

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



**Estrategias de intervención urbana en los espacios públicos del mercado
mayorista Moshoqueque**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ARQUITECTO**

AUTOR

Daniel Davila Davila

ASESOR

Ofelia del Pilar Baca Kamt

<https://orcid.org/0000-0002-3128-8057>

Chiclayo, 2025

**Estrategias de intervención urbana en los espacios públicos del
mercado mayorista Moshoqueque**

PRESENTADA POR
Daniel Davila Davila

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

ARQUITECTO

APROBADA POR

Monica Soledad Delgado Nauca
PRESIDENTE

Maria Teresa Montenegro Gomez
SECRETARIO

Ofelia del Pilar Baca Kamt
VOCAL

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres y hermanos, por su incondicional y constante apoyo a lo largo de este camino. A mis amigos, por su presencia y compañía en cada etapa de este recorrido.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis padres, hermanos y amigos, cuyo apoyo incondicional fue fundamental durante todo este proceso. A mi asesora, por su paciencia, orientación y valiosos consejos que guiaron cada etapa de esta tesis.

DAVILA DAVILA

INFORME DE ORIGINALIDAD

11 %	11 %	1 %	2 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	2 %
3	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	1 %
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
5	Submitted to Universidad Nacional de Colombia Trabajo del estudiante	<1 %
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
7	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	<1 %
8	cienciassociales.unah.edu.hn Fuente de Internet	<1 %

Índice

Resumen	7
Abstract	8
Introducción.....	9
Revisión de literatura.....	11
Materiales y métodos	19
Resultados y discusión	20
Conclusiones	33
Recomendaciones	34
Referencias.....	35
Anexos	41

Lista de Figuras

Figura 01: Diagrama de comercialización de productos agrícolas	13
Figura 02: (a) Cuatro nodos se colocan de modo que parezcan “regulares” desde el aire; pero esta regularidad no permite más que las mínimas conexiones. (b) Conectividad múltiple entre los mismos cuatro nodos, vistos en planta	13
Figura 03: (a) Espacios públicos verdes. (b) Espacios públicos pavimentados. (c) Espacios públicos líquidos	16
Figura 04: (a) Uso del espacio público para recreación. (b) Apropiación y privatización de espacios públicos	18
Figura 05: Síntesis. Flujo peatonal y vehicular	21
Figura 06: Síntesis. Pavimentos a) Avenidas b) Calles c) Parques	22
Figura 07: Síntesis. Aspectos contaminantes	23
Figura 08: Análisis diario de las dinámicas	24
Figura 09: Relación urbano-espacial en el borde costero de Gushan	26
Figura 10: Relación urbano-espacial del espacio público en el mercado del Río / Mercado Gramalote	27
Figura 11: Espacio público del mercado Guadalupe / Mercado Ambulante “La Democracia”	28
Figura 12: Cuadro resumen de dinámica, teoría y estrategias en Av. Venezuela y Ca. Brasil / Av. México y Ca. Brasil	29
Figura 13: Cuadro resumen de dinámica, teoría y estrategias en Av. San Antonio y Av. Kennedy / Av. Uruguay y Ca. Ricardo Palma Ca. Castilla	30
Figura 14: Cuadro resumen de dinámica, teoría y estrategias en Calle Ricardo Palma y Calle Castilla	31

Resumen

El presente trabajo de investigación aborda el tema de la interacción generada por actividades propias del comercio y abastecimiento en los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque con el objetivo de proponer estrategias de intervención urbana para contribuir a la mejora de estos espacios, a través de un enfoque cualitativo basándose en la observación, estudio y análisis de las cualidades del lugar, con técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos. Los resultados obtenidos indican una correlación directa entre la afección de los espacios públicos del mercado con el comercio informal y abastecimiento, pues se evidencia como estos son transformados por las dinámicas socio comercial del sector, donde se le da la prioridad al vehículo y comercio frente al peatón, es por eso que a través de una serie de estrategias de intervención urbana en los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque, como una reestructuración vial donde se le da prioridad al usuario, la mejora del perfil urbano con inserción de puntos verdes, la adaptabilidad, sostenibilidad y la apropiación urbana al nivel de la generación de identidad y cohesión social. En conclusión, la investigación proporciona un análisis de la situación actual del estado de los espacios públicos, para aportar una serie de estrategias de intervención que puedan ser usadas en el sector de estudio según las necesidades presentes, para que usuario y la ciudad se beneficien.

Palabras clave: Espacio público, mercados, urbanismo, dinámica.

Abstract

The present research work addresses the topic of the interaction generated by commerce and supply activities in the public spaces of the Moshoqueque wholesale market with the objective of proposing urban intervention strategies to contribute to the improvement of these spaces, through an approach. Qualitative calculation in the observation, study and analysis of the qualities of the place, with techniques and instruments for data collection and analysis. The results obtained indicate a direct evaluation between the impact of public market spaces with informal commerce and supply, since it is evident how these are transformed by the socio-commercial dynamics of the sector, where priority is given to vehicle and commerce. on the pedestrian, which is why through a series of urban intervention strategies in the public spaces of the Moshoqueque wholesale market, such as a road restructuring where priority is given to the user, the improvement of the urban profile with the insertion of points greens, adaptability, sustainability and urban appropriation at the level of identity generation and social cohesion. In conclusion, the research provides an analysis of the current situation of the state of public spaces, to provide a series of intervention strategies that can be used in the study sector according to current needs, so that the user and the city are seen benefited.

Keywords: Public space, markets, urban planning, dynamics.

Introducción

Los comerciantes son un punto clave en los sistemas de venta y abastecimiento, estos permiten que los productos lleguen hasta el consumidor final, esta actividad surge desde la necesidad de intercambiar bienes y servicios (Hollenstein, 2020). Un mercado mayorista debe tener la capacidad de proporcionar espacios donde se pueda desarrollar la actividad comercial, pues estos tienden a influenciar el entorno de la ciudad donde están emplazados y en consecuencia se ven afectados los espacios públicos por el comercio informal y las formas de abastecimiento (Fonseca, 2021a).

La poca planificación en cuanto a la ubicación y dimensión trae como resultado la ausencia de espacio y comodidad para que se realice la actividad de compra y venta causando que se establezcan en espacios próximos al lugar que no necesariamente están destinados a dicha actividad, generándose caos y desorden en los mercados. (Alfonso & Sánchez, 2020a).

En diferentes ciudades alrededor del mundo se encuentran aquellas con un planteamiento e infraestructura destinada a la solución de los problemas generados al comerciar con productos agrícolas; España, la idea de crear nuevos mercados con la suficiente capacidad y modernidad para perdurar en el tiempo, motivado por el déficit de espacio físico, las alteraciones del tráfico urbano, el aumento de la población a satisfacer y la carencia de instalaciones necesarias para el desarrollo de la actividad comercial mediante el tratamiento, manipulación y conservación de alimentos. (Mercamadrid, 2020).

En ciudades de Latinoamérica como Cuenca, Ecuador, se generó un espacio arquitectónico donde los productos de los vendedores puedan mantener las condiciones óptimas para su posterior comercio sin restar importancia a mercados ya establecidos (FAO, 2019), en la ciudad Valparaíso - Chile, el desborde de comercio origina la apropiación de zonas públicas de la ciudad para realizar las actividades de comercio donde el principal afectado es el ciudadano del día a día (Ojeda & Vásquez, 2019).

En Perú, el comercio ambulatorio y el transporte pesado hacen uso de espacios alrededor de los mercados o cercanos para el comercio de sus productos, apropiándose de parques, pistas y veredas afectando la imagen urbana de la ciudad. En Lima, el mercado mayorista de Santa Anita, se consolida en su momento como una respuesta ante la necesidad de un espacio de comercio y abastecimiento para la ciudad, con espacios adecuados para disminuir la

apropiación de espacios públicos por comerciantes formales e informales; situaciones similares ocurren en otras ciudades donde la infraestructura inadecuada, sistemas logísticos y políticas de gobierno desacelera la globalización. (Valenzuela, 2022).

En la metrópoli de Chiclayo la realidad no es muy distinta al resto del país, el mercado mayorista y minorista Moshoqueque, se encuentra dentro de la zona urbana y es considerado un filtro de diversos productos y fungiendo de centro de acopio. Su funcionamiento data de 1975 con dos sectores dedicados a la venta al por menor y mayor, ante el crecimiento de la población y la demanda de productos se sumaron dos zonas, actualmente la presencia de comerciantes en el mercado supera los límites establecidos. (Expresión, 2017). El desborde de la capacidad inicial del mercado origina focos de comercio informal, apropiación de espacios y áreas públicas para el desarrollo de esta actividad. (Alfonso & Sánchez, 2020b). Ante esto se realiza la siguiente pregunta ¿Qué estrategias de intervención urbana podrían contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque?

Echeverry (2021) menciona que para una regeneración urbana es necesaria la intervención en espacios degradados, pues toda persona tiene derecho al uso de la ciudad y sus áreas públicas donde se fortalecen los sentidos de pertenencia e identidad, un factor importante para abordar la apropiación de espacios públicos es conocer el uso que aplican los comerciantes al abastecer y vender sus productos. Desde un punto de vista económico, el comercio es una de las principales fuentes de ingreso para las ciudades en desarrollo, también se caracterizan porque en estas la informalidad resulta ser mayor y se encuentran ocupando distintas zonas de la misma (Kamichi, 2023), las razones sociales del comercio informal no son las de obstruir o deteriorar la imagen urbana, surge por la necesidad de generar dinero y una independencia económica (Pariona et al., 2020).

La relación que se establece entre el comercio ambulatorio con la ubicación dentro y cerca de equipamientos comerciales, son más evidentes al momento de examinar como es que estos ocupan las vías y los espacios públicos, ocasionando la degradación de las áreas urbanas. Así también, Damián (2021) respalda esta hipótesis indicando la relación positiva entre el comercio informal y el entorno del mercado, no solo en el aspecto de compra y venta sino también de cómo es que llegan los productos al lugar de comercio, evidenciando la afectación de los espacios públicos, mayoritariamente en las vías de tránsito ya sean veredas, pistas o ambas;

también afirma que el uso de estos espacios no son exclusivamente para vender sus productos, pues son usados como almacenes de los mismos y espacios para recibir su mercadería.

Son características que hacen cuestionarse qué estrategias podrían contribuir a la intervención urbana de los espacios de la ciudad con respecto a la ocupación de comerciantes informales, abastecimiento y factores antes mencionados; son estos indicadores los que se encuentran en la ciudad de Chiclayo, específicamente en el mercado mayorista Moshoqueque y su entorno, como lo es la ocupación de espacios para el comercio, almacenamiento, descarga y distribución de productos agrícolas generando degeneración de las áreas públicas.

La investigación podría ser utilizada por urbanistas, economistas, ingenieros y sociólogos además de los productores, vendedores y transportistas. El alcance territorial de la investigación comprendería a la Metrópoli de Chiclayo, analizando los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque, su forma de abastecimiento, la degradación de espacios comerciales del entorno, con el objetivo de establecer estrategias de intervención urbana.

Por estas razones, el objetivo general es proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque, asimismo se tienen tres objetivos específicos, el primero, analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque para la identificación de sus rutas, interacción y ocupación, el segundo estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados para la identificación de aspectos funcionales y sostenibles, y finalmente el tercero, plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque para la mejora de la dinámica comercial y urbana.

Revisión de literatura

El mercado es el impulsor económico de las ciudades y encuentro social, al estar ligado con procesos comerciales, su imagen urbana se ve directamente afectada por condiciones político-sociales, pudiéndose notar diferentes cambios a través del tiempo con la única certeza de haber mutado desde sus inicios. Los mercados de abastos que han funcionado en los últimos 25 años han experimentado una serie de cambios para adaptarse a las nuevas necesidades, donde la

infraestructura del mercado alcanza un límite y su actividad comercial termina desbordando su máxima capacidad. (Ramos, 2020).

Huaita et al. (2023) define al mercado mayorista como centros fundamentales para el desarrollo de la economía y siendo la principal fuente de alimentos frescos procedentes del campo, resalta la importancia de que estos suministros cuenten con la seguridad alimentaria y que en su proceso de distribución no afecte a la infraestructura del mercado y su imagen urbana. (Kriesbeeg & Steele, 1974a) menciona que los mercados no solo deben estar diseñados con el objetivo de dar una solución a problemas actuales, sino también, que estos tengan la capacidad de perdurar en el tiempo, sin la necesidad de que se pierdan con el transcurrir del mismo. El funcionamiento de los sistemas de comercialización tiene grandes deficiencias, un aspecto esencial, puede atribuirse al transporte de productos para su venta posterior como parte del sector agrícola de un país y/o del sistema económico general. Así mismo, Fonseca (2021b) habla de las cadenas de valor que tiene el mercado al momento de ser abastecido, que para incrementar la rentabilidad de sus unidades productivas es necesario conocer los puntos que la componen y de la importancia de considerar la seguridad alimentaria para los consumidores finales, pues bajo un marco normativo y con conocimiento de las formas de abastecimiento se puede garantizar las calidades de los productos.

Según Villero (2022), la ubicación de un equipamiento comercial, transforma el entorno urbano, los flujos peatonales y vehiculares donde esta emplazado, el mercado se transforma en una centralidad dentro de la ciudad, favorece al desarrollo de la actividad comercial y concentra una gran cantidad de peatones y usuarios. También Arata et al. (2008) indica que los sistemas de comercialización agrícola cumplen tres funciones básicas: concentración, que es centralizar un volumen de producto suficientemente grande; homogeneización, incluye las actividades de clasificación, procesamiento y empaquetamiento; como tercera función, la distribución, realizada mediante actividades de transporte, almacenaje, venta al por mayor y menor. Durante este proceso los productos agrícolas van adquiriendo un valor agregado, es decir, los costos aumentan desde que son extraídos de las áreas de producción hasta que llegan a las zonas de consumo, pudiendo ser estos transformados mediante su colocación en envases o ser procesados industrialmente en el transcurso de la comercialización o solo ser vendidos al consumidor final. (Escobal, 1994).

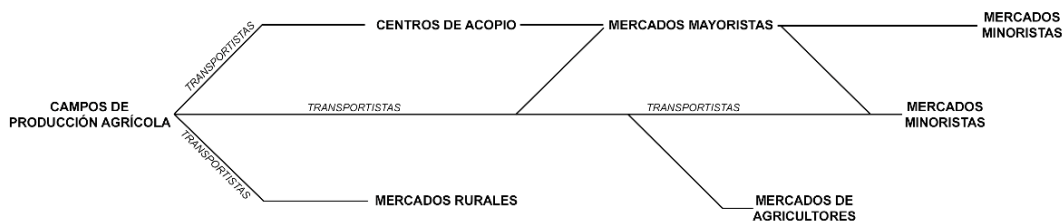


Figura 01: Diagrama de comercialización de productos agrícolas. Fuente: Dávila (2024)

Los sistemas comerciales adquieren fuerza estructural cuando son capaces de cruzarse y traslaparse mediante nodos de intersección y jerarquización, denominado conectividad cruzada. Si se aborda desde el “enfoque sistemático” el cual resalta la interdependencia de componentes o actividades del sistema, en este caso se podría hablar de la producción y distribución de insumos agrícolas, alimentos y bienes de consumo. Como sistema funcional si alguno de sus elementos experimenta pequeños aumentos en su productividad, el potencial del sistema como unidad puede aumentar de forma considerable; en caso contrario, si un elemento llega a fallar puede causar un estancamiento del sistema, el entendimiento de estas interdependencias podría ayudar al mejor desempeño del sistema. (Kriesberg & Steele, 1974b).

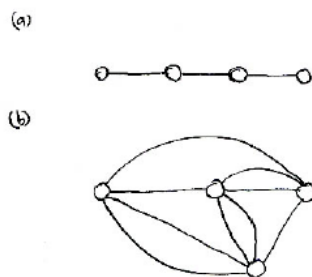


Figura 02: (a) Cuatro nodos se colocan de modo que parezcan “regulares” desde el aire; pero esta regularidad no permite más que las mínimas conexiones. (b) Conectividad múltiple entre los mismos cuatro nodos, vistos en planta.

Fuente: Salingaros (2005)

La seguridad alimentaria habla del consumo oportuno, acceso permanente y la inocuidad, en calidad y cantidad, con el objetivo de fomentar una vida más activa y saludable; también en relación con la cadena de valor que va adquiriendo un producto agrícola desde que este es extraído de la tierra hasta que llega al consumidor final. Se prioriza la disposición de alimentos de mejor calidad bajo un punto de vista sostenible para la sociedad, es en tanto que la seguridad alimentaria plantea políticas y regulaciones para efectuar esta labor a través de nuevas formas de distribución y abastecimiento de los productos derivados de la tierra para el consumo, que puedan mantener una calidad y seguridad necesaria para las personas en lugares que sean propicios para desarrollar esta actividad comercial. (Martínez et al., 2020).

