en el cronograma desde inicios de la investigación.

3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas de investigación serán:

- Entrevistas: dirigidas a los encargados de la Asociación de Comerciantes
- Encuestas: dirigidas a la población de estudio y a los comerciantes.
- Revisión de documentos: Solicitar información técnica, revisar tesis, artículos y planos referentes al tema de investigación.
- Observación: Observar y analizar las dimensiones y tipos de problemática de la investigación
- Registro Fotográfico: Toma de fotografías para evidencias.
- Recopilación Digital.

3.6. Población y Muestra

3.6.1. Población

La población identificada para la investigación actual son todas las personas que habitan en el interior del área de estudio y los alrededores del Sector 18 en Viñani, distrito de Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna.

3.6.2. Muestra

En cuanto a la selección del muestreo, Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que hay dos cuestiones a considerar durante la selección de la muestra, estas son: el enfoque cuantitativo tradicional (muestreo basado en cantidades) y cualitativo (muestreo basado en la cualidad) y la práctica ya conocida del investigador al seleccionar la muestra en base a la data disponible, el tiempo que se tiene y las oportunidades que aparecen para ser tomadas.

Es por esto que, Hernández, Fernández y Baptista (2014) aseguran que para establecer una muestra se tendrá en cuenta “el factor temporal o secuencia del diseño” (concurrente o secuencial).

Finalmente, Hernández, Fernández y Baptista (2014), citando a Creswell (2013), Morgan (2013), Onwuegbuzie y Collins (2007) y Teddlie y Yu (2007) han encontrado cuatro estrategias para obtener una muestra bajo el enfoque mixto, los cuales son: el muestreo secuencial para métodos mixtos (para diseños secuenciales), el muestreo básico para métodos mixtos, el muestreo por multiniveles para métodos mixtos (para diseños anidados) y el muestreo concurrente para métodos mixtos (para diseños en paralelo), tomándose como tipo de muestra el muestreo concurrente para métodos mixtos.

3.7. Método de Análisis Cualitativo de Datos

Para la toma de muestra se consideraron 2 tipos de usuarios, como Usuario Permanente principal a los comerciantes y como Usuario Temporal principal a los Usuarios/clientes.

Técnica: Encuesta Física.



Figura 86. Técnica de Encuesta Física.
Fuente: Elaboración propia

3.7.1. Toma de Muestra a Usuarios Permanentes y Temporales

La encuesta realizada para los usuarios tiene como objetivo recolectar la información para conocer las necesidades que tienen, si aceptan el proyecto y que beneficios les traería el proyecto.

- Encuesta a comerciantes

La encuesta realizada a 22 comerciantes, está conformada por 10 preguntas, dando como resultado los porcentajes obtenidos de la recolección de información de los encuestados donde se determinará si los comerciantes están convencidos en adquirir un local y cuáles son sus necesidades.

1. ¿En qué distrito vive actualmente?

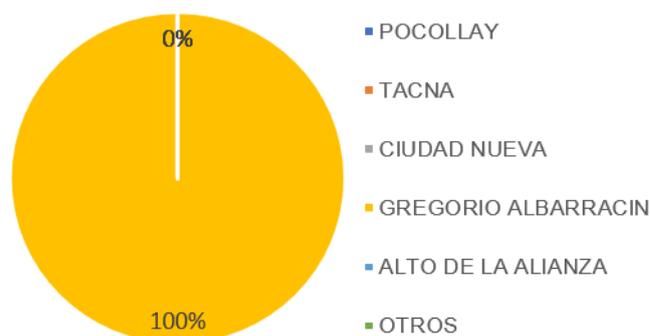


Figura 87. Distrito de residencia.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 87 se puede reflexionar que el 100% de usuarios encuestados en el sector de estudios, son residentes actuales del Distrito Gregorio Albarracín.

2. ¿Quiénes compran y/o consumen en el mercado Sectorial de Viñani?

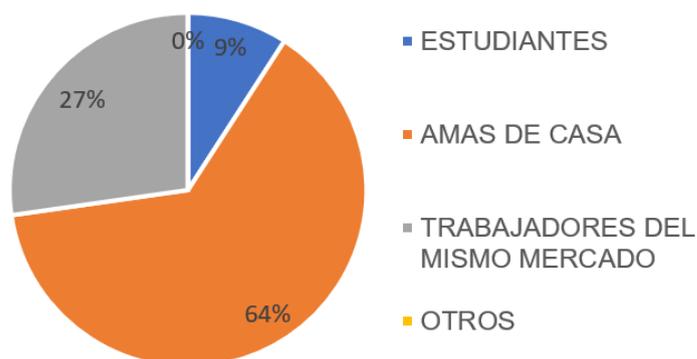


Figura 88. Tipo de consumidor.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 88 se puede reflexionar que los comerciantes del mercado Sectorial Viñani pertenece el 60% a amas de casa de la zona, 27% trabajadores del mismo mercado y 9% a estudiantes.

3. ¿Quiénes acuden con mayor frecuencia al mercado Sectorial de Viñani?

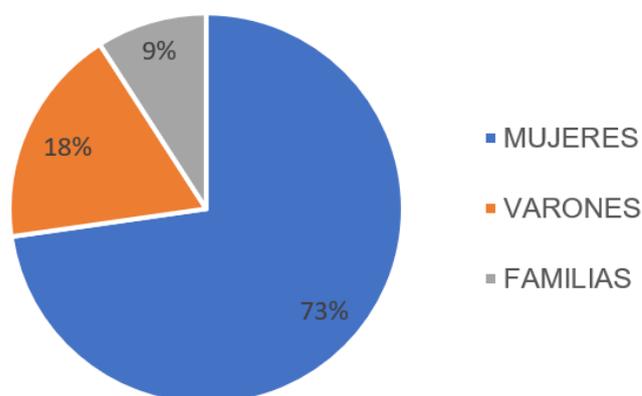
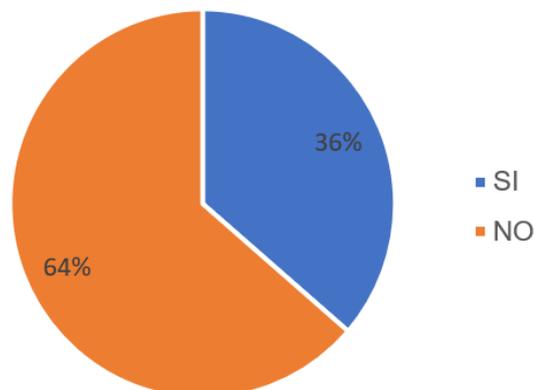


Figura 89. Usuario predominante.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 89 se puede reflexionar que los usuarios de mayor frecuencia del mercado Sectorial de Viñani, específicamente el 73% son mujeres, mientras que el 18% son Varones y el 9% familias.

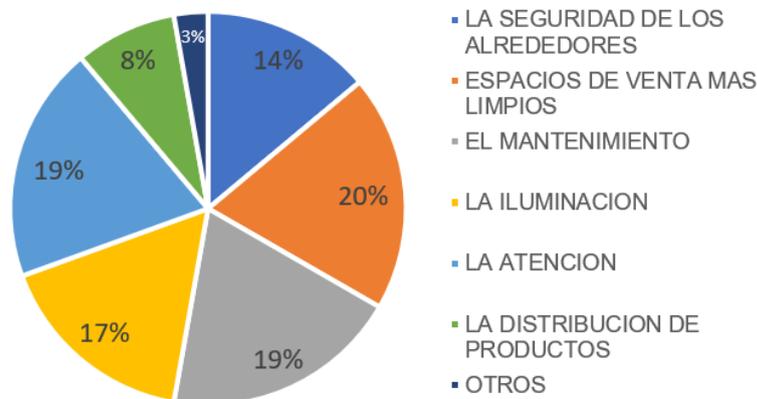
4. ¿Usted sabe que es una plaza mercado?



*Figura 90. Concepto de plaza mercado.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 90 se puede reflexionar que el 64% de usuarios entrevistados no tiene conocimiento o noción mínima de lo que es una plaza mercado, mientras que el 36% si tiene una idea de ello.

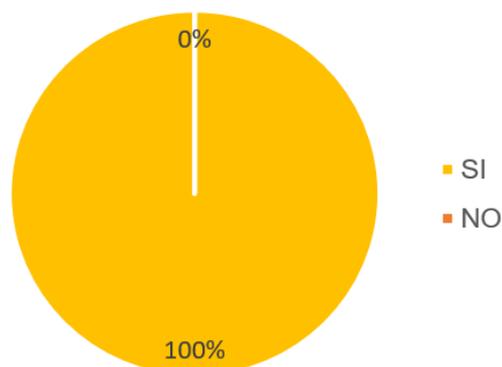
5. ¿Que mejoraría usted en el actual mercado Sectorial de Viñani?



*Figura 91. Mejoras para el mercado actual.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 91 se puede reflexionar que en torno a las propuestas de mejora para el mercado Sectorial Viñani sugeridas por los usuarios entrevistados, el 20% solicita espacios de venta más limpios, el 19% una mejor mantenimiento del mismo, el 19% una mejor atención, el 17% una mejor iluminación, el 14% la seguridad de los alrededores, el 8% una mejor distribución de productos, mientras que el 3% tiene ideas diversas no relacionadas a las más frecuentes.

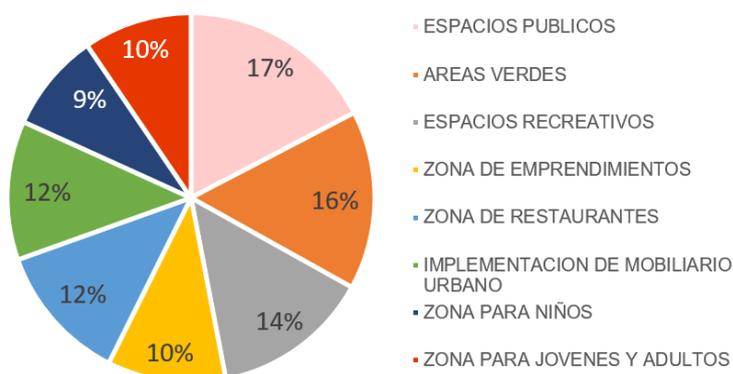
6. ¿Considera que el mercado sectorial de Viñani requiere una nueva infraestructura?



*Figura 92. Requerimiento de nueva infraestructura.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 92 se puede reflexionar que el 100% de usuarios entrevistados solicitan una infraestructura nueva.

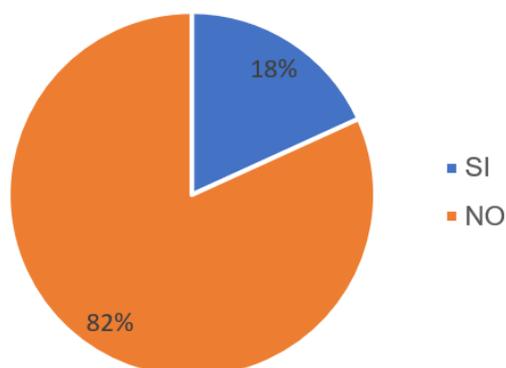
7. ¿Qué espacios le gustaría tener en el Mercado Sectorial de Viñani?



*Figura 93. Nuevos espacios.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 93 se puede reflexionar que les gustaría distintos espacios nuevos integrados en el mercado Sectorial de Viñani son en un 17% espacios públicos, 16% áreas verdes, 14% espacios recreativos, 10% zona de emprendimiento, 12% zona de restaurantes, 12% implementación de mobiliario urbano, 9% zona de niños, y 10% zona para jóvenes y adultos.

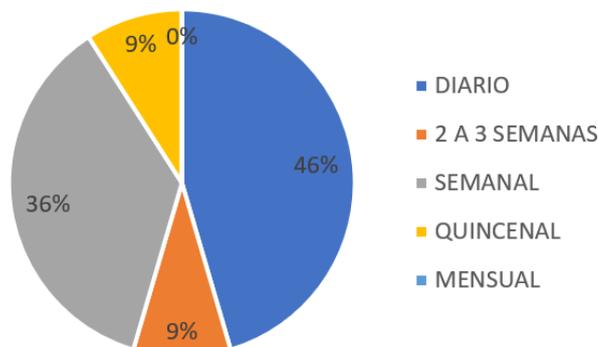
8. ¿Usted considera que los metros cuadrados (m²) que tiene su puesto de venta es suficiente para poder vender sus productos con comodidad? ¿Por qué?



*Figura 94. Área del puesto de venta.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 94 se puede reflexionar que en el caso de los usuarios comerciantes a los que encuestó, el 82% no considera su puesto de venta cómodo espacialmente para vender con comodidad sus productos, mientras que el 18% si los encuentra cómodos.

9. ¿Cuántas veces a la semana abastece de productos su puesto de venta?



*Figura 95. Abastecimiento del puesto de venta.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 95 se puede reflexionar que el abastecimiento de productos se diferencia en torno a la categoría del mismo, es por ello que el 46% se da de manera diaria, el 9% de 2 a 3 semanas, el 36% de manera semanal, y el 9% mensual.

10. ¿Qué tipo de comercio le gustaría encontrar en este sector?

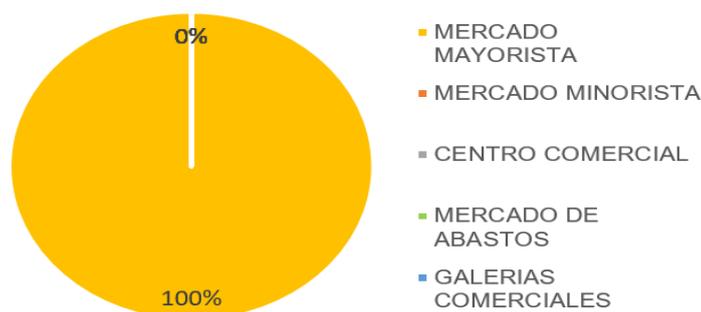


Figura 96. Tipos de comercio.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 96 se puede reflexionar a la preferencia del tipo de comercio que se desea, el 100% de usuarios encuestados prefieren un tipo de comercio, tal como el mercado mayorista.

En base a los resultados de las encuestas se puede percibir la notable demanda que existe de un nuevo Mercado para el sector de Viñani el cual deberá satisfacer las necesidades de los comerciantes de tener un espacio de ventas adecuado para exhibir sus productos con comodidad.

- Encuesta a usuarios

La encuesta realizada a 30 usuarios que pertenecen a distintas asociaciones de vivienda está conformada por 12 preguntas, dando como resultado los porcentajes obtenidos de la recolección de información de los encuestados donde se determinará si los usuarios aceptan el proyecto y este pueda ser en beneficio para la población.

1. ¿En qué distrito vive actualmente?

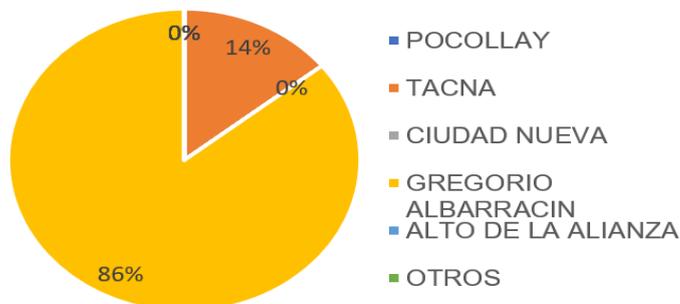
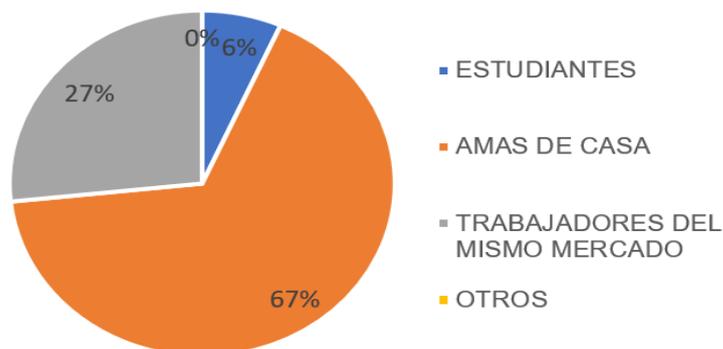


Figura 97. Distrito de residencia.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 97 se puede reflexionar que el 83% de usuarios encuestados, comerciantes en el sector de estudios, son residentes actuales del Distrito Gregorio Albarracín, mientras que el 14% residen en Tacna.

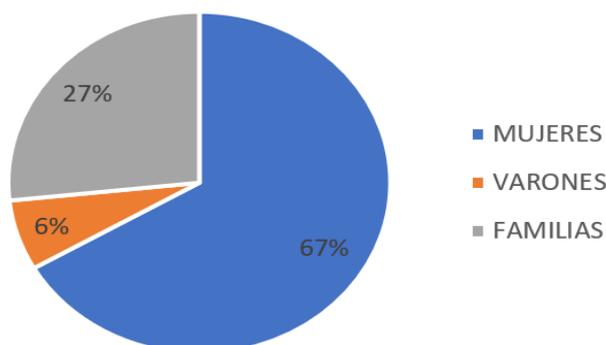
2. ¿Quiénes compran y/o consumen en el mercado Sectorial de Viñani?



*Figura 98. Tipo de consumidor.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 98 se puede reflexionar que los consumidores del mercado Sectorial Viñani pertenece el 67% a amas de casa de la zona, 27% trabajadores del mismo mercado y 6% a estudiantes.

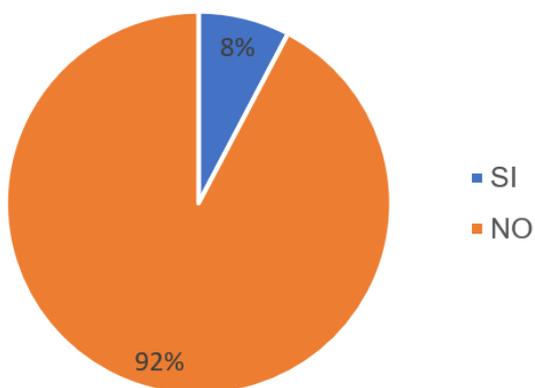
3. ¿Quiénes acuden con mayor frecuencia al mercado Sectorial de Viñani?



*Figura 99. Usuario predominante.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 99 se puede reflexionar que los usuarios comerciantes de mayor frecuencia del mercado Sectorial de Viñani, específicamente el 67% son mujeres, mientras que el 6% son Varones y el 27% familias.

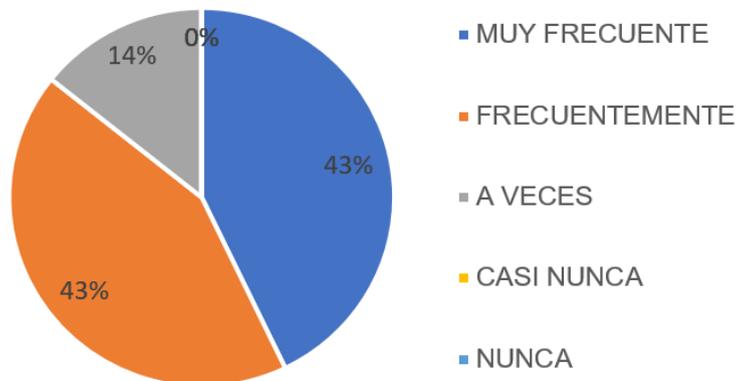
4. ¿Usted sabe que es una plaza mercado?



*Figura 100. Concepto de plaza mercado
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 100 se puede reflexionar que el 92% de usuarios entrevistados no tiene conocimiento o noción mínima de lo que es una plaza mercado, mientras que el 8% si tiene una idea de ello.

5. ¿Con que frecuencia visita el Mercado Sectorial de Viñani?



*Figura 101. Frecuencia de visitas.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 101 se puede reflexionar que las visitas al mercado Sectorial Viñani, en un 43% son muy frecuentes, 43% frecuentes y 14% a veces.

6. ¿Que mejoraría usted en el actual mercado Sectorial de Viñani?

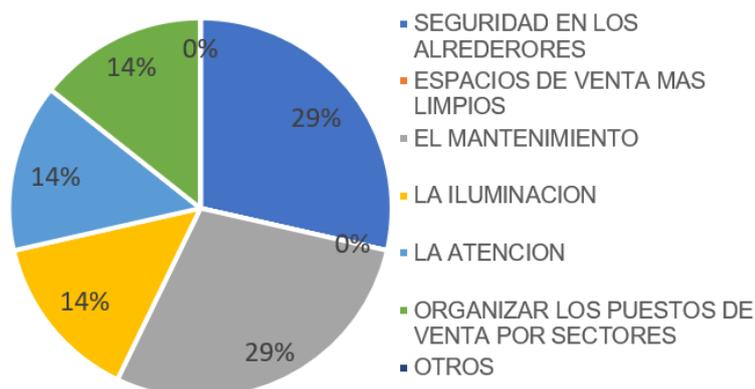


Figura 102. Mejoras para el mercado actual.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 102 se puede reflexionar que en torno a las propuestas de mejora para el mercado Sectorial Viñani sugeridas por los usuarios entrevistados, el 29% un mejor mantenimiento del mismo, el 14% una mejor atención, el 14% una mejor iluminación, el 29% la seguridad de los alrededores, mientras que el 14% prefiere una organización óptima de puestos de venta por sectores.

7. ¿Considera que el mercado sectorial de Viñani requiere una nueva infraestructura?

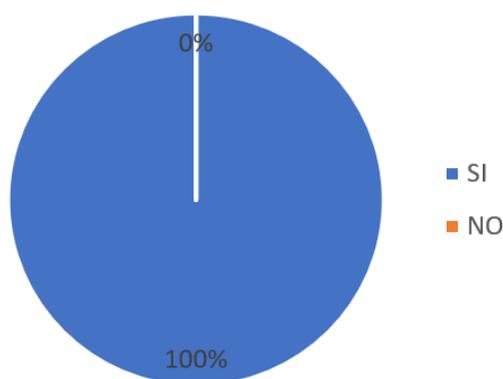


Figura 103. Requerimiento de nueva infraestructura.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 103 se puede reflexionar que el 100% de usuarios entrevistados solicitan una infraestructura nueva.

8. ¿Qué espacios le gustaría tener en el Mercado Sectorial de Viñani?

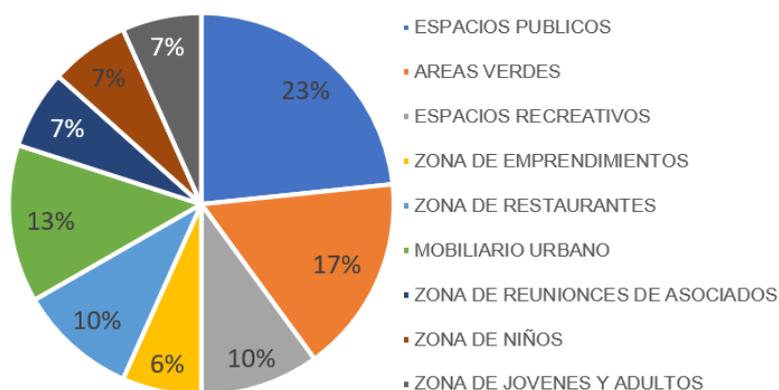


Figura 104. Nuevos espacios.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 104 se puede reflexionar que les gustaría distintos espacios nuevos integrados en el mercado Sectorial de Viñani son en un 23% espacios públicos, 17% áreas verdes, 11% espacios recreativos, 6% zona de emprendimiento, 10% zona de restaurantes, 13% implementación de mobiliario urbano, 7% zona de niños, y 7% zona para jóvenes y adultos.

9. ¿Usted considera que las plazas son importantes para tener espacios de socialización e integración dentro del Mercado?

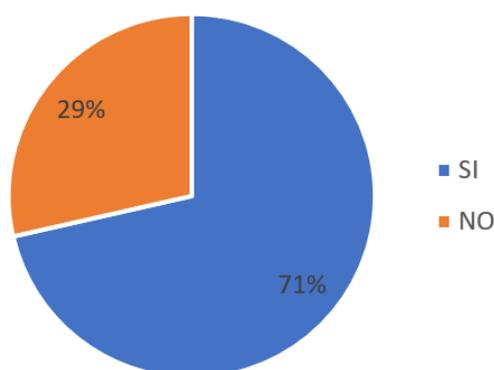


Figura 105. Importancia de las plazas.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 105 se puede reflexionar que el 71% de usuarios considera que las plazas son importantes para tener espacios de socialización e integración dentro del Mercado, mientras que el 29% no.

10. ¿Qué productos o mercadería preferiría encontrar en el equipamiento comercial?

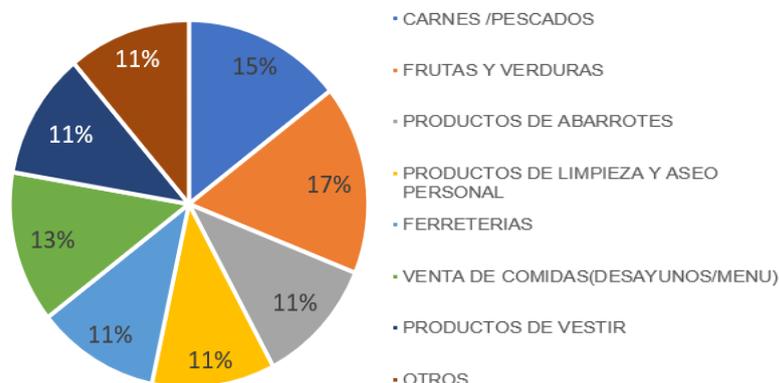


Figura 106. Tipo de productos.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 106 se puede reflexionar que los productos de mercadería de preferencia son 15% carnes y pescado, 17% verduras y frutas, 11% productos de abarrotes, 11% productos de limpieza y aseo personal, 11% ferretería, 13% venta de comida, 11% productos de vestir y 11% otros.

