

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



**“REGENERACIÓN URBANO ARQUITECTÓNICA EN LA ZONA - MERCADO
DE PRODUCTORES 24 DE JUNIO DEL DISTRITO DE POCOLLAY PARA UN
DESARROLLO SOSTENIBLE”**

TESIS

PRESENTADO POR:

Bach. Carolayn Keyth Kimberly, LORO PAURO

ASESOR:

DR.ARQ.y URB. Luis Alberto, CABRERA ZUÑIGA

PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

TACNA - PERÚ

2023

DECLARACION JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Yo Carolayn Keyth Kimberly Loro Pauro, en mi condición de Bachiller de la carrera profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Privada De Tacna, identificado con DNI 72195383, declaro bajo juramento la autenticidad del tema de tesis de pregrado de mi persona, denominado:

“Regeneración Urbano Arquitectónica en la zona - Mercado De Productores 24 De junio Del Distrito de Pocollay para un Desarrollo Sostenible”

Asesorado por: DR.ARQ.y URB. Luis Alberto, Cabrera Zuñiga

Es un tema original elaborado por mi persona y no existe plagio de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación sea nacional, extranjera o presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, a de vez declaro la autenticidad de los datos consignados y todos los documentos adjuntos para el tramite 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 Normativa APA vigente, asimismo ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad, así como de las condiciones éticas, legales involucradas y vigentes.

Tacna 13 de Agosto 2023



FIRMA (obligatorio)



Huella

DEDICATORIA

A mi querida madre por brindarme la confianza y fuerza para poder estudiar lo que me apasiona y no rendirme nunca dándome las palabras adecuadas en los momentos precisos.

A mi padre que me brinda su apoyo a la distancia y ayuda para poder lograr este objetivo.

A mi hermano, guía intelectual y mi ejemplo a seguir desde que fui pequeña, por brindarme su apoyo en todo momento.

AGRADECIMIENTO

A mi querida madre gracias por la paciencia, alegría y esfuerzo dada hacia mi persona y jamás dejarme caer.

A mi hermano, gracias por las horas dedicadas a mi desarrollo como persona y aportar tanto a mi desarrollo intelectual.

A mi asesor, DR.ARQ.y URB. Luis Alberto Cabrera Zuñiga, por la disposición a guiar y brindarme sus conocimientos para el desarrollo de mi tesis.

A todos mis docentes de la Universidad Privada de Tacna, de la facultad de Arquitectura y Urbanismo, quienes aportaron a mi formación académica profesional a través de sus enseñanzas, conocimientos y experiencia en el campo.

INDICE

1	CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1	Descripción de la situación problemática.....	3
1.2	Formulación del problema.....	5
1.2.1	Formulación del problema general	5
1.2.2	Formulación del problema específico.....	5
1.3	Objetivos	5
1.3.1	Objetivo general	5
1.3.2	Objetivos específicos	5
1.4	Justificación de la investigación.....	5
1.4.2	Metodológica.....	6
1.4.3	Práctica	6
2	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1	Antecedentes de la investigación	7
2.1.1	Antecedentes internacionales	7
2.1.2	Análisis de casos similares.....	8
2.1.3	Antecedentes normativos nacionales.....	12
2.1.4	Antecedentes nacionales.....	14
2.1.5	Antecedentes a nivel provincial – Tacna:.....	21
2.1.6	Antecedentes del comercio en el distrito de Pocollay:.....	22
2.1	Bases teóricas:.....	24
2.2	Definición de términos básicos:	36
3	CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	38
3.1	Tipo de investigación:	38
3.2	Diseño metodológico:	38
3.3	Nivel de investigación:.....	38
3.4	Esquema del plan metodológico:.....	38
3.5	Ámbito y tiempo social de la investigación	38
3.6	Población y muestra	40
3.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
3.8	Procesamiento, análisis e interpretación de datos.....	41
4	CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE SITIO	48
4.1	Análisis a Nivel Ciudad:.....	48
4.2	A nivel Distrital.....	52
4.2.1	Densidad Poblacional	52
4.2.2	Vulnerabilidad y peligros.....	52

4.2.3	Aspecto Socio cultural.....	53
4.2.4	Aspecto económico.....	54
4.2.5	Equipamiento urbano:.....	54
4.3	Estado Actual de la Zona Intervenido	56
4.3.1	Análisis ambiental.....	56
4.3.2	Análisis Vial.....	60
4.4	Análisis de terreno	62
4.4.1	Localización y ubicación	62
4.4.2	Linderos y colindantes	63
4.4.3	Condiciones climáticas:	64
4.4.4	Topografía.....	67
4.4.5	Accesibilidad al terreno:.....	68
4.4.6	Área construida – área libre	70
4.4.7	Normatividad.....	72
5	CAPÍTULO V. PROPUESTA.....	81
5.1	Premisas de diseño	81
5.2	Diagramas de relación entre espacios.....	84
5.3	Síntesis programática:.....	84
5.4	Partido arquitectónico.....	86
5.5	Zonificación.....	87
5.6	Anteproyecto	88
5.7	Memoria descriptiva.....	91
5.7.1	Nombre del proyecto.....	91
5.7.2	Ubicación geográfica.....	91
5.7.3	Linderos y colindantes	92
5.7.4	Área y perímetro.....	92
5.7.5	Accesibilidad	92
5.7.6	Zonificación.....	92
5.7.7	Cuadro de áreas.....	93
5.7.8	Descripción del proyecto	93
5.8	Proyecto.....	98
6	CAPÍTULO VI. RESULTADOS.....	102
	DISCUSIÓN.....	107
	CONCLUSIONES:.....	109
	RECOMENDACIONES:.....	110

BIBLIOGRAFIA	111
--------------------	-----

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Exterior del mercado de productores – 24 de junio	4
Figura 2.	Interior del mercado de productores.....	4
Figura 3.	Sistema espacial y funcional -planimetría de mercado la barceloneta.....	8
Figura 4.	Fachada principal -Mercado Barceloneta	9
Figura 5.	Estructura metálica y paneles de vidrio -vista exterior.....	9
Figura 6.	Cortes transversales.....	10
Figura 7.	Fachada principal del mercado estación báltica.....	10
Figura 8.	Planta de distribución -Mercado estación Báltica	11
Figura 9.	Vista de cobertura desde el interior y su luminaria cálida.....	12
Figura 10.	Evolución del número de mercados en el Perú	14
Figura 11.	Incremento de mercados de abastos.....	15
Figura 12.	Mercado de productores-24 de junio 2016.....	22
Figura 13.	Esquema del plan de metodología.....	38
Figura 14.	Ubicación de la zona en estudio	39
Figura 15.	Modelo de encuesta.....	42
Figura 16.	Tipos de vendedores	43
Figura 17.	Rubro al que se dedican	43
Figura 18.	Seguridad dentro del mercado	44
Figura 19.	Sectores donde producen	44
Figura 20.	Días de mayor venta.....	45
Figura 21.	Mapeo de los principales mercados de abastos en la ciudad de Tacna.....	49
Figura 22.	Radio de acción de mercados de distritos aledaños al terreno estudiado. ..	50
Figura 23.	Mapeo de ferias itinerantes en la ciudad de Tacna	51
Figura 24.	Mapa de vulnerabilidad distrito de Pocollay	52
Figura 25.	Cuadro de niveles de pobreza en Tacna.....	53

Figura 26.	Equipamiento Urbano Alrededor De La Zona A Intervenir	55
Figura 27.	Bote De Basura Lleno De Residuos Organicos E Inorganicos	56
Figura 28.	Residuos botados en zona sin uso designado.....	57
Figura 29.	Residuos botados en zona sin uso designado.....	57
Figura 30.	Imagen de frontis del mercado pintado con propaganda.....	58
Figura 31.	Carteles en la via frente al mercado	58
Figura 32.	Propagandas de partidos politicos.....	59
Figura 33.	Desorden de transito vehiculas	59
Figura 34.	Diseño de via según el plan de desarrollo urbano vigente.....	60
Figura 35.	Espacios sin diseño urbano.....	60
Figura 36.	Vehiculos estacionados en areas no destinadas para ningun uso	61
Figura 37.	Zonas utilizadas por comercio ambulatorio	61
Figura 38.	Plano de localizacion	62
Figura 39.	Plano de ubicación	62
Figura 40.	Plano permietrico.....	63
Figura 41.	Cuadro de datos.....	63
Figura 42.	Esquema del recorrido solar en terreno	64
Figura 43.	Horas de luz natural y crepusculo en pocollay	64
Figura 44.	Temperatura maxima y minima por mes	65
Figura 45.	Promedio mensual de precipitacion en Pocollay.....	65
Figura 46.	Velocidad promedio de vientos.....	66
Figura 47.	Dirección del viento	66
Figura 48.	Niveles de humedad en pocollay	67
Figura 49.	Plano topografico del terreno.....	67
Figura 50.	Corte longitudinal de topografia del terreno	68
Figura 51.	Corte transversal de topografia del terreno.....	68
Figura 52.	Vias para acceder a la zona de estudio	69

Figura 53.	Zona para estacionar vehiculos en zonas de areas libres.....	70
Figura 54.	Plano de area construida y area libre del mercado de productores.....	71
Figura 55.	Cuadro de zonificacion del terreno.....	72
Figura 56.	Plano de zonificacion del terreno en el que se encuentra situado el la infraestructura del mercado de productores	73
Figura 57.	Áreas mínimas ancho de pasajes y circulaciones horizontales interiores.....	74
Figura 58.	Grafico de circulación fluida	75
Figura 59.	Altura de agarraderas de puertas	76
Figura 60.	Medidas de mobiliario fijo en servicios higienicos	76
Figura 61.	Medidas dentro del cubiculo accesible para minusvalidos	77
Figura 62.	Medidas para barandas de urinarios	77
Figura 63.	Medidas minimas de estacionamientos.....	78
Figura 64.	Tabla para el calculo de aforo de usuarios de acuerdo al area de ventas	78
Figura 65.	Cuadro con medidas minimas de vanos.....	79
Figura 66.	Cuadro para ancho de circulación.....	79
Figura 67.	Area minima de puestos dependiendo de tipologia de venta.....	79
Figura 68.	Cuadro para calculo de estacionamientos	80
Figura 69.	Diagrama de relacion entre zonas y subzonas del mercado propuesto	84
Figura 70.	Programacion de zonas	85
Figura 71.	Partido arquitectonico	86
Figura 72.	Zonificacion de Propuesta	87
Figura 73.	Plan urbano.....	88
Figura 74.	Planimetria general.....	88
Figura 75.	Plano de sotano	89
Figura 76.	Primer nivel.....	89
Figura 77.	Segundo nivel.....	90
Figura 78.	Corte A-A- transversal	90
Figura 79.	Corte B-B- transversal	90

Figura 80.	Corte C-C- transversal	90
Figura 81.	Elevacion frontal	91
Figura 82.	Elevacion lateral derecho	91
Figura 83.	Elevacion lateral izquierdo	91
Figura 84.	Plano de ubicación con linderos y colindantes.....	92
Figura 85.	Cuadro de areas	93
Figura 86.	Sistema funcional de proyecto- ingresos y salidas.....	95
Figura 87.	Sistema funcional de proyecto – circulaciones primer nivel.....	95
Figura 88.	Sistema funcional de proyecto – circulaciones segundo nivel	96
Figura 89.	Vista aerea de modelado en 3D.....	97
Figura 90.	Vista de plaza de ingreso.....	97
Figura 91.	Vista de fachada principal	97
Figura 92.	Vista interior de espacio de venta	98
Figura 93.	Vista interior de patio de comidas	98
Figura 94.	Vista de plaza para venta Itinerante	98
Figura 95.	Plano de trazados.....	99
Figura 96.	Plano de sotano- estacionamiento	99
Figura 97.	Planimetria primer nivel.....	100
Figura 98.	Planimetria segundo nivel	100
Figura 99.	Corte A-A longitudinal	100
Figura 100.	Corte B-B longitudinal	101
Figura 101.	Corte C-C transversal.....	101
Figura 102.	Elevacion principal	101
Figura 103.	Elevacion lateral derecho	101
Figura 104.	Elevacion lateral izquierdo	101

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Tipos de mercados según radio de influencia	14
Tabla 2.	Beneficios sociales y acciones comerciales estratégicas.....	25
Tabla 3.	Beneficios urbanos y su integración con el entorno.....	26
Tabla 4.	Mejoramiento de los servicios internos.....	26
Tabla 5.	Proyección de población para el año 2023 de la población de Pocollay	40
Tabla 6.	Habitantes alrededor de la zona a intervenir.....	52
Tabla 7.	Festividades importantes en el distrito.....	53
Tabla 8.	Parámetros para comercio C5	74
Tabla 9.	Premisas de diseño	81
Tabla 10.	Pregunta 1. Encuesta personal administrativo y técnico.....	103
Tabla 11.	Pregunta 2. Encuesta personal administrativo y técnico.....	104
Tabla 12.	Pregunta 3. Encuesta personal administrativo y técnico.....	105
Tabla 13.	Pregunta 4. Encuesta a personal técnico y administrativo	106

RESUMEN

El presente documento investigatorio se desarrolla con el objeto de analizar el sistema de comercio de los productos de primera necesidad dentro del distrito de Pocollay, y el impacto que tiene en el espacio urbano a nivel distrital, el caso de estudio: av. Productores, distrito de Pocollay, Provincia y Departamento de Tacna, año 2023. Desarrollada desde el enfoque urbano arquitectónica, con una perspectiva que enmarca la participación de la población y las entidades encargadas de la infraestructura misma y su entorno urbano, el cual no cuenta con un desarrollo adecuado, siendo deficiente para satisfacer las necesidades de su población. Aplicando la metodología mixta, de tipo no experimental, tomando como muestra a 30 personas las cuales son comerciantes que forman parte del mercado de productores 24 de junio, para recopilación de información se tendrá en cuenta los métodos de encuesta, análisis visual, investigación de datos de fuentes confiables. Dando como resultado de la investigación, la importancia y necesidad de la intervención urbano arquitectónica en la zona del mercado de productores para mejorar la calidad de vida de la población del distrito de Pocollay, debido que en la actualidad no cuenta con las instalaciones adecuadas para su tipo de comercio, ni el espacio urbano adecuado para los usuarios.

PALABRAS CLAVE: Regeneración urbana, Mercado, Comercio, Desarrollo sostenible, Comercialización

ABSTRACT

This investigative document is developed with the aim of analyzing the trading system of essential products within the Pocollay district, and the impact it has on the urban space at the district level, the case study: Av. Producers, Pocollay district, Province and Department of Tacna, year 2023. Developed from the urban architectural approach, with a perspective that frames the participation of the population and the entities in charge of the infrastructure itself and its urban environment, which does not have adequate development, being deficient in meeting the needs of its population. Applying the mixed methodology, of a non-experimental type, taking as a sample 30 people who are merchants who are part of the June 24 producers' market, to collect information, the survey methods, visual analysis, data investigation will be taken into account. from reliable sources. As a result of the research, the importance and need for urban architectural intervention in the farmers' market area to improve the quality of life of the population of the Pocollay district, because it currently does not have adequate facilities for its type of commerce, nor the appropriate urban space for users.

KEYWORDS: Urban regeneration, Market, Commerce, Sustainable development, Commercialization

INTRODUCCION

El presente análisis del sistema de comercio de productos de primera necesidad tanto a nivel nacional, regional y distrital (Pocollay) se ha determinado diferentes modalidades teniendo en cuenta el alcance y el ámbito geográfico por su carácter nacional regional y distrital por tal motivo y luego de este conocimiento me permitirá plantearme algunas interrogantes que conduzcan al análisis específico del comercio distrital, referido fundamentalmente al comercio de bienes y servicios de carácter agropecuario, abarrotes o insumos de primera necesidad que se comercian en la zona elegida para el presente estudio entonces podría estar en condiciones profundizar sobre a aquellos aspectos de preocupación que son los siguientes : El comercio distrital de Pocollay se da de manera suigéneris y se observa que la principal forma más común de dicho comercio es la infraestructura detectada como principal lugar de abastecimientos para el desarrollo de comercio de productos agrícolas o de primera necesidad en la zona de análisis (distrito de Pocollay), por ello analizaremos si esta abastece la demanda de la población, si su ubicación es la adecuada, si la infraestructura existente cumple el rol al que ha sido asignado, en qué condiciones la estaría cumpliendo, cuál es el radio de acción, la accesibilidad que posee y cuál es el carácter de la administración, propiedad, tenencia del mercado de productores; para ello se desarrollará una serie formas para recopilación de información que se detallará a lo largo del presente trabajo de investigación.

Como análisis previo con toda la información recopilada se infiere que el sector en estudio (mercado de productores 24 de junio) necesita una intervención urbano arquitectónica, debido a que no ha sido intervenido de forma adecuada urbanísticamente, ya que no brinda las condiciones físico ambientales que permita un desarrollo y demanda de acuerdo a la población, así como las condiciones necesarias a partir de la pandemia para lograr una mejor calidad de vida.

Dado el análisis anteriormente mencionado permite determinar que priorizara una regeneración urbana en el sector de estudio, con ideas innovadoras en cuanto a las propuestas de diseño de lo que podría ser una nueva infraestructura para el mercado y a su vez interviniendo en el ámbito urbano; el conjunto de estas propuestas lograran satisfacer la demanda la ONU de acuerdo a su plan de las ODS (objetivos de desarrollo sostenible) como son: salud y bienestar, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, ciudades y comunidades

sostenibles, producción y consumo responsables y acción por el clima (ONU, 2021); y a su vez cumpliendo la normatividad demandada, generando un punto de interés al mercado de productores – 24 de junio creando así un hito urbano de tipo comercial , el cual provocará que la población de Pocollay se sienta más satisfecha y con un mejor entorno sociocultural lo que causara una mayor interacción.

1 CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la situación problemática

“Los mercados de abasto cumplen un importante papel histórico sociocultural, incluso en el desarrollo de las ciudades, donde la comercialización de alimentos cumple un papel vital en su sostenibilidad; conocemos sus orígenes en el espacio público, generando un espacio de socialización, son instituciones sociales” (ROBLES, 2014), “...asimismo organiza la vida de barrios generando su identidad o “sentido de pertenencia al lugar”” (Hernandez & Andreeva, 2016) aunque actualmente estos lugares han sido dejados de lado, siendo conocidos en su mayoría por su desorden, caos y falta de limpieza.

Esta situación se desarrolla en los tiempos actuales de los mercados a nivel nacional , regional y distrital , han sido dejados de lado, disminuyendo la importancia de estos tipos de establecimientos tienen dentro de una sociedad; el Instituto Nacional de Estadística e Informática en el Censo a nivel nacional que se realizó a los mercados de abastos en el año 2016 dio como resultados que los mercados de abastos seguían siendo la forma más común en la que se abastecía el Perú , sin embargo la mayoría de ellos se encontraban en estados deplorables sin ningún tipo de orden y limpieza (INEI, 2016), a consecuencia del estado de emergencia causado por la Covid-19 en el año 2020 no hizo más que resaltar algo que ya se había dado al descubierto luego de este censo antes mencionado , pero obviado en su momento, el resultado fue que estas infraestructuras eran la principal fuente de abastecimientos para la comunidad pero no estaban en óptimas condiciones para hacerlo; el sector en estudio (mercado de productores – 24 de junio, distrito de Pocollay) no es la excepción a esta realidad (*ver figura 1 y figura 2*), debido a que no está desarrollado adecuadamente, si bien su posición al estar cerca de una avenida muy transitada y al encontrarse en la prolongación de la av. Industrial podría ser una área muy

concurrida, lamentablemente no es así, debido a la falta de intervenciones urbanas y arquitectónicas en este sector, ha sido dejado de lado .

Figura 1. *Exterior del mercado de productores – 24 de junio*



Fuente:registro fotografico de elaboracion propia

Figura 2. *Interior del mercado de productores*



Fuente:registro fotografico de elaboracion propia

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Formulación del problema general

- ¿La regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay permitirá un desarrollo sostenible?

1.2.2 Formulación del problema específico

- ¿La regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay mejorará las dinámicas comerciales del sector?
- ¿La regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay mejorará la imagen urbana de la zona?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

- Proponer una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para alcanzar un desarrollo sostenible

1.3.2 Objetivos específicos

- Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar las dinámicas comerciales del distrito de Pocollay.
- Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar la imagen urbana del sector, lo que con llevará a elevar la calidad de vida de los pobladores.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

La relevancia del presente trabajo investigativo se basa en la inadecuada infraestructura con la que cuenta el distrito de Pocollay, para abastecerse de productos de primera necesidad y el poco desarrollo urbano arquitectónico que existe en su entorno mediante encuestas, recopilación de información y observaciones que se puede realizar en distintas situaciones dadas en el sector, a partir de ello se podrá ir generando una mejor idea y entendimiento para generar conciencia en el valor sociocultural que puede llegar a tener sectores como estos para un distrito y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

1.4.2 Metodológica

La metodología manejada en el trabajo investigativo es de enfoque mixto, dado que tomará prototipos cuantitativos y cualitativos, los cuales se basan en el sistema de recopilación en base a mapeos, observación del entorno y su realidad, encuestas, recolección de información de fuentes confiables.

1.4.3 Práctica

Se llevo a cabo un mapeo de los principales mercados de abastecimiento de la ciudad de Tacna y que principalmente estén en los límites con el área estudiada, para poder así saber si el radio de acción podrá abarcar la categoría de mercado distrital y cuál es su radio de acción para la población a abastecer. Para ello se llevó a cabo un análisis visual para determinar la distancia entre más centros de abastos de este tipo, determinando que su radio de acción en de un mercado distrital, ya que deberá abastecer en su mayoría a población del distrito de Pocollay, debido a que no se encontró ningún mercado de abastos en el distrito. También se verifico si la infraestructura estaba en una zona adecuada para la actividad de comercio, para ello se recurrió al Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Tacna (PDU, 2015-2025) y se comprobó que el terreno estaba en una zona destinada para comercio (ver figura 4 y tabla 1) por lo cual es viable esta infraestructura.

2 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

De los estudios referentes que se toman a continuación a diferentes niveles y se determinó que son los más idóneos para ser útiles en la investigación, con el contenido más relevante como: el estudio de secciones vehiculares y peatonal, tratamiento del espacio urbano y el desarrollo de la propuesta urbano arquitectónica.

2.1.1 Antecedentes internacionales

Rodas C., Pablo S. (2018). **“Revitalización del mercado 27 de febrero (Cuenca-Ecuador)”**. Proyecto final de carrera para la obtención de Título Profesional De Arquitecto. Universidad Del Azuay.

La finalidad de esta indagación es crear un nuevo mercado 27 de febrero a partir del ya existente, que promoverá el comercio urbano, revitalizará espacios y la renovación urbana del sector. La metodología utilizada en este trabajo se clasifico en 5 etapas. El primero comienza con un estudio de información y datos fotográficos sobre los lugares de intervención identificados y sus correspondientes áreas de impacto, seguido de un análisis del sitio a nivel de ciudad, barrio y país. Además del diagnóstico de los problemas en el lugar. En segunda etapa se estudiaron referencias a diversos proyectos arquitectónicos y de construcción urbana que cubrían la temática propuesta, planes de marketing que respondieron a diferentes condicionantes urbanísticos. También fue importante buscar y analizar intervenciones adaptadas a diferentes condiciones espaciales y arquitectónicas, recogiendo información gráfica y teórica que permita la validación de la propuesta .En la cuarta etapa, junto con toda la información y análisis ya obtenidos, se diseñó la nueva área de mercado como boceto arquitectónico, donde se evalúan conclusiones y estrategias que promuevan la revitalización del lugar y finalmente, en la quinta etapa, se evaluó el estado actual del sitio con una nueva propuesta de mercado, resultando en mejores indicadores de uso funcional y calidad. (Rodas C, 2018).

2.1.2 Análisis de casos similares

2.1.2.1 Mercado La Barceloneta, Barcelona - España

Situado en la ciudad de Barcelona -España. Cuenta con un área de 5200 m², fue proyectado por los arquitectos Josep Miàs, Silvia Brandi, Adriana Porta, María Chiara Ziliani, Andreu Canut, Carles Bou , y se construyó en el año 2007. Es parte de la estructura de la ciudad y puede verse como una extensión diaria continua de los bares y tiendas de la ciudad. Todos ellos juntos, los establecimientos de comida, las tiendas minoristas, los edificios de oficinas y los almacenes crean una sensación de tener que ser parte de un lugar, identificarse con él y participar en su fuerza vital a través de las actividades que suceden dentro de la estructura.

Análisis funcional

La infraestructura precedente solía ser casi invisible, visible sólo para quienes viven allí. Una exigencia del proyecto fue que el edificio y su entorno se convirtieran en un punto de referencia diferenciado para esta pequeña zona de la ciudad de Barcelona. Esta posición de la densidad del mercado en relación con la ciudad. Cuenta con áreas para locales de venta de artículos que normalmente hay en este tipo de infraestructuras, además de puestos de cafeterías.

Figura 3. *Sistema espacial y funcional -planimetría de mercado la barceloneta*



Análisis formal

Conformada en su cubierta por un panel metálico con un aislante de calor, cubierto por un techo falso que gracias a su malla metálica produce un efecto reflector, sus piezas de metal son de dos colores lo que ocasiona un visual de mural.

Cuenta con 180 placas solares, en su cubierta que cubre un 40 % de la energía utilizada en el mercado.

Figura 4. *Fachada principal -Mercado Barceloneta*



Fuente: Registro fotografico de Archdaily

Análisis espacial

Construido con un sistema en el que se empleaba en su mayoría el uso de acero y vidrio, y en su cobertura elevada permite la sensación de planta libre permitiendo la ventilación e iluminación, posee 4 ingresos entre entradas y circulación es principales y secundarios. Frente al mercado se encuentra una plaza que ya existía y en la parte posterior una que fue creada a partir de la construcción de este equipamiento, de tal forma que se podía integrar a la imagen del barrio.

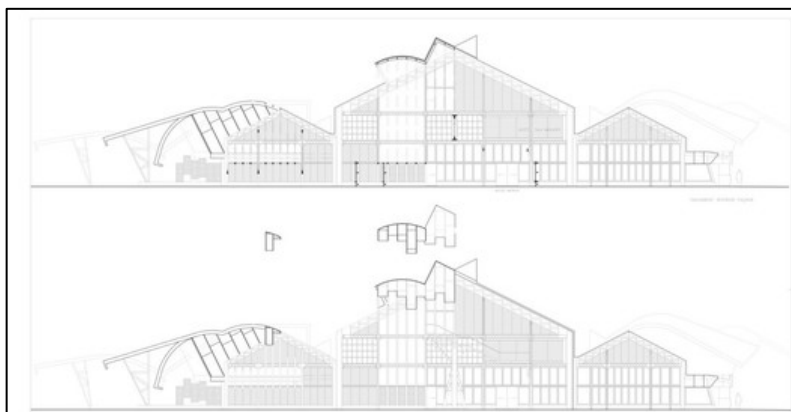
Figura 5. *Estructura metálica y paneles de vidrio -vista exterior*



Fuente: Registro fotografico de Archdaily

En cuanto a su entorno urbano en relación con el edificio se puede notar que este posee una mayor altura , debido a la composición de su volumen , el cual fue planificado durante su ejecución.

Figura 6. *Cortes transversales*



Fuente: Registro fotografico de Archdaily

Mercado estación báltica, Tallin – Estonia

Este mercado se encuentra situado en el país europeo de Estonia en su capital Tallin fue realizado en el año 2017, con un área de 25000 m2. La finalidad de este proyecto fue la reconstrucción del mismo dándole una imagen contemporánea pero que a su vez se preserve el carácter del mercado original, se buscaba atraer a la mayor cantidad de público del área.