Según Anaya (2020), en distintas ciudades de Latinoamérica se evidencian pérdidas de recursos alimenticios durante el proceso de abastecimiento por diferentes factores, pues dependen de las características del lugar, cadenas comerciales y canales de distribución. Si se tiene un sistema de comercialización ineficiente, este afecta a los vendedores y compradores desde el aspecto económico y urbano-arquitectónico de los centros donde se suele desarrollar estas actividades comerciales que no solo reciben a personas que realizan compras del día a día, sino también a compras al mayoreo. (Rizo & Vuelta, 2021).

La creación de mercados mayoristas en Latinoamérica va aunado con el crecimiento de la población, las necesidades y flujo de alimentos, los mercados actuales no se dan abasto con las nuevas demandas que la ciudad requiere, es por esto que la insuficiencia de instalaciones causan pérdidas de alimentos, problemas de higiene, aumento del tráfico vehicular e inseguridad, resulta ser un impedimento para la eficacia en el sistema de comercialización de alimentos (Argenti, 1998). Así como Urcola & Nogueira (2020) mencionan que la pandemia del Covid 19 ha probado la capacidad de adaptabilidad de los mercados, se han originado nuevas formas de ver los sistemas de ordenamiento y planificación, pues el contacto cero y el distanciamiento supone otra perspectiva para las formas de comercio y abastecimiento, en consecuencia el desarrollo de estrategias que promuevan el acceso a alimentos inocuos. Es importante mencionar que no se recomienda regresar a un comercio 100% pre pandemia pues los aportes o avances obtenidos bajo esta situación atípica debe mantenerse desde un punto de vista que aporte a la seguridad alimentaria. Igualmente Vega (2024) apoya lo mencionado anteriormente, los mercados, sistemas de comercio y abastecimiento deben adaptarse al cambio constante según sus necesidades que atraviesan pues es necesaria la actualización de los sistemas de procesamiento, producción, transporte y consumo de alimentos. Una de las estrategias que puedan aportar a la sostenibilidad urbana es la regeneración, a través de proyectos de recuperación, tanto espacial como socio-económica, esta estrategia es óptima para Latinoamérica que presenta una gran cantidad de áreas deterioradas por sistemas de abastecimiento y ocupación espacial informal. (Paquette, 2020a).

Para Hui et al. (2023) el tratamiento de las áreas comerciales también prioriza las rutas de transporte, flujos peatonales y vehiculares, estimación de aforo para el crecimiento urbano a futuro y este tenga la capacidad de albergar tanto a futuros vendedores y compradores, es por eso que estudia la relación entre persona, espacio y entorno.

Joo (2021) resalta el comportamiento del usuario formal y el informal en el entorno para un análisis de la afectación y uso que hacen estos con el espacio, el objetivo es establecer estrategias urbano-arquitectónicas para mejorar los aspectos ambientales y socio-económicos. Al igual que Novillo & Arcos (2022) indican que los comerciantes informales se aglomeran en distintos puntos del mercado, generalmente en los ingresos al mismo, debido a la ausencia de espacios dentro del equipamiento. Para una eficaz relación entre usuarios y vendedores, resalta la importancia de planificar estrategias que puedan satisfacer las necesidades identificadas.

Según la perspectiva, la regeneración es considerada únicamente positiva pero Peremiquel (2020a) menciona que también tiene un aspecto negativo, pues para lograr un cambio se tienen que abandonar conductas y hábitos con la finalidad de volver a un restablecimiento del estado original del espacio urbano o lugar. En este aspecto García (2020) indica que no basta con la mejora de un área en específico sino de un organismo completo. Es por eso el uso del prefijo “Re” para determinar una estrategia en la ciudad, pues se entiende la necesidad de potenciar los aspectos positivos de lo estudiado. En el PDU de Chiclayo (2011-2021) manifiesta que la vulnerabilidad de los mercados es alta, pues la concentración de comerciantes informales y ambulorios en el entorno, afecta de manera directa el estado del mercado y el espacio público, aumentando el riesgo frente a un sismo, pues las rutas de evacuación y espacios abiertos se encuentran ya ocupados.

Como destaca Franceschinelli (2021) que los espacios públicos y territorios están en una constante actualización, la regeneración urbana va ligada con la memoria colectiva de las personas influyendo en los procesos de reapropiación de los espacios o a su vez tiende a dar como normal un proceso de uso no establecido a través del tiempo. De igual manera Cicerchia (2021) relaciona el tema de la percepción y participación social en los espacios públicos, a través de la regeneración urbana para formar un nuevo concepto de integración y valorizar las zonas de uso común. En Chile, Braun et al. (2023) señalan que la comprensión de la relación entre el espacio público y la infraestructura impacta de forma positiva a la comunidad, pues transformar el área pública deteriorada aumenta la seguridad, participación, uso y sentido de pertenencia del lugar.

Cardona & Naranjo (2020) resaltan la importancia de desarrollar soluciones sostenibles para los espacios públicos con el fin de evitar el deterioro urbano a través de estrategias de reintegración. Las ciudades de Latinoamérica son testigo del crecimiento urbano desproporcionado, originando así la degradación del entorno urbano, equipamientos y espacios públicos a través de estrategias sostenibles para el desarrollo urbano, con el fin de disminuir la degradación ocasionada por diversos aspectos, uno de ellos el comercio por sus formas de abastecimiento (Peremiquel, 2020b). Para entender sobre la degradación de un espacio público, es necesario limitar los siguientes puntos, el sentido físico espacial se puede englobar tres dominios como: espacios públicos verdes (parques, jardines y otros), espacios públicos piso pavimentados (plazas, plazuelas, calles, veredas y otros) y los espacios públicos de superficie líquida (lagunas, piscinas públicas y otros) (Ludeña, 2014).

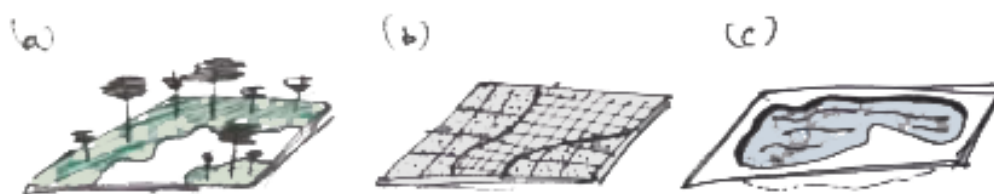


Figura 03: (a) Espacios públicos verdes. (b) Espacios públicos pavimentados. (c) Espacios públicos líquidos.

Fuente: Dávila, D. (2024)

La causa principal del conflicto radica en como los comerciantes formales ocupan de forma desordenada los espacios destinados a la actividad comercial. El comercio informal se respalda en la situación económica para hacer uso de los espacios públicos en beneficio propio, sin tomar en cuenta que esto causa el deterioro de las zonas, por otro lado, algunos son conscientes de esta situación pero les resulta irrelevante; la ocupación de los espacios públicos les permite asegurar su supervivencia al tener un ingreso económico. (Rafael, 2021)

Pineda (2022) concluye que el comercio ambulatorio o informal es una de las principales fuentes de daño a espacios públicos cercanos a un equipamiento comercial, tomando en cuenta la contaminación encontrada en las zonas públicas y el bloqueo de las vías. Indica que el comercio ambulatorio tiene como consecuencia el cambio de uso de suelo de estos espacios. La influencia negativa entre el comercio informal y el perfil urbano es destacada por Frias (2023) debido a que los comerciantes ocupan áreas de tránsito peatonal y vehicular, degrada la imagen urbana, además de poner en riesgo la salud de los compradores por la falta de control sanitario y de los vendedores al no tener un espacio destinado a esta labor sumadas las constantes tensiones con los comerciantes formales y las autoridades municipales.

Trelles (2020) habla de ocupación de espacios tanto por el comercio formal e informal; las calles y áreas públicas terminan siendo afectadas por procesos de comercio y abastecimiento, el autor también menciona que los gobiernos locales son conscientes de la tugurización y contaminación, pero no tienen una respuesta que funcione y se mantenga a través del tiempo. Espinosa & Contijoch (2021) en su análisis mencionan que la informalidad es uno de los aspectos principales de la transformación de los espacios públicos, estos cambios parten de la necesidad y recursos de las personas, invadiendo la vereda, pista e incluso parques para el desarrollo de la actividad comercial, generando nuevos focos de concentración y dejando de lado los equipamientos de venta existentes, ya sea por la ocupación de nuevos espacios o la falta de aforo.

La degradación de los espacios públicos es un problema importante en países en desarrollo y está relacionada con la comercialización de alimentos, en mercados mayoristas tradicionales es común presenciar congestión y aglomeraciones, afectados de forma adicional en días de mayor ingreso de productos o por demanda de clientes, sumado a esto, también los aspectos meteorológicos influyen en las formas de abastecimiento a los mercados, puesto que algunos camiones deben buscar lugares más idóneos para el proceso de descarga o simplemente seguir ubicándose sobre el lodo. Además, menciona una estrecha relación de dependencia entre el espacio público degradado y la ineficiencia de los métodos de carga y descarga de productos agrícolas. (Kriesberg & Steele, 1974c). Así mismo Polo (2020) detalla mediante la metodología de análisis de contexto, como es que el equipamiento comercial afecta a su entorno, tal es el caso del coliseo cerrado de Chiclayo que se ve abarrotado de comercio informal, alto flujo peatonal y vehicular, concluyendo en la reforma de la manzana afectada pero sin la necesidad de excluirse del uso comercial de su entorno. Igualmente Murillo (2023) subraya la degradación de esa zona por la contaminación ambiental, visual y auditiva como efecto de su entorno comercial.

La ciudad es un lugar de encuentro donde las personas buscan la comodidad de un espacio agradable para ellos, donde la cantidad y calidad del espacio público es un aspecto muy importante para la población, es por eso que se brinda a los ciudadanos a través de un espacio, la capacidad de obtener confort al hacer uso de estos, pues son ellos quienes se apropian y aprovechan los beneficios del lugar. (Gehl, 2009). Además Quisbert (2020) afirma que el desarrollo de una red de distribución de alimentos podría mejorar la actividad comercial, dando como resultado, desde el punto de vista arquitectónico la intervención de los espacios públicos

y equipamientos. Como apoyo Paquette (2020b) destaca la importancia de la regeneración de las urbes en Latinoamérica, para una mejor sostenibilidad urbana, Así también Olave & Uscamayta (2024) coinciden con lo antes mencionado, puesto que la intervención de los espacios públicos es esencial para disminuir los lugares degradados de la ciudad ya sea por el comercio o la falta de mantenimiento y ausencia de autoridades. El comercio tradicional, ya sea formal o informal, hace que el uso de los espacios públicos se vea afectado, siendo privatizados por comerciantes o haciendo que estos espacios se degeneren, disminuyendo así la función de recreación o espacios de encuentro.

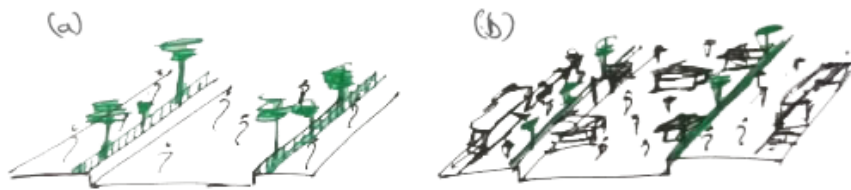


Figura 04: (a) Uso del espacio público para recreación. (b) Apropiación y privatización de espacios públicos.

Fuente: Dávila (2024)

Según Corzo & Calderón (2007), plantea la recuperación de espacios públicos, sin que estos afecten la dinámica económica generada y puedan potenciar la misma sin alterar el desarrollo de la actividad principal de socialización y recreación. Las alteraciones producidas por los elementos contaminantes deterioran el territorio y son ocasionadas por actividades antropogénicas como la venta ambulante y la congestión vehicular, las cuales provocan desorden, aglomeraciones y ruido en un determinado espacio. Estos aspectos otorgan cambios negativos al medio ambiente, causados de manera consciente por la población. Estas perturbaciones, resultado de decisiones deliberadas, impactan negativamente en el entorno y son el producto de acciones humanas que generan un efecto perjudicial en el medio ambiente.

La crisis del espacio público se manifiesta en su ausencia, abandono, degradación, privatización o tendencia a la exclusión. Sin espacio público potente, integrador socialmente, articulador física y simbólicamente, la ciudad se disuelve. (Borja, 2012).

Materiales y métodos

El tipo y diseño metodológico es descriptiva y no experimental, el enfoque de esta investigación es cualitativa, donde se plantean soluciones a un problema determinado, apoyándose en recolección y análisis de datos no numéricos. Se usa el método inductivo basándose en la observación, estudio y análisis de las cualidades del lugar, sumado al análisis de estrategias para la regeneración de los espacios públicos afectados. (Hernández et. al., 2014), se toma como línea de investigación de cambio climático y territorios sostenibles para el desarrollo de esta investigación y se adopta como escenario a los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque, de la cual se considera como actores al comercio informal y abastecimiento de productos agrícolas.

Como técnicas e instrumentos de recolección de datos en esta investigación que ayudarán a la obtención de información con el objetivo de proponer estrategias de intervención urbana que contribuya en la mejora de los espacios publicos del mercado mayorista Moshoqueque, realizando posteriormente el análisis, por lo cual se utilizará:

Fase 1: Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque, a través de la técnica de mapeo, visitas de campo, métodos de observación y registros fotográficos para la identificación de sus rutas,interacción y ocupación. Con los instrumentos desarrollados se realiza una visita de campo para levantamiento de cartografías usando planos del estado actual del sector, como apoyo se usa el registro fotografico con camara y drone, tambien se usan las herramientas digitales como google maps para una vista mas amplia del estudio para hacer una sintesis comparativa con teorías de espacio público.

Fase 2: Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados, mediante la revisión de referentes, casos de estudio, revisión de literatura, documentos y análisis proyectual para la identificación de aspectos funcionales y sostenibles. Se realiza la busqueda de proyectos arquitectonicos, mercados, para ser tomados como casos de estudio junto con la revisión de literatura de espacio público, para el analisis de espacios y estrategias.

Fase 3: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque, En esta fase se

usarán las fichas y el estudio de referentes, así como la revisión de la literatura para proporcionar criterios para mejorar de la dinámica comercial y urbana. Se utilizan los resultados obtenidos en la zona de estudio del entorno del mercado para poder confrontarlo con teorías de espacio público y casos de estudio para obtener criterios de intervención que aporten a la realidad del lugar.

Resultados y discusión

Fase 1: Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque.

El análisis de los espacios públicos en relación con el comercio informal y el abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque, situado en la intersección de los sectores 4, 5 y 6 del distrito de José Leonardo Ortiz, revela una serie de problemáticas que afectan su uso y funcionalidad. Este mercado, caracterizado por una intensa actividad comercial, se enfrenta a desafíos que incluyen la contaminación ambiental, la transitabilidad y el uso conflictivo del espacio público, que impactan tanto a los usuarios como a los comerciantes.

Los flujos vehiculares y peatonales en el entorno del mercado Moshoqueque están condicionados por la dinámica comercial de la zona. Para un análisis detallado, se dividen en tres momentos clave: mañana, tarde y noche. La actividad comercial comienza alrededor de las 5:00 a.m., cuando los comerciantes, tanto a pie como en vehículos, inician su jornada abriendo tiendas y descargando productos. Simultáneamente, llegan compradores mayoristas en busca de productos de mejor calidad y precios competitivos. Entre las 6:00 a.m. y 7:00 a.m., el tránsito alcanza su punto máximo, con la afluencia de compradores provenientes de diversas ciudades, así como de comerciantes formales e informales que ocupan los espacios públicos, utilizándolos como puestos de trabajo específicos y permanentes. A medida que avanza la mañana, el número de usuarios y comerciantes sigue aumentando, lo que intensifica la presión sobre los espacios públicos y agrava los problemas de congestión, siendo su pico máximo entre las 9:00am y 10:00am, posterior a estas horas comienza a disminuir.

Durante la tarde, el tránsito peatonal y vehicular cambia a niveles más bajos, siendo entre las 4:00 p.m. y 5:00 p.m., donde se produce el cierre casi total de los puntos de venta en los espacios públicos cercanos al mercado. En esta etapa, se hace evidente la gran acumulación de residuos contaminantes, que a menudo no son manejados de manera adecuada, contribuyendo

así a la degradación del entorno. Ya en horas de la noche y media noche, el tránsito se reduce a niveles mínimos, limitado principalmente a la presencia de vigilantes de la zona y algunos vehículos particulares de los residentes locales.