11. Según los mercados que ha visitado ¿Qué no le gusto de ellas?

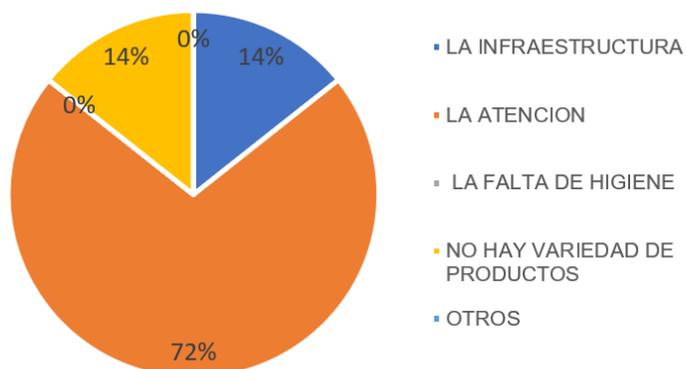
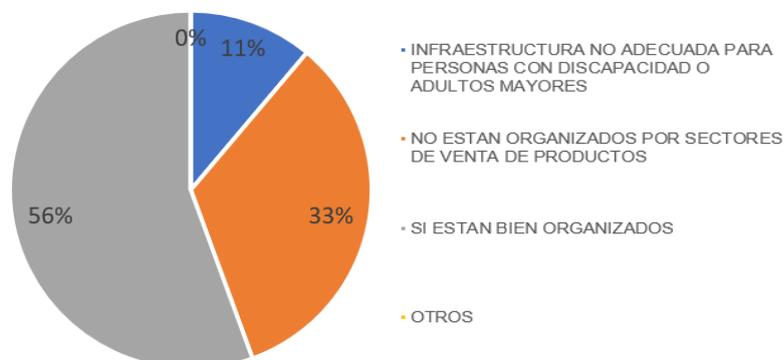


Figura 107. Deficiencias de un mercado.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En el caso de la figura 107 se puede reflexionar que los consumidores del mercado no disfrutaron de en un 14% la infraestructura, 72% de la atención y 14% la falta de variedad de productos.

12. ¿La manera en la que está distribuido el mercado te permite un fácil acceso a la compra de tus productos? Si o No, en caso de ser no explícanos.



*Figura 108. Distribución de un mercado.
Fuente: Elaboración propia*

Interpretación: En el caso de la figura 108 se puede reflexionar que el 11% siente que la infraestructura no es adecuada para personas con discapacidad o adultos mayores, el 33% considera que no hay una organización por sectores de venta según la clase de producto y el 11% que si es óptima su organización.

En base a los resultados de las encuestas que se les realizaron a los usuarios se puede percibir la notable demanda que existe de un nuevo Mercado para el sector de Viñani con una nueva y mejorada infraestructura, que cuente con una buena distribución de los productos, que tengan espacios públicos y áreas verdes que ayuden a tener espacios de socialización e integración dentro del Mercado.

3.8. Esquema Metodológico

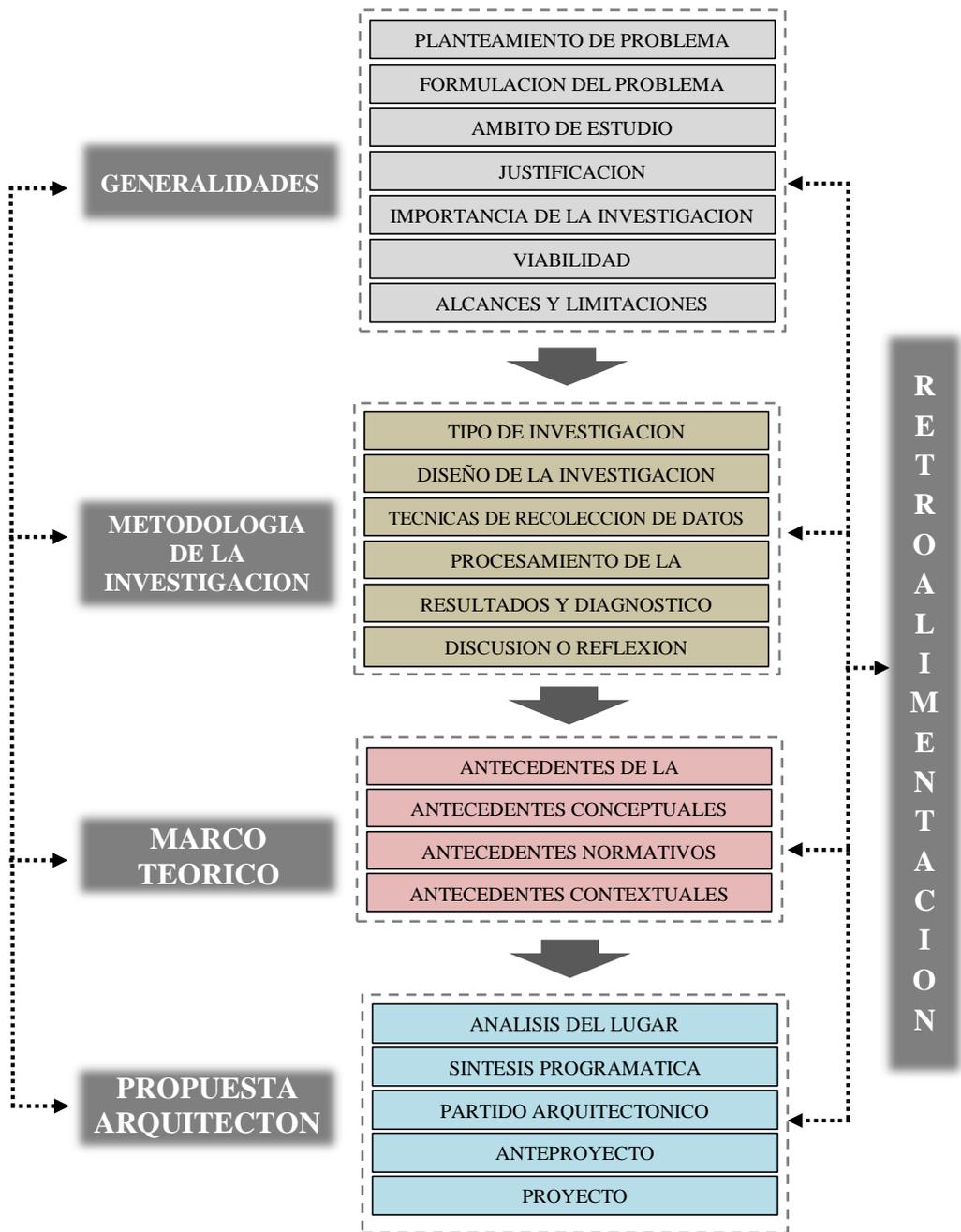


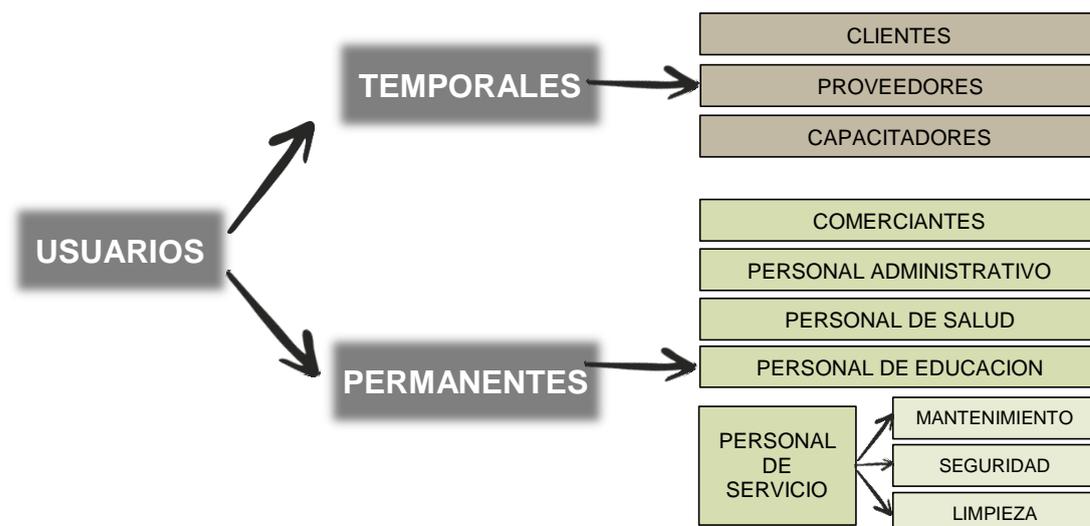
Figura 109. Esquema metodológico.
Fuente: Elaboración propia

4. CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis del Usuario

4.1.1. Tipos de Usuario

Se presentan diversos tipos de usuarios que nos ayudan a definir el objetivo del proyecto arquitectónico, los usuarios identificados se dividen en Usuarios Permanentes y Usuarios Temporales los cuales son los principales involucrados en el funcionamiento del actual Mercado Sectorial de Viñani.



USUARIOS TEMPORALES

<p>CLIENTES Usuarios que acuden al Mercado ocasionalmente para comprar productos de primera necesidad.</p>	<p>PROVEEDORES Usuarios encargados de abastecer el mercado y encargado de descargar los productos hacia los diferentes puestos.</p>	<p>CAPACITADORES Usuarios encargados de capacitar y brindar charlas sobre distintos temas, etc.</p>
--	---	---

USUARIOS PERMANENTES

<p>COMERCIANTES Usuarios encargados de atender a los clientes en los puestos de venta</p>	<p>PERSONAL ADMINISTRATIVO Usuarios encargados de gestionar el buen funcionamiento del mercado, conformado por una junta directiva</p>	<p>PERSONAL DE SALUD Usuarios que brindan servicios de salud en casos de emergencia por ende se tendrá un ambiente de tóxico.</p>	<p>PERSONAL DE EDUCACION Usuarios que encargados de formar y enseñar generalmente a los hijos de los comerciantes y clientes de la zona.</p>
---	--	---	--

PERSONAL DE SERVICIO	MANTENIMIENTO Usuario encargado del funcionamiento correcto de todas las instalaciones sanitarias y eléctricas.
	SEGURIDAD Usuario encargado del control de ingreso y salida del personal, de los productos, etc.
	LIMPIEZA Usuario encargado de mantener limpio todos los ambientes del mercado.

*Figura 110. Tipos de usuario.
Fuente: Elaboración propia.*

4.1.2. Población a Servir

Según la Zonificación de la Municipalidad Provincial de Tacna el terreno está clasificada como comercio C – 5 por lo tanto la población a servir según el Reglamento Nacional de Edificaciones será de 300,000 Hab.

Ya que la envergadura del proyecto será de un Comercio Especializado según el PDU 2015 -2025 y según los Parámetros Urbanísticos es de una tipología de Comercio zonal y para efectos de la tesis se va a considerar los siguientes servicios:

Comercio Especializado (CE): Toda actividad comercial-industrial que no pueda considerarse molesta o peligrosa por sus propias características ya sean de volumen. dispositivos de seguridad probadamente efectivos, etc.

Comercio Zonal (CZ): Es un tipo de comercio que se desarrolla en núcleos (intersecciones de vías importantes) o lineales (a lo largo de vías principales). La característica básica de este tipo de negocio es que el grado de especialización comercial depende del área que atiende: residencial e industrial.

ZONIFICACIÓN COMERCIAL						
ZONIFICACIÓN	NIVEL DE SERVICIO	LOTE MÍNIMO	ALTURA DE EDIFICACIÓN	COEFICIENTE	RESIDENCIAL COMPATIBLE	ESTACIONAMIENTO
Uso del Suelo	Habitantes Servidos	Compatibilidad Normativa				01 por cada:
USO COMERCIAL	COMERCIO LOCAL (C-1)	Hasta 2000	Resultado de Diseño	Según Habilitación Urbana		No Exigible
	COMERCIO VECINAL (C-2)	Hasta 7500	Resultado de Diseño	1.5 (a+r)	3.00	R4
	COMERCIO VECINAL (C-3)	Hasta 30 000	Resultado de Diseño	1.5 (a+r)	4.00	R5
	COMERCIO ESPECIALIZADO (C-5)	Hasta 300 000	Existente	1.5 (a+r)	5.50	R6
	COMERCIO ZONAL (C-7)	Hasta 1 000 000	Existente	1.5 (a+r)	6.00	R8

1 cada 120 m² Área Construida + 1 por cada 3 dptos.

1.5 (a+r) : 1.5 veces el ancho de la vía mas la suma de los retiros municipales establecidos para ambos lados de la vía salvo que el plan urbano precise alturas mayores.

ZONIFICACION COMERCIAL										
USO DEL SUELO		TIPOLOGÍA DE EDIFICACIÓN	DENSIDAD	LOTE MINIMO	FRENTE MINIMO	Altura de Edificación (3m x nivel)	Coefficiente de Edificación	Área Edificada	Área Libre	Estacionamiento
			Hab/Ha	m ²	m	m	m	m ²	%	Un
COMERCIO	C5	Comercio Zonal	300000	S.P.(**)	S.P.(**)	1.5 (a+r)	5.50	S.P.(**)	S.P.(**)	1x120m ² Área Construida + 1x(3Dptos)

1.5 (a+r): 1.5 veces el ancho de la vía mas la suma de los retiros municipales establecidos para ambos lados de la vía salvo que el plan urbano precise alturas mayores.
 (**) Según Proyecto arquitectónico.

Figura 111. Tipos de zonificación comercial.
 Fuente: Municipalidad provincial de Tacna.

4.2. Análisis del Lugar

4.2.1. Aspecto Físico Espacial

4.2.1.1. Ubicación y localización

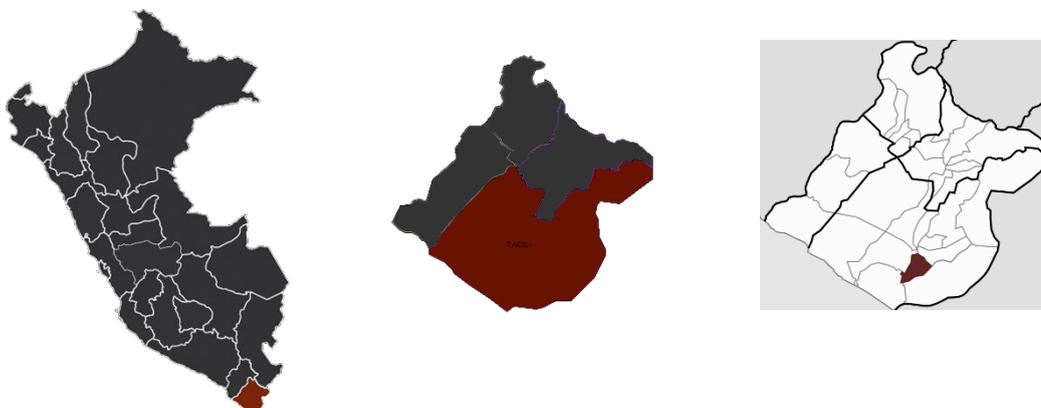
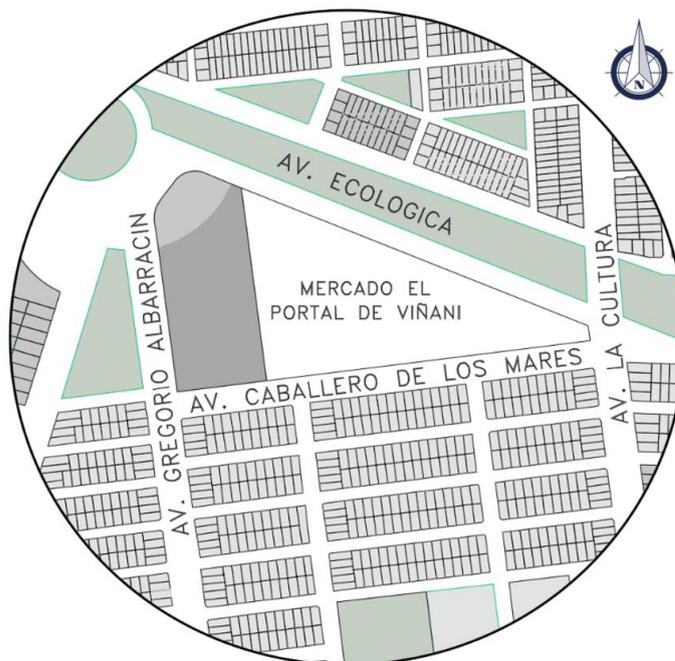


Figura 112. Ubicación de la zona de intervención.
 Fuente: Elaboración propia.

El predio del Mercado Sectorial de Viñani se encuentra ubicado en el Distrito de Coronel Gregorio Albarracín, Provincia y Región de Tacna, con un área de 12.252.53 y presentando como colindantes:

- Por el Frente: Av. Ecológica
- Por la Derecha: Mercado el portal de Viñani
- Por la Izquierda: Av. Gregorio Albarracín
- Por el Fondo: Av. Caballero de los Mares



*Figura 113. Localización del mercado sectorial de Viñani
Fuente: Elaboración propia.*

4.2.1.2. Estructura urbana y uso de suelo

Para determinar la estructura Urbana en el Entorno del área de estudio se consideró un radio de 800 ml, donde se podrá observar las zonas de educación, salud y las zonas de asociaciones de vivienda.

A. Equipamiento urbano

En la zona de estudio del proyecto podemos encontrar equipamientos educativos, equipamientos recreativos (parques y Losas Deportivas) equipamiento de salud, equipamientos. Religiosos y equipamientos complementarios.



Figura 114. Equipamiento urbano.
Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, es importante mencionar que dentro del radio no se encontró ningún equipamiento comercial consolidado en la zona, pero si se encuentran mercados a nivel barrial donde ofrecen productos de primera necesidad

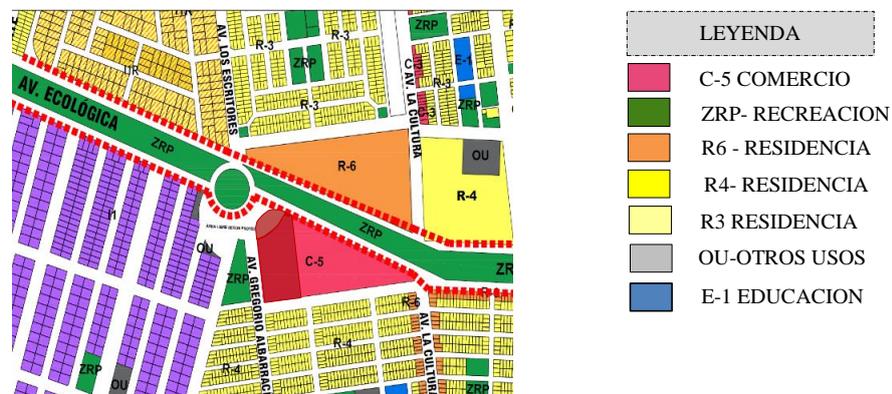


Figura 115. Mercado temporal.
Fuente: Elaboración propia.

B. Uso de suelo

El terreno a intervenir esta zonificado como comercio C-5 cumpliendo con la característica de zonificación comercial y así poder desarrollar el proyecto.

Se observa también que por la Av. Ecológica y la Av. Caballero de Mares encuentran áreas que están zonificadas como vivienda y por el lado de la Av. Gregorio Albarracín se encuentran zonas zonificadas como recreacionales y zonas industriales.



LEYENDA	
■	C-5 COMERCIO
■	ZRP- RECREACION
■	R-6 - RESIDENCIA
■	R-4- RESIDENCIA
■	R3 RESIDENCIA
■	OU-OTROS USOS
■	E-1 EDUCACION

ZONIFICACION COMERCIAL										
USO DEL SUELO	TIPOLOGÍA DE EDIFICACIÓN	DENSIDAD	LOTE MINIMO	FRENTE MINIMO	Altura de Edificación (3m x nivel)	Coefficiente de Edificación	Área Edificada	Area Libre	Estacionamiento	
		Hab/Ha	m2	m	m	m	m2	%	Un	
COMERCIO	C5	Comercio Zonal	300000	S.P.(**)	S.P.(**)	1.5 (a+r)	5.50	S.P.(**)	S.P.(**)	1x120m2 Área Construida + 1x30Dptos

1.5 (a+r): 1.5 veces el ancho de la vía más la suma de los retiros municipales establecidos para ambos lados de la vía salvo que el plan urbano precise alturas mayores.
 (**) Según Proyecto arquitectónico.

Figura 116. Uso de suelo comercial.
Fuente: Elaboración propia.

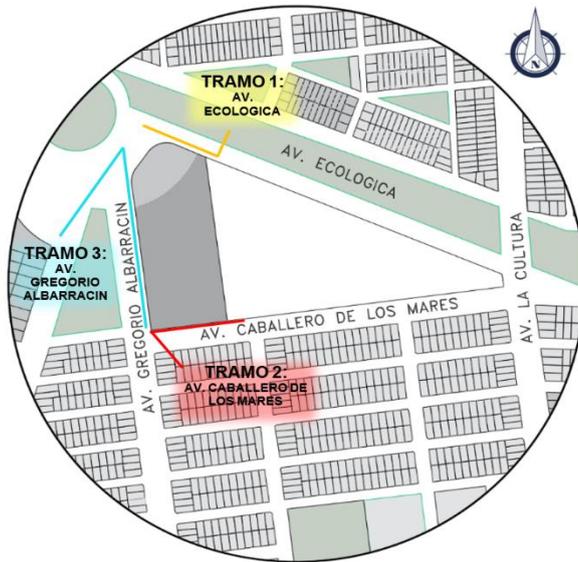
PREMISAS DE DISEÑO:

Para el diseño se tomo en cuenta la zonificación y usos de suelo como los parámetros urbanísticos del PDU de Tacna para poder articular el entorno con el emplazamiento.

4.2.1.3. Expediente urbano

A. Perfil urbano

En el perfil urbano en el área de intervención se observa que está compuesta por viviendas con un alto máximo de 4 niveles.



*Figura 117. Perfil urbano del área de influencia
Fuente: Elaboración propia*



TRAMO 1: AV. ECOLOGICA



TRAMO 2: AV. CABALLERO DE LOS MARES



TRAMO 3: AV. GREGORIO ALBARRACIN

*Figura 118. Perfil urbano
Fuente: Elaboración propia.*

B. Altura de edificación

En el área de influencia se puede observar que predominan las viviendas de 1 y 2 pisos sin embargo se puede observar también que de manera dispersa hay viviendas de 3 hasta 4 pisos.

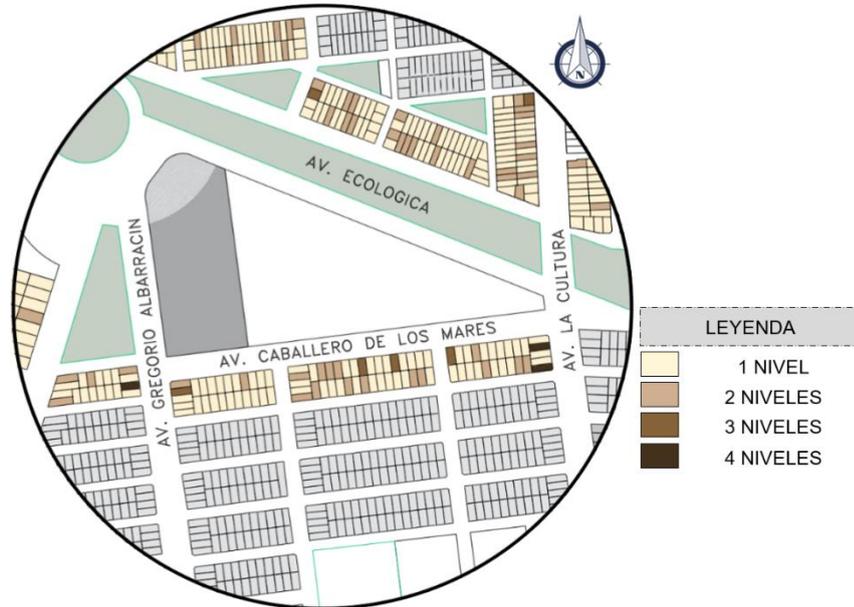


Figura 119. Altura de edificación del área de influencia
Fuente: Elaboración propia.



TRAMO 1: AV. CABALLERO DE LOS MARES



TRAMO 1: AV. GREGORIO ALBARRACIN

Figura 120. Altura de edificación.
Fuente: Elaboración propia.

C. Material predominante

Se puede observar que la gran mayoría de edificaciones se encuentran en buen estado siendo construcciones de ladrillos de arcilla, sin embargo, aún hay presencia de viviendas con material de broquetas de concreto.