Figura 7. *Fachada principal del mercado estacion baltica*



Fuente: registro fotografico Archdayli

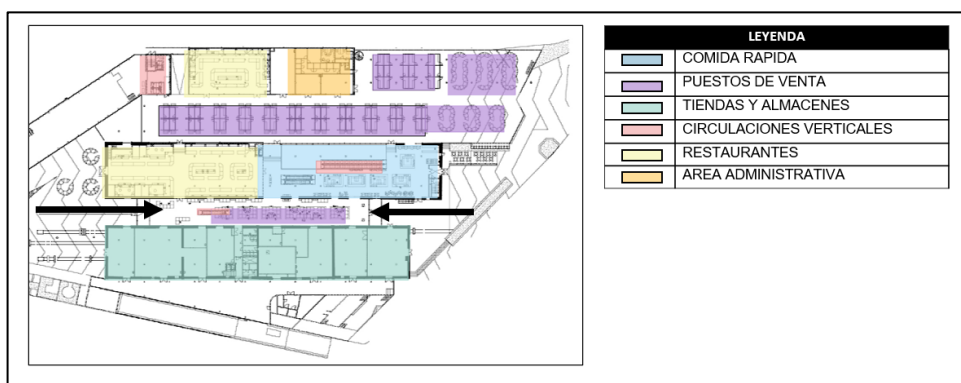
Análisis formal

La idea jerárquica fue en modernizarlo de tal manera que la parte central pueda hacer alusión a las pirámides truncadas, para así poder generar una visual atractiva del mercado.

Análisis funcional y espacial

Posee tres niveles, para su distribución y cuenta con un área libre con quioscos de madera para que pequeños emprendimientos o vendedores de ciertos artículos puedan ocuparlos, dándoles así un espacio designado a cada uno de ellos, evitando el desorden en su entorno urbano. El primer nivel está destinado a las actividades que se realizaban en el anterior mercado como la venta de antigüedades, adornos de artesanos y productos para el hogar en general. Además de áreas para almacenes, tiendas y ventas de comida rápida y ciertos restaurantes.

Figura 8. *Planta de distribución -Mercado estación Báltica*



Fuente: Elaboración propia

Materialidad y sistema constructivo

Interiormente se usan materiales como ladrillos de varios colores baldosas de cerámica de un tamaño semejante al ladrillo, también incluye el uso de madera y metal negro para las barandas, y su iluminación es de un tono cálido, y con una cobertura de da paso a la iluminación natural y una sensación de área libre. Estructura híbrida, que incluye pórticos los cuales permiten que tome protagonismo

espacialmente y funcionalmente, lo que ocasiona una nueva sensación para quien se encuentra dentro del mercado.

Figura 9. *Vista de cobertura desde el interior y su luminaria cálida*



Fuente: Archivo fotografico de archdaily

2.1.3 Antecedentes normativos nacionales

En la “Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú”. Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. Lima (2017) nos dice:

El tiempo comprendido entre los años 1950 al 2015, las políticas del estado peruano en relación con los mercados de abastos ya sean de forma directa o indirecta, han sido de forma heterogéneas y discontinuas.

- 1950-1970: Entre esos años se construyen mercados en las ciudades más importantes del país.
- 1970-1980: Los mercados son integrados en el Sistema Nacional De Abastecimiento De Alimentos, y están regulados por la nación de Perú a través de empresas del sector público especializadas en la recogida, almacenaje, conserva y distribución al por mayor de productos básicos.
- 1990-2001: Se disuelve el Sistema anterior mencionado y se implementa la Ley de Privatización de mercados públicos, por lo cual 500 mercados son de propiedad municipal y aproximadamente 300 centros de abastecimientos municipales fueron vendidos a comerciantes a precios de aduana y a crédito.
- 2002-2015: Se difunden los estándares y medidas para los mercados de alimentos, por ejemplo, financiación de proyectos de expansión o mejora del

mercado urbano con fondos del sector público, simplificación de los procedimientos de concesión de licencias; régimen fiscal para los proveedores de productos agrícolas perecederos; programas de formación, microcréditos y formación en gestión laboral.

- 2016: Aprobación de la Política Nacional Para La Competitividad De Mercados De Abastos.

Aun siendo de suma importancia muchas de las medidas anteriores, los mercados no han podido ser remodelados en su infraestructura ni mejorar la calidad de sus servicios, como fue el caso de los mercados municipales que se vendieron a proveedores. (organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura, 2017, pág. 11).

La Organización De Las Naciones Unidas Para La Alimentación Y La Agricultura en su **“Guía Para La Planificación Y Diseño De Mercados Minoristas En Las Ciudades Del Perú”**. Lima 2017, nos dice que:

En la normativa nacional, se menciona 2 tipos de mercados de abastos.

Mercados mayoristas de abastos: Son aquellos establecimientos donde los mayoristas se concentran bajo una empresa operativa y son los principales proveedores de productos agrícolas perecederos, otros alimentos secos e incluso productos marinos. (organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura, 2017, pág. 14)

Mercados minoristas de abastos: Tiendas de comerciantes, divididas en puestos, venden productos agrícolas, productos de vida acuática, viveres, productos para el cuidado personal en pequeñas cantidades al consumidor final. (organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura, 2017, pág. 14). Las zonas urbanas, el mercado minorista de alimentos se divide en las siguientes categorías:

1. Según el régimen de propiedad
 - Mercados municipales. Pertenecen al estado (provincia o municipio).
 - Mercados privados. Puede ser propiedad de personas físicas o jurídicas, organizaciones sociales o cooperativas, entre otros.

2. Según el radio de influencia

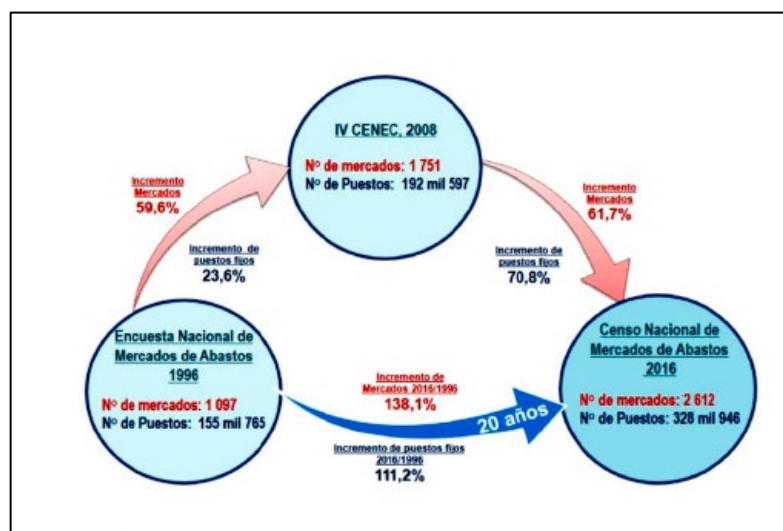
Tabla 1. *Tipos de mercados según radio de influencia*

CLASIFICACIÓN	RADIO DE INFLUENCIA (M)
Mercado vecinal	200 a 400
Mercado sectorial	400 a 800
Mercado zonal	1200 a 1500
Mercado distrital e interdistrital	1200 a 1500
Mercado metropolitano	Más de 1500

Fuente: *Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú*

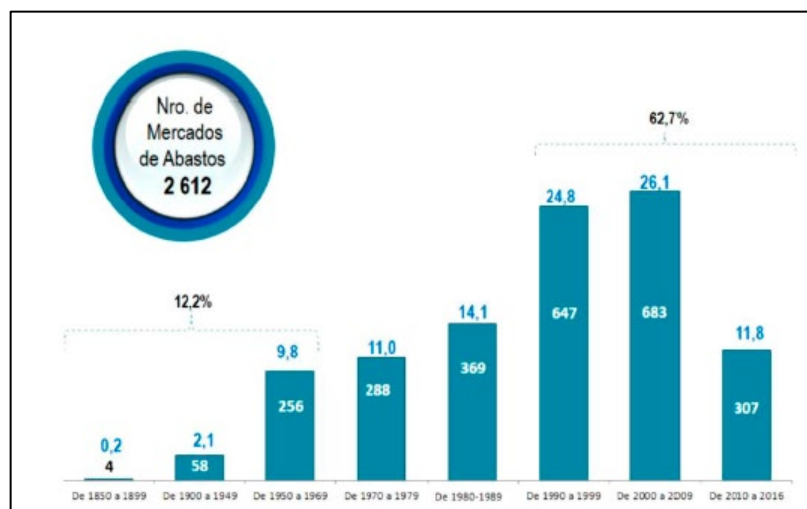
2.1.4 Antecedentes nacionales

En los últimos años la cantidad de mercados tanto minoristas como mayoristas y de toda tipología en si alrededor del Perú ha ido en incremento en todas las ciudades. El último censo realizado por el INEI en el año 2017 a los mercados de abastos dio resultados que hacen entre ver que el mercado es uno de los principales ejes de comercialización y puntos económicos en el Perú, los ciudadanos siguen prefiriendo este sistema de compra y venta para sus artículos de primera necesidad.

Figura 10. *Evolución del numero de mercados en el Perú*

Fuente :Censo nacional de Mercados de Abastos 2016

Figura 11. *Incremento de mercados de abastos*



Fuente :Censo nacional de Mercados de Abastos 2016

Giovanni Ricardo, C.C., y Juan Carlos, R.G. (2017). “**Propuesta de rehabilitación del antiguo mercado de abastos Andrés F. Vivanco En Ayacucho**”. Tesis para Título Profesional De Arquitecto. Universidad Ricardo Palma.

El problema en el que se basaron para poder realizar esta tesis fue la situación en la que se encontraba en mercado Andrés F. Vivanco la cual resultaba caótica ya que las necesidades para su realidad actual había sobre pasado a la capacidad inicial de la edificación para que se pudiera tener un uso adecuado, en cuanto a su entorno se realizan actividades comerciales ambulatorias, las cuales están relacionadas con los trabajos realizados dentro de la infraestructura. En conclusión, el desorden que sucede al interior, provoca la desorganización que se puede visualizar en el exterior, provocando que no haya sido posible quebrar. Su entorno no se hallan estacionamiento, esto, y la sección vial estrecha con la que cuenta la ciudad de Ayacucho, provoca un enorme caos vehicular, por todos estos motivos este trabajo de investigación como objetivo principal articular la rehabilitación arquitectónica del mercado con la parte urbanística para lograr así entrelazar estas dos zonas, manteniendo la estructura física que ya poseía el mercado, pero realizando intervenciones para poder incrementar la calidad de vida de los usuarios. (Giovani, 2017).

Mercados y la salud pública. La Organización De Las Naciones Unidas Para La Alimentación Y La Agricultura en su **“Guía Para La Planificación Y Diseño De Mercados Minoristas En Las Ciudades Del Perú”** (2017). Nos dice que:

Los mercados tienen un impacto muy grande en la salud pública, las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) son de los problemas más grandes que hay en el país y en el mundo, debido a la contaminación química o microbiana de alimentos o agua en la producción, traslado y/o comercialización de estos productos. Las enfermedades más importantes son provocadas por productos contaminados son la diarrea, la hepatitis B, la fiebre tifoidea y las fiebres de la cebada. Durante la fase de comercialización del mercado, la contaminación de los alimentos por patógenos puede ser causada por condiciones insalubres en las instalaciones, mala gestión de las condiciones de almacenamientos del producto, lavado de los productos con agua contaminada o el hecho de que los comerciantes sean portadores de bacterias. (organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura, 2017).

(Sara Elizabeth, 2020). **“Mercado centro de abastos, como fragmento de solución del desorden urbano, en el cercado del Distrito De Reque”**. Tesis para obtener el grado de título profesional. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo.:

Este trabajo se centró en estudiar la realidad en la actualidad del caos urbano que se genera en el mercado de Reque y cuáles son las características, para identificar qué medidas se podrían tomar como parte de la solución. En primer lugar, identificaron problemas tales como: pérdida de la estética urbana, inseguridad ciudadana, alteración del orden público, contaminación ambiental, congestión vehicular y peatonal y la contaminación acústica y hallaron que como generadores e influencias a estos problemas se encasillaban en 4 tipo de contextos que son los siguientes: contexto urbano (falta de paraderos, ambulantes, el poco orden , inseguridad peatonal, etc.), contexto morfológico(el radio de acción que el mercado debería cumplir en este caso de mercado tipo sectorial), concepto antropológico (mal diseño, déficit de área, zona y rutas establecidas para el abastecimiento) y por último el contexto funcional (no cuenta con una adecuada distribución y organización).El resultado de estos 4 factores antes mencionados sirvió de manera para analizar el contexto y se pudiera constatar la situación en el mercado, y se vio reflejado en que la infraestructura arquitectónica no cumplía con la normatividad y los parámetros establecidos, el problema era la falta de espacio, podemos identificar

defectos después de ingresar, no tiene dimensiones adecuadas por lo que no permite el acceso a minusválidos, las áreas de servicio y la mala organización de las ventas , las dimensiones de las circulaciones, todo ello generaba contaminación ambiental y de alguna manera ponían en peligro la salubridad, tanto del comprador como del encargado de vender. Se considera el tema del autoabastecimiento, pues no tienen un espacio reservado y terminan utilizando parte de la calle para la actividad en cuestión. Todo esto sigue causando perjuicios tanto al comerciante oficial en términos de economía y su ingreso como al usuario, en referencia a los problemas socioculturales y de salud de cada producto vendido.

(Magda. Q. y Edgar Raúl, 2022) **“Mercado de abastos para el desarrollo e interacción de la cultura local en el distrito de San Miguel- 2022”**. Grado de Título Profesional De Arquitecto. Universidad Cesar Vallejo.:

El objetivo de esta tesis era poder llegar al diseño idóneo para el mercado de abastos que provoque desarrollo e integración de la cultura de la localidad donde está situado este mercado, para una mejor actividad comercial en el sector, para ello optaron para combinar tanto lo tradicional de la cultura de la localidad con la modernidad del desarrollo y tecnología , así esta infraestructura diseñada aportaría una mejor calidad de vida a sus habitantes tendría identidad con el lugar y a la vez se insertaría la modernidad a la comunidad. Todo lo anterior mencionado nació a partir que el mercado en cuestión de estudio en esta tesis tiene más de 60 años de construido, por aquel entonces en la ciudad de Juliaca residían una cantidad de 50 mil personas y el Distrito De San Miguel era un sector naciente, en ese contexto fue que se desarrolló este mercado el cual respondía óptimamente a su realidad en ese entonces; la realidad en la actualidad es que este mercado ha colapsado por el incremento de la población en el lugar ocasionado por la migración de la población rural a la zona urbana y la distritalización del sector de San Miguel. El comercio en San Miguel (distrito) se desenvuelve en espacios baldíos los cuales deberían estar destinados para áreas verdes, recreación de los habitantes, intersecciones de avenidas, paraderos, etc. Pero que sin embargo están siendo usados para usos comerciales ambulantes ya que la el mercado actual no puede satisfacer la demanda

de este lugar; la razón de esto es el estudio incompleto del PDU, que no puede satisfacer las necesidades de la ciudad.

(Lillian Alejandra, Barturen Aguilar y Silvana Jazmín, Guerra Cabrera, 2021) **“Nuevo mercado de abastos en el distrito de Magdalena Del Mar”**. Presentaron su tesis para grado profesional de arquitecta.

Tiene como objetivo una solución de tipo arquitectónica para el mercado del Distrito De Magdalena Del Mar, que se enfoca en solucionar los problemas como anteponer la seguridad de los comerciantes y compradores del mercado, prevalecer la salud, etc., todo ello considerando la normativa vigente. Esta tesis surge a partir de la preocupación luego del estado de emergencia por la llegada de la COVID-19 y al darse cuenta que uno de los establecimientos que más ineficiencias posee y limitaciones estructurales tiene son los mercados, lo que no que hace reflexionar porque es que se termina generando siempre el mismo patrón de aglomeración, desorganización dentro de este tipo de establecimientos y a su vez nos deja ver el rol que estructurante que tiene este tipo de infraestructuras para con su entorno urbano, que si no es el adecuado difícilmente se adaptara y se generara los tipos de problemáticas que se vienen dando hasta en la actualidad en gran parte de los mercados a nivel nacional. (Lillian Alejandra, Barturen Aguilar y Silvana Jazmín, Guerra Cabrera, 2021).

(Alvaro Espinoza ,Ricardo Fort y Mauricio Espinoza, 2022), En el documento de investigación publicado en la revista GRADE titulado: ***“El impacto de la pandemia en el sistema de distribución de alimentos del Perú: Los mercados de abastos minoristas”***

En Perú, Varios tipos de empresas contemporáneas y modernas se dedican a la venta minorista de alimentos (supermercados) como tradicionales (mercados de alimentos o almacenes). A partir de información de la Encuesta Nacional de Hogares que recopila datos sobre el formato de venta, los precios y la cantidad de alimentos que compran los hogares es posible analizar la importancia de este formato en el consumo de alimentos de los hogares. El año pasado. Esta información permitió construir indicadores relacionados con los alimentos consumidos y comprados en el país con representatividad nacional y regional. Los productos generalmente ofrecidos los supermercados son más caros, seguidos por los de bodegas y luego para los que

se venden en los mercados tradicionales. Por el contrario, los productos de los vendedores ambulantes tienden a ser los más baratos.

En las semanas posteriores a la declaración del estado de emergencia, varias agencias gubernamentales implementaron una serie de medidas de medidas diseñadas específicamente para controlar la propagación de COVID-19 en los mercados de alimentos. Después de una revisión minuciosa de las numerosas disposiciones anunciadas y publicadas durante este período, se puede afirmar que dos medidas se vieron afectadas directamente el funcionamiento de los mercados de suministro a nivel nacional, y que explicaría su importante declive como canal de distribución de alimentos en los primeros meses de la pandemia: realización de extensas pruebas de disposición en los mercados y publicación de protocolos de higiene para las operaciones. Durante mayo de 2020, ante importantes acciones mediáticas iniciadas por la prensa y posteriormente fortalecidas por el Gobierno, el mercado de alimentos fue catalogado como la principal fuente de transmisión del COVID-19, por lo que el Ministerio de Salud (Minsa), en coordinación con el grupo peruano Te Cuido, liderado por MINDEF, desarrollado en 27 mercados emblemáticos Lima y Callao, una serie de intervenciones destinadas a medir prevalencia de la infección entre sus traficantes, esta intervención encontró un 44 % de resultados positivos totales, con picos marcados en el Mercado de Frutas (86%) y Pasar Santa Anita (70%), que son mercados mayoristas, tienen potencial convertirse en un foco infeccioso a nivel metropolitano. Esta intervención sirve para alertar a ambas poblaciones y las autoridades, sobre la importancia y urgencia de la recuperación medidas de prevención y control en los mercados de abastecimiento. De hecho, se podría argumentar que tal intervención tiene un efecto negativo. Dispara sobre dos temas que afectan directamente al mercado suministros tradicionales. Por un lado, se crea una alarma general entre la población por supuesto justificada sobre la seguridad esta postura en el contexto de una pandemia. Por otro lado, estos hallazgos impulsan a otras agencias estatales a tomar una serie de acciones para establecer el control. Para prevenir la propagación de COVID-19. Así, durante el mes de mayo de 2020, el Minsa publicó una serie de resoluciones estipulan la prevención y control en el mercado nacional de abastecimiento. Finalmente, mediante Decreto Ministerial - MINSA, emitido el en julio de 2020 se establecieron lineamientos generales con el objetivo de "contribuir a reducir el riesgo de transmisión del COVID-19 en lugar de trabajo".

Como en casi todos los campos de la actividad humana, la conmoción provocada por el estallido de la pandemia de COVID-19 ha un impacto que

interrumpe el sistema de distribución de alimentos en el Perú. El cierre casi total de la economía nacional por segunda vez trimestre 2020 vio una disminución significativa en el consumo de alimentos entre todos los segmentos de la población, a pesar de esta disminución es temporal en la mayoría de los casos. Sin embargo, esta medida general, para ser añadido a las acciones específicas adoptadas por el Gobierno para prevenir y controlar la propagación del virus, ha tenido un impacto significativo en la estructura misma del sistema de distribución alimento. El canal de distribución de alimentos más afectado por la combinación de estas situaciones -a excepción de los restaurantes- es mercado de alimentos, la base del sistema.

De esta experiencia se pueden inferir tres cosas. En primer lugar, es obvio que las medidas tomadas por el gobierno para frenar la expansión del mercado no tienen en cuenta el hecho de que estas instituciones están mal organizadas y que los municipios carecen de experiencia en legislación, entre otras cosas. Esto determinó que el propio cumplimiento de dichas disposiciones afectara de manera innecesaria su funcionamiento. En tal sentido, es importante que las autoridades pertinentes al respecto, al menos las del nivel central, especialmente las encargadas de la producción, desarrollen espacios de coordinación permanente con representantes de los mercados, de manera que cualquier medida que se imponga para la regulación de estos establecimientos esté más acorde con la realidad. En segundo lugar, el hecho de que, a pesar de sus problemas, los mercados no solo hayan sido capaces de implementar las medidas planteadas por el Gobierno, sino que hayan podido sobrevivir a un shock externo tan fuerte como el de la emergencia sanitaria, muestra dos evidencias: que sí es posible aplicar políticas de mejoramiento y modernización del sistema de mercados, y que las personas que constituyen la base de este sistema (los comerciantes) están en condiciones de cumplir disposiciones generales incluso cuando estas requieren inversiones y acción colectiva. En última instancia, el impacto de la pandemia demostró que tanto el sistema de distribución de alimentos en general como el mercado de alimentos fuentes tradicionales de abastecimiento en particular, a pesar de ser conscientes de la precariedad e informal, flexible y recipiente, capaz de adaptarse y hacer frente situaciones adversas con bastante rapidez. Está claro, sin embargo, que la estructura actual está lejos de ser perfecta, ya que se desarrolló casi espontáneamente, no como un sistema coherente y unificado.

2.1.5 Antecedentes a nivel provincial – Tacna:

La ciudad de Tacna para la recepción de los productos agrícolas al mayoreo los cuales provenían de Arequipa y en mayor número del país vecino de Chile, tenía como sede el actual mercado Magollo y la parte trasera del estadio Pallardeli, zona en la actualidad se encuentra un pequeño mercado zonal. Con el paso del tiempo y el crecimiento de la ciudad y su número de habitantes, este lugar ya no daba abasto, hasta el año 1990 designan espacios en donde actualmente es la posta de Leoncio Prado como nueva sede para el desarrollo de esta actividad, debido a la aglomeración y desorden que se venía dando en las afueras del mercado Magollo, por su falta de abastecimiento de espacios.

En 1995 se sitúa en el terminal “Pesquero” de igual forma buscando mayor abastecimiento de espacios debido a las demandas y crecimiento de la población, y en 1999 a consecuencia de las causas anteriores descritas se llevó a cabo la creación del Mercado Grau, implementándolo con plataformas para la llegada de los productos, pero aun así tenía un gran déficit en cuanto a infraestructura.

Como se puede deducir el cambio de espacios para desarrollar este tipo de actividad siempre ha sido debido al crecimiento, demandas y problemáticas como el desorden ocasionado a su entorno por el déficit de instalaciones adecuadas.

En cuanto a estudios investigatorios precedentes a mi Investigación se tiene:

Ricardo, C.C. 2022. “El comercio informal y la influencia en el deterioro del espacio urbano, caso de estudio: av. Patricio Meléndez, Distrito, Provincia Y Departamento De Tacna, año 2022”. Tesis para obtener el grado de título profesional de Arquitecto. Universidad Privada de Tacna.:

“El comercio informal es una realidad latente en nuestro país, así como en la mayoría de países en desarrollo, donde un gran porcentaje de los trabajadores labora de manera informal, lo que incide en un nivel bajo de sus ingresos, limitada seguridad de trabajo y mínima protección social. La gran parte de personas que laboran en la economía informal se ha mantenido en crecimiento, esto significa que gran porcentaje del empleo informal a nivel mundial suprime a los países su posibilidad de poder desarrollarse y mejorar su economía” (Ricardo, 2022)

El fin de esta investigación fue el estudio de la comercialización informal, su impacto en el espacio urbano y el deterioro que causa en la ciudad de Tacna; Para ello se empleó un método de tipología mixta en la que se enfocó en una muestra de un grupo de personas conformadas por comerciantes ambulatorios e informales,

comerciantes formales y consumidores del ámbito de estudio. Luego de toda la investigación se obtuvo un resultado que permite reafirmar el daño a la zona urbana, el uso de las vías, la contaminación del área o la congestión vehicular son los efectos adversos que provocan la actividad informal. El negocio se encuentra ubicado en la calle Patricio Meléndez, distrito de Tacna, provincia y departamento de Tacna. Por ello, con esta investigación se quiere recuperar y salvar la tradición de comprar y vender en la vía pública, poniendo en marcha estrategias que impliquen a la ciudadanía, sensibilicen y eduquen ante las medidas propuestas.

2.1.6 Antecedentes del comercio en el distrito de Pocollay:

EPIFANIO CHIPANA TORRES en su libro: “Historia de Pocollay -Tacna” (primera edición 2017) nos dice:

El Mercado de Productores 24 de junio, es propiedad de la Asociación de Productores y Comerciantes 24 de junio de Pocollay, fundado el 5 de octubre de 1982, por los agricultores del Valle Viejo de Tacna. Ubicado en la Prolongación Av. Industrial, el terreno tiene un área de 18,131.00 m², los socios son del valle de Tacna, productores de Pocollay, Calana, Pachía, La Yarada, Los Palos, Magollo y comerciantes de varios rubros, es el principal mercado del distrito de Pocollay (Chipana Torres, 2017, pág. 85)

Figura 12. Mercado de productores-24 de junio 2016



Fuente: libro “historia de pocollay – tacna”

Feria comercial internacional "El Altiplano" (Perú-Bolivia): Fundada el 9 de marzo del 2008, tiene un área de terreno de 3 hectáreas, su capacidad es para más de 2,000 comerciantes de diferentes rubros, estaba ubicada en la Av. Jorge Basadre Grohmann a espaldas de la parte norte del Mercado 24 de junio. En la actualidad algunos de estos comerciantes se encuentran en el mercado de productores 24 de junio. (Chipana Torres, 2017, pág. 85)

Recopiladas investigaciones basada en noticias de diarios y radios locales del 2018 a la actualidad, pude entrar en contexto que debido al cierre de esta feria comercial muchos de estos comerciantes se vieron obligados a reubicarse en otros lados muchos de ellos no adecuados.

Mercado zonal: Se encuentra ubicado en el pueblo tradicional de Pocollay, en la calle San Martín más arriba de la Biblioteca Municipal, cuenta con 40 puestos para venta de productos. El terreno tiene un área de 800 m², habiéndose construido 544 m². Desde el año 1989 este terreno se encuentra en abandono. (Chipana Torres, 2017, pág. 85).

2.1 Bases teóricas:

(Arq. Mba.Hernan Rafael Elguera Chumpitazi, 2018). En el boletín del centro de investigación de la creatividad de la UCAL denominado: **“Estrategias de formulación de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura”**.

El mercado de abastos es una de los equipamientos más importantes y añejos en el mercadeo de artículos de necesidad primaria, mantiene el estatus no solo gracias a las ventajas, competitividad e impacto social de los productos frescos. Por otro lado, los supermercados su incremento y progreso acelerado, viene cambiando e influyendo en las costumbres de compra de los consumidores debido a la creación de diferentes formatos de venta, y cada vez se inclina más a las preferencias de compra de la sociedad; el incremento de supermercados en reemplazo de mercados haría que se pierdan los beneficios socioculturales potenciales que resulta de los mercados tradicionales, por lo que estos centros de suministro tradicionales deben implementar nuevas estrategias que permita continuar desarrollando estos aspectos relevantes de la sociedad, recuperando sus orígenes y convirtiéndose en un edificio con impacto potencial en su entorno, mediante intervenciones que generen lazos sociales y acerquen a su población a su cultura.

A lo largo de la historia, los tipos de creación de mercados tradicionales, públicas o privadas, las ha convertido en un edificio icónico, siempre cumpliendo una función determinada en la que se desarrolla un tipo de “reuniones sociales”, que en muchos casos ha conllevado a el uso de plazas y exteriores, el uso extensivo de estas áreas da como resultante la integración vecinal la cual genera conexiones en el espacio urbano Los vecinos se benefician del uso de los espacio en común, sin embargo esto ha evolucionado en todo el mundo debido a las nuevas estrategias en la comercialización moderna, generando cambios en el uso del espacio uso público de grandes espacios privados, Ya sea un centro comercial o un supermercado, hay estrategias , un diseño innovador, amplios servicios y exposiciones productos, que están progresando en los últimos años, Sin embargo, en la ciudad de Lima y más allá Provincias peruanas, aún existen mercados de abasto que siguen a la cabeza siendo aun los predilectos en el ámbito, pero no siempre será así debido a la frecuencia de compra en los supermercados que sigue aumentando año tras año.