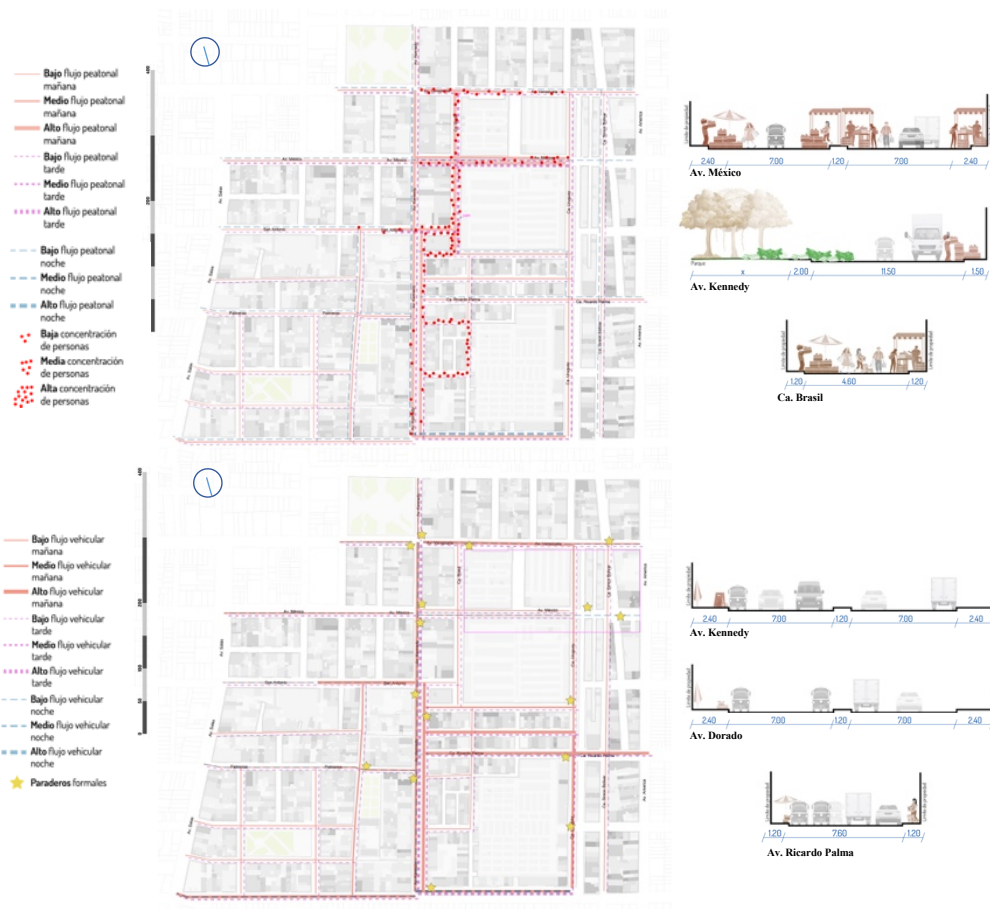


Figura 05: Síntesis. Flujo peatonal y vehicular.

Fuente: Dávila (2024)

Ludeña (2014) clasifica los espacios públicos en tres tipos fundamentales, los verdes (parques, jardines y otros) los de piso pavimentado (plazas, plazuela, calles, veredas y otros) y los espacios de superficie líquida (lagos, ríos y otros); dentro del área de estudio se identifican dos de ellos: primero los espacios verdes y segundo los de piso pavimentado. En el primer caso, a pesar de estar diseñados para el esparcimiento y la interacción social, son ocupados en gran medida por comerciantes informales y ambulantes; estos espacios no solo siguen siendo transitados por los usuarios, como residentes y compradores que acuden al mercado, sino que también son utilizados por los comerciantes para concentrar sus productos durante las labores de carga y descarga, que se realizan tres días a la semana. Este uso intensivo de los espacios verdes para actividades comerciales distorsiona su función original y genera conflictos en el

uso del suelo, afectando la experiencia de los residentes y compradores que buscan un entorno ordenado y limpio.

En cuanto a los espacios de piso pavimentado, como calles, veredas y plazas, se observa que estos son los más afectados por la actividad de comercio informal. Las calles y aceras, originalmente destinadas al tránsito peatonal y vehicular, se ven invadidas por comerciantes informales que despliegan sus mercancías en cualquier espacio disponible. Este fenómeno no solo dificulta la transitabilidad, sino que también contribuye al deterioro del entorno urbano. Es importante resaltar que en las visitas realizadas a la zona, se constató que no son únicamente los comerciantes informales quienes ocupan estos espacios; los comerciantes formales también utilizan las calles y veredas para competir, ampliando sus puntos de venta hacia el espacio público. Este comportamiento es una respuesta a la alta competencia y a la necesidad de atraer a más clientes en un entorno saturado y desordenado. De acuerdo con Alfonso & Sánchez (2020), la ausencia de espacios adecuados y cómodos para llevar a cabo la actividad comercial se presenta por factores como los encontrados en el sector de análisis del presente estudio, donde los comerciantes tienden a establecerse en espacios públicos próximos al lugar debido a la insuficiencia de espacios idóneos para sus actividades.

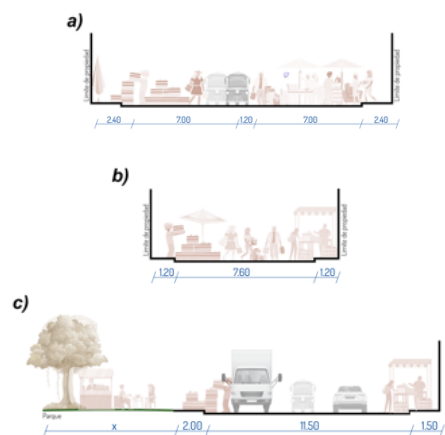


Figura 06: Síntesis. Pavimentos a) Avenidas b) Calles c) Parques.

Fuente: Dávila (2024)

Así mismo, Murillo (2023) identifica tres tipos principales de contaminación en el área de estudio: ambiental, auditiva y visual. La contaminación ambiental, especialmente por residuos orgánicos como carnes, frutas, verduras y los no orgánicos, es un problema crítico en las principales vías del mercado, como las avenidas Kennedy, Venezuela y México. Estos residuos, generados tanto por comerciantes formales como informales, se acumulan en grandes cantidades, creando focos de insalubridad y obstruyendo el libre tránsito de peatones y

vehículos. Además, la contaminación auditiva es significativa en estas áreas, no solo por el intenso flujo vehicular, sino también por el ruido generado durante las transacciones comerciales y el movimiento constante de mercancías. La contaminación visual, por otro lado, está estrechamente ligada a la ocupación desordenada de las calles por parte de los comerciantes informales, quienes llenan el espacio con sombrillas, toldos y anuncios publicitarios, alterando la estética del entorno urbano y creando un paisaje visual caótico y sobrecargado. Como indica Pineda (2022) que el comercio informal es una de las principales fuentes de daño a espacios públicos próximos a un equipamiento comercial, tomando en cuenta la contaminación y el bloqueo de las vías. El comercio ambulatorio tiene como consecuencia el cambio de uso de suelo de estos espacios.



Figura 07: Síntesis. Aspectos contaminantes.

Fuente: Dávila (2024)

Cabe destacar que Trelles (2020) subraya la importancia del análisis de la contaminación auditiva y la gestión de residuos durante la descarga y procesamiento de mercancías. Las calles cercanas a los espacios residenciales se ven particularmente afectadas por el ruido generado durante las horas de la madrugada, cuando se realizan las operaciones de descarga; este ruido constante no solo perturba el descanso de los residentes, sino que también interfiere con la imagen urbana debido a la presencia continua de vehículos pesados en las calles. Estos vehículos, que permanecen en las vías hasta que se completa la distribución de productos, contribuyen a la congestión del tráfico y a la degradación de la infraestructura vial. El proceso de distribución, llevado a cabo en vehículos motorizados y no motorizados como triciclos y carretillas, agravan aún más el problema, pues estos, aunque de menor tamaño, continúan ocupando el espacio público durante gran parte del día, dificultando la movilidad e intensificando la contaminación ambiental y visual.



Figura 08: Analisis diario de las dinamicas.

Fuente: Dávila (2024)

Se complementa la investigación con un análisis de las dinámicas por días de la semana, pues a través de este concepto se puede dar un panorama más amplio de las ocurrencias dentro del mercado, donde la monotonía del desarrollo de actividades durante los siete días puede ser extrapolada para entender su desarrollo mensual y anual, es por eso que el análisis se puede segmentar tres tipos de dinámicas, estos son:

Dinámica baja (miércoles): La dinámica del mercado se ve disminuida por factores como el poco ingreso de abastecimiento, esto implica que el flujo de personas que acude al mismo no sea la misma cantidad al igual que el flujo vehicular lo cual en consecuencia evidencia una disminución en los niveles de contaminación.

Dinámica media (lunes, jueves y sábado): Los vehículos con productos empiezan a llegar para abastecer a los distintos puestos y actividades propias de ventas por sus medios en los exteriores del mercado, como consecuencia de esto el flujo vehicular aumenta y la ocupación de espacios también, el flujo peatonal comienza a incrementarse con la búsqueda de mejores precios y productos más frescos, en consecuencia, los niveles de contaminación analizadas aumentan de forma paulatina.

Dinámica alta (martes, viernes y domingo): La dinámica mas alta se presentan estos días, se consolida la ubicación, ocupación y las llegadas de los vehículos con mercadería para los comerciantes del mercado, el aumento de usuarios que comienzan a acudir por los costos que deja el comercio mayorista y la frescura de los productos, el tránsito vehicular aumenta considerablemente y los espacios de la vía se ven ocupados para actividades del comercio, las consecuencias que esta dinámica deja son mayores niveles de contaminación y extiende en mas horas de actividad en el mercado como se puede ver en el análisis por mañana, tarde y noche, explicado anteriormente.

Cabe resaltar que la mayoría de días feriados no afectan en gran medida el transcurrir de las actividades en el mercado, pues terminan adoptando la dinámica del día de semana en el que este ocurre, se tienen cuatro excepciones, los feriados de semana santa, fiestas patrias, navidad y año nuevo, donde independientemente del día de la semana en el que este se celebre, se modifica toda la dinamica visualizada a una temporalmente con mas concurrencia de usuarios, por ende relacionado con el mayor ingreso de productos para la comercialización.

En síntesis, la influencia que ejerce el mercado Moshoqueque, como un gran equipamiento comercial, sobre su entorno es notoria, como menciona Villero (2022) pues se ha evidenciado la transformación de los espacios públicos del entorno del mercado junto a las dinámicas sociales de los usuarios del sector; desde tempranas horas de la mañana, el flujo constante de comerciantes y compradores provoca una alta congestión vehicular y peatonal, especialmente en las principales avenidas del entorno del mercado. En el analisis diario se nota como el abastecimiento y los usuarios, ya sean compradores o vendedores, generan un gran impacto en el desarrollo de las dinámicas del mercado. Estos espacios, diseñados originalmente para el tránsito y el esparcimiento, son ocupados por comerciantes formales e informales, distorsionando su función original y generando un entorno caótico y desordenado.

A medida que avanza el día, la ocupación se intensifica, con un aumento en la acumulación de residuos contaminantes que no son gestionados adecuadamente, agravando la contaminación ambiental, siendo un desafío considerable que impacta negativamente en la calidad del entorno urbano. Además, la contaminación auditiva y visual es un problema recurrente, impulsado por el ruido constante de vehículos pesados y transacciones comerciales, junto con la proliferación de estructuras improvisadas como toldos y sombrillas, que deterioran la estética del área; asimismo por la tarde, aunque la actividad comercial disminuye, los efectos negativos persisten.

La acumulación de desechos, el deterioro de la infraestructura vial y la alteración del espacio público afectan la calidad de vida de los residentes y usuarios, exacerbando los desafíos de movilidad y mantenimiento del orden urbano.

Fase 2: Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados.

El análisis de proyectos con espacios públicos cercanos o próximos a un mercado y su relación con distintas teorías arquitectónicas, es fundamental para entender el desarrollo de estos en situaciones similares a las encontradas en la presente investigación, pues de esta forma se puede identificar cómo es que influyen en la dinámica social, comercial y urbana.

El “Mercado de pescados de Gushan”, destaca su relación con el espacio público marítimo, pues el proyecto se encuentra emplazado en el borde costero de la ciudad donde es notoria su fuerte conexión con el entorno, el proyecto muestra una interacción fluida entre el puerto, el mercado y el espacio público circundante, aprovechando ese último como núcleo para la actividad comercial, de convivencia y recreación. Es un proyecto moderno, que integra distintos tipos de paisajes y espacios públicos; como menciona Hall (1996), el ordenamiento espacial fomenta la participación ciudadana y una conexión entre lo construido y lo natural, para dar sentido de pertenencia a los usuarios que transitan y/o usan el espacio público. Asimismo, se señala que el uso original del espacio público no debe considerarse una restricción o limitante del potencial del mismo, pues algunas teorías sugieren que el espacio debe ser polivalente y capaz de adaptarse a cambios sociales y urbanos.

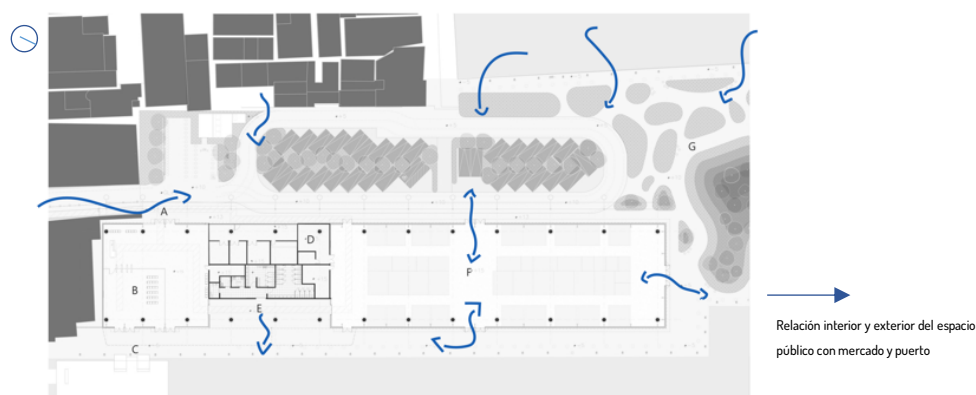


Figura 09: Relación urbano-espacial en el borde costero de Gushan.

Fuente: Ming (2023)

En Latinoamérica, el “Mercado Del Río en Medellín” – Colombia, hace una mezcla innovadora del espacio público moderno, creando un punto de encuentro cultural y socio-comercial, el proyecto se encuentra emplazado dentro de la zona revitalizada de la ciudad, siendo este mismo una reconversión de un antiguo edificio dedicado a la industria ferroviaria, donde hace uso de su espacio público como una extensión del mercado y zona de interacción social para la parte residencial del lugar, demostrando la fragmentación del espacio público como lo mencionan Alfonso y Sánchez (2020) desde una perspectiva del lugar y de como es vivido por el usuario, pues en este se realizan eventos culturales y sociales.

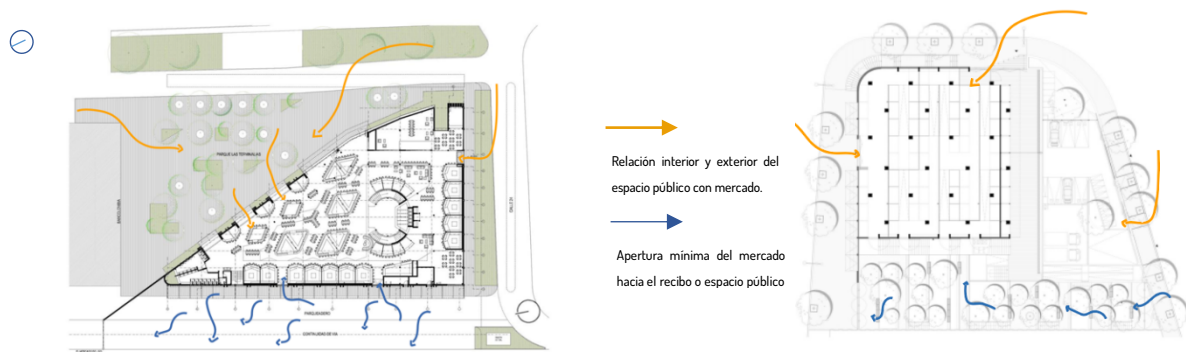


Figura 10: Relación urbano-espacial del espacio público en el mercado del Río / Mercado Gramalote

Fuente: Morales & Vicaria (2016) / Niro Arquitectura (2017)

La Plaza de Mercado Gramalote redefine los espacios públicos al integrarse plenamente con su entorno, convirtiéndose en un punto central para la interacción comunitaria. A través de patios interiores, áreas abiertas y espacios versátiles, fomenta encuentros sociales y actividades culturales. El diseño prioriza al peatón con pasillos amplios, accesibles y protegidos del sol, ofreciendo una experiencia cómoda y segura. Además, el proyecto promueve la sostenibilidad mediante la incorporación de vegetación, áreas verdes y el uso de materiales locales, logrando una conexión armoniosa con el ambiente natural. Al mismo tiempo, brinda un lugar para el desarrollo de tradiciones y expresiones culturales, reforzando la identidad y cohesión comunitaria. Así, el mercado no solo responde a su función comercial, sino que se convierte en un espacio público clave que revitaliza la vida social y fortalece el sentido de pertenencia.