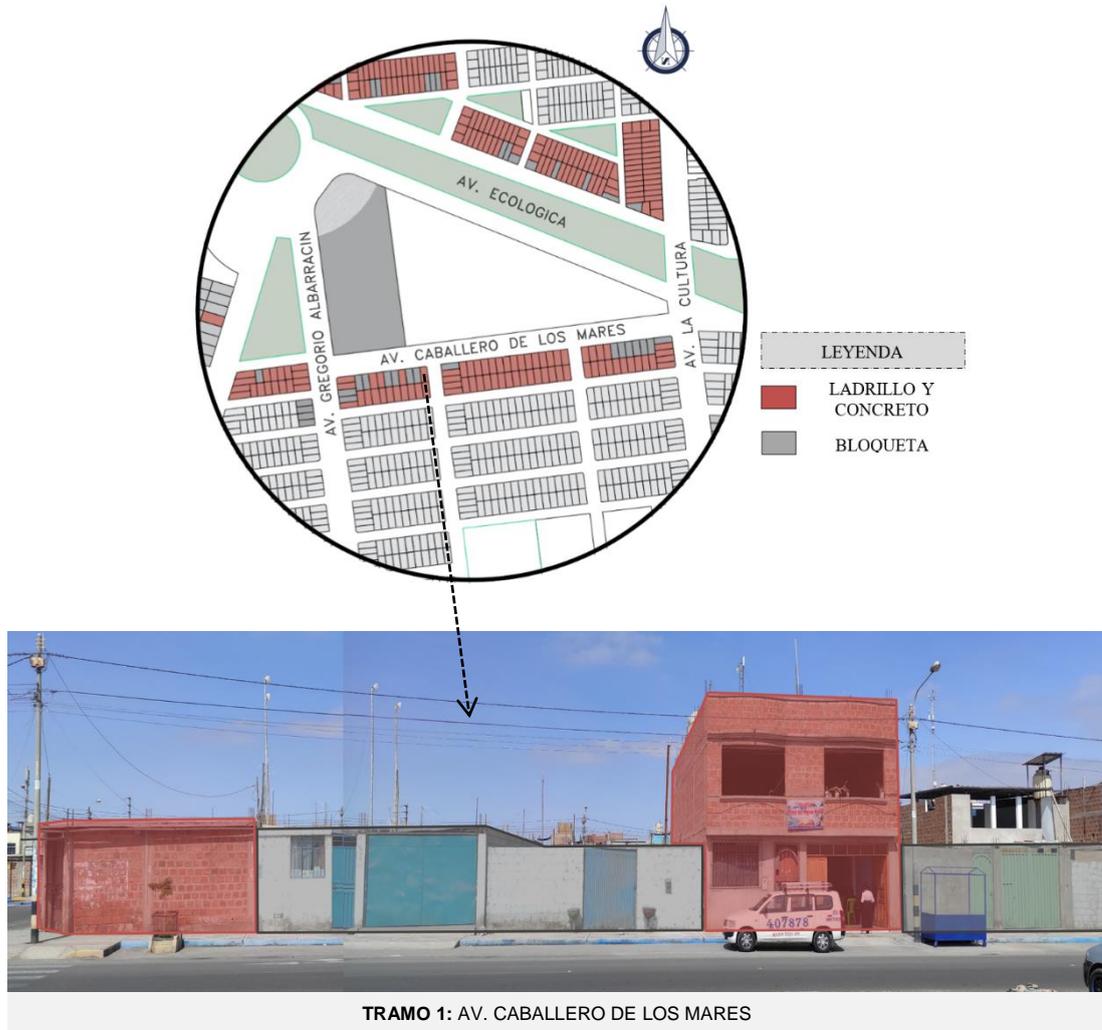


Figura 121. Material predominante.
Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Aspecto Físico Natural

4.2.2.1. Topografía

En el terreno se encuentra una pendiente más alta se puede observar el “Perfil 3” que tiene de 4 metros de altura aproximadamente desde la Avenida Ecológica hasta la Avenida Caballero de los Mares y la pendiente más baja se puede observar en el “Perfil 1” que tiene una altura de 2 metros de altura aproximadamente desde la Av. Gregorio Albarracín hacia la Propiedad Privada.

- Para la propuesta del proyecto se tomará por conveniente cortar y rellenar el terreno para así poder tener una circulación más fluida a todas las áreas del terreno.

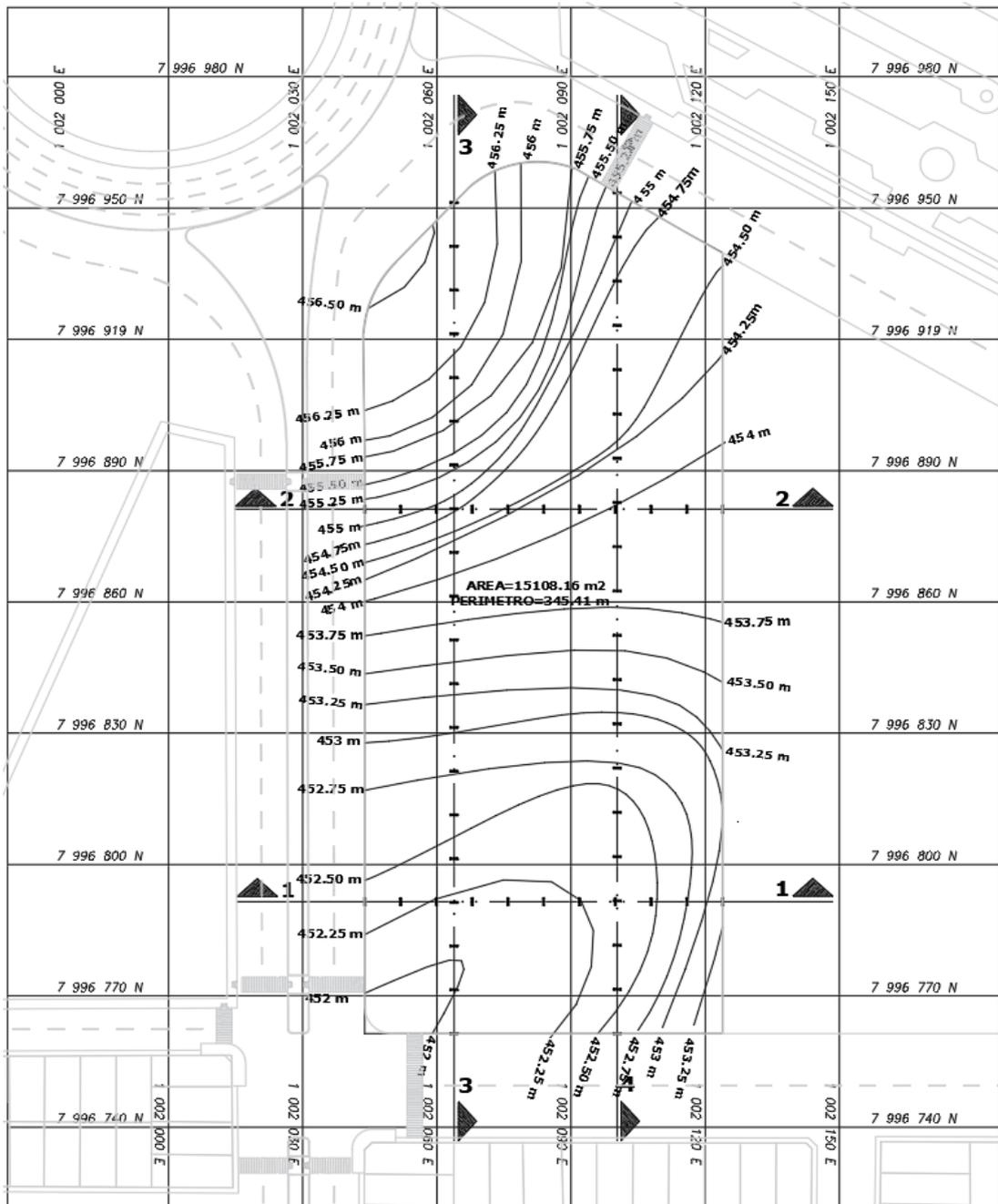


Figura 122. Topografía
Fuente: Elaboración propia.

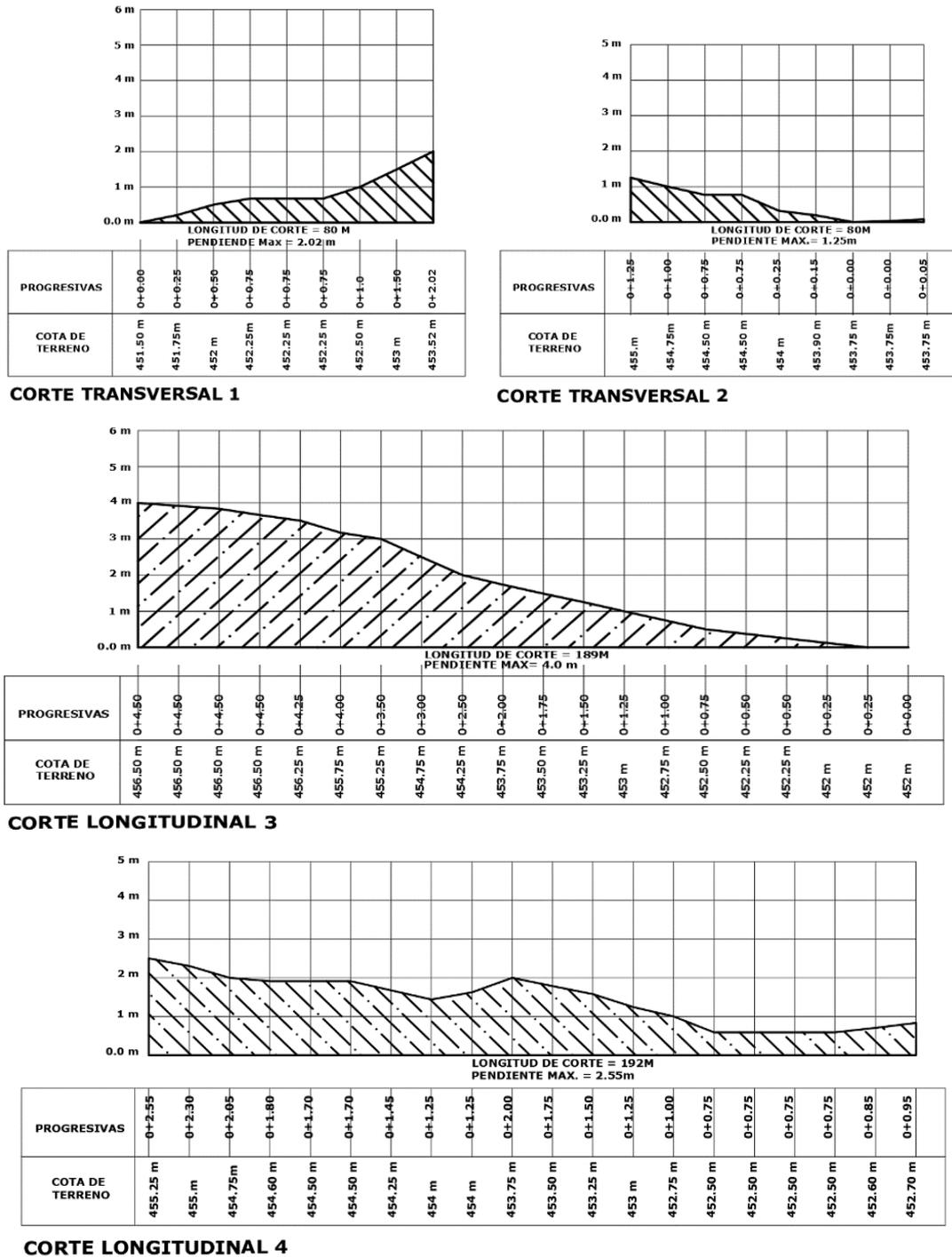


Figura 123. Perfil topográfico.
 Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.2. Clima

En el Distrito de Coronel Gregorio Albarracín el clima es subtropical y presenta características de un clima templado – cálido donde no hay presencia de lluvias frecuente, por ende, se observar el cambio de estación entre el invierno y verano que generalmente varía entre los 11° a 28°.

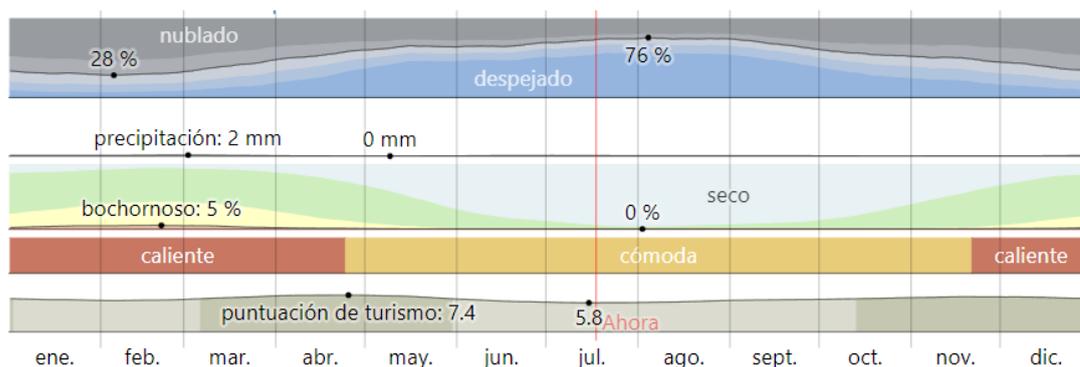


Figura 124. Clima.

Fuente: Weather Spark – Base de datos de julio 2023.

4.2.2.3. Temperatura

La temperatura del ambiente en temporada templada es en promedio máximo de 26°C entre los meses de diciembre y abril, la temporada fresca se da entre los meses de junio y septiembre con un promedio máximo de 20°C. y el mes más frío del año se da en el mes de julio con una temperatura promedio de 11°C y máxima de 19°C.

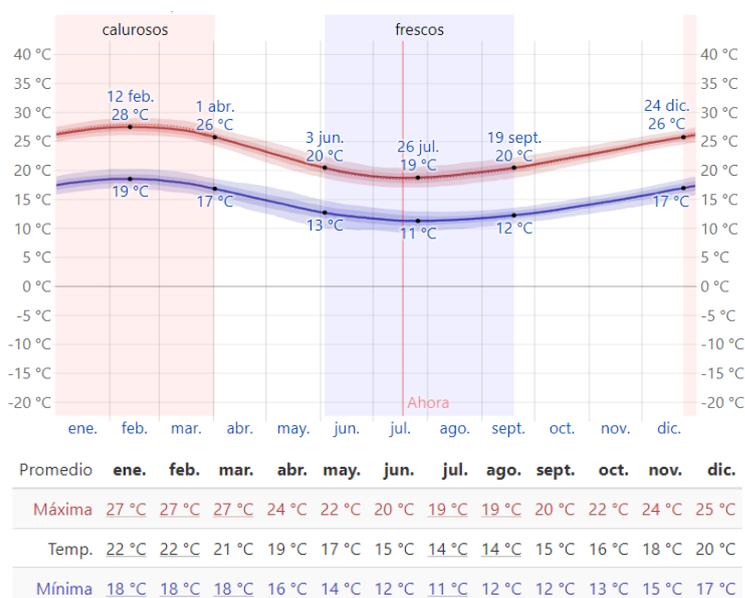


Figura 125. Temperatura.

Fuente: Weather Spark – Base de datos de julio 2023.

PREMISAS DE DISEÑO:

Es recomendable plantear métodos naturales para la climatización y ventilación cruzada para así aminorar la temperatura en el verano.

4.2.2.4. Vientos

La temporada con más viento del año dura 6 meses entre los meses de septiembre y marzo, con una velocidad promedio del viento de más de 10kilometros por hora. El mes con más viento es el mes de diciembre con vientos de 12 kilómetros por hora, le mes con vientos más calmados es del mes de marzo a septiembre y el mes más calmado es junio con una velocidad aprox. de 9 kilómetros por hora.

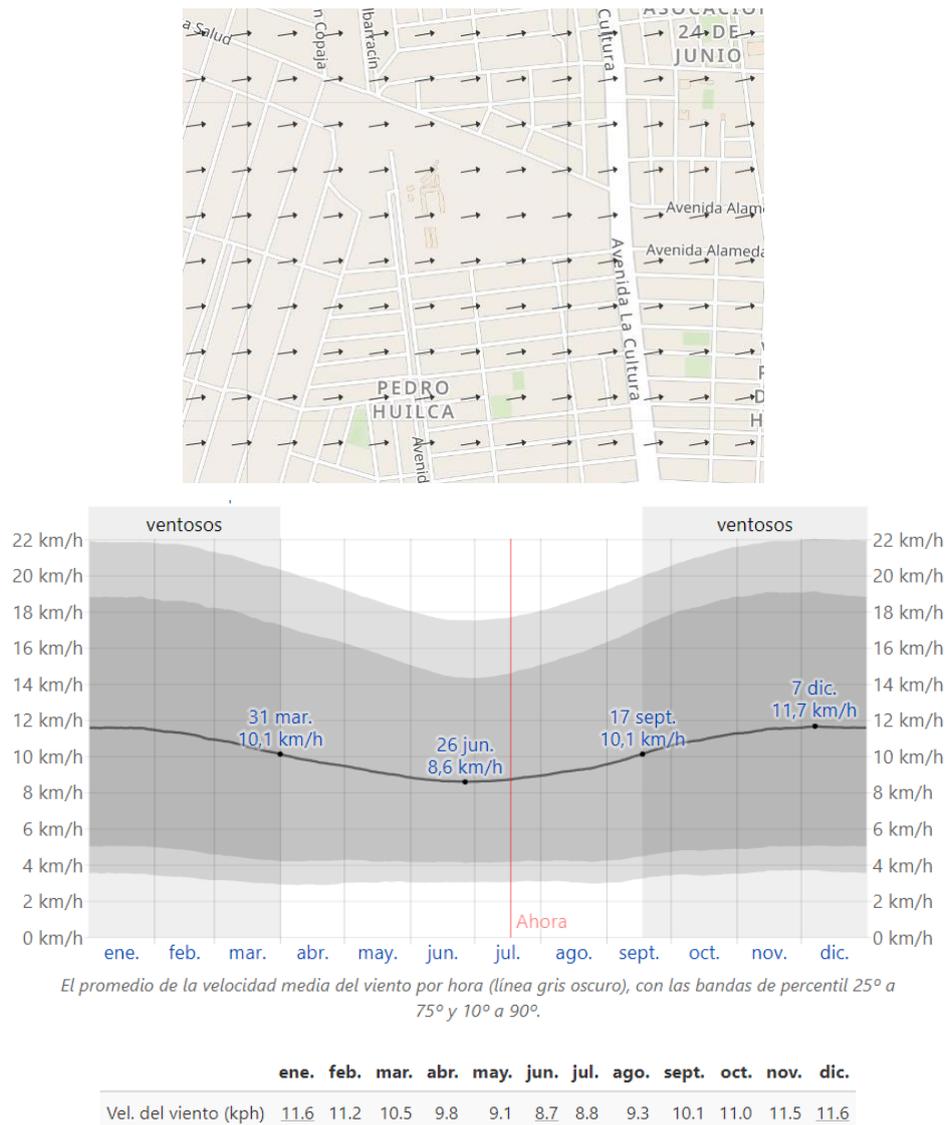


Figura 126. Vientos.
Fuente: Weather Spark – Base de datos de julio 2023.

PREMISAS DE DISEÑO:
Considerar la ventilación cruzada en ambientes con mayor índice de usuarios, orientando los vanos en dirección de oeste – este y norte – sur.

4.2.2.5. Precipitación pluvial

El tipo más común de precipitación durante el año es solo lluvia con precipitaciones liquidas de 1 milimetro, esto no varía sustancialmente según la estación, en promedio es de 1% y solo varia de -0 % a 2 %. El mes con mas lluvia es enero con un promedio de 0,5 días.

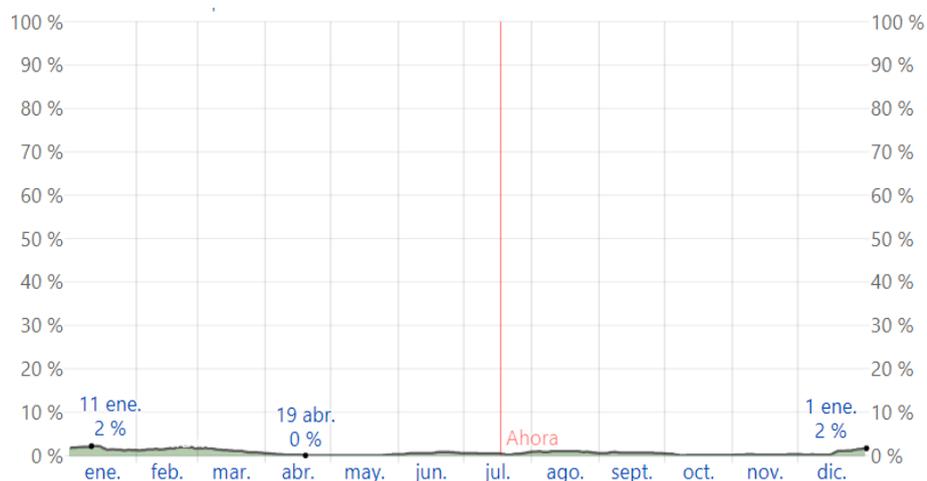


Figura 127. Precipitaciones.

Fuente: Weather Spark – Base de datos de julio 2023.

4.2.2.6. Humedad

La humedad en el sector se siente bochornosa y no varía durante le año quedándose entre el 3% del 3%.

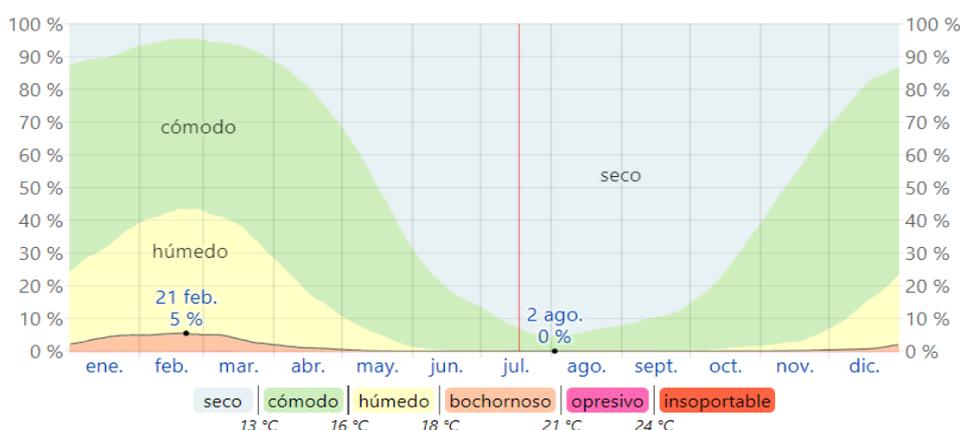


Figura 128. Humedad.

Fuente: Weather Spark – Base de datos de julio 2023.

PREMISAS DE DISEÑO:
Se deben considerar sistemas de drenaje para las aguas pluviales. Tener una inclinación en los techos de 1%.
Considerar un sistema de reciclaje de aguas pluviales para que puedan ser reutilizadas.

4.2.2.7. Asoleamiento

La salida del sol más temprana es a las 4:55 en el mes de noviembre y la salida del sol más tardía es en el mes de julio a las 6:13, la puesta de sol más temprana es a las 17:12 y la más tardía a las 18:23 en enero.

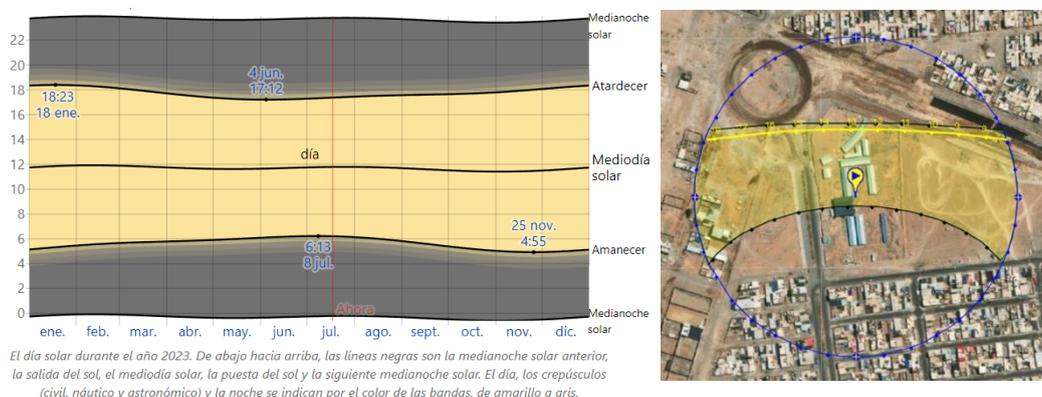


Figura 129. Asoleamiento.

Fuente: Weather Spark – Base de datos de julio 2023.

PREMISAS DE DISEÑO:

Se tomará en cuenta las horas de asoleamiento para ubicar la fachada principal al norte y poder aprovechar la luz natural.

Se ubicarán los espacios abiertos y de recreación de acuerdo al recorrido solar.

También se va a considerar vegetación para poder mitigar la época de mucha incidencia.

4.2.3. Aspecto Urbano

4.2.3.1. Vialidad

A. Articulación y jerarquización vial

El terreno donde se encuentra el Mercado sectorial de Viñani se encuentra a 9 min. Del anillo vial de la ciudad de Tacna, que se encuentra en el PDU 215-2025.