Además de los aspectos económicos integrados en el comercio de los mercados de suministro, también se deben considerar las responsabilidades sociales y culturales, incluida la naturaleza de la sostenibilidad ambiental, la higiene de los

alimentos y la eliminación de desechos (Alonso R., Estrada-Nora M. y Sartorius A. 2008).Desde un punto de vista social, el antropólogo (Suárez, L., 2011) menciona en su trabajo “**Mercados y Mercaderes**” que “*El comercio tradicional se ha visto retroalimentado por nuevas iniciativas producto de la entrada de nuevos actores. El comercio, configurando un nuevo orden en el que el comercio tradicional convive con el comercio moderno o el retail, traduciéndose en cambios en los hábitos de consumo debido a la modernización del sector y al potencial de desarrollo económico*”. Este cambio en los consumidores viene impulsado por la integración de los productos frescos con los alimentos preparados, que, en el caso, esto incluye el desarrollo de la gastronomía, que adhiere al turista en el mercado como consumidor de productos propios o de productos “típicos” locales, dando como resultado productos como como Ideas mencionadas por (Medina & Alvarez, 2007): “*Desarrollar alimentos fácilmente transportables relacionados con 'lugares'. Crear puestos de comida "típica" para consumo inmediato*”, restaurar edificios "históricos" y promover el patrimonio cultural. Estos esfuerzos no solo promoverán mejores servicios, sino que también aprovecharán la identidad del lugar como un enfoque turístico estratégico para ayudar a los turistas a encontrar productos de interés y maximizar las relaciones sin olvidar a los residentes.

Los mercados minoristas tradicionales siempre han existido objetos de estrategia en la ciudad, el más importante es el mecanismo económico de distribución comercial, incluyendo actividades sociales del barrio o vecindad. (Arq. Mba.Hernan Rafael Elguera Chumpitazi, 2018)

Beneficios que se pueden lograr.

Tabla 2. *Beneficios sociales y acciones comerciales estratégicas*

BENEFICIOS SOCIALES Y ACCIONES COMERCIALES ESTRATEGICAS
Integración producción- comercialización
Desarrollo de categorías comerciales según ubicación
Horarios de atención extendidos
Patio de comidas gastronómico
Servicio de entrega a domicilio y venta online.

Fuente: elaboracion de Arq. Mba.Hernan Rafael Elguera Chumpitazi, 2018

Tabla 3. *Beneficios urbanos y su integración con el entorno*

BENEFICIOS URBANOS Y SU INTEGRACIÓN CON EL ENTORNO
Integración del espacio urbano al patio de comidas
Integración con comercios del entorno
Tratamiento paisajístico y peatonalización perimetral
Zona de juegos para niños
Incremento Iluminación exterior.

Fuente: elaboración de Arq. Mba.Hernan Rafael Elguera Chumpitazi, 2018

Tabla 4. *Mejoramiento de los servicios internos*

MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS INTERNOS
Rediseño de los espacios interiores, con la incorporación de atmosferas diferenciadas por rubro.
Diseño de sectorización y circulaciones en zonas frías y calientes, organizando flujos.
Regulación de zonas de carga y descarga de productos.
Desarrollo de imagen interna visual, comunicación y señalización

Fuente: elaboración de Arq. Mba.Hernan Rafael Elguera Chumpitazi, 2018

El Fondo Multilateral De Inversiones (FOMIN) En su monografía denominada: “Los Mercados Minoristas Como Motor Para El Desarrollo Económico, Social Y Cultural De Una Ciudad. Mejores Prácticas Para La Modernización, Dinamización Y Buena Gestión De Los Mercados Minoristas”. (Gordón, Estrada, Rodríguez, & Antonio, 2007)

Nos detalla algunas consideraciones relevantes a tener en cuenta para la modernización de los mercados minoristas.

- Estrategia integral. Las acciones para modernizar y proporcionar energía al mercado minorista deben enmarcarse en una estrategia integral de gestión comercial a nivel territorial (ciudad, provincial o regional). Es decir, será necesario coordinar la planificación específica de la renovación y la revitalización del mercado, junto con los factores que lo influyen. Algunos de estos factores, por ejemplo: estructura comercial regional, equilibrio entre formatos comerciales, distribución comercial y, por lo tanto, la relación entre mercados mayoristas y minoristas, regulaciones de programación comercial; Programa de revitalización para el centro de la ciudad y el urbanismo comercial, el transporte y el tráfico; y políticas ambientales, procesamiento y generación de residuos. Aspectos sociales y culturales, la seguridad alimentaria es otro factor que debe tenerse en cuenta. (Gordón, Estrada, Rodríguez, & Antonio, 2007, pág. 3)
- Deficiencias Físicas y Funcionales. La percepción de algunos mercados es de edificios y/o equipamientos antiguos y en mal estado. Estos defectos están asociados a, por ejemplo: olores, residuos o defectos que afectan a la liquidez del mercado, escaleras inaccesibles, problemas de desorden en el tráfico por carga y descarga, flujo cruzado de personas con las mercancías. Por tanto, la instalación se encuentra en ruinas y falta de infraestructura adecuada. En tales casos, se requiere una inversión ya que por lo general está claramente más allá de las capacidades financieras de municipios. En ese sentido es necesario un marco financiero adecuado para llevar a cabo las inversiones en términos de infraestructura y mantenimiento y equipamiento de edificios quioscos o paradas. (Gordón, Estrada, Rodríguez, & Antonio, 2007, pág. 5)
- Competitividad De Los Comerciantes. La reforma física del edificio de un mercado no es garantía de viabilidad comercial. La dinamización del mercado debe ir acompañada de un plan concreto, apoyo financiero y no financiero para la competitividad de los comerciantes Los niveles de productividad son

muy bajos. Además, muchas empresas a pequeña escala son raras carecen de mayor cooperación o armonización entre organizaciones corporativas, impidiendo que logren economías de escala asociadas a escala (compra, suministro, comercialización, etc.). (Gordón, Estrada, Rodríguez, & Antonio, 2007, págs. 6-7)

- **Actividad Comercial.** Es importante incluir funcionalidades y servicios tanto para los comerciantes como para los clientes del mercado, lo que facilita las operaciones, primera y última compra realizada. Además, se aconseja a los comerciantes que supervisen el mercado de manera más eficaz, desarrollar nuevos servicios y características para transformar el mercado en un lugar más atractivo en las compras diarias. (Gordón, Estrada, Rodríguez, & Antonio, 2007, pág. 8)
- **Externalidades Positivas.** La influencia de los mercados minoristas no se limita a un sector empresarial, sino que también va más allá del alcance del espacio urbano desde su influencia en la estructura de la ciudad, el resurgimiento de los centros en áreas urbanas, en el equilibrio entre el centro y la periferia; o en la periferia aspectos sociológicos para la cultura de cada país. En muchas ciudades que transfirieron la crisis, hubo una actualización comercial, puede convertirse en un apoyo firme de la ciudad para iniciar cambios y la renovación de la ciudad en este sentido, el mercado minorista puede desempeñar un papel muy importante, porque se encuentra en El medio de las ciudades y, en muchos casos, un valor histórico de los edificios en los que se instalan porque son un punto de partida para comprar productos frescos y estacionales. Una buena relación de precio y calidad. (Gordón, Estrada, Rodríguez, & Antonio, 2007, págs. 11-12)
- **Fines Socioculturales, Medioambientales Y De Seguridad Alimentaria.** Uno de los objetivos del mercado minorista debe ser una herramienta para la conciencia de la distribución y la responsabilidad social a través de actividades sociales y culturales. Además, la aplicación de pasos de gestión ambiental, como la recolección de residuos selectivos o la mejora de la gestión de la energía, factores importantes que deben considerarse para cada acción. (Gordón, Estrada, Rodríguez, & Antonio, 2007, pág. 12).

(Pérez, Beatriz Guzmán; Monteverde, María Victoria Pérez; Cervantes, Javier Mendoza Jiménez y Cándido Román, 2021). En la revista CIRIEC – Costa Rica en su artículo denominada: ***“El desarrollo urbano sostenible y los mercados de abastos: el ejemplo de la cooperativa de servicios Nuestra Señora de África (Tenerife)”***

El principal motore para el desarrollo de las urbes económicas de Europa de occidente en las épocas antiguas ha sido el sistema de mercadeo de los productos. Los espacios de uso público como plazas en los que se desarrollaba dicha actividad ha evolucionado con el pasar del tiempo, hasta llegar a la actualidad en la que los mercados de abastos es una expresión de las antiguas llamadas “ágoras griegas o foros romanos”, su función original era el aprovisionamiento de alimentos frescos de primera necesidad a la población, cumpliendo con la garantía de salubridad y calidad a un precio razonable y favorezca a las personas de una población; beneficios que se trata de reflejar y en cierta medida se siguen proyectando en los mercados de la actualidad. Por otro lado, su proximidad a las viviendas de la población es una característica que influye de manera positiva en la vida de sus usuarios, ello promueve un sistema alimentario que une ciudades y pueblos, y en sincronía ayuda a preservar el medio ambiente de su entorno y las costumbres de la localidad, esto porque es el gran escenario donde se refleja la gastronomía local y las relaciones sociales. Por último, el adecuado desarrollo de su funcionamiento genera beneficios positivos sobre las zonas aledañas impulsando la dinámica económica ocasionando tercerizar roles para distintos empleos, revitalizando así zonas y barrios y muchas veces posicionándose como un punto atractivo de la ciudad. Este aspecto podría potenciarse aún más añadiendo recientes tendencias hacia el turismo y gentrificación.

Análisis del Mercado de Nuestra Señora de África. Popularmente conocido como la “revoca” se encuentra en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife (Canarias), se construyó en una época de posguerra y se inauguró en el año 1944. El diseño tiene tendencia colonial neoclásico, fue declarado como bien cultural en 2004. Al inicio fue destinado como un área de venta de alimentos de suma importancia, a nivel local como al nivel de la misma isla ya que también se desarrollaba comercio al mayoreo, no obstante en el año 1974 se trasladó para la creación de uno específicamente de distribución en Santa Cruz de Tenerife, lo que ocasionó el decrecimiento de la actividad de comercio al mayoreo, reduciéndose a solo un canal de venta minorista; en 1985 debido a los cambios en la tendencias de compra ocurridos muchos empezaron a abandonar sus puestos y en 1992 el MNSA pasa de propiedad

municipal a gestionarse por parte de la cooperativa conformada por los vendedores, la cual vela por los beneficios a sus integrantes y se empieza a observar nuevos modos de que este espacio sea rentable. En la actualidad este mercado posee zonas de venta para alimentos, así como también una zona donde puedes encontrar productos de artesanía, libros y objetos varios, sumándole que se puede degustar de la gastronomía e incluso posee programaciones para eventos de actividades de recreación y exhibición y degustación de la gastronomía. Este resultado se pudo obtener gracias a que se enfocaron en la participación de todos, tanto como investigadores académicos del proyecto como los miembros de la cooperativa.

(Sara González, 2018), Profesora de Geografía en la universidad Leeds en su artículo denominado: "La "gourmetización" de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales"

Las ciudades han subido al tren del turismo "gourmet" y gastronómico para atraer al público turista e incentivar el consumo "gourmet" y la delicadeza entra en una relación que transforma el panorama comercial y culinario ciudades y crear nuevos límites y distinciones. Podemos entender el embellecimiento comercial.

El turismo en la gastronomía está en auge y su demanda impulsa que cambie el panorama empresarial de ciudades. Turistas en el campo de la gastronomía y en general los "gourmets" son personas que tienen un poder adquisitivo sustancial y alto nivel de consumo; un grupo que todas las ciudades quieren atraer y retener, porque promueven un turismo de calidad, potencial sostenible, valorización de los recursos locales. Porque para atraer a estos consumidores, las empresas y los restaurantes se están ajustando y cambiar su oferta. Por ejemplo, en distintas ciudades alrededor de España, determinadas áreas y barrios se han convertido en una especie de parque de diversiones. Suele tratarse de barrios centros que antiguamente reunían a la clase baja/media e inmigrantes y para ellos central, los bajos precios de la tierra y el patrimonio arquitectónico atraen a visitantes y nuevo negocio. La búsqueda de experiencias culinarias asociadas al espacio las personas en las ciudades no se limitan a los turistas que proceden del extranjero, sino que los mismos habitantes de estas ciudades se comporten cada vez más como turistas locales. Estos clientes quieren vivir una auténtica experiencia gastronómica lejos de la ciudad y la vida cotidiana, y se embarcan en una "aventura culinaria urbana" que los lleva generalmente en áreas residenciales pobres, marginales o en renovación, donde encontrar lugares culinarios "no descubiertos".

Aunque siempre hay lugares "no descubiertos" (barrios y países enteros extraviados), buscando la autenticidad, la cocina es cada vez más capitalizada y comercializada. Por ejemplo, la explosión de los camiones gourmet y de comida callejera ha aparecido en la mayoría de las ciudades importantes. Como una estrategia de animación cultural súper prescriptiva.

El tradicional mercado de abastos es el espacio ideal para la confluencia del proceso de turismo, "gourmetización" y gentrificación. Aunque no todos los mercados se mueven en la misma dirección, se pueden ver tendencias, consideradas "buenas prácticas" y exitosas en muchos mercados. Este artículo hace mención reiterada a otros mercados, como el de Gran Bretaña, y centrándose en los cambios en los mercados tradicionales en España metropolitana.

Muchos mercados han experimentado cambios radicales en los espacios para el mercado de consumo que sean de alta gama o gourmet, especialmente para turistas o visitantes ocasionales. El modelo más famoso a nivel internacional es el del Mercado San Miguel de Madrid, un el tradicional mercado del hierro abrió sus puertas en 1916 y está ubicado en el centro histórico de una ciudad que luego fue remodelada y reinaugurada en 2009 como "la meca de los gourmets". Este mercado, ya consolidado en el marco de los circuitos turísticos consiste principalmente en stands de degustación de alimentos y bebidas con puestos de comida seleccionados preparar (se especializa en la venta de pescado). En el Reino Unido, un patrón similar es el de Altricham Market, en un área próspera cerca de Manchester; un pequeño mercado Totalmente privado y dedicado a la degustación de alimentos y bebidas. Alta calidad, atractivo para una población joven y moderna. Aunque los mercados de alimentos claramente no están convertidos puramente gourmet, que es una tendencia por la que luchan muchos mercados. Los mercados de Barcelona merecen una mención especial por su amplia red respaldado por inversiones sustanciales se ha convertido en la norma Global. Desde la década de 1980, cuando la caída del comercio de barrio y su entorno, el Ayuntamiento de Barcelona ha puesto en marcha un programa de desarrollo market18 que el Instituto Municipal de Mercados de Barcelona (IMMB) más tarde llamado el "modelo Barcelona" y constaba de varios elementos. Paliación el número de puestos o casetas, la instalación de supermercados en el mercado, Promocionar el restaurante y proporcionar estacionamiento dentro del edificio. (Además de recolección selectiva de basura, mercadeo, logística de vertedero de comercializar y promover el valor arquitectónico).

Estas renovaciones, han sido muy caras, fueron financiadas con donaciones de comerciantes, el Ayuntamiento y supermercado.

(Kevin Lynch, 2008) En su libro titulado ***“The Image of the City”*** nos dice que para comprender la ciudad, es fundamental entender que no es estacionaria, sino que va en constante cambio a medida que va cambiando sus elementos como el uso de sus espacios, habitantes, etc.

“Observar las ciudades puede causar un placer particular, por corriente que sea la vista. Tal como una obra arquitectónica, también la ciudad es una construcción en el espacio, pero se trata de una construcción en vasta escala, de una cosa que es perceptible en el curso de largos lapsos. A la ciudad se la ve con diferentes luces y en todo tipo de tiempo. Todo ciudadano tiene largos vínculos con una u otra parte de su ciudad, y su imagen establecida de recuerdos y significados.” (Kevin Lynch, 2008, págs. 8-9)

La imagen ambiental de una ciudad es el resultado de la interacción entre el observador y su entorno, el usuario observador selecciona y define lo que ve, a pesar de que la imagen misma contrasta con la percepción. Es así como cada imagen cambia según cada persona y cómo la ve. (Kevin Lynch) nos explica por qué hay muchas formas de ver la ciudad (según su origen, condiciones intereses), y cuando se tiene que intervenir en ellas, se trata de diseñarlas y estructurarlas para diversos tipos de usuarios que tendrán.

Elementos centrales que define y estructura a una ciudad: “Los elementos móviles de una ciudad, y en especial a las personas y sus actividades, son tan importantes como las partes fijas. No somos tan solo observadores de este

espectáculo, sino que también como parte de él, y compartimos el escenario con los demás participantes.” (Kevin Lynch, 2008, pág. 10)

Senda: conductos que permiten la accesibilidad al peatón como calles, senderos, avenidas, líneas de tránsito.

Borde: elementos lineales que separan una zona de otra y que se relacionan o unen dos zonas.

Barrio: a los lugares de la ciudad en las que los habitantes pueden entrar y son reconocibles.

Nodos: son los lugares o puntos estratégicos de la ciudad donde se unen o terminan las sendas como son los óvalos y cruces.

Hito: Elementos de la ciudad que el habitante utiliza como referencia para orientarse, estos pueden ser monumentos o ciertas infraestructuras.

La ONU (Organización de Las naciones unidas para la alimentación y la agricultura, 2017) en su libro guía publicado denominado: **“Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades de Perú”**

El mercado de alimentos tiene un gran impacto en la salud pública, las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) son uno de los problemas más prevalentes en el Perú y el mundo, causadas por alimentos o agua contaminados con agentes químicos o microbiológicos durante la producción, el transporte y/o la producción. comercialización de alimentos. Las principales enfermedades causadas por alimentos contaminados son la diarrea, la hepatitis B, la fiebre tifoidea, la fiebre de la malta, etc. La contaminación en la etapa de comercialización puede deberse a instalaciones antihigiénicas, conservación inadecuada del producto, lavado de productos con agua contaminada o vendedores que son portadores de bacterias

patógenas. Por ello hay una serie de grupos en cargados del control de los mercados para esta necesidad y otras más como son:

Nivel nacional:

- Ministerio de Salud – MINSA
- Ministerio de la Producción – PRODUCE
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento – MVCS
- Ministerio de Economía y Finanzas – MEF
- Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOP

Gobiernos regionales: formulan, aprueban y evalúan los planes y políticas de la materia a nivel regional

Municipalidades provinciales y distritales: construyen, promueven, regulan y autorizan el funcionamiento de los mercados y su infraestructura.

Planificación y diseño de mercados minoristas en el Perú:

- La cadena de suministros de la ciudad:
 - a) Área de producción de alimentos. Establecer claramente áreas de producción de alimentos que puedan servir a los hogares urbanos. Este es el punto de partida para asegurar un flujo continuo y adecuado de alimentos.
 - b) Transporte. Identificar vías relevantes (transporte) desde los productos hasta los centros de suministro mayoristas y minoristas.
 - c) Intermediarios. Son clave para comprender el funcionamiento y el desempeño de las cadenas de suministro de alimentos, ya que estos agentes suelen gestionar tres procesos en la cadena de suministro: información, logística y finanzas. Los intermediarios manejan información y dinero, lo que les permite administrar el momento correcto de compra y venta, y asegurar el envío y almacenamiento de productos.
- Centro de abastecimiento mayorista. La ubicación de estos espacios configura la red de abastecimiento de la ciudad, por lo que la variable regional es clave para plantear el surgimiento de nuevos mercados minoristas.

- Identificar la necesidad de un nuevo mercado: Deben determinarse las necesidades locales de nuevos mercados. Para ello, es importante identificar qué comunidades están desatendidas para garantizar el acceso oportuno a productos de calidad y saneamiento adecuado para estas poblaciones.

Mapeo del sistema de abastecimiento minorista de alimentos que existe dentro de la zona: Mercados municipales y privados, bodega, mini mercado, tiendas especializadas (carne, pollo o pescado), tienda de conveniencia (ubicada dentro del grifo), supermercado y las llamadas “Paraditas” (comerciantes abarrotados en la vía pública).

- Estimar la demanda: Este es uno de los aspectos más importantes, ya que la demanda es la figura principal que define qué tan grande debe ser un nuevo mercado.
- Definir la ubicación apropiada. Para determinar la ubicación adecuada del mercado, se deben considerar una serie de consideraciones contenidas en los instrumentos técnicos normativos administrados por la ciudad local.
 - La zonificación urbana determina el uso del suelo y la actividad económica. Los mercados minoristas de comestibles deben estar ubicados dentro de los parques empresariales. De no ser así, se debe evaluar un cambio de uso de suelo de uso urbano a comercial o la compatibilidad del uso de suelo existente con las actividades del mercado de alimentos, con la necesidad de revisar la tasa de uso compatible, que forma parte de los instrumentos técnicos normativos.
 - Accesibilidad, hoja de ruta y transporte. Se recomienda ubicar el mercado de abastos cerca de las principales vías de la ciudad o sus alrededores para garantizar la accesibilidad al mercado. Esto también debe verificarse al visitar el sitio: Que las vías planificadas se encuentren habilitadas, las condiciones de las vías y el flujo de transporte público, para garantizar la accesibilidad. Es importante que el mercado sea accesible a los distritos de los alrededores. Sabemos que al mercado se puede llegar de diferentes formas (incluso a pie), por lo que es importante que no se ubique en zonas con fuertes pendientes.
- Acceso a servicios básicos (agua, alcantarillado, electricidad). De acuerdo con las normas de saneamiento, es importante que las parcelas preseleccionadas tengan acceso permanente y adecuado a

los servicios básicos de agua, saneamiento y electricidad. Las áreas con acceso a agua potable y electricidad y un sistema de alcantarillado son las más adecuadas para el nuevo mercado de alimentos. Se puede considerar un sistema no convencional (por ejemplo, energía solar) para el suministro de energía. (organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura, 2017).

2.2 Definición de términos básicos:

- a) Regeneración urbana: Define la regeneración urbana como **“una acción integral conducente a la solución de los problemas urbanos, buscando una solución duradera en los ámbitos económico, físico, social y ambiental del territorio a transformar”** (Roberts, 2000, pág. 17). Todo proceso de regeneración urbana está destinado a afectar los factores físicos, sociales y económicos del entorno urbano simultáneamente, es decir, no debe centrarse en un solo aspecto, como la estética de la ciudad o la actividad comercial, que deben centrarse simultáneamente. en todos los temas que son degradantes. factores o circunstancias de un área urbana. (Iraegui Cuentas, 2015, págs. 12-13)
- b) Desarrollo sostenible: Satisfacer las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades. (ONU, 1987)
- c) Urbanismo: Conjunto de conocimientos y estudios relacionados con el planeamiento y el desarrollo de la ciudad y, por tanto, de otras urbanizaciones. (RAE, s.f.)
- d) Mercado De Abastos: Hace referencia a una infraestructura cerrada en el cual en su interior se hallan distribuidos puestos individuales, en secciones definidas, dedicados a la comercialización de alimentos y bebidas, productos alimenticios y otros tradicionales no alimenticios. (SENASA, 2003)
- e) Mercado minorista: Estructuras donde se compran y venden alimentos y abarrotes, según una zona conformado por locales individuales. (Reglamento nacional de edificaciones, 2011, pág. 134)
- f) Consumidor: Dícese de quien visita y adquiere productos o servicios ofrecidos por un vendedor para poder cubrir sus necesidades o requerimiento propio. (Produccion, 2021, pág. 5)
- g) Comerciante: Persona que se dedica a la distribución y venta en los diversos mercados y centros de acopio de los productos agrarios. (Produccion, 2021)

- h) Asociación Civil: Organización de personas ya sean naturales o jurídicas que realiza fin común no lucrativo. (Produccion, 2021)
- i) Radio De influencia: Zona de impacto es un área en la cual el impacto de las obras de infraestructura, tanto durante su ejecución como durante su operación, es susceptible de manifestarse sobre cualquiera de sus elementos, tanto en términos de naturaleza natural, social y económica. (Ministerio de la Producción, 2021, pág. 5)
- j) Hito: Elementos de la ciudad que el habitante utiliza como referencia para orientarse, estos pueden ser monumentos o ciertas infraestructuras. (Kevin Lynch, 2008)

3 CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación:

La investigación se considera de tipo descriptivo y se propone para describir las características de la comercialización de productos de primera necesidad en la zona de estudio. Después de los mapeos, la observación de la realidad y las encuestas, se dará una descripción.

3.2 Diseño metodológico:

La metodología que se empleara en el presente trabajo de investigación es de enfoque tipo mixto, los cuales se sustentan mediante el método de recopilación de datos como las encuestas, mapeos, análisis visual del entorno y encuestas.

3.3 Nivel de investigación:

El nivel de investigación tiene un carácter principalmente distrital y local en cuanto a la definición geográfica y social, debido al radio de influencia que resulta de la tipología de comercialización de primera necesidad.

3.4 Esquema del plan metodológico:

Figura 13. *Esquema del plan de metodologia*

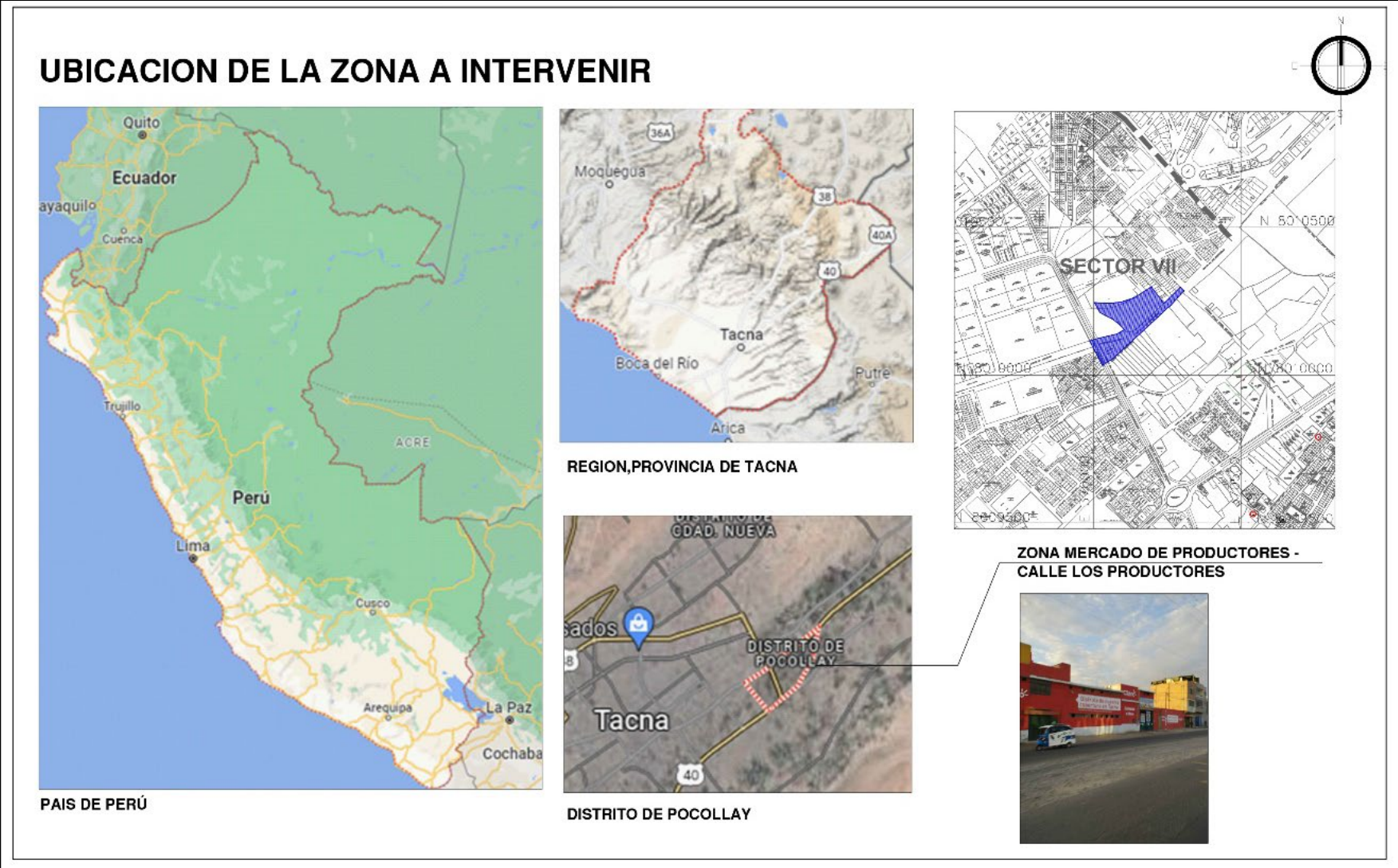


Fuente: elaboración propia

3.5 Ámbito y tiempo social de la investigación

El ámbito en el que se centra el presente trabajo de investigación está situado en el país de Perú, región y provincia de Tacna en el distrito de Pocollay, y el año en el que se desarrolla en el año 2023. El alcance tiene un ámbito de carácter distrital y local en cuanto a la delimitación geográfica y social, un alcance de la tipología de la comercialización de primera necesidad.