Por otro lado, la interacción que mantiene el espacio público del “Mercado Guadalupe de Tapachula” - México, reinterpreta la forma de cómo estos son percibidos en un entorno urbano de uso residencial, bajo la iniciativa de regeneración urbana que muestra un espacio de cohesión y catalizador de la interacción social al tener como objetivo integrarse de forma arquitectónica y espacial con la identidad comunitaria. El proyecto no tiene como prioridad que el mercado

pueda servirse del espacio público, caso contrario, busca cómo es que a través de la sostenibilidad urbana, la interacción del espacio vivido tenga más relación con el espacio físico determinado por los especialistas en el análisis de la zona.



Figura 11: Espacio público del mercado Guadalupe / Mercado Ambulante ante "La Democracia"

Fuente: Colectivo C733 (2021) / U. Mesoamericana de Quetzaltenango (2016)

El Mercado Ambulante 'La Democracia' convierte un espacio público desordenado en un mercado funcional y bien estructurado, equilibrando las actividades comerciales con la accesibilidad y el tránsito peatonal. Se implementa infraestructura adecuada que organiza las dinámicas del lugar, mientras que las áreas abiertas fomentan la interacción social. Además, la intervención revitaliza la zona, integrándola al entorno urbano y mejorando tanto su funcionalidad como su calidad para los usuarios y la comunidad en general.

Huanqui et al (2021) hacen mención de la teoría de extensión programática, que se aborda desde el punto de vista de cómo el comercio termina ocupando o tomando parte del espacio público como consecuencia de la demanda de esta actividad. En el caso del mercado Guadalupe, los arquitectos encargados de la remodelación del lugar, buscan que se pueda emplear la teoría de extensión pero desde un aspecto más social, donde los usuarios puedan hacer uso del espacio público para actividades de aspectos recreativos o que promuevan la cohesión urbana.

En síntesis, es importante destacar que existen varias teorías de espacios públicos donde se resalta la importancia del ordenamiento espacial para un mejor desempeño de las actividades propias del comercio y que pueda priorizar al usuario; donde no se afecte la libertad de uso de los espacios públicos para ser un lugar propicio en cuanto a condiciones de sostenibilidad y salubridad, ejemplos de situaciones que se han encontrado en los referentes de estudio donde resalta la importancia del uso de estas zonas para generar una identidad y cohesión social, sin la necesidad de apartarse de las actividades propias del comercio, por el contrario, buscar la

manera correcta en la que una fragmentación del espacio pueda ser beneficiosa para ambas partes, como menciona Lefebvre (2013) sobre el conflicto y negociación, donde el negar la existencia de una situación poco favorable para una parte de la población no debería tener como resultado la eliminación de la misma, sino la forma en la que ambas coexistan, pues la adaptabilidad y resiliencia del espacio público es un aspecto fundamental del mismo, esto sin vulnerar la identidad del usuario respecto al espacio público, bajo la perspectiva de que el espacio público va estrechamente ligado al tipo de uso del entorno al que pertenece.

Fase 3: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.

Para el análisis del espacio público en el entorno del mercado mayorista Moshoqueque, se han identificado tres factores esenciales: el usuario, el comercio y el abastecimiento. Estos son los principales actores que generan la dinámica predominante en el área de estudio. A partir de la revisión de teorías urbanas aplicables a este tipo de entorno y del análisis de proyectos similares, se busca establecer criterios de intervención que beneficien principalmente al usuario sin comprometer la actividad comercial del mercado.

En el caso del mercado mayorista Moshoqueque, la finalidad es diseñar intervenciones que mejoren la accesibilidad y funcionalidad del espacio público. Al mismo tiempo, se reconoce que la actividad comercial es esencial para la vitalidad de la zona, por lo que las propuestas deben integrarse de manera coherente con esta realidad. El análisis del entorno revela que una estrategia clave es la segmentación en la temporalidad de la dinámica, permitiendo identificar puntos críticos donde las intervenciones urbanas pueden generar un impacto más positivo.



Figura 12: Cuadro resumen de dinámica, teoría y estrategias en Av. Venezuela y Ca. Brasil / Av. México y Ca. Brasil

Fuente: Dávila (2024)

La implementación de zonas específicas para el desarrollo de actividades, donde la sección de vía para los autos es reducida pues la prioridad propuesta es el peatón, a quien se le dota de un espacio mas acorde con sus necesidades y flujo para evitar que compita con el vehículo. Además de un carril para tránsito de vehículos de carga como triciclos y carretillas. Así también, se consideran lugares de estacionamiento para labores de abastecimiento que a lo largo del día cambian según la necesidad del mismo siendo espacios de estacionamiento para usuarios o espacios abiertos para el usuario en general.

Establecer los criterios de intervención en base a como las viviendas comercio interactúan con las calles, además de la imagen urbana y espacial en aspectos a la ocupación de lugares de transito, entre la infraestructura del mercado y las calles, en relación a la transitabilidad y comercio del lugar. En base al análisis de la temporalidad comercial, esta no es presente a lo largo del día, por lo cual se da la opción de que el espacio se adapte a la necesidad del usuario.

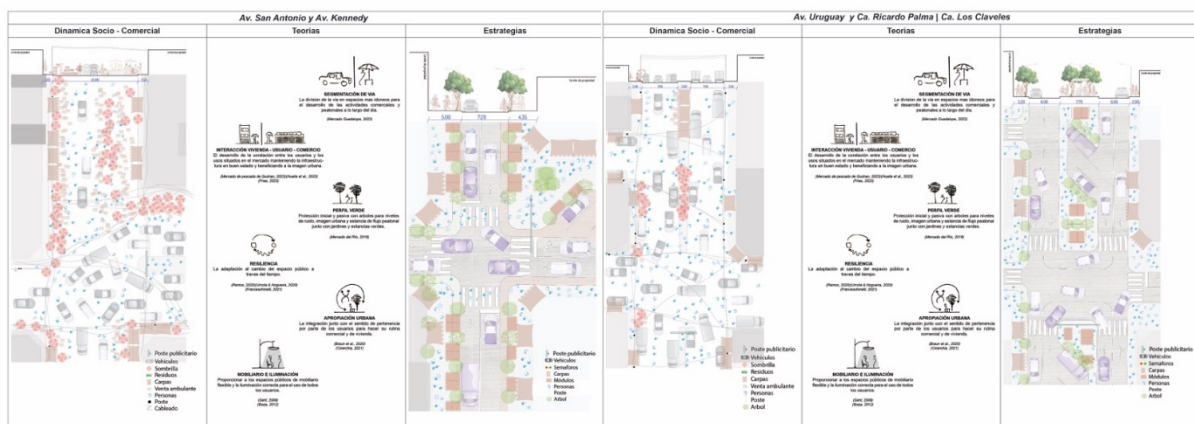


Figura 13: Cuadro resumen de dinamica, teoria y estrategias en Av. San Antonio y Av. Kennedy / Av. Uruguay y Ca.

Ricardo Palma | Ca. Castilla.

Fuente: Dávila (2024)

La implementación de puntos verdes para la mejora del perfil urbano, no solo visual de la misma, sino como una barrera o limitante espacial entre el peatón y vehículo, además de un reductor de ruido por el tránsito de vehículos y actividades propias del mercado, sin olvidar el beneficio principal de sombra y frescura por las mañanas que son los momentos de mayor uso de la zona.

Las propuestas de mejora no solo pretenden resolver los problemas actuales del entorno, sino también buscan garantizar que el espacio público sea adaptable a futuras transformaciones. Al crear un entorno resiliente, se asegura que el mercado y su entorno sigan siendo funcionales y

atractivos a largo plazo, promoviendo un equilibrio entre la actividad comercial y el bienestar de los usuarios.

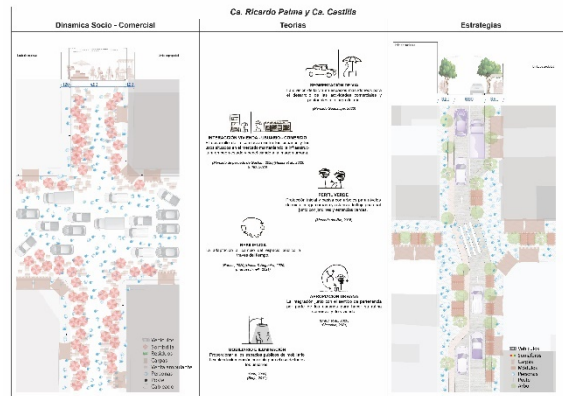


Figura 14: Cuadro resumen de dinámica, teoría y estrategias en Calle Ricardo Palma y Calle Castilla.

Fuente: Dávila (2024)

El uso del mobiliario adecuado, ya sea de uso temporal como los módulos por las horas de mañana o los puntos que generan espacios de quietud y descanso como los nuevos espacios verdes implementados, sumado también postes, semaforos, basureros y más mobiliario urbano. Destacando la opción de peatonalizar las calles donde el usuario se apropia por completo del espacio para desarrollar todas sus actividades y donde el vehículo ya no encuentra espacio para poder fluir.

Se han recopilado seis estrategias de urbanismo en espacios públicos, extraídas de teorías y proyectos que han enriquecido el desarrollo de esta investigación, adaptándose a las problemáticas y al contexto local. La adaptación a las necesidades del entorno en diferentes momentos y la importancia de la apropiación urbana, busca un beneficio colectivo que favorezca a toda la comunidad.

Además de utilizar la apropiación en beneficio del espacio como la alternancia de los lugares de estacionamiento de las calles para implementar elementos reductores de velocidad intercalando espacios definidos para la labor de carga, descarga y parqueo, el incremento e inserción de espacios verdes para generar estancia entre la implementación de puestos con mobiliario para uso público en relación a la necesidad y horas en las que esta siendo usado, de igual manera implementar estrategias para los servicios básicos como cableado subterráneo, mejoras del alcantarillado y canaletas para lluvia.

En síntesis, tras analizar las circunstancias generadas por las dinámicas socio-comerciales y las teorías planteadas en el marco teórico, se destaca la importancia de segmentar la vía para diferenciar claramente los espacios vehiculares y los de tránsito peatonal, priorizando siempre el flujo de los peatones. Además, es fundamental reconocer el equipamiento del mercado como un espacio que debe integrarse adecuadamente en la interacción entre la vivienda, el usuario y el mercado, creando una simbiosis que beneficie a todos. Una de las teorías más relevantes abordadas en distintas investigaciones habla respecto a la apropiación del espacio y su vínculo con el sentido de pertenencia que experimentan los usuarios, lo cual influye en la manera en que interactúan con dicho espacio. La incorporación de elementos verdes como árboles, al perfil urbano es clave para aumentar la resiliencia del lugar y adaptarlo a las necesidades cambiantes a lo largo del día.

Conclusiones

El análisis del espacio público del entorno del mercado mayorista Moshoqueque se ve sumamente influenciado por el comercio informal, es evidente la segmentación de usos en relación a las horas, día de la semana respecto al abastecimiento y dependiendo del tipo de usuario que se encuentre en el espacio, la prioridad que se le otorga a los autos antes que a los peatones quienes en un intento de realizar sus actividades terminan sorteando las calles entre vendedores, vehículos y el ruido ocasionado por los mismos, donde su mayor intensidad comercial es evidente a las primeras horas del día y deja los estragos del proceso comercial al transcurrir del mismo, evidenciando el caos y desorden generado en el espacio público del mercado Moshoqueque en relación al comercio y abastecimiento.

La importancia del análisis de situaciones con características similares que puedan ser empleadas en un entorno como en el mercado Moshoqueque, proporciona un enfoque y una forma de como abordarlos, desde un punto de vista acorde a las realidades del lugar de estudio. Las teorías urbanas sobre la adaptabilidad y flexibilidad de los espacios públicos respaldan la importancia de crear entornos multifuncionales. En áreas comerciales, esta flexibilidad permite que el espacio no solo facilite la actividad económica, sino que también se convierta en un punto de interacción social y recreación. Este enfoque integral asegura que el espacio público sirva tanto a los comerciantes como a los usuarios, promoviendo una mayor cohesión urbana, destacando la importancia del orden espacial, la adaptabilidad y sostenibilidad, manteniendo como idea principal generar identidad y apropiación lógica del espacio público.

El enfoque de este análisis se centra en fragmentar el espacio en "temporalidad de la dinámica socio-comercial", seleccionando áreas estratégicas donde se puedan implementar propuestas basadas en las características propias del lugar con criterios de intervención que puedan dotar a los espacios analizados de cualidades para potenciarlos, dando prioridad al peatón en cuando al uso del espacio público, reduciendo la sección vial, estableciendo espacios para actividades de abastecimiento, el proceso de formalizar el comercio con el uso de módulos y mobiliario mas apropiado para el comerciante y el comprador, estableciendo al usuario como catalizador para el desarrollo y crecimiento positivo del espacio público. Estas propuestas tácticas buscan cohesionar el espacio público y dotarlo de resiliencia para que pueda adaptarse a los cambios sociales y comerciales propios del entorno.

Recomendaciones

Se recomienda analizar e intervenir las áreas en función de la materialidad y el tipo de suelo, considerando las características específicas del sitio. Para ello, es fundamental trabajar en colaboración con las empresas prestadoras de servicios básicos, la comunidad y las áreas encargadas de los gobiernos municipales y regionales, la sinergia entre estos grupos puede reducir los tiempos de ejecución y mejorar la calidad del espacio urbano.

Es oportuno complementar la investigación con el estudio interno del mercado en términos de infraestructura y organización espacial, así como un análisis cuantitativo de datos y patrones que considere tanto el mercado como su entorno interior y exterior. Este enfoque permite una comprensión integral que pueda complementar el estudio desde los aspectos de la arquitectura y urbanismo.

Incorporar a más expertos para llevar a cabo un estudio interdisciplinario, fomentando la participación activa tanto de la población como de las organizaciones locales. Asimismo, integrar a la comunidad en la creación de un sentido de responsabilidad y cuidado hacia los espacios públicos mediante un sistema de gestión más sociocultural.

