

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE ARQUITECTURA**



**Diseño del mercado 9 de Octubre y el espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE**  
**ARQUITECTO**

**AUTOR**

**Christy Lissete Meza Arias**

**ASESOR**

**Gonzalo Mauricio Echeandia Vanderghem**

<https://orcid.org/0000-0003-0568-1127>

**Chiclayo, 2025**

**Diseño del mercado 9 de Octubre y el espacio público colindante  
como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo**

PRESENTADA POR  
**Christy Lissete Meza Arias**

A la Facultad de Ingeniería de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**ARQUITECTO**

APROBADA POR

Jose Carlos Arriaga Saavedra  
PRESIDENTE

César Fernando Jiménez Zuloeta  
SECRETARIO

Gonzalo Mauricio Echeandia Vanderghem  
VOCAL

## **Dedicatoria**

Todo este esfuerzo y perseverancia en mi camino profesional está dedicado a mis padres; Christian Meza y Magda Arias, y a mi hermana, que son fuente de mi inspiración y admiración. Por su apoyo incondicional, amor y tener la dicha de tenerlos conmigo.

## **Agradecimientos**

Inicial a Dios, por bendecirme, por cada obstáculo superado en la jornada, darme salud, familia, amor y orientarme día a día en mi camino.

A mis padres por su apoyo, por darme el impulso de continuar y no detenerme, en especial las idóneas palabras de mi papá que tendré presente:

” yo ejercí mi vocación en condición a lo que me alcanzaba, pero tú tienes la oportunidad de ejercer tu vocación y lo que deseas sin condición de lo que quieras ejercer”.

A mi hermana por darme ánimos y fuerzas en cada momento.

A mis amigos(as), que estuvieron dispuestos de manera apreciada al ofrecerme su ayuda, apoyo, e incluso acompañarme en los momentos de alegrías y angustias.

A mi asesor, Arq. Gonzalo Echeandia por su gran labor como docente el cual encaminó mi investigación. Asimismo, destacar su disposición optimista para impartirme sus enseñanzas y tenerme mucha paciencia acompañada de su comprensión

## CHRISTY LISSETE MEZA ARIAS

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>biondigiuliimd2014.wordpress.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>4</b>	<b>informatica.upla.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>es.scribd.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.continental.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>repository.uniminuto.edu</b> Fuente de Internet	

## Índice

Resumen .....	7
Abstract .....	8
Introducción .....	9
Revisión de literatura .....	11
Materiales y métodos .....	16
Resultados y discusión .....	18
Conclusiones .....	33
Recomendaciones.....	38
Referencias .....	39
Anexos.....	43

## **Lista de figuras**

Figura 1: Área de intervención y entorno inmediato. Fuente propia .....	18
Figura 2: Plano de usos de suelo y jerarquía vial. Fuente propia.....	20
Figura 3: Plano de densificación y trama urbana. Fuente propia .....	21
Figura 4: Plano de flujo vehicular y peatonal. Fuente propia .....	22
Figura 5: Plano de la actividad comercial del mercado 9 de Octubre. Fuente propia.....	23
Figura 6: Plano de análisis del grado de comercio ambulatorio. Fuente propia .....	24
Figura 7: Plano de contaminación del suelo e inseguridad ciudadana. Fuente propia.....	25
Figura 8: Estado físico del edificio. Fuente propia .....	28
Figura 9: grado de deterioro. Fuente propia .....	29
Figura 10: Propuesta - Programa arquitectónico. Fuente propia.....	33

## Resumen

Frente a las nuevas demandas sociales y crecimiento poblacional, los mercados minoristas se ven expuestas a acondicionarse a las necesidades del usuario, debido a que en ella sucede el intercambio económico, social y cultural. En contraste con esto, actualmente, el mercado 9 de Octubre localizado en la provincia de Chiclayo muestra una considerable aglomeración, descuido, desorganización espacio funcional e inclusive puestos sin uso en su interior como resultado de su desarticulación con su entorno y falta de gestión. A pesar de esto, según su análisis y notable influencia en la zona, se considera como un equipamiento con potencial productivo para el sector. Por esta razón, el objetivo general de esta investigación propone el planteamiento de un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para la recuperación del espacio comercial degradado, estableciendo una mejora en el intercambio comercial del sector en Chiclayo. Este estudio es de naturaleza cualitativa de manera aplicada e involucra cuatro fases de recopilación y análisis de datos: análisis de la realidad física del mercado, evaluación de la infraestructura y funcionalidad existente, el estudio de casos para obtener estrategias que determinen soluciones sostenibles y adaptables, y, por último, propuesta de un programa arquitectónico que asegure el desarrollo de las actividades económicas. Es así que, la función del diseño que contempla la regeneración del mercado 9 de Octubre lograría convertirlo en un núcleo dinámico que impulse las actividades económicas en su sector, con el propósito de mantenerse en equidad ante posibles cambios adversos y promoviendo a sus usuarios calidad de vida.

**Palabras clave:** Intervención arquitectónica, mercado, espacio público, regeneración, degradación.

### **Abstract**

Given with new social demands and population growth, retail markets are exposed to adapting to the needs of the user, because economic, social and cultural exchange takes place there. In contrast to this, currently, the 9 de Octubre market located in the province of Chiclayo shows considerable overcrowding, neglect, disorganization of functional space and even unused stalls inside as a result of its disarticulation with its surroundings and lack of management. Despite this, according to their analysis and notable influence in the area, it is considered a facility with productive potential for the sector. For this reason, the general objective of this research proposes the approach of an architectural regeneration design of the 9 de Octubre market and public space for the recovery of degraded commercial space, establishing an improvement in the commercial exchange of the sector in Chiclayo. This study is qualitative in nature in an applied manner and involves four phases of data collection and analysis: analysis of the physical reality of the market, evaluation of existing infrastructure and functionality, case study to obtain strategies that determine sustainable and adaptable solutions, and, finally, a proposal for an architectural program that ensures the development of economic activities. Thus, the function of the design that contemplates the regeneration of the October 9 market would convert it into a dynamic nucleus that promotes economic activities in its sector, with the purpose of remaining equitable in the face of possible adverse changes and promoting quality of life for its users.

**Keywords:** Architectural intervention, market, public space, regeneration, degradation.

## Introducción

Los mercados son considerados nodos de interacción social con valor histórico, donde se llevan a cabo actividades comerciales de alta congregación de personas y de reciprocidad cultural, por lo tanto, atraviesan continuos procesos de transformación físico-espaciales que se van adaptando según las demandas sociales. Sin embargo, debido a la intensificación comercial e inadecuada gestión urbana los mercados minoristas resultan expuestas a una progresiva pérdida de valor significativo y estructural.

Asimismo, la reconversión de estos mercados enfrenta constantes desafíos; el crecimiento demográfico, la informalidad comercial y particularmente la implementación de políticas y estrategias extranjeras según las nuevas tendencias urbanas, las cuales no consideran las características locales propias del sector al intervenir en el mercado. Espinosa y Bailey (2022) indican que, estas transformaciones tendrían un efecto importante en las comunidades y sus costumbres consolidadas, a causa de que en estos casos se prioriza las tendencias de estetización mercantilizada orientándolas a un grupo en particular de turistas en lugar de preservar las funciones tradicionales del mercado, lo cual conduciría a un resultado similar de pérdida del equipamiento y su ámbito urbano.

Simultáneamente, Damián F. (2021) menciona que la desarticulación del espacio público con su entorno conlleva una disolución contextual, lo cual acelera la degradación urbana en el área. El aumento del comercio informal genera un impacto negativo al invadir calles y veredas, junto con el bajo índice de áreas verdes por habitante recomendado por la OMS en Chiclayo, lo que evidencia una carencia ocasionando un mal uso de los espacios públicos y los mercados modificando su imagen urbana.

Es así que, esta investigación se centra en el análisis del mercado minorista localizado en el pueblo joven 9 de Octubre, en razón de mejorar el bienestar social frente al deterioro urbano. Pues actualmente, este mercado se ve confrontado con diversos problemas que dificultan su funcionamiento adecuado, tales como; el déficit de espacio público, servicios insuficientes, desorden y áreas verdes limitadas, lo que dificulta satisfacer las necesidades de la comunidad. Por lo tanto, la intervención en el mercado 9 de Octubre tiene como propósito inicial la recuperación de los espacios degradados del mercado, seguida de su regeneración para garantizar una experiencia de consumo satisfactoria.

La actividad comercial en torno al mercado 9 de Octubre se ha mantenido en crecimiento desde su inauguración en 1971, consolidándose como un comercio minorista sumamente productivo en el P.J. 9 de Octubre y convirtiéndose así en punto de abastecimiento primario con importancia estratégica. No obstante, los efectos negativos que genera susceptibilidad por degradación urbana en el ámbito físico radican en su dinámica comercial; es decir, el equipamiento no se adapta a las prácticas de consumo y venta actual de los compradores y comerciantes. Esta situación exige a los usuarios elegir entre la disponibilidad del puesto de venta, la estructura habitual del mercado o la versatilidad del sector ambulante que se desarrolla en sus exteriores.

Además, con respecto a su emplazamiento, experimenta un alto flujo comercial en la zona sur al estar situado en una zona urbana adyacente a avenidas significativas como la av. 9 de Octubre y la av. El ejército, sin embargo, su conexión con la zona norte se ve desvinculada por barreras urbanas correspondientes al complejo deportivo del mismo sector. Esto resulta en la presencia predominante de muros continuos que se visualizan a lo largo del trayecto, lo cual es un factor más del porque el mercado evita prolongadas horas de actividad debido a la inseguridad y abandono que trasmite (Ver anexo 01).

Por otra parte, como resultado de la pandemia, se implementaron rigurosas medidas de salubridad según la disposición espacial y funcional del mercado, sin embargo, expuso las vulnerabilidades críticas que llevaron al cierre temporal de ciertos puestos comerciales por no mantener la distancia mínima requerida en sus circulaciones y áreas (Ver anexo 02). A esto, la comunidad local persistió en sus actividades de compra y venta a pesar de las restricciones, esforzándose por mantener un nivel de vida estable, es así que, si un escenario similar se repitiera, la actividad comercial experimentaría dificultades.

En este contexto, es evidente la prioridad de reformular la arquitectura existente, lo cual se justifica la realización de este proyecto de investigación sobre un diseño arquitectónico conveniente para la transición de adaptabilidad del mercado 9 de Octubre según las nuevas exigencias sociales y urbanísticas. Este diseño debe integrar entornos vitales que favorezcan al desarrollo de las interacciones sociales y económicas, facilitando así la articulación del mercado con el tejido comercial de Chiclayo. Es por ello, que ante la situación actual expuesta surge la pregunta: ¿Cómo un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de Octubre favorece en la recuperación de los espacios públicos y comerciales degradados, en Chiclayo?

En respuesta, esta investigación pretende aportar al mercado minorista mediante un nuevo equipamiento, el aumento de la valorización de su espacio para mayores ingresos y brindando a su disposición el servicio básico de alimentos para el progreso de las actividades económicas, por ende, asegurando la dinamización comercial. Además, de ser utilizada en próximos estudios urbanísticos como estrategia de sostenibilidad económica. Por lo tanto, se ha establecido como objetivo principal proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

Con este propósito previamente mencionado, se plantearon cuatro objetivos específicos: primero, analizar la realidad física que compone el mercado 9 de Octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento; segundo, evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro; tercero, indagar casos de proyectos afines y en circunstancias relacionadas, el cual se establezcan estrategias que determinen soluciones adaptables para el proyecto en base a estos; y finalmente, plantear un programa arquitectónico que asegure el desarrollo de las actividades económicas y cumpla con las necesidades del sector.

En conclusión, en el marco de este estudio se aborda las actividades sociales, comerciales y factores urbanos como base para una propuesta de diseño arquitectónico estratégico para el impulso de regenerar edificios públicos en condición de proceso degradativo. Asimismo, es importante que se implementen mecanismos por parte de la gestión pública para una acción rápida en colaboración con urbanistas, que promuevan un proceso urbano positivo y propicien un ambiente conveniente para el desarrollo comercial.

### **Revisión de literatura**

La actividad comercial que posee un mercado minorista sumado la concurrencia del mismo, concibe ser un vínculo de la cultura del lugar y núcleo de cohesión social, estableciendo como resultado la integración de diferentes factores y dinámicas sociales. En consecuencia, el mercado queda expuesto a adversos cambios que conllevan a su degradación, por lo cual, conviene emplear una regeneración de tal modo que dinamice el espacio, con el fin de permitir la reactivación económica del mercado a través del manejo integral de espacios públicos que busque fortalecer las dinámicas sociales y culturales.

Asimismo, las intervenciones de regeneración implican un proceso progresivo del espacio a resolver que aumenten y favorezca la puesta en valor del equipamiento y su entorno, hasta conseguir ser un elemento de planeación urbana a escala macro, de modo que forme parte de la estrategia de acupuntura urbana, (Bedoya, 2022).

Esta investigación tiene como dirección la regeneración del mercado vinculado al modelo de ciudad compleja y sostenible, es decir, que se enfoca en edificaciones sostenibles al mismo tiempo modificables con el ideal de reconectar y cambiar a través de una acción de regeneración sin alterar ninguna de las funciones de la ciudad, dado que su finalidad es recuperar el mayor espacio urbano posible.

Para empezar, el concepto sobre los mercados, Ceruti (2021) explica que es una infraestructura comercial y propiedad pública a cargo de la municipalidad, en donde se generan centros de concentración e intercambio social, económico y cultural. Involucra las acciones de adquirir y vender productos, así como alimentos de primera necesidad. Por lo tanto, están al servicio de la comunidad para abastecer, de manera que en ocasiones es considerado un hito urbano debido a su importancia.

Hay que mencionar que, en la búsqueda de incrementar la dinamización comercial en los mercados para conservar las actividades de producción y venta, el atractivo del uso pasa por un deterioro espacial al acoger una constante afluencia de personas, por esta razón es oportuno innovar en ciertos periodos los espacios comerciales adecuándose al constante cambio que lo pueda influir.

Por ello, el grado de deterioro en un mercado se ocasiona principalmente por el comercio informal, ocupación del espacio público, entre otras, por tal motivo demuestra que el entorno urbano y social influyen en el mercado, por ende, este se ve afectado estructuralmente como

funcional. Hernández (2017); Sánchez y Cante (2022) investigaron la recuperación del equipamiento existente en base al análisis del entorno que lo compone y la problemática del crecimiento demográfico, el cual, son las principales causas de las transformaciones en el ámbito comercial, generando constantes cambios a lo largo del tiempo. En los dos estudios se aplicó los métodos de observación, fuentes de información secundaria e innovación en mercados, hallando en los mercados estudiados desacuerdos con relación a las políticas urbanas, por lo tanto, para cada estudio se establecen mecanismos que beneficien la actividad de la comunidad y el encuentro colectivo dentro de una estructuración renovada.

Eventualmente, Espinosa y Bailey (2022), Salazar et al. (2022) y Batista Torres (2019) explican en sus indagaciones la tendencia de transformar el espacio físico de los mercados, el cual la intervención en estos espacios degradados del mercado afecta también su patrimonio, por lo cual la acción lo dirige a un término denominado gentrificación, que aportará efectos positivos económicas y funcional poniendo en valor su sector. En los dos estudios utilizaron métodos de análisis documental y revisión bibliográfica, identificando en los mercados el análisis de tres conceptos en similitud: heterogeneidad, sostenibilidad y comercio distributivo. En consecuencia, explican que no todas las intervenciones están destinadas a ser un éxito; en ocasiones, solo una parte de los actores sociales se beneficia de ellas, es fundamental evaluar cuidadosamente el impacto de cada intervención y buscar la participación activa de todos los actores para maximizar los beneficios y minimizar las disparidades.

Además, Passaro (2021) y Ramírez (2021) manifestaron en sus informaciones la diversidad gastronómica y su auge como atractivo en los mercados, es tal que ha provocado la necesidad de implementar espacios como ferias temporales y plazas donde el lugar de producción proporcione suministros para la elaboración platos en relación a su historia. En los dos estudios utilizaron métodos de recopilación de datos, fichas con casos de estudio espacio funcional y análisis documental de flujos y necesidades del usuario. Un punto a tomar en cuenta es que la mayoría de mercados no responden a este aspecto de integrar un espacio gastronómico, sin embargo, la difusión de la gastronomía mediante los mercados cumpliría un rol significativo por su relación en varios ámbitos, además de atraer el turismo, puestos de trabajo e inclusión. Este espacio destinado a la gastronomía debe tener jerarquía y a la vez comunicación con los puestos de venta, ser amplio y en específico que pueda operar a la vista del visitante – comprador, al igual que pueda tener un buen mobiliario para que pueda permanecer el mayor tiempo posible.

En otro orden, el concepto asociado a la sostenibilidad y recuperación del edificio por deterioro es la regeneración. Andrade-Serrano et al. (2024), haciendo referencia a (Clegg, 2012) menciona que la regeneración se desarrolla a partir de la recuperación espacial y revitalización del espacio funcional originado por un constante deterioramiento, de manera que las intervenciones de regeneración pueden ser a escala ciudad, barrial y de proyecto. Asimismo, su intervención se considera acciones de largo plazo por que permanecerá dinamizando el lugar sin dificultad adaptándose a las nuevas tendencias urbanas. También tiene como objetivo encontrar soluciones para mejorar la calidad de vida y generar versatilidad de actividades, pues propone diferentes métodos a regenerar como: restauración y

rehabilitación según la problemática, con el fin de recomponer un equipamiento urbano ya construido en degradación a través de una acción de regeneración.

Por su parte, Ospina (2019) y Zarate (2019) determinaron en sus indagaciones dos pautas: la primera; la estrategia de incorporar la calle al mercado y espacio público, y la segunda; que las unidades espacio funcionales permiten organizar pertinentemente el mercado en base a la normativa y requerimientos de la población. En los dos estudios utilizaron métodos de recopilación de casos de estudio, revisión bibliográfica y análisis documental sobre la competitividad comercial, encontrando que la integración de las actividades comerciales se extiende hasta la calle y viviendas próximas. Los enfoques conceptuales empleados son los siguientes; entornos vitales de Ian Bentley y tipologías de mercado. Por consiguiente, la regeneración en los mercados abarca su radio de acción, el cual se emplean las normativas y ejecución de los parámetros urbanos, logrando controlar que los flujos urbanos (vehicular y peatonal) además de la informalidad comercial no saturen el mercado de manera que se pueda acceder con facilidad a abastecer.

Al mismo tiempo, al ser considerado el mercado un condensador social es recomendado una hibridación de usos en conjunto con las funciones del mercado, donde el programa arquitectónico sea catalizador, que a su vez incorpore elementos del entorno como el paisaje urbano y espacio público, con el fin de contener en integridad la sinergia del mercado que se requiere en el sector comercial. De igual modo, se hace énfasis que la regeneración del equipamiento debe comprender el funcionamiento del ámbito urbano y la problemática de espacios marginados reemplazarlos por un diseño urbano que contenga un espacio intermodal que otorgue seguridad y libertad al transitar, todo lo antes mencionado bajo una previa planificación con huella urbana; educación, recreación, salud, etc., ... (Santos, 2019).

En segundo lugar, el estudio del espacio público según, Briceño (2018) y Ruiz (2020) explican en sus investigaciones que el comprender la dinámica del entorno y elementos existentes percibido en un espacio, estimule al usuario con imágenes y sensaciones agradables para invitarlo a transitar. En los dos estudios utilizaron métodos de recopilación precedente y fichas de análisis, el cual se abordan diversas representaciones, pero con carácter nodal que anexa las actividades sociales en un escenario. En tal sentido, la reciprocidad entre el paisaje urbano y espacio público, el cual se reúnen criterios de diseño en un enfoque visual y el espacio físico adecuado en donde se va a emplear para desarrollar las actividades son igualmente precisos. Por su parte, Ríos (2020), comenta que el paisaje urbano y el equipamiento debe leerse como una sola pieza que reciba la comunidad. Esta pieza arquitectónica a la vez cumple el rol de integrarse a la trama urbana, siendo capaz de relacionarse con la naturaleza y el usuario.

En cuanto la vulnerabilidad del espacio público, López y Faginas (2019) describen la inseguridad y desuso generados en el espacio a partir de que la zona comercial se encuentra en constante deterioro, el cual implica el declive sus espacios públicos. En el estudio se empleó la recolección de testimonios por medio de entrevistas, averiguando que el deterioro que se genera en el espacio no es solo por la diversidad de actividades e informalidad

comercial que se apodera del espacio, sino también por la falta de mantenimiento debido a un presupuesto insuficiente por parte de las autoridades, por lo tanto, el aporte del espacio público en relación al mercado es esencial para ofrecer interrelación y socialización en un ambiente favorable que atraigan al usuario o visitantes.

Teniendo en cuenta lo anterior, la reactivación económica del mercado en un sector barrial se va a beneficiar aún más si es incluido todos sus actores sociales además del comercio informal dentro de una red de espacios clave de la ciudad a través del manejo integral de espacios públicos con un valor cultural que va a buscar fortalecer las dinámicas sociales y culturales mediante la participación de la comunidad. (Aparicio & Flórez, 2022)

Ahora bien, Canedo (2019) y Páramo et al. (2018) describen las condiciones y estrategias que contemplara el espacio público para los comerciantes informales, utilizando métodos de observación aplicada y recolección de datos. En base a esto el análisis determinó que los comerciantes formales e informales buscan estar a la vista del usuario, es decir se ubicarán estratégicamente en el espacio con mayor jerarquía y visualización para exponer sus productos, además de darse a notar mediante letreros o banners. En este sentido este tipo de dinámicas desordenadas, pone en valor el espacio, el cual el confort y orden garantice la calidad de vida en el sitio. Por lo tanto, la heterogeneidad de todo lo que sucede en el mercado va a requerir de la variedad y disponibilidad espacial.

