

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
Escuela Profesional de Arquitectura



Una Institución Adventista

**Revitalización del espacio público en zonas itinerantes
comerciales, Mercado Túpac Amarú - Juliaca**

Tesis para obtener el Título Profesional de Arquitecto

Autor:

Bach. Samely Rocio Orihuela Coaquira
Bach. Roger Franz Luque Mendoza

Asesor:

Arq. Samuel Jacob Pacheco Chávez

Lima, noviembre 2020

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Arq. Samuel Jacob Pacheco Chávez, de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela Profesional de Arquitectura, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Revitalización del espacio público en zonas itinerantes comerciales, Mercado Túpac Amarú - Juliaca”** constituye la memoria que presenta el (la) / los Bachiller(es) Samely Rocio Orihuela Coaquira/Roger Franz Luque Mendoza para obtener el título de Profesional de Arquitecto, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 5 días del mes de noviembre del año 2020.



Arq. Samuel Jacob Pacheco Chávez

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a ...20...día(s) del mes de... **noviembre**.....del año 2020 siendo las **09:00**.horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del jurado:**Mtro. Jhon Harol Gonzales Garay**... el secretario:**Mg. Cristian Pedro Yarasca Aybar**..... y los demás miembros.....**Mg. Rubén Darío Bolaños Surichaqui y el Arq. Wilfredo Ramos Quispe**.....y el asesor.....**Arq. Samuel Jacob Pacheco Chávez**..... con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada**Revitalización del Espacio Público en zonas Itinerantes comerciales, Mercado Túpac Amaru - Juliaca**....

de el(los)/la(las) bachiller/es: a)... **SAMELY ROCIO ORIHUELA COAQUIRA**

.....b)..... **ROGER FRANZ LUQUE MENDOZA**

conducente a la obtención del título profesional de.....

.....**ARQUITECTO**.....
(Nombre del Título Profesional)

con mención en

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (los)/a(la)(las) candidato(a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el(los)/la(las) candidato(a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Samely Rocio Orihuela Coaquira

| CALIFICACIÓN | ESCALAS | | | Mérito |
|--------------|-----------|---------|-------------------------|-----------|
| | Vigesimal | Literal | Cualitativa | |
| APROBADO | 16 | B | Con nominación de Bueno | Muy bueno |

Candidato (b): Roger Franz Luque Mendoza

| CALIFICACIÓN | ESCALAS | | | Mérito |
|--------------|-----------|---------|-------------------------|-----------|
| | Vigesimal | Literal | Cualitativa | |
| APROBADO | 16 | B | Con nominación de Bueno | Muy bueno |


(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al(los)/a(la)(las) candidato(a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente
Mtro. Jhon Harol
Gonzales Garay

Asesor
Arq. Samuel Jacob
Pacheco Chávez

Miembro
Mg. Rubén Darío
Bolaños Surichaqui



Secretario
Mg. Cristian Pedro
Yarasca Aybar

Miembro
Arq. Wilfredo Ramos
Quispe

Candidato/a (a)

234

Candidato/a (b)

RESUMEN

El excesivo índice de informalidad comercial que se produce en la ciudad de Juliaca ha generado una centralidad urbana de gran escala con múltiples problemas y micro-centralidades. Por lo cual propondremos que estas áreas sean recuperadas mediante enfoques multifuncionales y multidisciplinarios abocados al desarrollo de un eje regenerador holístico del espacio público del mercado “Túpac Amaru” que analice el impacto del desarrollo sostenible. Es decir, un equilibrio entre la sociedad, su economía y la naturaleza para disponer de un espacio atractivo, saludable e integrador en respuesta las necesidades de la zona y a los estándares arquitectónicos que exige el clima de una ciudad alto andina como Juliaca. Por lo tanto, la propuesta arquitectónica ayudará a recuperar el espacio público que en la actualidad se encuentra abarrotado por la informalidad comercial y la contaminación de residuos sólidos, para así impulsar el desarrollo en las actividades comerciales propias de la ciudad de Juliaca; y a través de puntos estratégicos, plantear equipamientos comerciales relacionados con el espacio público convirtiéndola en una ciudad comercial modelo.

Palabras claves: centralidad urbana- informalidad comercial- espacio público- resiliencia- urbano social.

Dedicatoria

Agradecimientos:

A Dios, por habernos permitido alcanzar nuestra meta y otorgarnos salud para lograr los objetivos propuestos en este proyecto de tesis.

Además, agradecer su infinita bondad y amor.

A nuestro asesor: el Arq. Samuel J. Pacheco Chávez y dictaminadores, por su gran apoyo para la elaboración de esta tesis y motivación constante para culminar con éxito nuestros estudios de pregrado; por su tiempo compartido y por impulsar nuestro desarrollo profesional.

A la Universidad Peruana Unión, por ampararnos bajo el seno de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura por guiarnos en el quehacer científico por intermedio de sus docentes, con su ejemplo y conocimiento, durante el proceso de investigación de este proyecto de tesis.