Figura 14. Ubicación de la zona en estudio



Fuente: google maps - elaboracion propia

3.6 Población y muestra

Población del distrito de Pocollay:

De acuerdo al último Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en el 2017 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el distrito de Pocollay tiene una tasa de 1,5 de crecimiento poblacional por lo que se realizó una proyección para la población que se tendría actualmente dando como resultado que el distrito en mención cuenta con un total de 20,071 personas aproximadamente.

Tabla 5. *Proyección de población para el año 2023 de la población de Pocollay*

Población en el distrito de Pocollay año 2023		
	Hombres	Mujeres
Total por genero	10319	9752
Total poblacional del distrito		20071

Fuente: Elaboracion propia basada con datos del censo 2017 INEI

Muestra:

La toma de la muestra se determinó por conveniencia del investigador, tomando como referencia a un grupo de 35 personas las cuales son comerciantes que forman parte del mercado de productores 24 de junio en el distrito de Pocollay.

El método de muestreo no probabilístico por conveniencia define el muestreo por conveniencia como método no probabilístico por el cual se seleccionan sujetos que están disponibles a participar y accesibles para el investigador. (James H. McMillan y Sally Schumacher, 2001).

Criterios de inclusión: personas mayores de edad entre los 18 a los 65 años de edad, entre comerciantes productores, comerciantes que revenden y comerciantes transitorios o ambulantes dentro del mercado de productores.

Criterios de exclusión: personas menores de edad y comerciantes informales que se encuentran al exterior del mercado de productores.

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Análisis visual:

Esta técnica se utilizó y analizo al entorno urbano y al sujeto en estudio, registrando los problemas que se le presentaban en su día a día, sin que se percataran de la presencia de un investigador.

Encuesta:

La técnica se utilizó con la intención de recopilar datos y opiniones desde la percepción de los distintos vendedores que utilizan las inmediaciones del mercado frecuentemente Esta técnica se aplicó a un grupo de 35 personas entre comerciantes revendedores y comerciantes productores.

Instrumentos:

Registro fotográfico:

Dicho instrumento se aplicó para obtener imágenes fotográficas que describan la realidad del comercio informal y el deterioro del espacio urbano en el mercado de productores y la av. productores y a la vez sirvan de apoyo al momento de transcribir datos descritos y valoración de datos en las fichas de observación.

Mapeos.

Instrumento con el cual se transcriben gráficamente y esquemáticamente todo lo recopilado en las fichas de observación, en el cual se plasmará la percepción del autor respecto a ciertas características de cada variable.

Entrevista.

Este instrumento se aplica para obtener opiniones y valoraciones de los usuarios con respecto a la infraestructura en estudio y su entorno, para ello se utilizó un modelo de encuesta en específico.

3.8 Procesamiento, análisis e interpretación de datos

La investigación actual sigue un proceso para lograr objetivos específicos. En primer lugar, se establecieron los métodos e instrumentos que se utilizarán para la recolección de información. Después de determinar técnicas e instrumentos, como

el análisis de vista, encuestas, registros fotográficos y mapeos para poder llegar a las mejores alternativas de los objetivos específicos 01 y 02, y el objetivo general.

Análisis de datos

Encuestas.

Figura 15. *Modelo de encuesta*

ENCUESTA -MERCADO DE PRODUCTORES- TESIS 2023 ARQUITECTURA UPT	
1)	¿QUÉ PRODUCTOS COMERCIALIZA Y DE QUE AREA PROCEDEN, USTED MISMO LOS PRODUCE?
2)	SI USTED MISMO LOS PRODUCE, ¿DÓNDE SE ENCUENTRA SU AREA DE PRODUCCION O CULTIVO?
3)	¿EL MERCADO CUENTA CON UN AREA DESTINADA A CARGA Y DESCARGA DE LOS PRODUCTOS ESPECIFICAMENTE?
4)	¿CUENTAN CON AREAS COMO DEPOSITOS PARA ALMACENAR PRODUCTOS COMO DEPOSITOS DENTRO DEL MERCADO?
5)	¿EN QUE DIAS SIENTE QUE HAY MAYORES COMPRAS Y EN QUE HORAS?
6)	A OPINION PROPIA ¿SIENTE QUE LA UBICACIÓN DEL MERCADO ES LA ADECUADA?
7)	¿EL MERCADO CUENTA CON UN AREA DESIGNADA PARA SEGURIDAD COMO CASETA DE GUARDIANIA? ¿TIENE SEGURIDAD PERMANENTE O SOLO POR DETERMINADAS HORAS?
8)	¿SE SIENTE SEGURO DENTRO DEL MERCADO? SI ES QUE NO ¿QUÉ ES LO QUE LE OCASIONA LA SENSACION DE INSEGURIDAD?
9)	¿FUERA DEL MERCADO SE SIENTE SEGURO? SI ES QUE NO ¿QUÉ ES LO QUE LE OCASIONA LA SENSACION DE INSEGURIDAD?
10)	SU OPINION EN QUE CREE PODRIA MEJORAR EL ESPACIO DEL MERCADO DE PRODUCTORES – 24 DE JUNIO

Fuente: Elaboracion propia

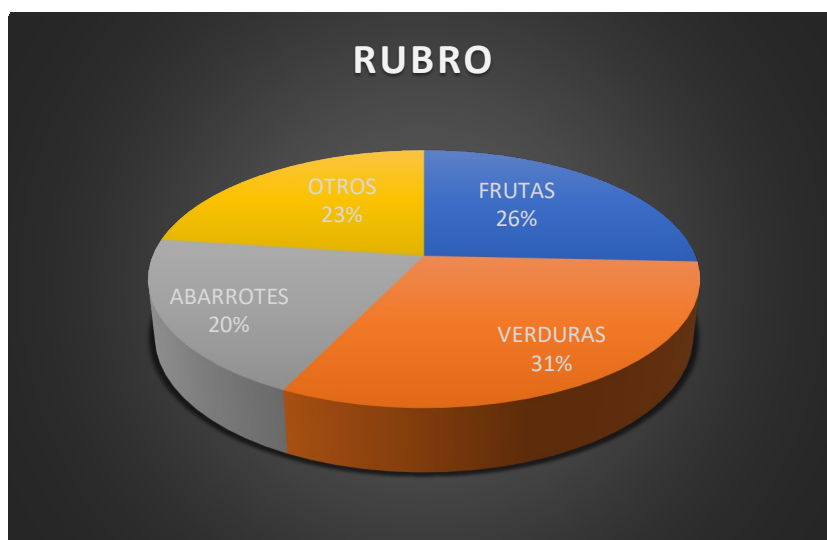
Se entrevisto a un grupo de 35 personas vendedores pertenecientes al mercado de productores 24 de junio.

Figura 16. *Tipos de vendedores*



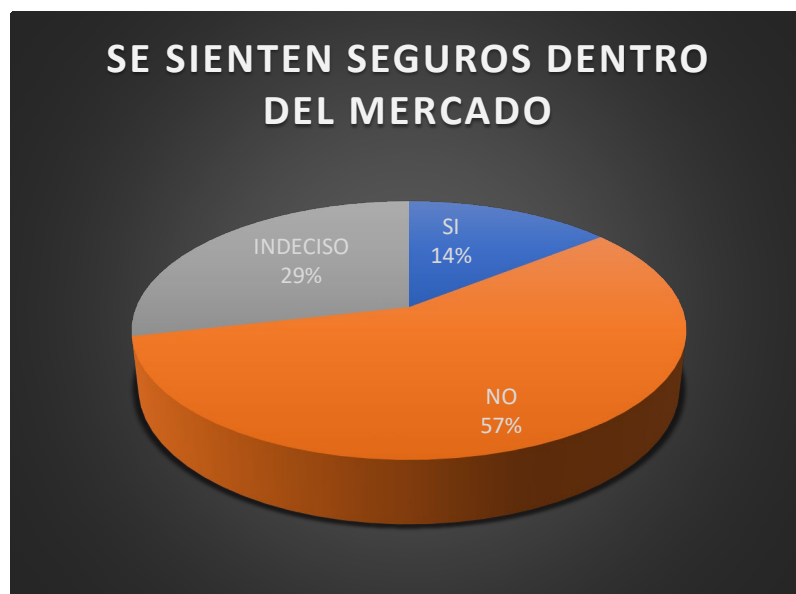
Fuente elaboracion propia

Figura 17. *Rubro al que se dedican*



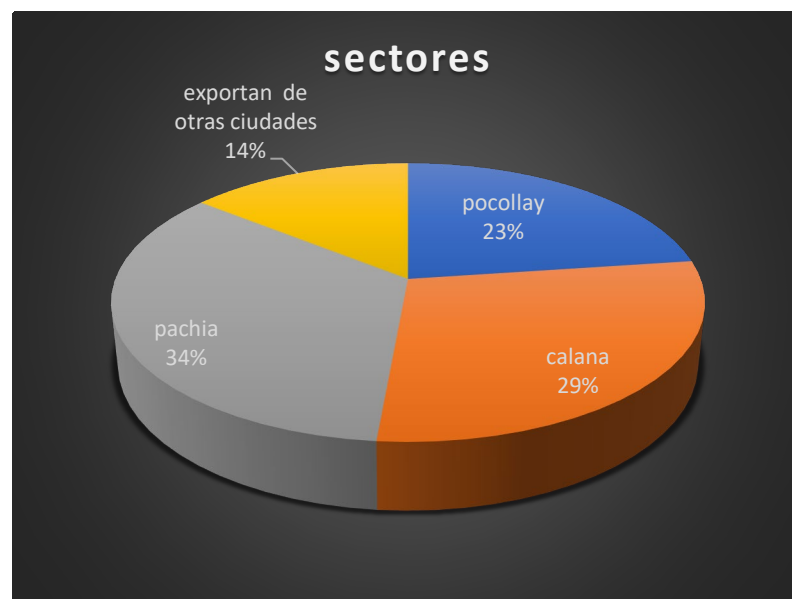
Fuente:elaboracion propia

Figura 18. Seguridad dentro del mercado



Fuente: Elaboracion propia

Figura 19. Sectores donde producen



Fuente: Elaboracion propia

Figura 20. *Días de mayor venta*



Interpretación:

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada al grupo de personas se pudo deducir que más de la mitad son personas que producen y venden sus propios productos, la mayor parte de ellos su área de cosecha se encuentra situado en los distritos de Pocollay, Pachia, y Calana, y muy pocas personas exportan sus productos de otras ciudades, por consiguiente, son usuarios frecuentes que necesitan un lugar designado exclusivamente para realizar la carga y descarga de sus productos. A raíz de esto mismo nace la interrogante de si cuentan con un lugar destinado para almacenar por tipos de alimentos. Al entrevistarlos un poco y dialogar con ellos, nos dicen que en el mercado de productores no existen zonas de almacenaje, solo dejan sus productos de venta en el sitio que tienen designados hasta el día siguiente. También se puede observar que tienen rubros muy distintos tanto como frutas abarrotes verduras, entre otras como venta de ropa, panadería y utensilios de comida. Hay una gran variedad de productos de primera necesidad que se venden en este mercado, sin embargo, la mayoría de personas comento, que deberían ordenarlo por zonas específicas, es decir una zona de verduras, otra de venta de fruta, de abarrotes, etc. para mejorar el orden interno del mercado y el comprador pueda llegar más fácil a la zona de acuerdo a lo que desee comprar. Por último, se deduce que la mayoría de personas se siente insegura tanto fuera como

dentro del mercado ya sea por el factor de vigilancia o fuera por el desorden al transitar los vehículos e incluso la inadecuada iluminación.

Mapeos.

Se llevo a cabo un mapeo de los centros de abastos de primera necesidad al la ciudad de Tacna , con esta técnica , se logró identificar si el distrito de Pocollay contaba con un mercado distrital o de alguna otra índole dentro de los límites del distrito así poder concluir cual será la tipología del mercado y el radio de influencia que tendrá basándose en la población que debe servir este equipamiento y la distancia, también se identificara que tan cercanos se encuentra el resto de equipamientos de comercialización de este tipo en relación a la ubicación actual del área trabajada, esto para definir si su ubicación es la adecuada.

Interpretación.

Al realizar este mapeo de mercados en la ciudad de Tacna como podemos notar en la no se observa ningún otro tipo de mercado o centro de abasto dentro de los límites del distrito de Pocollay; sin embargo, encontramos otros mercados en distritos colindantes, todo ello nos permite deducir que el mercado de productores es de tipología de mercado distrital ya que es el único centro de abastos dentro del distrito y debido a su radio de influencia y cantidad de población a la que satisfecerá.

Todo ello permite ver que esta intervención elevará la calidad de vida de la población del distrito de Pocollay.

Entrevista:

Este instrumento se utilizó para conocer las opiniones de los usuarios a los cuales se realizó las siguientes preguntas:

Con respecto al sentimiento de seguridad se les pregunto

Pregunta 1 ¿se siente seguro dentro del mercado? Y ¿cuál es la razón?

La mayoría de personas nos dijo que no se sentían seguros debido a que no era continua la vigilancia solo era por ciertos momentos del día y que al anochecer no había seguridad ya que no contaban con un lugar destinado para la guardianía.

Pregunta 2 ¿se siente seguro en el exterior del mercado? ¿cuál es la razón?

Para ello todo dijeron que no, pero se obtuvo dos respuestas distintivas en su mayoría a la razón por la cual no se sienten seguros.

- Caos vehicular. La gran parte de los entrevistados respondieron que se sentían intranquilos debido al desorden y caos vehicular que se puede observar en ciertas horas del día en el entorno del mercado, ya que no hay áreas designadas para estacionamientos, señales para el tránsito, zonas peatonales, etc., temiendo sufrir un accidente o atropellos.
- Falta de iluminación y vigilancia. La otra parte en cambio siente que la inseguridad se debe a que no cuenta con iluminación adecuada y la falta de patrullaje o vigilancia a lo largo de esta vía, haciendo que sientan un ambiente de peligro debido a la oscuridad en la zona.
- *Pregunta 3.* ¿En qué cree que puede mejorar el mercado de productores?

Todos concluyeron que hay dos aspectos importantes a mejorar la primera es el orden, que deben ordenarlos por sectores para un mejor orden interno y para que los compradores puedan ubicarse con mayor facilidad. Y el segundo punto es el de la limpieza, no se cuenta con áreas destinadas para el desecho de productos orgánicos e inorgánicos por lo que al final del día tanto dentro como el entorno del mercado se puede observar basura tirada por todo lado.

4 CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE SITIO

4.1 Análisis a Nivel Ciudad:

Dentro de la ciudad de Tacna encontramos distintos mercados tanto distritales como zonales y sectoriales que proveen a la población de insumos de primera necesidad a los habitantes de esta ciudad; se logró identificar que el mercado en estudio tiene una radio que abarca a una población a satisfacer que la hace del tipo mercado distrital, es por ello que se realizó un mapeo de los principales centros de abastos en la ciudad para ver la cercanía de estos con respecto a la ubicación en estudio para así poder decidir si se encuentra situado en un lugar adecuado en este aspecto. Como se observa en la figura adjunta (**ver figura n°21**) nos damos cuenta que en el distrito no se cuenta con ninguna tipología de mercado que abastezca a los habitantes del distrito, y los mas cercanos se encuentran en sus distritos aledaños, pero no abarcan el radio de acción para satisfacer a los usuarios destinados. (**ver figura n°22**)

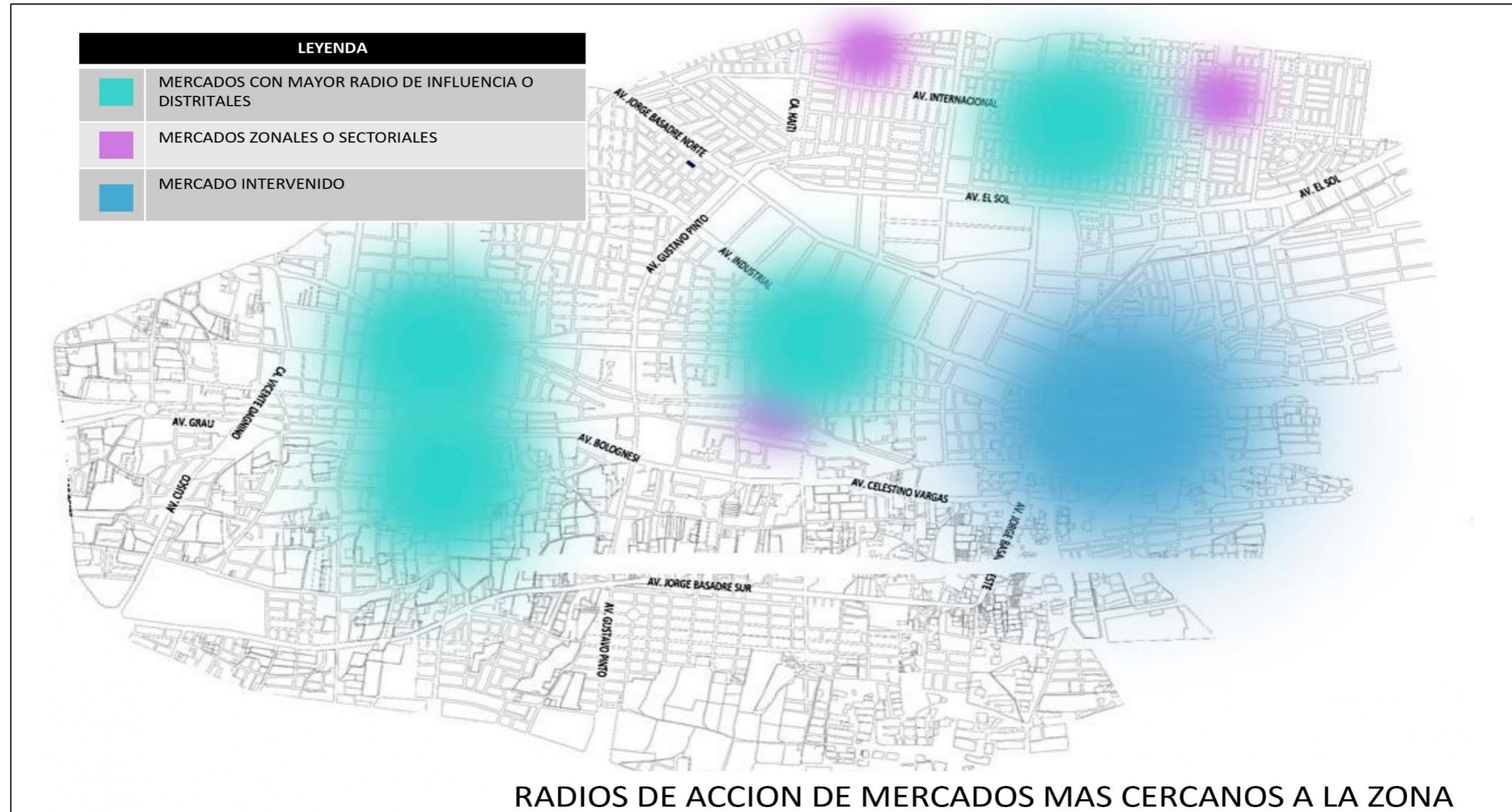
También se debe tener en consideración que en nuestra ciudad abunda el comercio ambulatorio que se extienden en determinadas calles alrededor de Tacna también lo encontramos alrededor de mercados de artículos de primera necesidad estos normalmente es debido a la poca capacidad de estos centros para albergar a todos lo que provoca la invasión de espacios urbanos y la conformación de las llamadas ferias itinerantes que se sitúan en determinados días en ciertas partes de la ciudad, estas se generan debido a que no se tiene un área predestinada para estos comerciantes, lo que los obliga a conformar estas tipo de ferias a lo largo de distintas calles (**ver figura n°23**).

Figura 21. Mapeo de los principales mercados de abastos en la ciudad de Tacna



Fuente: Elaboracion propia.

Figura 22. Radios de acción de mercados de distritos aledaños al terreno estudiado.



Fuente:Elaboracion propia

Figura 23. Mapeo de ferias itinerantes en la ciudad de Tacna



Fuente:Elaboracion propia

4.2 A nivel Distrital

4.2.1 Densidad Poblacional

El distrito de Pocollay se extiende por una superficie de 265.65 km². Resultando así con una densidad poblacional del 58.4 /habitante/km²).

También se tiene como dato que alrededor del terreno a intervenir en 53 manzanas a su alrededor se tiene una cantidad total de 3191 habitantes.

Tabla 6. *Habitantes alrededor de la zona a intervenir*

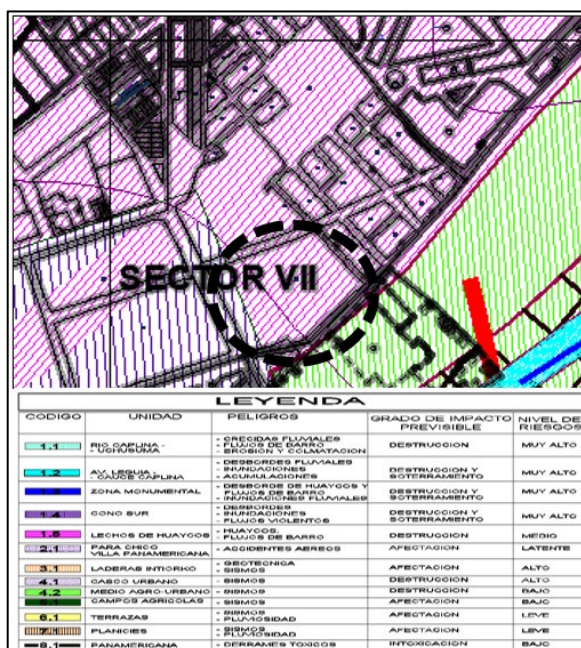
Censo de Población y Vivienda 2017	Absoluto	%
Manzanas seleccionadas	53	
Total de viviendas censadas	1 103	
Total Población Censada	3 191	100,0
Hombres	1 569	49,2
Mujeres	1 622	50,8

Fuente :INEI

4.2.2 Vulnerabilidad y peligros

El ámbito estudiado se sitúa dentro de un área de vulnerabilidad media, él riesgo al que esta expuesto es de flujos de barro y huaycos, frente a una zona de riesgo bajo de sismos. Por lo cual se concluye que el terreno no tiene un gran riesgo.

Figura 24. *Mapa de vulnerabilidad distrito de Pocollay*



Fuentes: Plan de desarrollo urbano de Tacna

4.2.3 Aspecto Socio cultural

El distrito de Pocollay posee pobladores que pertenecen a las antiguas familias de la ciudad de Tacna, por ello mantiene ciertos aspectos costumbristas y celebraciones importantes para el distrito. (MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POCOLLAY, 2020)

Tabla 7. *Festividades importantes en el distrito*

Festividades	
Creación del distrito	15 de Enero
Carnavales de antaño	febrero
Festival de la uva y el vino	mayo
Fiesta de las cruces	
Noche de San Juan	24 de junio
Festival de gastronomía	agosto
Virgen de las Mercedes	septiembre

Fuentes: Plan de desarrollo local concentrado 202-2025 distrito de pocollay

Niveles de pobreza

De acuerdo al INEI el nivel de pobreza en el Distrito de Pocollay alcanza a 13.4% de la población de Tacna y con índices de pobreza extrema de 0.9%.

Figura 25. *Cuadro de niveles de pobreza en Tacna*

Departamento/ Provincia / Distrito	Pobreza total: Número de habitantes en situación de pobreza (2019/2018) 13a/	Porcentaje de la población en pobreza total (2019/2018) 13a/	Pobreza extrema: Número de habitantes en situación de pobreza extrema (2019/2013) 13b/	Porcentaje de la población en pobreza extrema (2019/2013) 13b/
TACNA	51,642	14.6	4,174	1.2
ALTO DE LA ALIANZA	5,885	15.1	371	1.0
CALANA	323	7.3	19	0.4
CIUDAD NUEVA	8,239	20.5	540	1.3
CRNEL.GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA	19,290	18.7	1,693	1.6
INCLÁN	450	15.0	67	2.2
LA YARADA LOS PALOS	934	15.0	14	0.2
PACHIA	411	15.0	42	1.5
PALCA	681	34.2	338	17.0
POCOLLAY	2,396	13.4	169	0.9
SAMA	291	10.6	31	1.1
TACNA	10,117	7.7	297	0.2

Fuente: INEI -Informe técnico evolución de la pobreza monetaria 2008-2019

4.2.4 Aspecto económico

Según el censo Nacional Agropecuario del año 2012, se identificó dentro del distrito 717 parcelas y 648 productores agropecuarios (2013)

La producción a continuación se cultivó en un promedio de 364ha. Y la producción anual de 5886 toneladas.

4.2.5 Equipamiento urbano:

En el distrito de Pocollay podemos encontrar múltiples equipamientos urbanos de distintas tipologías como por ejemplo de salud, educación, industria, etc. Sin embargo, como podemos observar en la figura N°13, el equipamiento de tipo comercial es muy escaso en el distrito de Pocollay y más aún en un radio cercano al área en cuestión.

Figura 26.

Equipamiento Urbano Alrededor De La Zona A Intervir



Fuente: Plan de Desarrollo Urbano Tacna 2015-2025

4.3 Estado Actual de la Zona Intervenida

4.3.1 Análisis ambiental

4.3.1.1 Contaminación de suelo

Realizando un análisis visual se pudo observar a lo largo del exterior del mercado que los desechos orgánicos e inorgánicos, los dejan en botes de basura, pero también en medio de la vía ya que el único tacho que se puede observar no es suficiente para el desecho de los residuos que genera el mercado, también es debido a que hay áreas sin desarrollo urbano, por lo tanto, lo ocupan como áreas para botar los desechos producidos.

Figura 27. *Bote De Basura Lleno De Residuos Organicos E Inorganicos*



Fuente : Registro Fotografico Propio

Figura 28. *Residuos botados en zona sin uso designado*



Fuente : Registro Fotografico Propio

Figura 29. *Residuos botados en zona sin uso designado*



Fuente : Registro Fotografico Propio

4.3.1.2 Contaminación visual

se observa a lo largo de la avenida propagandas políticas tanto casas pintadas con dichas propagandas, así como también carteles de eventos que dañan el entorno visualmente. También daña la imagen urbana el desorden y desechos en plena vía.

Figura 30. *Imagen de frontis del mercado pintado con propaganda*



Fuente : Registro Fotografico Propio

Figura 31. *Carteles en la via frente al mercado*



Fuente : Registro Fotografico Propio

Figura 32. *Propagandas de partidos políticos*



Fuente : Registro Fotografico Propio

4.3.1.3 Contaminación sonora

Se produce una gran contaminación sonora en los horarios de 5 am a 9 am mayormente, esto debido a el caos entre buses taxis, automóviles particulares y las mismas personas que llegan a este mercado. Por otro lado, se produce contaminación sonora por las noches en ciertos días, debido a que al frente se encuentra un lugar de eventos en el que se realizan conciertos y fiestas.