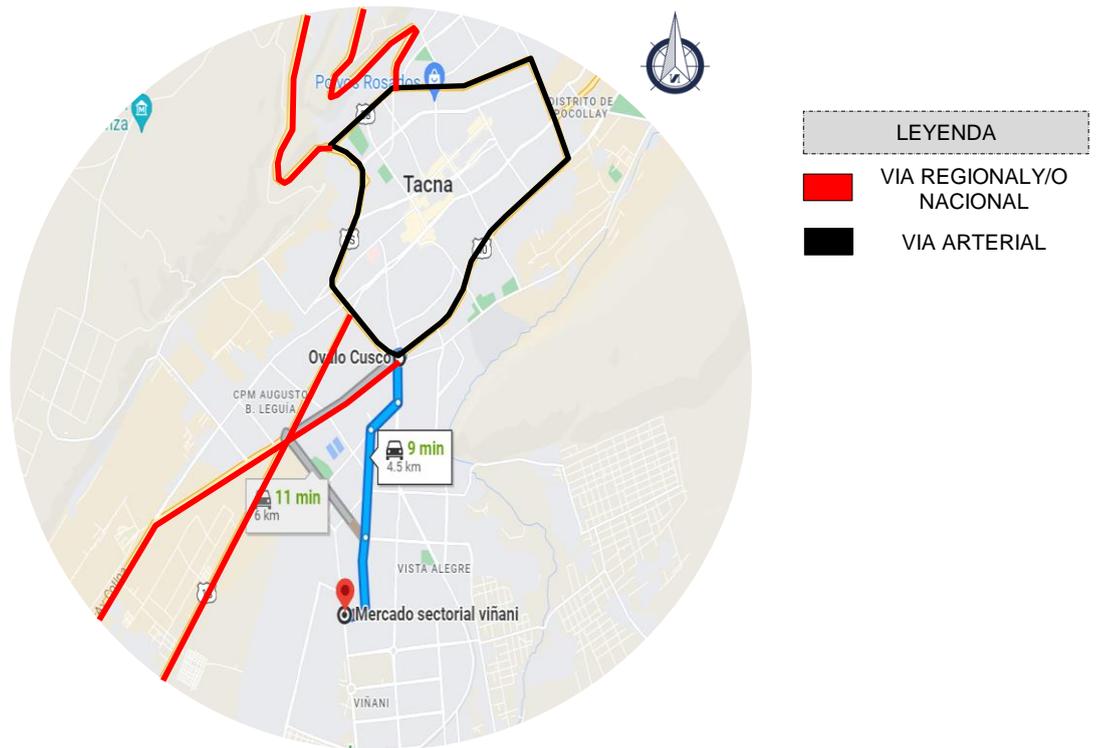


Figura 130. Articulacion Vial de Tacna.
Fuente: Elaboracion propia.

El entorno inmediato donde encuentra el Mercado sectorial de Viñani presenta 2 vías importantes, como Vía principal la Av. Ecológica y la Av. la Cultura como vía interdistrital ganando importancia por el flujo de transporte público y como vías secundarias se observan las Av. Caballero de los mares y la Av. Gregorio Albarracín y las calles aledañas como vías locales.

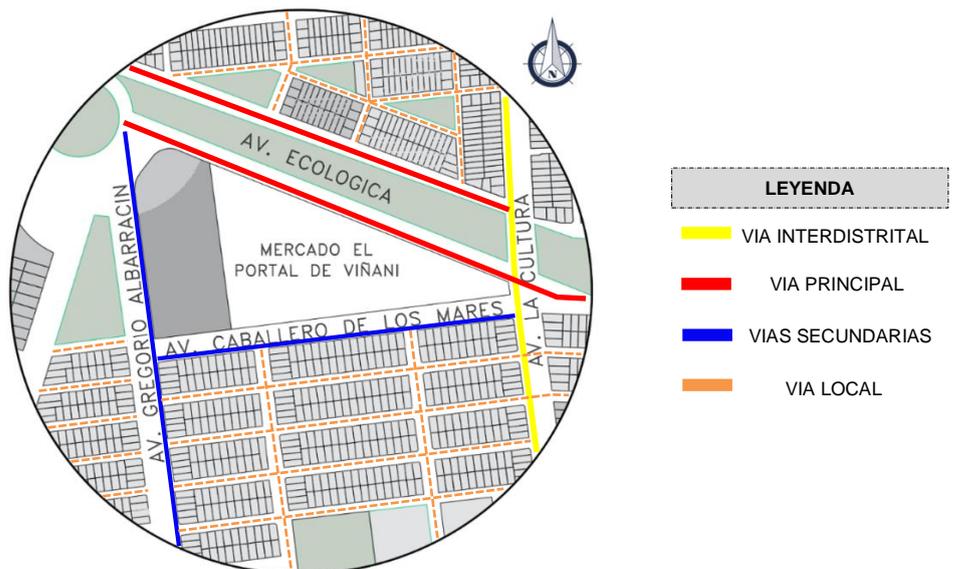
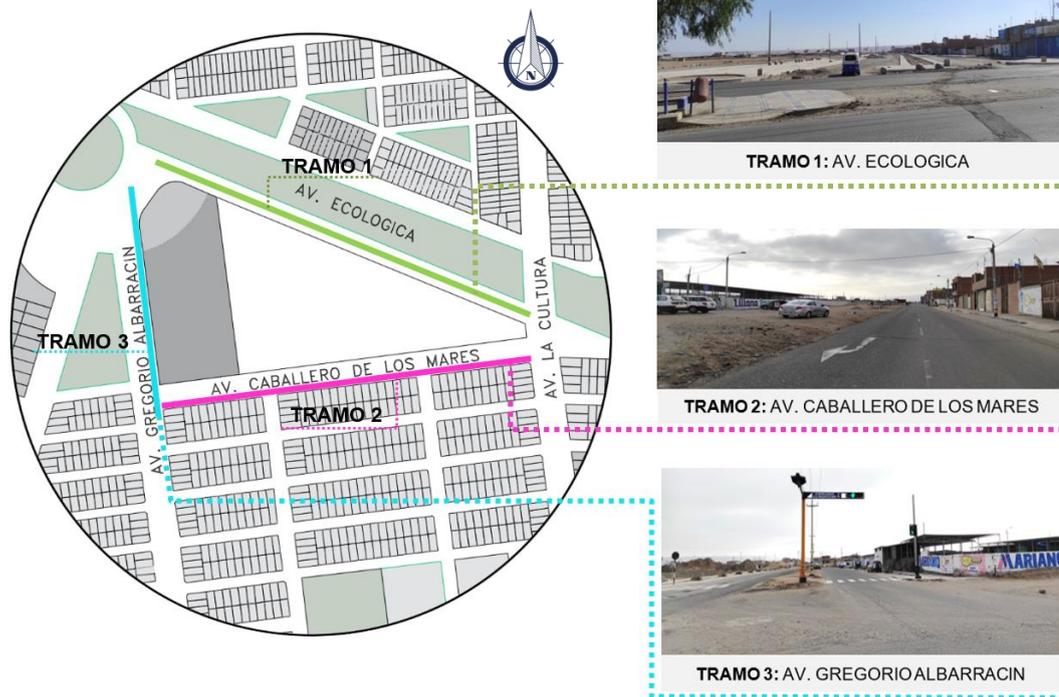
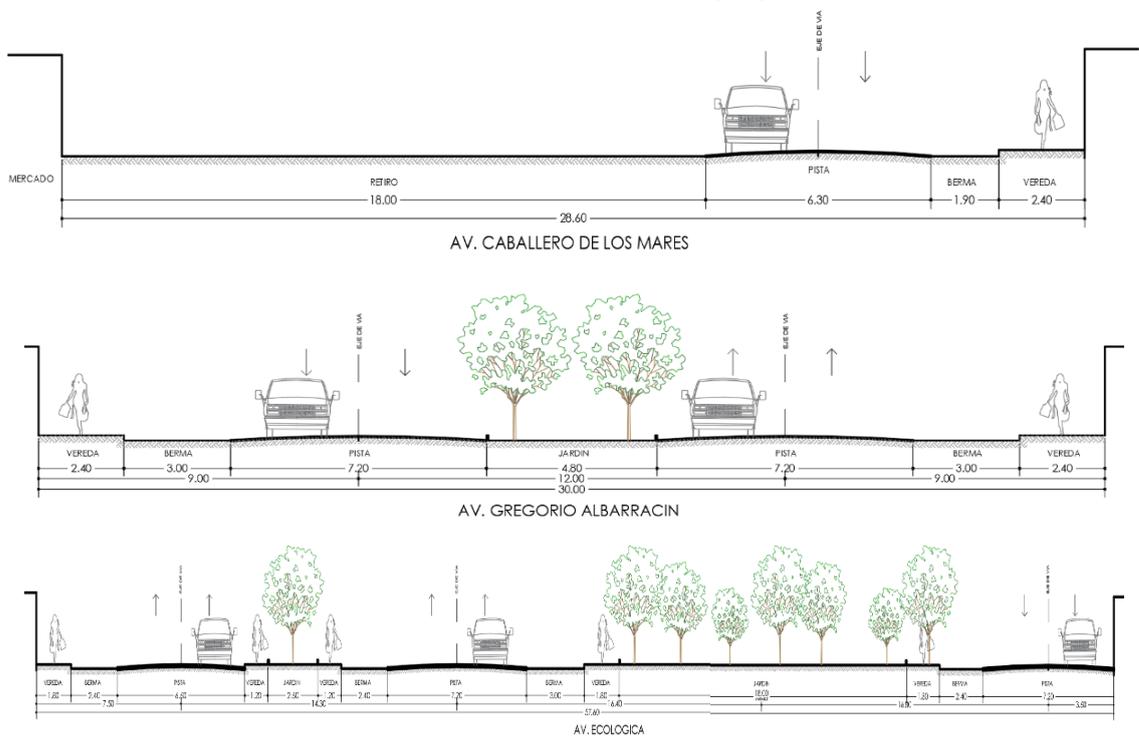


Figura 131. Articulación y jerarquización vial
Fuente: Elaboracion propia

B. Secciones viales



*Figura 132. Secciones viales
Fuente: Elaboración propia*



*Figura 133. Secciones viales.
Fuente: Elaboración propia.*

PREMISAS DE DISEÑO:

Las vías de ingreso y salida de vehículos desde el subterráneo se darán en la Av. Caballero de los Mares y Av. Ecológica, y las 3 vías principales de ingreso peatonal al Mercado serán en la Av. Caballero de los Mares, Av. Gregorio Albarracín y la Av. Ecológica.

C. Accesibilidad y transporte urbano

Con respecto al transporte urbano, existen rutas que pasan cerca de la zona de estudio, siendo la Av. La cultura la que tiene más flujo vehicular y transporte público.

- Acceso vehicular:

Av. La cultura: Transitan vehículos particulares, de servicio público y privado mototaxis y vehículos de carga pesada.

Av. Ecológica: Transitan vehículos particulares, servicio privado, mototaxis y carga pesada.

Av. Gregorio Albarracín: Transitan vehículos particulares, de transporte público y privado mototaxis y vehículos de carga pesada.

- Acceso peatonal:

Todas la Avenidas y calles aledañas cuentan con acceso peatonal.

- Transporte por el terreno:

Cerca del terreno encontramos transporte público, circulan la ruta 14 y la ruta 10-B además de los taxis mototaxis y vehículos particulares.

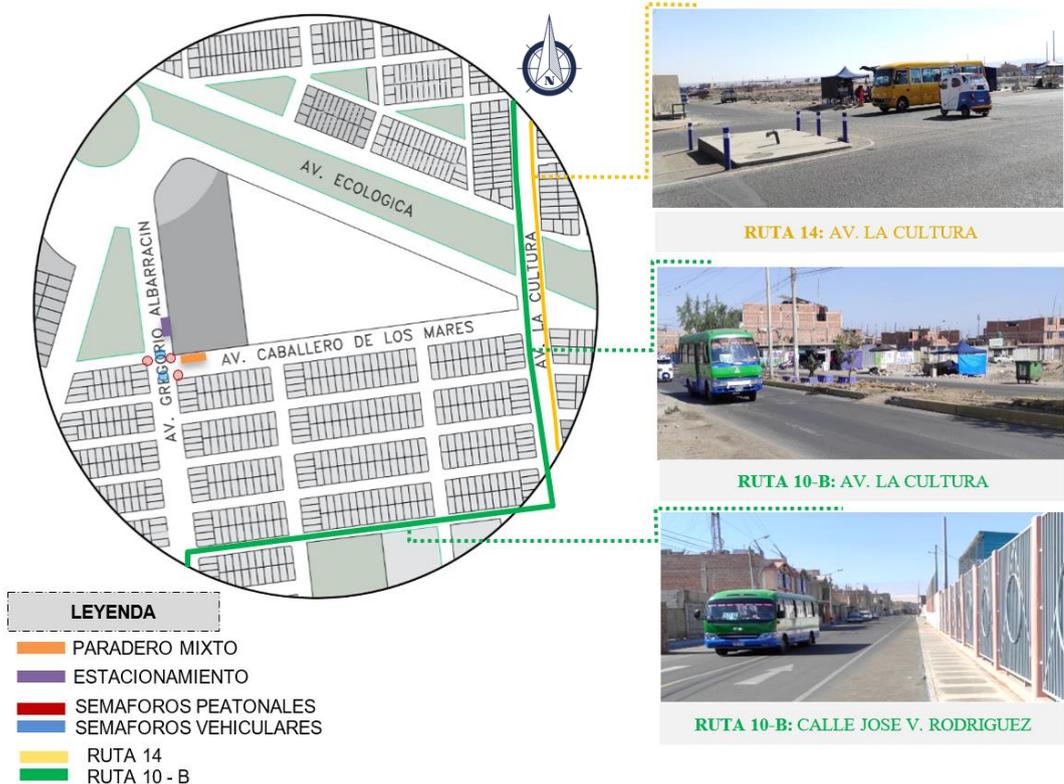


Figura 134. Transporte urbano
Fuente: Elaboración propia.



Figura 135. Accesibilidad.
Fuente: Elaboración propia.

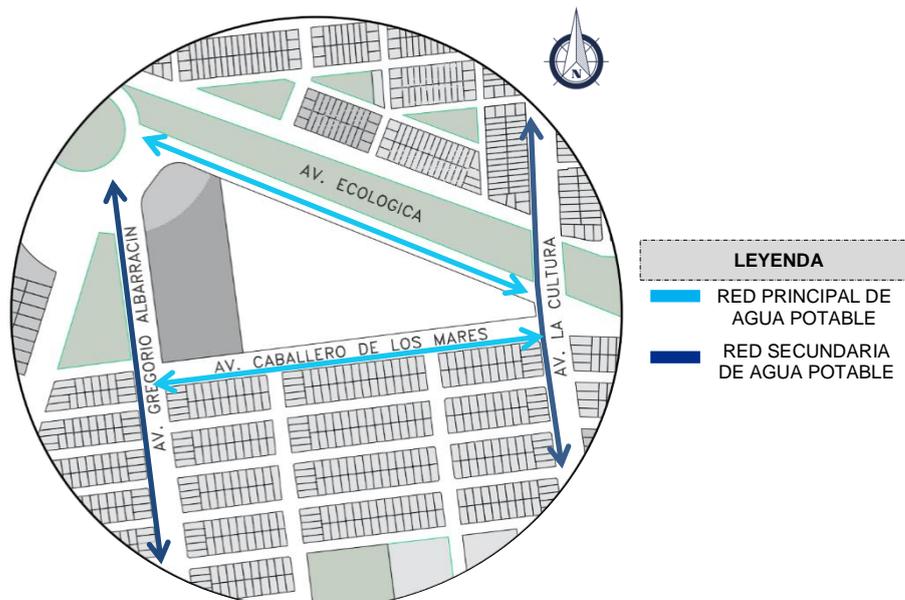
PREMISAS DE DISEÑO:

La Av. La Cultura se constituye como una vía principal para el acceso vehicular de transporte público, la Av. Ecológica y la Av. Gregorio Albarracín se constituyen como vías secundarias para los accesos vehiculares y peatonales de los usuarios y la Av. Caballero de los Mares se constituye como vía terciaria de accesos y de servicio.

A. Red de agua potable

El servicio de abastecimiento agua potable que se encuentra en la zona de estudio es administrado por la empresa Prestadora de Servicios Tacna S.A. – EPS Tacna.

Las líneas matrices de agua pasan por la Av. La cultura y la Av. Ecológica y como redes secundarias la Av. Gregorio Albarracín, por tal motivo es que se tiene una flexibilidad para el adecuado planteamiento del proyecto.



*Figura 136. Agua potable.
Fuente: Elaboración propia.*

B. Red de desagüe y alcantarillado

Está a cargo de la empresa Prestadora de Servicios Tacna S.A. – EPS Tacna. La recolección de residuos pasa por las 4 avenidas colindantes al terreno (Av. La cultura y la Av. Ecológica) en el sentido de la topografía que permite tener una adecuada evacuación de los residuos por la gravedad.

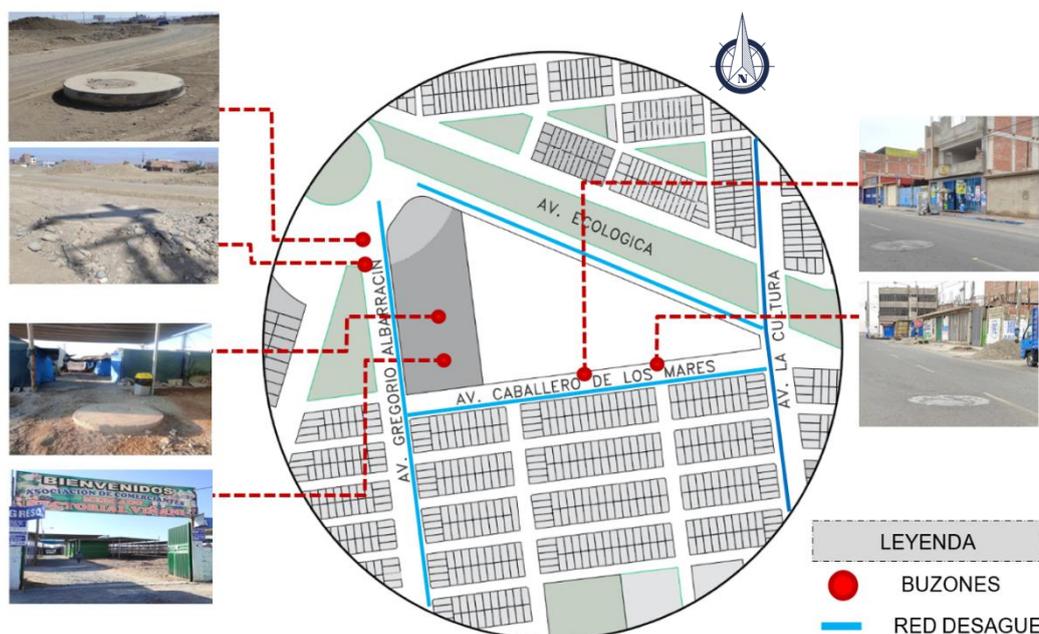


Figura 137. Desague.
Fuente: Elaboración propia.

C. Red de energía eléctrica

El servicio de energía eléctrica está a cargo de la empresa Prestadora de Servicios Electrosur S.A. encargada de la distribución de la energía eléctrica en la ciudad de Tacna.

En el sector del terreno si cuentan con el servicio de energía eléctrica en los domicilios y también alumbrado público. Siendo la Av. La Cultura y la Av. Gregorio Albarracín las que extienden las principales redes de energía eléctrica.



Figura 138. Red de energía eléctrica.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 139. Energía eléctrica.
Fuente: Elaboración propia.

D. Servicio de limpieza pública

El servicio de limpieza pública se encuentra a cargo de la Municipalidad de Coronel Gregorio Albarracín, pero esta solo se encarga de la recolección de basura, sin embargo, en los alrededores del entorno del terreno se puede observar la gran cantidad de desmonte en la intersección de la Av. Gregorio Albarracín y la Av. Ecológica debido a su construcción, en el Caso de la Av. El Caballero de los Mares encontramos la presencia de desmonte junto con la acumulación de basura creando un impacto negativo en el sector.



Figura 140. Limpieza pública.
Fuente: Elaboración propia.

4.3. Consideraciones para la propuesta

4.3.1. Condicionantes

Clima: Clima árido templado cuya temperatura oscila entre 17 y 22°C además de presentar menos de 25 mm de precipitaciones. Ello ocasiona el nulo potencial de dicha tierra para actividad agrícola.

Accesibilidad: De ingreso simple a la edificación en proyección referente tanto al flujo vehicular como peatonal.

El acceso vehicular se da por medio de las vías tales como Av. Cultura, Av. Ecológica, y Av. Gregorio Albarracín debido a su constante tránsito de vehículos tanto particulares como mototaxis y vehículos de montacarga. Además, cuenta con servicio de transporte público por medio de las rutas 14 y 10 – B en la Av. L a cultura únicamente. Por otro lado, el flujo peatonal se da por medio de todas las vías colindantes o aledañas a la ubicación del proyecto.

Geología: El 70% del total del área de estudio pertenece a una Zona I cuyo suelo está compuesto por gravas pobremente graduadas. El 30% restante pertenece a Zona II el cual está compuesto por un suelo de gravas bien graduadas.

Uso de suelo: el terreno de estudio es calificado como comercio C-5 debido a las características que este presenta como uso comercial favorable al proyecto que en él se proyecta.

4.3.2. Determinantes

Los distintos escenarios de peligros naturales a los que está expuesto el terreno de estudios debido a su ubicación oscilan desde desbordes, inundaciones, sismos, así como flujos violentos debido a su característica de abanico aluvial y río.

Poca seguridad existente en zona comercial de mercado debido a que no se ha consolidado el proyecto de Av. Ecológica en el periodo establecido, lo cual trae como consecuencia la nula presencia de actividad de vigilancia para salvaguardar la seguridad ciudadana de la población de zonas colindantes a dicho terreno.

El estado inconcluso de obras aledañas en av. Ecológica afecta de manera negativa a la población perteneciente a los alrededores de esta área, debido a la necesidad de culminación de obras públicas correspondiente al crecimiento y desarrollo del distrito.

4.3.3. Premisas de Diseño

Movilidad vehicular: reorganización de área de parqueo, por lo tal se busca generar zonas de parqueo debajo de la construcción de manera subterránea.

Movilidad peatonal: senderos peatonales accesibles, a favor de que promocionen distintas alternativas de movilidad de carácter peatonal, así mismo aplicar estándares de diseño accesible para personas cuya movilidad sea reducida en espacios públicos. Por otro lado, la implementación de iluminación a favor de garantizar la seguridad y flujo seguro de peatones.

Paisaje urbano: en base a mobiliario urbano que fortalece el estilo de diseño del sector. Además de la implementación de arborización como arquitectura del espacio público.

Revitalización de área en estado de deterioro: por medio del desarrollo de nuevas edificaciones sobre las construcciones deterioradas. Así mismo integrar los sectores urbanos de baja y alta vitalidad.

Integración con el entorno: Incrementar el interés visual por medio de creación de hitos de referencia.

Calidad de borde espacial: por medio de una fachada atractiva y dirigida a cada tipo de uso como distintivo.

Espacio libre: adoptando un espacio abierto, plaza mercado.

Espacios adaptables: Adaptar espacios comerciales con un arrea adecuada para que sea factible la exposición de comercio local por parte de emprendedores de la zona a favor de la integración social y comercial, por medio de módulos diferenciados.

Cualificación espacial: por medio de integración de imagen arquitectónica de la Plaza mercado con el diseño de espacio público.

Calidad ambiental: por medio de accesibilidad rápida y segura a estacionamiento para flujo vehicular, así como para el flujo peatonal.

Beneficiar de manera positiva la localidad: fortaleciendo el sentido de pertenencia y valorización por medio de actividades que sean de interés del poblador local, no solo en actividades de convivencia como comunidad, sino también en decisiones gubernamentales para la misma. Además, fortalecer su seguridad ciudadana de modo tal que se pueda contar con vigilancia y cuidadores urbanos de manera frecuente.

Calidad espacial: creación de programa para el mantenimiento de cada uno de los proyectos de mejora para que estos sean de larga duración a largo plazo.

4.4. Aspecto Normativo

4.4.1. Normativa Nacional

4.4.1.1. Norma Técnica para el diseño de Mercados de Abastos Minoristas

- Esta norma técnica tiene como objetivo promover la creación de la infraestructura adecuada para el funcionamiento del mercado de abastecimiento minorista para aumentar la productividad y la competitividad de forma segura, funcional, asequible y saludable.
- Proporciona lineamientos detallados para el diseño e implementación de este tipo de infraestructuras.
- Esta norma es obligatoria para los edificios del mercado de suministro minorista, tanto privados como públicos.

4.4.1.2. (Ley de Gestión Y Protección de Los Espacios Públicos - LEY - No 31199 - CONGRESO de LA REPUBLICA, 2021)

- La presente ordenanza tiene por objeto reglamentar la Ley N° 31199 “De Ordenación y Protección de los Lugares Públicos”, en adelante la Ley, estableciendo lineamientos generales, acciones y procedimientos para la gestión y protección efectiva de los lugares públicos.
- El presente reglamento tiene por objeto facilitar la adecuada gestión, protección y desarrollo sostenible de los espacios públicos con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas y el medio ambiente de la ciudad.

4.4.2. Norma A 0.70 Comercio

A continuación, se analizará la Norma A 0.70 Comercio del (Reglamento Nacional de Edificaciones, 2021), resaltando los aspectos mas importantes para el desarrollo del proyecto.