Y también agradecemos a nuestros compañeros universitarios cuya amistad y apoyo moral han fortalecido significativamente nuestra voluntad para proseguir hasta obtener nuestro título profesional.

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Contenido | 2 |
| | 3 |
| | 4 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 7 |
| 1.1. Definición del tema..... | 8 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 9 |
| 1.3. Justificación del proyecto..... | 11 |
| 1.4. Presuposición filosófica..... | 12 |
| 1.5. Objetivos..... | 13 |
| 2. REVISIÓN TEÓRICA | 15 |
| 2.1. Referentes..... | 16 |
| 2.2. Argumentación Teórica..... | 20 |
| 2.3. Definición de términos..... | 25 |
| 3. METODOLOGÍA | 29 |

| | |
|---|------------|
| 3.1. Estrategia Cualitativo / Correlacional..... | 30 |
| 4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACION | 41 |
| 4.1. Sinapsis Socio Espacial Mediante Una Centralidad Urbana..... | 42 |
| 5. APROXIMACIÓN PROYECTUAL | 55 |
| 5.1. Referentes Proyectuales..... | 56 |
| 5.2. Aproximación Territorial..... | 66 |
| 5.3. Estudio del lugar..... | 70 |
| 5.4. Estrategias Proyectuales..... | 76 |
| 6. PROYECTO ARQUITECTONICO | 107 |
| 6.1. Programación arquitectonica..... | 108 |
| 6.2. Descripción del proyecto..... | 122 |
| 6.3. Descripción de detalles arquitectónicos..... | 124 |
| 6.4. Perspectivas del proyecto..... | 126 |
| 7. CONCLUSIONES | 144 |

Índice de figuras

Contenido

| | | | |
|---|----|--|----|
| Figura 1. Tugurización espacial Jr. Tupac Amaru. | 8 | Figura 38. Centro Comercial N°2. | 46 |
| Figura 2. Puesto de comercio mercado Tupac Amaru. | 10 | Figura 39. Centro Comercial Real Plaza. | 46 |
| Figura 3. Itinerancia comercial mercado Tupac Amaru. | 11 | Figura 40. Plaza San José. | 46 |
| Figura 4. Comercio en la frontera, Perú-Bolivia. | 12 | Figura 41. Barrio de Artesanos. | 48 |
| Figura 5. Contrabando fronterizo Perú. | 12 | Figura 42. Centro Comercial N°2. | 48 |
| Figura 6. Mobiliario Urbano. | 13 | Figura 43. Terminal Terrestre. | 48 |
| Figura 7. Mobiliario Urbano. | 13 | Figura 44. Plaza Pedro Vilcapaza. | 48 |
| Figura 8. Mobiliario Urbano. | 13 | Figura 45. Centro Comercial Real Plaza. | 48 |
| Figura 9. Jr. Raúl Porras-Comercio Itinerante. | 15 | Figura 46. Comercio Itinerante Mercado Túpac Amaru. | 49 |
| Figura 10. Imagen satelital de Juliaca. | 16 | Figura 47. Parque de Artesanos. | 54 |
| Figura 11. Parque Elevado Chapultepec. | 18 | Figura 48. Comercio Informal, Mercado Túpac Amaru. | 54 |
| Figura 12. La Barceloneta. | 18 | Figura 49. Mercado Túpac Amaru, Jr Raúl Porras. | 56 |
| Figura 13. Mercado sistema de configuración espacial como articulador entre dinámicas de ciudad. | 20 | Figura 50. Mercado Cultural. | 58 |
| Figura 14. Mercado municipal y remodelación de la plaza central del municipio de Jerusalén. | 21 | Figura 51. Mercado Skaterpark. | 58 |
| Figura 15. Soluciones de cobertura del mercado municipal y remodelación de la plaza central del municipio de Jerusalén. | 21 | Figura 52. Mercado el Ermitaño. | 58 |
| Figura 16. Centralidad de Genova. | 22 | Figura 53. Mercado el Ermitaño. | 59 |
| Figura 17. Centralidad de Madrid. | 22 | Figura 54. Mercado Skatemark. | 62 |
| Figura 18. Centralidad de México. | 22 | Figura 55. Mercado Skatemark. | 62 |
| Figura 19. Centralidad de Roma. | 22 | Figura 56. Mercado Skatemark. | 62 |
| Figura 20. Espacio público con tratamiento. | 24 | Figura 57. Mercado el Ermitaño. | 65 |
| Figura 21. Objetivos de desarrollo sostenible (ODS). | 24 | Figura 58. Mercado el Ermitaño Interior. | 65 |
| Figura 22. Arquitectura de Juliaca. | 24 | Figura 59. Cultura y tradiciones. | 70 |
| Figura 23. Machuaylas y Chinipilcos. | 26 | Figura 60. Arquitectura Juliaca. | 70 |
| Figura 24. Machuaylas y Chinipilcos. | 26 | Figura 61. Sociedad. | 70 |
| Figura 25. Centro Comercial Plaza Vea. | 26 | Figura 62. Tugurización poblacional en la ciudad de Juliaca sector comercial Túpac Amaru. | 71 |
| Figura 26. Parque de los Artesanos. | 27 | Figura 63. Concurrencia de personas en ferias diarias en los alrededores al mercado Túpac Amaru. | 71 |
| Figura 27. Sociedad cultura y tradiciones. | 27 | Figura 64. Comercio informal en la ciudad de Juliaca. | 71 |
| Figura 28. Informalidad comercial mercado Tupac Amaru. | 29 | Figura 65. Calles convertidas en zonas comerciales y presencia de comercio ambulatorio. | 71 |
| Figura 29. Mercado Tupac Amaru. | 30 | Figura 66. Informalidad comercial en el espacio público en el Jr. Túpac Amaru. | 72 |
| Figura 30. Neuronas. | 32 | Figura 67. Inundación de calles alrededores del mercado Túpac Amaru. | 73 |
| Figura 31. Interrelaciones sociales. | 33 | Figura 68. Expropiación del espacio público. | 73 |
| Figura 32. Sociedad. | 33 | Figura 69. Tráfico congestión vehicular. | 73 |
| Figura 33. Alrededor del Mercado Tupac Amaru. | 34 | Figura 70. Ocupación de residuos sólidos en el espacio comercial ambulatorio. | 73 |
| Figura 34. Red Centralizada. | 34 | Figura 71. La informalidad comercial en el Jr. Raúl Porras. | 74 |
| Figura 35. Red Descentralizada. | 44 | Figura 72. La informalidad comercial en el Jr. Moquegua. | 75 |
| Figura 36. Red Distribuida. | 44 | Figura 73. Jr. Moquegua. | 76 |
| Figura 37. Centro Comercial N° 2. | 45 | Figura 74. Jr. Benigno Ballón. | 76 |
| | | Figura 75. Jr. Huancañé. | 77 |