Figura 33. *Desorden de transito vehicular*



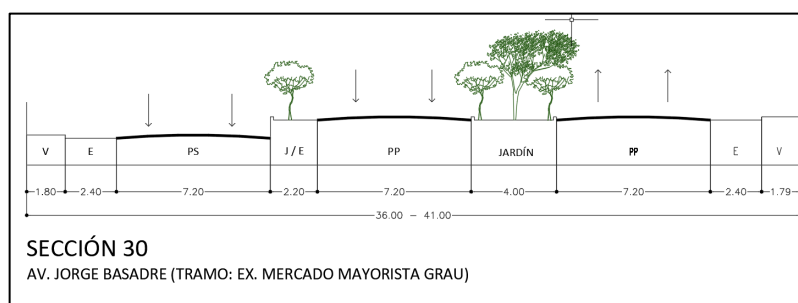
Fuente : Registro Fotografico Propio

4.3.2 Análisis Vial

4.3.2.1 Secciones viales

En la siguiente imagen (**ver figura n°34**) es la vía propuesta en el plan de desarrollo urbano, sin embargo, esta no ha sido ejecutada y la realidad que vemos en el sector es muy distinta (**ver figura n°35**), vemos una sección vial sin desarrollo en la cual solo se encuentra pavimentado el área de circulación para tránsito vehicular.

Figura 34. *Diseño de vía según el plan de desarrollo urbano vigente*



Fuente: PDU Tacna- 2015-2025

Figura 35. *Espacios sin diseño urbano*



Fuente : Registro Fotografico Propio

Como podemos observar en las siguientes fotos las vías no están desarrolladas más que la acera donde transitan los vehículos, no poseen veredas

para la circulación, ni señalizaciones, etc. Por ende los vehículos como las personas transitan con libre albedrío.

Figura 36. *Vehículos estacionados en áreas no destinadas para ningún uso*



Fuente : Registro Fotografico Propio

Por ello los vehículos se estacionan en la forma y lugar que les parece causando un gran desorden y caos a las afueras del mercado en los días y horas de mayor afluencia. También debido a estos espacios libres las personas con negocios como comidas ambulantes ocupan estos espacios causando aun mayor desorden del ya ocasionado por los vehículos

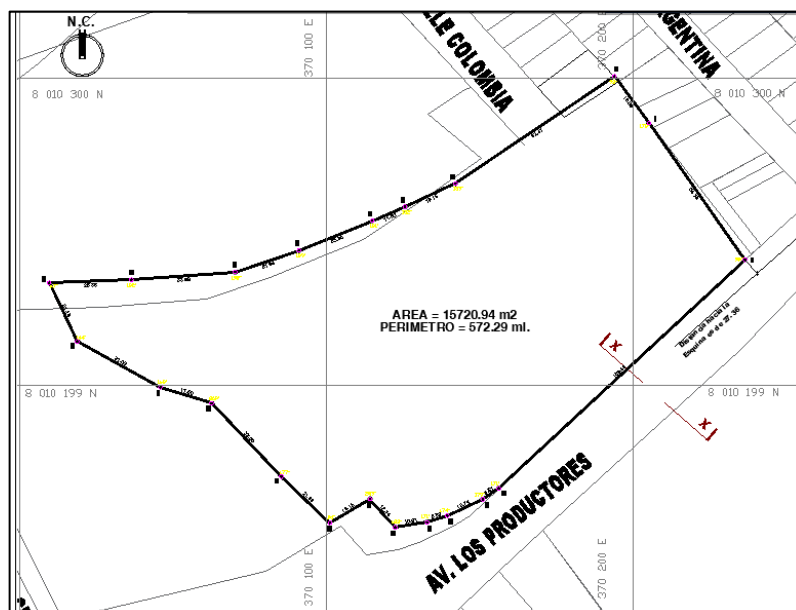
Figura 37. *Zonas utilizadas por comercio ambulatorio*



Fuente : Registro Fotografico Propio

4.4.2 Linderos y colindantes

Figura 40. Plano permietrico



Fuente:Elaboracion propia

Figura 41. Cuadro de datos

CUADRO DE DATOS TÉCNICOS					
VERTICE	LADO	DISTANCIA	ANG. INTERNO	ESTE (X)	NORTE (Y)
A	A-B	28.86	66° 34' 53"	364869.7509	8010028.5535
B	B-C	33.99	182° 3' 53"	364896.5939	8010027.5634
C	C-D	21.94	194° 3' 12"	364930.4962	8010030.0643
D	D-E	25.80	183° 21' 53"	364951.2776	8010037.1131
E	E-F	11.60	180° 57' 13"	364975.1833	8010048.8208
F	F-G	18.15	181° 38' 1"	364985.8559	8010051.3631
G	G-H	62.47	189° 12' 50"	365002.3512	8010058.9459
H	H-I	18.98	92° 49' 12"	365054.1991	8010093.7889
I	I-J	54.38	178° 18' 52"	365065.5505	8010078.5719
J	J-K	109.46	97° 48' 16"	365096.7701	8010034.0461
K	K-L	6.37	171° 23' 54"	365016.5060	8009959.6144
L	L-M	12.74	170° 28' 33"	365011.2397	8009956.0302
M	M-N	6.89	173° 30' 30"	364999.6654	8009950.7111
N	N-O	10.61	170° 44' 57"	364993.1240	8009948.5617
O	O-P	12.34	122° 36' 54"	364982.6428	8009946.9131
P	P-Q	15.18	259° 7' 44"	364974.4563	8009956.1486
Q	Q-R	21.88	105° 57' 2"	364961.3986	8009948.4007
R	R-S	33.00	176° 54' 24"	364945.4899	8009963.4272
S	S-T	17.50	209° 14' 11"	364922.7574	8009987.3486
T	T-U	31.00	168° 24' 17"	364906.0422	8009982.5303
U	U-A	21.15	144° 23' 31"	364878.8815	8010007.4735
TOTAL		572.29	3420° 0' 2"		
Suma de ángulos (real) =			3420° 00' 00"		
Error acumulado =			00° 00' 00"		

Fuente:Elaboracion propia

4.4.3 Condiciones climáticas:

4.4.3.1 Asoleamiento

Pocollay tiene características de sol bastante claras, los inviernos son fríos, secos y mayormente con el cielo despejado y sus veranos son de clima caliente y secos, sus temperaturas oscilan entre 10°C y 27°C siendo sus temperaturas mas bajas y altas 8°C y 28°C. (weather spark, s.f.)

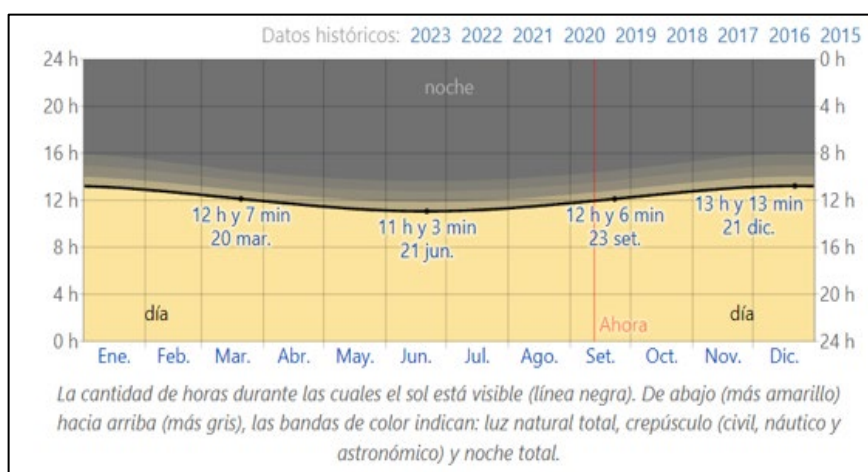
Figura 42. Esquema del recorrido solar en terreno



Fuente:elaboracion propia

La salida más temprana del sol es a las 04:55 en el mes de noviembre y la salida del sol más tardía es a las 06:12 en el mes de julio

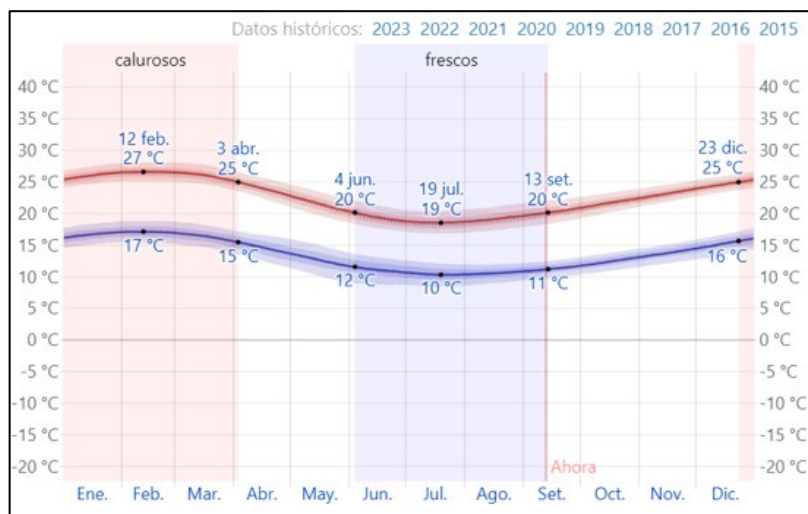
Figura 43. Horas de luz natural y crepusculo en pocollay



Fuente:Elaborado por Weatherspark

En el siguiente grafico la temperatura máxima está representada por la línea roja y la azul la mínima temperatura.

Figura 44. *Temperatura maxima y minima por mes*



Fuente: Estación meteorologica Aeropuerto Internacional coronel FAP Carlos Ciriani Santa Rosa

4.4.3.2 Precipitaciones

El mes de enero es el que normalmente se puede percibir más días lluviosos con un promedio de 0.8 días.

Figura 45. *Promedio mensual de precipitacion en Pocollay*

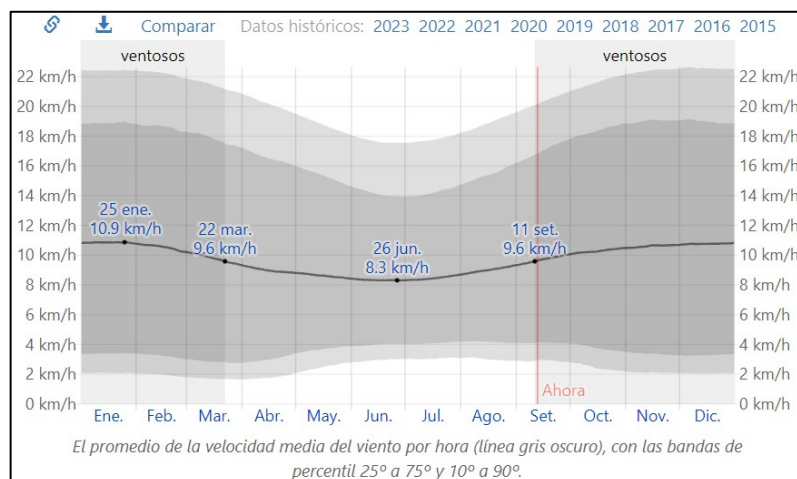


Fuente:Elaborado por Weatherspark

4.4.3.3 Vientos

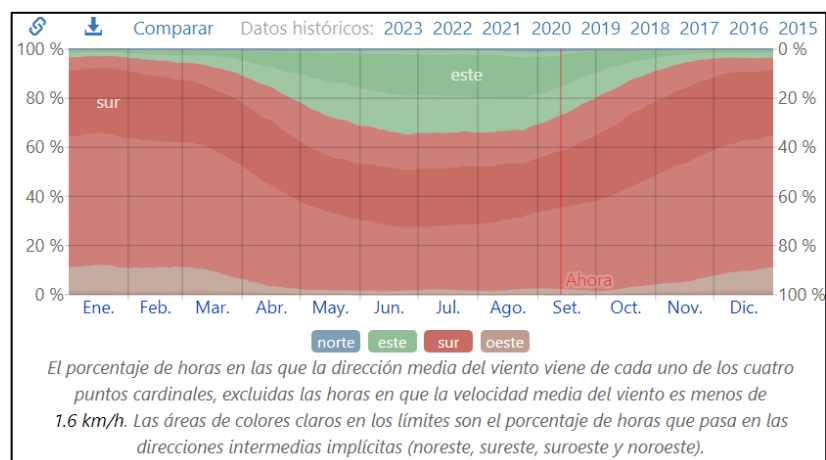
La velocidad por lo general de 9.6 km/h. El mes con mayor intensidad en vientos es enero con velocidades de hasta 10.8 km/h y el mas calmado dura 5.6 meses entre marzo y setiembre.

Figura 46. *Velocidad promedio de vientos*



Fuente:Elaborado por Weatherspark

Figura 47. *Dirección del viento*

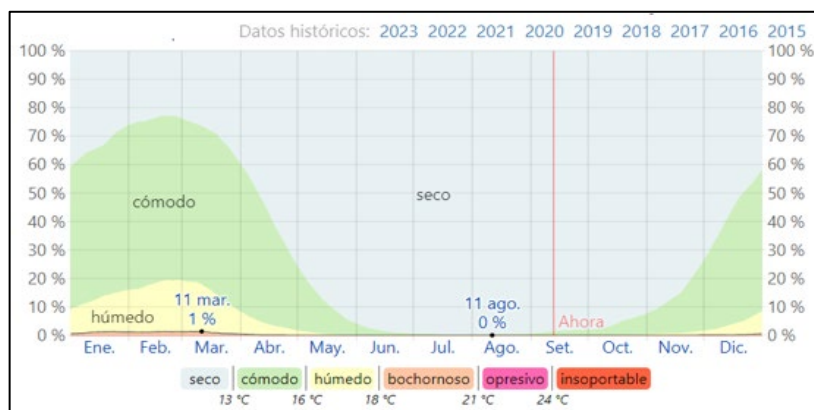


Fuente:Elaborado por Weatherspark

4.4.3.4 Humedad

El nivel de humedad en Pocollay es del 1% entre los meses de enero a marzo incluso abril en menor porcentaje. Por lo que el clima en el distrito no posee tanta humedad con respecto a la ciudad de Tacna en general.

Figura 48. Niveles de humedad en pocollay



Fuente:Elaborado por Weatherspark

4.4.4 Topografía

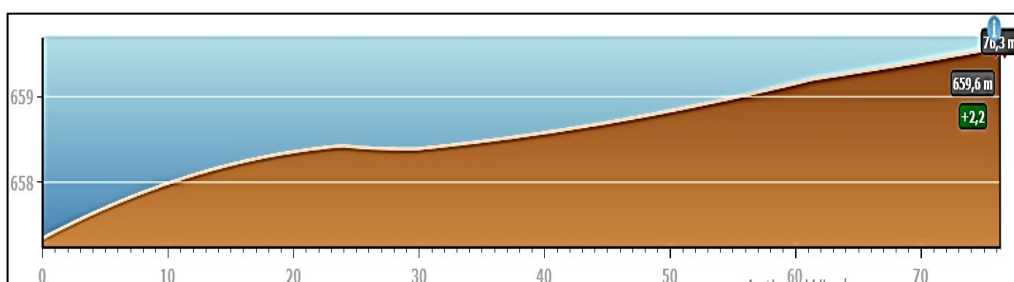
En la siguiente figura podemos observar que el terreno cuenta con una pendiente que va desde los 655.00m a los 660 m (**ver figura n°49**), dándonos una diferencia de 5 m de pendiente en el terreno como se puede observar en la **figura n°50**, en el corte transversal podemos observar que esta prácticamente nivelado el área debido a que está construido el actual mercado, sin embargo para la parte posterior del terreno aún se observa un desnivel de 2.10 m con respecto a la superficie del ingreso del área intervenida (**VER FIGURAN°51**)

Figura 49. Plano topografico del terreno



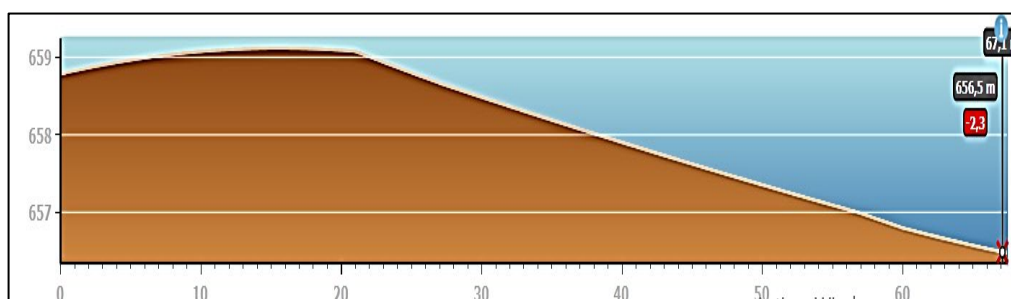
Fuente:Elaboracion propia mediante levantamiento topografico

Figura 50. Corte longitudinal de topografía del terreno



Fuente: elaboración propia con fuente en la plataforma de SIGRID

Figura 51. Corte transversal de topografía del terreno



Fuente: elaboración propia con fuente en la plataforma de SIGRID

4.4.5 Accesibilidad al terreno:

4.4.5.1 Esquemas de circulación

La accesibilidad al terreno es uno de los puntos principales del terreno ya que se encuentra paralelo a la av. Jorge Basadre Grohman o llamada circunvalación este una de las vías arteriales dentro de la ciudad de Tacna. También tiene en su frentera la av. Productores que es la prolongación de la avenida industrial que viene desde el distrito alto de la alianza por la zona comercial de polvos rosados, lo que es de beneficio para la propuesta debido a que al estar en esta ubicación se tendrá un

gran flujo de personas y vehículos y estaría conectado a través de la ya mencionada av., industrial con otra zona comercial de un distrito adyacente. **(ver imagen n°52)**

Figura 52. *Vías para acceder a la zona de estudio*



Fuente:Elaboracion propia

4.4.5.2 Paraderos

En cuanto a paraderos de taxis o de buses en el entorno urbano, no se ha podido identificar que haya algún paradero formal para estos vehículos, acotando que en el examen visual en campo que se realizó se logró detectar que esta zona abunda los mototaxis, los cuales tampoco tienen una zona destinada, produciendo gran desorden y caos. Como se puede observar en la siguiente figura los mismos usuarios destinaron una zona para estacionarse ya que no se cuenta con este tipo

de paraderos a lo largo de la avenida. Por lo cual se halla paraderos de mototaxis y buses informales.

Figura 53. Zona para estacionar vehiculos en zonas de areas libres



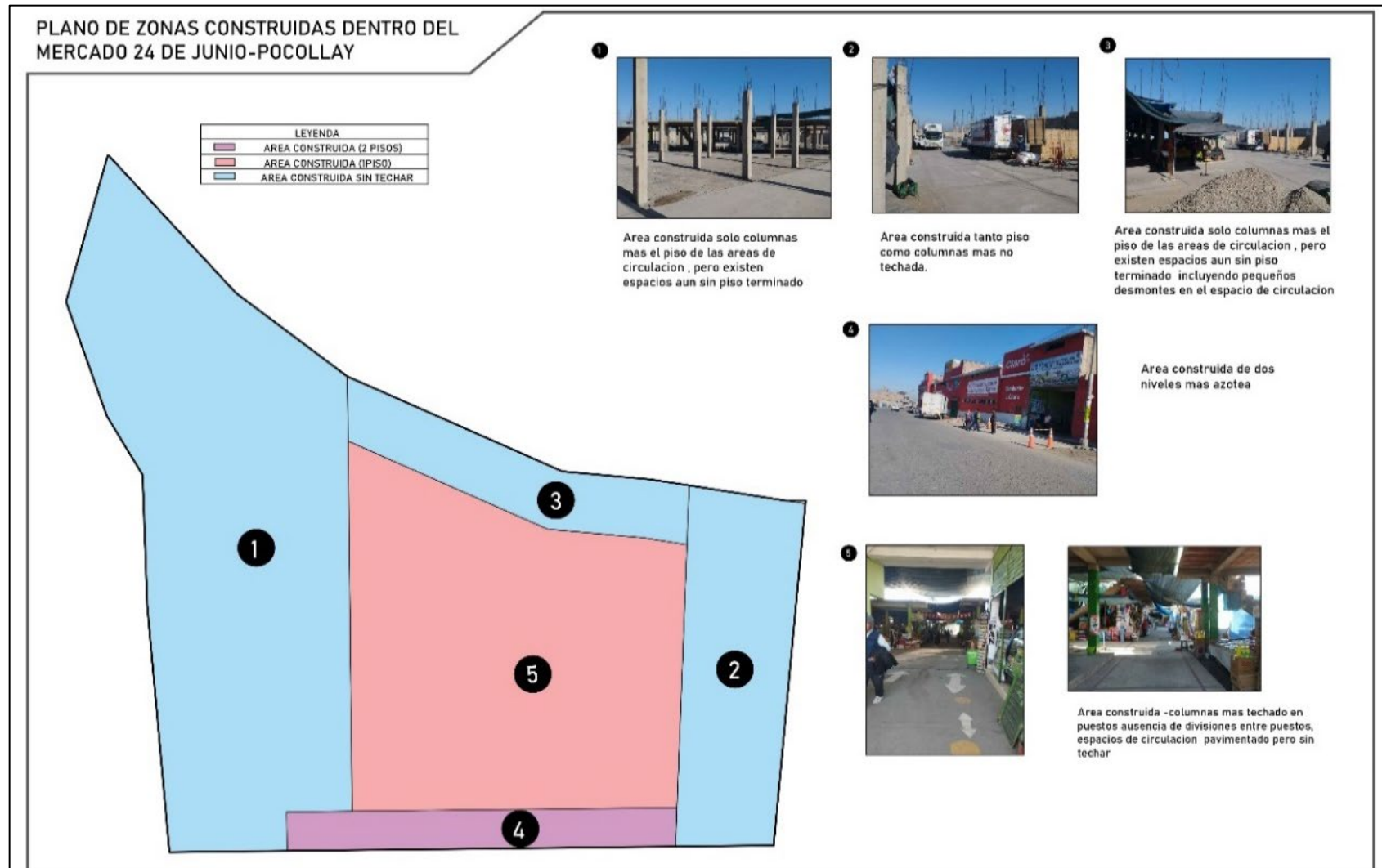
Fuente: registro fotografico propio

4.4.6 Área construida – área libre

Se realizó el levantamiento de información en el terreno del mercado de productores dando como resultado que, si bien hay áreas con un terminado de falso piso, y estructuras de columnas levantadas, y ciertas zonas han sido techadas, en realidad no está completamente terminadas, ni bien distribuidas como se puede apreciar en la **figura n°54**

Luego de analizado esta infraestructura y su área construida se ha llegado a la conclusión de que no está adecuadamente distribuida, ni terminada de construir por ello será demolido para poder redistribuir adecuadamente y dar una propuesta que pueda satisfacer todas las necesidades de los usuarios tanto para los vendedores, compradores y la población de Pocollay en general.

Figura 54. Plano de area construida y area libre del mercado de productores



Fuente:elaboracion registro fotografico propia

4.4.7 Normatividad

Para las premisas de diseño de la presente propuesta se a tenido como base normativa, ciertos documentos como guías, normas y parámetros normativos que alucen a este tipo de establecimientos.

4.4.7.1 Ley n°31313- Ley De Desarrollo Urbano Sostenible

Perú es uno de los pocos países que no cuenta leyes que subyace al desarrollo urbano sostenible de las ciudades. Este déficit ha resultado en la creación de una estructura de gobernanza caótica que no aclara los roles de los diferentes niveles de gobierno y no orienta adecuadamente las iniciativas de los actores privados. Teniendo esto en cuenta, esta ley desarrolla un conjunto de principios y conceptos que abordan la prioridad que debe darse al interés público sobre el interés privado en la planificación y gestión urbana, y también incluye un conjunto de herramientas cuya utilidad práctica puede ser utilizada por todos actores involucrados en el desarrollo de la ciudad. Con referencia a los equipamientos urbanos nos dice que debe corresponder a requisitos y exigencias técnicas establecidas en el RNE o documentos de carácter técnico formulados a sus sectores correspondientes.

4.4.7.2 Certificado de zonificación y vías

EL terreno donde se encuentra la infraestructura a intervenir esta zonificado como tipo comercio 5 (**ver figura n°55 y 56**).

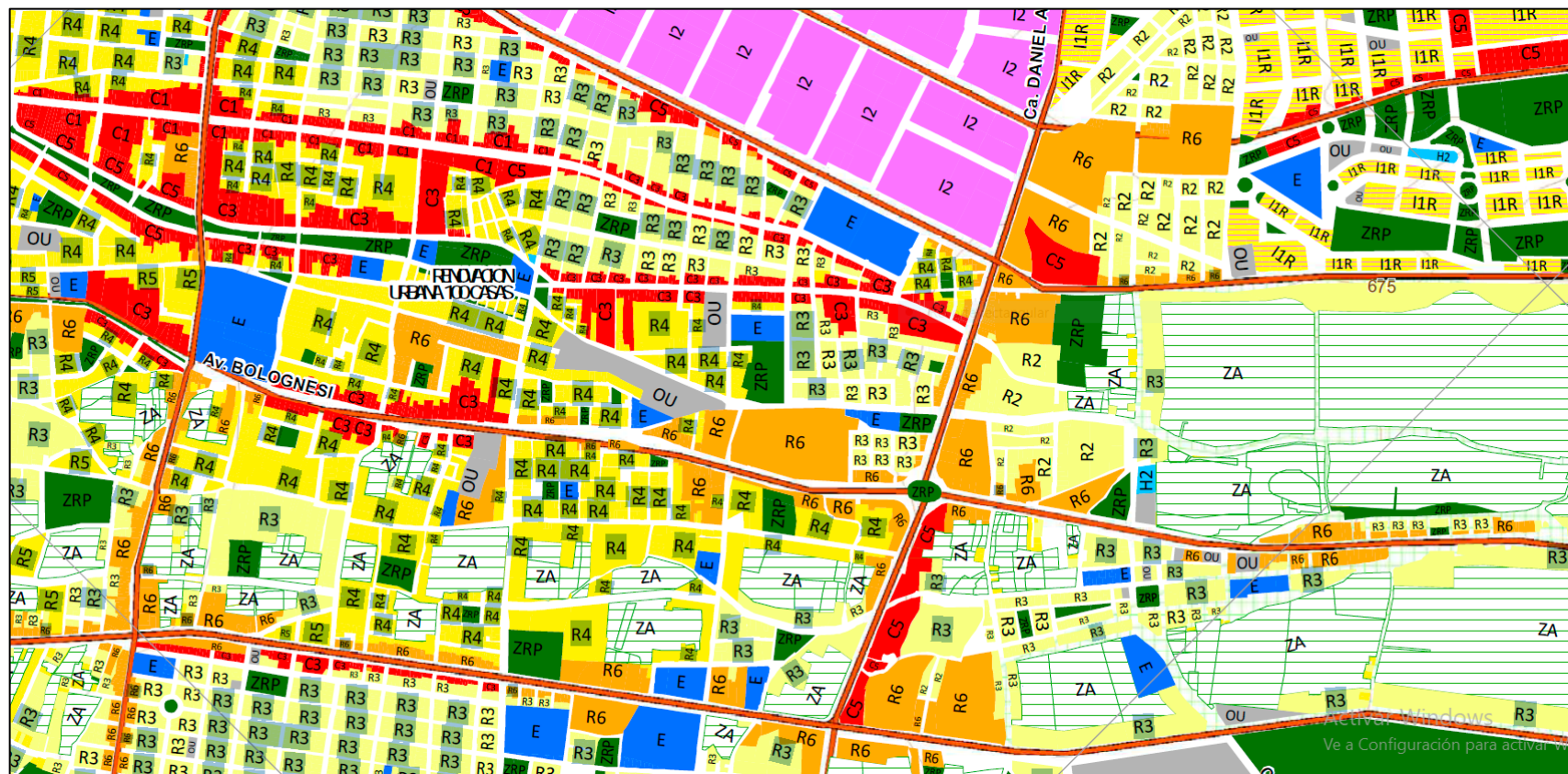
Podemos observar que se encuentra zonificado como C5 que vendría a ser comercio tipo especializado

Figura 55. Cuadro de zonificación del terreno

ZONIFICACIÓN COMERCIAL							
ZONIFICACIÓN	NIV. DE SERVICIO	LOTE MIN.	ALTURA EDIF.	COEF.	R. COMPATIBLE	EST.	
USO DE SUELO	Habitantes servidos	Compatibilidad normativa				01 por cada:	
COMERCIAL LOCAL (C-1)	Hasta 2000	Resultado de diseño			Según habilitación urbana		
COMERCIAL VECINAL (C-2)	Hasta 7500	Resultado de diseño	1.5 (a+r)	3.00	R4	No exigible	
COMERCIAL VECINAL (C-3)	Hasta 30000	Resultado de diseño	1.5 (a+r)	4.00	R5		
USO COMERCIAL	COMERCIO ESPECIALIZADO (C-5)	Hasta 300000	existente	1.5 (a+r)	5.50	R6	1 cada 120 m2 Area Construida + por
	COMERCIO ESPECIALIZADO (C-7)	Hasta 1000000	existente	1.5 (a+r)	6.00	R8	cada 3 dptos.