CAPITULO I

Artículo 1:

Edificación comercial es aquella que está destinada desarrollar actividades comerciales de bienes y/o servicios.

CAPITULO II

Artículo 5: Ubicación de las edificaciones.

Las edificaciones comerciales se deben ubicar de acuerdo a lo indicado en los instrumentos de Acondicionamiento Territorial y Desarrollo Urbano y a lo indicado en los usos de suelo que brindan los gobiernos locales para saber la ubicación de las actividades.

Artículo 7: Confort en los ambientes.

7.1 Iluminación: Todas las edificaciones comerciales deben contar con iluminación natural y/o artificial, para que de este modo se garantice la visibilidad de todos los productos sin alterar la condición natural de los productos.

7.3 Confort Térmico: Este se logrará teniendo en cuenta el clima del lugar, la ventilación, el tipo de actividades a realizar y los materiales constructivos.

7.4 Ventilación: Las edificaciones comerciales deben tener una ventilación natural que puede ser de manera cenital o a través de patios y zonas abiertas o de manera artificial.

Artículo 8: Calculo del número de ocupantes

8.1 El número de ocupantes se determina de acuerdo al área de venta de cada tipo de establecimiento.

Tabla 1. Numero de ocupantes.

Clasificación	Coefficiente de ocupación
Tienda Independiente	
Tienda independiente en primer piso (nivel de acceso)	2.8 m ² por persona
Tienda independiente en segundo piso	5.6 m ² por persona
Tienda independiente interconectada de dos niveles	3.7m ² por persona
Locales de expendio de comidas y bebidas	
Restaurante, cafetería (cocina)	9.3 m ² por persona
Restaurante, cafetería (área de mesas)	1.5 m ² por persona
Comida rápida, comida al paso (cocina)	9.3 m ² por persona
Comida rápida, comida al paso (área de mesas, área de atención)	1.5 m ² por persona
Locales de expendio de combustibles y/o de energía eléctrica	En función de los servicios complementarios que cuente
Locales bancarios y de intermediación financiera	5.0 m ² por persona
Locales de entretenimiento y/o recreo	
Parques de diversión y/o recreo, salas de juegos (electrónicos, video, bowling, de mesa, entre otros)	4.0 m ² por persona
Locales de servicios personales	
Spa, baño turco, sauna, baño de vapor	3.4 m ² por persona
Barbería, salón de belleza	2.4 m ² por persona
Gimnasio, fisicoculturismo (área con máquinas)	4.6 m ² por persona
Gimnasio, fisicoculturismo (área sin maquinas)	1.4 m ² por persona
Tienda por departamentos	3.0 m ² por persona
Tienda de autoservicio	
Supermercado	2.5 m ² por persona
Tienda de mejoramiento del hogar	3.0 m ² por persona
Otras tienda de autoservicio	2.5 m ² por persona
Locales de servicios para vehículos	
Local de estacionamiento de vehículos	27.5 m ² por persona
Local de venta, mantenimiento y/o limpieza de vehículos	37.7 m ² por persona
Mercado de abastos	
Mercado de abastos mayorista	5.0 m ² por persona
Mercado de abastos minorista	2.0 m ² por persona
Galería comercial	2.0 m ² por persona
Centro comercial	En función a la sumatoria total de la áreas de venta de los cálculos resultantes de ocupantes de los establecimientos que lo conforman
Galería ferrial	2.0 m ² por persona
Depósitos y almacenes al interior de ocupaciones comerciales	27.9 m ² por persona

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

Artículo 9: Altura mínima de ambientes

La altura mínima de ambientes comerciales es de 3.00 m contando desde el piso hasta la parte inferior del techo.

La altura mínima para ambientes de servicio es de 2.40 m. como ss.hh. depósitos, cajas, almacenes, etc.

CAPITULO III

Artículo 10: Acceso

10.1 Las edificaciones comerciales deben contar con un ingreso mínimo para personas con discapacidad.

Artículo 11: Vanos

11.1 LA altura mínima de los vanos es de 2.10 m.

Tabla 2. Ancho mínimo de vanos.

Tipo de vano	Ancho mínimo
Ingreso principal	1.00 m.
Dependencias interiores	0.90 m.
Servicios higiénicos	0.80 m.
Servicios higiénicos para discapacitados	0.90 m.

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

Artículo 12: Pasajes de Circulación

12.1 El ancho de los pasajes de circulación va a depender del largo del pasaje, de la salida más cercana y la profundidad de las tiendas.

Tabla 3. Ancho mínimo de pasajes de circulación.

Tipo de pasajes de circulación	Ancho mínimo
Interior de locales comerciales individuales, el ancho mínimo entre góndolas, anaqueles o exhibidores de 1.20 m. de altura que contiene productos de consumo cotidiano.	0.90 m.
Interior de locales comerciales, entre góndolas o anaqueles de consumo cotidiano, y para productos especializados cuando las dimensiones del producto lo permita.	1.20 m.
Pasajes secundarios por los que se accede a tiendas o locales dentro de un local comercial agrupado.	2.40 m.
Pasajes principales por los que se accede a tiendas o locales dentro de un local comercial agrupado.	3.00 m.

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

Artículo 13 Materiales y acabados

13.1 El material de acabado de los pisos que están en el exterior deben ser antideslizantes.

Los pisos al interior de los establecimientos comerciales deben ser material antideslizante, liso e impermeable para que estos puedan ser fáciles de limpiar, y dándoles una pendiente de 1.5% hacia canaletas o sumideros conectados al desagüe.

13.2 Los puestos del mercado deben tener las superficies fáciles de limpiar para cuando estén en contacto directo con el alimento.

13.4 Las paredes deben ser de superficies lisas y que no absorban, debes estar revestidas de un material o pintura que les permita ser lavadas sin que estas se deterioren.

Los techos deben ser diseñados de tal manera que sean fáciles de limpiar y no contaminen los productos.

Artículo 14: Organización y áreas mínimas de los ambientes

14.3 Los locales comerciales tienen un área mínima de 6m² por ende no es necesario incluir depósitos ni ss.hh.

14.4 La distribución de los tipos de mercados es por tipo de producto y las áreas mínimas son de acuerdo a las actividades a desarrollar en el mercado.

Tabla 4. Áreas mínimas de puestos en mercado.

Tipo de ambientes	Área mínima
Carnes, pescado y productos perecibles, abarrotes, mercería	4 m ²
Cocina	6 m ²
Otros productos	5 m ²

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

Artículo 15: Escaleras

15.1. Toda edificación comercial debe tener escaleras de evacuación y salidas de emergencia necesarias.

a) Deben tener un pasamanos continuo adicional, ubicado entre los 0.45 y 0.60 de altura desde el nivel del piso

b) Debe tener pasos de 0.28 cm como mínimo y un contrapaso de 0.18 como máximo.

15.2. Deben contar como mínimo con 2 escaleras de emergencia a no ser que cumplan con ciertos requisitos para contar con 1 escalera de emergencia:

a) Tener una altura menor de 9.00 m de altura desde el nivel más bajo.

b) En el caso de la escalera integrada la ruta de evacuación tendrá 45m de distancia máxima de recorrido hasta el exterior de la edificación.

c) En el caso de las escaleras de evacuación estas entregaran al exterior de la edificación o a un espacio que conduzca hacia la vía pública.

d) Que no supere los 300.00m² de área techada.

e) Toda edificación de uso comercial debe contar con más 1 escalera de evacuación.

CAPITULO IV

Artículo 16: Servicios Higiénicos

16.1 Los ambientes de ss.hh. deben tener sumideros en caso de accidentes.

16.2 Los ss.hh. de edificaciones comerciales deben ubicarse cerca a los accesos o escaleras y no deben estar distanciados a más de 100.00 m de forma horizontal.

16.6 Las edificaciones para mercados de abastos, ferias, etc, deben tener sanitarios para empleados y sanitarios para público.

Tabla 5. SS.HH. para empleados.

Número de empleados	Hombres	Mujeres
De 1 hasta 5 empleados	1L, 1U, 1I	
De 6 hasta 20 empleados	1L, 1U, 1I	1L, 1I
De 21 hasta 60 empleados	2L, 2U, 2I	2L, 2I
De 61 hasta 150 empleados	3L, 3U, 3I	3L, 3I
Por cada 300 empleados adicionales	1L, 1U, 1I	1L, 1I

L = lavatorio, U= urinario, I = Inodoro

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

Tabla 6. SS.HH. para los usuarios.

Número de personas	Hombres	Mujeres
De 1 hasta 100 personas (público)	1L, 1U, 1I	1L, 1I
De 101 hasta 250 personas (público)	2L, 2U, 2I	2L, 2I
Por cada 500 personas adicionales	1L, 1U, 1I	1L, 1I

L = lavatorio, U= urinario, I = Inodoro

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

Artículo 17: Estacionamientos

17.1 Ubicación y accesos: Las edificaciones comerciales deben tener estacionamientos que se ubiquen dentro del área donde se va a construir y que cuenten con vías consolidadas alrededor del predio.

17.2 Dotación de estacionamientos: el mínimo de estacionamientos se determina en base al cálculo de estacionamientos.

Tabla 7. Cálculo de estacionamientos.

Clasificación	Estacionamientos	
	Para personal administrativo	Para público
Tienda independiente	1 est. cada 15 personas	1 est. cada 15 personas
Locales de expendio de comidas y bebidas		
Restaurante, cafetería (área de mesas)	1 est. cada 20 pers.	1 est. cada 20 pers.
Comida rápida, o al paso (área de mesas, área de atención)		
Locales de expendio de combustibles y/o de energía eléctrica	En función de los servicios complementarios que contiene	
Locales bancarios y de intermediación financiera	1 est. cada 15 pers.	1 est. cada 10 pers.
Locales de entretenimiento y/o recreo		
Parques de diversión y/o recreo, salas de juegos (electrónicos, video, bowling, de mesa, entre otros)	1 est. cada 25 pers.	1 est. cada 25 pers.
Locales de servicios personales		
Spa, baños turcos, sauna, baños de vapor, barbería, salones de belleza	1 est. cada 15 pers.	1 est. cada 10 pers.
Gimnasios, fisioculturismo		
Tienda por departamentos	1 est. cada 25 pers.	1 est. cada 25 pers.
Tienda de autoservicio		
Supermercado	1 est. cada 20 pers.	1 est. cada 20 pers.
Tienda de mejoramiento del hogar		
Otras tiendas de autoservicio		
Mercado de abastos		
Mercado de abastos mayorista	1 est. cada 10 pers.	1 est. cada 10 pers.
Mercado de abastos minorista		
Galería comercial	1 est. cada 25 pers.	1 est. cada 20 pers.
Centro Comercial	En función a la sumatoria total de los cálculos resultantes de estacionamientos de los establecimientos que lo conforman	
Galería ferial	1 est. cada 25 pers.	1 est. cada 20 pers.

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

17.3 Estacionamiento de vehículos de carga: La carga y descarga de los productos deben realizarse dentro del lote, a través de un patio de maniobras.

a) Para los locales comerciales debe de ser de acuerdo con las necesidades del proyecto.

Tabla 8. Índice de estacionamientos.

Índice	Estacionamiento
De 1 a 500 m ² de área techada	1 estacionamiento
De 501 a 1,500 m ² de área techada	2 estacionamientos
De 1,501 a 3,000 m ² de área techada	3 estacionamientos
Más de 3,000 m ² de área techada	4 estacionamientos

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

Artículo 18: área de depósitos y almacenes

18.1 En el mercado se consideró espacios de almacenes que deben ser mínimo el 20% del área de venta que es la suma de las áreas de los puestos de venta.

18.2 Se debe proveer cámaras frigoríficas para los pescados y las carnes, las cámaras frigoríficas de carne deben tener un 0.02 m³ por m² del área de venta, las de pescado deben tener 0.06 m³ por m² del área de venta y productos varios un área de 0.03m³ por m².

18.3 En los mercados con puestos menores a 80 no es necesario contar con cámaras frigoríficas siempre y cuando se mantengan en frío los productos que lo necesiten dentro del puesto sin alterar su funcionalidad.

18.4 El área mínima de acopio de residuos se determina mediante el siguiente cuadro:

Tabla 9. Aras mínimas para acopio de residuos.

Clasificación	Acopio y Evacuación de Residuos
Tienda independiente	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Locales de expendio de comidas y bebidas	
Restaurante, cafetería	0.015 m ³ por m ² de área de venta
Comida rápida, o al paso	0.030 m ³ por m ² de área de venta
Locales de expendio de combustibles y/o de energía eléctrica	0.0001 m ³ por m ² de área de venta
Locales bancarios y de Intermediación financiera	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Locales de entretenimiento y/o recreo	
Parques de diversión y/o recreo, salas de juegos (electrónicos, video, bowling, de mesa, entre otros)	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Locales de servicios personales	
Spa, baños turcos, sauna, baños de vapor, barbería, salones de belleza	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Gimnasios, fisioculturismo	
Tienda por departamentos	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Tienda de autoservicio	
Supermercado	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Tienda de mejoramiento del hogar	
Otras tienda de autoservicio	
Locales de servicios para vehículos	
Local de estacionamiento de vehículos	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Local de venta, mantenimiento y/o limpieza de vehículos	
Mercado de abastos	
Mercado de abastos mayorista	0.015 m ³ por m ² de área de venta
Mercado de abastos minorista	0.020 m ³ por m ² de área de venta
Galería comercial	0.003 m ³ por m ² de área de venta
Centros comerciales	En base a la área de venta de los establecimientos que la conforman
Galería ferial	0.003 m ³ por m ² de área de venta

Fuente: Reglamento Nacional de Edificaciones.

18.5 Los mercados de abastos deben contar con un laboratorio de control de calidad de los productos a exhibir.

4.5. Programación Arquitectónica

Tabla 10. Programación arquitectónica.

PROGRAMACION ARQUITECTONICA																			
ZONA	SUB ZONA	AMBIENTES	MOBILIARIO	PROGRAMACION CUANTITATIVA						AREA SUB ZONAS m2	AREA TOTAL m2	PROGRAMACION CUALITATIVA							
				INDICE M2 X PERS	CAPACIDAD AFORO	Nº DE AMBIENTES	AREA M2	SUB TOTAL AREA TECHADA M2	SUB TOTAL AREA SIN TECHAR M2			INTENSIDAD DE USO	DOMINIO DEL ESPACIO			FLEXIBILIDAD			NORMATIVIDAD
COMERCIAL	ZONA SECA	Pasamanerías	REPISAS,MUEBLE EXHIBIDOR,CANASTOS,UTENSILIOS,SILLAS	2	3	10	6.86	68.60	?	7735.46	VENTA DE PRODUCTOS	X			X		X		
		Librerías		2	3	12	6.86	82.32	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Confiterías		2	3	20	6.86	137.20	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Pañeterías		2	3	15	6.86	102.90	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Tienda de Mascotas		2	3	10	6.86	68.60	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Productos de Belleza		2	3	12	6.86	82.32	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Limpeza Personal	2	3	9	6.86	61.74	?	X					X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
		Productos de limpieza	MOSTRADORES,REPISAS,SILLAS	2	3	12	6.86	82.32	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Productos de Plasteria		2	3	12	6.86	82.32	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Productos de Cristaleria		2	3	6	6.86	41.16	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Productos de menaje		2	3	4	6.86	27.44	?			X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO
		Abarrotes		CANASTOS,REPISAS,UTENSILIOS,SILLAS	2	3	60	6.86	411.60			?	X			X		X	
	Panaderia y pasteleria	2			4	13	7.00	91.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
	ZONA SEMI HUMEDA	EXHIBIDOR,CANASTOS,UTENSILIOS,SILLAS	Frutos Secos	2	3	6	6.86	41.16	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Frutas	2	3	55	6.86	377.30	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Especies y Condimentos	2	3	12	6.86	82.32	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Verduras y Hortalizas	2	3	70	6.86	480.20	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
	ZONA HUMEDA	MAQUINAS DE CORTE,REPISAS,UTENSILIOS,SILLAS	Pescados y Mariscos	2	48	1	96.00	96.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Carnes	2	62	1	124.00	124.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Pollo	2	40	2	80.00	160.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Stand de Lacteos y derivados	2	12	2	23.00	46.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Stand de Embutidos y derivados	2	12	1	24.00	24.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
	TIENDAS COMERCIALES	EXHIBIDORES,REPISAS,MOSTRADORES,SILLAS	Tiendas de Ropa	2	13	38	26.58	1010.04	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Tiendas de Zapatos	2	13	37	26.58	983.46	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Tiendas de Otros usos	2	13	6	26.58	159.48	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Tiendas de Artesanías	2	125	1	250.00	250.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
	ZONAS COMPLEMENTARIAS	MUEBLE PARA ATENCION,SILLAS	Casa de Cambio	2	10	1	20.00	20.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Bateria de Cajeros automaticos	2	10	1	20.00	20.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
	RESTAURANTES	CABEROS AUTOMATICOS	Zona de Juegos	2	308	1	612.00	612.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Venta de Comida	6	7	11	40.00	440.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
			Cafeterias	6	3	2	20.00	40.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
	SS.HH. PUBLICOS	MESAS,SILLAS	Zona de Mesas	1.5	633	1	950.00	950.00	?		X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 08 COMERCIO	
Sh.Hh. Damas + Discapacitados			1.5	27	6	40.00	240.00	?	X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 16 COMERCIO			
		Sh.Hh. Varones+ Discapacitados	1.5	27	6	40.00	240.00	?	X			X		X		NORMA A 3.76 ART. 16 COMERCIO			

CINE		CINE																							
CINE	CINE	Boletería	MUEBLE PARA ATENCION DE BOLETOS	2	43	1	86.50	86.50	/	2755.60	2755.60	FINES DE RECREACION			X	X						EXPERIENCIAS CONF			
		Cuarto de Conteo	ESCRITORIOS,SILLAS REPISAS	10	3	1	25.50	25.50	/							X									NORMA A 3.100 ART.07 RECREAG
		Administracion	ESCRITORIOS,SILLAS REPISAS	10	2	1	23.00	23.00	/							X		X							NORMA A 3.100 ART.07 RECREAG
		Cuarto de Vigilancia	ESCRITORIOS,SILLAS REPISAS	6	5	1	28.00	28.00	/						X						X				EXPERIENCIAS CONF
		Confiteria	EXHIBIDORES REPISAS,HOSTRADOSES	6	19	1	113.00	113.00	/							X		X							EXPERIENCIAS CONF
		Antecocina	REFRIGERADOR,FANDEMERAS	6	4	1	27.00	27.00	/							X					X				EXPERIENCIAS CONF
		Bodega de Insumos	ZINCNERAS	6	4	1	22.50	22.50	/							X		X							EXPERIENCIAS CONF
		Cuarto de Basura	DEPOSITOS DE BASURA	6	5	1	30.00	30.00	/							X					X				EXPERIENCIAS CONF
		Ingreso a Salas de Cine	MUEBLE DE CONTROL DE INGRESO	2	54	1	108.00	108.00	/							X		X							EXPERIENCIAS CONF
		Salas de Cine	BUTACAS	0.7	139	5	97.00	485.00	/							X		X							NORMA A 3.100 ART.07 RECREAG
		Depositos de salas de cine	MUEBLES DE ORGANIZACION	5	2	5	10.50	52.50	/							X			X						EXPERIENCIAS CONF
		Deposito general cine	MUEBLES DE ORGANIZACION	5	13	1	67.00	67.00	/																EXPERIENCIAS CONF
		Cuartos de Proyeccion	SILLA,INSTALACION DE PROYECCION	5	37	5	185.00	925.00	/							X					X				EXPERIENCIAS CONF
		Pazadizo+circulaciones vert	ASCENSORES,ESCALERAS	0.7	983	1	888.00	888.00	/						X			X							NORMA A 3.70 ART.15 COMERCIO
		Sh.Hh. Publicos Damas/Varones	URINARIOS,INCIDOROS,LAVABOS	1.5	30	1	45.00	45.00	/							X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO
Sh.Hh. Publicos discapacitados	URINARIOS,INCIDOROS,LAVABOS	3	4	1	11.00	11.00	/				X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO					
Sh.Hh. Personal aten DAM Y VAR	URINARIOS,INCIDOROS,LAVABOS	1.5	6	2	8.30	18.60	/				X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO					
ZONA COMPLEMENTARIA	ADMINISTRACION	Recepcion - Estar	ESCRITORIO,SILLA,BANCAS	9.5	9	1	80.00	80.00	/	267.70	267.70	ATENCION AL CLIENTE,ADMINISTRAR,DESCANSO REUNIONES,ALMACENAR			X	X						NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA			
		Administracion	ESCRITORIOS,SILLAS REPISAS	9.5	2	1	22.00	22.00	/						X	X								NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA	
		Tesoreria	ESCRITORIO,SILLAS	9.5	2	1	14.50	14.50	/						X	X								NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA	
		Atencion al Cliente	ESCRITORIO,SILLAS	9.5	2	1	18.00	18.00	/						X	X									NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA
		Sala de reuniones	MESAS,SILLAS	9.5	4	1	33.50	33.50	/						X	X									NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA
		Cocina	COCINA,REFRIGERADOR,REPISAS	6	2	1	12.00	12.00	/						X	X									NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA
		Seguridad y Monitoreo	ESCRITORIOS,SILLAS REPISAS	9.5	6	1	55.00	55.00	/						X	X									NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA
		Sh.Hh. Varones	URINARIOS,INCIDOROS,LAVABOS	1.5	7	1	10.00	10.00	/							X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO
		Sh.Hh. Damas	INDIDOROS,LAVABOS	1.5	7	1	10.00	10.00	/							X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO
		Deposito	MUEBLES DE ORGANIZACION	2	1	1	2.70	2.70	/							X					X				EXPERIENCIAS CONF
	GUARDERIA	Recepcion - Estar	ESCRITORIO,SILLA,BANCAS	9.5	7	1	70.00	70.00	/	290.40	290.40	ACTIVIDADES DE PSICOMOTRICIDAD,DESCANSO			X	X							NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA		
		Administracion	ESCRITORIOS,SILLAS REPISAS	9.5	1	1	11.50	11.50	/						X	X								NORMA A 3.80 ART.6 OFICINA	
		Sala de Docentes	ESCRITORIOS,SILLAS REPISAS	1	15	1	15.00	15.00	/						X	X								NORMA A 3.40 ART.9 EDUCACION	
		Cocina / Almacen	COCINA,REFRIGERADOR,REPISAS	1.5	12	1	18.00	18.00	/						X	X									EXPERIENCIAS CONF
		Salon de Descanso	SILLONES,MUEBLE DE TV	1.5	49	1	73.00	73.00	/						X										EXPERIENCIAS CONF
		Salon de Psicomotricidad	ELEVENTOS DE PSICOMOTRICIDAD	4	17	1	69.00	69.00	/						X										EXPERIENCIAS CONF
		Sh.Hh. Varones	URINARIOS,INCIDOROS,LAVABOS	1.5	5	1	7.50	7.50	/							X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO
		Sh.Hh. Damas	INDIDOROS,LAVABOS	1.5	5	1	7.50	7.50	/							X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO
		Deposito	MUEBLES DE ORGANIZACION	2	2	1	3.90	3.90	/							X					X				EXPERIENCIAS CONF
		Sh.Hh. Niños	URINARIOS,INCIDOROS,LAVABOS	1.5	5	1	7.50	7.50	/							X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO
Sh.Hh. Niñas	INDIDOROS,LAVABOS	1.5	5	1	7.50	7.50	/				X					X				NORMA A 3.70 ART.16 COMERCIO					
CIRCULACION	Hall de distribucion	SIN MOBILIARIO							248.00	248.00	CIRCULAR,CAMINAR			X								NORMA A 3.70 ART.12 COMERCIO			
	Circulacion vertical general	ASCENSORES,ESCALERAS	0.7	354	1	248.00	248.00	/						X										NORMA A 3.70 ART.15 COMERCIO	

AREA DE SERVICIOS	GENERALES	Area de Cuarto Frigoríficos	MAQUINAS DE REFRIGERACION	6	2	22	9.50	209.00	/	7941.00	0.00	SERVICIOS GENERALES	X			X			NORMA A 0.70 ART. 18 COMERCIO
		Zona de Almacenes	ALACZENS ANAQUILES	6	2	57	12.00	684.00	/				X		X				NORMA A 0.70 ART. 18 COMERCIO
		Estacionamiento de Vehiculos	SIN MOBILIARIO	15	437	1	6562.00	6562.00	/				X	X			X		NORMA A 0.70 ART. 17 COMERCIO
		Estacionamiento de Bicicletas	SIN MOBILIARIO	2	118	1	235.00	235.00	/				X	X					NORMA A 0.70 ART. 17 COMERCIO
		Patio de Maniobras	SIN MOBILIARIO	20	13	1	251.00	251.00	/				X	X					NORMA A 0.70 ART. 17 COMERCIO
AREA TECNICA	AREA TECNICA	Cuarto de Bombas	MAQUINAS Y HERRAMIENTAS	6	10	1	60.00	60.00	/	273.50	0.00	MANTENIMIENTO TECNICO		X		X			EXPERIENCIAS CONF.
		Cuarto de Sub estacion electrica	MAQUINAS Y HERRAMIENTAS	6	8	1	48.00	48.00	/					X		X			EXPERIENCIAS CONF.
		Cuarto de Tableros	MAQUINAS Y HERRAMIENTAS	6	8	1	48.00	48.00	/					X		X			EXPERIENCIAS CONF.
		Cuarto de Grupo Electrogenero	MAQUINAS Y HERRAMIENTAS	6	8	1	47.00	47.00	/					X		X			EXPERIENCIAS CONF.
		Cuarto de Control de Calidad	MAQUINAS Y HERRAMIENTAS	6	6	1	38.50	38.50	/					X		X			NORMA A 0.70 COMERCIO
		Montacargas	MAQUINAS Y HERRAMIENTAS	6	5	1	32.00	32.00	/					X		X			EXPERIENCIAS CONF.
ESPACIO PUBLICO	ZONA DE RECREACION	Plaza principal	MOBILIARIO URBANO	2	1178	1	2355.00	/	2355.00	5603.00	9398.00	RECREACION	X		X		X		ELABORACION PROPIA
		Boulevard	MOBILIARIO URBANO	2	720	1	1440.00	/	1440				X		X		X		ELABORACION PROPIA
		Areas de Descanso	BANKAS DE DESCANSO Y RECREACION	2	315	1	630.00	630.00					X		X		X		ELABORACION PROPIA
		Espacio para Comercio Local	MODULOS FLEXIBLES	2	589	1	1178.00	1178.00					X		X		X		ELABORACION PROPIA
SUB TOTALES								21319.68	3795.00										
TOTAL AREA CONSTRUIDA + 30 % circulación								25114.68	7534.40										
								32649.08											
TOTAL AREA LIBRE								/											
TOTAL AREA DEL TERRENO								15.108.160	m2										

Fuente: Elaboración propia.