Referencias

1. Alfonso, C., & Sánchez, G. (2020). El comercio ambulatorio informal como problemática social. *Social Innova Sciences*, 2020, vol. 1, n. 3, pp. 64-68. <http://eprints.rclis.org/43129/>
2. Anaya, B. (2020). Acceso a los alimentos en Cuba: prioridad, dificultades y reservas para mejorar. *Economía y Desarrollo*, 164(2).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842020000200004&lng=es&tlng=es.
3. Arata et. al. (2008). *Perú Hoy, Mercados globales y (des)articulaciones internas*. DESCO.
4. Argenti, O. (1998). La comercialización de alimentos en las ciudades: Un reto para las Autoridades municipales. *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)*. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/x6997s>
5. Borja, J. (2012). *Espacio público y derecho a la ciudad*. Alianza Editorial.
6. Braun, M., Gallego, F., & Soares, R. (2023). Come Out and Play: Public Space Recovery, Social Capital, and Citizen Security - *IZA Institute of Labor Economic*. ISSN: 0120-5307 <https://doi.org/10.2139/ssrn.4497049>
7. Cardona, J., & Naranjo, G. (2020). *Reintegración del objeto obsoleto a la trama urbana: herramienta para el análisis de edificaciones en desuso en Quito*. ["IV Congreso ISUF-H: Metrópolis en recomposición: perspectivas proyectuales en el Siglo XXI: Forma urbis y territorios metropolitanos, Barcelona, 28-30 Septiembre 2020"]. Barcelona: DUOT, UPC, 2020, p. 1-17. ISBN 978-84-9880-841-4. <http://hdl.handle.net/2117/328455>
8. Cicerchia, A. (2021). *Che cosa muove la cultura. Impatti, misure e racconti tra economia e immaginario*. Editrice Bibliografica.
9. Corzo, M., & Calderón, L. (2007). Seminario Comercio y Movilidades Urbanas en Tiempos de Metropolización: El comercio tradicional en la ciudad de lima metropolitana el caso de Villa El Salvador. *DESCO - Programa Urbano, 1-12*. https://nanopdf.com/download/el-comercio-tradicional-en-la-ciudad_pdf
10. Damián, D. (2021). *Análisis correlacional entre comercio informal y deterioro del espacio público en entorno del mercado modelo de Chiclayo*. [Tesis de Maestría en Arquitectura. Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56480>
11. Echeverry, A. (2021). *Acupuntura Urbana*. [Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia]. Programa de Arquitectura. <https://hdl.handle.net/10983/27230>
12. Escobal, J. (1994). *Comercialización agrícola en el Perú*. GRADE

13. Espinosa, H., & Contijoch, M. (2021). Public Space and its Discontents. Informality and Urban Conflict. *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana Vol.16 N°2 ISSN: 16959752*. pp. 249-264. DOI: 10.11156/aibr.160203e
14. FAO (2017). Red Regional de Sistemas Públicos de Abastecimiento y Comercialización de Alimentos. *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)*. <https://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/889372/>
15. FAO (2019). Suministro y distribución de alimentos. *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)*. <https://www.fao.org/urban-food-actions/areas-of-work/food-supply-and-distribution/es/>
16. Fonseca, M. (2021). *Políticas públicas sociales para el desarrollo en México*, Miguel Angel Porrua
17. Franceschinelli, R. (2021). *Spazi del possibile I nuovi luoghi della cultura e le opportunità della rigenerazione*. Franco Angeli.
18. Frias, H. (2023). *Estrategias: Influencia del comercio informal en el perfil urbano del mercado de abastos de Chulucanas, 2023*. [Tesis de Grado. Universidad César Vallejo (UCV)]. Repositorio de la Universidad César Vallejo – Pregrado. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/126309>
19. García, J. (2020). Revitalización del espacio urbano como escenario para la integración social de la población de San Juan de Lurigancho. [Tesis de Grado. Universidad César Vallejo (UCV)]. Repositorio de la Universidad César Vallejo – Pregrado. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/61951>
20. Gehl, J. (2009). *La humanización del Espacio Urbano: La vida social de los edificios*. Reverté.
21. Hall, P. (1996). *Ciudades del mañana*. Ediciones del Serbal.
22. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education
23. Hollenstein, P. (2020). El mercado agroalimentario ecuatoriano: hacia un programa de investigación. *Revista Ecuador Debate No. 110*, p. 145-159, <http://hdl.handle.net/10469/17112>
24. Hu, L., Fan, J., Li, C., & Luo, S. (2023) Evaluation of Community Commercial Space Design Experience and Optimization Strategy Based on KANO Model. *Buildings 2023, 13, 1760*. <https://doi.org/10.3390/buildings13071760>
25. Huaita, A., Quintero, M., & Tomatis, F. (2023, 27 de junio). *Urban Food Security: where should wholesale markets be located?*. IDB Improving lives. Recuperado el 20 de mayo de

- 2024, de <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/en/urban-food-security-where-should-wholesale-markets-be-located/>
26. Huanqui et al. (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*, Núm. 17-18, 68-73. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/arquitectura/article/download/24606/23360/>
 27. Joo, K. (2021). *Implementación de la infraestructura verde para mitigar la degradación del borde urbano del pueblo joven Santa Elena, Chiclayo*. [Tesis de Pregrado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT)]. Repositorio de tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/4475>
 28. Kamichi, M. (2023). La realidad de la informalidad en el Perú previo a su bicentenario. *Desde el Sur*, 15(1), e0013. pp. 1-20. <https://dx.doi.org/10.21142/des-1501-2023-0013>
 29. Kriesberg, M. & Steele, H. (1974). *Mejoramiento de los sistemas de comercialización en los países en desarrollo: Un enfoque para la identificación de problemas y el fortalecimiento de la asistencia técnica*. IICA.
 30. Lefebvre, H. (2013). La producción del espacio. *Capital Swing*.
 31. Ludeña, W. (2014). Lima y la cuestión del espacio público en su dimensión urbanística. Exploraciones 1990-2011. *Espacio, Sociedad y Territorio (EST)*, Vol 1 N°1. pp. 93-118. <https://www.revistas.uni.edu.pe/index.php/est/article/view/1838>
 32. Martínez, M., Mercado, G., Rivera, E., & Virgilio, V. (2020). Aspectos que influyen en el desarrollo de la seguridad alimentaria en el sector social. *Población y Desarrollo*, 26(51), pp. 51-70. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2020.026.51.051>
 33. Mercamadrid (2020, 14 de julio). *Historia: Mercamadrid, capital de los mercados*. Mercamadrid.es. Recuperado el 17 de mayo de 2024, de <https://www.mercamadrid.es/historia/>
 34. Murillo, C. (2023). *Reestructuración urbana para mitigar la degradación del espacio urbano en los sectores XII de Chiclayo y XXI de Leonardo Ortiz*. [Tesis de Pregrado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT)]. Repositorio de tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/6508>
 35. Novillo, S., & Arcos, A. (2022). *Rediseño del mercado mayorista de Loja, Ecuador*. [Trabajo de Pregrado. Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES)]. Repositorio digital de la UEES. <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/3465>

36. Ojeda, L., & Pino, A. (2019). Valparaíso y su comercio callejero: ¿Espacialidad esporádica y/o espacialidad saturada?. *AUS [Arquitectura / Urbanismo / Sustentabilidad]*, (25), 11–19. <https://doi.org/10.4206/aus.2019.n25-03>
37. Olave, R., & Uscamayta, C. (2024). *Regeneración urbana para mejorar la calidad de espacios públicos del C.H. Mariscal Gamarra segunda etapa, Cusco*. [Tesis de Grado. Universidad Andina del Cusco]. Repositorio digital Universidad Andina del Cusco – Pregrado. <https://hdl.handle.net/20.500.12557/6339>
38. Oliveira, Á. (2020). *La acupuntura urbana como estrategia de intervención en la ciudad consolidada* [Tesis de Máster, Universitat Politècnica de València]. <http://hdl.handle.net/10251/169093>
39. Paquette, C. (2020). Regeneración Urbana: Un Panorama Latinoamericano. *Revista INVI*, 35(100). pp. 38-61. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582020000300038>
40. Pariona, E., Suasnabar, S., Condori, M., & Reyna, G. (2020). Factores asociados al comercio informal en el mercado Ráez Patiño de Huancayo - 2018. *Socialium*, 4(1), 95–113. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2020.4.1.512>
41. Peremiquel, F. (2020). Hacia una regeneración urbana 2.0. Barcelona como referencia. *Revista INVI*, 35(100). pp. 199-217. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582020000300199>
42. Pineda, L. (2022). *El comercio informal ambulatorio y sus consecuencias en el desperfecto de las zonas públicas en la urbe de Sicuani – 2021*. [Tesis de Grado. Universidad Andina del Cusco]. Repositorio digital Universidad Andina del Cusco – Pregrado. <https://hdl.handle.net/20.500.12557/5194>
43. Polo, D. (2020). *Reestructuración de la manzana del coliseo cerrado como respuesta al desorden urbano, Chiclayo*. [Tesis de Pregrado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT)]. Repositorio de tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2607>
44. Quisbert, D. (2020). *Mercado Mayorista*. [Tesis de Grado. Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio institucional Universidad Mayor de San Andrés. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/27580>
45. Rafael, A. (2021). *Estrategias de revitalización urbana para mejorar el paisaje urbano en el contexto inmediato del mercado zonal Palermo de Trujillo, 2020*. [Tesis de Master. Universidad César Vallejo (UCV)]. Repositorio de la Universidad César Vallejo – Posgrado. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/55643>

46. Ramos, P. (2020). *Evolución tipológica del mercado de abastos en Madrid*. [Proyecto Fin de Carrera/Grado. E.T.S. Arquitectura (UPM)]. Repositorio de biblioteca ETS Arquitectura. <https://oa.upm.es/57918/>
47. Rizo, M., & Vuelta, D. (2021). Pérdidas y desperdicios de alimentos en un mercado de la ciudad de Santiago de Cuba. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(S1). pp 43-50. <https://doi.org/10.62452/rqjrhs55>
48. Semanario Expresión (2017, 4 de mayo). *Moshoqueque: Cuarenta y dos años después*. Semanario Expresión. Recuperado el día 19 de mayo de 2024, de <https://www.semanarioexpresion.com/Presentacion/noticia2.php?noticia=566&categoria=Regional&edicionbuscada=1011>
49. Trelles, V. (2020). *El comercio informal y sus factores influyentes en la degradación del espacio público del distrito del porvenir*. [Tesis de Master. Universidad César Vallejo (UCV)]. Repositorio de la Universidad César Vallejo – Posgrado. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/44790>
50. Urcola, M., & Nogueira, M. (2020). Producción, abastecimiento y consumo de alimentos en pandemia. El rol esencial de la agricultura familiar en la territorialidad urbano-rural en Argentina. *Eutopía, Revista de Desarrollo Económico Territorial*. pp. 29-48. <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/4629>.
51. Valenzuela, S. (2022, 15 de noviembre). *Mercado Mayorista de Santa Anita: la historia del 'abastecedor número uno del Perú'*. Infobae.com. Recuperado el día 19 de mayo de 2024, de <https://www.infobae.com/america/peru/2022/11/16/mercado-mayorista-de-santa-anita-la-historia-del-abastecedor-numero-uno-del-peru/>
52. Vega, G. (2024, 2 de febrero). *The Food Tech: ¿Cómo han impulsado la demanda y los nuevos hábitos de consumo la producción sustentable de alimentos?*. Thefoodtech.com. Recuperado de 20 de mayo de 2024, de <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/como-han-impulsado-la-demanda-ylos-nuevos-habitos-de-consumo-la-produccion-sustentable-de-alimentos/>
53. Villero, M. (2022). *Regeneración urbana orientada a la renovación de la plaza de mercado de Valledupar como elemento catalizador urbano, Mercado Guatapurí*. [Trabajo de grado - Pregrado. Universidad del Norte (UN)]. Repositorio de trabajos de grado, Pregrado Arquitectura. <http://hdl.handle.net/10584/11107>

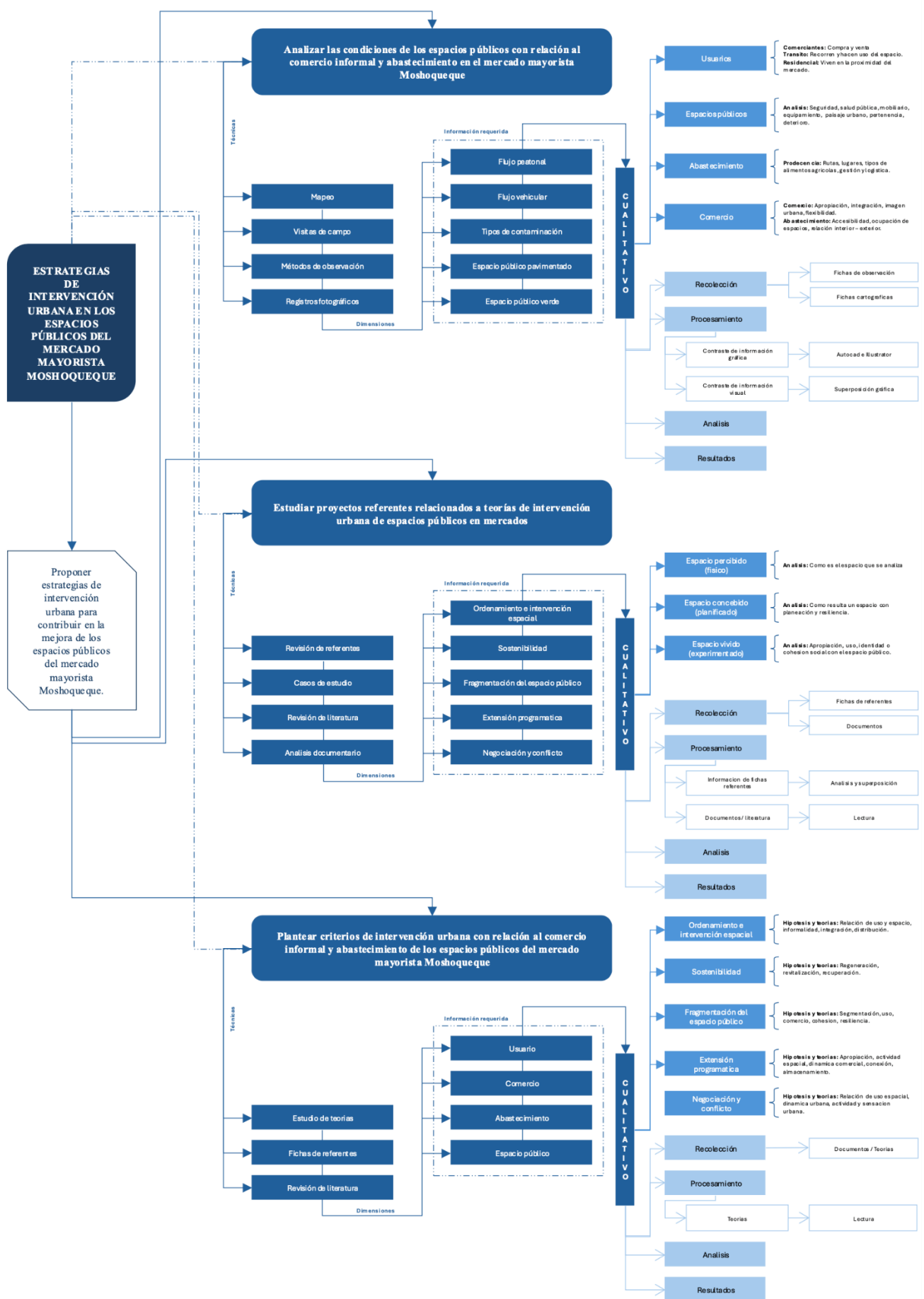
Referencias de electronicas

54. La Republica (s.f.)a. Sociedad [Periodico Digital]. Larepublica.pe. Recuperado el 25 de mayo del 2024, de <https://larepublica.pe/sociedad/2022/12/14/comerciantes-temen-que-mercado-quede-desabastecido-tras-bloqueo-de-carreteras-lrnd>
55. La Republica (s.f.)b. Sociedad [Periodico Digital]. Larepublica.pe. Recuperado el 25 de mayo del 2024, de <https://larepublica.pe/sociedad/2022/06/29/dirigente-de-moshoqueque-el-paro-no-nos-esta-afectando-se-siguen-recibiendo-productos-lrnd>
56. Renteria, E. (2022). *#Chiclayo: Alimentos de primera necesidad no llegaron hoy al Mercado Mayorista Moshoqueque...*[Red Social]. X.com. Recuperado el 25 de mayo del 2024, de <https://x.com/edisonral/status/1603038812451770368/photo/2>

Anexos

- Matriz de coherencia:

TITULO	PREGUNTA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTOS	METODOLOGIA
		OBJETIVO GENERAL		VARIABLE INDIRECTA					
	¿Qué estrategias de intervención urbana podrían contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque?	Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.		Estrategias de intervención urbana	Integración Urbana Espacios publicos Informalidad Sostenibilidad urbana	Relación y uso espacial Distribución Espacial Apropiación de espacios Actividad espacial	Mapeos Revisión de Literatura Revisión de Referentes		TIPO DE INVEST. Descriptivo DISEÑO DE INVEST. No Experimental
			Las estrategias de intervención urbana contribuirán en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque		Red Urbana Red de Abastecimiento Intervención de espacios Revitalización Recuperación de espacios públicos	Sensación Urbana Dinamica comercial Conexión de espacios publicos Conexión vertical Extensión programática Dinamica Urbana Regeneración urbana	Revisión documental Visitas de campo		NIVEL DE INVEST. Correlacional
ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE	¿Cuáles son las condiciones de los espacios públicos en relación al comercio informal y abastecimiento del mercado mayorista?	OBJETIVOS ESPECIFICOS O.E.1: Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque para la identificación de sus rutas interacción y ocupación		VARIABLE DIRECTA					
	¿Cuáles son los proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados?	O.E.2: Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados para la identificación de aspectos funcionales y sostenibles.			Degeneración Urbana Congestión Vehicular Equipamiento comercial Entorno urbano	Deterioro Actividades informales Flujos peatonales y vehiculares Carga pesada Accesibilidad Vegetación Mobiliario y equipamiento Concentración Puntos Críticos		Fichas de observación Fichas cartograficas Fichas de referentes	ENFOQUE DE INVEST. Cualitativa
	¿De que manera los criterios de intervención urbana pueden mejorar los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque?	O.E.3: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque para la mejora de la dinámica comercial y urbana.			Abastecimiento de mercados Logística (Cadena de suministro) Tendencias y patrones	Procedencia de productos Rutas de abastecimiento Vías Producto comercializados Dinamicas de abastecimiento Dinamicas de comercio			



CUALITATIVO									
Obj. E. 01: Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque									
		Usuario			Comercio		Abastecimiento		
		Comerciantes	Transito	Residencial	Formal	Informal	Concentración	Procesamiento	Distribución
Espacios públicos	Verdes								<p>R1.1: Uso del EP verde por parte del comercio informal, también durante el abastecimiento R1.2: Uso del EP pavimentado por parte del comercio formal e informal, también durante el abastecimiento</p> <p>R1.3: La contaminación reflejada durante el proceso de compra y venta por comerciantes R1.4: La contaminación reflejada durante el proceso de abastecimiento del mercado</p> <p>R1.5: El flujo constante que realizan los usuarios para realizar la actividad comercial R1.6: El flujo constante que realizan los usuarios para realizar la actividad de abastecimiento y compra al mayorero</p>
	Pavimentos								
Contaminación	Ambiental								
	Auditiva								
	Visual								
Transitabilidad	Flujo Peatonal								
	Flujo Vehicular								

Obj. E. 02: Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados

	Espacio percibido (Físico)	Espacio Concebido (Planificado)	Espacio vivido (experimentado)	
Fragmentación del espacio público				R2.1: Como la segmentación interactúa con lo tangible y lo perceptivo
Ordenamiento espacial				R2.2: Los aportes que generan una planificación en la gestión de espacios y residuos
Tratamiento de residuos				
Intervención de espacios				R2.3: Como interactúan los espacios físicos de forma planificada
Sostenibilidad urbana				R2.4: La interacción del comercio con el espacio desde diferentes perspectivas
Extensión programática				
Negociación y conflicto				R2.5: El proceso de acuerdos para una óptima relación de los usuarios con el espacio

Obj. E. 03: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.