Fuente: Municipalidad Distrital de pocollay

Figura 56. Plano de zonificación del terreno en el que se encuentra situado el la infraestructura del mercado de productores



Fuente: PDU Tacna 2015-2025

4.4.7.3 Parámetros urbanísticos y arquitectónicos

EL terreno en el que se ubica la propuesta está situado en zona comercial 5 por lo cual según su zonificación se tiene los siguientes parámetros de acuerdo a él plan de desarrollo urbano vigente.

Tabla 8. *Parámetros para comercio C5*

ZONIFICACION COMERCIAL										
USO DEL SUELO	TIPOLOGÍA DE EDIFICACIÓN	DENSIDAD	LOT	FRE	Altura de Edificación (3m x nivel)	Coeficiente de Edificación	Área Edificada	Area Libre	Estacionamiento	USO COMPATIBLE
			MINIMO	MINIMO	m		m ²	%	Un	
COMERCIO C5	Comercio Zonal	30000	S.P. (**)	S.P. (**)	1.5 (a+r)	5.50	S.P. (**)	S.P. (**)	1x120m2 Área Construida + 1x(3Dptos)	R6, C5, C7, OU

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.

Fuente: PDU Tacna -2015-2025

4.4.7.4 A.010. Condiciones generales de diseño

La normativa da los requisitos para el diseño arquitectónico que debe cumplir las edificaciones para garantizar lo estipulado en el Artículo 5° de la norma G.010 del Título 1 (GOBIERNO NACIONAL DEL PERÚ).

En cuanto a las circulaciones horizontales y accesos en el Capítulo V y en el capítulo siguiente nos establece ciertas medidas mínimas dependiendo del tipo de uso para cual la edificación será destinada.

Figura 57. *Áreas mínimas ancho de pasajes y circulaciones horizontales interiores.*

Interior de las viviendas	0.90 m.
Pasajes que sirven de acceso hasta a dos viviendas	1.00 m.
Pasajes que sirven de acceso hasta a 4 viviendas	1.20 m.
Áreas de trabajo interiores en oficinas	0,90 m
Locales comerciales	1.20 m.

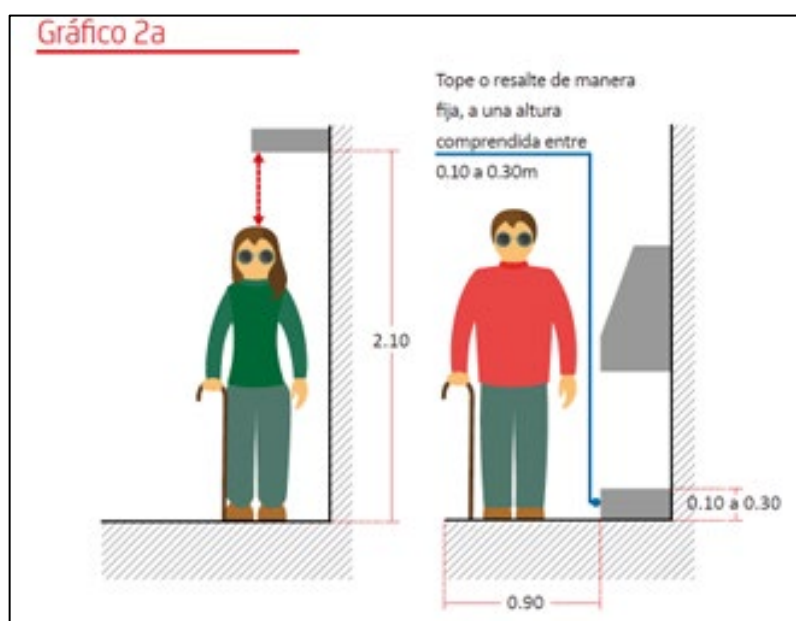
Fuente: RNE

4.4.7.5 Norma A.120 Accesibilidad en edificaciones

Principios del diseño universal, regula las condiciones y especificaciones técnicas mínimas para el diseño de la edificación de manera que, utiliza principios de diseño universal, exista un entorno, mobiliario, recorridos y direcciones universalmente accesibles que permitan a todas las personas la capacidad de circular.

El mobiliario en circulaciones debe colocarse de tal manera que no se obstruya la circulación fluida.

Figura 58. *Grafico de circulación fluida*



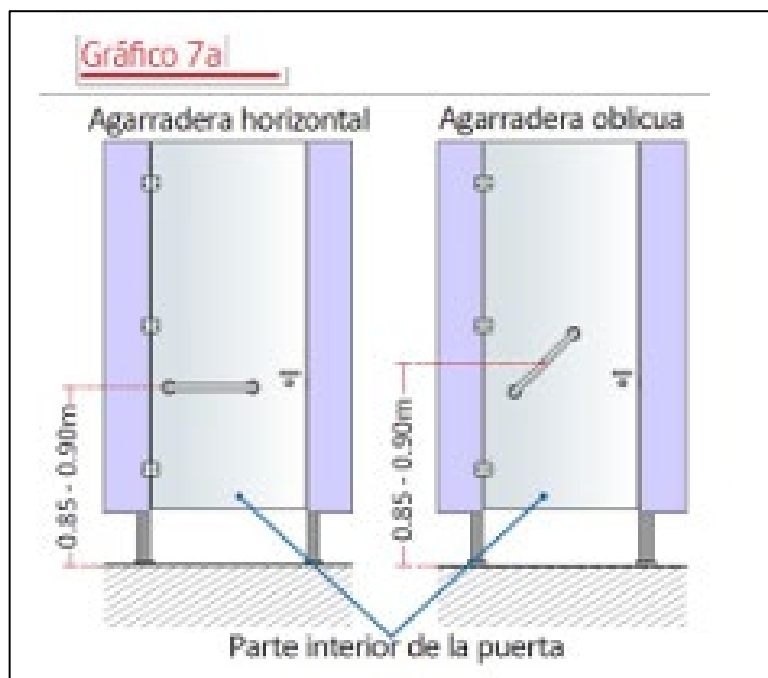
Fuente: RNE

Con respecto a los ascensores las dimensiones mínimas para un edificio de uso público, debe ser de 1.20m de ancho y 1.25 m.

Los servicios higiénicos deben tener las dimensiones interiores tomando en cuenta el diámetro de 1.50m el cual permite el giro para una silla de ruedas en 360° (*ver figura n°59*), la puerta debe poseer un ancho mínimo de 1.00 m y agarraderas

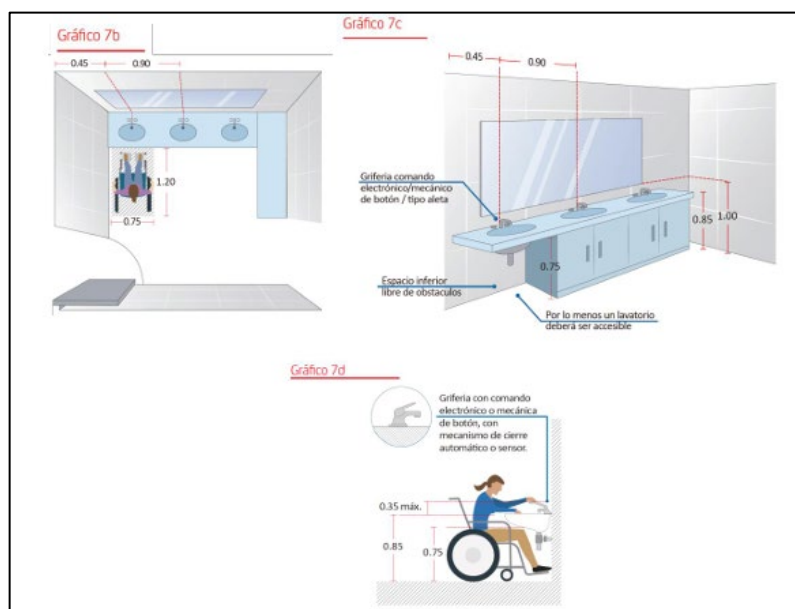
en la parte interior a la altura de 0.85m y 0.90m, la puerta debe abrirse hacia el exterior. (ver figura n°60 y 61)

Figura 59. *Altura de agarraderas de puertas*



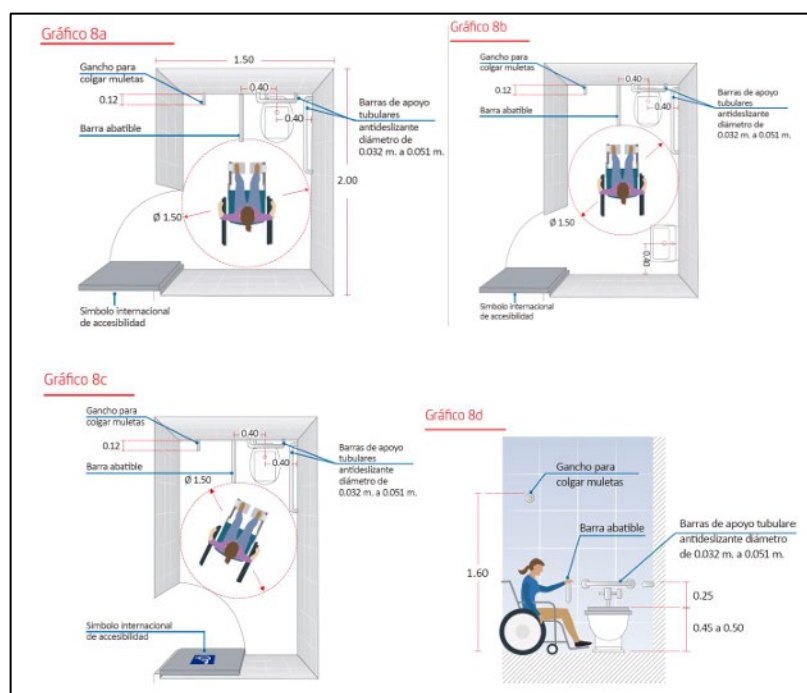
Fuente:RNE

Figura 60. *Medidas de mobiliario fijo en servicios higienicos*



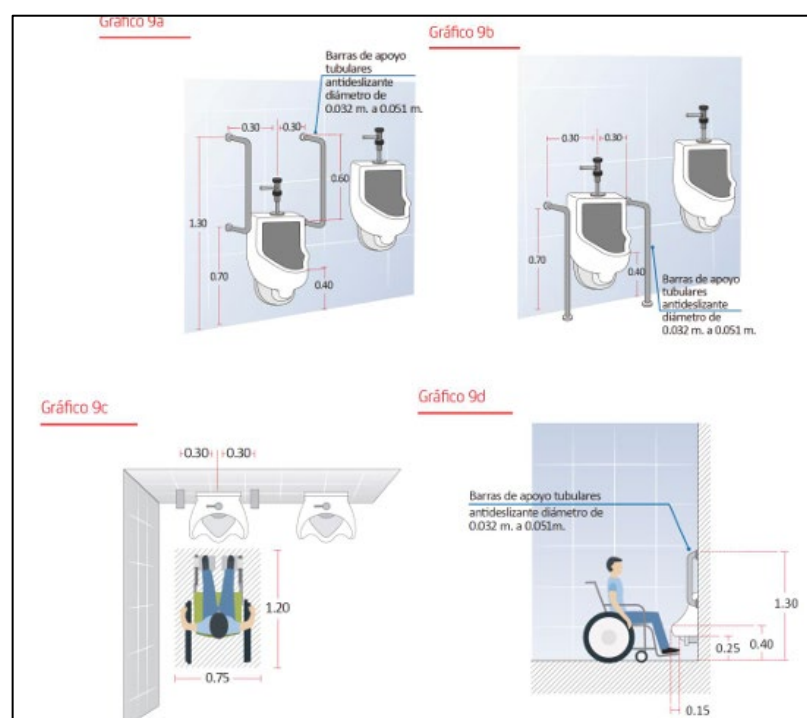
Fuente:RNE

Figura 61. Medidas dentro del cubículo accesible para minusválidos



Fuente:RNE

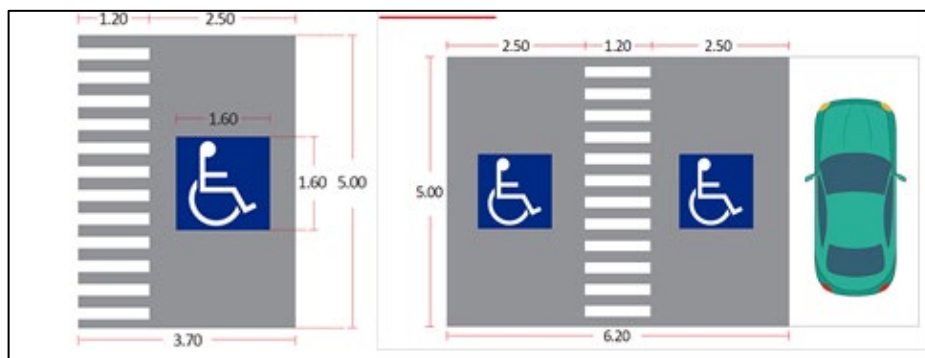
Figura 62. Medidas para barandas de urinarios



Fuente:RNE

Los espacios para ser accesibles deben tener las dimensiones mínimas de 3.70m de ancho total y si son dos estacionamientos juntos se tendrá un ancho de 6.20m (*ver figura n°63*).

Figura 63. *Medidas mínimas de estacionamientos*



Fuente:RNE

4.4.7.6 Norma A.070.comercio

Para crear espacios que sean prácticos y habitables, los edificios destinados a uso comercial deben cumplir con los estándares y requisitos descritos en este reglamento.

La siguiente tabla describe cómo se utiliza el área de ventas de cada instalación para calcular la cantidad de usuarios para el edificio o el entorno de uso comercial.

Figura 64. *Tabla para el calculo de aforo de usuarios de acuerdo al area de ventas*

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 ferial	2.0 m ² por persona
Depósitos y almacenes al interior de ocupaciones comerciales	27.9 m ² por persona

Fuente: RNE

La altura como mínimo de la infraestructura debe ser de 2.10 m y los anchos mínimos de sus puertas de acceso a las distintas áreas debe ser de acuerdo a la siguiente figura.

Figura 65. Cuadro con medidas mínimas 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: RNE

Y sus áreas destinadas a la circulación dependerá del largo del pasaje desde el punto de salida más próximo. Los anchos de estos espacios de circulación se plantearán de acuerdo a la siguiente figura.

Figura 66. Cuadro para ancho 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: RNE

Exceptuando área de baños y almacenes, los puestos comerciales deberán tener una superficie de al menos 6.00 metros cuadrados y un frente de al menos 2.40 metros cuadrados. Y se deberá diferenciar dependiendo del tipo de producto al que está destinado a vender siendo las siguientes las áreas mínimas requeridas.

Figura 67. Área mínima de puestos dependiendo de tipología de venta

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: RNE

Con referente al número de estacionamientos que deberá poseer esta edificación comercial se debe calcular de acuerdo a las medidas dadas en esta

sección de la normativa multiplicándose por el factor de radio de atención que tendrá más infraestructura que en este caso sería de 0.7 para ciudades como Tacna

Figura 68. Cuadro para calculo de estacionamientos

Locales bancarios y de intermediación financiera	1 est. cada 15 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.
Locales de servicios personales	
Spa, baños turcos, sauna, baños de vapor, barbería, salones de belleza	1 est. cada 15 pers.
Gimnasios, fisicoculturismo	
Tienda por departamentos	1 est. cada 25 pers.
Tienda de autoservicio	
Supermercado	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.
Mercado de abastos minorista	
Galería comercial	1 est. cada 25 pers.

Fuente: RNE

4.4.7.7 Norma A.130 requisitos de seguridad

Según su uso previsto, nivel de riesgo, tipo de edificio, materiales utilizados en la construcción, tonelaje de combustible y número de ocupantes, los edificios deben cumplir con normas de seguridad y prevención de accidentes para salvaguardar tanto la vida humana como el medio ambiente. Sólo las estructuras nuevas construidas después de la fecha de entrada en vigor de este reglamento de RNE están cubiertas por el alcance de esta norma.

4.4.7.8 Reglamento sanitario de funcionamiento de mercados de abastos – MINSA

Instrumento regulatorio diseñado para controlar las condiciones higiénicas del mercado de abastecimiento, donde se especifican las necesidades de infraestructura junto con roles y capacidades. Nos da criterios para mínimos que deben cumplir cada una de las áreas de las distintas tipologías de venta.

5 CAPÍTULO V. PROPUESTA

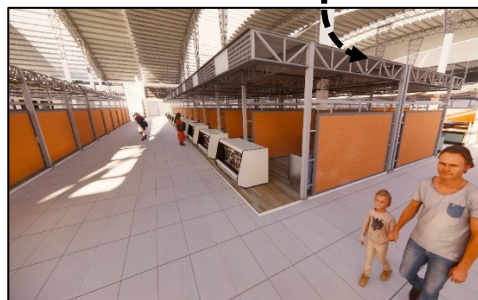
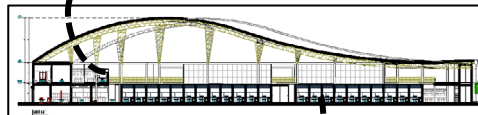
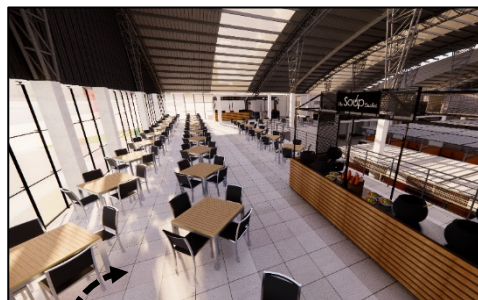
5.1 Premisas de diseño


Tabla 9. Premisas de diseño

CUMPLIMIENTO DE PREMISAS DE DISEÑO EN EL PROYECTO		
PARAMETRO	PREMISAS	ILUSTRACION
URBANO	<ul style="list-style-type: none"> Debido al análisis del entorno se tiene como premisa el diseño de espacios para el orden de tipos de vehículos como paradero de buses, mototaxis, motos, estacionamientos diferenciados para el público y áreas de carga y descarga. Espacio de aporte urbano con áreas verdes ya que no se encuentra plazas o parque en un entorno cercano al terreno. 	 <p>PLAN URBANO MERCADO DE PRODUCTORES 24 DE JUNIO</p> <p>Parque (aporte urbano)</p>

ESPACIAL

- Los espacios fueron diseñados con base a las normativas vigentes para el tipo de establecimientos en el Perú.
- Los espacios diseñados también fueron desarrollados basados en los ejemplos confiables para una mejor perspectiva de establecimientos en la realidad.
- Los espacios como áreas de venta se encuentran diseñado a un espacio doble altura basados en las actividades que se realizaran y la sensación de espacio libre
- El espacio de patio de comidas se situó en base al análisis climático y asoleamiento, también para lograr las mejores visuales desde este espacio ya que esta frente a la av. Productores.

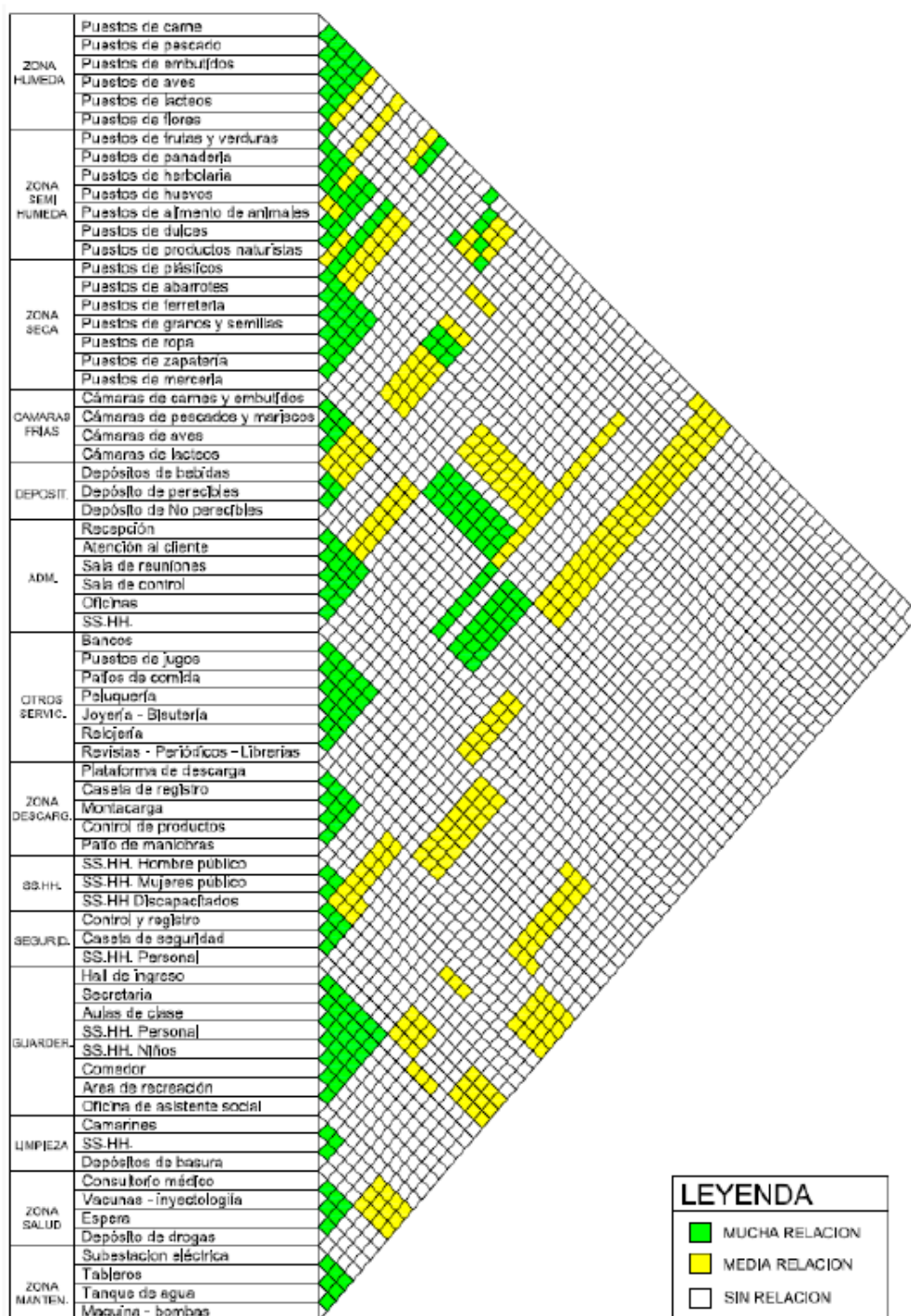


MATERIALIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Los materiales que se usaron principalmente fueron el acero y el vidrio, como la mayoría de los ejemplos confiables analizados• El acero se utilizó por su construcción más agilizada y ser más resistente• El empleo de vidrio para la iluminación natural dentro del mercado, este aspecto es muy importante para este tipo de establecimientos, también para la ventilación adecuada de los olores emanados por los productos en venta.	<p>Estructuras de acero</p>  <p>vidrio</p>
--------------	--	--

Fuente: elaboracion propia

5.2 Diagramas de relación entre espacios

Figura 69. Diagrama de relacion entre zonas y subzonas del mercado propuesto



Fuente :Elaboracion propia

5.3 Síntesis programática:

Para realizar la programación de ambientes necesarios para la infraestructura se tomó en cuenta documentos y normatividad dada por las entidades

nacionales encargadas y algunos referentes de ejemplos confiables de contexto internacionales dando como resultado así las zonas y sub zonas y su área mínima.

Figura 70. Programacion de zonas

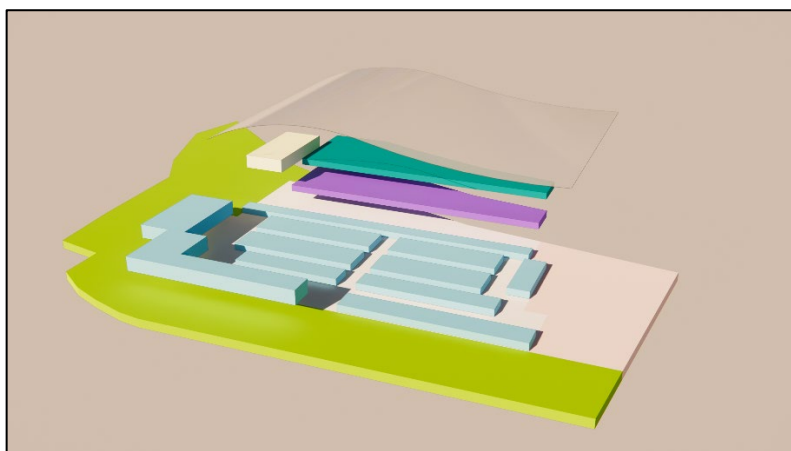
SUB ZONA	AMBIENTE	PROGRAMACION CUANTITATIVA						AREA SUB ZONAS	SUB TOTAL ZONAS
		DIMENSIONAMIENTO							
		INDICE	CAPACIDAD (Nº personas o Vehiculos)	AREA PARCIAL (M ²)	Nº DE AMBIENTES	AREA TECHADA (M ²)			
INGRESO	CASETA DE VIGILANCIA	3	1.50 m2 por persona	1	3.00	1	3.00	692.00	692.00
	HALL	25	1.00 m2 por persona	25	1.00	1	25.00		
	SSH. DAMAS	4	1.5 m2 por persona	4	5.00	8	160.00		
	SS.HH VARONES	4	4.00 m2 por persona	4	4.00	30	480.00		
	SS.HH. DISCAPACITADOS	4	3.00 m2 por persona	4	3.00	2	24.00		
AREA DE VENTAS	PANADERIA	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00	692.00	1048.00
	VENTA DE FRUTAS	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	VENTA DE VERDURAS	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	VENTA DE TUBERCULOS	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	VENTA DE ABARROTES	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	PESCADOS Y MARISCOS	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	CARNES ROJAS	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	CARNES BLANCAS	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	ARTICULOS DE LIMPIEZA	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	VENTA DE UTENSILIOS DE COCINA	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00		
	PRODUCTOS LACTEOS Y EMBUTIDOS	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00		
	ARTICULOS DE PASAMANERIA	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00		
	DE ASEO Y BELLEZA	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00		
	ARTICULOS PARA MASCOTAS	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00		
	LIBRERIA JUGUETERIA	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00		
PATIO DE COMIDAS	RESTAURANTE	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00	168.00	
	JUGUERIAS	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	CAFETERIA	6	8m2 por puesto	1	6.00	6	36.00		
	PATIO DE COMIDAS	1	0.4m2 por puestos de comida	1	0.40	120.00	48.00		
VENTAS COMPLEMENTARIAS	ROPA	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00	268.00	
	CALZADO	6	8m2 por puesto	1	8.00	6	48.00		
	FARMACIA	6	8m2 por puesto	1	8.00	3	24.00		
	FERRERIA	6	8m2 por puesto	1	8.00	4	32.00		
	ARTESANIAS	6	8m2 por puesto	1	8.00	4	32.00		
	INFORMACION TURISTICA	1	8m2 por puesto	1	8.00	1	8.00		
	CASA DE CAMBIO	6	8m2 por puesto	1	8.00	1	8.00		
	AGENTES	6	8m2 por puesto	1	8.00	1	8.00		
	GUARDERIA	6	1.5 m2 por persona	10	4.00	1	40.00		
	GRUTA	6	1.5 m2 por persona	1	20.00	1	20.00		
ADMINISTRACION	RECEPCION	6	1.5 m2 por persona	1	20.00	1	20.00	86.00	86.00
	SECRETARIA	2	1.5 m2 por persona	2	1.50	1	3.00		
	MONITOREO Y VIGILANCIA	10	1.5 m2 por persona	10	1.50	1	15.00		
	SALA DE DESCANSO	20	1.5 m2 por persona	20	1.50	1	30.00		
	GERENCIA	2	1.5 m2 por persona	2	1.50	1	3.00		
	SALA DE REUNIONES	10	1.5 m2 por persona	10	1.50	1	15.00		
SERVICIOS	PATIO DE MANIOBRAS							60.00	334.00
	AREA DE CARGA Y DESCARGA								
	RECEPCION	1	1.44 m2 por asiento	50	60.00	1	60.00		
	CONTROL Y CALIDAD	1	1.5m2 por persona	1	5.00	1	5.00		
	CAMARAS FRIGORIFICAS	1	0.15 m2 are de comercio	1	12.00	1	12.00		
	ALMACENES	3	0.15 m2 are de comercio	3	9.50	1	28.50		
	PATIO DE SERVICIO	1	0.15 m2 are de comercio	1	3.50	1	3.50		
	MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS	1	0.020 m2 are de comercio	1	15.00	1	15.00		
	CUERTO DE MAQUINAS	1	0.15 m2 are de comercio	1	2.00	1	2.00		
	CUARTO CISTERNA	1	0.15 m2 are de comercio	1	120.00	1	120.00		
	S.S.H.H. DE DAMAS	1	0.15 m2 are de comercio	1	36.00	1	36.00		
	S.S.H.H. DE VARONES	1	0.15 m2 are de comercio	1	36.00	1	36.00		
ESTACIONAMIENTO	VESTUARIO	2	0.15 m2 are de comercio	1	2.00	2	4.00	874.50	874.50
	PLAYA DE ESTACIONAMIENTO	70	1 cada 20 personas	70	12.00	1	840.00		
	ZONA PARA MINUSVALIDOS	5	6.30 m2	5	6.30	1	31.50		

Fuente:Elaboracion propia

5.4 Partido arquitectónico

Para el partido arquitectónico se tuvo en cuenta las áreas de la infraestructura del mercado y áreas de recreación y que aporten a su entorno urbano, se trabajó como formas orgánicas en las cubiertas con transparencia para la adecuada iluminación natural interior conformado por tres bloques con techos curvos, en cuanto a las plazas en el exterior se propone entramados con entramados distintos, con colores que inviten a los habitantes a integrarse en este espacio y pueda ser un punto de conexión e intercambio entre las personas.