De igual manera, Schroeder y Vilo (2020), así como Panduro y Araujo (2020) explican en sus indagaciones organizar los espacios entre el tipo de actividad y la calidad en el espacio físico. El grado de participación en el espacio indicara un mayor porcentaje espacial para el desarrollo de la actividad en proporción de la escala barrial. En los dos estudios utilizaron métodos de recopilación precedente, encuestas y fichas patológicas, el cual complementan los principios de la clasificación de un buen espacio público que se explica según Jan Gehl, junto las siete cualidades para percibir el espacio al igual que las sensaciones que provoca según Ian Bentley para las manifestaciones culturales o acciones.

Un tercer aspecto, asociado al concepto de recuperación del espacio, según Espinosa et al. (2021) menciona que la alternativa para que el espacio sea recuperado este debe cumplir con el mobiliario y condiciones dables, pues incentivará al usuario o visitante a que pueda realizar sus actividades sociales bien desarrolladas y propiciar un ambiente adecuado. Además, la fragmentación social es en consecuencia parte de la desorganización de movilidad y flujos que interactúan, por lo cual para una mejor convivencia en un sector barrial se debe considerar potenciar los espacios públicos en correlación a conceptos vitales y hacerlos permeables para una continuidad de actividades. Complementándolo con lo afirmado por Casas (2019), con respecto a la edificación, los defectos de construcción pueden poner en peligro la integridad de la estructura y, en consecuencia, la seguridad humana; aunque parezcan insignificantes, pueden convertirse en una fuente física y psicológica de malestar en el medio ambiente y, por lo tanto, afectar la calidad de las condiciones de vida.

Por otro lado, se hace mención el enfoque que interviene la manera de concebir el mercado cambian según el lugar y tiempo. Huanqui et al. (2021) hace mención el actual impacto que tuvo la pandemia a inicios del 2020 sobre los mercados, ocasionando el implemento de nuevas medidas y protocolos de bioseguridad. La base de los mercados Post Covid-19 es generar permeabilidad en el edificio y la calle para conseguir conexiones fluidas, además de disponer de una apropiada ventilación e iluminación, con el fin de prevenir espacios reducidos y proporcione calidad de vida en el individuo. Otro factor importante es el distanciamiento social lo cual contrapone la cohesión social que se busca en un principio, sin embargo, a esta cuestión las estrategias a emplear son las siguientes: extender dimensiones de los puestos venta, la organización espacial y su transición a los espacios de vida que se conforman por plazas o patios centrales, y por último que la estructura se perciba desplegada a la calle con más de dos accesos, para lograr un lugar de convergencia sin aglomeración

En consecuencia, la disposición espacial al interior del nuevo mercado acorde a los criterios de diseño debe poseer; espacios flexibles, amplia circulación, empaquetamiento de servicios, así como una zona de carga - descarga y puntos de gastronomía como plazas, vinculados a la calle para motivar al usuario mayor permanecía. El programa se mantiene dependiendo los usos, pero se dotan de más áreas incluido un espacio de desinfección previo a los puestos comerciales.

Con respecto, al contexto urbano se busca recuperar en todo caso la memoria urbana que representa la población del sector el cual se va habilitar, por lo tanto, se diseña de manera que visualice y simbolice la historia en conjunto con el equipamiento, además de darle poder para expresarlo en un solo espacio (Carrión & Dammert, 2019)

Para esta investigación se recurrió de la normatividad de acuerdo al ámbito comercial que se rigen en el Perú, el cual incluye para su diseño y construcción los siguientes:

Norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas; el cual proporciona criterios y directrices para el diseño y la construcción de mercados minoristas, asegurando que cumplan con requisitos técnicos y de calidad. Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE): Norma A.070. Comercio, Norma A.130. Requisitos de seguridad y Norma A.120. Accesibilidad para personas con discapacidad y de las personas adultas mayores, además del apoyo del Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo.

Permeabilidad: Son los espacios colectivos con un diseño flexible y enfocado al usuario. Teniendo en cuenta que al momento de diseñar es necesario prever que la iluminación sea la más óptima y este enfocado a todos estos espacios, porque ante múltiples escenarios esta debe ofrecer en todos los cambios posibilidad de no romper la continuidad en el diseño y espacio.

Heterogeneidad: La dinámica social y la diversidad de la población que se concentra en los mercados

**Turistificados:** Mercados que cambian su uso inicial para ser dirigidos y adaptados a los turistas, sin embargo, con implicaciones tanto positivas como negativas para la comunidad local y su entorno

**Patología:** no se limita a las enfermedades en sí, sino que también abarca los cambios estructurales y funcionales que pueden ocurrir como resultado de estas. Por lo tanto, el término "patología" en singular se refiere a la disciplina científica que estudia estos aspectos de origen, causa y diagnóstico en el campo de la construcción.

## **Materiales y métodos**

El presente estudio es de enfoque cualitativo, realizado bajo la modalidad de investigación aplicada, que surge de la búsqueda de la innovación práctica respaldada por bases teóricas en problemas específicos dentro del campo de estudio. Se emplea un diseño de investigación de tipo no experimental longitudinal, porque recopila datos por medio de la observación de las dinámicas sociales y urbanas en su medio natural durante distintos periodos de tiempo definido, con el fin de luego ser analizados (Sampieri et al., 2014). A su vez, la investigación es a nivel descriptivo, al detallar los factores de la realidad socioeconómica y urbana del mercado de manera superficial sin someterla a una verificación experimental. De este modo, se describen las siguientes dos variables: variable independiente, diseño arquitectónico del mercado 9 de Octubre y variable dependiente, recuperación del espacio público y comercial degradado.

El área de interés comprende la población del Pueblo Joven 9 de Octubre, ubicado en el sector 23 del distrito de Chiclayo, correspondiente a la provincia de Chiclayo, en la región Lambayeque y el objeto de estudio es el mercado minorista y su espacio público colindante. Para ello, el proceso de investigación se realizó en cuatro fases distintas, cada una con su propio enfoque y objetivos específicos:

**Fase 01:** Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de Octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.

La primera fase, consistió en el reconocimiento del lugar mediante continuas visitas de campo al mercado en horarios convenientes para comprender su dinámica comercial. Dicho objetivo se abordó en tres dimensiones: físico-espacial, ámbito comercial y físico-ambiental. Para su desarrollo, se utilizó las técnicas de observación, entrevistas y análisis documental; en la etapa inicial, se aplicaron instrumentos como guías de observación, registro fotográfico y elaboración de cartografías representativas de la muestra existente. Asimismo, se optó por entrevistas semiestructuradas, a través de preguntas generales abiertas según el perfil del entrevistado: comprador, comerciante y habitante de la zona, obteniendo como resultado la recolección de datos sobre su entorno y hechos que acontecen. Sumado a lo ya expuesto, se consultó información complementaria del plan de desarrollo urbano para comprender la estructura espacial y mapear las características urbanas del lugar. Por otra parte, para procesar los datos, se utilizaron herramientas especializadas: AutoCAD para la elaboración de planos técnicos, en conjunto con Adobe Photoshop para la edición de imágenes en calidad, y

Microsoft Word para las entrevistas y manejo de las fichas de observación. Para concluir, los instrumentos aplicados fueron diseñados para el estudio y validados por un especialista, lo que garantiza su veracidad en el contexto de la evaluación científica.

**Fase 02:** Evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro.

La segunda fase, consistió en determinar el confort de habitabilidad dentro del mercado mediante la recolección de datos sobre patologías estructurales en el espacio funcional. Se utilizó las técnicas de observación y entrevistas; en la etapa inicial, se aplicaron instrumentos como guías de observación y elaboración de cartografías de la planta existente e inicial. Adicionalmente, se empleó fichas de lesiones y patologías para evaluar el grado de deterioro de cada área, por tal motivo se dividió el mercado en tres sectores para captar los matices de su funcionamiento: zona comercial, zona administrativa y zona de servicios complementarios, y exterior, identificando así las causalidades o motivos de los cuales conllevaron a su gradual degradación. Asimismo, se optó por entrevistas semiestructuradas, a través de preguntas generales abiertas según el perfil del entrevistado: comprador, comerciante y habitante de la zona. Por último, para procesar los datos, se utilizaron herramientas especializadas: AutoCAD para la elaboración de planos técnicos, SketchUp para la creación de configuraciones volumétricas, estos dos programas previamente nombrados se complementaron con Adobe Photoshop para la producción y edición de imágenes, Microsoft Word para las entrevistas y Microsoft Excel para la evaluación de las fichas de lesiones y patologías.

**Fase 03:** Indagar casos de proyectos afines y en circunstancias relacionadas, el cual se establezcan estrategias que determinen soluciones adaptables para el proyecto en base a estos.

La tercera fase, consistió en indagar estrategias de referentes que tengan correlación con el mercado actual. Para llevar a cabo este objetivo, se utilizó la técnica de análisis documental y se basó en fuentes secundarias como plataformas digitales de arquitectura e investigaciones, realizando un análisis integral de casos de estudio sobre renovación arquitectónica, a fin de, obtener datos generales de su emplazamiento, concepto, función, espacialidad y otros aspectos relevantes. Por último, se procesó los datos únicamente con Adobe Photoshop para la edición de imágenes y el diseño gráfico de las láminas, las cuales ilustran cada referente para aplicarlo posteriormente al proyecto actual.

**Fase 04:** Plantear un programa arquitectónico que asegure el desarrollo de las actividades económicas y cumpla con las necesidades del sector.

Finalmente, la cuarta fase, consistió en establecer las condiciones generales del espacio de acuerdo con la normativa y parámetros urbanísticos, con un enfoque centrado en las actividades que se generan en el mercado. Para su desarrollo se utilizó la técnica de análisis documental, basándose en fuentes secundarias como investigaciones reglamentarias conformado por el Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE), norma técnica para el diseño de mercados minoristas y el Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo (SISNE);

específicamente el apartado de equipamiento comercial del capítulo II, obteniendo en su totalidad la recopilación de datos sobre el coeficiente de áreas y zonas complementarias necesarias en el equipamiento. Para concluir, se procesó los datos mediante herramientas especializadas como Adobe Photoshop para la edición de imagen y el diseño gráfico de la ficha de referencia, y Microsoft Excel para la realización del cuadro de áreas orientado a la propuesta del programa arquitectónico.

## Resultados y discusión

### Primera fase

El presente apartado expone los resultados obtenidos de analizar la realidad física que compone el mercado 9 de Octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento. Partiendo de la estructura de los instrumentos se realizó un análisis, el cual fue posteriormente validado (Ver Anexo 03-06) y se divide en tres dimensiones:

#### 4.1. Dimensión Físico-espacial

De acuerdo con el estudio exógeno, se presenta el análisis de los elementos que componen el entorno inmediato del mercado a nivel barrial, cuya delimitación consideró un radio de influencia de 1.2 km, sin converger con otras tipologías comerciales. A primera instancia, se constata que el mercado se establece como el epicentro del desarrollo comercial de la zona, mostrando una dinámica activa al emplazarse en un núcleo consolidado (Ver Figura 01).



Figura 1: Área de intervención y entorno inmediato, ubicado en el Pueblo Joven 9 de Octubre. Fuente propia

Así mismo, mediante la observación detallada que dio como resultado las cartografías y registro fotográfico (Ver Anexo 07), se llevó a cabo un estudio exhaustivo para determinar más sobre el sitio. Por lo tanto, se empleó entrevistas adaptadas al perfil de cada usuario para

conocer su percepción del sitio y contrastar con la información recopilada sobre el área urbana que alberga el mercado. Este enfoque permitió obtener un panorama más amplio y preciso, permitiendo facilitar su posterior estudio endógeno.

En esta primera parte, se consultó a los compradores a través de una interacción directa, el cual, dio a conocer que la cercanía a sus viviendas permite que sus compras se realicen en menor tiempo sin desplazarse a lugares distantes. Los entrevistados también mencionaron que, si bien la ubicación del mercado es relevante para su preferencia, valoran su amplia variedad de productos como; alimentos frescos, abarrotes y artículos de primera necesidad que juega un papel decisivo al momento de elegir.

En cambio, en el caso de los comerciantes entrevistados, mencionaron que la principal motivación para trabajar en el mercado es el aspecto económico, es decir, las oportunidades laborales que se ajustan a sus habilidades e intereses. A pesar de la existencia de otros mercados, el mercado 9 de Octubre se destaca por su gran afluencia de público, lo que facilita el acceso a una amplia base de clientes y genera un ambiente favorable para la venta de productos. Sin embargo, los habitantes de la zona entrevistados expresaron una impresión negativa del mercado y sus alrededores debido a la aglomeración, la contaminación y el desorden vehicular que se observa casi a diario. (Ver Anexo 10)

Con respecto a su sistema vial, se ubica en la intersección de las Av. El Ejército, Ca. Soberanía y Av. 9 de Octubre. Siendo la Av. Juan Tomis Stack la que conecta y abastece al mercado de suministros. En relación al emplazamiento, se caracteriza por albergar una variedad de usos que incluyen comercios, la predominancia de viviendas comercio, colegios, una parroquia y el complejo deportivo del sector, entre otros usos de suelo. Aunque estos elementos se encuentran adyacentes entre sí, carecen de una conexión clara, lo que implica dificultades tanto en la interacción de los diferentes usos, como en el intercambio entre los habitantes que utilizan estos servicios, lo que podría limitar las actividades al momento de desarrollarse (Ver Figura 02).

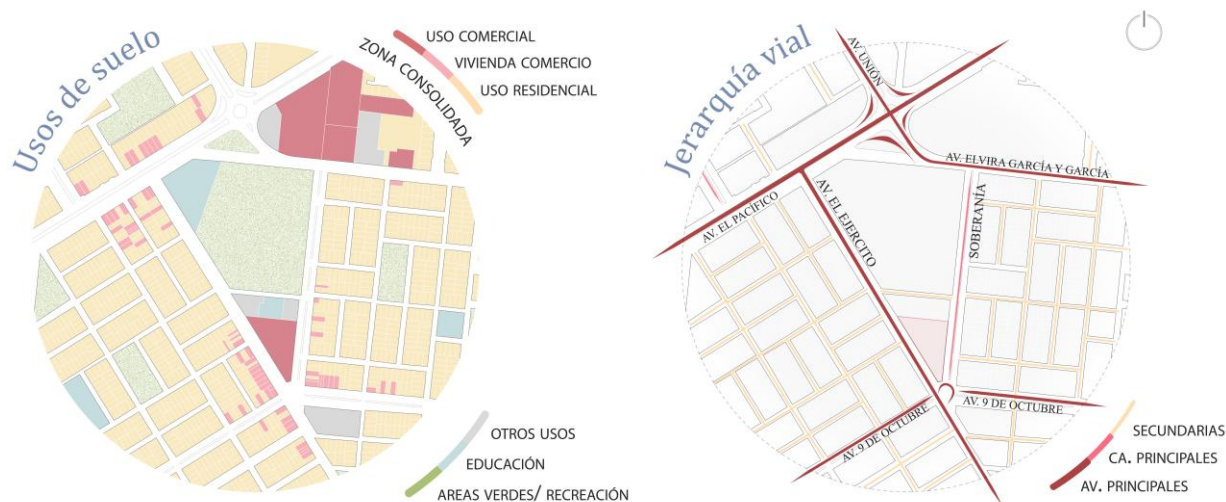


Figura 2: Plano de usos de suelo y jerarquía vial. Fuente propia

En esta segunda parte, los compradores entrevistados coinciden en que la imagen urbana del lugar dista mucho de ser un escenario agradable pues, a primera vista, la presencia desorganizada de vendedores ambulantes y acumulación de residuos sólidos generan un ambiente caótico. La proximidad al mercado genera un flujo continuo de residentes y visitantes, lo que ha propiciado crear mayor interacción, pero a su vez falta de espacio público, incluyendo que actualmente la Av. El Ejército no dispone de pavimentación en contraste con la Av. Soberanía que posee pavimentación a través de obras recientemente efectuadas a finales del 2023.

Asimismo, los comerciantes entrevistados se enfrentan con el principal problema, que es la ausencia de zonas designadas para la descarga de mercadería, obligando a los vehículos estacionarse en calles y veredas, obstruyendo el libre tránsito. Estas dificultades se traducen en retrasos en la apertura de los negocios, lo que afecta en parte las ventas y los ingresos de los comerciantes. Para concluir, los habitantes de la zona entrevistados expresaron que las actividades de la parroquia y el colegio inicial adyacentes al mercado, se desarrollan con normalidad sin que se genere un impacto directo como interrupciones o disturbios. Al contrario, a pesar de la aparente desvinculación directa entre el mercado y los usos, es la afluencia de público al comercio lo que evita que se sienta muy presente la percepción de inseguridad en la zona que genera inquietud en los entrevistados en ciertos horarios del día.

Otro punto a considerar es la densidad poblacional y el trazado urbano que lo componen. En esta investigación, se observa que la densidad residencial se encuentra distribuida de manera uniforme en cada una de las manzanas y en un nivel alto. Esta alta densidad demuestra la intensa ocupación del espacio habitable y sugiere una concentración significativa de residentes en la zona. Por otra parte, al observar la disposición de las manzanas, se evidencia que estas conforman una trama urbana caracterizada por su organización tanto paralela como perpendicular. Esta disposición geométrica de las calles y manzanas facilita la

accesibilidad y la circulación dentro del barrio, permitiendo una distribución eficiente de los servicios y usos variables que se localizan en el sector.

Además de eso, de acuerdo los datos recopilados, se identifica el rango poblacional referencial que orientan la planificación y el desarrollo de este mercado minorista que oscila entre 122 249 habitantes. Esta cifra puede variar para cada ciudad, pero proporciona una perspectiva sobre la capacidad de respuestas de los servicios públicos y comunitarios frente a las demandas de una población (Ver figura 03).

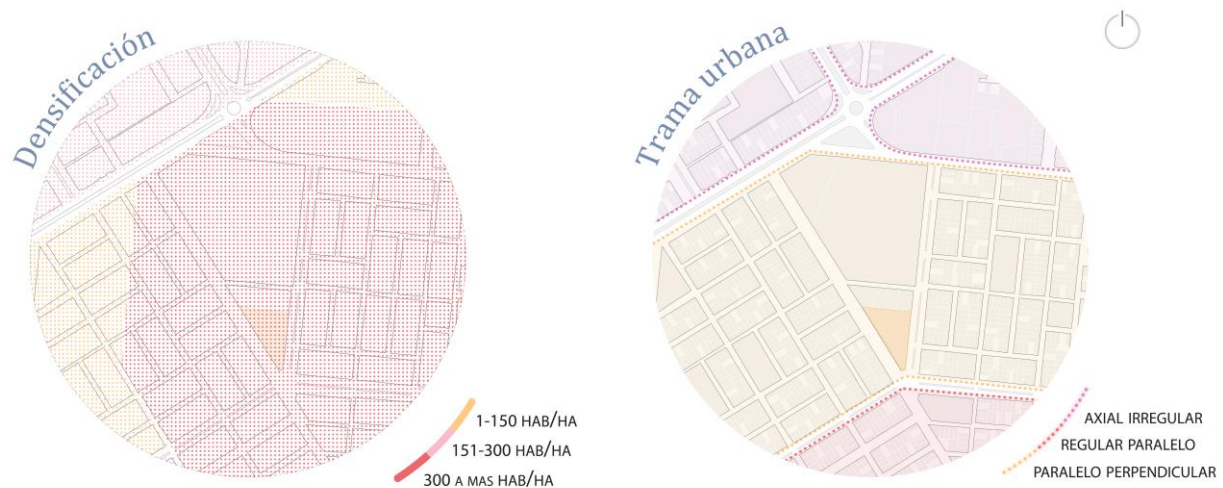


Figura 3: Plano de densificación y trama urbana. Fuente propia

A propósito de los flujos y nodos viales, así como peatonales, se aborda la gestión y análisis entre las vías más destacadas, se distingue la Calle principal 9 de Octubre como la de mayor intensidad de flujos a nivel vehicular y peatonal, mientras que la Av. El Ejército sobresale como la más transitada a nivel peatonal. Esta situación genera una confluencia entre ambas calles, donde se observa una interacción espacial entre los diferentes actores peatonales y vehiculares. A su vez, el nodo de congestión vehicular más notable ocurre en la intersección de la Av. El Ejército con la Calle 9 de Octubre y la de menor flujo en ambos escenarios es la Calle Soberanía (Ver Figura 04).