4.6. Concepto

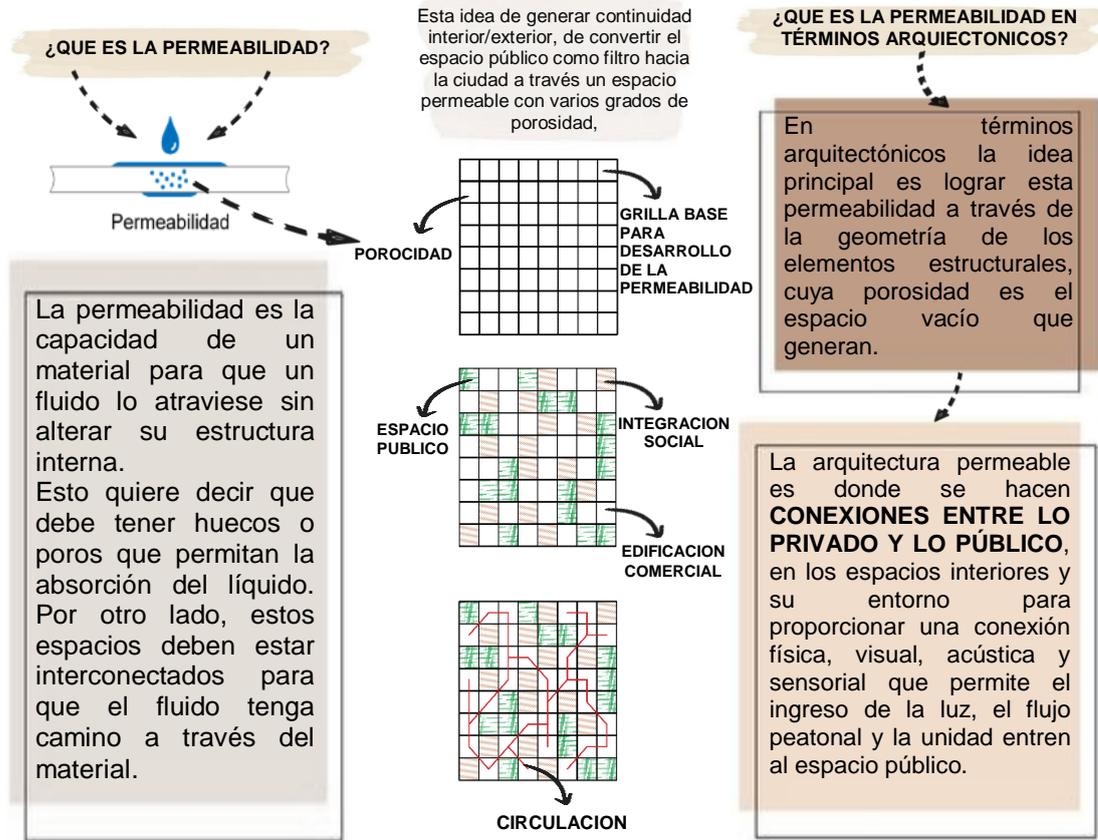


Figura 141. Concepto.
Fuente: Elaboración propia.

4.7. Diagramación de Relaciones y Zonificación Arquitectónica

4.7.1. Matriz de Relación

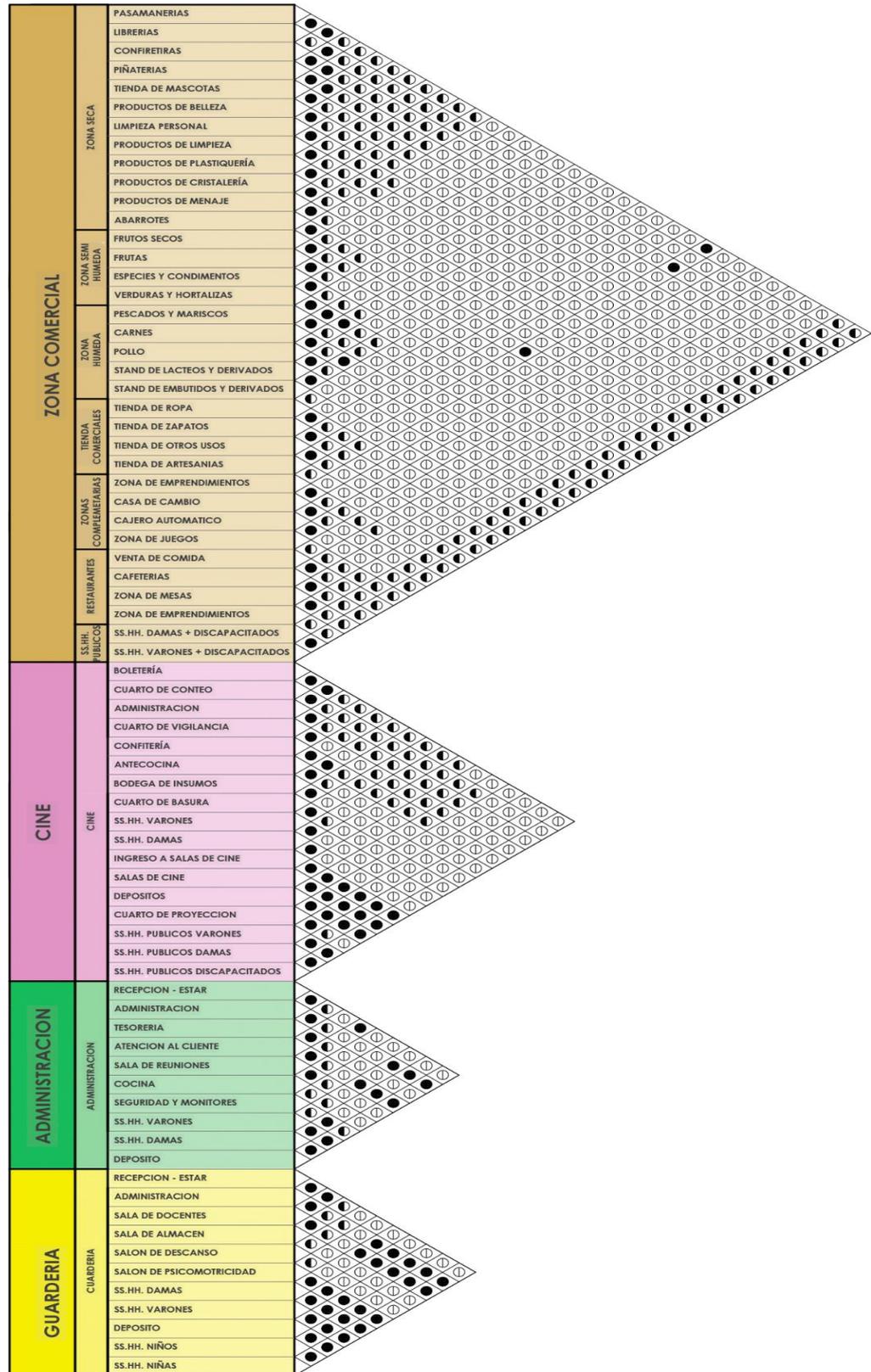




Figura 142. Matriz de relación.
Fuente: Elaboración propia.

4.7.2. Zonificación

• ZONIFICACION DE SOTANO



Figura 143. Zonificación de sótano.
Fuente: Elaboración propia.

• ZONIFICACION DE PRIMER NIVEL

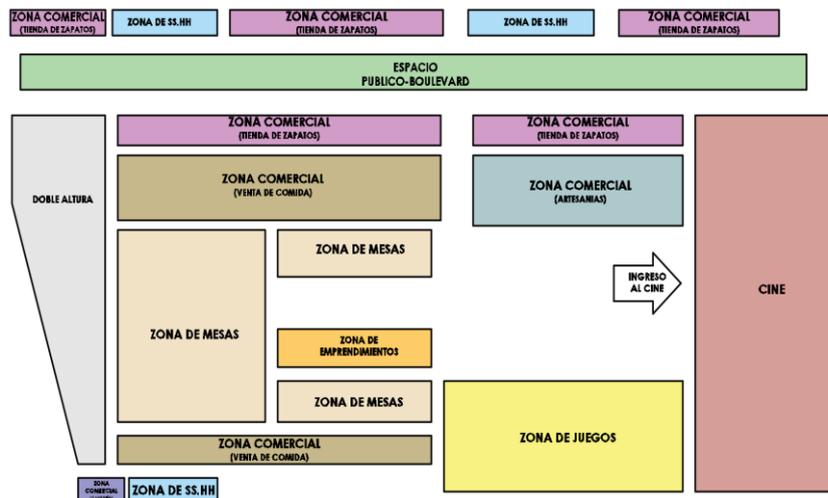


Figura 144. Zonificación de primer nivel
Fuente: Elaboración propia.

• ZONIFICACION DE SEGUNDO NIVEL

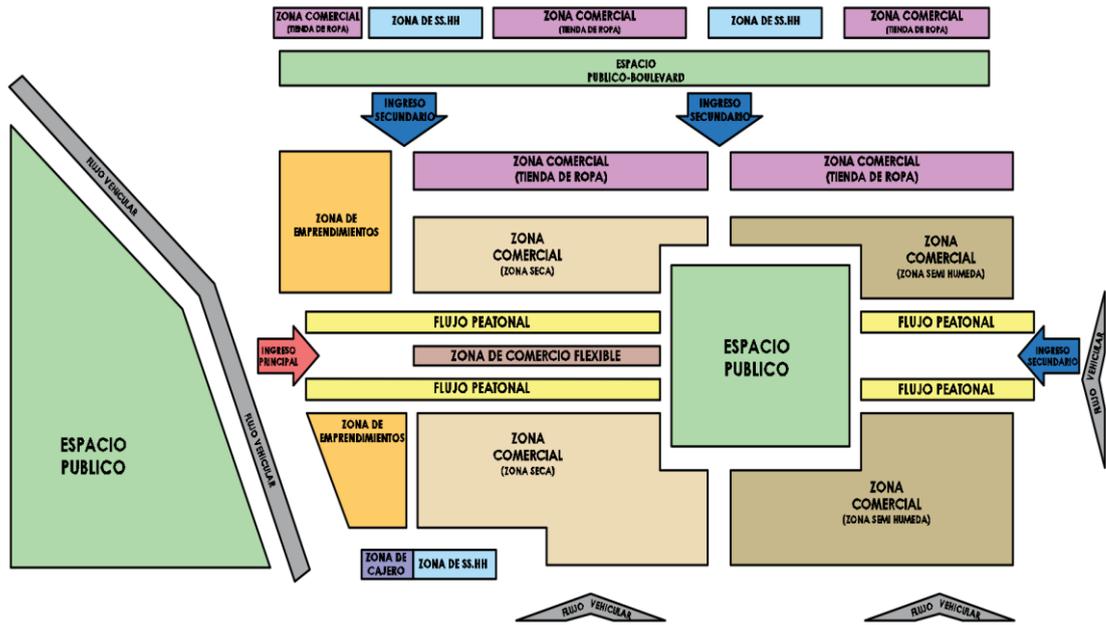


Figura 145. Zonificación de segundo nivel.
Fuente: Elaboración propia.

4.8. Sistematización

4.8.1. Sistema de Actividades



Figura 146. Sistema de actividades
Fuente: Elaboración propia.

4.8.2. Sistema de Articulaciones

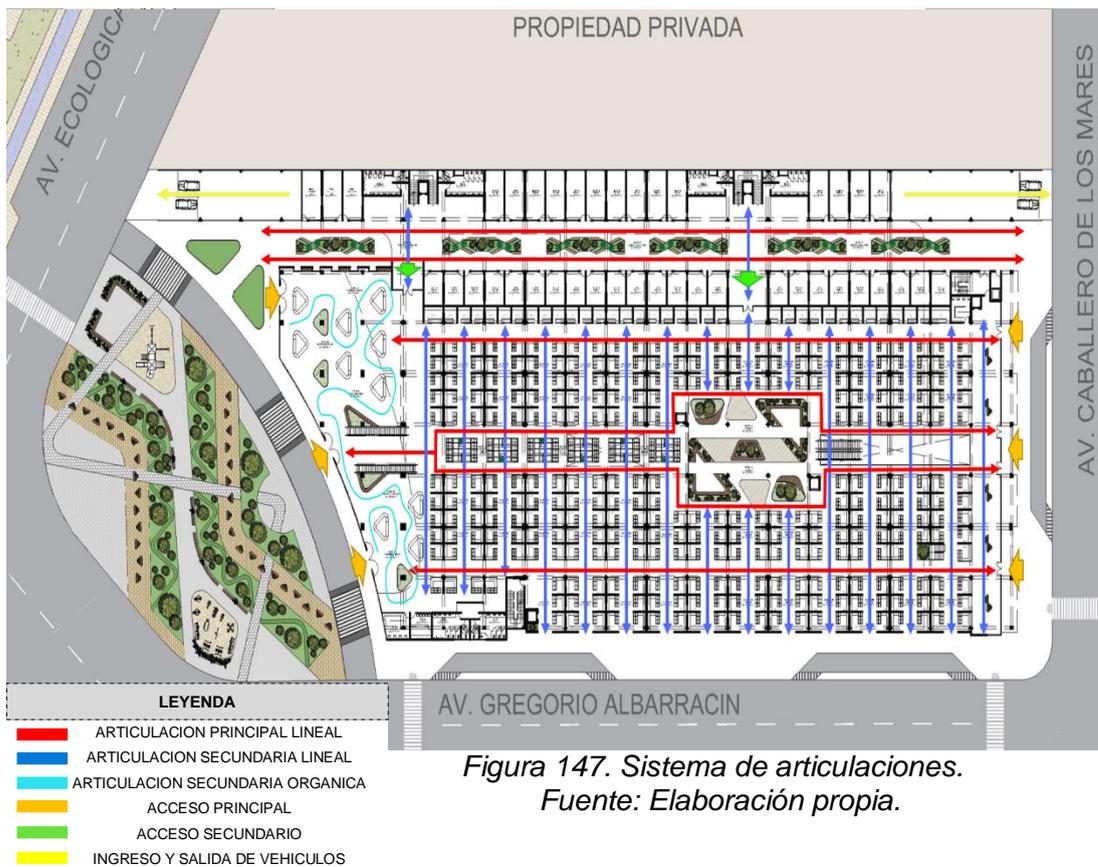


Figura 147. Sistema de articulaciones.
Fuente: Elaboración propia.

4.8.3. Sistema Espacial

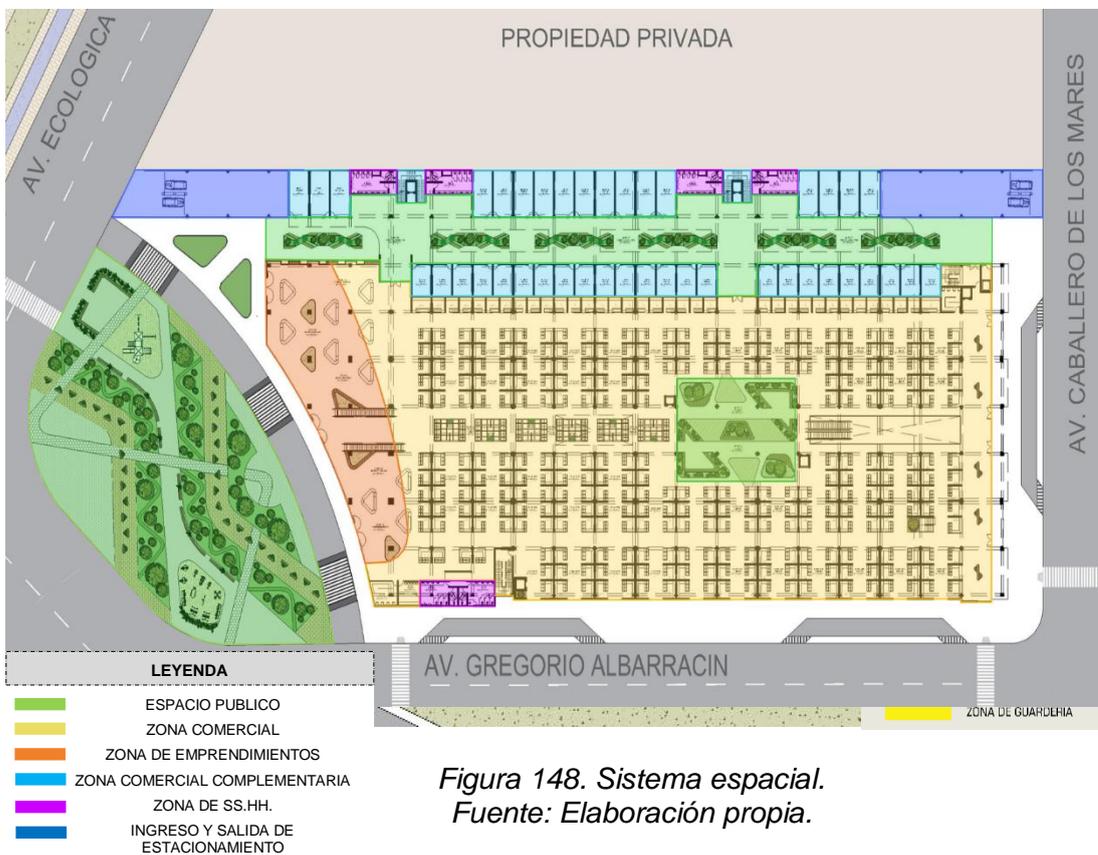
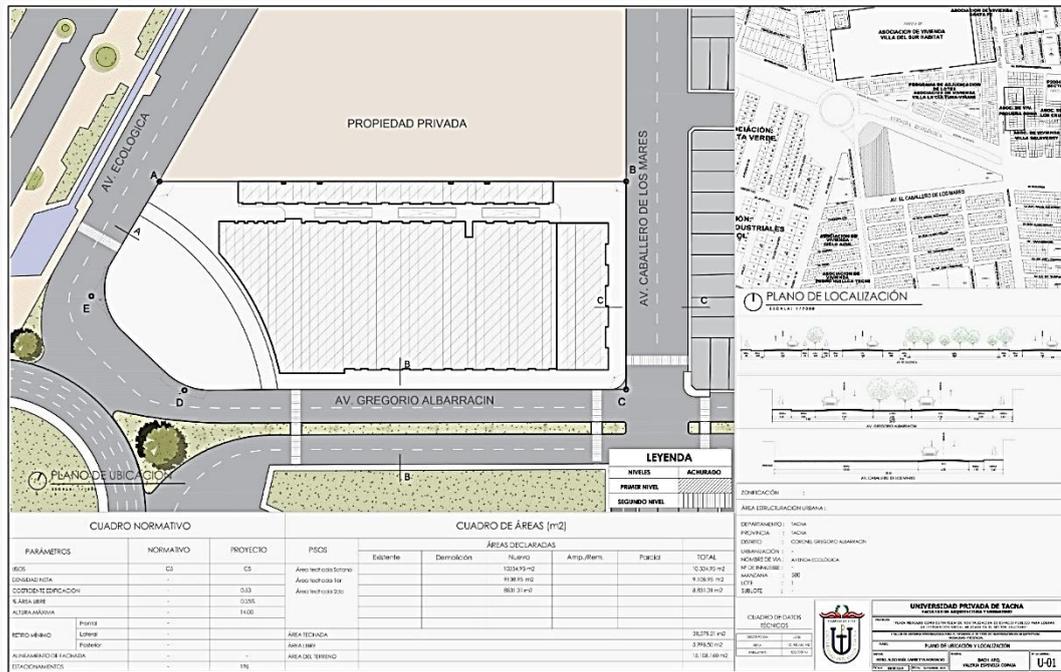


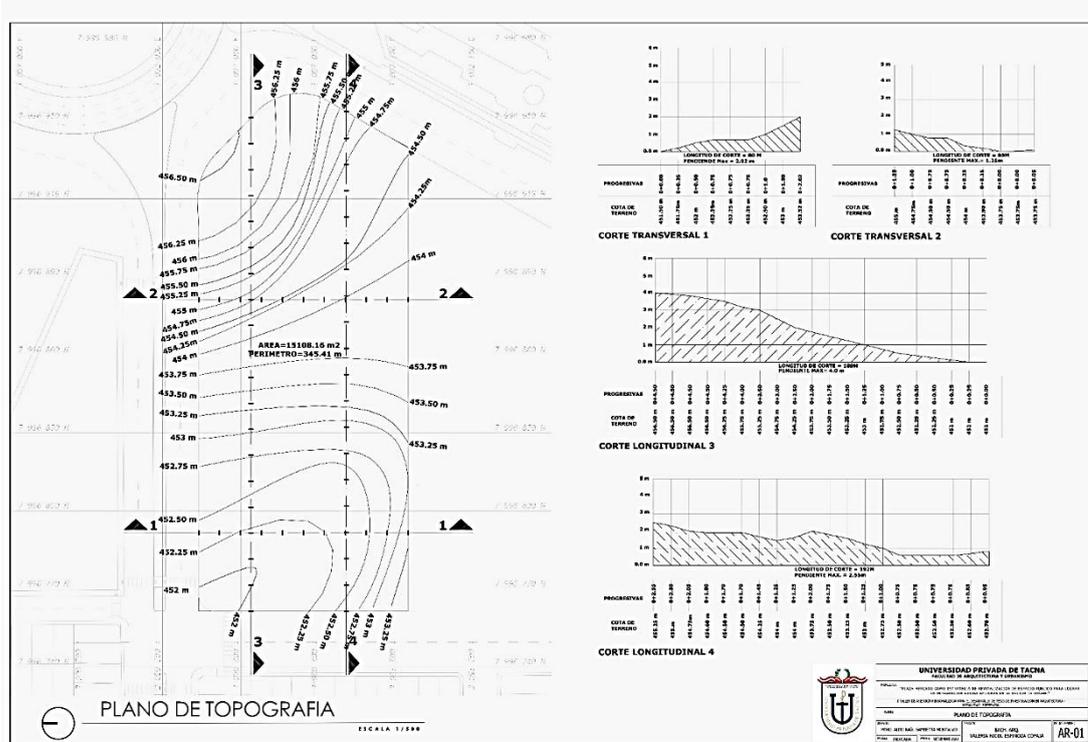
Figura 148. Sistema espacial.
Fuente: Elaboración propia.