Figura 71. *Partido arquitectónico*

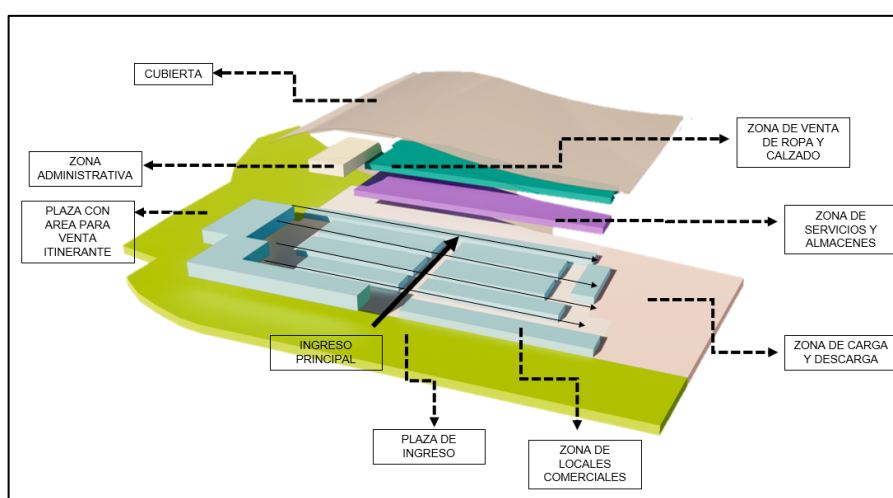


Fuente elaboracion propia

5.5 Zonificación

Se divide en distintas zonas empezando por la de puestos de venta, zona de servicio continuamente con la zona de administración, zona de venta de calzado y ropa además cuenta con una zona para una plaza de ingreso que incluyen zonas de paraderos, seguidamente la zona de la infraestructura del mercado. En su exterior se desarrolló una zona destinada como aporte al entorno urbano y a su vez resolvería cierta problemática, que es una plaza con áreas para la venta y comercio itinerante. La circulación es de forma directa desde la plaza de ingreso y posee dos entradas secundarias.

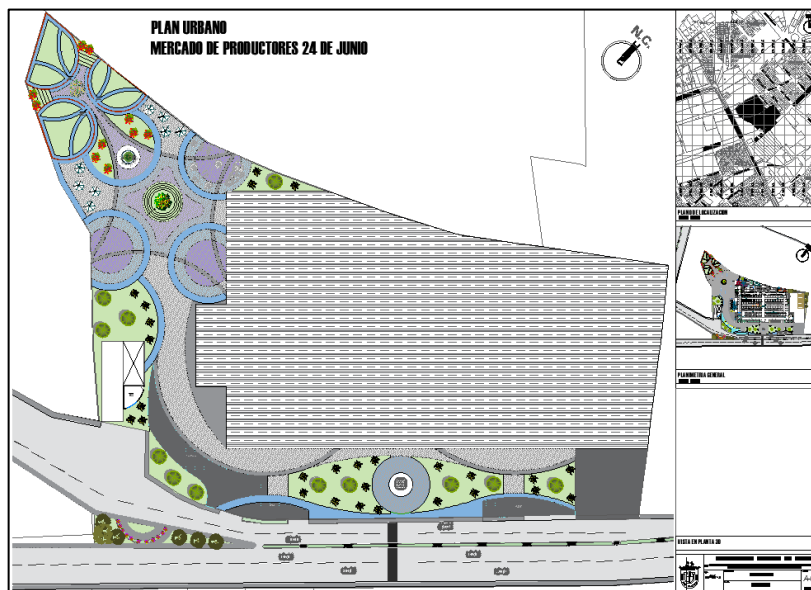
Figura 72. *Zonificación de Propuesta*



Fuente: elaboración propia

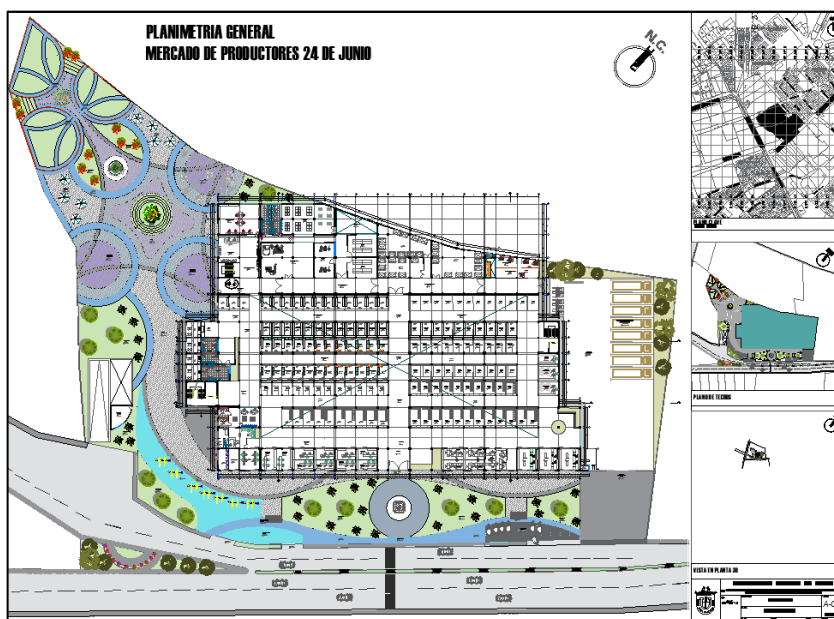
5.6 Anteproyecto

Figura 73. Plan urbano



Fuente: Elaboracion propia

Figura 74. Planimetria general



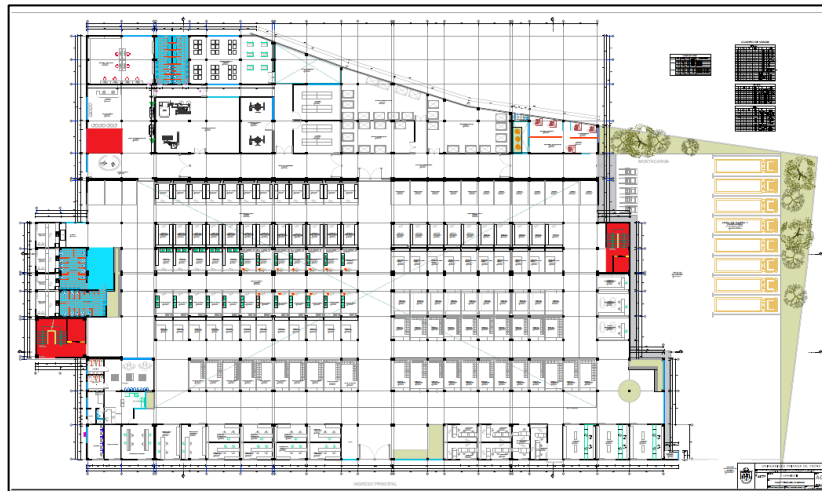
Fuente: Elaboracion propia

Figura 75. *Plano de sotano*



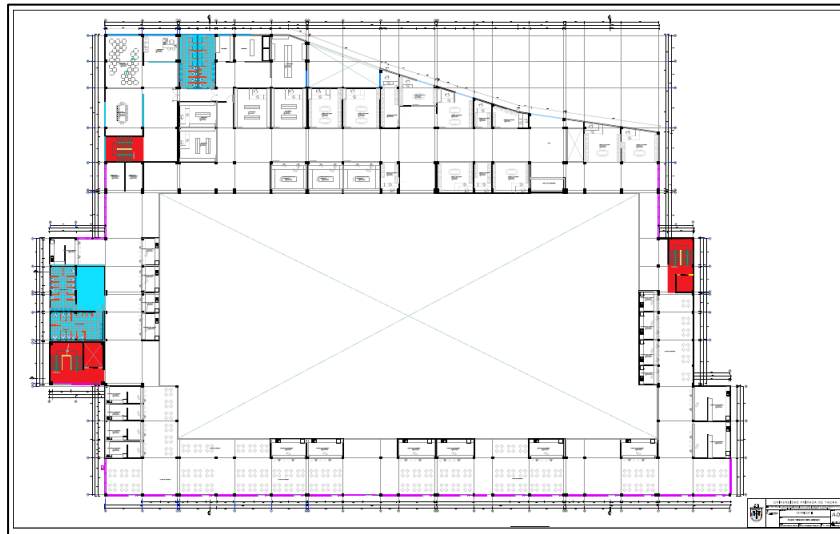
Fuente: elaboración propia

Figura 76. *Primer nivel*



Fuente: elaboración propia

Figura 77. Segundo nivel



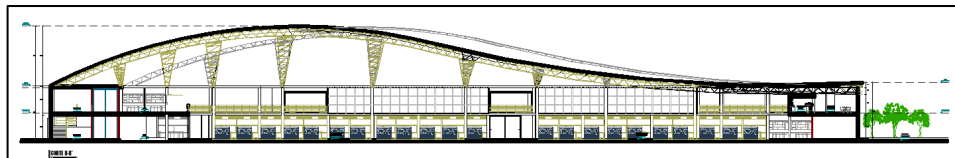
Fuente: elaboracion propia

Figura 78. Corte A-A- transversal



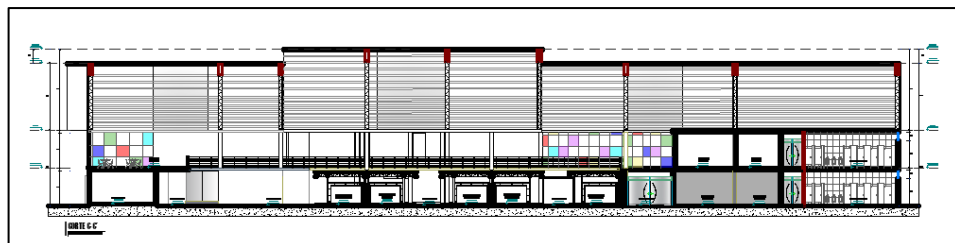
Fuente: elaboracion propia

Figura 79. Corte B-B- transversal



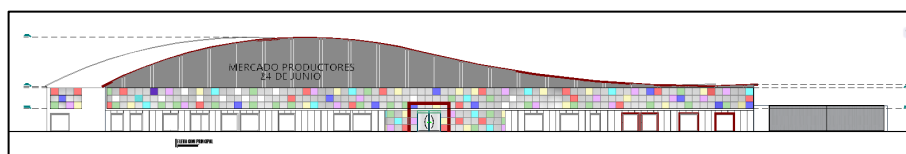
Fuente: elaboracion propia

Figura 80. Corte C-C- transversal



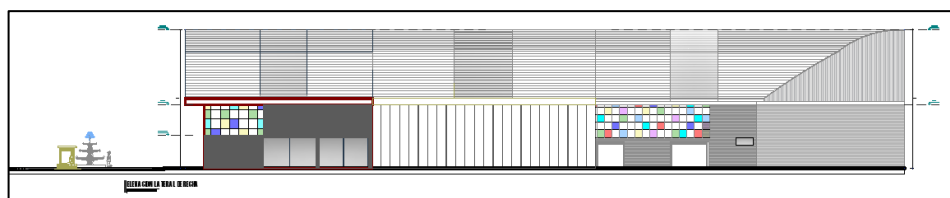
Fuente: elaboracion propia

Figura 81. *Elevacion frontal*



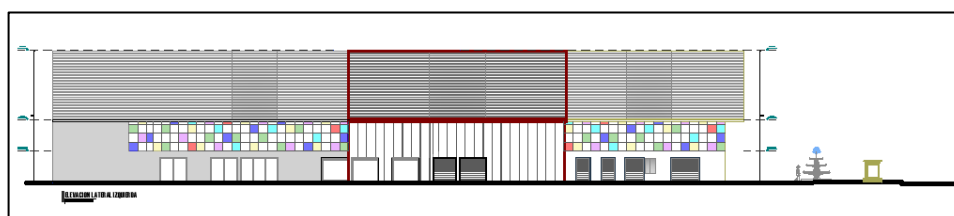
Fuente: elaboracion propia

Figura 82. *Elevacion lateral derecho*



Fuente: elaboracion propia

Figura 83. *Elevacion lateral izquierdo*



Fuente: elaboracion propia

5.7 Memoria descriptiva

5.7.1 Nombre del proyecto

“Regeneración urbano arquitectónica en la zona - mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para un desarrollo sostenible”

5.7.2 Ubicación geográfica

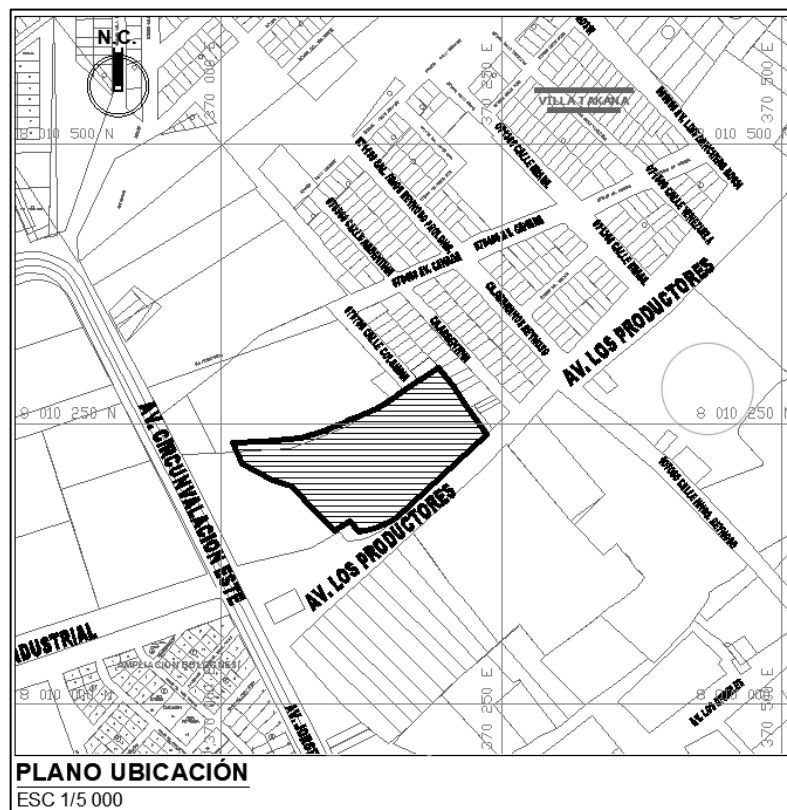
DEPARTAMENTO: TACNA

PROVINCIA: TACNA

DISTRITO: POCOLLAY

5.7.3 Linderos y colindantes

Figura 84. Plano de ubicación con linderos y colindantes



Fuente: elaboración propia

Por el norte: terreno de propiedad privada

Por el este: terreno de propiedad privada

Por el oeste: terreno de propiedad privada

Por el sur: con Avenida Los Productores sin numero

5.7.4 Área y perímetro

El terreno tiene un área de 15720.94 m² y un perímetro de 572.29

5.7.5 Accesibilidad

Se puede acceder por la Av. Los productores que es doble vía y se sitúa en la frentera dl terreno a su vez esta es una extensión de la avenida Industrial que interseca con una de las vías arteriales de la ciudad que es la circunvalación esta.

5.7.6 Zonificación

Se divide en distintas zonas empezando por la de puestos de venta, zona de servicio continuamente con la zona de administración, zona de venta de calzado

y ropa además cuenta con una zona para una plaza de ingreso que incluyen zonas de paraderos, seguidamente la zona de la infraestructura del mercado. En su exterior se desarrolló una zona destinada como aporte al entorno urbano y a su vez resolvería cierta problemática, que es una plaza con áreas para la venta y comercio itinerante. La circulación es de forma directa desde la plaza de ingreso y posee dos entradas secundarias.

5.7.7 Cuadro de áreas

Figura 85. Cuadro de areas

CUADRO DE AREAS (m2)							
PISOS	AREAS DE PROYECTO						
	Existentes con Licencia	Demolicion	Nueva	Ampliacion	Remodel.	Parcial	TOTAL
PRIMER PISO			6710.00				6710.00
SEGUNDO PISO			3591.60				3591.60
TERCER PISO							0.00
CUARTO PISO							0.00
QUINTO PISO							0.00
SEXTO PISO							0.00
PISOS SUPERIORES							0.00
AREA PARCIAL							
AREA TECHADA TOTAL							6710.00
AREA DEL TERRENO							15720.94
AREA LIBRE TERRENO						(57.32) %	9010.94

Fuente: Elaboracion propia

5.7.8 Descripción del proyecto

5.7.8.1 Distribución:

La propuesta de distribución del proyecto, se ha realizado en dos niveles además de un sótano para el área de estacionamiento, a su vez el equipamiento se complementa con 2 espacios de esparcimiento que son una plaza de ingreso y a su lado izquierdo una plaza que tendrá como función el ámbito recreacional y a su vez albergar a comerciantes itinerantes con áreas designadas

Primer Nivel:

Esta comprendido por las siguientes zonas

- Plaza de ingreso sirve como espacio de inserción a la infraestructura, para albergar como espacio previo a las instalaciones, además cuenta con áreas verdes y espacios como paradero de buses, estacionamiento para bicicletas y paradero de mototaxis y motos.
- Mercado: cuenta un hall para su recepción seguidamente de puestos de venta de artículos de primera necesidad, así como comercio complementario con acceso directo a la plaza, además de baterías de baños

aptos para personas con discapacidad, en la parte posterior al área comercial , encontramos el área administrativa seguida del área de servicio en el cual encontramos almacenes, cámaras frigoríficas, cuarto de máquinas, etc. y como antesala un área de control de los productos que son recepcionados en su exterior en el área de carga y descarga

- Plaza para venta itinerante: Situado al lado izquierdo con referencia a la infraestructura encontramos la plaza con plataformas destinadas para venta de comerciantes itinerantes además de venta de flores y plantas medicinales, también cuenta con 3 viveros como espacio de exhibición para nuestra flora y a su vez producir venta de las mismas y finalmente también encontramos espacios de recreación como juegos para niños pérgolas y áreas verdes.

Segundo nivel:

- Subiendo por la escalera del ingreso secundario nos encontramos con un espacio destinado a patio de comidas con vista a l exterior gracias a su muro cortina, aquí también podemos encontrar puestos de cafeterías, venta de comida, postres, etc. También encontramos una batería de baños.
- En la parte posterior se encuentra organizado distintos puestos para venta como ropa, calzados y accesorios, un área de depósitos para la mercadería de los comerciantes y un segundo nivel del área administrativa.

5.7.8.2 Sistema Funcional

El proyecto comprende ingresos y salidas diferenciadas. Como ingreso principal tenemos en la parte frontal de la infraestructura precedido por una plaza de ingreso

Como ingresos secundarios contamos con dos, una situada al lado derecho del ingreso principal, el otro a mano izquierda con referente al ingreso principal, pero con un retiro.

Como salidas auxiliares tenemos una que nos conduce desde el interior del mercado hacia un área libre que es destinada a la zona de carga y descarga; y la

siguiente en misma línea recta desde el interior de la infraestructura a mano izquierda, esta salida nos lleva a la plaza destinada para el comercio itinerante.

Figura 86. *Sistema funcional de proyecto- ingresos y salidas*



Fuente: Elaboracion propia

En cuanto a la circulación dentro de la edificación tenemos una del tipo lineal como podemos observar en los siguientes gráficos.

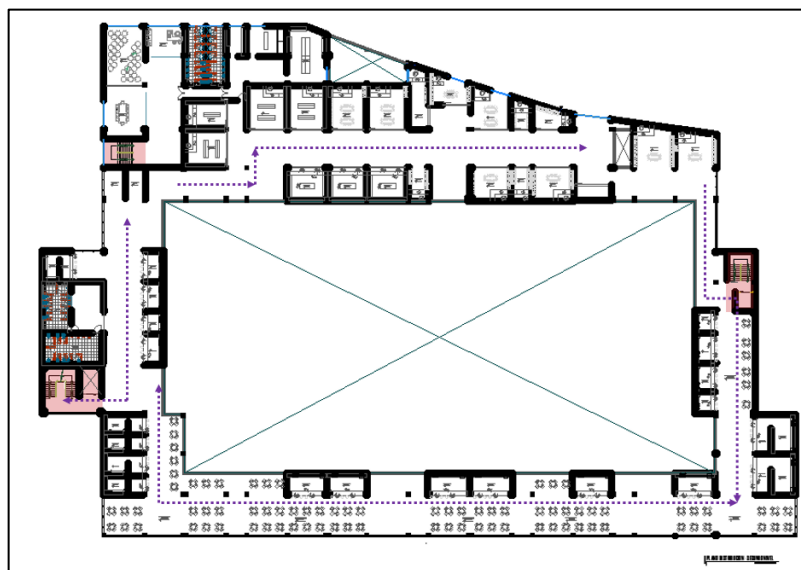
La circulación vertical destinó I se dos cajas de escaleras con ascensores que nos llevan al segundo nivel del proyecto; en el área administrativa contamos con una caja de escaleras que nos lleva al segundo nivel de esta zona, logrando así una circulación fluida y diferenciada.

Figura 87. *Sistema funcional de proyecto – circulaciones primer nivel*



Fuente: Elaboracion propia

Figura 88. Sistema funcional de proyecto – circulaciones segundo nivel



Fuente: Elaboración propia

5.7.8.3 Sistema Formal

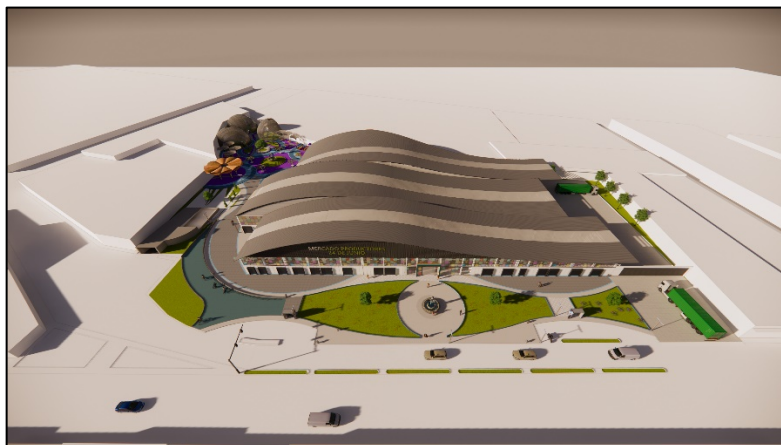
La forma del edificio es en su interior organizado de maneras lineales para que el usuario pueda ubicarse desde cualquier sitio que se encuentre en el mercado donde puede encontrar el resto de las áreas. Su cubierta es de forma curva ayudando a darle jerarquía al edificio con respecto a las edificaciones continuas a él y contribuyendo al lenguaje del tipo de infraestructura de un mercado.

5.7.8.4 Sistema Estructural

Se optó por el sistema constructivo Steel framing el cual está compuesto principalmente por su construcción de elementos en acero y con revestimientos de placas de concreto para dar mejores acabados. Este sistema tiene muchos beneficios para este tipo de construcciones como el gasto financiero ya que, si bien al inicio con respecto a las tradicionales obras de concreto o albañilería confinada es un precio más elevado, en el proceso se va ahorrando tiempo y costos a comparación de sistemas tradicionalmente usados.

Para su cobertura se empleó una cercha curva por la forma de la cobertura dada de un ancho de 1 metro debido a la altura.