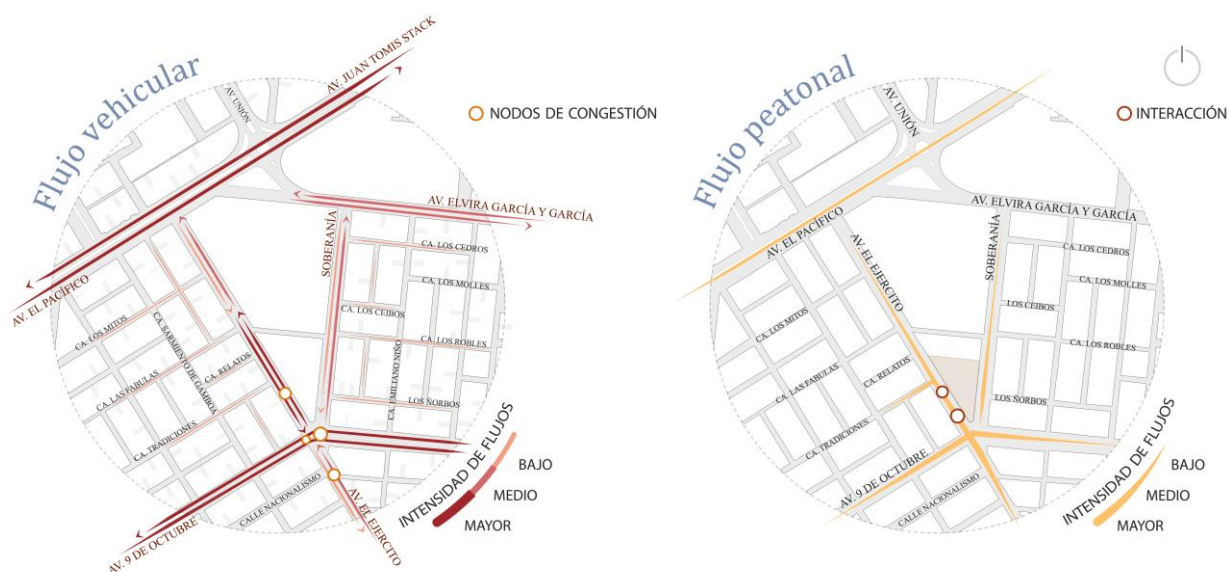


Figura 4: Plano de flujo vehicular y peatonal. Fuente propia

En esta tercera parte, los habitantes de la zona entrevistados señalan que la congestión vehicular sucede a partir de las 09:00 a las 11:00 am. Esta franja horaria coincide con el horario habitual de mayor movimiento a los centros de trabajo, educativo inicial y compras por parte de las amas de casa, lo que genera el aumento de la circulación de los vehículos particulares, transporte público y camiones de reparto, el cual origina la saturación de las vías, especialmente en las zonas céntricas del sector. En este ínterin, el acceso a los exteriores del mercado es ocupado por la informalidad situado en las veredas, donde se dificulta el acceso y propicia incomodidad en los transeúntes.

Para finalizar, los comerciantes y compradores entrevistados revelan que el horario crítico de la problemática vehicular es a partir de las 09:00 am a las 12:00 pm del mediodía y en el caso del comercio informal en los exteriores del mercado abunda con diferentes rubros de productos que dificultan el libre tránsito.

#### 4.2. Dimensión Ámbito comercial

En el marco del estudio endógeno sobre los focos y la actividad comercial, se propuso analizar la distribución espacial de los negocios y su impacto en el mercado, a partir de la observación y su posterior síntesis gráfica. Se identificó que la Av. El Ejército emerge como el epicentro de la actividad comercial, mostrando una dinamización económica notable que se extiende hasta la zona sur. Por otro lado, la avenida 9 de Octubre y la calle Soberanía, agrupa la menor actividad, lo cual indica una distribución desigual de focos comerciales con marcadas divergencias de situaciones dentro y fuera del mercado (Ver figura 05).



Figura 5: Plano de la actividad comercial del mercado 9 de Octubre. Fuente propia

En contraste con esto, en las entrevistas realizadas a los compradores se conoció que se reúnen mayor variedad de alimentos y productos dentro del mercado que fuera de él. Esto sugiere que el mercado ofrece una experiencia más completa y diversa que los comercios ambulantes o viviendas comercio ubicadas en las calles aledañas. Algunos mencionan que, si bien en su interior se encuentra una gran variedad, también hay productos que se pueden encontrar de tipo informal, como frutas y verduras a precios más económicos. En cuanto a las jornadas de mayor afluencia, las respuestas varían para indicar que días recurren a abastecerse, en su mayoría algunos mencionaron que acuden sin especificar un día en particular, otros los días jueves debido a que las personas tienen tiempo libre para realizar sus compras y otros van los fines de semanas, especialmente los sábados y, en menor medida, los domingos.

Las entrevistas realizadas a los comerciantes mencionan que el abastecimiento de los puestos no sigue un día fijo, sino que ocurre cuando se agota la mercancía, esto sugiere que la frecuencia de abastecimiento varía según la demanda que se comercializan, es por eso que este proceso se lleva a cabo durante el día. Las horas de mayor actividad se dan alrededor de las 10:00 y las 11:00 am, coincidiendo con el flujo de personas en el mercado. Por último, según las entrevistas de los habitantes de la zona concuerdan con los compradores de acuerdo con el foco comercial y la informalidad, agregando que el nivel comercial de la zona que incluye comercios menores del sector tiene una tendencia hacia la consideración de regular, destacando la falta de limpieza y estimulación del comercio como principales razones.

Por otra parte, el comercio informal ha experimentado un crecimiento desmedido a lo largo de los años, expandiéndose hacia el lado sur de la avenida El Ejército. Esta expansión se hace evidente en consecuencia de un problema social que se originó tras el desalojo de algunos comerciantes de sus puestos de venta por el tema económico y de salud en pandemia 2020, ocupando desde ese momento espacios de circulación con la proliferación de puestos ambulantes de pescados y mariscos en estas áreas. Sumado a eso, representa una competencia

desleal para los negocios establecidos dentro del mercado, ya que no pagan impuesto ni cumple con las mismas regulaciones. De hecho, se observa un grado significativo de comercio ambulatorio en dos de los accesos principales del mercado, lo que indica una presencia activa y destacada del sector informal en esta zona específica (Ver figura 06).

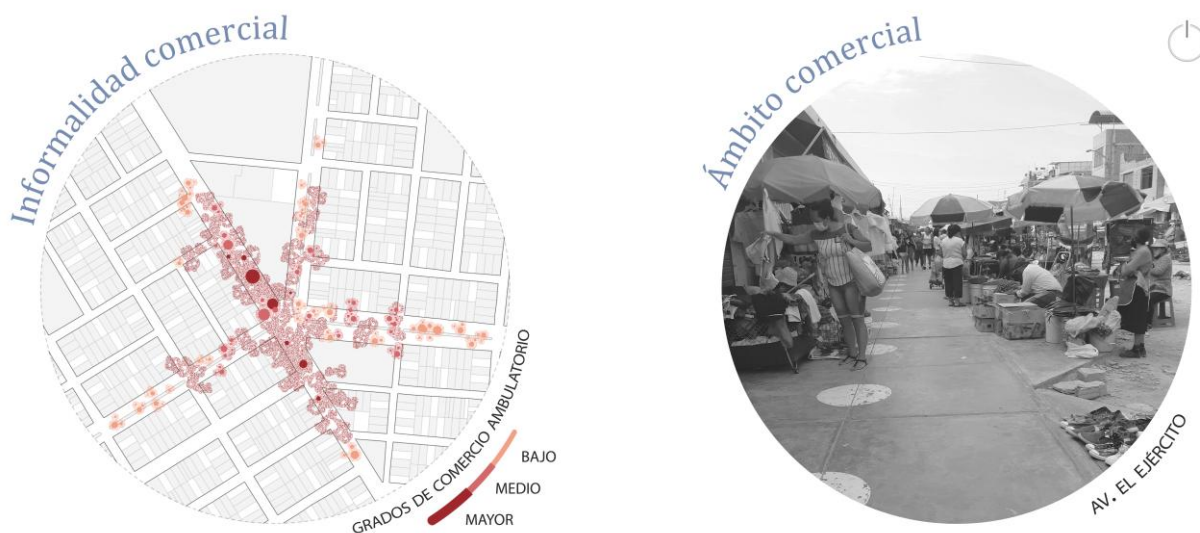


Figura 6: Plano de análisis del grado de comercio ambulatorio. Fuente propia

En 2023, como medida alternativa para recuperar los espacios públicos y ordenar el comercio, se llevó a cabo un operativo a cargo de la Municipalidad Provincial de Chiclayo que resultó en el retiro de 600 ambulantes del mercado (*Chiclayo: Más de 600 Ambulantes Son Retirados del Mercado 9 de Octubre, 2023*). A pesar de esta acción, aún se observa una alta presencia de comerciantes informales, debido a que encuentran mayor facilidad para vender en zonas con alta concentración de compradores en las inmediaciones del mercado, lo que les permite tener el primer contacto con los usuarios y, a su vez, evadir el costo de alto valor del alquiler que los desincentiva a formalizarse.

Para finalizar, con respecto a la opinión pública del comercio informal, existe una división de opiniones, algunos consideran que el nivel de informalidad es alto, mientras que otros opinan que la diferencia no es significativa o que la actividad dentro del mercado es equivalente. Sin embargo, independientemente de la percepción general, la mayoría coincide en que el comercio informal se centra mayormente en la venta de productos de primera necesidad y artículos complementarios.

#### 4.3. Dimensión Físico-ambiental

Tras analizar el espacio público, es importante señalar que muchas de las áreas verdes existentes del radio de estudio se encuentran en un estado de degradación y ocupación, lo que limita aún más su capacidad para cumplir su función de proporcionar espacios de recreación y contribuir al bienestar de los habitantes. El índice actual de Chiclayo señala un índice de 2.50m<sup>2</sup>/hab., mientras que la OMS recomienda considerar un índice de áreas verdes por habitante de 9 m<sup>2</sup>/hab. Esta marcada deficiencia se debe a que la planificación urbana no ha

logrado compensar el desarrollo de la ciudad con la creación y conservación de áreas verdes en espacios que fomentan la economía y la cultura (Ver Anexo 09).

Continuando con las entrevistas a los compradores, en el contexto de accesibilidad, mencionaron que su tiempo promedio de búsqueda es de aproximadamente 25 a 40 minutos dependiendo de las características que desean adquirir. Por el contrario, en las entrevistas realizadas a los comerciantes expresaron que la cantidad de puestos comerciales es suficiente para nuevos vendedores, ya que el comercio informal invade las veredas y ocupa una gran cantidad de espacio público mediante diferentes tipos de mobiliario improvisado. Para concluir, los habitantes de la zona entrevistados aseguraron que la dinámica de asistencia al lugar se distingue por la concurrencia de personas acompañadas tanto de mujeres con niños como en grupos de mayor número.

En segundo lugar, acerca de la contaminación e inseguridad, los compradores entrevistados aseguraron que la sensación de vulnerabilidad aumenta a partir de las 03:00 o 05:00 pm, coincidiendo con la hora en que la zona se vuelve menos concurrida y la iluminación pública se vuelve insuficiente en la avenida El Ejército, en consecuencia, crean un entorno vulnerable para la delincuencia. Además de la mala gestión de residuos y la aglomeración de personas, mencionan la falta de cultura ciudadana como un factor adicional que contribuye a la acumulación de basura en los exteriores del mercado (Ver figura 07).



Figura 7: Plano de contaminación del suelo e inseguridad ciudadana. Fuente propia

A parte de ello, las entrevistas a los comerciantes comentaron que la zona del mercado carece de comercio nocturno a causa de la escasa iluminación y la baja afluencia de personas de modo que se percibe solitaria e insegura después del cierre del mercado (lunes a sábado 03:00 pm, domingos 02:00 pm). Mientras tanto, la presencia de basura en los alrededores del equipamiento, genera una mala imagen urbana y, a su juicio, se debe a la insuficiencia de tachos de basura y a la falta de un sistema adecuado de recolección. De igual forma, los

habitantes de la zona entrevistados concuerdan sobre la percepción de seguridad en horas de mayor actividad comercial y presencia de público, adicionando la acumulación de basura que obstaculiza el libre tránsito, afectando tanto su salud como su bienestar general.

Para finalizar, se analizó la accesibilidad del espacio público para garantizar la inclusión y un tránsito fluido de personas sin restricciones de movilidad. En la entrevista a los compradores mencionaron que, en general, si bien no se presenta una imposibilidad total para desplazarse, la existencia de estos puestos informales genera cierto grado de incomodidad y obliga a los compradores a realizar maniobras para esquivarlos (Ver Anexo 10).

Asimismo, los comerciantes entrevistados identificaron el sector de abarrotes como el de mayor alcance, pues al ser productos de primera necesidad, atraen una gran cantidad de compradores, generando un movimiento constante y una dinámica comercial más intensa, por tal motivo, el comercio informal opta como estrategia ubicarse en los alrededores para ser vistos como primera opción. Por otra parte, según la opinión de los habitantes de la zona, especifican que los vendedores ambulantes ocupan una parte representativa en las veredas obstaculizando el paso peatonal, a esto se añade el tráfico vehicular que dificulta la movilidad peatonal durante las horas punta.

Con base en los resultados de este primer objetivo, se respaldan las afirmaciones de Espinosa y Bailey (2022), quienes asocian la regeneración de mercados tradicionales con la solución de una serie de problemáticas recurrentes, entre las cuales se destaca la inseguridad, el comercio informal y el bajo nivel de vida. El mercado 9 de Octubre enfrenta escenarios similares a los observados en estos contextos, lo que justifica la implementación de un proceso de regeneración, dado su alta actividad comercial e interacción social. Este proceso, enfatiza el valor económico, seguido de una restauración integral del espacio. Al priorizar el valor económico, se busca en este caso aumentar las inversiones y el empleo, lo que favorecerá tanto el desarrollo del mercado como el bienestar de la comunidad. Por lo tanto, la transformación en este caso no debe limitarse a un cambio superficial, sino mantener las exigencias de una economía dinámica caracterizada por el comercio distributivo y, a su vez, mejorar las condiciones de las áreas degradadas, incluyendo el espacio público y su área circundante que requieren atención.

Según Hernández (2017) las intervenciones urbanas pueden ocasionar conflictos y diversas opiniones entre los actores involucrados. Un ejemplo relevante es la transformación del mercado de Santa Catalina en Barcelona, donde surgieron discrepancias entre los comerciantes y los vecinos. Estos últimos defendían la esencia del mercado ante el anuncio de su renovación, que se inclinaría más hacia el turismo. Los vecinos de la zona desaprobaban esta idea, ya que temían que un mercado *turistificado* desplazara el comercio tradicional y alterara la dinámica social del barrio. Por el contrario, los comerciantes, atraídos por las perspectivas de mayores ganancias, apoyaron la iniciativa; sin embargo, en última instancia, condujo a crear un mercado con un ambiente excluyente.

Otro aspecto a considerar es que la duración de las renovaciones puede ser prolongado, lo que plantea serios inconvenientes para los usuarios, es básico que dicha intervención esté alineada con su carácter cultural de la comunidad, respeten sus tiempos y sean interactivas. En cuanto a las opiniones sobre el mercado 9 de Octubre, los resultados de las entrevistas realizadas en sus tres modalidades, destacan una mayor coincidencia de opiniones entre los diferentes actores sociales, el cual convergen en varias preguntas. Esto sugiere que el uso del equipamiento puede satisfacer las diversas preferencias de consumo, dado que hay similitudes en las necesidades y expectativas de los participantes.

En cuanto la informalidad comercial, esta revela una complejidad que va más allá de un simple problema de orden público. Aparicio et al. (2023) señalan que es evidente que los puestos informales no son meramente un problema a erradicar, sino que responden a dinámicas económicas y sociales más amplias. Por ende, es necesario abordar este tema con un enfoque que reconozca su complejidad, lo que permitiría valorar su influencia y mantener el ámbito comercial del mercado 9 de Octubre. En esta situación, es vital instaurar un grado de permisividad que contemple zonas delimitadas para sus actividades, asegurando que se mantenga lo aceptable sin obstaculizar el flujo vehicular y peatonal.

## **Segunda fase**

Se baso en evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, identificando las causas del desuso y deterioro en los ambientes destinados a la venta de alimentos, incluyendo los almacenes de abastecimiento para asegurar un suministro adecuado. La información reunida fue analizada utilizando la estructura de los instrumentos previamente validados (Ver Anexo 11- 13), lo que permitió comprender el nivel de habitabilidad y confort en el mercado 9 de Octubre.

Para empezar, el mercado 9 de Octubre se estructuró para satisfacer las necesidades comerciales de la época, albergando 250 puestos fijos distribuidos de manera organizada. Además, contaba con tres accesos principales para el público en general conforme a las regulaciones establecidas, como se aprecia en el plano de distribución inicial y esquema volumétrico (Ver Anexo 14). Posteriormente, en el transcurso del siglo XXI, experimentó una notable evolución adaptándose a las nuevas demandas del entorno competitivo, dicho proceso estuvo marcado por un incremento de comerciantes, lo que impulsó la creación de nuevos puestos de venta y el aumento del número total de accesos a cuatro. En el presente, el mercado cuenta con alrededor de 55 módulos de venta adicionales e improvisados ubicados en el área de patio de maniobras y depósito general, de los cuales 218 sin contar los puestos de venta adicionales, han estado a disposición del público desde el año 2022.

De acuerdo a su composición y zonificación existente, se identifica que el mercado se divide en tres áreas: comercial, administrativa y de servicios generales, el cual se proyecta en una planta de un solo nivel con un enfoque que prioriza la forma triangular del terreno sobre la funcionalidad y el espacio, es decir, se reemplazan las áreas con un uso ya establecido, como el depósito general y el patio de maniobras por módulos de venta adicionales, ignorando

la unidad espacio funcional para al contrario preservar la forma original del edificio (Ver Anexo 15). En consecuencia, dado que el área comercial abarca el 96.35% (Ver Anexo 16), esta orientación hacia la optimización de los nuevos módulos de venta adicionales enfrenta limitaciones que afectan la configuración espacial, lo que restringe las posibilidades de expansión y condiciona directamente cómo se percibe el estado físico del edificio (Ver figura 08).

<i>ESTADO FÍSICO DEL EDIFICIO</i>		
<i>Categoría</i>	<i>Características</i>	<i>Observación</i>
Uso y función	- Áreas limitadas y menos transitables - Disgregación de sectores	Las circulaciones y pasillos en el área de comidas son estrechas, además que en algunos sectores del mercado los puestos de venta están suspendidas. Se perciben espacios oscuros y sin recorrer
Materiales de construcción	- Desgaste de la infraestructura	Los materiales y acabados implementados en los puestos comerciales indican daños por falta de mantenimiento, particularmente se observan daños en la calamina que cubre el mayor porcentaje del techo
Servicios básicos	- Mayor demanda - Desinterés por optar un puesto comercial	En ocasiones el desagüe de la zona húmeda se ve afectada y en los servicios higiénicos se requiere mantenimiento debido al descuido en el que se encuentran. Por otro lado, la zona de jugos funciona adecuadamente.

△ *Figura 8: Estado físico del edificio. Fuente propia*

Posteriormente, se llevó a cabo un reconocimiento de datos sobre los daños o lesiones en la estructura, y se procedió a categorizar dichas patologías empleando la clasificación y tipología de daños en las edificaciones descrita en el Estudio patológico de (Casas, 2019) (Ver Anexo 17). Asimismo, la información relacionada con cada área del mercado se sintetizó mediante fichas de observación que documentan las lesiones y patologías ocasionadas (Ver Anexo 18). Además, se midió el grado de deterioro que afecta la condición actual del edificio presentando una visión general completa sobre el daño a los elementos estructurales e indicando las áreas donde se produce el desgaste más significativo (ver figura 09).

De acuerdo con este análisis, el diagnóstico muestra que el área administrativa presenta daños superficiales con el menor grado de deterioro, y sus afectaciones ligeras pueden ser corregidas mediante mantenimiento. En contraste con esto, el área de servicios generales muestra un mayor nivel de deterioro, evidenciado por mobiliario afectado por humedad, desprendimiento de acabados, suciedad (ensuciamiento por depósito) y déficit de aparatos sanitarios como lavamanos. A su vez, el área comercial está severamente afectada, con daños que comprometen tanto su apariencia como su funcionalidad, incluyendo problemas en la zona gastronómica y desprendimiento del techo en los puestos húmedos.

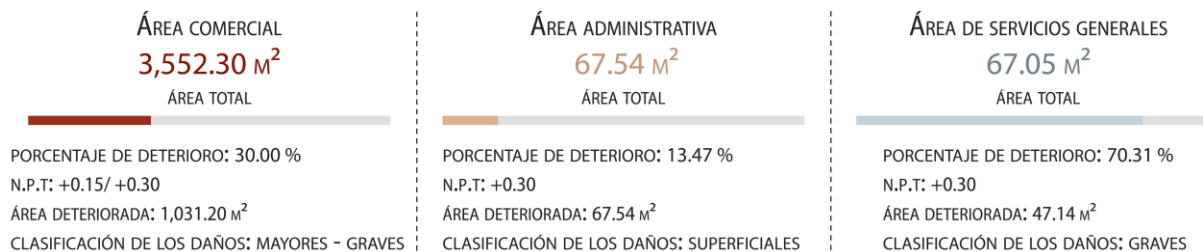


Figura 9: grado de deterioro. Fuente propia

En última instancia, en relación con el indicador de calidad de vida, se llevó a cabo una entrevista semiestructurada a los compradores (Ver Anexo 19), el cual dio a conocer que el sector de cocinas y menús requiere mejoras, el principal motivo que muchos señalan son los pasadizos estrechos entre los puestos el cual dificulta la libre circulación. En cuanto a la infraestructura del mercado, expresaron su preocupación e insatisfacción sobre el estado de los techos y el desagüe, así como la disponibilidad de espacio en cada puesto, sugiriendo que deberían ser mejorados, además de reemplazar los acabados y revestimientos desgastados; específicamente, se menciona la necesidad de renovar los servicios higiénicos, ya que lo califican como deficiente. Además, otras zonas, como la parte sur del mercado, de igual manera enfrentan dificultades debido a que se produce una circulación cerrada y hay ausencia de puestos abiertos. Por lo tanto, la opinión general es que la estructura es obsoleta y carece del mantenimiento necesario para asegurar la operatividad de los servicios.