4.9. Anteproyecto Arquitectónico

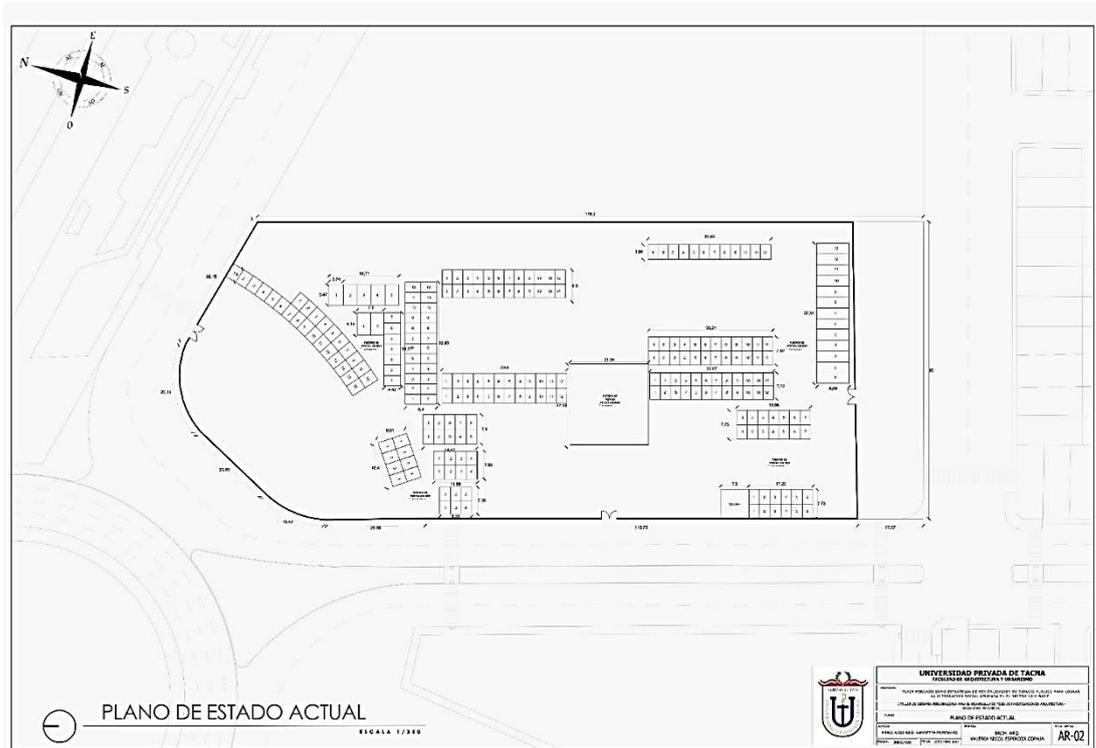
4.9.1. Plano de Ubicación



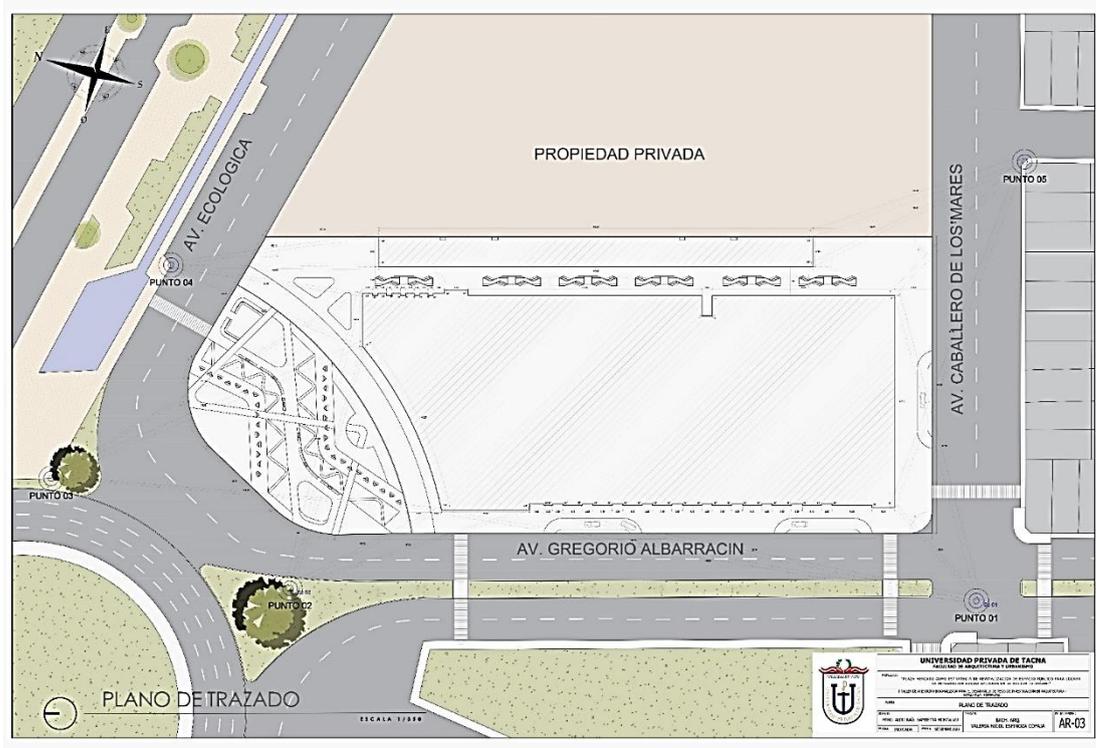
4.9.2. Plano Topográfico



4.9.3. Plano de Estado Actual



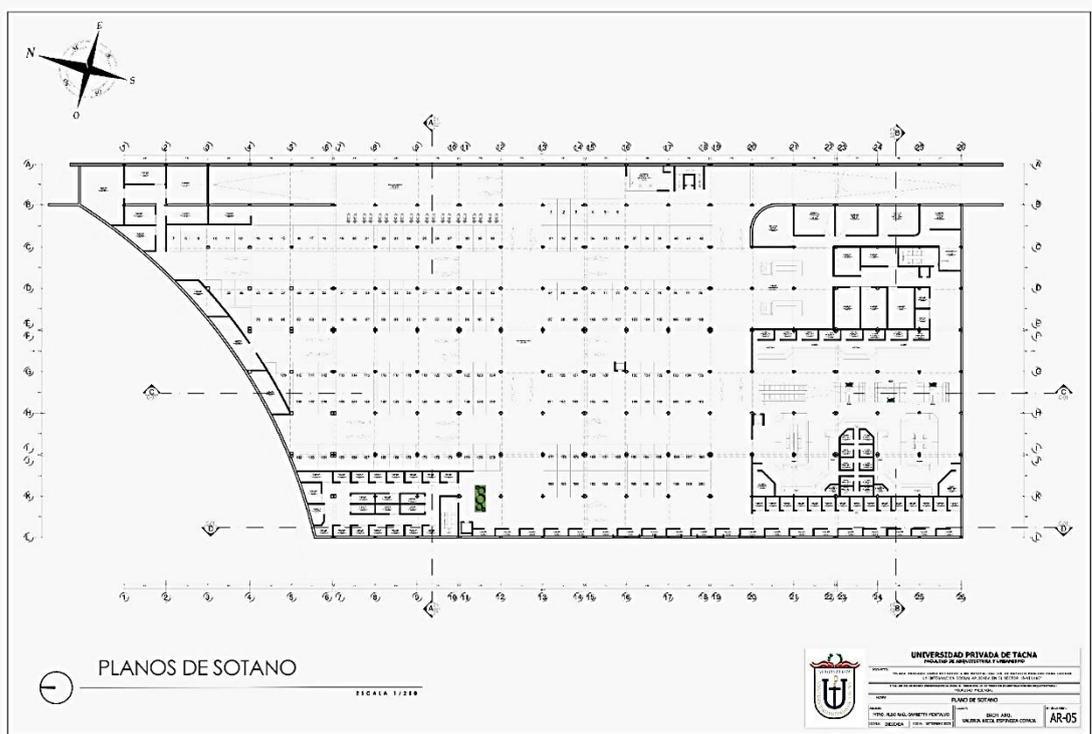
4.9.4. Plano de Trazado



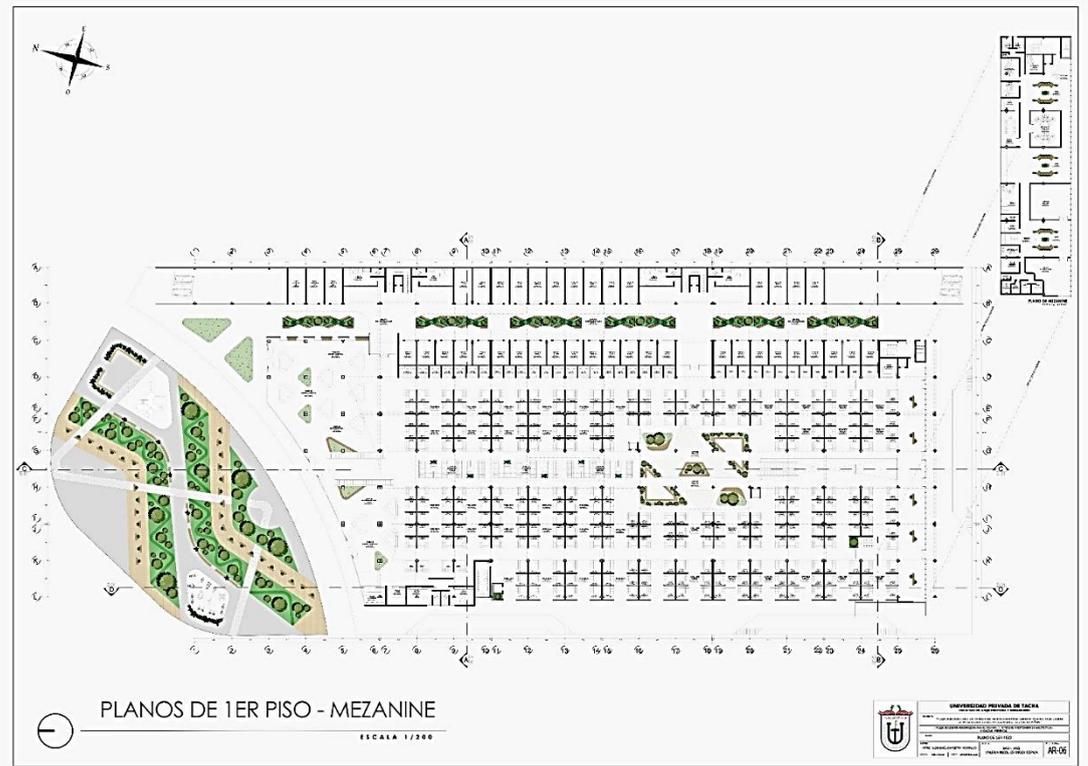
4.9.5. Planimetría General



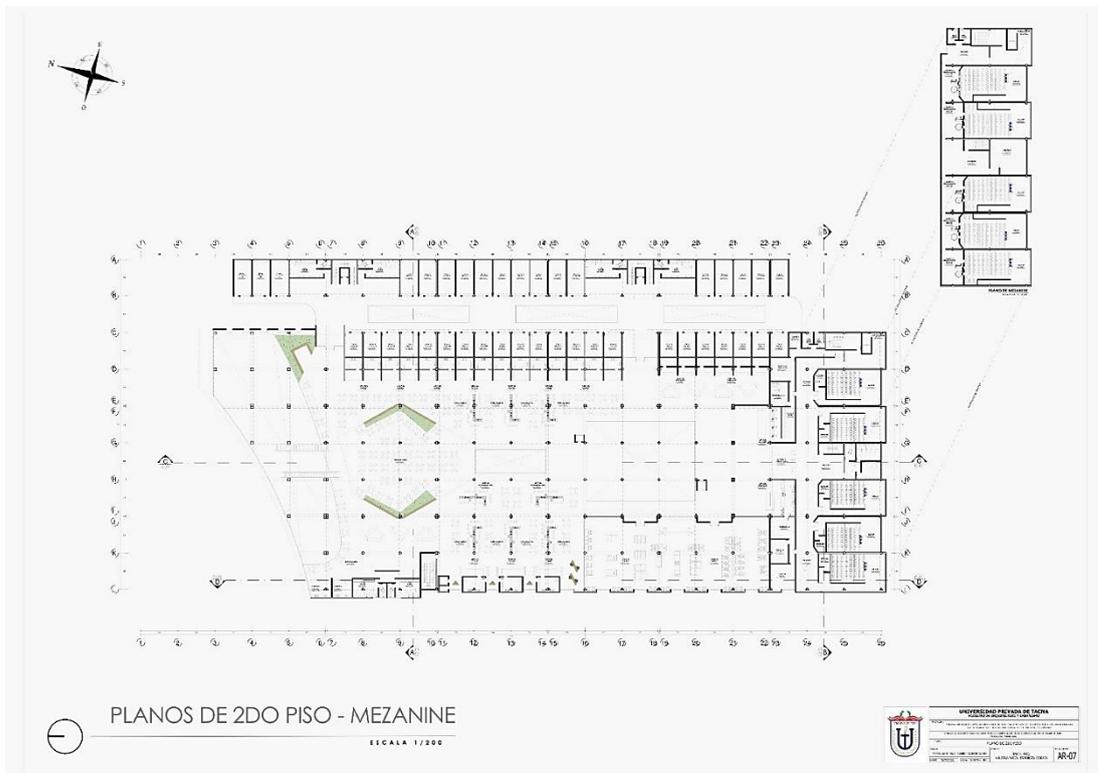
4.9.6. Plano de Sótano



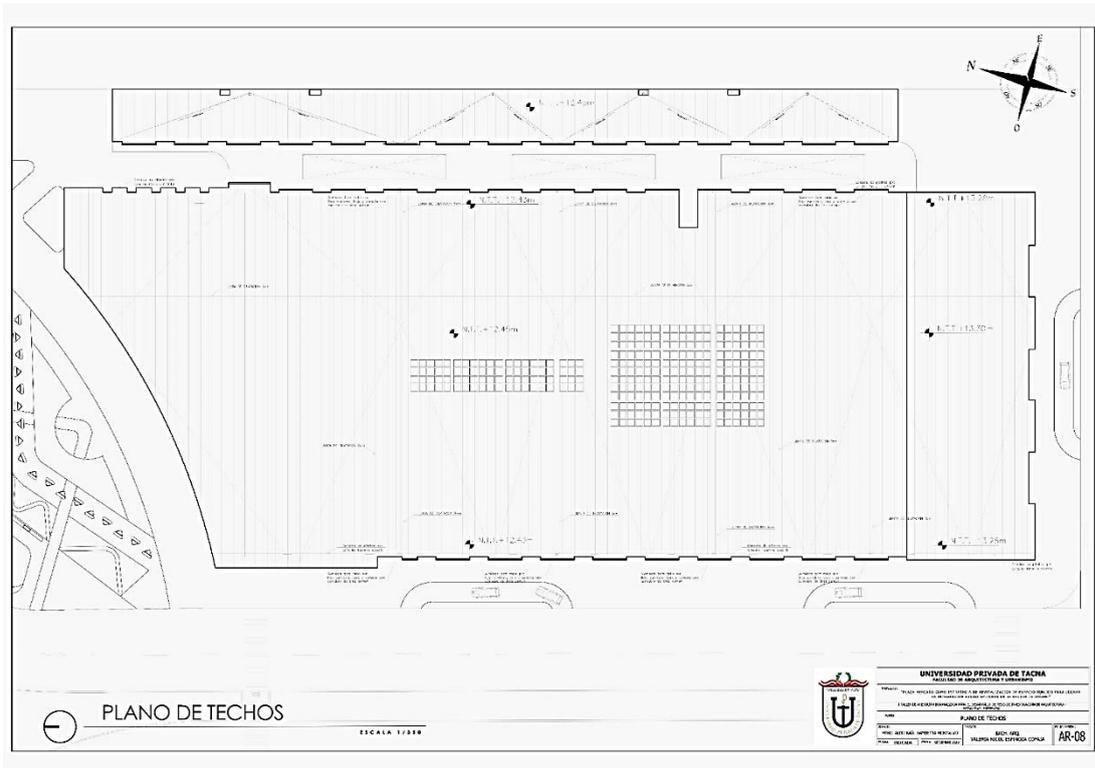
4.9.7. Plano de Primer nivel



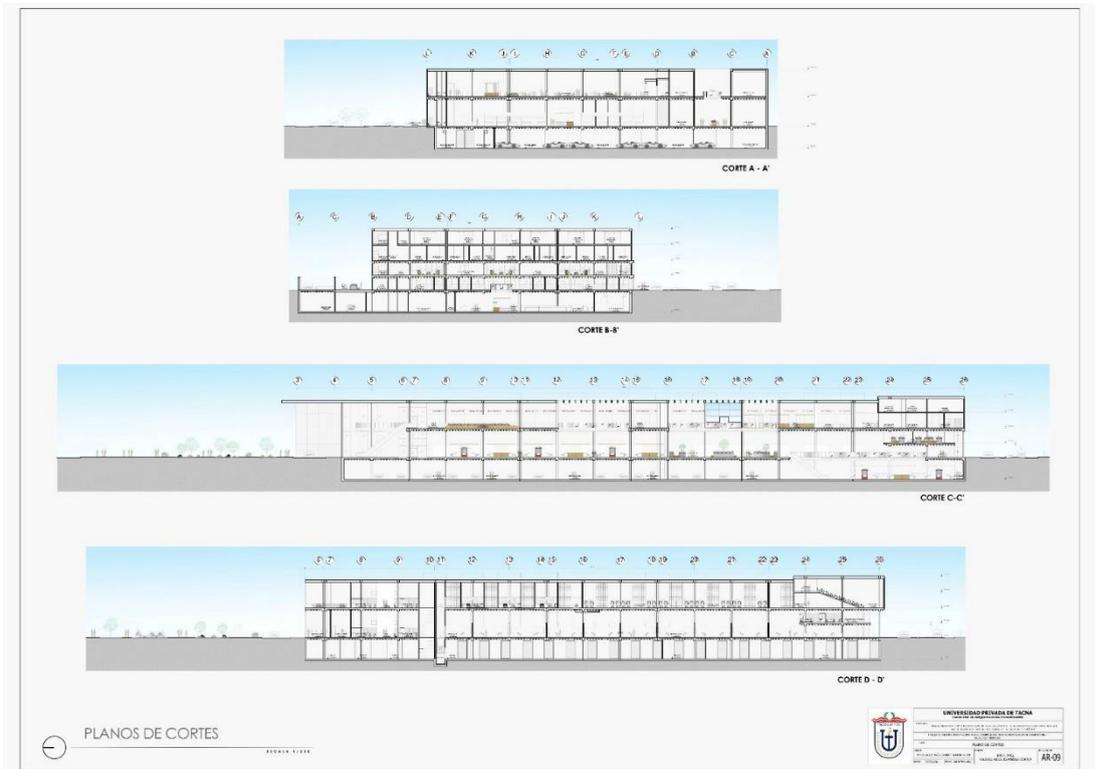
4.9.8. Plano de Segundo Nivel



4.9.9. Plano de Techos



4.9.10. Cortes



4.9.11. Elevaciones



4.9.12. Vistas 3D



VISTA PLANIMETRICA



VISTA FRONTAL – AV. ECOLOGICA



VISTA ORTOGONAL LATERAL



VISTA POSTERIOR



VISTA INGRESO A BOULEVARD



VISTA BOULEVARD 1ER PISO



VISTA INGRESO A BOULEVARD 2DO PISO



VISTA A LA PLAZA PRINCIPAL



VISTA A LA PLAZA PRINCIPAL



VISTA DE ZONA DE EMPRENDIMIENTOS



VISTA DE ZONA DE PASAMANERIAS



VISTA DE ZONA DE ABARROTES - EMPRENDIMIENTOS



VISTA DE ZONA ABARROTES



VISTA MODULO DE COMERCIO FLEXIBLE



VISTA PUESTO DE VENTRA DE FRUTAS



VISTA PUESTO DE VENTRA DE FRUTAS



VISTA DE ZONA SECA HACIA PLAZA CENTRAL



VISTA DE ZONA SEMI HUMEDA HACIA PLAZA CENTRAL



VISTA DE PLAZA CENTRAL



VISTA DE AREA DE PLAZA CENTRAL



VISTA DE ZONA DE RESTAURANTES



VISTA DE ZONA DE MESAS



VISTA DE ZONA DE MESAS



VISTA DE ZONA DE ARTESANIAS



VISTA DE ZONA DE CINE



VISTA DE ZONA HUMEDA



VISTA DE ZONA HUMEDA



VISTA DE ZONA DE CARNES



VISTA DE ZONA DE CARNES Y COMERCIO FLEXIBLE



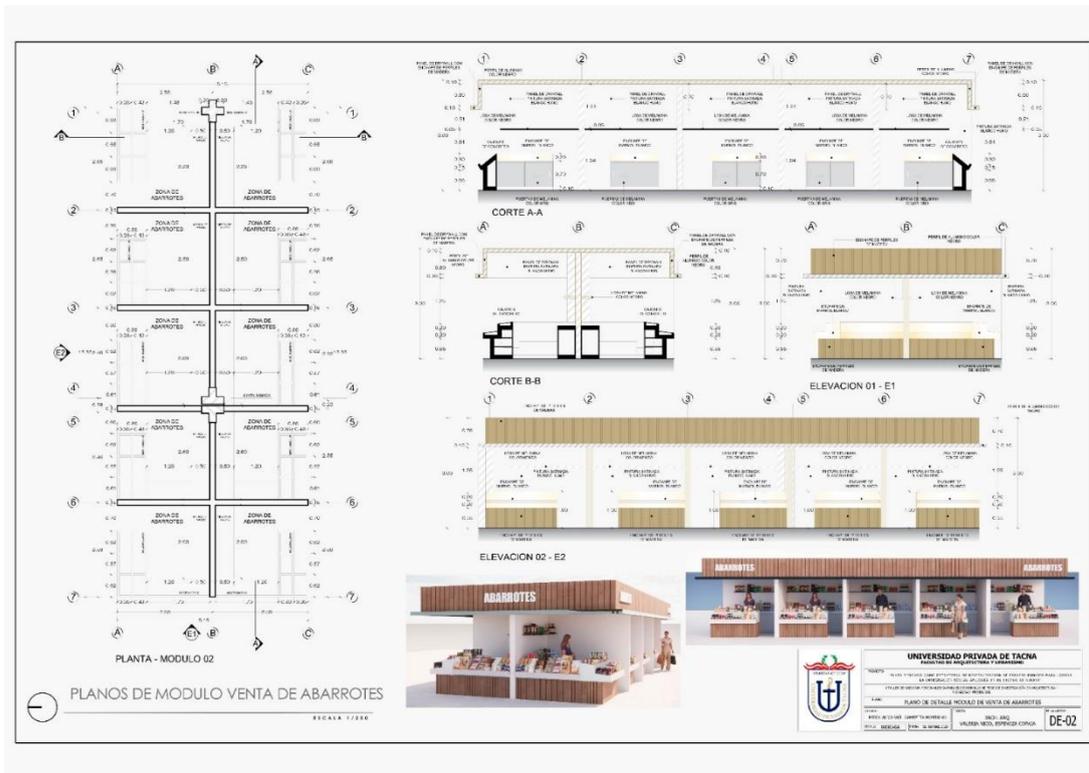
VISTA DE ZONA DE ESTACIONAMIENTO



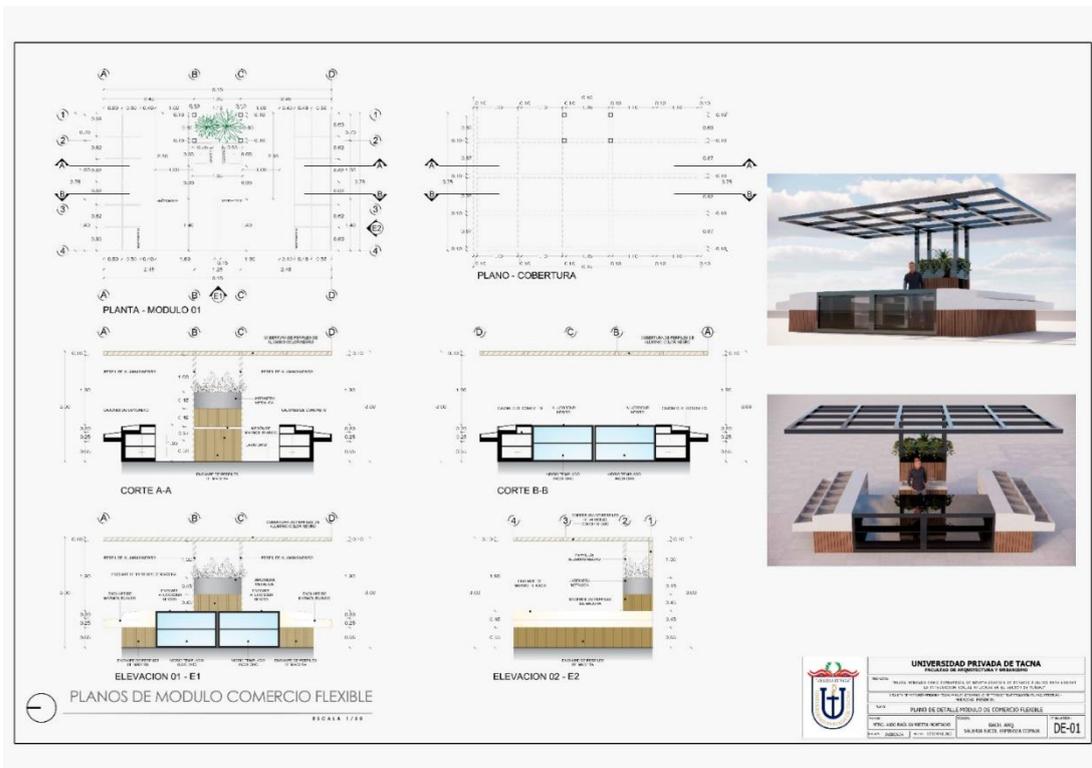
VISTA DE ZONA DE ESTACIONAMIENTO

4.10. Proyecto Arquitectónico

4.10.1. Plano de Modulo comercio flexible



4.10.2. Plano de Modulo de venta de abarros



4.10.3. Plano de Modulo de zona de emprendimientos



4.10.4. Plano de Modulo de venta de pasamanerías



PLANOS DE MODULO DE VENTA DE PASAMANERIAS ESCALA 1:100

 UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO	
PROYECTO: PLAZA MERCADO CUERO Y TACNA DELA DE INVESTIGACION EN PLANIFICACION PARA LA URBANIZACION SOCIAL EN EL SECTOR DE TACNA TITULO DE INVESTIGACION: PLAN DE DISEÑO DE UN COMPLEJO DE PASAMANERIAS EN EL SECTOR DE TACNA	
TEMA: PLANO DE DETALLE MODULO VENTA DE PASAMANERIAS	
AUTOR: INGRID AZOQUE GARRETTA HONTANILLO	ESCALA: 1:100
PARA: INGENIERIA	FECHA: 15/06/2023
UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA DE-04	