| | |
|---|-----|
| Figura 76. Jr. Raúl Porras. | 77 |
| Figura 77. Acomita 2. | 78 |
| Figura 78. Acomita 4. | 79 |
| Figura 79. Pilares de Ejecución. | 80 |
| Figura 80. Estrategias Proyectuales de vegetación. | 81 |
| Figura 81. Estrategias Proyectuales como generadores de espacios públicos. | 81 |
| Figura 82. Estrategias Proyectuales como generadores espaciales en zonas principales. | 82 |
| Figura 83. Estrategias Proyectuales como generadores espaciales en sub-zonas. | 82 |
| Figura 84. Estrategias Proyectuales como espacio de circulación de forma vertical. | 82 |
| Figura 85. Estrategias Proyectuales como espacio de circulación de forma vertical. | 83 |
| Figura 86. Estrategias Proyectuales como espacio de circulación de forma vertical. | 83 |
| Figura 87. Estrategias Proyectuales como espacio de circulación de forma vertical. | 83 |
| Figura 88. Estrategias Proyectuales Tecnológicas en fachada. | 83 |
| Figura 89. Terreno mercado Túpac Amaru dentro del plano de provincia de San Román. | 84 |
| Figura 90. Iglesia Santa Catalina. | 84 |
| Figura 91. Aeropuerto Internacional Inca Manco Capac. | 87 |
| Figura 92. Municipalidad de Juliaca. | 87 |
| Figura 93. Mercado Vilcapaza. | 90 |
| Figura 94. Gran unidad escolar José Antonio Encinas. | 90 |
| Figura 95. Mercado internacional San José. | 90 |
| Figura 96. Jr. Túpac Amaru-Jr. Piérola. | 91 |
| Figura 97. Jr. Barrio de artesanos. | 91 |
| Figura 98. Jr. Túpac Amaru. | 91 |
| Figura 99. Jr. Benigno Ballón. | 99 |
| Figura 100. Jr. Huancané. | 99 |
| Figura 101. Jr. Raul Porras. | 99 |
| Figura 102. Av. Circunvalacion. | 99 |
| Figura 103. Jr. Moquegua. | 99 |
| Figura 104. Jr. Sucre. | 99 |
| Figura 105. Vientos. | 101 |
| Figura 106. Precipitaciones. | 101 |
| Figura 107. Temperaturas. | 101 |
| Figura 108. Milímetros de precipitaciones. | 101 |
| Figura 109. Wilfredo Quispe. | 102 |
| Figura 110. Cesilia Ccama(Comerciante). | 102 |
| Figura 111. Esquina del Jr. Moquegua. | 108 |



Figura 1. Tugurización espacial Jr. Tupac Amaru.

Fuente: Elaboración propia.



CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del tema



Juliaca tiene una población estimada en 276 110 habitantes y es la cuarta ciudad más importante del sur del Perú según INEI (2018). A la ciudad se la ha denominado, desde sus orígenes como “Ciudad Calcetera”, nombre que según Calsín (2014) remontada en el periodo prehispánico y de la colonia, basado en la excelente artesanía textil hecha por las juliaqueñas, para los viajeros que se encontraban de paso, destacando las calcetas y las botas como las indumentarias más adquiridas. También se la conoce como “Ciudad de los Vientos”, por la peculiaridad del desplazamiento y la fuerza de sus vientos altiplánicos que hacen flamear los ichus que adornan la periferia de la ciudad. Otro acrónimo para designarla es “Pera del Altiplano”, pues tiene uno de los mayores ejes geo-económicos que dinamizan las actividades productivas de la región puneña. es por eso que la actividad la actividad comercial es muy influencible ya que es practicada por el 60% de los ciudadanos de todos los niveles socioeconómicos, indistintamente del sexo o la edad. Sin embargo, si bien hay productividad comercial formal; el comercio juliaqueño, en su mayor parte, es minorista y ambulante. Además, existe un uso inadecuado del espacio público de la ciudad tal como se refleja en los sectores aledaños al barrio Túpac Amaru por lo que ha llegado a considerarse como un gigantesco mercado ambulante y perenne.

Este proyecto arquitectónico pretende generar un espacio integrador social para la población local y foránea; que permita, a su vez, una concentración comercial ordenada para un mejor manejo y la recuperación del espacio público; es decir, rescatar las

calles de la informalidad existente. Del mismo modo, generar vías mercantiles que articulen mejor la ciudad con su micro centralidades comerciales potenciando la creación de un eje comercial organizado y dinámico.

La revitalización del espacio público en zonas itinerantes comerciales en Juliaca son una medida prioritaria como respuesta a la problemática que la aqueja alto índice de contaminación, desorden propio de la actividad informal, inseguridad social y física, entre otros factores. La recuperación de espacios públicos implica la modificación desde su estructura de diseño y construcción, recomposición de la trama urbana y descentralización del comercio urbano con el propósito de fortalecer el desarrollo sociocultural y económico de la ciudad. Pues por muchos años la población se ha fragmentado de acuerdo a su actividad y ubicado en distintas áreas, considerando al centro teniendo, la plaza de armas, el terminal terrestre y diferentes centros comerciales. Por lo tanto, se hace evidente una reestructuración comercial y social que iniciará con el espacio público del barrio Túpac Amaru, con flujos viales libres y ordenados que permitirán un sistema integrado de transporte interurbano convirtiendo a Juliaca en una ciudad resiliente cuyo desarrollo económico repercutirá en todo el sur del Perú.

Recuperar el espacio público es una estrategia para revitalizar el entorno urbano y así de esta forma lograr una convivencia social agradable y así elevar el nivel de vida ,para la integración comunitaria; sin dejar de lado su mayor actividad potencial “el comercio”, manteniendo las formas de venta tradicio-



Figura 2. Puesto de comercio mercado Tupac Amaru
Fuente: Elaboración propia.

nal respetando sus características. Entonces la recuperación del espacio público como estrategia de revitalización urbana, para lograr una convivencia social agradable y poder elevar el nivel de vida hacia la integración comunitaria; sin dejar de lado su mayor actividad potencial “el comercio”, manteniendo las formas de venta tradicional respetando sus características como mercado.

1.2. Planteamiento del problema

Las dinámicas comerciales hoy y a lo largo de los años son indispensables para el crecimiento de una ciudad y “es una de las bases sobre las dinámicas comerciales y “se percibe paulatinamente en cuanto la estructuración de una ciudad. (Doménech, 2015, pág. 28). habla de los determinantes que surgen mediante los polos económicos que se producen en el comercio lo cual proporciona a la ciudad una estructuración vital con aspectos dinámicos, económicos sociales y culturales avocados en el espacio público ya que mencionan el autor que los espacios públicos le pertenecen a la ciudadanía en general “con características únicas en cada ciudad o factor



esencial de la población (Doménech, 2015, pág. 30) entendiendo de esta manera se puede inferir la conceptualización de la arquitectura de manera vital para el uso de las personas logrando potencializar las relaciones interpersonales que se producen dentro de un espacio público. Contrastando así el escenario que tiene permanentes transformaciones y de contradictorias tendencias, varias urbes en América Latina han estado en conflictos con respecto al espacio público, de esta manera se les relaciona causando gran impacto de la informalidad comercial que ha generado descontrol y llega a ser uno de los problemas más frecuentes que genera desorden y una mala planificación de los espacios públicos en todo país. Juliaca no es ajena a esta realidad, aunque en los últimos años se haya convertido en un eje integrador a nivel regional y en una de las ciudades con mayor desarrollo económico según Andes (2012). Juliaca tiene un crecimiento económico anual de 25%, convirtiéndose en la cuarta ciudad con mayor economía a nivel nacional proyectada al 2020. La ciudad Juliaqueña es la tercera ciudad con mayor crecimiento económico en el sur del Perú y