En concordancia con los compradores, los comerciantes también mencionaron que, si bien la significancia del mercado es reconocida, la opinión general es que deja mucho que desear. En particular, muchos opinan que los acabados son insuficientes y unos cuantos puestos que presentan algún diseño no cumplen con un estándar adecuado, por ello, sugieren mejorar estos aspectos para lograr un espacio más organizado y atractivo que invite a los consumidores ser recibidos. Respecto al desuso y abandono de algunos puestos de venta, coinciden en que la ubicación de cada puesto en relación con la visibilidad de sus productos al cliente es muy relevante, pues la disposición del mercado dificulta, en primera instancia, que se visualice la mercadería a diferencia de los beneficios que tienen los puestos que dan a la calle. Además, el fallecimiento de algunos propietarios durante la pandemia covid-19 ha contribuido a la reducción de la actividad comercial en el interior, aunque no de manera significativa.

Para concluir, los habitantes califican los servicios como regular a malo, si bien no se han observado derrumbes que afecten directamente al usuario, sí hay un deterioro notable en los acabados, lo que repercute en la percepción general del lugar. En cuanto a los servicios existentes, como la iluminación pública y las veredas, las respuestas son mixtas, el 35% considera que son suficientes a causa de que se han adaptado, mientras que el 65% propone lo contrario. Los habitantes de la zona también indican que sería beneficioso implementar más servicios básicos, como asientos, señalización, pavimentación y basureros. En particular, destacan la importancia de contar con tachos de reciclaje para materiales no orgánicos, lo que contribuiría a un entorno más limpio y ordenado.

Existen múltiples ejemplos que ilustran los conflictos que pueden surgir entre los elementos estructurales y la espacialidad, Ceruti (2021), señala la importancia de definir el tipo de arquitectura que se desea crear, ya que esto influye en la función del espacio. Si se basa en un orden estructural, el espacio se origina a partir de este; en cambio, si se antepone la espacialidad, serán los elementos estructurales los que se acomoden en función a ella, consiguiendo en ambos casos que funcionen en conjunto. Además, el carácter de esta tipología en mercados requiere una integración adecuada con el entorno, lo que implica una permeabilidad que permita un flujo dinámico entre los espacios. Al analizar el mercado 9 de Octubre, las entrevistas y las fichas de observación revelan una clara tendencia hacia la priorización del orden geométrico de la estructura conforme su terreno triangular. Sin embargo, esta inclinación parece manifestarse antes de evaluar la disposición del espacio y los ambientes actuales, los cuales destacan por su dinámica y demandan una mayor interacción entre el interior y el exterior, esta desconexión entre el orden estructural y la organización espacial limita la unificación con la actividad comercial.

De acuerdo con Casas (2019), para proceder a una intervención arquitectónica se debe partir de un conocimiento profundo de las patologías existentes en la edificación. El edificio responde a las necesidades humanas; sin embargo, no es inmune a las acciones perjudiciales a las que pueda estar sometido, sobre todo teniendo en cuenta que las observaciones se refieren a estructuras de más de 45 años, y el mercado estudiado cuenta con más de 50 años de antigüedad. Además, señala que es imprescindible realizar un mantenimiento preventivo como medida estratégica para preservar el edificio y prolongar su vida útil operativa. En el caso del mercado 9 de Octubre, el grado de afectación se manifiesta a través de alteraciones en los materiales, clasificadas como daños que van de superficiales a graves, lo que, a su vez, provoca una degradación progresiva que está perjudicando la calidad de vida. Por lo tanto, en línea con el autor, significa que su vida útil terminó, dando lugar a una rehabilitación o regeneración por causas de obsolescencia física y funcional, el cual requiere una intervención general que mejore la eficiencia y la competitividad mediante la creación de entornos seguros.

### **Tercera fase**

En esta fase, se basó en la indagación de casos de proyectos afines y en circunstancias relacionadas, con el fin de establecer estrategias que determinen soluciones adaptables para el proyecto en base a estos conocimientos. Siguiendo la estructura del instrumento previamente validado (Ver Anexo 20), se examinaron detalladamente cinco referentes arquitectónicos con el objetivo de identificar y rescatar sus estrategias más innovadoras conforme sus condiciones físico-funcionales.

Mercat dels Encants en Barcelona, situado en un terreno triangular, reinterpreta el concepto de equipamiento urbano contemporáneo al mismo tiempo que conserva la esencia tradicional del mercado callejero al aire libre. Su diseño inicial se enfoca en generar una plaza comercial continua y fluida, eliminando las barreras espaciales para mejorar la experiencia de los compradores y comerciantes. La clave de este enfoque estratégico radica en la incorporación de la dinámica de las subastas públicas con el interior del mercado a través de rampas que

proporcionan una continuidad espacial, el cual integra el comercio en general de manera sutil por intermedio de una cobertura abierta que envuelve todas sus actividades y crea la sensación de un espacio unificado (Ver Anexo 21).

En relación con la Renovación de la Pescadería Besiktas en Estambul, hizo frente a las inseguras condiciones de vida y a la estructura obsoleta que presentaba el antiguo mercado de pescados, y se emprendió su rehabilitación en base lo existente, aprovechando los recursos disponibles para llevar a cabo su transformación. Este nuevo mercado se desarrolla dentro de un espacio multifuncional, el cual tiene sus tres fachadas dispuestas al usuario, permitiendo un mayor contacto visual con los productos y promoviendo una dinámica activa. Otra estrategia adicional es el control de la accesibilidad que se resuelve mediante una cobertura que remarca y ordena el comercio, eliminando la necesidad de puertas y mamparas, el cual son reemplazados por un mobiliario propio que define los accesos, logrando así dinamizar el flujo de personas y la actividad comercial de la zona (Ver Anexo 22).

En cuanto al Mercado Tirso de Molina en Santiago de Chile, el mercado está situado en un terreno con cuatro frentes, el cual maneja gran flexibilidad en la distribución de los espacios. Sus dobles alturas y amplios accesos sin interrupciones facilitan la libre circulación hacia un espacio central, que posteriormente se conecta con los demás niveles por medio de escaleras amplias, obteniendo una percepción del espacio interior como un todo. Además, incluye zona gastronómica y locales de cafeterías en el segundo nivel con vista a la naturaleza para ofrecer a los usuarios una experiencia culinaria singular, destacando entre todo su característico techo en forma de pirámide invertida y acabados con el ladrillo, que sirven para iluminar, ventilar y minimizar el uso de energía en el mercado (Ver Anexo 23).

Por el contrario, la Plaza de Cisneros en Medellín representa un caso particular en que se interviene un espacio público, el cual pasó por un proceso de transformación para devolverle la identidad e historia que se pensaba perdida. El esquema inicial consistió en generar atractivos sin delimitaciones arquitectónicas rígidas, otorgando a la vegetación un papel importante al controlar la espacialidad naturalmente y configurándolo nuevamente en un hito urbano como lugar de encuentro que dispone de una amplia variedad de actividades recreativas al aire libre (Ver Anexo 24).

Finalmente, la Plaza de mercado Gramalote en Colombia, el mercado se adapta en esta situación a su relieve topográfico circundante para ofrecer una mayor experiencia visual y conectarse con su entorno natural. Su diseño único incorpora una gran plaza como espacio previo al ingreso del mercado, e incluye aspectos de sostenibilidad en su cobertura, la cual permite la recolección de agua de lluvia que luego se reutiliza para el riego de cultivos próximos, beneficiando a los comerciantes y promoviendo prácticas agrícolas sostenibles en el sector (Ver Anexo 25).

El análisis de proyectos, como sostiene Ceruti (2021), resulta conveniente abordarlo previo a la elaboración de un plan estratégico. Esta perspectiva resalta la importancia de un enfoque estructurado y bien fundamentado que garantice la viabilidad en múltiples dimensiones:

comercial, urbanística, arquitectónica, técnica y social. Un caso ilustrativo de esta situación es el Mercado de San Antón en Madrid, que sí bien analiza diversas problemáticas e introduce conceptos innovadores, descuida su conexión con el entorno circundante al crear una barrera con sus fachadas sólidas, un sesgo negativo particularmente relevante desde el punto de vista del autor porque se trata de una tipología de edificación pública. Por lo tanto, a partir de los proyectos examinados, se llega a la conclusión inicial que es posible extraer aportaciones sobre la interacción en el diseño arquitectónico, especialmente en espacios que demandan un alto movimiento de personas y requieren una transición adecuada entre el interior y el exterior.

Para Passaro (2021), los casos de estudio de cada mercado adquieren un carácter singular en función de la recuperación de los elementos de identidad y las características propias del lugar, que varían según la ubicación en la que se encuentran, esta adaptación al contexto local se traduce en una modernización que rescata estos aspectos para fortalecer la dinámica comercial y la conexión cultural con el entorno. En los numerosos referentes, predomina el uso de espacios centrales como plazas, y se enfatiza en la permeabilidad del edificio, debido a que proporciona una mayor cantidad de accesos alternativos facilitando la circulación, donde la transición de lo público a lo privado sirva como integradores del espacio en conjunto. Esto nos lleva a considerar qué mecanismos pueden implementarse para facilitar esta coordinación y cómo se pueden alinear los intereses de todos los actores involucrados.

#### **Cuarta fase**

En la cuarta y última fase, se planteó un programa arquitectónico que asegure el desarrollo de las actividades económicas garantizando el cumplimiento de las regulaciones y optimice los procesos logísticos del mercado. Para ello se utilizó como referencia la Norma Técnica para el diseño de Mercados Minoristas, que define las condiciones y criterios específicos de diseño, con el objetivo de promover la formulación de un nuevo equipamiento. Asimismo, tomando en cuenta los criterios de seguridad y funcionalidad en las instalaciones, se identificó el aforo para cada área y ambiente, siguiendo los lineamientos del RNE. Adicional a esto, se consultó el Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo para determinar el rango poblacional a atender, clasificando el mercado como un tipo de comercio minorista de categoría 4 que permite hasta 250 puestos, (Ver Anexo 26).

Por otra parte, la gastronomía se presenta como un vínculo fundamental para el diálogo intercultural, dado que su valor simbólico refleja un sentido de pertenencia, Este enfoque garantiza que el mercado no solo cumpla con las normativas, sino que también mejore la experiencia del usuario incorporando un centro gastronómico. Con el fin de orientar este proceso, se empleó lo descrito en Leikis (2007), que ofrece directrices para el diseño de restaurantes y establece las dimensiones apropiadas de una cocina, de igual manera otra opción a considerar sería Neufert. Por consiguiente, la zona gastronómica de acuerdo lo investigado abarca; área administrativa, área de formación en artes culinarias, área de difusión y área de servicios generales, a partir de lo expuesto, se define el siguiente programa arquitectónico:

USO	ZONA	SUBZONA	AMBIENTES	ÁREA M2	AFORO	
1 NIVEL MERCADO	ÁREA ADMINISTRATIVA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		Recepción y sala de espera	21.0 M2	6 m2/pers	
			Secretaría	10.0 M2	5 m2/pers	
			Oficina de gerencia	16.0 M2	1 m2/pers	
			Archivo	7.0 M2	1 m2/pers	
			Tópico	17.0 M2	5 m2/pers	
			Guardería y lactario	58.0 M2	4 m2/pers	
			SS.HH. Varones	2.7 M2	1U, 1L, 1 I	
			SS.HH. Damas	2.7 M2	1L, 1 I	
			Cafetería	111.0 M2	4 m2/pers	
			S.U.M	132.0 M2	44 m2/pers	
			Puestos de comercio ext.	6.0 M2	7 m2/pers	
			Estacionamiento público	838.0 M2	1 pers/carro	
			Estac. Motocicleta y bicicletas	16.0 M2	1 pers/carro	
			Granos y Semillas	45.7 M2	3 m2/pers	
			Especies y condimentos	45.7 M2	3 m2/pers	
	ÁREA COMERCIAL	ZONA SECA	Jarcería	45.7 M2	3 m2/pers	
			Ropa	45.7 M2	3 m2/pers	
			Mercería	45.7 M2	3 m2/pers	
			Fondas	45.7 M2	3 m2/pers	
			Útiles	45.7 M2	3 m2/pers	
			dulcería	45.7 M2	3 m2/pers	
		ZONA SEMI-HÚMEDA	Jugos y Licuados	102.5 M2	2 m2/pers	
			Frutas y Verduras	102.5 M2	2 m2/pers	
			Lacteos	102.5 M2	2 m2/pers	
			Cocinas	102.5 M2	2 m2/pers	
			Carnes	57.5 M2	2 m2/pers	
			Pescados y mariscos	57.5 M2	2 m2/pers	
	ZONA HÚMEDA	Aves	57.5 M2	2 m2/pers		
		Cerdo y embutidos	57.5 M2	2 m2/pers		
		ÁREA DE ABASTECIMIENTO Y DESPACHO		cámara frigorífica de carnes y pescados	40.3 M2	5 m2/pers
				Bodega de frutas y verduras	42.0 M2	5 m2/pers
				Almacenes	6.0 M2	4 m2/pers
				Control de productos	18.5 M2	4 m2/pers
Área de carga y descarga	60.0 M2			2 m2/pers		
Plataforma de descarga	21.0 M2			2 m2/pers		
ss.hh hombres	31.0 M2			1L IU 1I		
ss.hh mujeres	31.0 M2			1L 1I		
ss.hh discapacitados	4.6 M2			1L 1I		
Espacio público	3900.0 M2			----		
Plaza de ingreso al mercado	100.0 M2	60 m2/pers				
ESPACIO PÚBLICO						
2 NIVEL ZONA GASTRONÓMICA	ÁREA ADMINISTRATIVA		Recepción y sala de espera	21.0 M2	6 m2/pers	
			Secretaría	11.0 M2	6 m2/pers	
			Contabilidad	11.0 M2	1 m2/pers	
			Archivo	7.0 M2	1 m2/pers	
			Sala de reuniones	16.0 M2	2 m2/pers	
			ss.hh hombres	2.7 M2	1L IU 1I	
			ss.hh mujeres	2.7 M2	1L 1I	
			Área dedesinfeccion	2.0 M2	2 m2/pers	
			Taller de cocina	36.0 M2	13 m2/pers	
			Aulas teóricas	31.0 M2	21 m2/pers	
	ÁREA DE FORMACION EN ARTES CULINARIAS		Almacen	5.0 M2	8 m2/pers	
			camara frigorifica	4.0 M2	8 m2/pers	
			ss.hh hombres + vestidores	11.5 M2	1L IU 1I	
			ss.hh mujeres + vestidores	11.5 M2	1L 1I	
			Caja y Recepción	24.0 M2	6 m2/pers	
			Zona de mesas	146.0 M2	90 m2/pers	
			cocina 01	53.0 M2	6 m2/pers	
			cocina 02	40.0 M2	4 m2/pers	
			Depósito de legumbres	11.5 M2	8 m2/pers	
			Depósito de alimentos secos	17.0 M2	8 m2/pers	
	ÁREA DE DIFUSIÓN EN ARTES CULINARIAS	RESTAURANTE	Cámara frigorífica	19.2 M2	8 m2/pers	
			ss.hh hombres + vestidores	15.6 M2	1L IU 1I	
			ss.hh mujeres + vestidores	15.6 M2	1L 1I	
			Comida oriental	9.2 M2	5 m2/pers	
			Comida norteña	9.6 M2	5 m2/pers	
		PATIO DE COMIDAS	Bebidas (Bar)	9.6 M2	5 m2/pers	
			Helados	9.2 M2	5 m2/pers	
			Dulces peruanos	9.2 M2	5 m2/pers	
			Área de mesas y bar	252.0 M2	168 m2/pers	
			Lavado	17.5 M2	3 m2/pers	
	ÁREA DE DIFUSIÓN EN ARTES CULINARIAS	SERVICIOS	Desechos	10.0 M2	2 m2/pers	
			Almacén de secos	17.0 M2	8 m2/pers	
			Almacén de legumbres	11.5 M2	8 m2/pers	
camara frigorifica			19.0 M2	8 m2/pers		
ss.hh hombres + vestidores			15.5 M2	1L IU 1I		
ss.hh mujeres + vestidores			15.0 M2	1L 1I		
Depósito de Residuos de Papel			10.0 M2	8 m2/pers		
Depósito de Residuos Orgánicos			19.5 M2	8 m2/pers		
Depósito de Residuos Plásticos			10.0 M2	8 m2/pers		
Grupo electrógeno			38.0 M2	4 m2/pers		
SERVICIOS GENERALES	ÁREA DE RESIDUOS SOLIDOS	Subestación eléctrica	38.0 M2	4 m2/pers		
		Depósito	12.0 M2	4 m2/pers		
		Cisterna	48.0 M2	----		
SERVICIOS GENERALES	ÁREA DE AGUA Y DESAGUE	Cuarto de bombas	60.0 M2	----		
		Caseta de Vigilancia	13.5 M2	3 m2/pers		
		Área techada Sotano, 1er y 2do Nivel		3414.7 M2		
TOTAL	SERVICIOS GENERALES	Circulaciones y muros 30%		1024.4 M2		
		Área total construida		4439.1 M2		

Figura 10: Propuesta - Programa arquitectónico. Fuente propia

De acuerdo con Zarate (2019), la inclusión de la gastronomía en los mercados no solo valoriza la cultura regional, sino que también promueve la productividad y competitividad en entornos seguros. Este enfoque amplía la oferta turística, dado que los viajeros actuales buscan productos que reflejen auténticamente el lugar de origen. Complementando esta visión, Rivera (2018) sugiere que, para desarrollar un programa adecuado, es fundamental integrar las demandas de la comunidad con las características que ofrecen los supermercados. Esto implica un análisis detallado de los diferentes tipos de usuarios para garantizar que la oferta gastronómica sea inclusiva y representativa.

El proyecto, por lo tanto, plantea complementar restaurantes y barras con talleres que no solo promuevan la comida peruana, sino que también sirvan como espacios de aprendizaje y conexión cultural. Todo esto se basa en las normativas A 0.70 y Neufert, que guían el diseño de edificios comerciales, asegurando que los puestos de venta y el mercado estén bien planificados. Además, se propone la creación de un amplio espacio de esparcimiento, destinado al disfrute de la población, lo que permitirá fortalecer la identidad cultural y fomentar un sentido de comunidad a través de la gastronomía. Así, se logra no solo

revalorizar los productos peruanos, sino también crear un entorno atractivo para residentes y turistas por igual.

## **Conclusiones**

En esta investigación se han observado aspectos significativos que moldean la dinámica del área local: la afluencia de público, la alta actividad comercial, la inseguridad y el desorden en la zona. Por lo tanto, la habitabilidad del mercado y su contexto urbano se considera condicionada por la carencia de planificación, además de la ausencia de entornos vitales fundamentales para su desarrollo potencial a futuro.

Las estrategias recopiladas en su conjunto, buscan de una manera imprescindible de realizar un proceso de transición adecuada en el mercado 9 de Octubre para su regeneración y recuperación del espacio comercial tanto externa como interna. De este modo a nivel barrial, se establece como un condensador social dirigido por el funcionamiento central del mercado y espacio público, impulsado por el funcionamiento central del mercado y el espacio público, mediante un diseño arquitectónico que restaura la memoria histórica del sector

El proyecto, además de ser sostenible contempla un espacio gastronómico, este nuevo uso fomenta el comercio barrial, abordando problemáticas como la generación de oportunidades de trabajo, la creación de espacio público y la regulación del comercio informal. De este modo, se añade valor al entorno y se prolonga el tiempo de actividad, aumentando la dinámica durante el día como en la noche.

El análisis y fuentes bibliográficas destinadas para este estudio, dio el sustento para determinar las estrategias indispensables y ayudar a conducir la investigación a un resultado favorable, el cual sirva a otros lectores.

## **PROYECTO:**

### **REGENERACIÓN DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE Y ESPACIO PÚBLICO COLINDANTE**

Este mercado es un centro de abastecimiento zonal de tipo Minorista categoría 4 que inició sus actividades el día 8 de octubre del año 1971, con sus 53 años de existencia lo convierte en un mercado tradicional en su comunidad. Está ubicado en el Pueblo Joven 9 de Octubre, entre las calles soberanía y 9 de Octubre; siendo elegido no solo por su alta concentración, sino que congrega distintos equipamiento y alta actividad convirtiéndose en un nodo comercial.

El establecimiento comprende comerciantes distribuidos en puestos donde venden a usuarios finales y en pequeñas o medianas cantidades, productos agropecuarios, productos hidrobiológicos, abarrotes, productos de limpieza y otros productos tradicionales, alimenticios y no alimenticios y/o brindan servicios menores complementarios, que no atenten contra la sanidad e inocuidad del establecimiento.