Dinámica Socio - Comercial	Teorías	Estrategias
Av. Venezuela y Ca. Brasil	Segmentación de Vía	Adaptar las diversas dinámicas identificadas en el sector de análisis según teorías comprobadas en diferentes lugares de estudio, con el fin de contribuir al mejoramiento del espacio público en los alrededores del mercado mayorista Moshoqueque.
Av. México y Ca. Brasil	Interacción Vivienda - Usuario - Comercio	
Av. San Antonio y Av. Kennedy	Perfil Verde	
Ca. Ricardo Palma y Ca. Castilla	Resiliencia	
Av. Uruguay y Ca. Ricardo Palma Ca. Claveles	Apropiación Urbana	

- Objetivo específico 01

<p>Cartografía:</p> <p>01</p>	<p>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERIA ESUELA DE ARQUITECTURA</p>			<p>Registro fotografico:</p>
<p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>				
<p>Objetivo General:</p>				
<p>Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>				
<p>Objetivo Especifico: 01</p>				
<p>Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque</p>				
<p>Variable:</p>				
<p>Espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>				
<p>Dimensión:</p>		<p>Indicador:</p>		
<p>Espacio público</p>				
<p>Ubicación:</p>				
<p>Metropoli</p>		<p>Distrito</p>		
<p>Delimitación del lugar de analisis:</p>				
<p>Leyenda:</p>	<p>Secciones pavimento: Vias</p>	<p>Secciones verdes: Parques</p>	<p>Grafico para literatura:</p>	
<p>Cuadros de datos</p>				
<p>Conclusión:</p>				
<p>Resultado de la lamina</p>				
<p>Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel Asesora: BACA KAMT, Otelia del Pilar</p>				

<p>Cartografía:</p> <p>02</p>	<p>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>			<p>Registro fotografico:</p>	
<p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>					
<p>Objetivo General:</p>					
<p>Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>					
<p>Objetivo Especifico: 01</p>					
<p>Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque</p>					
<p>Variable:</p>					
<p>Espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>					
<p>Dimensión:</p>	<p>Indicador:</p>				
<p>Contaminación</p>					
<p>Ubicación:</p>					
<p>Metropoli</p>	<p>Distrito</p>				
<p>Delimitación del lugar de analisis:</p>					
<p>Leyenda:</p>	<p>Gráfico Contaminación: Ambiental</p>	<p>Gráfico Contaminación: Visual</p>	<p>Gráfico para literatura:</p>		
<p>Cuadros de datos</p>					
<p>Conclusión:</p>					
<p>Resultado de la lamina</p>					
		<p>Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar</p>			

<p>Cartografía: 03</p>	<p>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>			<p>Registro fotografico:</p>
<p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>				
<p>Objetivo General:</p>				
<p>Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>				
<p>Objetivo Especifico: 01</p>				
<p>Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque</p>				
<p>Variable:</p>				
<p>Espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>				
<p>Dimensión: Transitabilidad</p>		<p>Indicador: Flujo Peatonal</p>		
<p>Ubicación:</p>				
<p>Metropoli</p>	<p>Distrito</p>			
<p>Delimitación del lugar de analisis:</p>				
<p>Leyenda:</p>	<p>Gráfico Flujo Peatonal: Diurno</p>	<p>Gráfico Flujo Peatonal: Nocturno</p>	<p>Gráfico para literatura:</p>	
<p>Cuadros de datos</p>				
<p>Conclusión:</p>				
<p>Resultado de la lamina</p>			<p>Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar</p>	

Cartografía: 04	UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO <small>FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA</small>			Registro fotografico:
ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE				
Objetivo General:				
Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque				
Objetivo Especifico: 01				
Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque				
Variable:				
Espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque				
Dimensión: Transitabilidad		Indicador: Flujo Vehicular		
Ubicación:				
Metropoli		Distrito		
Delimitación del lugar de analisis:				
Leyenda:	Gráfico Flujo Vehicular: Diurno	Gráfico Flujo Vehicular: Nocturno	Grafico para literatura:	
Cuadros de datos				
Conclusión:				
Resultado de la lamina				
				Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar


Problema de la investigación:

¿Qué estrategias de intervención urbana podrían contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque?

Objetivo General de la investigación:

Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.

Objetivo Específico de la investigación relacionada con el instrumento:

Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque.

Variable de estudio relacionada al instrumento:

Espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.

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

Espacios públicos, comercio, usuario, transitabilidad, abastecimiento, contaminación.

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

Tipos de usuarios, comercio informal y formal, flujos peatonales y vehiculares, tipos de contaminación.

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:

 Aplicable ()

 Aplicable después de corregir ()

 No aplicable ()

Apellidos y nombres del evaluador:

Baca Kamt, Ofelia del Pilar

Grado académico del evaluador:

Magister Arquitecta

Pertinencia:

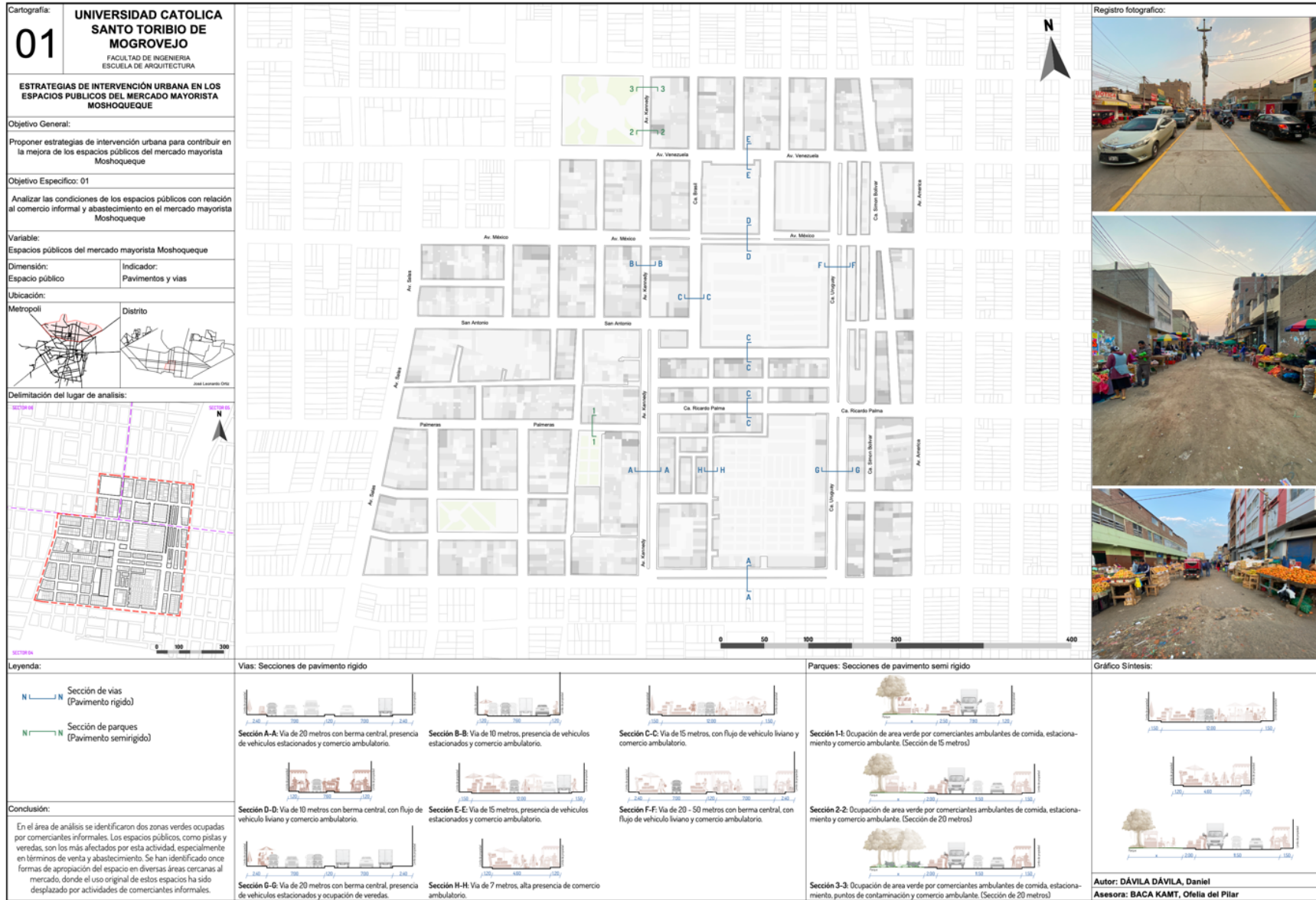
Si el ítem pertenece a la dimensión.

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.





Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel
Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar



<p>Cartografía: UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERIA, ESCUELA DE ARQUITECTURA</p> <p>08</p>	RECOPIACIÓN DE DATOS POR SEMANA		
<p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>	LUNES - JUEVES - SABADO	MIÉRCOLES	MARTES - VIERNES - DOMINGO
<p>Objetivo General: Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p> <p>Objetivo Específico: 01 Analizar las condiciones de los espacios públicos con relación al comercio informal y abastecimiento en el mercado mayorista Moshoqueque</p> <p>Variable: Espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>	<p style="text-align: center;">CONTAMINACIÓN</p> 		
<p>Dimensión: Tiempo Indicador: Día</p> <p>Ubicación: Metropoli: Distrito</p> 	<p style="text-align: center;">FLUJO PEATONAL</p> 		
<p>Delimitación del lugar de análisis:</p> 	<p style="text-align: center;">FLUJO VEHICULAR</p> 		
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta lámina complementa la investigación al analizar el comportamiento semanal del mercado con base en tres aspectos clave: flujo peatonal, vehicular y niveles de contaminación. A partir del análisis semanal, es posible extrapolar conclusiones a nivel mensual e incluso anual. El análisis general permite clasificar los días de la semana en tres niveles de intensidad: bajo, medio y alto, vinculados directamente al abastecimiento y la demanda de productos en la zona. Además, se considera la influencia de los días feriados, cuya relevancia varía en fechas específicas como Semana Santa, Fiestas Patrias, Navidad y Año Nuevo, donde cualquier día puede presentar un nivel de intensidad superior al habitual.</p>	<p style="text-align: center;">RESULTADOS</p> <p>Los días lunes, jueves y sábado, podemos denominar una dinámica media donde los vehículos con productos empiezan a llegar para abastecer a los distintos puestos y actividades propias de ventas por sus medios en los exteriores del mercado, como consecuencia de esto el flujo vehicular aumenta y la ocupación de espacios también, el flujo peatonal comienza a incrementarse con la búsqueda de mejores precios y productos más frescos, en consecuencia, los niveles de contaminación analizadas aumentan de forma paulatina.</p> <p>Los miércoles, podemos denominar una dinámica baja donde del mercado se ve disminuida por factores como el poco ingreso de abastecimiento, esto implica que el flujo de personas que acude al mismo no sea la misma cantidad al igual que el flujo vehicular lo cual en consecuencia evidencia una disminución en los niveles de contaminación.</p> <p>Los días martes, viernes y domingo, la dinámica más alta se presentan estos días, se consolida la ubicación, ocupación y las llegadas de los vehículos con mercadería para los comerciantes del mercado, el aumento de usuarios que comienzan a acudir por los costos que deja el comercio mayorista y la frescura de los productos, el tránsito vehicular aumenta considerablemente y los espacios de la vía se ven ocupados para actividades del comercio, las consecuencias que esta dinámica deja son mayores niveles de contaminación y extiende en más horas de actividad en el mercado como se puede ver en el análisis por mañana, tarde y noche, explicado anteriormente.</p>		
<p>Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar</p>			

- Objetivo específico 02

Cartografía:	UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO <small>FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA</small>	
05		
ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE		
Objetivo General:		
Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque		
Objetivo Especifico: 02		
Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados		
Variable:		
Estrategias de intervención urbana.		
Dimensión:	Indicador:	
Integración urbana	Organización del EP.	
Ubicación:		
Observaciones:		
Conclusión:	Puntos de analisis	
Resultado de la lamina		
Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel		
Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar		

Problema de la investigación:

¿Qué estrategias de intervención urbana podrían contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque?

Objetivo General de la investigación:

Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.

Objetivo Específico de la investigación relacionada con el instrumento:

Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados.

Variable de estudio relacionada al instrumento:

Estrategias de intervención urbana.

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

Integración urbana, recuperación de espacios públicos, adaptabilidad, sostenibilidad.

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

Organización del espacio público, capacidad de adaptación en el tiempo, métodos de abastecimiento, infraestructura verde y mobiliario urbano.

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

Apellidos y nombres del evaluador:

Baca Kamt, Ofelia del Pilar

Grado académico del evaluador:

Magister Arquitecta

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.

Cartografía: **UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**
 FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA

05

MERCADO GUADALUPE | Colectivo C733

ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE

Objetivo General:
 Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque

Objetivo Especifico: 02
 Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados

Variable:
 Estrategias de intervención urbana.

Dimensión: Integración urbana **Indicador:** Organización del EP.

Ubicación:



Observaciones:

Ubicación: Tapachula de Córdova y Ordoñez MEXICO
Arquitectos: Colectivo C733
Área: 4145 m²
Año: 2021
Eq. de Diseño: Israel Carrión, Álvaro Martínez, Fernando Venado, Vectores Urbanos
Fotografías: Zaickz Moz, Rafael Garro

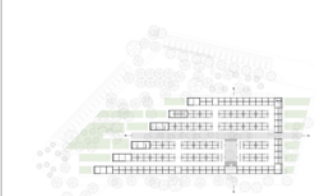


Síntesis Gráfica:

Puntos de análisis



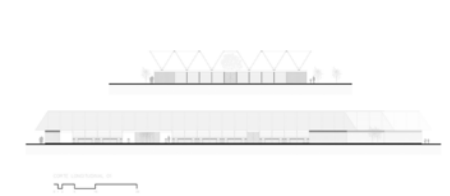
El uso del espacio público como un espacio integrador, tanto para el mercado y la sociedad.



El comercio situado en el centro y el espacio público funciona como un intermedio, que sirve para uso de vecinos y mercado.



Interacción del comercio interior del mercado con los espacios públicos o plazas del exterior con la introducción de áreas verdes.



La ausencia de muros perimetrales y el uso de su espacio público como una plaza que invita a la interacción social.