Figura 3. Itinerancia comercial mercado Tupac Amaru
Fuente: Elaboración propia



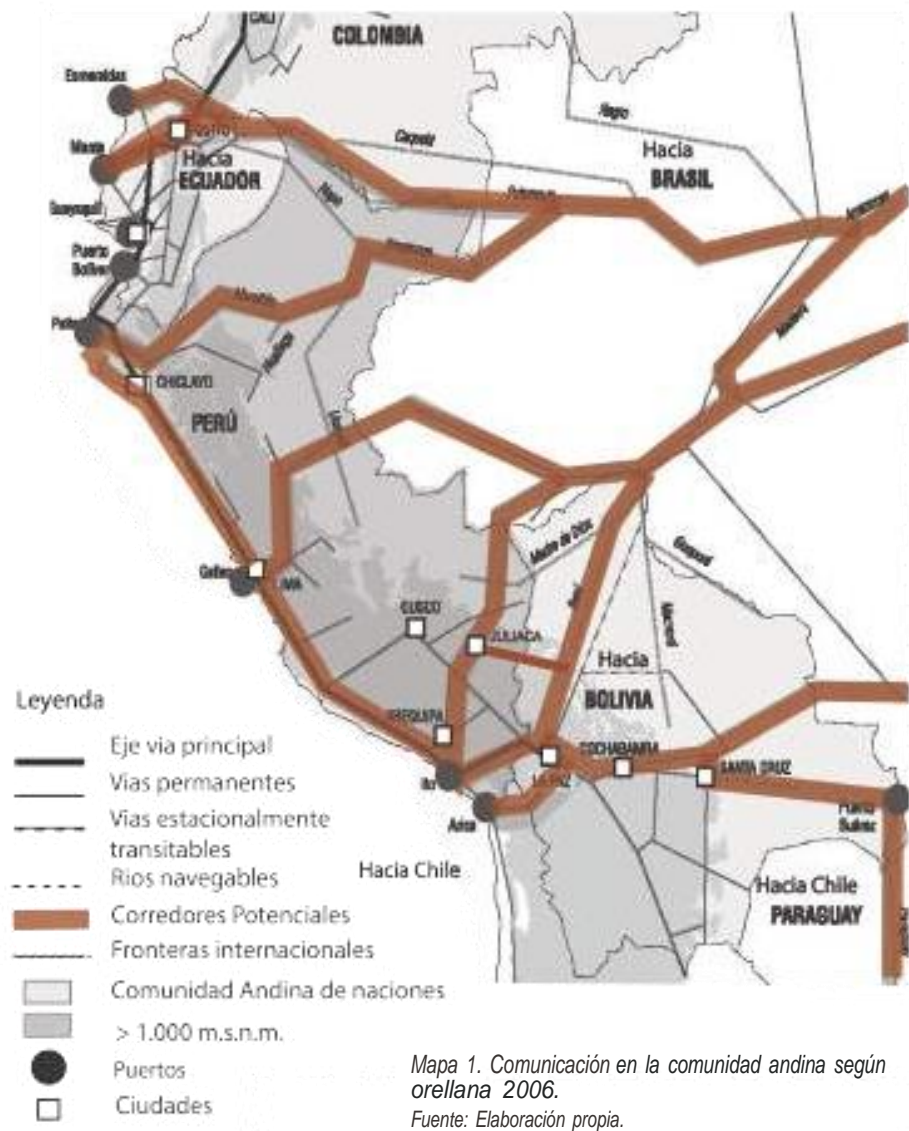


Figura 4. Comercio en la frontera, Perú-Bolivia.
Fuente: RCP Perú.



Figura 5. Contrabando fronterizo peru.
Fuente: RCP Perú.



Figura 6. Mobiliario urbano.
Fuente: Pinterest.



Figura 7. Mobiliario urbano.
Fuente: Pinterest.



Figura 8. Mobiliario urbano.
Fuente: Pinterest.

ocupó el puesto 11 en el mismo rubro a nivel nacional según la revista la República en el año 2012, predominando el comercio informal como una de sus más grandes actividades. Las mismas que se concentran en los Jirones Huancané Moquegua, Benigno Ballón y Raúl Porras ubicados en la periferia de mercado Túpac Amaru, volviéndolo el mayor foco de tugurización en todos los aspectos.

Esta saturación del espacio público es debido también a que las viviendas de la zona han sido convertidas en improvisadas galerías de venta al paso (comercio itinerante). Y esta la convierte en un lugar con déficit de espacios públicos, como componente polivalente y ordenador, siendo un espacio donde se promueve la vida colectiva y la interrelación social y como un componente de continuidad, de conexión en los diferentes lugares de la ciudad, fortaleciendo la expresión con la comunidad y su identidad ciudadana.

La arquitectura desarrolla la integración de campos diseñados desde lo urbano, arquitectónico, sistemas constructivos y hasta tratamientos más pequeños como acupuntura urbana logrando generar una reorganización que mejore la calidad de vida urbana basados en actividades que predominen desde la cosmovisión predominante del sector tratando de buscar una esencia a las problemáticas haciéndonos las siguientes preguntas como poder revitalizar a través de la arquitectura un sector público.