**Concepto:**

El mercado presenta una dinámica singular que no se rige por un orden específico, sino que se adapta a un entorno caótico que refleja las actividades y flujos de los actores sociales. La única “estructura” visible en los exteriores del mercado es la distribución de los productos: la zona de pescados (húmedos), la zona de especies y condimentos (seca), la zona de frutas y verduras (semihúmeda), y una zona complementaria que incluye ropa, servicios técnicos, peluquerías, ferretería, etc. Esta última área contribuye a un comercio distributivo, con una amplia oferta y comerciantes tradicionales que atraen tanto a clientes recurrentes como a nuevos consumidores en busca de novedades.

Eventualmente, los productos expuestos al público permiten una selección de compra más accesible, a diferencia de los productos en el interior del mercado, donde la visibilidad es limitada. Por esta razón, se propone un mercado abierto que contará con una estructura flexible, promoviendo un diálogo continuo con el entorno. Esta disposición incluirá puestos de venta adaptables y "duales", lo que permitirá que el edificio sea permeable y versátil, facilitando así la interacción entre los comerciantes y los consumidores. Esta estrategia no solo optimiza la experiencia de compra, sino que también fortalece la integración del mercado con su entorno urbano y más importante mantiene la esencia del lugar.

Por consiguiente, el proyecto aplica y rescata las características previamente descritas complementándolo con la inclusión de un centro gastronómico. Esta iniciativa no solo extiende las horas de actividad hasta la noche, sino que también busca abordar las problemáticas de inseguridad y deficiente iluminación que afectan la zona durante esas horas, al hacerlo se otorga un valor distintivo a los mercados convencionales, transformando el espacio en un entorno más seguro y atractivo para los visitantes. Al mismo tiempo, el proyecto se asegura de no descuidar las actividades ya existentes, promoviendo una coexistencia armónica entre las nuevas ofertas gastronómicas y los comerciantes tradicionales.

**Emplazamiento:**

Se ha establecido una vía peatonal comercial (Av. El ejército), donde se pueda conectar con las viviendas comerciales y el mercado. Para facilitar la carga y descarga de productos, se realizó un ingreso en la calle soberanía para tener un acceso propio y evitar la congestión vehicular. La aproximación al mercado hace hincapié en las plazas que serán posteriormente espacios intermedios de reunión antes de entrar al mercado y que se utilizarán como espacios de estancia y venta de productos de día y de noche.

En el día se podrá recorrer todo el mercado del primer nivel, mientras que, por la noche, el acceso estará restringido exclusivamente a las operaciones del mercado, y funcionará sus módulos de venta para disposición del centro gastronómico y obteniendo incluso suministros del propio mercado.

**Espacialidad y estructura:**

Se propone una cubierta tridimensional revestida en la parte superior con planchas de policarbonato, sostenida por una estructura metálica compuesta por perfiles en I. Este diseño tiene como objetivo crear luces amplias que optimicen la espacialidad en el interior del mercado, generando una conexión visual atractiva entre el primer y segundo nivel.

La utilización de una cubierta que de refugio a las actividades no solo permite el desarrollo de dobles alturas, sino que también maximiza la iluminación natural en todos los espacios del mercado. Esta estrategia de diseño favorece un ambiente más luminoso y acogedor, mejorando la experiencia del usuario y contribuyendo a la sostenibilidad del edificio al reducir la necesidad de iluminación artificial durante el día. Además, la disposición de la cubierta facilita la ventilación natural, lo que contribuye a un clima interior más confortable.

**Permeabilidad:**

Cuenta con un estilo puramente relacional, donde se establecen conexiones entre lo privado y lo público, el espacio interior y su entorno con el fin de otorgar conectividad, tanto física como visual, sonora y sensorial; permitiendo la penetrabilidad de la luz, el flujo peatonal, la unificación de espacios, la convergencia y la flexibilidad. La propuesta de diseño brinda esta solución, en cuanto orden de puestos comerciales y servicios.

## Visualización Arquitectónica



*Vista exterior de la propuesta de diseño del Mercado 9 de Octubre*



*Vista exterior de la propuesta de diseño del Mercado 9 de Octubre*



*Vista interior del segundo nivel (zona gastronómica) de la propuesta de diseño del Mercado 9 de Octubre*

## **Recomendaciones**

Se recomienda reunir todos los instrumentos necesarios y variados para este tipo de investigación, por el motivo que el diseño del espacio se basará en la interacción de los actores involucrados: comerciantes, compradores y residentes de la zona. Y son ellos los que identifican y comunican de manera precisa los problemas existentes, así como las razones por las cuales el mercado no está funcionando correctamente.

Asimismo, muchos de estos individuos, al haber permanecido en la localidad durante un largo período, representan una fuente valiosa de información sobre la historia y las dinámicas del lugar que se desea intervenir. Su conocimiento y experiencias pueden proporcionar un contexto crítico que enriquecerá el proceso, asegurando que las soluciones propuestas sean pertinentes y efectivas en respuesta a las necesidades reales de la comunidad. Es fundamental que esta regeneración no se limite a aspectos meramente económicos; también debe abordar las necesidades sociales y ambientales del área, en beneficio a todos los actores involucrados.

Ante la realidad del comercio informal, se debe plantear la necesidad de establecer un grado de permisibilidad que regule estas actividades. Esto podría incluir la delimitación de espacios específicos para los puestos informales, evitando así interrupciones al flujo vehicular y peatonal. En este contexto, es evidente que los puestos informales no son meramente un problema a erradicar, sino que son parte de la historia y la dinámica. Por lo tanto, es

fundamental abordar este tema con un enfoque que reconozca su complejidad y su relevancia en el ecosistema del comercio local.

Se sugiere que el diseño urbano propuesto en un proyecto, integre los términos paisaje urbano y espacio público en una sola pieza, de modo que cumple con los principios básicos de la arquitectura flexible y permeable. Es importante, por último, que el equipamiento sea sostenible de manera que el mercado en esta ocasión gestione de manera correcta sus recursos al dar abastecimiento a mayor cantidad de usuarios y ser además un edificio híbrido.

## Referencias

- Andrade-Serrano, O. Y., Costa Santos, P. O., Rodrigues Barbosa, R. V., & Castañeda-Nolasco, G. (2024). Del interés sustentable al regenerativo: consideraciones a partir de proyectos premiados de vivienda multifamiliar. *Revista de Arquitectura*, 26(1), 107-124. <https://doi.org/10.14718/revarq.2024.26.4546>
- Aparicio Rengifo, R., & Flórez González, F. (2022). Urbanismo táctico: alternativa para mitigar impactos en la movilidad de la Galería Central de Palmira. *Cuadernos De Vivienda Y Urbanismo*, 15, 30. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu15.utam>
- Aparicio-Rengifo, R., Fonseca-Laverde, K., & González-Quintero, J. F. (2023). Plazas de mercado en Colombia: creación cultural y organización socioespacial del comercio informal. *Revista INVI*, 38(108), pp. 177-206. <https://doi.org/10.5354/0718-8358.2023.67686>
- Batista Torres, D. (2019). *El mercado como pieza clave de la resignificación urbana*. [Proyecto Fin de Carrera/Grado]. ETS. Arquitectura (UPM) Universidad Politécnica de Madrid. <http://oa.upm.es/55841/>
- Bedoya-Zuluaga, S. (2022). *Acupuntura urbana como elemento estructurador del territorio*. [Trabajo de grado - Pregrado]. Universidad Católica de Colombia. <https://hdl.handle.net/10983/26940>
- Briceño-Ávila, M. (2018). Paisaje urbano y espacio público como expresión de la vida cotidiana. *Revista de Arquitectura (Bogotá)*, 20(2), 10-19. <https://doi.org/10.14718/revarq.2018.20.2.1562>
- Canedo Ávila, X. (2019). Estrategias comerciales implantadas en espacios públicos no destinados al comercio. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 159-198. [http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20\\_a11.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a11.pdf)
- Carrión, F., & Dammert, D. (2019). *Derecho a la ciudad: Una evocación de las transformaciones urbanas en América Latina*. Librería latinoamericana y caribeña de ciencias sociales. (1a ed.). CLACSO : FLACSO

- Casas Figueroa, L. (2019). *Degradación, daños, lesiones en la edificación: El estudio patológico*. Universidad del Valle. <https://www-digitaliapublishing-com.usat.lookproxy.com/a/68930>
- Ceruti Barroso, C. (2021). *Mercado gastronómico en Barrios Altos* [Tesis de pregrado]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/656764>
- Chiclayo: *Más de 600 ambulantes son retirados del mercado 9 de octubre*. (2023). [Vídeo]. Youtube. Recuperado 5 de marzo de 2024, de <https://www.youtube.com/watch?v=KXNztGvxwP8>
- Clegg, P. (2012). A practitioner's view of the 'Regenerative Paradigm'. *Building Research & Information*, 40(3), 365-368. <https://doi.org/10.1080/09613218.2012.663557>
- Damián F., D. E. (2021). *Análisis correlacional entre comercio informal y deterioro del espacio público en entorno del mercado modelo de Chiclayo*. [Tesis de maestría]. Escuela de Postgrado Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56480>
- Espinosa Dorantes, E., Padilla Galicia, S., & Redondo Gómez, M. (2021). Frentes urbanos y espacios residuales. *Unidad Azcapotzalco. División de Ciencias y Artes para el Diseño*. <https://hdl.handle.net/11191/8652>
- Espinosa Parra, F., & Bailey Bergamin, G. (2022). Los mercados tradicionales en transformación: una lectura alternativa a las perspectivas de regeneración urbana. *Economía, Sociedad y Territorio*, 22(69), 545-570. <https://doi.org/10.22136/est20221702>
- Hernández Cordero, A. (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 83, 165-186. <https://doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/832017/aot2/hernandezcorderoa>
- Huanqui, R., Bocanegra, R., Sarmiento, J. P., Parede, J., Tejada, S., Córdova, A., & Muñoz, N. (2021). El mercado como sistema de espacios públicos. Pensar la infraestructura pública para el bicentenario a través de los mercados de la ciudad pospandemia. *Revista A – Arquitectura PUCP*, 17-18, 68-73. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/arquitectura/article/view/24606/23360>
- Leikis, M. (2007). *Diseño de espacios para gastronomía*. Nobuko.

- López, M., & Faginas, V. L. (2019). El espacio público como elemento de cohesión territorial. *Turismo y Sociedad*, 25, 131-149. <https://doi.org/10.18601/01207555.n25.07>
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento – MVCS (2023) Reglamento Nacional de Edificaciones – RNE. Instituto de la Construcción y Gerencia ICG, Norma A.070. Comercio, Norma A.130. Requisitos de seguridad y Norma A.120.
- Ministerio de la Producción - PRODUCE (2015) Norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas, Plataforma del Estado Peruano.
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento – MVCS (2011) Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo, Plataforma del Estado Peruano.
- Ospina Díaz, G. (2019). *Mercado articulador de actividades comunitarias en Huaycán*. [Tesis de grado]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas <http://hdl.handle.net/10757/626370>
- Panduro Castellano, J. A., & Araujo Murga, A. P. (2020). *Revalorización del mercado San José de Jesús María como espacio público* [Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de Arquitecto]. Universidad de Lima. <https://doi.org/10.26439/ulima.tesis/11333>
- Páramo, P., Burbano, A. M., Jiménez Domínguez, B., Barrios, V., Pasquali, C., Vivas, F., Moros, O., Alzate, M., Jaramillo Fayad, J. C., & Moyano, E. (2018). La habitabilidad del espacio público en las ciudades de América Latina. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 36(2), 345-362. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.4874>
- Passaro Lavado, S. A. (2021). *Nuevo mercado de Magdalena del Mar: Tipologías híbridas* [Tesis de pregrado]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/656493>
- Ramírez, C. F. (2021). *Plaza de mercado y espacio gastronómico: el paseo arquitectónico para la articulación de las atmósferas sinestésicas*. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/19689>
- Ríos-Lagos, Y. P. (2020). *El pasaje catalizador urbano. La urbanidad y la arquitectura en el Río Fucha como medio para la construcción y reconstrucción del tejido social y cultural de la ciudadanía* [Tesis de Grado]. Universidad Católica de Colombia. <https://hdl.handle.net/10983/25034>

- Rivera Olivares, A. (2018). Renovación del mercado de la Parada, Sachaca, Arequipa Espacio como provocador de interacción social. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. <https://doi.org/10.19083/tesis/624552>
- Ruiz Hurtado, V. M. (2020). Sociabilidad, manifestaciones culturales y conflicto. *Bitácora Urbano Territorial*, 31(1), 125-137. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v31n1.86807>
- Salazar, B. L., Ramo Díaz, R., Vázquez Honorato, L. A., & Picanço Bentes, M. D. (2022). Los centros de abasto popular en la ciudad neoliberal: Las transformaciones de los mercados tradicionales, periodo 2013-2021. *Anales De Investigación En Arquitectura*, 12(2). <https://doi.org/10.18861/ania.2022.12.2.3284>.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (2014). *Metodología de la investigación*.
- Sánchez Cortes, M. Á., & Cante Manzano, H. Y. (2022). *Plaza de mercado como catalizador económico de Pauna Boyacá* [Trabajo de Grado]. Universidad La Gran Colombia. <http://hdl.handle.net/11396/7253>
- Santos Guardia, C. (2019). *Proyecto de regeneración barrial en el sector Carit, Cristo Rey* [Licenciatura en Arquitectura y Urbanismo]. Instituto Tecnológico de Costa Rica. <https://hdl.handle.net/2238/10852>
- Schroeder, R. V., & Vilo, M. E. (2020). Espacio público y participación ciudadana: resignificaciones en tiempos de COVID-19. *Boletín geográfico*, 42(1), 105-133. <https://doaj.org/article/cb3073939cc04a0dbb688a1b382c577f>
- Zarate Casachahua, L. (2019). *Espacios permeables en la nueva tipología de Mercado Gastronómico para la ciudad de Huánuco* [Tesis de Grado]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/650351>

## Anexos

### Anexo 01: Imágenes de los exteriores del mercado



*Derecha: Barreras y muros continuos generado por el complejo deportivo del sector; Izquierda: venta ambulante no regulada que ocupa las calles. Fuente propia*

### Anexo 02: Imágenes de los interiores del mercado



*Derecha: Estado actual deteriorado de la estructura; Izquierda: Pasillos de circulación angosta, en desuso. Fuente propia*

## Anexo 03: Instrumento 1



**" Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo "**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA**

*Esta guía de observación se desarrolla para establecer las percepciones del sector y evaluar las condiciones del entorno*

**Objetivos de la investigación:** *Proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.*

**Ubicación:** PJ 9 de Octubre. Av. El ejército y Av. Soberanía. Sector 23      **Distrito:** Chiclayo

**Escenario:** Mercado 9 de octubre      **Fecha de visita:**

**Nombre del investigador:**

**GUIA DE OBSERVACIÓN**

*OE1: Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.*

**I. FÍSICO - ESPACIAL**

<i>Registro fotográfico</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Efectos que ocasiona</i>	<i>Observación</i>
Fotografía 1	Contextualización (Lugar y sitio)		
Fotografía 2	Emplazamiento		
Fotografía 3	Densificación		
Fotografía 4	Flujo vehicular		
Fotografía 5	Flujo peatonal		

**II. ÁMBITO COMERCIAL**

<i>Registro fotográfico</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Efectos que ocasiona</i>	<i>Observación</i>
Fotografía 6	Focos y actividad comercial		
Fotografía 7	Informalidad comercial		

**III. FÍSICO - AMBIENTAL**

<i>Registro fotográfico</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Efectos que ocasiona</i>	<i>Observación</i>
Fotografía 8	Accesibilidad		
Fotografía 9	Contaminación urbana		
Fotografía 10	Espacio público		

## Anexo 04: Instrumento 2 – Entrevista dirigida al comprador



**" Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo "**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA**

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Objetivo de la investigación:** Proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Indicaciones:** Responder esta breve entrevista la cual tiene como intención conocer las actividades del sector.

**Ubicación:** PJ 9 de Oct. Av. El ejército y Av. Soberanía. **Distrito:** Chiclayo

**Nombre:**

**Edad:**

**Fecha:**

**Sexo:**

*Femenino*

*Masculino*

**Condición:**

*Comprador*

**OEI:** Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.

Físico-espacial	¿A qué se debe su preferencia al mercado 9 de octubre, influye su localización?
	¿Considera que el mercado y su entorno genera buena impresión? Si es no ¿Qué problemas aprecia a primera vista?
	¿En qué horarios cree usted que es donde se produce congestión vehicular?
	¿Puede recorrer fácilmente los exteriores e interiores del mercado? ¿Por qué?
Á. comercial	¿Encuentra más variedad de alimentos y productos dentro o fuera del mercado?
	¿Qué días recurre al mercado a abastecerse?
	¿Cree usted que el comercio informal es mayor que la actividad dentro del mercado? ¿Qué invade el comercio informal?
Físico - Ambiental	¿Puede desplazarse sin dificultad por las veredas del mercado? Si es no ¿Qué los limita o impide su camino?
	¿Le produce inseguridad la zona? Si es si ¿En qué horas?
	Además de la mala gestión de residuos y aglomeración ¿Qué otro factor influye en la acumulación de basura en los exteriores?
	¿Cuánto tiempo permanece en el mercado?

## Instrumento 2 – Entrevista dirigida al comerciante



**" Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo "**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA**

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Objetivo de la investigación:** Proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Indicaciones:** Responder esta breve entrevista la cual tiene como intención conocer las actividades del sector.

**Ubicación:** PJ 9 de Oct. Av. El ejército y Av. Soberanía. **Distrito:** Chiclayo

**Nombre:**

**Edad:**

**Fecha:**

**Sexo:**

*Femenino*

*Masculino*

**Condición:**

*Comerciante*

**OEI:** Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.

Físico-espacial	¿A qué se debe que trabaje en el mercado 9 de octubre, influye su localización?
	¿Considera algún problema al momento de descargar su mercancía? ¿Qué aspectos negativos encuentra?
	¿Qué horarios son en donde más se produce congestión vehicular?
	¿Influye el comercio informal (ambulantes) en los exteriores del mercado y las calles dificultando la circulación vehicular y peatonal? ¿En qué nivel lo considera: ¿Bajo, regular, alto o muy alto?
	¿Cómo abastece su puesto comercial? ¿Qué días de la semana?
Á. comercial	¿De qué manera cree usted que ha afectado el comercio informal los exteriores del mercado?
	¿Hasta qué hora permanece abierto su negocio? ¿Qué horas es de mayor actividad?
Físico - Ambiental	¿Cuál cree usted que es el sector con mayor actividad en el mercado? ¿Qué sector es?
	¿Hay comercio en el horario nocturno o se considera un lugar inseguro, desolado?
	¿Qué opina de la acumulación de basura en los exteriores? ¿A qué se debe?
	¿Considera que hay suficientes puestos comerciales? ¿Por qué?

## Instrumento 2 – Entrevista dirigida al habitante de la zona



**" Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo "**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE ARQUITECTURA**

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Objetivo de la investigación:** Proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Indicaciones:** Responder esta breve entrevista la cual tiene como intención conocer las actividades del sector.

**Ubicación:** PJ 9 de Oct. Av. El ejército y Av. Soberanía. **Distrito:** Chiclayo

**Nombre:**

**Edad:**

**Fecha:**

**Sexo:**

*Femenino*

*Masculino*






**Condición:**

*Habitante de la zona*

**OE1:** Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.

Físico-espacial	¿Considera que el mercado y su entorno genera buena impresión? Si es no ¿Qué problemas aprecia a primera vista?
	¿El mercado afecta de alguna manera las actividades de la parroquia y colegio inicial que se ubicadas al costado?
	¿En qué horarios cree usted que es donde se produce congestión vehicular?
	¿En qué horarios cree usted que se genera aglomeración peatonal?
Á. comercial	¿Observa mayor variedad de alimentos y productos dentro o fuera del mercado?
	¿Cree usted que el comercio informal es mayor que la actividad dentro del mercado? ¿Qué invade el comercio informal?
	¿Considera que el mercado y su zona tiene un nivel comercial: regular, bajo, alto? ¿Por qué?
Físico - Ambiental	¿Puede desplazarse sin dificultad por las veredas del mercado y próximo a su casa? Si es no ¿Qué limita o impide su camino?
	¿Usted considera que este mercado se siente en un alto nivel seguro o ciertas horas? ¿En qué horas?
	¿Cómo influye la acumulación de basura de los exteriores del mercado cerca de su vivienda?
	¿Mayormente observa que las personas que acuden al lugar están solas o llegan en grupo?