Registro Fotográfico:



Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel
Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar

Cartografía: **UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**
 FACULTAD DE INGENIERIA
 ESCUELA DE ARQUITECTURA

06

MERCADO DEL RIO | Morales Vicaria Arquitectura

ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE

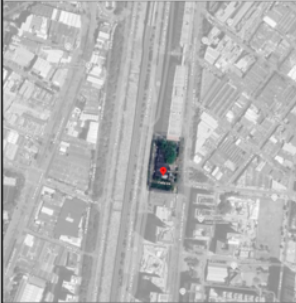
Objetivo General:
 Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque

Objetivo Especifico: 02
 Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados

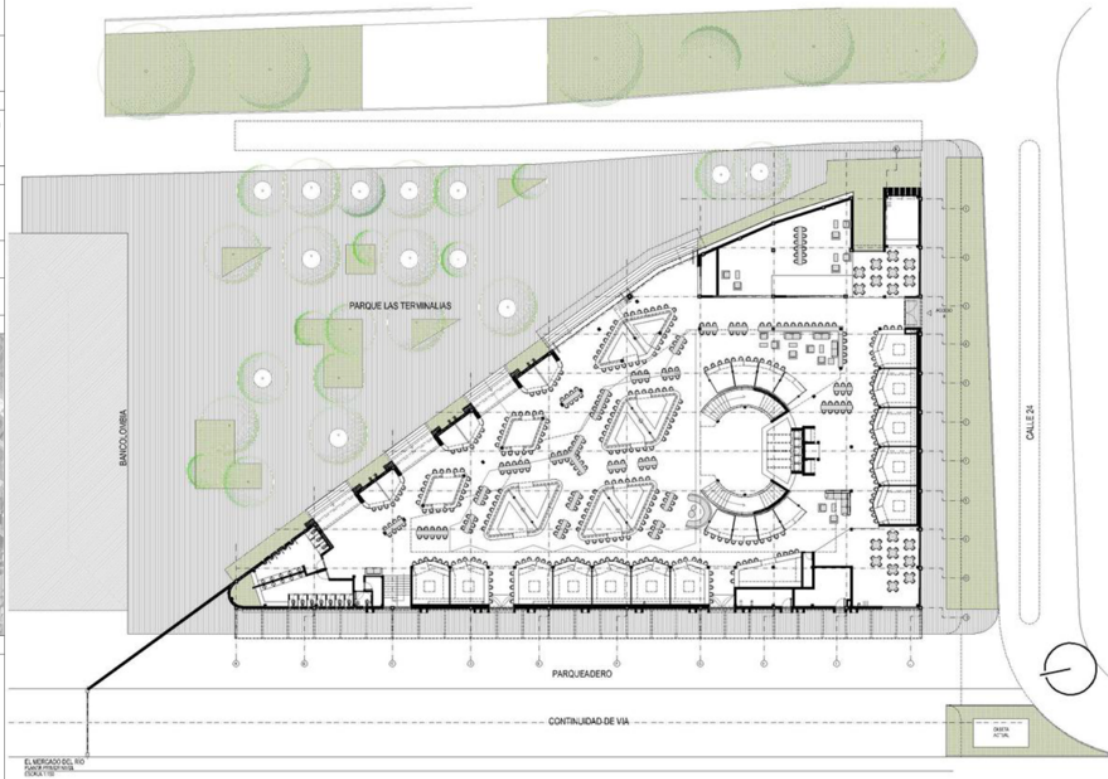
Variable:
 Estrategias de intervención urbana.

Dimensión: Integración urbana **Indicador:** Organización del EP.

Ubicación:



Observaciones:
Ubicación: Medellín COLOMBIA
Arquitectos: Morales Vicaria Arquitectura
Área: 3375 m2
Año: 2016
Eq. de Diseño: Luis Morales Vicaria, Carlos H. Restrepo, Juan Esteban Giraldo
Fotografías: Julian Restrepo



Registro Fotografico:

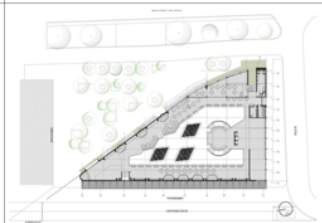


Síntesis Gráfica:

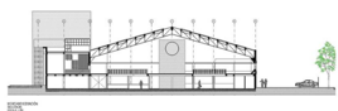


El uso del espacio público como un elemento integrador, tratando de separarse de vías de alto tránsito.

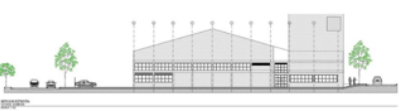
Puntos de análisis:



La reutilización de un ex edificio de la empresa de ferrocarril, usando si plaza como espacio integrador.

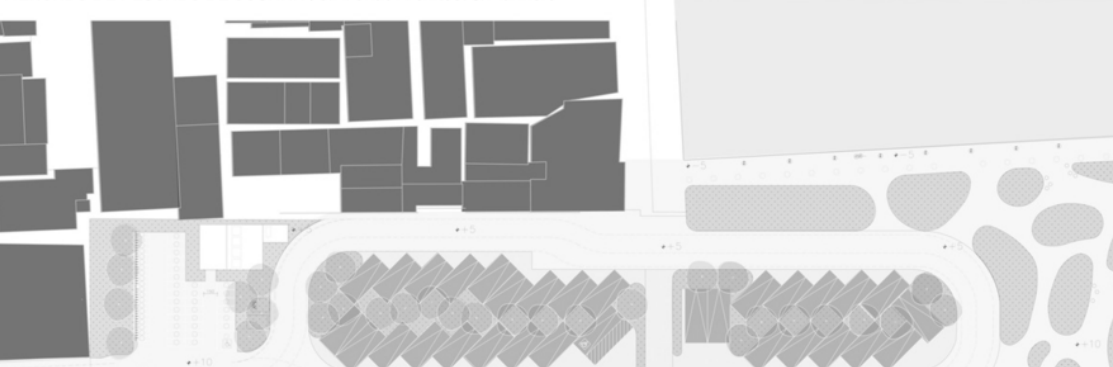

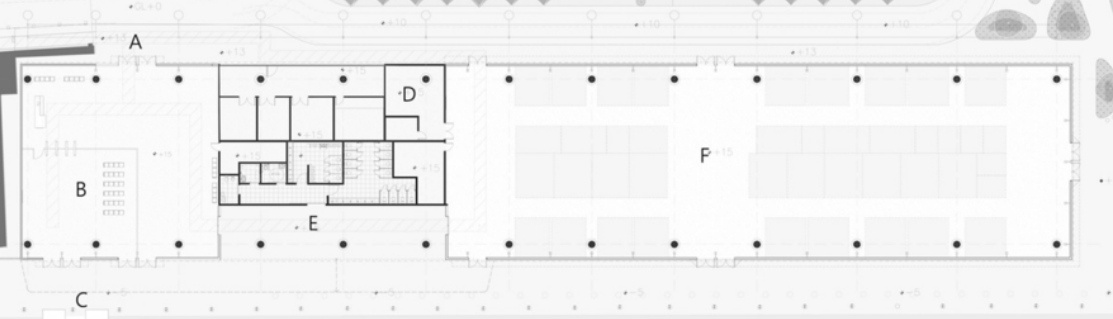




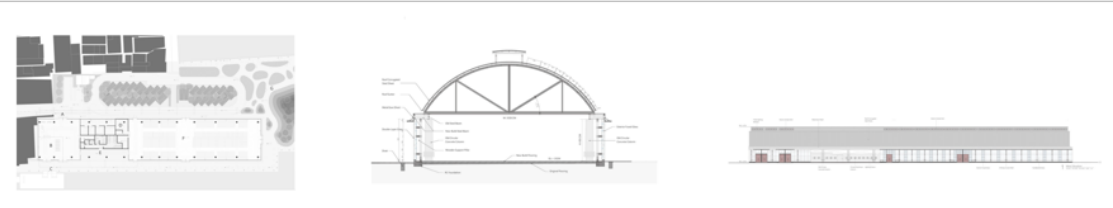




Limita su apertura del mercado a la parte exterior pero utiliza ese espacio como centro de reuniones sociales.



Usa los espacios del límite del lugar para retranquearse con el uso de un colchon verde por las avenidas cercanas al lugar.

Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel
Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar

<p>Cartografía: 07</p>	<p>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>	<p>MERCADO DE PESCADO DE GUSHAN C.M. Chao Architect & Planners</p>		<p>Registro Fotografico:</p>
<p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>				
<p>Objetivo General:</p>				
<p>Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>		<p>Observaciones:</p>		
<p>Objetivo Especifico: 02</p>		<p>Ubicación: Gushan Arquitectos: TAIWAN Área: 2468 m2 Año: 2023 Eq. de Diseño: Chien Ming Chao, Hung Hsin Tang, Chia Hung Kao. Fotografias: Yi-Hsien Lee, Rex Chu</p>		
<p>Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados</p>		<p>Síntesis Gráfica:</p>		
<p>Variable: Estrategias de intervención urbana.</p>		<p>Puntos de analisis</p> 		
<p>Dimensión: Integración urbana</p>		<p>El uso del espacio público como enlace entre los usos, paisajes urbanos y la ciudad vivienda.</p> <p>El empleo de espacios públicos sobre una superficie líquida que forman parte de la interacción de la ciudad con el mercado, que también cumple la función de puerto.</p> <p>El edificio se desarrolla en una sola nave de comercio, con sectores diferenciados.</p> <p>Más que un mercado como uso principal, es el puerto con el espacio público lo que más destaca del proyecto, de como este genera un nuevo núcleo en la ciudad y un espacio para uso social.</p>		<p>A. Entrada B. Sala de espera C. Puerta de embarque D. Oficina E. Baño público F. Centro de ventas G. Jardín flotante</p>
<p>Indicador: Organización del EP.</p>				
				
<p>Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel Aesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar</p>				

Cartografía: **UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**
 FACULTAD DE INGENIERIA, ESCUELA DE ARQUITECTURA

09

ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE

Objetivo General:
 Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque

Objetivo Específico: 02
 Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados

Variante:
 Estrategias de intervención urbana.

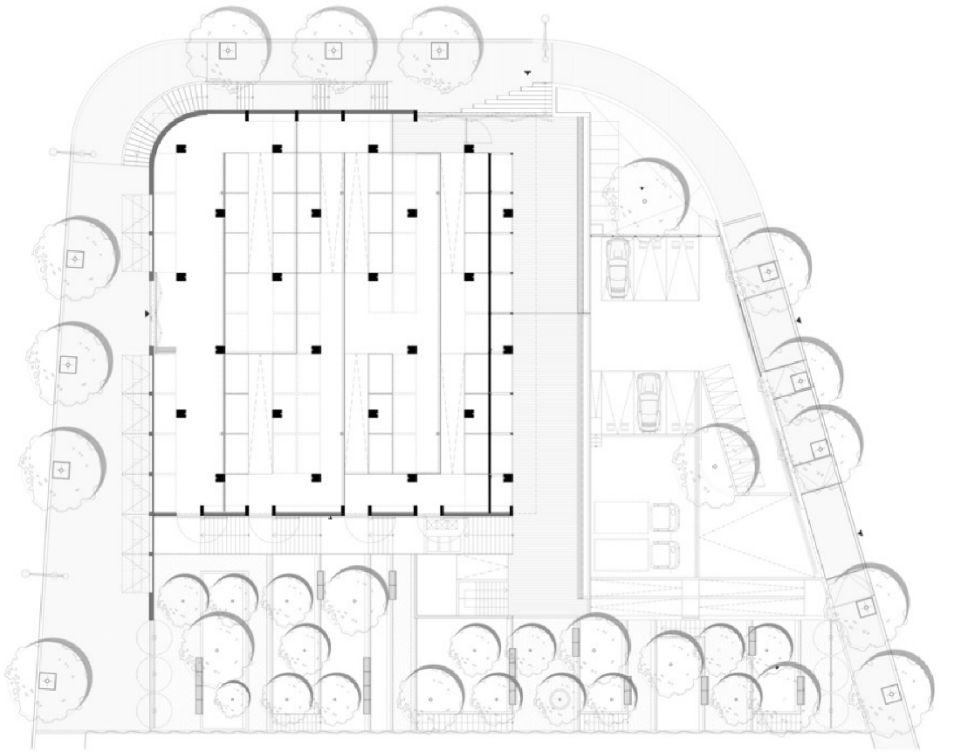
Dimensión: Integración urbana Indicador: Organización del EP.

Ubicación:



Observaciones:
 Ubicación: Gramalote COLOMBIA
 Arquitectos: Niro Arquitectura, OAU
 Área: 1300 m2
 Año: 2017
 Eq. de Diseño: Jheny Nieto Roper, Rodrigo Chain, Fabrizio Milano
 Fotografías: Sergio Gómez

MERCADO GRAMALOTE | Niro Arquitectura OAU



PLANTA NIVEL 3.00 A 10.00



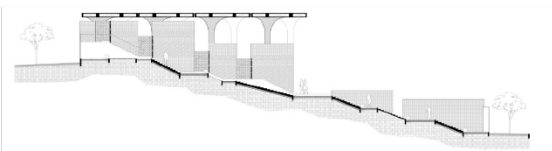
Síntesis Gráfica:



La intervención en los espacios públicos responde a aspectos funcionales de un mercado, sino que trasciende al crear un lugar simbólico que enriquece la vida urbana y comunitaria.

Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel
 Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar

Puntos de análisis



La plaza de mercado no se concibe como un edificio aislado, sino como un elemento que se integra armónicamente al contexto urbano. Se conecta con las calles y espacios públicos circundantes mediante una disposición abierta que facilita el tránsito peatonal y vehicular, además de fomentar la interacción entre comerciantes, compradores y residentes.



La propuesta incluye patios interiores y zonas de reunión que funcionan como extensiones del mercado y ofrecen oportunidades para actividades culturales, sociales y recreativas.

<p>Cartografía: 10</p>	<p>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERIA ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>	<p>MERCADO AMBULANTE "LA DEMOCRACIA" Quetzaltenango, GUATEMALA</p>	
<p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>			
<p>Objetivo General:</p>		<p>MERCADO ROSMO Readecuación del edificio</p>	
<p>Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque</p>			
<p>Objetivo Específico: 02</p>			
<p>Estudiar proyectos referentes relacionados a teorías de intervención urbana de espacios públicos en mercados</p>			
<p>Variable:</p>			
<p>Estrategias de intervención urbana.</p>			
<p>Dimensión:</p>	<p>Indicador:</p>		
<p>Integración urbana</p>	<p>Organización del EP.</p>		
<p>Ubicación:</p>			
<p>Observaciones:</p>			
<p>Ubicación:</p>	<p>Quetzaltenango GUATEMALA</p>		
<p>Arquitectos:</p>	<p>Jairo Ademar de León González</p>		
<p>Área:</p>	<p>Tesis de investigación</p>		
<p>Año:</p>	<p>2016</p>		
<p>Consultores:</p>	<p>Arq. Dora Reyna / Consultora OT y Urbanismo</p>		
<p>Fotografías:</p>	<p>Cortesía de Jairo de León</p>		
<p>Síntesis Gráfica:</p>		<p>Puntos de análisis</p>	
<p>El proyecto evidencia cómo una estrategia bien pensada puede dignificar el uso del espacio público y beneficiar a todos los actores involucrados, revitalizando tanto la economía local como el tejido social.</p>		<p>Antes de la intervención, los comerciantes ocupaban de manera improvisada y desordenada el espacio público, generando conflictos de uso. El proyecto formaliza estas actividades, ofreciendo infraestructura adecuada sin desplazar a los vendedores, lo que evita conflictos y mejora la convivencia.</p>	
<p>Autor: DÁVILA DÁVILA, Daniel Asesora: BACA KAMT, Ofelia del Pilar</p>			
		<p>Registro Fotográfico:</p>	

- Objetivo específico 03

Ficha comparativa:		UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO		
01		FACULTAD DE INGENIERIA - ESCUELA DE ARQUITECTURA		
		ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE		
		Objetivo General: Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.	Objetivo Especifico: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.	
		Variable: Estrategias de intervención urbana	Dimensión: Espacio público	Indicador: Dinamica socio-comercial
Temporalidad de la Dinamica Socio Comercial		Teorias referentes		Estrategias
Mañana				
Tarde				
Noche				



Problema de la investigación:

¿Qué estrategias de intervención urbana podrían contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque?

Objetivo General de la investigación:

Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.

Objetivo Específico de la investigación relacionada con el instrumento:

Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.

Variable de estudio relacionada al instrumento:

Estrategias de intervención urbana.

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

Espacio público

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

Dinámica socio-comercial.