1.3. Justificación del proyecto

Este proyecto de tesis tiene como objetivo desarrollar y potencializar lo económico-social producidos en el espacio público logrando una legibilidad, coherencia y significación para todas las personas logrando constituir una organización en el espacio público informal, desarrollando actividades mercantiles planificadas y resilientes, ayudando a la recuperación del espacio público, como menciona Gehl "Las actividades sociales se producen de manera espontánea, como consecuencia directa de que la gente deambula y está en los mismos espacios (Gehl 2013 Pg. 20), Se entiende que lo social se refuerza indirectamente proporcionando mejor las condiciones de los espacios públicos, logrando un aporte arquitectónico enfocado en promover el equipamiento, desarrollando el sector económico, social, ambiental generando una resiliencia urbana, mediante una sistematización y organización del espacio público se lograra el desarrollo de un espacio de calidad, basado en objetivos que potencializarán y consolidarán un eje integrador económico en la población de Juliaca. Por lo tanto, este proyecto logrará, por un lado, mitigar la problemática de comercio informal cuyas consecuencias afectan a la ciudad y su población; y por otro, generar nuevas y diversas actividades económicas, sociales y culturales a través de una arquitectura acorde a los requerimientos climáticos propios de una ciudad alto andina como es el caso de Juliaca, según (Gehl, 2013 Pg. 19) en su libro "La humanización del espacio público" plantea exigencias muy dis-

tintas al entorno físico, “mencionando que las actividades necesarias tienen lugar más o menos con la misma frecuencia; estas duran más ya que las condiciones físicas que son mejores. De modo que habrá una gran cantidad de actividades para optar y elegir el lugar por que ahora ,la situación invita a que la gente pueda comer ,jugar , etc .” Logrando así conectar lo económico con lo urbano y lo social generando espacios de calidad avocados a desarrollar actividades culturales, sociales sobre todo la actividad económica, la recuperación del espacio público como prioridad teniendo en consideración el bienestar del poblador juliaqueño proporcionando un equilibrio entre la sociedad, su economía y la naturaleza, generando así un espacio atractivo, saludable e integrador (físico, social y ambiental) que facilitará la vida comunitaria.

1.4. Presuposición filosófica

Dado que en la actualidad se presenta la informalidad como una de las problemáticas que afectan a la ciudad de Juliaca y su economía, es necesaria una rescisión urbana para regenerar diversas fisionomías espaciales en zonas de mayor confluencia; así como facilitar el transporte inter-urbano mediante un control sistematizado para esta ciudad que es paso obligatorio a nivel regional. Además, la reorganización del comercio permitirá desarrollar una identidad social reproducible en diferentes ciudades alto-andinas con similares características. Razón por la cual, mediante en este proyecto de tesis, presentamos una cosmovisión urbano-social con un enfoque ambiental; donde proteger y regenerar el espacio público es un blanco para lograr la recuperación de actividades sociales y económicas.



Figura 9. Jr. Raúl porras – Comercio Itinerante
Fuente: Elaboración propia

1.5. Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una propuesta urbano-arquitectónica para el sector del mercado Túpac Amaru basados en el mejoramiento social-económico y cultural , con el fin de disminuir la problemática realizada y dar un rescate a la imagen y carácter de la zona creando una tipología de Mercados .

Objetivos específicos

- Identificar las características y el funcionamiento de la zona de estudio y del mercado.
- Establecer un diagnóstico de las dinámicas en la coexistencia y efectos de la informalidad comercial, causas, orígenes y determinar posibles soluciones .
- -Desarrollar e identificar la potencialidad de las actividades comerciales que se producen en la ciudad de Juliaca y fijar puntos estratégicos para la organización sectorial y barrial con el fin de un mismo objetivo, la realización de la propuesta del mercado Tupac Amaru.
- -Recuperar mediante una sistematización los espacios publico relevantes para la ciudadanía en el centro de la ciudad.

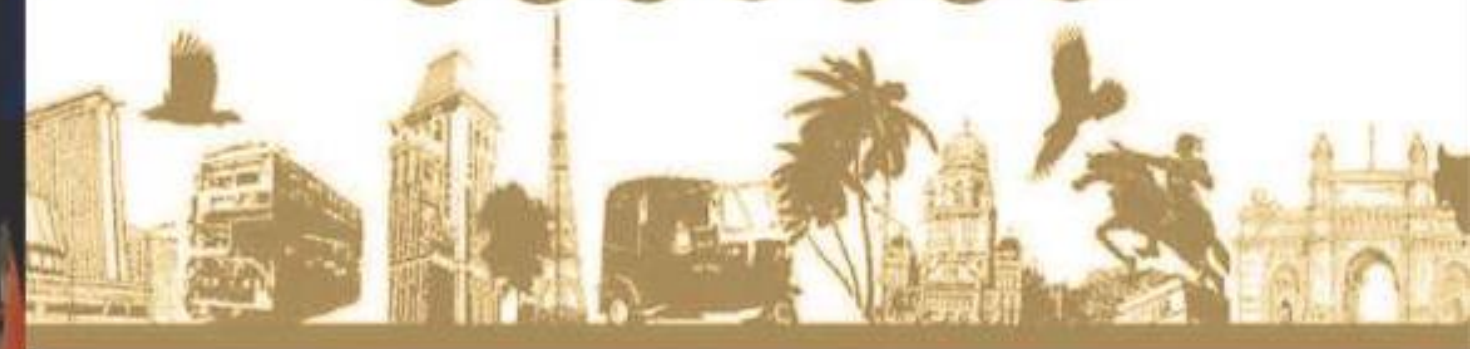
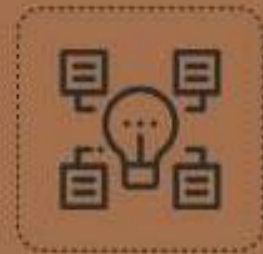