Anexo 05: Instrumento 3 cartografías

<p>Mapeo cartografía</p> 	<div style="text-align: center;">  <p>Esquema/ Fotografía</p> </div> <p style="text-align: center;"><b>Legenda</b></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 15px;"><input type="checkbox"/></td> <td>Mercado 9 de octubre</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">  <b>UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO</b>                  ESCUELA DE ARQUITECTURA             </td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p><b>Tema:</b>                  DISEÑO DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE Y ESPACIO PÚBLICO COLINDANTE COMO ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL, EN CHICLAYO</p> </td> </tr> <tr> <td> <p><b>Objetivo E.1:</b> Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.</p> </td> <td> <p><b>Categoría:</b></p> <p><b>Variable:</b></p> </td> </tr> <tr> <td><b>Departamento:</b></td> <td><b>Provincia:</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Distrito:</b></td> </tr> <tr> <td><b>Plano:</b></td> <td><b>Fecha:</b></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/>	Mercado 9 de octubre	 <b>UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO</b> ESCUELA DE ARQUITECTURA		<p><b>Tema:</b>                  DISEÑO DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE Y ESPACIO PÚBLICO COLINDANTE COMO ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL, EN CHICLAYO</p>		<p><b>Objetivo E.1:</b> Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.</p>	<p><b>Categoría:</b></p> <p><b>Variable:</b></p>	<b>Departamento:</b>	<b>Provincia:</b>	<b>Distrito:</b>		<b>Plano:</b>	<b>Fecha:</b>
<input type="checkbox"/>	Mercado 9 de octubre														
 <b>UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO</b> ESCUELA DE ARQUITECTURA															
<p><b>Tema:</b>                  DISEÑO DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE Y ESPACIO PÚBLICO COLINDANTE COMO ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL, EN CHICLAYO</p>															
<p><b>Objetivo E.1:</b> Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.</p>	<p><b>Categoría:</b></p> <p><b>Variable:</b></p>														
<b>Departamento:</b>	<b>Provincia:</b>														
<b>Distrito:</b>															
<b>Plano:</b>	<b>Fecha:</b>														
<p><b>Descripción:</b></p>															

## Anexo 06: Validación de los instrumentos del primer objetivo específico



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**  
**FICHA DE REVISIÓN DE DATOS**

**Título de la investigación:**

DISEÑO DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE Y ESPACIO PÚBLICO COLINDANTE COMO ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL, EN CHICLAYO

**Autor de la investigación:**

Christy Lissete Meza Arias

**Asesor de la investigación:**

Gonzalo Mauricio Echeandía Vanderghem

**Problema de la investigación:**

¿Cómo un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de Octubre favorece en la recuperación de los espacios públicos y comerciales degradados, en Chiclayo?

**Objetivo General de la investigación:**

Proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Objetivo Específico de la investigación relacionada con el instrumento:**

Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.

**Variable de estudio relacionada al instrumento:**

Recuperación del espacio público y comercial degradado

**Dimensión(es) de la variable de estudio relacionada al instrumento:**

- Físico – espacial
- Ámbito comercial
- Físico – Ambiental

**Indicador(es) de la dimensión de estudio relacionada al instrumento:**

- Lugar y sitio
- Informalidad comercial
- Accesibilidad
- Emplazamiento
- Focos y actividad comercial
- Contaminación y seguridad urbana
- Densificación
- Flujo vehicular
- Flujo peatonal
- Espacio público

### EVALUACIÓN DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO POR EXPERTO O ESPECIALISTA

De acuerdo con los ítems antes mencionados, se les solicita en base a su experiencia y/o especialidad inferir en lo siguiente: ¿encuentra usted...

Relación del instrumento con la pregunta de investigación?		Relación del instrumento con el Objetivo General y el objetivo específico?		Relación del problema con las variables y el instrumento?	
SI	NO	SI	NO	SI	NO

#### VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

PERTINENCIA		CLARIDAD		RELEVANCIA	
SI	NO	SI	NO	SI	NO

Observaciones:

---



---



---

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable ( x )                      Aplicable después de corregir ( )  
 No aplicable ( )

Apellidos y nombres del evaluador: Echeandia Vanderghem, Gonzalo Mauricio

Grado académico del evaluador: Magister

Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.  
 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.  
 Relevancia: EL ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del contenido.



## Anexo 07: Resultado del primer objetivo específico

**"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE ARQUITECTURA**





*Esta guía de observación se desarrolla para establecer las percepciones del sector y evaluar las condiciones del entorno*  
**Objetivos de la investigación:** Proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

<b>Ubicación:</b> PJ 9 de Octubre. Av. El ejército y Av. Soberanía. Sector 23	<b>Distrito:</b> Chiclayo
<b>Escenario:</b> Mercado 9 de octubre	<b>Fecha de visita:</b>
<b>Nombre del investigador:</b>	



**GUIA DE OBSERVACIÓN**

*OE1: Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.*




**I. FÍSICO - ESPACIAL**

Registro fotográfico	Indicadores	Efectos que ocasiona	Observación
	Contextualización (Lugar y sitio)	- Afluencia y alta actividad comercial - Inseguridad y desorden en la zona	El lugar tiene un carácter comercial y variedad de servicios. Posee una frecuente afluencia de personas, pero falta de mantenimiento además de ausencia de mobiliario
	Emplazamiento	- accesos sin definir	Ubicado en vías principales de rápido acceso, las vías paralelas al mercado se encuentran en mal estado.
	Densificación	- Desintegración de usos	Presenta equipamientos como: comercio, colegio inicial, parroquia, recreación deportiva y otros usos. A pesar de que se localizan cerca no sostienen relación entre sí
	Flujo vehicular y peatonal	- Congestión vehicular - Desorden y molestia - Dificultad para transitar	Apoderamiento de las veredas y espacio público debido al comercio informal, además de poco espacio por el crecimiento de la población en el sector. Asimismo, se observa sus calles ocupadas por informales.

**II. ÁMBITO COMERCIAL**

	Focos y actividad comercial	- Mayor deterioro en exteriores - Insuficiente espacio para carga y descarga	Mayor actividad en los exteriores del mercado y mínima actividad en los interiores. No hay un espacio donde se propicien actividades complementarias.
	Informalidad comercial	- Apropiación de pistas y veredas - Acaparamiento - Desorden	Muestra una considerable acumulación de comercio informal, al mismo tiempo que se extienden los puestos al sur invadiendo los espacios públicos.

**III. FÍSICO - AMBIENTAL**

	Accesibilidad	- Monotonía	Para llegar y acceder al mercado es solo por medio de transporte o caminando, no se dispone con calles de convivencia ni cruces seguros.
	Contaminación urbana	- Precariedad - Deterioro del lugar	Presencia de poca vegetación y alta cantidad de residuos sólidos en exteriores por mala gestión.
	Espacio público	- Espacios desolados - Inseguridad - Zona peligrosa - Contaminación - Baja calidad de vida	La ausencia de mobiliario y desorden no permite el desarrollo de dinámicas sociales solo actividades comerciales, de modo que se convierten en espacios de paso.

Anexo 08: Resultado del primer objetivo específico, entrevista semiestructura con un comerciante



*"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"*

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA

**ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Objetivo de la investigación:** Proponer una propuesta arquitectónica de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Indicaciones:** responder esta breve entrevista la cual tiene como intención conocer las actividades del sector.

**Ubicación:** PJ 9 de Oct. Av. El ejército y Av. Soberanía. **Distrito:** Chiclayo

**Nombre:** Miguel Angel Siadén

**Edad:** 35

**Fecha:** 13/05/2022

**Sexo:**

*Femenino*

*Masculino*

**Condición:**

*Comerciante*

**OE1:** Analizar la realidad física que compone el mercado 9 de octubre y su entorno como espacios públicos para su previo conocimiento.

Físico-espacial	<b>Entrevistador:</b> ¿A qué se debe que trabaje en el mercado 9 de octubre, influye su localización?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> No, influye el aspecto económico, oportunidad laboral
	<b>Entrevistador:</b> ¿Considera algún problema al momento de descargar su mercancía? ¿Qué aspectos negativos encuentra?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> No, pero no hay tampoco un espacio adecuado
	<b>Entrevistador:</b> ¿Qué horarios son en donde más se produce congestión vehicular?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> Las 10 de la mañana
Á. comercial	<b>Entrevistador:</b> ¿Influye el comercio informal (ambulantes) en los exteriores del mercado y las calles dificultando la circulación vehicular y peatonal? ¿En qué nivel lo considera: ¿Bajo, regular, alto o muy alto?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> Si, Alto, no me afecta mucho en mi negocio, a mis compañeras si pero en ocasiones hay más ventas informales por el motivo que la gente se queda afuera y ya no ingresa
	<b>Entrevistador:</b> ¿Cómo abastece su puesto comercial? ¿Qué días de la semana?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> No hay un día determinado, solo se abastece cuando se acaba la mercadería y en el transcurso del día
	<b>Entrevistador:</b> ¿De qué manera cree usted que ha afectado el comercio informal los exteriores del mercado?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> No afecta los puestos complementarios del mercado, pero si en el tema de precios una que pagamos alquiler de local ellos no, además que la informalidad se extiende en todo lo largo de la av. El Ejército
Físico - Ambiental	<b>Entrevistador:</b> ¿Hasta qué hora permanece abierto su negocio? ¿Qué horas es de mayor actividad?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> 7.00 am a 2.00 pm 10.00am a 11.00 am
	<b>Entrevistador:</b> ¿Cuál cree usted que es el sector con mayor actividad en el mercado? ¿Qué sector es?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> Abarrotes
	<b>Entrevistador:</b> ¿Hay comercio en el horario nocturno o se considera un lugar inseguro, desolado?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> La zona es muy desolada y oscura, no hay puestos de venta en esas horas
Físico - Ambiental	<b>Entrevistador:</b> ¿Qué opina de la acumulación de basura en los exteriores? ¿A qué se debe?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> Es desagradable, no hay organización por parte del mercado a pesar que hacen limpieza, también el comercio informal tiene mucho que ver
	<b>Entrevistador:</b> ¿Considera que hay suficientes puestos comerciales? ¿Por qué?
	<b>Comerciante del mercado 9 de Octubre:</b> Claro, el problema con los locales es que muchos están desocupados después de la pandemia, y además los precios del alquiler han aumentado un poco.

### Anexo 09: Dimensión Físico-ambiental



*Espacio público de la Av. El Ejército, exteriores del mercado. Fuente propia*

### Anexo 10: Dimensión Físico-ambiental



*Invasión y desorden del espacio público, exteriores del mercado. Fuente propia*

## Anexo 11: Instrumento 4



*"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"*

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE ARQUITECTURA**

*Esta guía de observación se desarrolla para establecer las percepciones del sector y evaluar las condiciones del edificio*

**Objetivos de la investigación:** *Proponer una propuesta arquitectónica de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.*

**Ubicación:** PJ 9 de Octubre. Av. El ejército y Av. Soberanía. Sector 23      **Distrito:** Chiclayo

**Escenario:** Mercado 9 de Octubre      **Fecha de visita:**

**GUIA DE OBSERVACIÓN (Indicador: daños o lesiones) Área Comercial, Administrativa, Servicios Generales**

*OE2: Evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro.*

**IV. CONFORT DE HABITABILIDAD**

<i>Registro fotográfico</i>	<i>Categoría</i>	<i>Descripción y causas degradativas</i>
Fotografía 1	Piso	
Fotografía 2	Revoque y revestimiento	
Fotografía 3	Muros	
Fotografía 4	Techo y coberturas	
Fotografía 5	Estructura	
Fotografía 6	Columnas o pilares	



## Anexo 12: Instrumento 5



**"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA**

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Objetivo de la investigación:** Proponer una propuesta arquitectónica de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.  
**Indicaciones:** Responder esta breve entrevista la cual tiene como intención conocer las acciones y funciones en el mercado.

**Ubicación:** PJ 9 de Oct. Av. El ejército y Av. Soberanía. **Distrito:** Chiclayo

**Nombre:** **Edad:**

**Fecha:** **Sexo:** *Femenino*  *Masculino*

**Dimensión:** *Confort de habitabilidad* **Indicador:** *Calidad de vida*

**OE2:** Evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro.

<b>Comprador</b>	¿Considera que el sector de comidas y menús puede mejorar o está bien? ¿Cuáles cree usted que son los aspectos negativos?
	¿Qué opina de la materialidad del mercado? si es insuficiente: ¿Qué considera que se debería reemplazar?
	¿Cómo valora la estructura del mercado: ¿buena, regular o mala?
	Los servicios existentes; servicios higiénicos, iluminación, agua, ¿satisfacen sus necesidades? ¿Se deberían mejorar?
	¿Qué parte del mercado transita menos? ¿Por qué?
<b>Comerciante</b>	¿A qué se debe el desuso y abandono de algunos puestos de venta?
	¿Considera que su puesto de venta y el mercado debería mejorar la materialidad? ¿Qué material cree conveniente en muros y techo?
	¿Cómo valora la estructura del mercado: ¿buena, regular o mala?
	¿Según las condiciones en que se encuentra el mercado muestran tener servicios básicos e instalaciones útiles?
	¿Qué espacios cree usted que están deteriorados o hacen faltan en el mercado?
<b>Habitante de la zona</b>	¿Los exteriores del mercado son usados después de cerrar el mercado? Si es si ¿por quién?
	¿Qué opina de la materialidad del mercado? si es insuficiente: ¿Qué cree que se debería sustituir para mejorar el sector?
	¿Cómo valora la estructura del mercado: ¿buena, regular o mala?
	¿Los servicios existentes como iluminación pública y veredas son suficiente? ¿Qué otros servicios básicos son necesario?
	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Marcar servicios básicos: Asientos <input type="checkbox"/> señalización <input type="checkbox"/> pavimentación <input type="checkbox"/> basureros <input type="checkbox"/>
¿considera que el comercio informal genera malestar y desorden? ¿ha aumentado en estos últimos años?	

## Anexo 13: Validación de los instrumentos del segundo objetivo específico



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**  
**FICHA DE REVISIÓN DE DATOS**

**Título de la investigación:**

DISEÑO DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE Y ESPACIO PÚBLICO COLINDANTE COMO ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL, EN CHICLAYO

**Autor de la investigación:**

Christy Lissete Meza Arias

**Asesor de la investigación:**

Gonzalo Mauricio Echeandía Vanderghem

**Problema de la investigación:**

¿Cómo un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de Octubre favorece en la recuperación de los espacios públicos y comerciales degradados, en Chiclayo?

**Objetivo General de la investigación:**

Proponer un diseño arquitectónico de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Objetivo Específico de la investigación relacionada con el instrumento:**

Evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro.

**Variable de estudio relacionada al instrumento:**

Recuperación del espacio público y comercial degradado

**Dimensión(es) de la variable de estudio relacionada al instrumento:**

- Confort de habitabilidad

**Indicador(es) de la dimensión de estudio relacionada al instrumento:**

- Estado físico del edificio
- Degradación del edificio (Daños o lesiones)
- Calidad de vida

### EVALUACIÓN DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO POR EXPERTO O ESPECIALISTA

De acuerdo con los ítems antes mencionados, se les solicita en base a su experiencia y/o especialidad inferir en lo siguiente: ¿encuentra usted...

Relación del instrumento con la pregunta de investigación?		Relación del instrumento con el Objetivo General y el objetivo específico?		Relación del problema con las variables y el instrumento?	
<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO

#### VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

PERTINENCIA		CLARIDAD		RELEVANCIA	
<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO

Observaciones:

---



---



---

Opinión de aplicabilidad:

No aplicable ( )

Aplicable ( x )

Aplicable después de corregir ( )

Apellidos y nombres del evaluador: Echeandia Vanderghem, Gonzalo Mauricio

Grado académico del evaluador: Magister

Pertinencia:

Si el ítem pertenece a la dimensión.

Claridad:

Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Relevancia:

EL ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del contenido.

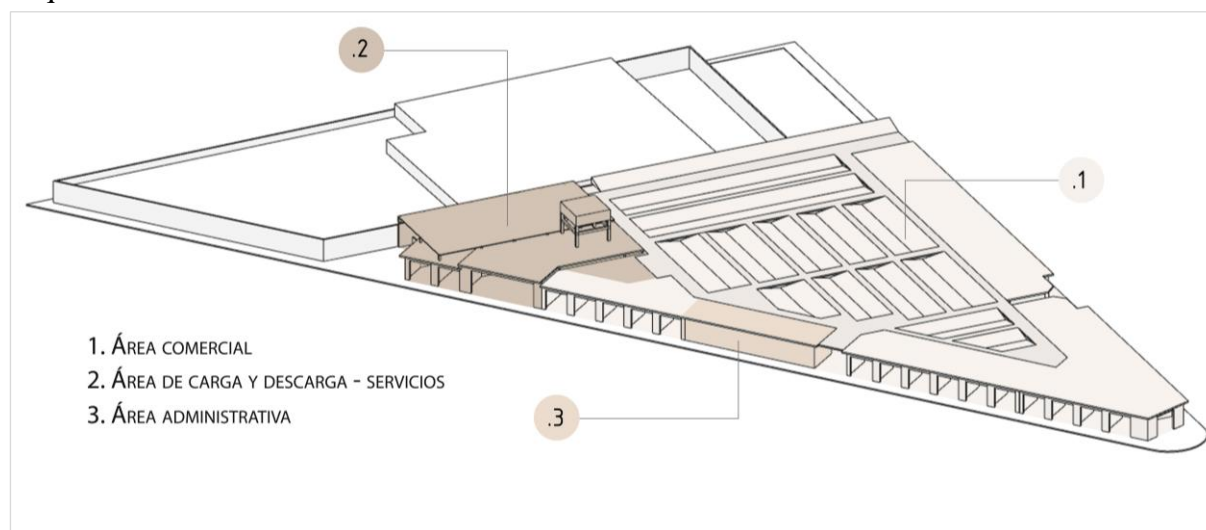


#### Anexo 14: Plano de distribución inicial del Mercado 9 de Octubre



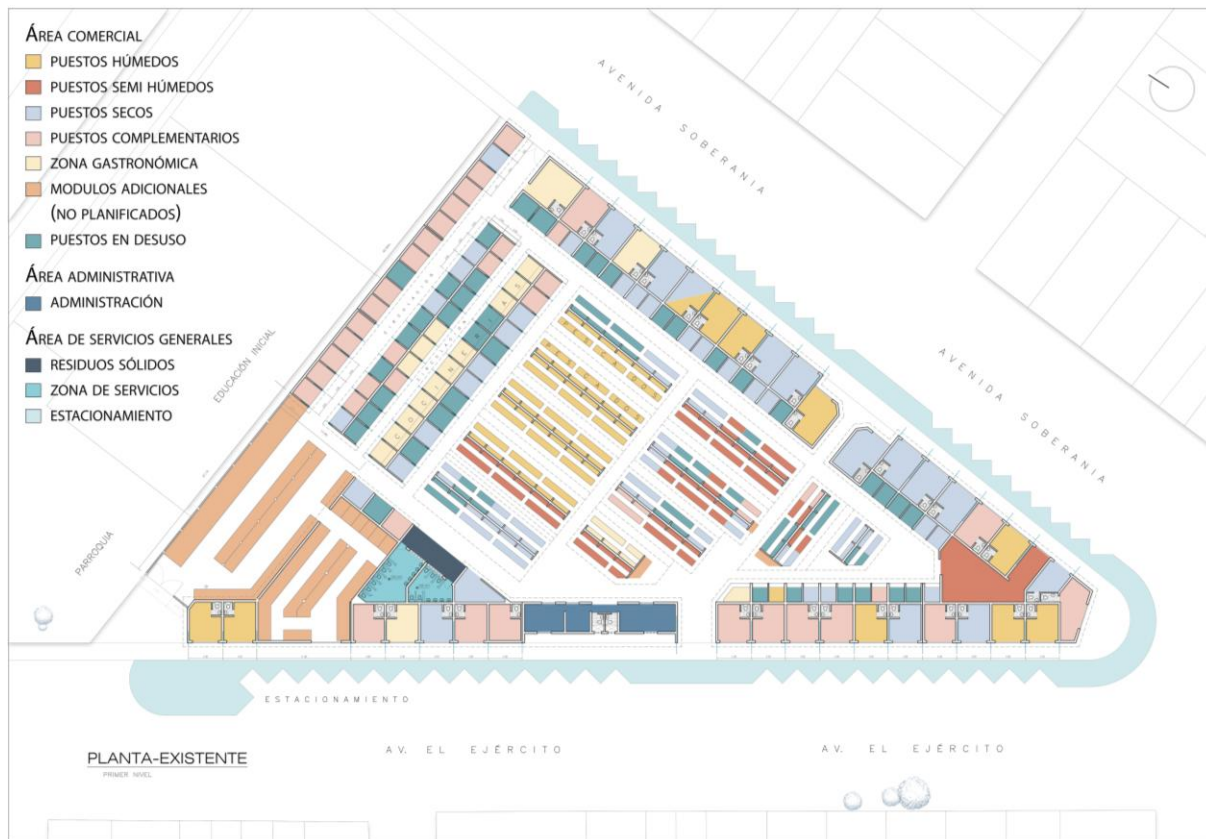
*Elaboración propia, cartografía elaborada en base a información proporcionada por la Municipalidad de Chiclayo*

#### Esquema volumétrico del Mercado 9 de Octubre



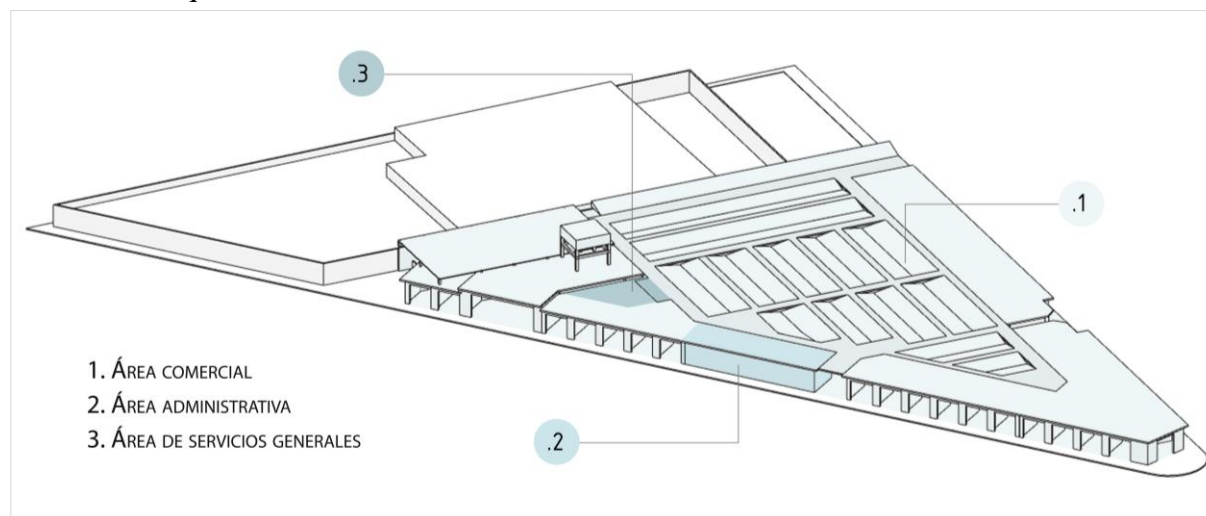
*Zonificación inicial del edificio. Fuente propia*

### Anexo 15: Planta de distribución y zonificación existente del Mercado 9 de Octubre.



*Fuente propia, cartografía elaborada en base a información proporcionada por la Municipalidad de Chiclayo.*

### Anexo 16: Esquema volumétrico del Mercado 9 de Octubre.



*Zonificación del estado actual del edificio. Fuente propia*

Anexo 17: Clasificación de los daños, información elaborada en base a (Casas Figueroa, 2019). Fuente propia.