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

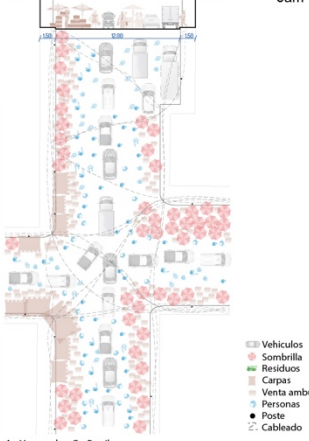



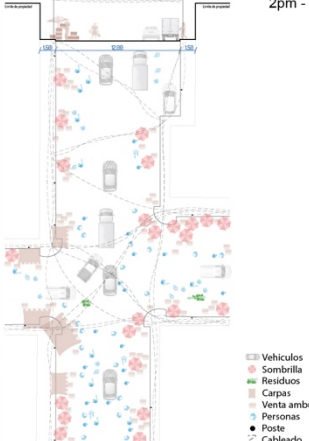



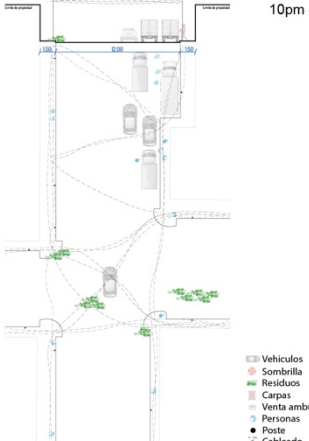


Apellidos y nombres del evaluador:

Baca Kamt, Ofelia del Pilar

Grado académico del evaluador:

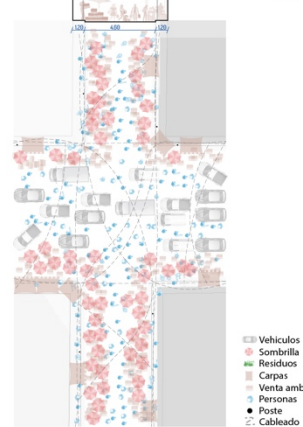


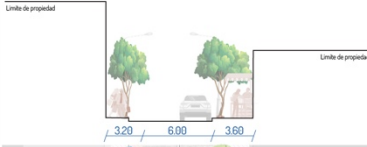
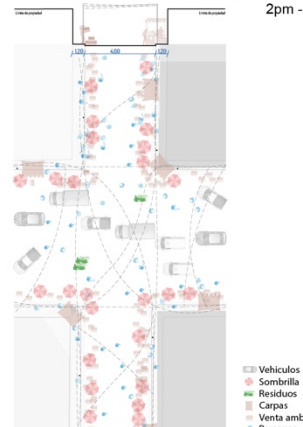



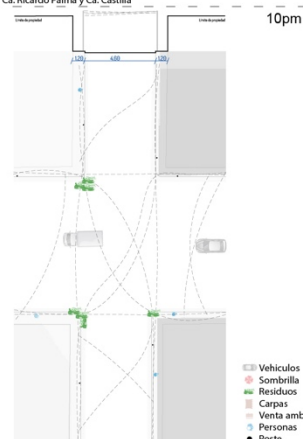



Magister Arquitecta

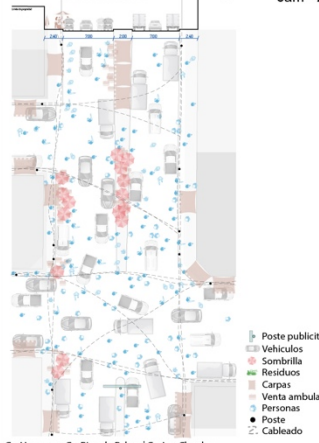







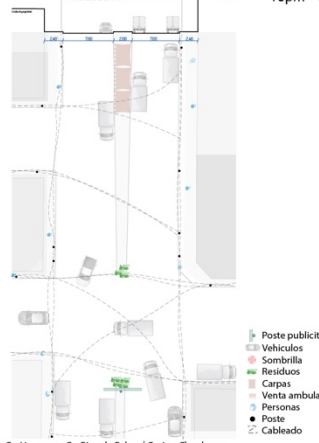

Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
Relevancia: EL ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del contenido.

<p>Ficha comparativa:</p> <h1>01</h1>	<h2>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO</h2> <p>FACULTAD DE INGENIERIA - ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>	
<h3>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</h3>		
<p>Objetivo General: Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>	<p>Objetivo Especifico: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>	
<p>Variable: Estrategias de intervención urbana</p>	<p>Dimensión: Espacio público</p>	<p>Indicador: Dinamica socio-comercial</p>
Temporalidad de la Dinamica Socio Comercial	Teorias referentes	Estrategias
<p>Mañana</p> <p>6am - 2pm</p>  <p>Av. Venezuela y Ca. Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Sombrilla ■ Residuos ■ Carpas ■ Venta ambulante ● Personas ● Poste ■ Cableado 	<p>SEGMENTACIÓN DE VIA</p> <p>La división de la vía en espacios mas idoneos para el desarrollo de las actividades comerciales y peatonales a lo largo del día.</p> <p>(Mercado Guadalupe, 2023)</p>  <p>INTERACCIÓN VIVIENDA - USUARIO - COMERCIO</p> <p>El desarrollo de la correlación entre los usuarios y los usos situados en el mercado manteniendo la infraestructura en buen estado y beneficiando a la imagen urbana.</p> <p>(Mercado de pescado de Gushan, 2023)(Huaita et al., 2023) (Frias, 2023)</p> 	<p>Estrategias</p>  <p>Unidad de propiedad</p> <p>2.80 10.20 6.30</p> <p>Unidad de propiedad</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Semáforos ■ Carpas ■ Módulos ● Personas ● Poste ■ Arbol
<p>Tarde</p> <p>2pm - 10pm</p>  <p>Av. Venezuela y Ca. Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Sombrilla ■ Residuos ■ Carpas ■ Venta ambulante ● Personas ● Poste ■ Cableado 	<p>PERFIL VERDE</p> <p>Protección inicial y pasiva con arboles para niveles de ruido, imagen urbana y estancia de flujo peatonal junto con jardines y estancias verdes.</p> <p>(Mercado del Rito, 2016)</p>  <p>RESILIENCIA</p> <p>La adaptación al cambio del espacio público a través del tiempo.</p> <p>(Ramos, 2020)(Urcoila & Nogueira, 2020) (Franceschinelli, 2021)</p> 	<p>APROPIACIÓN URBANA</p> <p>La integración junto con el sentido de pertenencia por parte de los usuarios para hacer su rutina comercial y de vivienda.</p> <p>(Braun et al., 2020) (Cicerchia, 2021)</p> 
<p>Noche</p> <p>10pm - 6am</p>  <p>Av. Venezuela y Ca. Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Sombrilla ■ Residuos ■ Carpas ■ Venta ambulante ● Personas ● Poste ■ Cableado 	<p>MOBILIARIO E ILUMINACIÓN</p> <p>Proporcionar a los espacios públicos de mobiliario flexible y la iluminación correcta para el uso de todos los usuarios.</p> <p>(Gehl, 2009) (Borja, 2012)</p> 	<p>MOBILIARIO E ILUMINACIÓN</p> <p>Proporcionar a los espacios públicos de mobiliario flexible y la iluminación correcta para el uso de todos los usuarios.</p> <p>(Gehl, 2009) (Borja, 2012)</p> 

<p>Ficha comparativa:</p> <h1 style="font-size: 48px; margin: 0;">02</h1>		<p>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO <small>FACULTAD DE INGENIERIA - ESCUELA DE ARQUITECTURA</small></p> <p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>	
<p>Objetivo General: Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>		<p>Objetivo Especifico: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>	
<p>Variable: Estrategias de intervención urbana</p>		<p>Dimensión: Espacio público</p>	
		<p>Indicador: Dinamica socio-comercial</p>	
Temporalidad de la Dinamica Socio Comercial		Teorias referentes	Estrategias
<p>Mañana</p> <p>6am - 2pm</p> <p>Av. México y Ca. Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehículos Sombrilla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>SEGMENTACIÓN DE VIA La división de la vía en espacios mas idoneos para el desarrollo de las actividades comerciales y peatonales a lo largo del día. <i>(Mercado Guadalupe, 2023)</i></p> <p>INTERACCIÓN VIVIENDA - USUARIO - COMERCIO El desarrollo de la corelación entre los usuarios y los usos situados en el mercado manteniendo la infraestructura en buen estado y beneficiando a la imagen urbana. <i>(Mercado de pescado de Gushan, 2023)(Huaita et al., 2023)</i> <i>(Frias, 2023)</i></p>		
<p>Tarde</p> <p>2pm - 10pm</p> <p>Av. México y Ca. Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehículos Sombrilla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>PERFIL VERDE Protección inicial y pasiva con arboles para niveles de ruido, imagen urbana y estancia de flujo peatonal junto con jardines y estancias verdes. <i>(Mercado del Rio, 2016)</i></p> <p>RESILIENCIA La adaptación al cambio del espacio público a través del tiempo. <i>(Ramos, 2020)(Urcola & Nogueira, 2020)</i> <i>(Franceschinelli, 2021)</i></p>		
<p>Noche</p> <p>10pm - 6am</p> <p>Av. México y Ca. Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehículos Sombrilla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>APROPIACIÓN URBANA La integración junto con el sentido de pertenencia por parte de los usuarios para hacer su rutina comercial y de vivienda. <i>(Braun et al., 2020)</i> <i>(Cicerchia, 2021)</i></p> <p>MOBILIARIO E ILUMINACIÓN Proporcionar a los espacios públicos de mobiliario flexible y la iluminación correcta para el uso de todos los usuarios. <i>(Gehl, 2009)</i> <i>(Borja, 2012)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Vehículos Semáforos Carpas Módulos Personas Poste Arbol 	

Ficha comparativa:		UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE INGENIERIA - ESCUELA DE ARQUITECTURA	
03	ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE		
	Objetivo General: Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.		Objetivo Especifico: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.
	Variable: Estrategias de intervención urbana	Dimensión: Espacio público	Indicador: Dinamica socio-comercial
	Temporalidad de la Dinamica Socio Comercial	Teorias referentes	Estrategias
Mañana	<p>6am - 2pm</p> <p>Av. San Antonio y Av. Kennedy</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Sombrilla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>SEGMENTACIÓN DE VIA La división de la vía en espacios más idóneos para el desarrollo de las actividades comerciales y peatonales a lo largo del día. <i>(Mercado Guadalupe, 2023)</i></p> <p>INTERACCIÓN VIVIENDA - USUARIO - COMERCIO El desarrollo de la correlación entre los usuarios y los usos situados en el mercado manteniendo la infraestructura en buen estado y beneficiando a la imagen urbana. <i>(Mercado de pescado de Gushan, 2023)(Huaita et al., 2023) (Frias, 2023)</i></p>	<p>5.00 7.20 4.35</p> <p>Limite de propiedad</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Semaforos Carpas Módulos Personas Poste Arbol
Tarde	<p>2pm - 10pm</p> <p>Av. San Antonio y Av. Kennedy</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Sombrilla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>PERFIL VERDE Protección inicial y pasiva con arboles para niveles de ruido, imagen urbana y estancia de flujo peatonal junto con jardines y estancias verdes. <i>(Mercado del Río, 2016)</i></p> <p>RESILIENCIA La adaptación al cambio del espacio público a través del tiempo. <i>(Ramos, 2020)(Urcola & Nogueira, 2020) (Franceschinelli, 2021)</i></p>	
Noche	<p>10pm - 6am</p> <p>Av. San Antonio y Av. Kennedy</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Sombrilla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>APROPIACIÓN URBANA La integración junto con el sentido de pertenencia por parte de los usuarios para hacer su rutina comercial y de vivienda. <i>(Braun et al., 2020) (Cicerchia, 2021)</i></p> <p>MOBILIARIO E ILUMINACIÓN Proporcionar a los espacios públicos de mobiliario flexible y la iluminación correcta para el uso de todos los usuarios. <i>(Gehl, 2009) (Boja, 2012)</i></p>	

<p>Ficha comparativa:</p> <p>04</p>	<p>UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO <small>FACULTAD DE INGENIERIA - ESCUELA DE ARQUITECTURA</small></p>	
<p>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</p>		
<p>Objetivo General: Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>	<p>Objetivo Especifico: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>	
<p>Variable: Estrategias de intervención urbana</p>	<p>Dimensión: Espacio público</p>	<p>Indicador: Dinamica socio-comercial</p>
<p>Temporalidad de la Dinamica Socio Comercial</p>	<p>Teorias referentes</p>	<p>Estrategias</p>
<p>Mañana</p> <p>6am - 2pm</p>  <p>Ca. Ricardo Palma y Ca. Castilla</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Sombrialla ● Residuos ■ Carpas ■ Venta ambulante ● Personas ● Poste ■ Cableado 	<p></p> <p>SEGMENTACIÓN DE VIA La división de la vía en espacios mas idoneos para el desarrollo de las actividades comerciales y peatonales a lo largo del día. <i>(Mercado Guadalupe, 2023)</i></p> <p></p> <p>INTERACCIÓN VIVIENDA - USUARIO - COMERCIO El desarrollo de la correlación entre los usuarios y los usos situados en el mercado manteniendo la infraestructura en buen estado y beneficiando a la imagen urbana. <i>(Mercado de pescado de Gushan, 2023)(Huaita et al., 2023) (Frias, 2023)</i></p>	
<p>Tarde</p> <p>2pm - 10pm</p>  <p>Ca. Ricardo Palma y Ca. Castilla</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Sombrialla ● Residuos ■ Carpas ■ Venta ambulante ● Personas ● Poste ■ Cableado 	<p></p> <p>PERFIL VERDE Protección inicial y pasiva con arboles para niveles de ruido, imagen urbana y estancia de flujo peatonal junto con jardines y estancias verdes. <i>(Mercado del Río, 2016)</i></p> <p></p> <p>RESILIENCIA La adaptación al cambio del espacio público a traves del tiempo. <i>(Ramos, 2020)(Urcola & Nogueira, 2020) (Franceschinelli, 2021)</i></p>	
<p>Noche</p> <p>10pm - 6am</p>  <p>Ca. Ricardo Palma y Ca. Castilla</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Sombrialla ● Residuos ■ Carpas ■ Venta ambulante ● Personas ● Poste ■ Cableado 	<p></p> <p>APROPIACIÓN URBANA La integración junto con el sentido de pertenencia por parte de los usuarios para hacer su rutina comercial y de vivienda. <i>(Braun et al., 2020) (Cicerchia, 2021)</i></p> <p></p> <p>MOBILIARIO E ILUMINACIÓN Proporcionar a los espacios públicos de mobiliario flexible y la iluminación correcta para el uso de todos los usuarios. <i>(Gehl, 2009) (Borja, 2012)</i></p>	 <ul style="list-style-type: none"> ■ Vehiculos ● Semaforos ■ Carpas ■ Módulos ● Personas ● Poste ● Arbol

<p>Ficha comparativa:</p> <h1>05</h1>	<h2 style="text-align: center;">UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO</h2> <p style="text-align: center;">FACULTAD DE INGENIERIA - ESCUELA DE ARQUITECTURA</p>	
<h3 style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA EN LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE</h3>		
<p>Objetivo General: Proponer estrategias de intervención urbana para contribuir en la mejora de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>	<p>Objetivo Especifico: Plantear criterios de intervención urbana con relación al comercio informal y abastecimiento de los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque.</p>	
<p>Variable: Estrategias de intervención urbana</p>	<p>Dimensión: Espacio público</p>	<p>Indicador: Dinamica socio-comercial</p>
Temporalidad de la Dinamica Socio Comercial	Teorias referentes	Estrategias
<p>Mañana</p> <p>6am - 2pm</p>  <p>Ca. Uruguay y Ca. Ricardo Palma Ca. Los Claveles</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Sombrialla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>SEGMENTACIÓN DE VIA</p> <p>La division de la via en espacios mas idoneos para el desarrollo de las actividades comerciales y peatonales a lo largo del día.</p> <p><i>(Mercado Guadalupe, 2023)</i></p>  <p>INTERACCIÓN VIVIENDA - USUARIO - COMERCIO</p> <p>El desarrollo de la correlación entre los usuarios y los usos situados en el mercado manteniendo la infraestructura en buen estado y beneficiando a la imagen urbana.</p> <p><i>(Mercado de pescado de Gushan, 2023)(Huaita et al., 2023)</i> <i>(Frias, 2023)</i></p> 	 <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Semaforos Carpas Módulos Personas Poste Arbol
<p>Tarde</p> <p>2pm - 10pm</p>  <p>Ca. Uruguay y Ca. Ricardo Palma Ca. Los Claveles</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Sombrialla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>PERFIL VERDE</p> <p>Protección inicial y pasiva con arboles para niveles de ruido, imagen urbana y estancia de flujo peatonal junto con jardines y estancias verdes.</p> <p><i>(Mercado del Río, 2016)</i></p>  <p>RESILIENCIA</p> <p>La adaptación al cambio del espacio público a través del tiempo.</p> <p><i>(Ramos, 2020)(Urcola & Nogueira, 2020)</i> <i>(Franceschinelli, 2021)</i></p> 	
<p>Noche</p> <p>10pm - 6am</p>  <p>Ca. Uruguay y Ca. Ricardo Palma Ca. Los Claveles</p> <ul style="list-style-type: none"> Poste publicitario Vehiculos Sombrialla Residuos Carpas Venta ambulante Personas Poste Cableado 	<p>APROPIACIÓN URBANA</p> <p>La integración junto con el sentido de pertenencia por parte de los usuarios para hacer su rutina comercial y de vivienda.</p> <p><i>(Braun et al., 2020)</i> <i>(Cicerchia, 2021)</i></p>  <p>MOBILIARIO E ILUMINACIÓN</p> <p>Proporcionar a los espacios públicos de mobiliario flexible y la iluminación correcta para el uso de todos los usuarios.</p> <p><i>(Gehl, 2009)</i> <i>(Borja, 2012)</i></p> 