Figura 10. imagen satelital de Juliaca.
Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO 2

REVISIÓN TEÓRICA

1.6. Referentes

México: Parque Elevado Chapultepec, proyecto catalizador para generar comunidad en la Ciudad de México.

México: Parque Elevado Chapultepec, proyecto catalizador para generar comunidad en la Ciudad de México. Los crecimientos de México en los últimos años los han llevado a problemáticas urbanas desorganizadas y a la contaminación ambiental afectando ejes de acceso vías y a la tránsito vehicular y peatonal en la ciudad, afectando no solamente la conectividad además de su imagen urbana de tal modo que es necesario una intervención. El proyecto expone una propuesta de regeneración en el espacio público con el fin de crear una comunidad en una de las zonas con potencial dentro de la ciudad que son las colonias Juárez y Roma Norte (abarcando el metro Chapultepec a la zona Glorieta de Insurgentes), que definitivamente cuentan con un gran potencial debido a sus conexiones y sus articulaciones en la ciudad. Hoy la Avenida Chapultepec está en uso para tránsito vehicular de esta manera, convirtiéndose en una frontera inhóspita y casi infranqueable. Por tal motivo esta avenida requiere un nuevo orden espacial, que solucione el espacio urbano utilizado por el transporte, la contaminación y el comercio informal, de modo que regenere el espacio urbano y haya la creación de zonas verdes. Es necesario crear un ambiente urbano donde se viva y se sienta que la diversidad social

y cultural del lugar, y así promover un lugar con un ambiente amigable y seguro. Así mediante el acondicionamiento y la re-programación de un tramo de la Avenida Chapultepec, se potenciará y se logrará el desarrollo de las dos zonas importantes de la Ciudad de México.

Estrategias para la realización del proyecto:

1. Ordenar el tránsito vehicular e incrementar las áreas verdes.
2. Crear una alameda comercio - cultural
3. Integra a la comunidad por medio del aspecto económico con una arquitectura sostenible.

El objetivo es crear un lugar nuevo generando una experiencia nueva en los habitantes dando atracción a su recorrido de manera cómoda y segura. Y así generar el crecimiento económico social cultural y ambiental.

La Barceloneta / MiAS Arquitectes

Este proyecto es muy interesante gracias a a su conexión emocional de parte del proyectista arquitecto y la ciudad y este describe el esfuerzo por rescatar no solo el recuerdo si no el ser del lugar formar

parte del tejido urbano y se dirige a la nueva plaza. La aproximación presente describe el esfuerzo por rescatar no el recuerdo sino el ser del lugar. El modelo proyectual nos muestran espacios que son figuras metálicas que no tocan el suelo y se cuelgan a la antigua estructura nunca cruzan diagramas de esfuerzan y hacen un falso equilibrio. El mercado busca formar parte del barrio, de su tejido urbano y por eso se redirige hacia la nueva plaza.

Este proyecto del mercado Barceloneta busca formar parte del barrio, conectar con las plazas posterior y anterior del mismo modo con la trama urbana rescatando su antiguo patrón y a la vez tomando en cuenta la nueva plaza incluyendo lo más importante de su zona comercial, y las mismas naves que lo forman y se cruzaban en el sentido longitudinal de éstas. Sorprendieron las fotos realizadas en la construcción del mercado cuando se iban armando las piezas y huesos transportando para las calles hasta un lugar definitivo y así tener la forma de un animal el cual es prisionero de la trama urbana.

El Deseo que el edificio, más allá de ser el mercado del barrio, forme parte con su desparpajo, con su visceralidad del carácter de este barrio tan especial, tan vital, de Barcelona, y que llaman O' stia, por alguna que otra razón.

Revitalización del Espacios Públicos (Vidal y Martínez, 2012)

El grupo arquitectónico realizó 3 entrevistas a informantes clave.

Eligieron:

- 1) el Lic. Ismael Sermeño, representante de la alcaldía municipal de San Salvador, con quien hicieron una verificación en el centro histórico de la ciudad y de las cuales se obtuvieron información histórica de los edificios más importantes.
- 2) El Arq. Raymundo Pineda, de "fundasal" con la experiencia vivida a fundar la fundación y sus esfuerzos para recuperar la función habitacional del centro histórico de San Salvador, así como la conexión de espacios funcionales con los espacios públicos.
- 3) Julio Hernández quien es presidente zonal de comercio informal

del alrededor del centro histórico de San Salvador. Dio a conocer con profundidad el punto de vista de la zona.