Tipología de daños o lesiones. Fuente propia.

<i>Tipología de lesión</i>	<i>Lesión/sintomatología</i>	<i>Agentes patológicos causantes</i>
FÍSICO	Humedad	Presencia de agua que actúa en elementos constructivos
	Suciedad	Presencia de partículas procedentes de la contaminación
	Decoloración y manchado	Acción y efecto de quitar el color de una superficie
	Erosión Física	Desgaste por pérdida superficial de un material
	Deformaciones	Procesos físicos de deformaciones y flexiones
MECÁNICO	Roturas	Dilataciones y retracciones
	Desprendimientos	Disgregación de la integridad del elemento
	Erosión Mecánica	Desgaste superficial por acciones mecánicas
	Eflorescencias	Disolución de sales minerales
	Oxidación/ Corrosión	Formación de óxidos metálicos por exposición al oxígeno Pérdida del material metálico
QUÍMICO	Organismos	Alteran la estructura química del material
	Erosión química	Reacción química de sus componentes con otras sustancias

Anexo 18: Resultado del segundo objetivo específico, fichas de observación de daños.



*"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"*

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA

*Esta guía de observación se desarrolla para establecer las percepciones del sector y evaluar las condiciones del edificio*

**Objetivos de la investigación:** Proponer una propuesta arquitectónica de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Ubicación:** P.J. 9 de Octubre. Av. El ejército y Av. Soberanía

**Distrito:** Chiclayo






**Escenario:** Mercado 9 de Octubre. Sector 23

**Fecha de visita:** 2022 - 2024

**FICHA DE OBSERVACIÓN (Indicador: daños o lesiones) Área Comercial**

*OE2: Evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro.*

**IV. CONFORT DE HABITABILIDAD**

Registro fotográfico	Categoría	Descripción y causas degradativas
 VISTA DE PUESTOS HÚMEDOS	Piso	Nivel + 0.35: Plataforma de concreto. Cemento pulido Estado de deterioro: fisuras, decoloración y manchado como consecuencia de la meteorización, ciclos de humedecimiento y secado, la acumulación de polvo y ensuciamiento por lavado en puestos húmedos.
	Revoque y revestimiento	Tarrajeo de cemento e=2.00 cm (promedio), pintura látex color naranja y marfil. Revestimiento en puestos húmedos de cerámica 15x15 cm color blanco Estado de deterioro: Desprendimiento de la pintura, eflorescencia y ensuciamiento por depósito.
 DESPRENDIMIENTOS Y OXIDACIÓN EN TECHO	Estructura	Tijerales metálicos de varillas corrugadas e=1/2" Estado de deterioro: Presencia de oxidación y suciedad por depósito.
	Techo y coberturas	Techo de losa aligerada e= 0.20cm Plancha metálica ondulada (Calamina) e=0.14 mm Polipropileno (calamina) color blanco e=1mm Planchas onduladas rojo opaco (calamina) e=1.1mm Medidas aprox.: 3.05x1.10m. Estado de deterioro: degradación estructural debido a efectos físicos y químicos, en este caso por erosión externa, desprendimiento de materiales que incluye la pintura, oxidación y corrosión.
	Muros	Muros de albañilería e=0.25 cm y 0.15cm Tabiques modulares de madera Estado de deterioro: Presencia de degradación biológica, alabeos y ensuciamiento por depósito en madera. Eflorescencia y suciedad en muros.
 HUMEDAD – SUCIEDAD – EROSIÓN FÍSICA	Columnas o pilares	Columnas de concreto de 0.25x0.25cm Zona de puestos improvisados con columnas circulares de acero. Dimensiones 5.5mx4". Estado de deterioro: Eflorescencia, oxidación y salitre en la parte inferior.



**"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA**

*Esta guía de observación se desarrolla para establecer las percepciones del sector y evaluar las condiciones del edificio*

**Objetivos de la investigación:** Proponer una propuesta arquitectónica de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Ubicación:** P.J. 9 de Octubre. Av. El ejército y Av. Soberanía.

**Distrito:** Chiclayo

**Escenario:** Mercado 9 de Octubre. Sector 23

**Fecha de visita:** 2022 - 2024

**FICHA DE OBSERVACIÓN (Indicador: lesiones y patologías) Área Administrativa**

*OE2: Evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro.*

**IV. CONFORT DE HABITABILIDAD**

Registro fotográfico	Categoría	Descripción y causas degradativas
 FACHADA EXTERIOR DE ADMINISTRACIÓN	Piso	Nivel + 0.35: Mosaico granítico, color gris mediano. Medidas: 0.30x0.30cm Estado de deterioro: Suciedad (ensuciamiento por depósito).
 ESTADO DE CONSERVACIÓN DE TECHO	Revoque y revestimiento	Tarrajeo de cemento e=2.00 cm (promedio). Revoque de pintura látex color naranja y marfil. Estado de deterioro: Desprendimiento de la pintura, y presencia de eflorescencia en la base de los muros.
 VISTA EXTERIOR DE ADMINISTRACIÓN	Muros	Muros de albañilería e=0.25 cm y 0.15cm Estado de deterioro: Suciedad (ensuciamiento por depósito), erosión física y humedad.
	Techo y coberturas	Techo de losa aligerada e= 0.20cm Estado de deterioro: desgaste por pérdida debido a efectos físicos provocado por acciones físicas de los agentes atmosféricos.
	Estructura	Vigas: Concreto de 0.20x0.25cm Estado de deterioro: Suciedad (ensuciamiento por depósito) y erosión externa.
	Columnas o pilares	Columnas de concreto de 0.25x0.25cm Estado de deterioro: Erosión externa y salitre en la parte inferior.



**"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA**

*Esta guía de observación se desarrolla para establecer las percepciones del sector y evaluar las condiciones del edificio*  
**Objetivos de la investigación:** Proponer una propuesta arquitectónica de regeneración del mercado 9 de Octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Ubicación:** P.J. 9 de Octubre. Av. El ejército y Av. Soberanía. **Distrito:** Chiclayo

**Escenario:** Mercado 9 de Octubre. Sector 23 **Fecha de visita:** 2022 - 2024

**FICHA DE OBSERVACIÓN (Indicador: lesiones y patologías) Área de Servicios Generales**

*OE2: Evaluar la infraestructura y funcionalidad existente en el equipamiento, determinando lo que ocasiona su desuso y deterioro.*

**IV. CONFORT DE HABITABILIDAD**

Registro fotográfico	Categoría	Descripción y causas degradativas
 VISTA EXT. DE SS.HH Y RESIDUOS SÓLIDOS	Piso	Nivel + 0.35 en baños: Mosaico granítico, color gris mediano. Medidas: 0.30x0.30cm. Nivel + 0.15 en residuo sólidos: Cemento pulido. Nivel + 0.00 en estacionamiento: Pavimento asfáltico Estado de deterioro: fisuras, decoloración y manchado como consecuencia de la meteorización, ciclos de humedecimiento, secado y suciedad.
 DECOLORACIÓN Y MANCHADO DE CERÁMICA	Revoque y revestimiento	Tarrajeo de cemento $e=2.00$ cm (promedio). Baños: revestimiento de cerámica 15x15 cm color blanco Estado de deterioro en baños: presenta humedad de condensación por la acción del agua en el ambiente, decoloración, manchado y suciedad.
 DESPRENDIMIENTO DE CERÁMICA Y TECHO	Muros	Muros de albañilería $e=0.25$ cm y 0.15cm Estado de deterioro: Suciedad (ensuciamiento por lavado diferencial) debido a la humedad. Oxidación en ventanas altas
 SUCIEDAD Y HUMEDAD POR FILTRACIÓN	Techo y coberturas	Techo de losa aligerada $e=0.20$ cm Estado de deterioro: Desprendimiento de pintura, humedad por condensación, efluorescencia y fisuras.
	Estructura	Vigas: Concreto de 0.20x0.25cm Estado de deterioro: Suciedad (ensuciamiento por depósito) y humedad.
	Columnas o pilares	Columnas de concreto de 0.25x0.25cm Estado de deterioro: Suciedad (ensuciamiento por depósito) y humedad.

## Anexo 19: Resultado del segundo objetivo específico, entrevista semiestructurada.



**" Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo "**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA DE ARQUITECTURA**

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

<b>Indicaciones:</b> Responder esta breve entrevista la cual tiene como intención conocer las acciones y funciones en el mercado.			
<b>Ubicación:</b> PJ 9 de Oct. Av. El ejército y Av. Soberanía.		<b>Distrito:</b> Chiclayo	
<b>Nombre:</b> Miguel Ángel Siadén		<b>Edad:</b> 35	
<b>Fecha:</b> 13/05/2022	<b>Sexo:</b>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i> <input type="checkbox"/>
<b>Dimensión:</b>	<i>Confort de habitabilidad</i>	<b>Indicador:</b>	<i>Calidad de vida</i>
Comprador	<b>Entrevistador:</b> ¿Considera que el sector de comidas y menús puede mejorar o está bien? ¿Cuáles cree usted que son los aspectos negativos?		
	<b>Comprador:</b> Definitivamente no están bien, el pasadizo estrecho que cruza todos estos puestos de comida es invadido por los comensales, aparte de ello muchos de estos puestos no cuentan con conexión de agua potable.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Qué opina de la materialidad del mercado? si es insuficiente: ¿Qué considera que se debería reemplazar?		
	<b>Comprador:</b> La materialidad se encuentra en mal estado y considero que se debería cambiar los acabados y revestimientos.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Cómo valora la estructura del mercado: ¿buena, regular o mala?		
	<b>Comprador:</b> A comparación de los nuevos mercados y super mercados, se reconoce que es una estructura antigua y se encuentra en un mal estado de conservación		
	<b>Entrevistador:</b> Los servicios existentes; servicios higiénicos, iluminación, agua, ¿satisfacen sus necesidades? ¿Se deberían mejorar?		
	<b>Comprador:</b> Los servicios son insuficientes, la iluminación en algunos sectores es muy baja.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Qué parte del mercado transita menos? ¿Por qué?		
	<b>Comprador:</b> La parte de costura y sastrería, debido que este servicio no es muy requerido para la población.		
Comerciante	<b>Entrevistador:</b> ¿A qué se debe el desuso y abandono de algunos puestos de venta?		
	<b>Comerciante:</b> Creo por la cantidad de comerciantes informales, esto genera que sea más factible ocupar un pedazo de calle y vender sus productos que alquilar un puesto pequeño.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Considera que su puesto de venta y el mercado debería mejorar la materialidad? ¿Qué material cree conveniente en muros y techo?		
	<b>Comerciante:</b> Mejorar tanto en lo material y espacialidad. Sería bueno un material que sea fácil de realizar mantenimientos y no contamine demasiado.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Cómo valora la estructura del mercado: ¿buena, regular o mala?		
	<b>Comerciante:</b> Mala, debido que se encuentra degrada y no hay mantenimiento.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿El mercado cuenta con servicios básicos e instalaciones adecuadas?		
	<b>Comerciante:</b> Si hay servicios de luz agua y desagüe, pero son insuficientes.		
Habitante de la zona	<b>Entrevistador:</b> ¿Qué espacios cree usted que están deteriorados o hacen faltan en el mercado?		
	<b>Comerciante:</b> Prácticamente todo el mercado, pero más los puestos improvisados.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Los exteriores del mercado son usados después de cerrar el mercado? Si es si ¿por quién?		
	<b>Habitante de la zona:</b> Si, regularmente por ambulantes que dejan desperdicios en las calles.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Qué opina sobre la materialidad del mercado? Si es insuficiente, ¿qué cambios sugeriría?		
	<b>Habitante de la zona:</b> Deja mucho que desear, no hay acabados y los pocos puestos que lo tienen no cuentan con un diseño previo.		
	<b>Entrevistador:</b> ¿Cómo valora la estructura del mercado: ¿buena, regular o mala?		
	<b>Habitante de la zona:</b> Regular, debido a que aún no se ha visto derrumbe ni daño directo a la estructura, pero si a los acabados.		
<b>Entrevistador:</b> ¿Los servicios existentes como iluminación pública y veredas son suficiente? ¿Qué otros servicios básicos son necesario?			
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> x <input type="checkbox"/> Marcar servicios básicos: Asientos <input type="checkbox"/> señalización <input type="checkbox"/> pavimentación <input type="checkbox"/> basureros <input type="checkbox"/>			
<b>Habitante de la zona:</b> Aparte de ellos, sería bueno implementar tachos de reciclaje de materiales no orgánicos.			

## Anexo 20: Validación de los instrumentos del tercer objetivo específico



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**  
**FICHA DE REVISIÓN DE DATOS**

**Título de la investigación:**

DISEÑO DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE Y ESPACIO PÚBLICO COLINDANTE COMO ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL, EN CHICLAYO

**Autor de la investigación:** Christy Lissete Meza Arias

**Asesor de la investigación:** Gonzalo Mauricio Echeandia Vanderghem

**Problema de la investigación:**

¿Cómo el diseño arquitectónico del mercado 9 de octubre en conjunto con su espacio público favorece en la recuperación de los espacios comerciales degradados en Chiclayo?

**Objetivo General de la investigación:**

Proponer una propuesta arquitectónica de regeneración del mercado 9 de octubre y espacio público para recuperar los espacios comerciales degradados, estableciendo el intercambio comercial del sector en Chiclayo.

**Objetivo Específico de la investigación relacionada con el instrumento:**

Indagar casos de proyectos afines y en circunstancias relacionadas, el cual se establezcan estrategias que determinen soluciones adaptables para el proyecto en base a estos.

**Variable de estudio relacionada al instrumento:** Diseño arquitectónico del mercado 9 de Octubre

**Dimensión(es) de la variable de estudio relacionada al instrumento:** Casos de estudio

**Indicador(es) de la dimensión de estudio relacionada al instrumento:** Estrategias proyectuales de intervención

 <p><i>"Diseño del mercado 9 de octubre y espacio público colindante como estrategia de recuperación del espacio comercial, en Chiclayo"</i> UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERÍA ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>				<p><i>OE3: Indagar casos de proyectos afines y en circunstancias relacionadas, el cual se establezcan estrategias que determinen soluciones adaptables para el proyecto en base a estos.</i></p>	
Nombre del proyecto:	Ubicación del proyecto	Función y zonificación	Programa		
	Espacialidad		Estrategias de intervención		
Datos generales Autor: Descripción:	Organigrama		Concepto		

### EVALUACIÓN DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO POR EXPERTO O ESPECIALISTA

De acuerdo con los ítems antes mencionados, se les solicita en base a su experiencia y/o especialidad inferir en lo siguiente: ¿encuentra usted...

Relación del instrumento con la pregunta de investigación?		Relación del instrumento con el Objetivo General y el objetivo específico?		Relación del problema con las variables y el instrumento?	
SI	NO	SI	NO	SI	NO

#### VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

PERTINENCIA		CLARIDAD		RELEVANCIA	
SI	NO	SI	NO	SI	NO

Observaciones:

---



---



---

Opinión de aplicabilidad:                      Aplicable ( x )                      Aplicable después de corregir ( )  
 No aplicable ( )

Apellidos y nombres del evaluador: Echeandia Vanderghem, Gonzalo Mauricio

Grado académico del evaluador: Magister

Pertinencia:                      Si el ítem pertenece a la dimensión.  
 Claridad:                         Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.  
 Relevancia:                      El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del contenido.



Anexo 21: Resultado del tercer objetivo específico, referente 01 de casos de estudio. *Fuente propia*

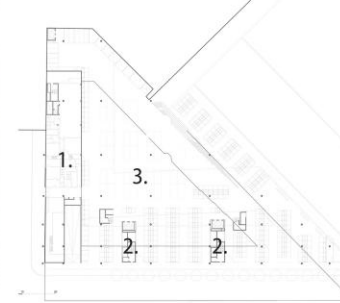
MERCAT ENCANTS/ MERCAT DELS ENCANTS VELLS



UBICACIÓN DEL PROYECTO



FUNCIÓN Y ZONIFICACIÓN

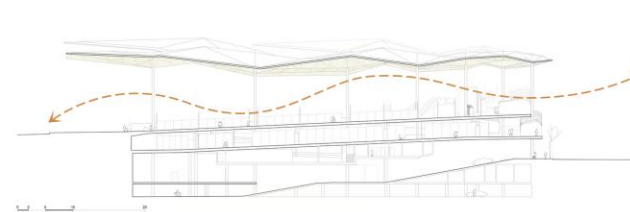


1. ZONA DE SERVICIO	200 M2
2. CIRCULACIONES VERTICALES	100 M2
3. ZONA DE COMERCIO - PLAZA	2000 M2

PROGRAMA

ZONA ADMINISTRATIVA	100 M2
ZONA DE ROPA	200 M2
ZONA DE CALZADO	200 M2
ZONA ACCESORIOS	150 M2
ZONA DE SUBASTA	150 M2
ZONA DE SERVICIOS	80 M2

ESPACIALIDAD



ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

- PERMEABILIDAD: SE GENERAN CONEXIONES DIRECTAS ENTRE EL VOLUMEN Y EL ÁREA URBANA, CON USO MÍNIMO DE CERRAMIENTOS.
- COBERTURA LIBRE: PARA CREAR UN DIALOGO DE MERCADO PLAZA CON EL ENTORNO.
- FLEXIBILIDAD: ESPACIOS QUE PROPICIAN LA SOCIALIZACIÓN Y EL INTERCAMBIO COMERCIAL.

DATOS GENERALES

ARQUITECTO: B720 FERMÍN VÁZQUEZ ARQUITECTOS  
 LOCALIZACIÓN: BARCELONA, ESPAÑA  
 FECHA: 2013

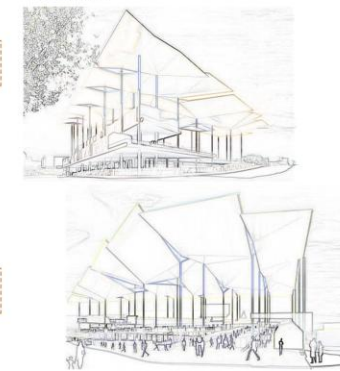
DESCRIPCIÓN: EL NUEVO MERCADO DELS ENCANTS ES UN EQUIPAMIENTO PÚBLICO DEDICADO A LA VENTA DE PRODUCTOS DE SEGUNDA MANO, SUBASTAS Y ARTÍCULOS DE OCASIÓN. EL EDIFICIO SUSTITUYE A UNA ANTIGUA INFRAESTRUCTURA, BASTANTE DEGRADADA E INSUFICIENTE, Y SE INSTALA EN UN NUEVO EMPLAZAMIENTO JUNTO A LA PLAZA DE LES GLÒRIES COMO UN DISPOSITIVO DE MEDIACIÓN ENTRE LA REFORMA DE LA PLAZA, SU ENTORNO EDIFICADO Y EL EJE DE LA AVENIDA MERIDIANA.

LA PROPUESTA PLANTEA UNA PLATAFORMA, O PLAZA COMERCIAL CONTINUA QUE SE DESARROLLA EN VARIOS NIVELES COMO LA SUPERFICIE IDÓNEA PARA TODAS LAS ACTIVIDADES MERCANTILES.