5.7.8.5 Vistas 3D

Figura 89. *Vista aerea de modelado en 3D*

Fuente: Elaboracion propia

Figura 90. *Vista de plaza de ingreso*

Fuente: Elaboracion propia

Figura 91. *Vista de fachada principal*

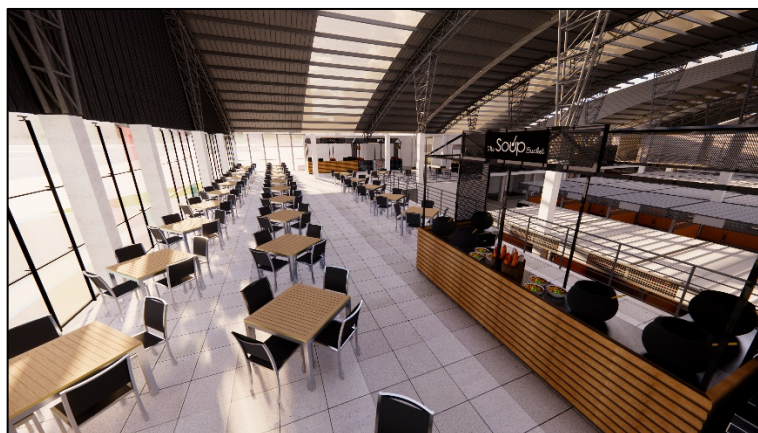
Fuente: Elaboracion propia

Figura 92. *Vista interior de espacio de venta*



Fuente: Elaboracion propia

Figura 93. *Vista interior de patio de comidas*



Fuente: Elaboracion propia

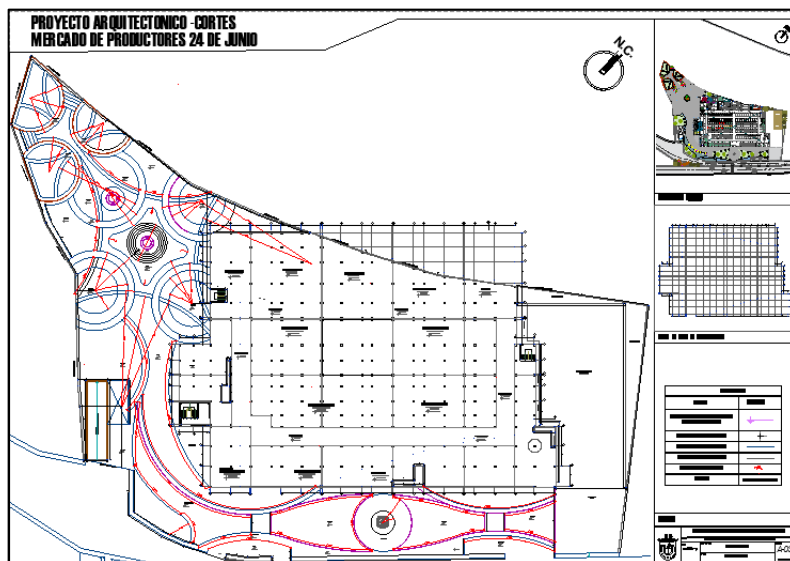
Figura 94. *Vista de plaza para venta Itinerante*



Fuente: Elaboracion propia

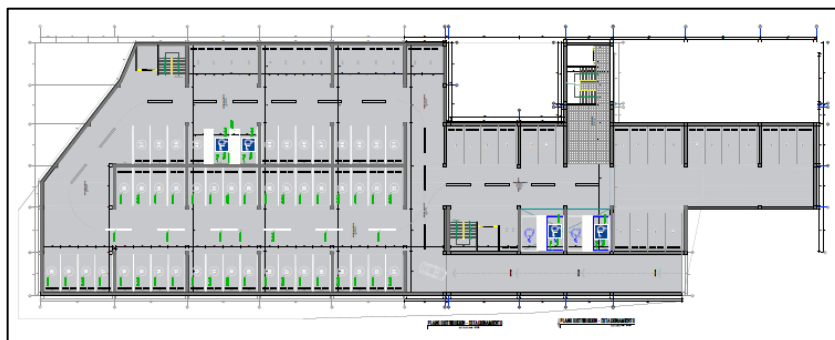
5.8 Proyecto

Figura 95. *Plano de trazados*



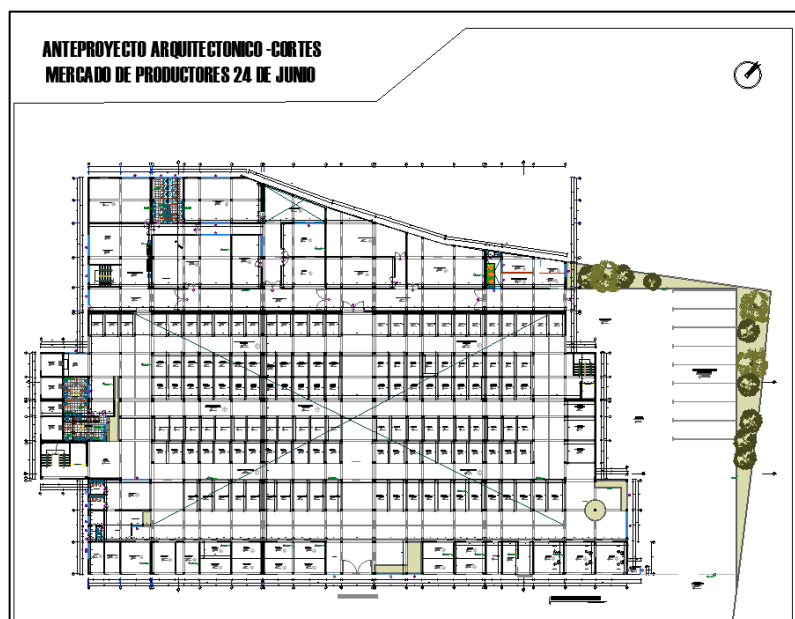
Fuente: Elaboracion propia

Figura 96. *Plano de sotano- estacionamiento*



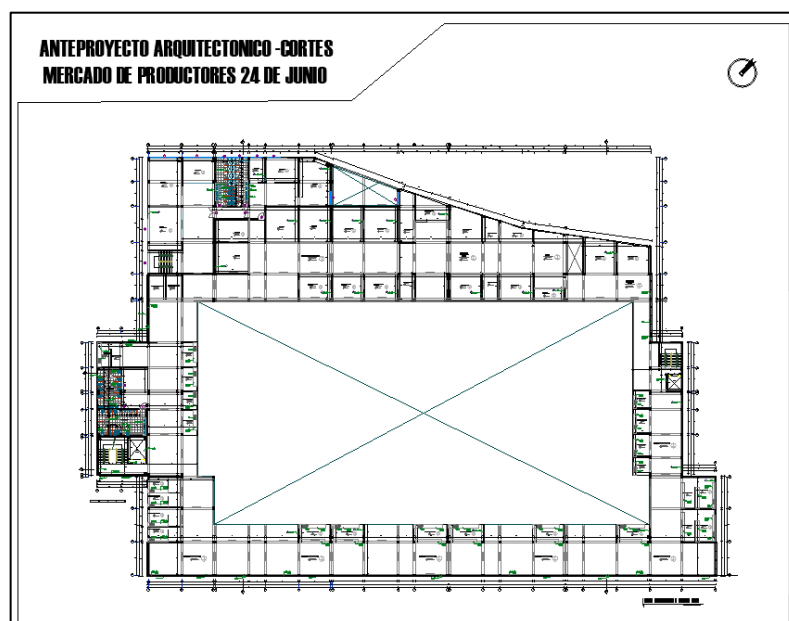
Fuente: Elaboracion propia

Figura 97. *Planimetria primer nivel*



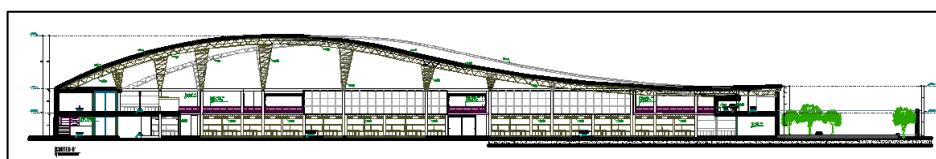
Fuente: Elaboracion propia

Figura 98. *Planimetria segundo nivel*



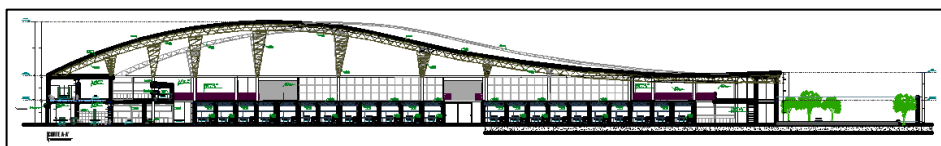
Fuente: Elaboracion propia

Figura 99. *Corte A-A longitudinal*



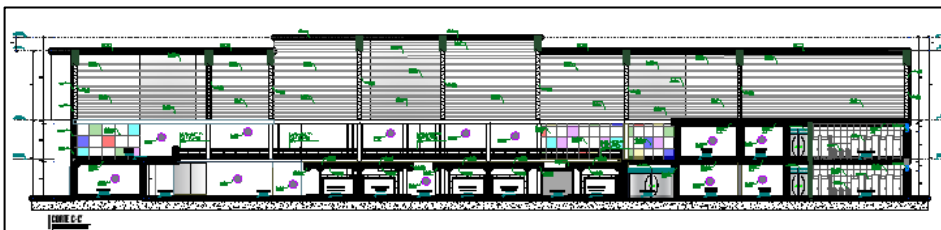
Fuente: Elaboracion propia

Figura 100. Corte B-B longitudinal



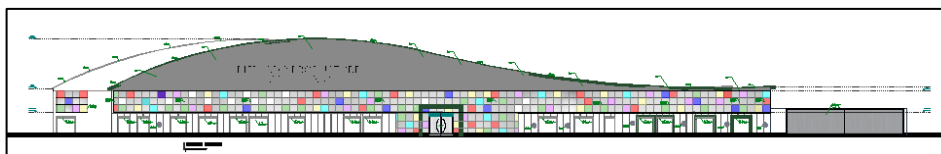
Fuente: Elaboracion propia

Figura 101. Corte C-C transversal



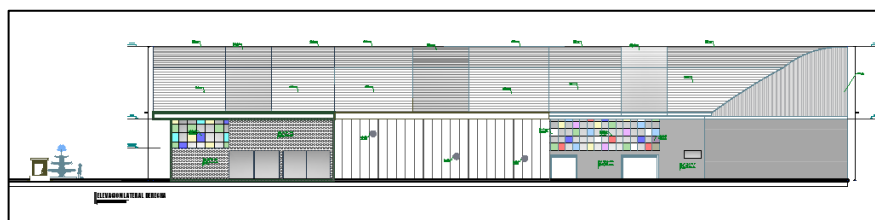
Fuente: Elaboracion propia

Figura 102. Elevacion principal



Fuente: Elaboracion propia

Figura 103. Elevacion lateral derecho



Fuente: Elaboracion propia

Figura 104. Elevacion lateral izquierdo



Fuente: Elaboracion propia

6 CAPÍTULO VI. RESULTADOS

Los siguientes resultados se tuvieron en consideración para la propuesta arquitectónica, basando en las opiniones del usuario, para los requerimientos mínimos al momento de diseñar la propuesta.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE TOMA DE MUESTRA

Para la muestra se tomó Al usuario permanente del Mercado de productores – 24 de junio, a ciertas autoridades y un personal técnico del Distrito de Pocollay para que nos den su punto de vista referente al tema en estudio.

- Técnica: Encuesta física
- Instrumento: Cuestionario sobre opiniones
- Muestra: 35 vendedores, 2 autoridades, 1 personal técnico

Objetivo General: Proponer una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para alcanzar un desarrollo sostenible.

USUARIOS FRECUENTES

La encuesta a los usuarios frecuentes se puede observar en el CAPÍTULO III. de METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN juntos con las encuestas realizadas a los mismos.

PERSONAL ADMINISTRATIVO

En este grupo de entrevistados se tomo como muestra a dos autoridades del distrito y un personal técnico para conocer sus distintas opiniones.

Tabla 10. *Pregunta 1. Encuesta personal administrativo y técnico*

GUIA DE ENTREVISTA		
OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar las dinámicas comerciales del distrito de Pocollay.		
ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3
Dentro de las propuestas de gestión del nuevo gobierno municipal ¿Conoce si se ha considerado presupuestal o proyectualmente una propuesta de infraestructura comercial?		
<p>INTERPRETACIÓN: El distrito a decir verdad en lo que tengo conocimiento, aun no tiene planeada una intervención para una infraestructura de este tipo, pero sería una gran inversión y mejora para el distrito.</p>	<p>INTERPRETACIÓN: Debido a que ningún mercado en la historia de Pocollay se le tuvo una adecuada atención, en los tiempos de la Covi-19, cuando prácticamente se reactivó el mercado de productores, se notó la necesidad y carencia de invertir en este tipo de equipamientos, sin embargo, aún no se tiene previsto alguna intervención.</p>	<p>INTERPRETACIÓN: No, aun no se ha planeado nada en el n nuevo gobierno municipal a ningún nivel para esta tipología de infraestructural, más estoy de acuerdo que se debe tocar estos temas y tipo de intervenciones ya que mejoraríamos mucho el estándar de vida de los pobladores, que al final es lo que se tiene como motor para todo tipo de inversión publica</p>
INTERPRETACIÓN GENERAL		
Si bien el personal técnico y administrativo piensa que es un tema de vital importancia, no se ha solicitado no planteado algún tipo de intervención en el mercado de productores el cual es el único que actualmente se encuentra en funcionamiento para el abastecimiento de la población pocollaina.		

Fuente: Elaboracion propia basada respuestas dadas en entrevistas .

Tabla 11. *Pregunta 2. Encuesta personal administrativo y técnico*

GUIA DE ENTREVISTA		
OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar las dinámicas comerciales del distrito de Pocollay.		
ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3
¿Considera usted que es necesario una infraestructura para el abastecimiento de la población distrital de tipo comercial? ¿Esto mejoraría a su opinión la dinámica comercial en el distrito?		
<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Considero que, si es momento de pensar en este tipo de infraestructura, en el distrito tuvimos tres mercados que abastecían al distrito, pero por distintos problemas ya no están en uso y esos espacios han sido destinados para otro tipo de usos. Mejoraría e impactaría favorablemente en la economía des distrito ya que se crearían nuevas oportunidades de empleo.</p>	<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Si, se debería. Mejorar el dinamismo comercial en el distrito y daría espacios adecuados a los productores de nuestra zona y es mas no solo al distrito de Pocollay sino también este mercado alberga productores de distritos como pachia, calana etc.</p>	<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Si para todo distrito es necesario las intervenciones en sus equipamientos, en este caso de tipo comercial. Ayudaría a la población a elevar su calidad de vida, generar nuevos puestos de empleos para incrementar el ingreso de las familias y también incrementaría el dinamismo comercial de los agricultores no solo de Pocollay, sino también de distritos como Calana y Pachia que también comercializan sus productos en el mercado activo de Pocollay.</p>
INTERPRETACIÓN GENERAL		
La comercialización dentro del distrito está en reactivación recientemente así que no se cuenta con las instalaciones necesarias para poder abastecer al distrito, así que sería importante invertir en un mercado que pueda dar oportunidad de empleo a muchas personas y ordenar para una comercialización mucho más fluida dentro del distrito.		

Fuente: Elaboracion propia basada respuestas dadas en entrevistas .

Tabla 12. *Pregunta 3. Encuesta personal administrativo y técnico*

GUIA DE ENTREVISTA		
Objetivo específico 2: Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar la imagen urbana del sector, lo que con llevará a elevar la calidad de vida de los pobladores.		
ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3
Dentro de las propuestas de gestión del nuevo gobierno municipal ¿Conoce si se ha considerado presupuestal o proyectualmente algún tipo de intervención en el entorno urbano de la Av. Productores?		
<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Si, se ha visto la necesidad de la intervención a lo largo de la av. Productores, por ello este año se ha planteado aprobar un plan para poder mejorar esta avenida que es tan transitada, también implementarla del mobiliario urbano necesario.</p>	<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Si, aun que recién está siendo planteado a nivel de proyección ya planteado para la intervención de esta zona, así mejoraremos la calidad de vida de los habitantes de nuestro distrito que merecen se hagan realidad estas pobras</p>	<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Si, dentro de la proyección de este año se espera aprobar el plan para la intervención de esta avenida, debido a que se ha visto que es una de las pocas avenidas que no cuenta con el desarrollo planeado en a nivel urbano, careciendo de veredas, paraderos señalizaciones, y la luminaria que en esta zona es muy importante, para alejar la inseguridad y dar un mejor confort al ciudadano</p>
INTERPRETACIÓN GENERAL		
Se tiene planteado una intervención para el desarrollo de la av. Productores que es la avenida de doble vía que se encuentra en la propuesta que se da en el presente estudio, todos concluyen que es necesaria esta intervención para elevar la calidad de vida de los pobladores del distrito, desarrollando las adecuadas vías de vehiculares paraderos , vías peatonales y lo más importante que todos piensan es la iluminación en la zona ya que por el momento causa cierto ambiente de inseguridad debido a la falta de postes de luz		

Fuente: Elaboracion propia basada respuestas dadas en entrevistas .

Tabla 13. *Pregunta 4. Encuesta a personal técnico y administrativo*

GUIA DE ENTREVISTA		
Objetivo específico 2: Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar la imagen urbana del sector, lo que con llevará a elevar la calidad de vida de los pobladores.		
ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3
¿Considera que es importante la creación de espacios urbanos en el distrito?		
<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Si, considero que es importante, para la interacción de los habitantes, como plaza, áreas verdes intervenciones s de vías, entre otros</p>	<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Pocollay es un distrito con mucho intercambio cultural entre su gente, de familias costumbristas y por lo mismo se tienen fechas de celebraciones dentro del distrito, estos espacios urbanos que creo deberían crearse mas en el distrito son lugares de esparcimiento como plazas donde estas actividades puedan ser realizadas.</p>	<p>INTERPRETACIÓN:</p> <p>Pocollay, así como la ciudad de Tacna no cumple con el área verde mínima de m2 por habitante, así que la creación de espacios urbanos como parques alamedas, etc., son un gran aporte tanto a nivel distrital como a la ciudad, también aporta al intercambio cultural ya que tendrán zonas destinadas establecidas para distintas actividades socio culturales , y no se tendría por que afectar otras zonas que afecten las actividades diarias de los pobladores.</p>
INTERPRETACIÓN GENERAL		
Los espacios urbanos son de vital importancia en la vida de las personas para las relaciones socio culturales y el confort de los mismos en la zona que pertenecen, al tener este tipo de espacios se evitara cada vez menos problemas para desarrollar actividades al aire libre y celebraciones que se tienen establecidas por cultura. Creación de espacios urbanos ayudan a disminuir el déficit que se tiene en este aspecto, además de ayudar a la contaminación ambiental del aire, y ayudar a la imagen urbana.		

Fuente: Elaboracion propia basada respuestas dadas en entrevistas .

DISCUSIÓN

Conforme al objetivo específico 1 de la investigación, es cual plantea “Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar las dinámicas comerciales del distrito de Pocollay”; se hace referencia a las respuestas dadas por los usuarios como vendedores dentro del mercado, autoridades y profesionales en el tema, evidenciando que es necesario una regeneración urbano arquitectónica en el ámbito estudiado para el confort y calidad de vida de sus pobladores , este tipo de intervención tendría impacto positivo impulsando el dinamismo comercial en el distrito y ayudando al desarrollo sostenible ya que se generaría mayor puestos de empleo y la economía se elevaría.

Adicional se pudo confirmar que esta intervención mejoraría a las dinámicas comerciales con las bases teóricas investigadas tanto a nivel nacional como en la ciudad de Tacna, el comercio en nuestra ciudad a lo largo de los años a sido acomodada de una manera que pudiera subsistir por el momento y ejercer la actividad primaria, sin embargo el poco estudio del tema y sin concebir las premisas necesarias para la ubicación de estos establecimientos ni su diseño , solo ocasionaba que estos lugares terminaran con el pasar del tiempo siendo deficientes para cubrir las necesidades de la sociedad y su demanda que iba en crecimiento en conjunto con el aumento de su población, es así que al basarnos en estudios similares se dedujo que las infraestructuras en nuestro país necesitan gran atención y regulación para un mejor manejo de comercio de artículos de primera necesidad y brindar salubridad a los habitantes.

El objetivo específico 2 busca “Desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica en la zona – mercado de productores 24 de junio del distrito de Pocollay para mejorar la imagen urbana del sector, lo que con llevará a elevar la calidad de vida de los pobladores”, el tema de imagen urbana cada vez se tiene más encuentra para el desarrollo de los distritos en nuestra ciudad, aun nuestro país no cumple con los m² por habitante mínimos de áreas verdes pero , si cada distrito y ciudad empiezan incluir estos aportes que incluyan estas áreas junto con zonas de esparcimiento públicas como parte de sus distintas intervenciones iremos mejorando este aspecto poco a poco, y así poder crear ambientes urbanos

con un mayor confort y calidad de vida adecuados para las personas de nuestra sociedad.

Con respecto al objetivo 2 anterior mencionado también se tomó en cuenta parte de las bases teóricas tanto como antecedentes de contexto similares el que ambos casos fueron intervenidos mercados que no cubrían con todas las capacidades ni aforo adecuado, ni tampoco se explotaba el concepto de integración urbana, pasando desapercibido en su contexto, sin embargo, luego de las nuevas propuestas y sus ejecuciones se vi el cambio e impacto positivo para su sociedad.

CONCLUSIONES:

Para la presente investigación se consideró la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, teniendo como muestra a los comerciantes formales e informales y los usuarios que desarrollan actividades distintas en cada día en el Mercado de productores - 24 de junio, debido a que ellos viven y reconocen la situación real, ven día a día las carencias y deficiencias que cuenta la infraestructura existente actualmente, el deterioro de su entorno urbano y la inseguridad que se produce.

Al comienzo de la presente investigación se planteó como objetivo general proponer una regeneración urbano arquitectónica en la zona para alcanzar un desarrollo sostenible, esto se logra debido con la implementación de una infraestructura que cuente con los requisitos fundamentales para brindar este servicio, lo que originara más espacio para puestos de venta por ende una mayor tasa de personas que trabajen formalmente y con la calidad debida.

Con respecto al objetivo específico 1 Se logro desarrollar una propuesta de una regeneración urbano arquitectónica que mejorará el dinamismo comercial del distrito, con espacios adecuados y ordenados para cada actividad que se realiza en este tipo de comercio.

El objetivo específico 2 referente a mejorar la imagen urbana del sector, y mejorar la calidad de vida de los pobladores, se logra mediante la propuesta ya que si bien se cuenta con una infraestructura que cumple con todos los estándares, también se propone un área publica con zonas destinadas para la venta de itinerante, que se origina en la vía pública inmediata al mercado, como en la ciudad, liberando el espacio de vías públicas que están siendo ocupadas por la venta de este tipo, ordenando así en un lugar predestinado para estos comerciantes y que a su vez aporta un entorno mucho más agradable al medio ambiente y al entorno .

RECOMENDACIONES:

Se recomienda a las Entidades Públicas, encargadas de la planificación urbana, en sus planes de desarrollo urbano, deberán de establecer adecuadamente las zonas comerciales de la ciudad, para que así estos establecimientos se puedan convertir en un foco que beneficie al desarrollo de una zona e incluso la ciudad misma.

Se recomienda a la municipalidad encargada de la gestión del Distrito y la organización encargada del manejo de este mercado, desarrollen un convenio mediante el cual se pueda impulsar mediante distintos canales de difusión la publicidad del servicio y la infraestructura que se ofrece.

Se recomienda que la municipalidad encargada del distrito lleve a cabo en coordinación con la organización encargada de la infraestructura planes para la limpieza de la misma y desinfección cada cierto tiempo para que así se pueda seguir cumpliendo las medidas de control y sanidad de los productos.

Se recomienda que la municipalidad del distrito lleve a cabo el desarrollo urbano de las vías al entorno, para lograr un mejor orden público, generar seguridad y crear una imagen urbana más armoniosa.

Se recomienda a arquitectos crear propuestas que ayuden a ordenar el tema del comercio itinerante y de los mercados de abastos, donde se debe tener en cuenta condiciones espaciales y físicas: espacios reglamentados, circulación, salubridad y confort ambiental. Con el cual se logre brindar comodidad tanto a los comerciantes, así como a los usuarios, a su vez ayude a mejorar la calidad de vida de la sociedad y mejorar la imagen urbana de la zona.

BIBLIOGRAFIA

- Alvaro Espinoza ,Ricardo Fort y Mauricio Espinoza. (Diciembre de 2022). El impacto de la pandemis en el sistema de distribucion de alimentos del Perú:los mercados de abastos minoristas. *GRADE*, 12-56.
- Arq. Mba.Hernan Rafael Elguera Chumpitazi. (octubre de 2018). Estrategias de formulacion de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura. *CIC: 4to boletín del Centro de Investigación de la Creatividad UCAL*, 1 . Obtenido de <https://repositorio.ucal.edu.pe/handle/20.500.12637/241>
- Chipana Torres, E. (2017). *Historia de Pocollay Tacna* (1era ed.). Tacna: Editorial &imprensa Aguilar. Obtenido de <https://www.munidepocollay.gob.pe/media/filesMedia/e1f5dfr5g4f4s/Historia%20de%20Pocollay%20Tacna.pdf>
- Giovani, C. y. (2017). *Giovanni Ricardo, C.C., y Juan Carlos, R.G. (2017). "Propuesta de rehabilitación del antiguo mercado de abastos Andres F. Vivanco En Ayacucho". Tesis para obtener el Título Profesional De Arquitecto. Universidad Ricardo Palma.:*
- GOBIERNO NACIONAL DEL PERÚ. (s.f.). *RNE -NORMA G.010. Titulo 1 - A.010. CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO*. Lima, Perú.
- Gordón, R. A., Estrada, M., Rodríguez, N. y., & Antonio. (2007). *Los Mercados Minoristas Como Motor Para El Desarrollo Económico, Social Y Cultural De Una Ciudad. Mejores Prácticas Para La Modernización*. (Rojo, & francisco, Edits.) Washington, D.C.: Banco Interamericano De Desarrollo.
- Hernandez, c. p., & Andreeva. (2016). En Massey.
- INEI. (2016). *Censo Nacional de Mercados de Abastos*. Peru.
- Iraegui Cuentas, E. (2015). *Conceptos de Rehabilitación Urbana. El Caso de PER del Casco Viejo DE Bilbao*. TE, Universidad de Euskal Herriko del pais Vasco Unibertsitatea. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/21229/TFG_IraeguiCuentas.pdf?sequence=1#:~:text=La%20regeneraci%C3%B3n%20urbana%2C%20entonces%2C%20es,renovaci%C3%B3n%20y%20la%20evitalizaci%C3%B3n%20urbana.
- James H.McMillan y Sally Schumacher. (2001). *Método de muestreo no probabilístico por conveniencia*.
- Kevin Lynch. (2008). *The Image of the City*. Massachusetts: EditorialGustavoGili-Barcelona. Obtenido de <efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://taller1smcr.files.wordpress.com/2015/06/kevin-lynch-la-imagen-de-la-ciudad.pdf>
- Lillian Alejandra, Barturen Aguilar y Silvana Jazmín, Guerra Cabrera. (2021). *Nuevo mercado de abastos en el distrito de Magdalena Del Mar*. tesis para obtener el grado profesional de arquitecta titulada.
- Magda. Q. y Edgar Raúl, M. S. (2022). *mercado de abastos para el desarrollo e integracion de la cultura local en el distrito de san miguel* .

Medina & Alvarez. (2007).

Ministerio de la Producción. (2021). Norma Técnica para el Diseño de Mercados de Abastos Minoristas. Perú. Obtenido de https://transparencia.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/transparencia/proyectos-de-inversion/niveles-de-servicio/2021/PNDP/NS/Norma_Tecnica_R_M_N_148_2021_PRODUCER.pdf

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POCOLLAY. (2020). *Plan de desarrollo local concertado actualizado del distrito de pocollay 2020-2025*. tacna.

ONU. (1987). *Nuestro futuro común*. Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

ONU. (2021). Los Compromisos Con Las ODS., (págs. 5-13).

organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura. (2017). *guia para la planificacion y diseño de mercados minoristas en las ciudades de peru*. Lima, Peru.

Organización de Las naciones unidas para la alimentación y la agricultura. (2017). *Guia para la planificacion y diseño de mercados minoristas en las ciudades del peru*. Lima.

PDU. (2015-2025). Plan de desarrollo urbano. Tacna.

Pérez, Beatriz Guzmán; Monteverde, María Victoria Pérez; Cervantes, Javier Mendoza Jiménez y Cándido Román. (2021). EL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE Y LOS MERCADOS DE ABASTOS: EL EJEMPLO DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS NUESTRA SEÑORA DE ÁFRICA (TENERIFE). *CIRIEC*, 1, 95. Obtenido de <http://ciriec.es/wp-content/uploads/2020/09/COMUN-012-T9-ROMAN-GUZMAN-et-al-ok.pdf>

Produccion, M. d. (2021). *Modelo de gestión para mercados de abastos minoristas competitivos*. Lima, Perú.

RAE. (s.f.). *Diccionario*. (R. A. Española, Editor) Obtenido de <https://dle.rae.es/urbanismo>

Reglamento nacional de edificaciones. (2011). *norma A.070 Comercio*.

Ricardo, C. (2022). *el comercio informal y la influencia en el deterioro del espacio urbano, caso de estudio: av. Patricio Melendez, Distrito, provincia y departamento de tacna*. Tacna.

Roberts. (2000). *et al.* Profesor de Planificación Europea Estratégica en la Universidad de Dundee (Reino Unido) y Director del Comité de Buenas Prácticas de la Asociación Británica para la Regeneración Urbana. Obtenido de [efaidnbmnnibpajpcglclefindmkaj/https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/21229/TFG_IraeguiCuentas.pdf?sequence=1#:~:text=La%20regeneraci%C3%B3n%20urbana%2C%20entonces%2C%20es,renovaci%C3%B3n%20y%20la%20revitalizaci%C3%B3n%20urbana](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/21229/TFG_IraeguiCuentas.pdf?sequence=1#:~:text=La%20regeneraci%C3%B3n%20urbana%2C%20entonces%2C%20es,renovaci%C3%B3n%20y%20la%20revitalizaci%C3%B3n%20urbana).

ROBLES. (2014).

Rodas C, P. (2018). *“Revitalización del mercado 27 de febrero (Cuenca-Ecuador)”*. Proyecto final de carrera para la obtención de Título Profesional De Arquitecto, Universidad Del Azuay.

Sara Elizabeth, P. H. (2020). *mercado centro de abastos, como fragmento de solución del desorden urbano, en el centro del distrito de Reque.*

Sara González. (junio - agosto de 2018). La «gourmetización» de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso su evolución e impactos sociales. *FUHEM ECOSOCIAL*, 1-8.

SENASA. (2003). Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos .

Suárez, L. (2011). *Mercados y Mercaderes.*

weather spark. (s.f.). *weather spark*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/26562/Clima-promedio-en-Pocollay-Per%C3%BA-durante-todo-el-a%C3%B1o#Sections-Clouds>