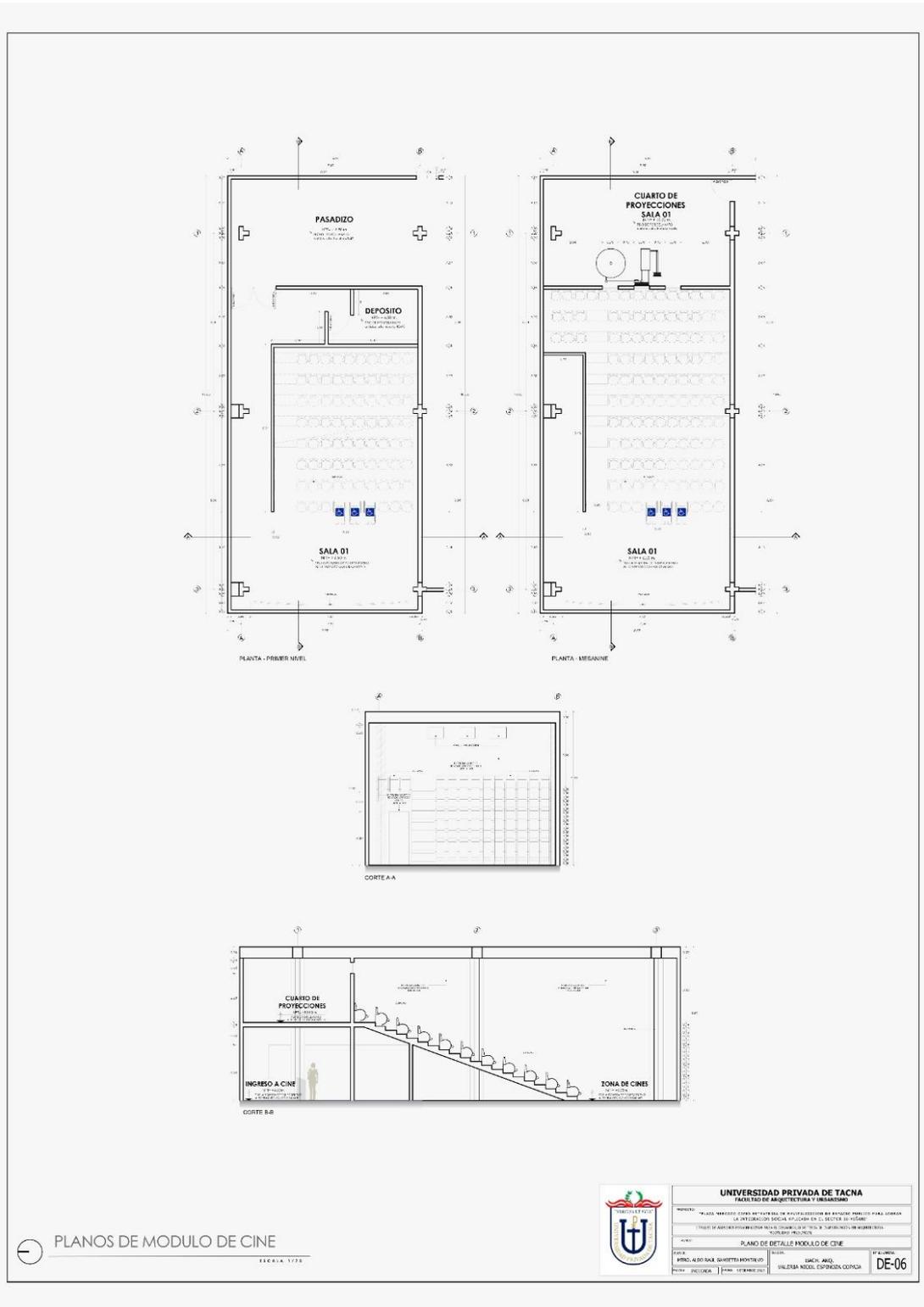
4.10.5. Plano de Modulo de restaurante



PLANOS DE MODULO DE RESTAURANTE
ESCALA 1:250

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA	
	FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO	
PROYECTO:	Módulo comercial con un área de recepción de productos para la zona de la interacción social aplicada en el sector de "El Centro" de Tacna.	
TÍTULO:	Título de Arquitectura para el Módulo de un restaurante en Tacna.	
FECHA:	2018	
PROYECTO:	PLANO DE DETALLE MODULO DE RESTAURANTE	
PROYECTISTA:	ING. ANDRÉS GARCÍA MONTAÑO	ESCALA: 1:250
PROYECTO:	INICIACIÓN	VALORACIÓN: 05/2018
		DE-05

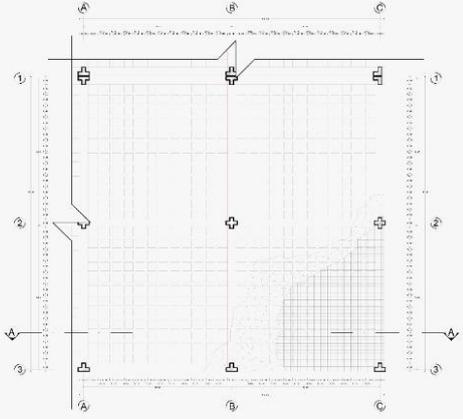
4.10.6. Plano de Modulo de cine



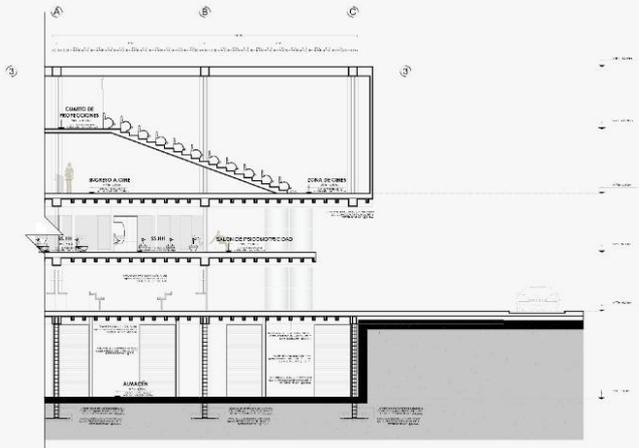
PLANOS DE MODULO DE CINE
ESCALA 1:750

 UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO			
PROYECTO: PLAZA MERCADO CUERPO METALURGIA DE INVESTIGACIONES DEL INSTITUTO PERUANO PARA LA PROMOCION SOCIAL EN CUERPO EN EL SECTOR DE TACNA TITULO DE ADMISION PROYECTO PARA EL COMPLEJO DE TICS Y TUBERIAS EN MUJERES TICS TERCER SEMESTRE			
PLANO DE DETALLE MODULO DE CINE			
AUTOR: MARIO ALDO DIAZ GARIBAYO ROYALTY	FECHA: 2018	ESCALA: 1:400	Nº DE PLANOS: DE-06
PLAN: INGENIERIA	FASE: ESTUDIO PRELIMINAR	UBICACION: URBANIZACION ESCOBAR, TACNA	

4.10.7. Plano de Detalles Arquitectónicos



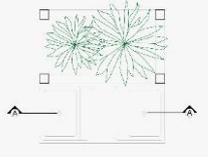
PLANTA



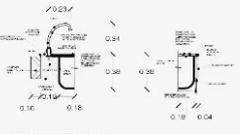
CORTE A-A



DETALLE DE LOSA NERVADA
ESCALA 1/10



PLANTA - JARDINERA



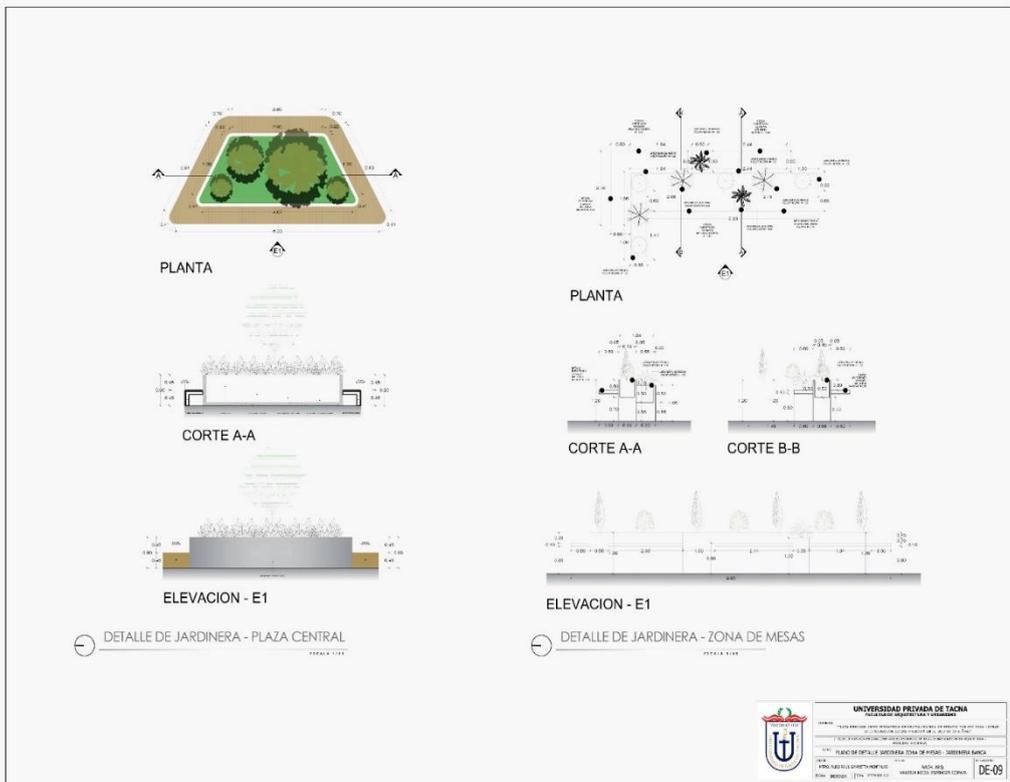
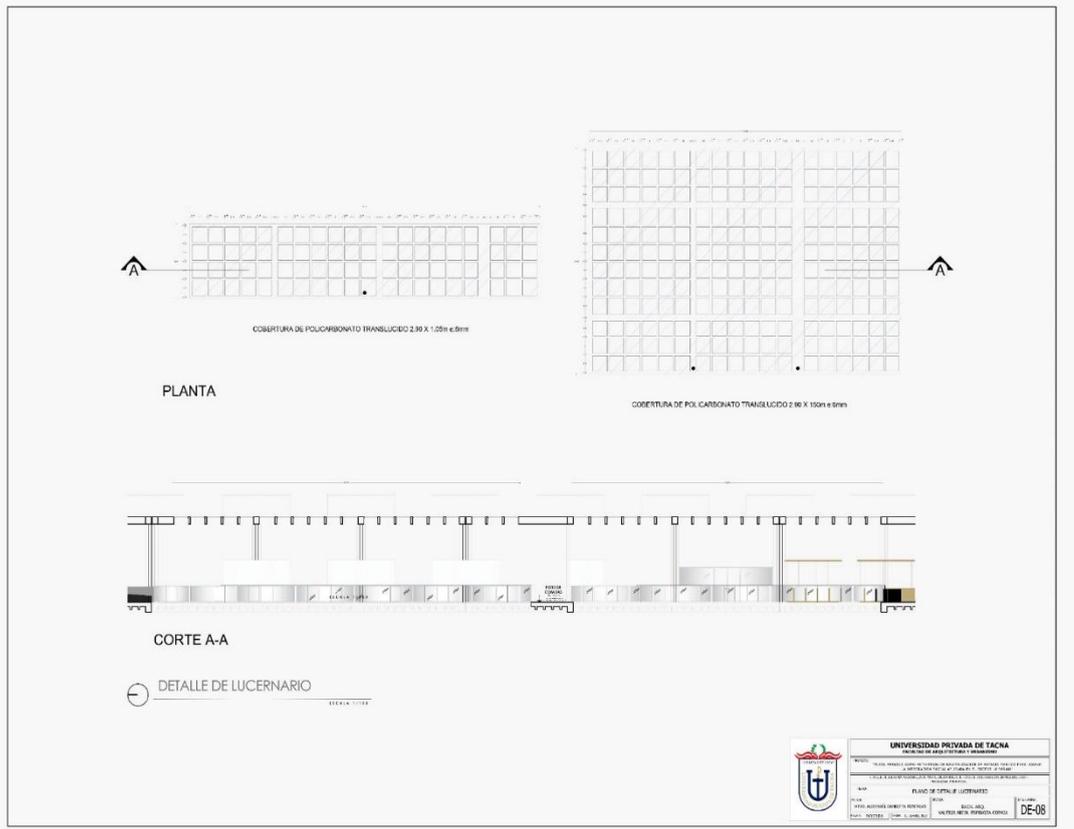
CORTE A-A

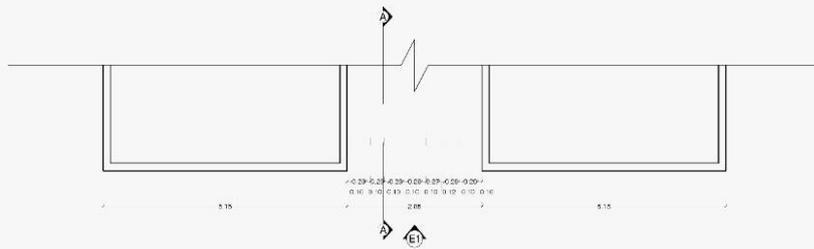


DETALLE DE LAVATORIO
ESCALA 1/10

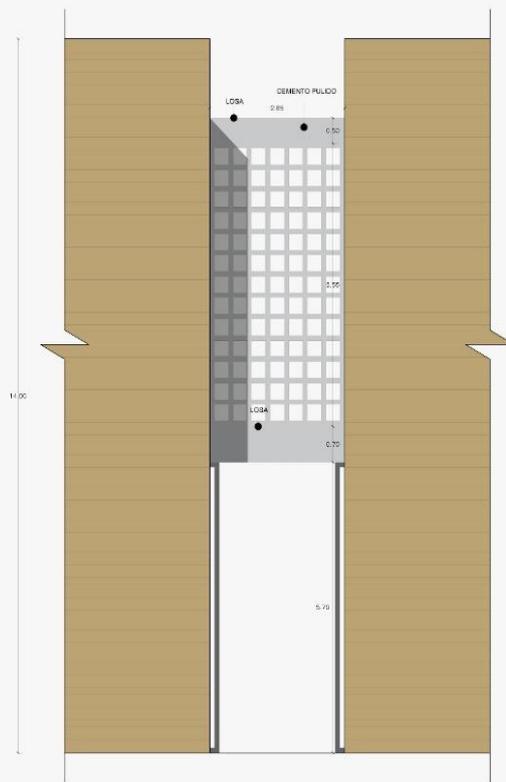


UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO			
PROYECTO: PLAZA MERCEDES CUERO DEL TERCER DE LA RECONSTRUCCION EN ANEXOS PERIFERICOS PARA LA UPRU			
LA RECONSTRUCCION SOCIAL EN EL SECTOR DE MERCEDES			
TITULO DE AVANCE DOCUMENTAL EN LA OBRERA DE LOS Y SUSPENDIDOS EN MERCEDES			
PLANO DE DETALLE LOSA NERVADA - LAVATORIO			
FECHA: 02/07/2024	AUTOR: GARCIA, ANSELMO	PROYECTO: PLAZA MERCEDES CUERO DEL TERCER DE LA RECONSTRUCCION EN ANEXOS PERIFERICOS PARA LA UPRU	NO. PLAN: DE-07

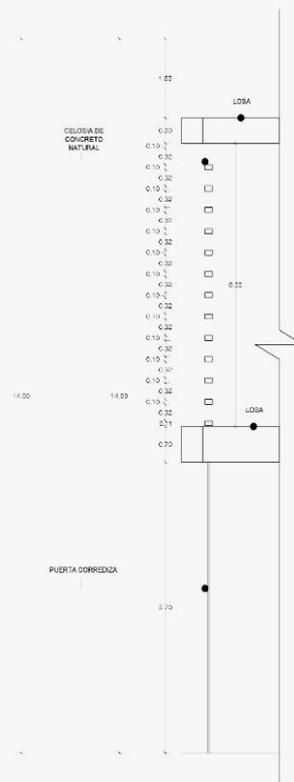




PLANTA



ELEVACION - E1



CORTE A-A

DETALLE DE CELOSIA
ESCALA 1:40

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
	PROYECTO: PLAZA MERCEDES COPEM EN PATRIMONIO DE PROTECCION BIEN PATRIMONIO PARA LOGRAR LA INTEGRACION SOCIAL APPLICADA EN EL SECTOR DE PUEBLO
	TITULO DE INVESTIGACION: DISEÑO DE UN SISTEMA DE PUERTAS CORRERIZAS EN ALBAÑILERIA
	ALUMNO: ALDO BACA
PLANO DE DETALLE CELOSIA	
FECHA: 2023-10-10	DISEÑADO: GABRIEL ANGULO
PROFESOR: ALDO BACA GUERRA HONTALE	VALORADO: WILHELMINA NICOLE ESPINOZA CORTES
PLAZA: MERCEDES	PROYECTO: DE-10

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- La expansión urbana sin planificación no ha permitido la elaboración de planes o proyectos adecuados a las necesidades del distrito, causando de esta manera proyectos inconclusos, zonas en abandono y consigo limitantes para el desarrollo del distrito.
- La propuesta a nivel funcional busca revitalizar el espacio público, a través del equipamiento comercial donde estas 2 dinámicas ayuden a la integración de la sociedad por medio de nuevas actividades y usos que promuevan el desarrollo del distrito convirtiéndose en un eje comercial importante.
- La propuesta logra el ODS 11 – Ciudades y Comunidades Sostenibles, donde se plantea una infraestructura comercial y espacios públicos de calidad y planificados, donde se permita la interacción y participación de la sociedad para contribuir al desarrollo del distrito.
- La materialidad implementada para el proyecto permite que la misma se atraviese de manera fluida y constante debido a sus características de permeabilidad. Ello permite la conexión entre público y privado tanto en aspecto físico como visual, acústica y sensorial. De esta manera la permeabilidad de dicha infraestructura permite que sea flexible y fluida para todo tipo de usuario.

Recomendaciones:

- A las autoridades recomendar mayor énfasis en dar soluciones urbanas a través de proyectos a futuro para dar solución al crecimiento poblacional y así culminar los proyectos de equipamientos y espacios públicos a favor del crecimiento y desarrollo del distrito.

- A los profesionales pertinentes, es importante generar una arquitectura flexible y abierta a poder conjugar actividades que busquen la integración social y además del desarrollo de los usuarios de manera económica.

- A las Autoridades, enfatizar en la necesidad de garantizar la igualdad de oportunidades, acceso a servicios y recursos para todos, es importante considerar la participación ciudadana en la toma de decisiones en la etapa de planificación de los proyectos para así satisfacer sus necesidades de la población.

- A los profesionales pertinentes, es de suma importancia la implementación de materiales que permitan una consolidación de uso de la infraestructura y las emociones y sensaciones del usuario que habitará la misma.

BILBIOGRAFÍA

- Alberto, C. (2017). Revitalización urbana y calidad de vida en el sector central de las ciudades de Montreal y México. Cuadernos de Investigación Urbanística, 113, 6–64. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6112185.pdf>
- Álvarez, E. (2014). *Renovación urbana con fines de densificación para la optimización del espacio público como ente socio integrador en el sector El Cortijo - Trujillo* [Tesis de licenciatura. Repositorio de la Universidad Privada del Norte]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/6234>
- Baquero, D. (2011). Las plazas de mercado como catalizadores urbanos. Unal.edu.co. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/8544>
- Bazant, J., (2010). Expansión urbana incontrolada y paradigmas de la planeación urbana. Espacio Abierto, 19(3), 475–503. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12215112003>
- Borja, J y Muxí, Z. (2003). El espacio público: ciudad y ciudadanía. https://www.researchgate.net/profile/Zaida-Martinez/publication/31731154_El_espacio_publico_ciudad_y_ciudadania_J_Borja_Z_Muxi_prol_de_O_Bohigas/links/543fbc00cf2be1758cf9779/El-espacio-publico-ciudad-y-ciudadania-J-Borja-Z-Muxi-prol-de-O-Bohigas.pdf
- Borja, J. (2006). Globalización y territorio, un replanteamiento de los derechos ciudadanos. Anfora 13(21), 79-98. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-kMkW1lyAUkJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6108344.pdf&cd=12&hl=es&ct=clnk&gl=pe>
- Bruegmann, R. (2005), *Sprawl: A compact history* University of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/S/bo3614185.html>
- Carrión, F. (2004). Los Centros Históricos en la era digital. Iconos, 20, 35-44. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/509/50902004.pdf>
- Carrión, F. y Hanley, L. (2005). Regeneración y revitalización urbana en las Américas: Hacia un Estado estable. Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/46084.pdf>
- Chancafe, L. (2017). “Propuesta de revitalización en el espacio público e infraestructuras comerciales degradadas del pueblo joven José Balta de Chiclayo”. Tesis pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Usat.edu.pe. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/873>
- Fort, R., y Espinoza, A. (2020). Mapeo y tipología de la expansión urbana en el Perú. Grade.org.pe. <https://hdl.handle.net/20.500.12820/632>

- Medina, F. (2013). Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas: análisis comparativo de casos (Barcelona, Budapest, Buenos Aires). *Zainak. Cuadernos de Antropología-Etnografía*, 36, 183–200. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5677663>.
- Frediani, J. (2009). Las nuevas periferias en el proceso de expansión urbana. *Geograficando*, vol. 5, no. 5. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/13968>
- Gehl, J. (2006). *Humanización del espacio urbano*. Editorial Reverte, S.A. Barcelona, 2006.
- Godoy, A. (2019). Integración social: ¿oportunidad de que familias de escasos recursos vivan en sectores de mayores ingresos y equipamientos? Una mirada a las posibilidades que entregan el mercado, el Estado y la vía de la informalidad. *EURE* (Santiago), 45(136), 71–92. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612019000300071>
- Hernández, R., et al. (2010). Nacimiento de un proyecto de investigación cuantitativa o mixta: la idea. En *Metodología de la investigación*. (pp. 24-30). https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Jaszczak, A., et al. (2019). Revitalization of public space in small towns: examples from slovakia and poland. *Public Management/Zarządzanie Publiczne*, (1). Ceeol.com. <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=808256>
- Lara, J., et al. (2017). Los costos de la expansión urbana: aproximación a partir de un modelo de precios hedónicos en la Zona Metropolitana del Valle de México. *Estudios demográficos y urbanos*, 32(1), 37-63. Recuperado en 22 de abril de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-72102017000100037&lng=es&tlng=es
- Lema, R. (2019). Plaza de mercado, como mecanismo de revitalización del centro de Villavicencio. *Utadeo.edu.co*. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/8422>
- Leva, G. (2005). Indicadores de calidad de vida urbana. Teoría y metodología. http://hm.unq.edu.ar/archivos_hm/GL_ICVU.pdf
- Ley de gestión y protección de los espacios públicos - LEY - No 31199 - CONGRESO DE LA REPUBLICA. (2021). Elperuano.pe. <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1955580-1>
- Méndez, J., et al. (2013). La importancia de la participación social en el proceso de integración social de las diversidades culturales: horizontes hacia la cohesión social en Europa y España. *Documentos de Trabajo Social: Revista de*

- Trabajo Y Acción Social, 52, 326–337.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4703412.pdf>
- [Municipalidad Provincial de Tacna]. Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Tacna 2015-2025 (Biblioteca SIGRID). (2015). Cenepred.gob.pe.
<https://sigrid.cenepred.gob.pe/sigridv3/documento/2720>
- Norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas.*
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1733743/NORMA%20TECNICA%20Dise%C3%B1o%20de%20Mercados%20de%20Abastos%20Minoristas.pdf.pdf?v=1615638260>
- Polanco y Nina, (2017). Nueva infraestructura para el mercado zonal de abastos La Bombonera - Sicuani. *Unsaac.edu.pe*.
<https://doi.org/253T20170122>
- Reglamento Nacional de Edificaciones - A.070 Comercio. (2021). Instituto de la construcción y gerencia. Obtenido de
<https://www.construccion.org/normas/rne2012/rne2006.htm>
- Sepúlveda O., y Sepúlveda, D. (2003). Espacio residencial urbano e integración social: una propuesta metodológica de medición. *Revista INVI*, 18(48).
<https://doi.org/10.5354/0718-8358.2003.62215>
- Tello, C. (2017). Revitalización urbana y calidad de vida en el sector central de las ciudades de Montreal y México = Land-use planning: urban revitalization and quality of life in inner-city Montreal and Mexico. *Cuadernos de Investigación Urbanística*, 0(113). doi:
<https://doi.org/10.20868/ciur.2017.113.3546>
- Valdebenito, F. (2016). Cohesión social a través de la arquitectura en base a la teoría de los campos de Pierre Bourdieu. *Usfq.edu.ec*.
<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/5684>
- Vargas, J. (2016). Sistema integrado de espacios públicos para la propuesta de nuevas centralidades en el distrito de coronel Gregorio Albarracín. *Arquitek*, (11), pp. 50-56. Recuperado a partir de
<https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/arquitek/article/view/318>
- Vega. (2021). La plaza mercado: transformadora del espacio urbano. *Upr.edu*.
<https://hdl.handle.net/11721/3080>
- Velásquez, C. (2015). *Espacio público y movilidad urbana: Sistemas integrados de transporte masivo (SITM)* (tesis doctoral). Universitat de Barcelona, Barcelona, España. Recuperado de
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/319707/01.CVVM_1de5.pdf