ORGANIGRAMA



CONCEPTO



Anexo 22: Resultado del tercer objetivo específico, referente 02 de casos de estudio. *Fuente propia*

RENOVACIÓN DE PESCADERIA BESIKTAS



DATOS GENERALES

ARQUITECTO: GAD ARQUITECTOS, GOKHAN AVCIOGLU

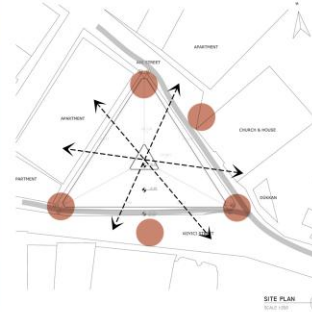
LOCALIZACIÓN: ESTAMBUL, TURQUÍA

FECHA: 2013

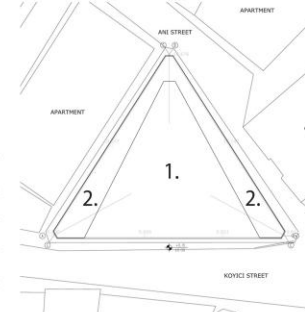
DESCRIPCIÓN: EN UN ESFUERZO POR RECUPERAR CLIENTES Y MEJORAR SU ESPACIO DE TRABAJO, FUE NECESARIO UNA REFORMA COMO RECLAMO POR PARTE DE LOS PESCADEROS. UNA VEZ REFORMADO, VOLVERÍA A SER MOTOR DE DINAMISMO DE LOS BARRIOS Y PUNTO DE ATRACCIÓN PARA PROPIOS Y EXTRAÑOS

LAS DECISIONES ARQUITECTÓNICAS SE CONSTITUYERON CON UN ENFOQUE SIMPLISTA PARA FORMAS Y SOLUCIONES, CON EL FIN DE PERMITIR ESTE ESPACIO TRIANGULAR DE 26X23 / 2, QUE PUEDE SUBSISTIR CON INSTALACIONES TEMPORALES DE ARTE Y ELEMENTOS QUE, SÓLO EN EL TRANCURSO DEL TIEMPO, GENERARSE A SÍ MISMO A TRAVÉS DEL MEDIO DEL COLOR, LA TEXTURA Y LA LUZ.

UBICACIÓN DEL PROYECTO



FUNCIÓN Y ZONIFICACIÓN

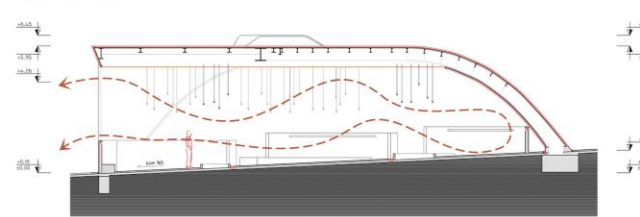


1. PLAZA COMERCIAL	170 M2
2. ZONA DE VENTAS	150 M2
TERRENO TRIANGULAR	320 M2

PROGRAMA

ZONA DE PESCADOS	112 M2
ZONA DE FRUTAS	48 M2
PLAZA COMERCIAL	160 M2

ESPACIALIDAD



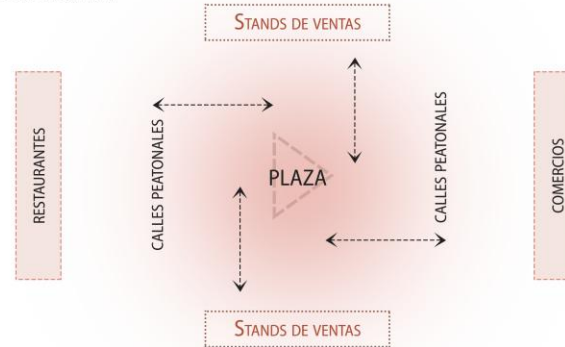
ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

POTENCIA EL ESPACIO VIGENTE, CONVIRTIENDOLO EN UN SOLO ESPACIO COMÚN. (MULTIFUNCIONAL)

ESPACIOS FLEXIBLES: TRANSFORMACIÓN DE FACHADA PARA LIBRE INGRESO.

PERMEABILIDAD: APERTURA DE ESPACIOS, TRANSICIÓN INTERIOR/ EXTERIOR

ORGANIGRAMA



CONCEPTO



Anexo 23: Resultado del tercer objetivo específico, referente 03 de casos de estudio. *Fuente propia*

MERCADO TIRSO DE MOLINA



UBICACIÓN DEL PROYECTO



FUNCIÓN Y ZONIFICACIÓN



1. INGRESO PRINCIPAL	300 M2
2. PLAZA INTERIOR	500 M2
3. STANDS DE VENTAS	2000 M2
- 1ER NIVEL: ZONA HUMEDA/ ABARROTES	
- 2DO NIVEL : ZONA SECA/ ABARROTES	
4. CIRCULACIONES	100 M2
5. SERVICIOS HIGIÉNICOS	150 M2
6. ALMACENES	30 M2
7. ADMINISTRACIÓN	80 M2
8. PATIO	1000 M2
9. FLORERIAS Y TIENDAS	1200 M2

ESPACIALIDAD



ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

RELACIÓN ESPACIAL: EN EL ESPACIO CENTRAL QUE RECORRE A LO LARGO TODO EL EDIFICIO, DISPONE DE RAMPAS, ESCALERAS Y CALLES SECUNDARIAS. TIPOLOGÍA: "ESQUELETO DE PESCADO"

EN EL 2DO NIVEL SE UBICAN CAFETERIAS QUE SE ABREN A LA VISTA HACIA SUS EXTERIORES.

VENTILACIÓN E ILUMINACIÓN: LUZ Y SOMBRA MEDIANTE LAS FISURAS DE LA COBERTURA.

DATOS GENERALES

ARQUITECTO: IGLESIS PRAT ARQUITECTOS

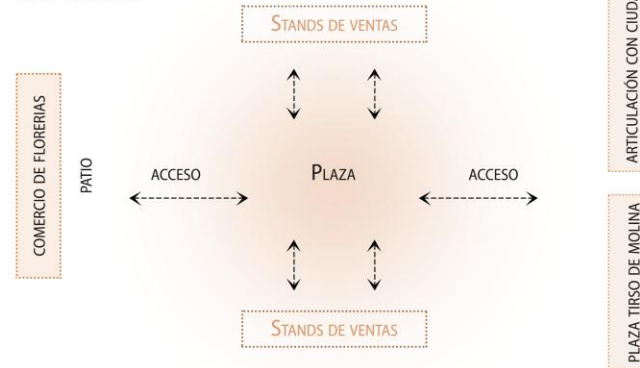
LOCALIZACIÓN: SANTIAGO, CHILE

FECHA: 2011

DESCRIPCIÓN: EL NUEVO MERCADO SE CONCIBIÓ COMO UNA GRAN CUBIERTA QUE DESCANSA SOBRE UNA TRAMA DE ALTOS PILARES. LOS MÓDULOS DE LA CUBIERTA METÁLICA DE 6x6m DEFINEN UNA PLANTA LIBRE Y FLEXIBLE PARA LA INSTALACIÓN DE LOCALES EN DOS NIVELES. CADA MÓDULO DE APOYO ESTÁ CONFORMADO POR UNA ESTRUCTURA PIRAMIDAL INVERTIDA CON TECHO TRASLÚCIDO QUE GENERA UN PATRÓN DE ILUMINACIÓN INTERIOR EVOCATIVO COMO EL FOLLAJE DE LOS ÁRBOLES.

UN GRAN PATIO, SEMICUBIERTO Y SIN APOYOS INTERMEDIOS, RECIBE AL VISITANTE Y LE OFRECE EL ESPECTÁCULO FLORAL.

ORGANIGRAMA



CONCEPTO

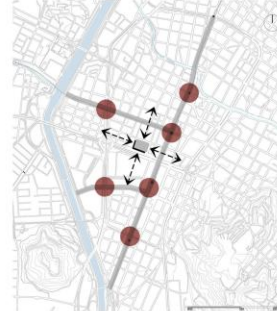


Anexo 24: Resultado del tercer objetivo específico, referente 04 de casos de estudio. *Fuente propia*

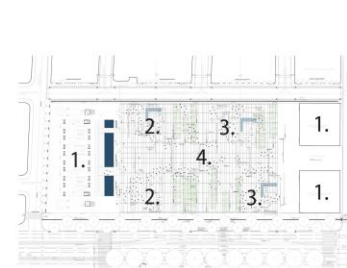
PLAZA DE CISNEROS/ PLAZA DE LA LUZ



UBICACIÓN DEL PROYECTO



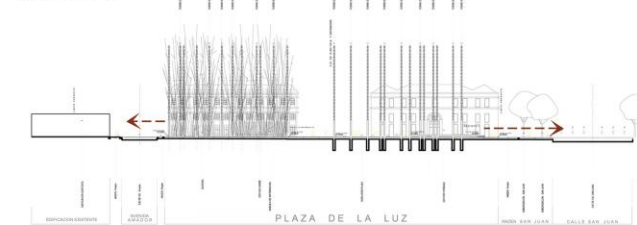
FUNCIÓN Y ZONIFICACIÓN



1. ZONA DE CULTURA	520 M2
2. ZONA DE DESCANSO	300 M2
3. ZONA CONCIERTOS/ESPECTÁCULOS	250 M2
4. ZONA DE TRANSITO	500 M2

<b>PROGRAMA</b>	
BIBLIOTECA EPM	260 M2
EDIFICIO CARRÉ	140 M2
EDIFICIO VÁSQUEZ	140 M2
CIRCULACIONES/ ESPACIO PÚBLICO	1080 M2
ZONA DE DESCANSO	300 M2
ZONA DE CONCIERTO/ EVENTOS	250 M2

ESPACIALIDAD



ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

TRANSITIVIDAD: LA PLAZA CISNEROS SE CONECTA Y ARTICULA CON TODOS SUS BORDES.

PERMEABILIDAD: EL ESPACIO ESTA COMPUESTA POR COLUMNAS, QUE SE PRESENTAN COMO BARRERAS FÍSICAS Y VISUALES CREANDO UN ÍCONO URBANO.

EL BOSQUE, LA LUZ Y LA SOMBRA: CONFIGURAN UN BOSQUE DE SOMBRA DE DÍA Y UN BOSQUE DE LUZ EN LA NOCHE.

DATOS GENERALES

ARQUITECTO: JUAN MANUEL PELÁEZ FREIDEL, LUIS FERNANDO PELÁEZ

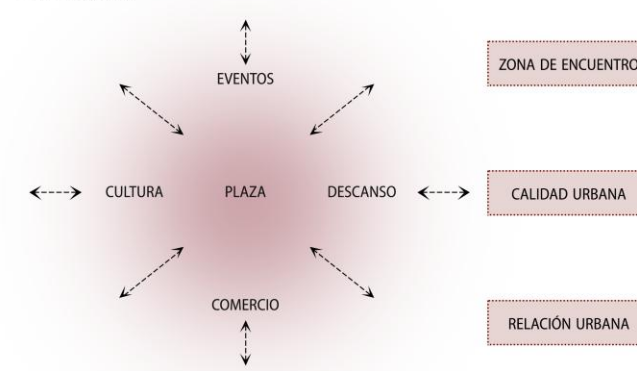
LOCALIZACIÓN: BARRIO GUAYAQUIL. MEDELLÍN, COLOMBIA

FECHA: 2005

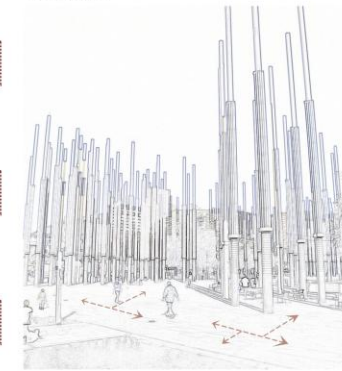
DESCRIPCIÓN: LA PLAZA DE CISNEROS SE INSCRIBE DENTRO DEL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR DE GUAYAQUIL EL CUAL HA REPRESENTADO A UNO DE LOS SECTORES CON MAYOR DINAMISMO DEL CENTRO DE LA CIUDAD.

EL ABANDONO PAULATINO QUE SE INICIÓ DESDE LA DÉCADA DE LOS 70 DE ALGUNAS DE SUS EDIFICACIONES HIZO QUE ESTE SECTOR SE DEGRADARA CONSIDERABLEMENTE HASTA EL PUNTO DE DESPARECER DE LA MEMORIA COLECTIVA. EN EL AÑO 2002 EMPIEZA UNA TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR CON VARIOS PROYECTOS INSTITUCIONALES DIRIGIDOS A LA RECUPERACIÓN FÍSICA, ECONÓMICA Y SOCIAL DEL LUGAR.

ORGANIGRAMA



CONCEPTO



Anexo 25: Resultado del tercer objetivo específico, referente 05 de casos de estudio. *Fuente propia*

PLAZA DE MERCADO GRAMALOTE



DATOS GENERALES

ARQUITECTO: NIRO ARQUITECTURA, OAU | OFICINA DE ARQUITECTURA Y URB.

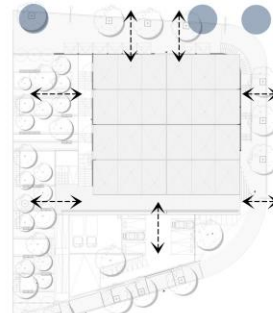
LOCALIZACIÓN: GRAMALOTE, COLOMBIA

FECHA: 2017

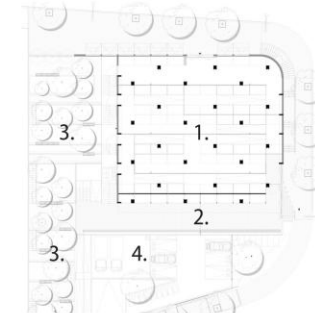
DESCRIPCIÓN: EL 17/12/2010, DEBIDO A LAS FUERTES LLUVIAS OCASIONADAS POR EL FENÓMENO DE "LA NIÑA", UN DESLIZAMIENTO DE TIERRA ARRASÓ CON EL MUNICIPIO DE GRAMALOTE. EL GOBIERNO NACIONAL, DE LA MANO DEL FONDO DE ADAPTACIÓN, REALIZARON PLANES PARA RECONSTRUIR EL MUNICIPIO EN CONJUNTO, INCLUYENDO SUS EQUIPAMIENTOS IMPORTANTES, ENTRE ELLOS LA PLAZA MERCADO.

LA NUEVA PLAZA DE MERCADO SERÁ EL LUGAR EMBLEMÁTICO PARA EL SECTOR, SERÁ EL ESPACIO DE INTERCAMBIO DE CULTURAS Y AGRICULTURA; UN ESCENARIO Y MIRADOR CONSTANTE DE LA NATURALEZA DE GRAMALOTE.

UBICACIÓN DEL PROYECTO



FUNCIÓN Y ZONIFICACIÓN

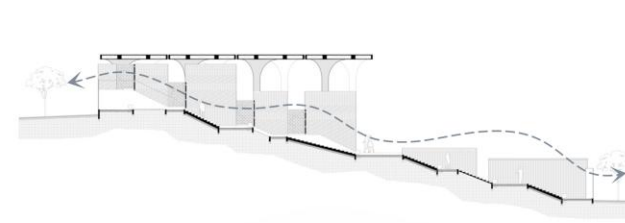


1. ZONA DE COMERCIO	800 M2
2. PLAZA CAMPESINA	200 M2
3. PLAZOLETA	500 M2
4. ESTACIONAMIENTO	300 M2

PROGRAMA

PLAZOLETA	500 M2
PLAZA CAMPESINA DE COMIDAS	200 M2
ZONA SEMI HÚMEDA	250 M2
ZONA DE ABARROTES	400 M2
ZONA HÚMEDA	250 M2
ZONA DE ESTACIONAMIENTO Y SERV.	300 M2

ESPACIALIDAD

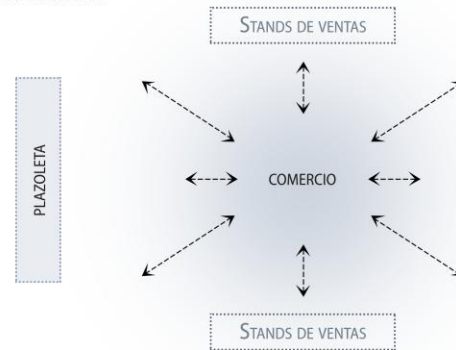


ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

AGRICULTURA URBANA: LA CREACIÓN DE CULTIVOS URBANOS EN EL AISLAMIENTO DIRECTAMENTE CONECTADOS CON EL CENTRO DE MANZANA, ES UN PROYECTO PILOTO PARA PROMOVER EL TRABAJO Y EL INTERCAMBIO ECONÓMICO.

SOSTENIBILIDAD — RECOLECCIÓN DE AGUAS: LOS MÓDULOS DE LA CUBIERTA FUNCIONAN COMO EMBUDOS QUE RECOLECTAN LAS AGUAS LLUVIAS, PARA SER ALMACENADAS EN TANQUES.

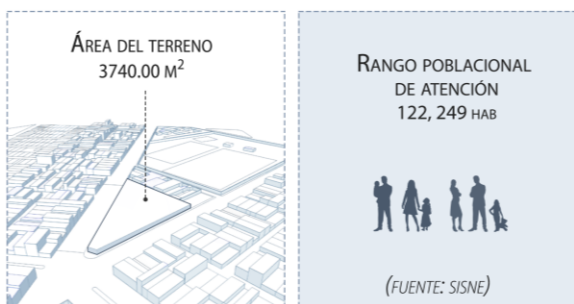
ORGANIGRAMA



CONCEPTO



## Anexo 26: Esquema conceptual de las regularidades específicas del mercado 9 de Octubre



### SELECCIÓN DEL EQUIPAMIENTO COMERCIAL (TABLA 1. MERCADO MINORISTA)

CATEGORÍA	RANGO POBLACIONAL	TERRENO MIN. (m <sup>2</sup> )
Mercado Mayorista	Mayor a 200,000	2,000
**Mercado Minorista	Mayor a 10,000	800
Centro de Acopio	Mayor a 50,000	10,000
Camal Municipal	Mayor a 20,000	8,000
*Terminal Pesquero	Mayor a 400,000	8,000
Campos feriales (agropecuarios)	Mayor a 200,000	20,000

(\*\*) De acuerdo a la experiencia se considera un equipamiento básico para todos los rangos comparable al mercado barrial

(fuente: Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo)

### CLASIFICACIÓN DE LOS MERCADOS MINORISTAS (TABLA 2. CATEGORÍAS DE MERCADO)

Mercado Minorista	Categoría	Zonificación Compatible	Radio de Acción (m)	Población Atendida
	1	Comercio Vecinal (CV)	De 200 a 400	Menor de 5,000 habitantes
2	Comercio Vecinal (CV)	De 400 a 800	De 5,000 a 10,000 habitantes	
3	Comercio Zonal (CZ)	De 800 a 1,200	De 10,000 a 50,000 habitantes	
4	Comercio Zonal (CZ)	De 1,200 a 1,500	De 50,000 a 200,000 habitantes	
5	Comercio Metropolitano (CM)	Mayor a 1,500	De 200,000 a más habitantes	

(fuente: Norma Técnica para el Diseño de Mercados de Abastos)

Radio de acción 1km

### REQUERIMIENTOS MÍNIMOS POR CATEGORÍA (TABLA 3. REQUERIMIENTO DE SERVICIOS COMUNES POR CATEGORÍA DE MERCADO)

Categoría	1	2	3	4	5	
Nº de puestos	Hasta 25	26 - 80	81 - 150	151 -250	251 a más	
Área Comercial	Puestos húmedos	x	x	x	x	x
	Puesto semi húmedos	x	x	x	x	x
	Puesto Secos	x	x	x	x	x
	SSHH para clientes	x	x	x	x	x
	Zona gastronómica*	x	x	x	x	x
	Puestos complementarios*	x	x	x	x	x
Áreas de Abastecimiento y Despacho	Zona de esparcimiento*	x	x	x	x	x
	Almacenes o depósitos	x	x	x	x	x
	Área de refrigeración			x	x	x
	Patio de descarga			x	x	x
Área de energía y mantenimiento	Área de control de calidad	x	x	x	x	x
	Cuarto de máquinas				x	x
Área Administrativa y servicios complementarios	Cuarto de Mantenimiento	x	x	x	x	x
	Administración	x	x	x	x	x
	Tópico				x	x
	Lactario			x	x	x
	Sala de usos Múltiples* (SUM)	x	x	x	x	x
	SSHH para empleados			x	x	x
Área de residuos sólidos	Estacionamientos	x	x	x	x	x
	Residuos sólidos	x	x	x	x	x

\*Opcional

Nota: el factor prioritario para la determinación de los ambientes, son los números de puestos. Se podrá considerar un máximo permisible de 5 puestos por encima al número máximo de cada categoría de mercado.

(fuente: Norma Técnica para el Diseño de Mercados de Abastos)

### CÁLCULO DE AFORO EN ESTABLECIMIENTO COMERCIALES (TABLA 4. ÁREA X PERSONA)

Galería comercial	2.0 m <sup>2</sup> por persona
Tienda por departamentos	3.0 m <sup>2</sup> por persona
Locales con asientos fijos	Número de asientos
Mercados Mayoristas	5.0 m <sup>2</sup> por persona
Supermercado	2.5 m <sup>2</sup> por persona
Mercados Minorista	2.0 m <sup>2</sup> por persona
Restaurantes (área de mesas)	1.5 m <sup>2</sup> por persona
Discotecas	1.0 m <sup>2</sup> por persona
Patios de comida (área de mesas)	1.5 m <sup>2</sup> por persona

(fuente: Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo)

Planimetría de la propuesta de diseño del mercado 9 de octubre y el espacio público colindante

[https://drive.google.com/drive/folders/1zEvIPqp1\\_xLuZ31fXuoc-GYehKmhW9D?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1zEvIPqp1_xLuZ31fXuoc-GYehKmhW9D?usp=sharing)