Ellos hicieron énfasis en el sector informal porque constituye siendo la problemática con mayor enfoque ya que genera fuertes confrontaciones con el gobierno. Los grupos que se consideraron para la evaluación del proyecto fueron tomados en cuenta por su continua conexión con el sector y también por la vivencia. El segundo grupo focal se llevó a cabo con comerciantes del sector informal, de esta manera conocer la posición de ellos con mayor detalle. Para hacer más productiva su realización, el grupo confeccionó guías de preguntas que les y de esta forma nos dan a conocer la información e intercambiar las opiniones de todos. Es muy importante que cada uno de estos grupos tuvo su propio modelo de instrumento. Después para la realización se utilizó un mapa de usos de suelo del centro histórico retomaron el instrumento diseñado por FUNDASAL y el Foro Permanente por el Desarrollo Integral del Centro Histórico de San Salvador en su publicación. Usos del suelo en el centro histórico de San Salvador. Utilizaron la misma ficha con el fin de actualizar la información, debido a que el área de estudio ha sido dinámica; en parte debido a las acciones que el gobierno local estableció para recuperar el espacio público. Los datos y materiales se tomaron de forma cualitativa y fueron grabados por el grupo, con el conocimiento de los participantes. Los archivos de audio fueron posteriormente transcritos y sistematizados por medio de matrices que facilitaron su análisis. La información que recolectada por medio de las fichas de usos del suelo fue organizada y presentada en un plano del área estudiada que mostraba los resultados. Posteriormente, toda la información fue analizada y contrastada, presentando los distintos puntos de vista de los participantes.



Figura 11. Parque Elevado Chapultepec.
Fuente: Pinterest.



Figura 12. La Barceloneta.
Fuente: Pinterest.

Mercado sistema de configuración espacial como articulador entre dinámicas de ciudad (Gonzales, 2014).

Presentó el trabajo titulado: "Arquitectura: impacto positivo en la estructura social partiendo de una configuración espacial, resultante de procesos de participación y vinculación en todas las etapas de proyección". La investigación analiza la problemática que generó la desarticulación total del barrio Mariscal Sucre en el año 1970 ocasionada por la Avenida Circunvalar, pues lo relegó a la zona de los cerros orientales impidiendo con el desarrollo de la ciudad. Éste dependió de la autogestión comunal que se enfrentó a una normativa que no lo contemplaba como un caso especial, sumándose las difíciles condiciones topográficas y de accesibilidad y las dinámicas desfavorables en cuanto a estratificación socio-económica en su contexto inmediato (Chaparro, 1998). La desarticulación tuvo repercusiones, además, en las actividades culturales, la comunicación, las relaciones, el acceso a condiciones laborales óptimas, imaginarios externos de

la forma en cómo ven su zona urbana. Esta lista de problemas que están ligadas entre si conllevó a pensar en acciones arquitectónicas que respondieran a toda la problemática ocurrida tiempo pasado en el barrio sin embargo no se limite a pensar en el pasado si no esto ayude a la mejora de una propuesta futura y análisis, se centre en las capacidades positivas para potenciarlas y afianzar de tal manera proponer elementos que mejoren el carácter formal y visual de este. De ese modo aparecen soluciones como elementos turísticos y se articulan con el corredor ambiental y aparecen nuevas oportunidades laborales productivas de ese modo mejora la calidad de vida dentro del barrio considerando huertas urbanas paisajes, dinámicas sociales y económicas que puede tener con sus colindantes.

Mercado Municipal y remodelación de la Plaza Central del Municipio de Jerusalén, Dpto. de La Paz" (Ramirez, 2009).

El proyecto tuvo como objetivo: Construir el mercado y remodelar el parque central del Municipio de Jerusalén.



Figura 13. Mercado sistema de configuración espacial como articulador entre dinámicas de ciudad.

Fuente: Pinterest.

Éste se justificó en cuatro ejes principales: 1) Generalidades, 2) Diagnóstico, 3) Pronóstico y 4) Propuesta de diseño.

El diagnóstico permitió conocer el estado real del parque y del municipio, estudiar las condiciones en la que se encontraban y la función que cumplían. Para elaborar posteriormente, una propuesta que integral y que acredite comodidad en las instalaciones y espacios arquitectónicamente diseñados considerando que sean ventilados y abiertos, especificación de áreas para los locales, tipo de mobiliario, zonificación según las actividades, servicios complementarios; es decir que sigan las condiciones del criterio de diseño y el programa de necesidades, satisfaciendo los requerimientos sociales como espaciales.

De modo que el mercado y la plaza principal lleguen a ser, integralmente, una parte de la otra.



Figura 14. Mercado municipal y remodelación de la plaza central del municipio de Jerusalén.

Fuente: Pinterest.

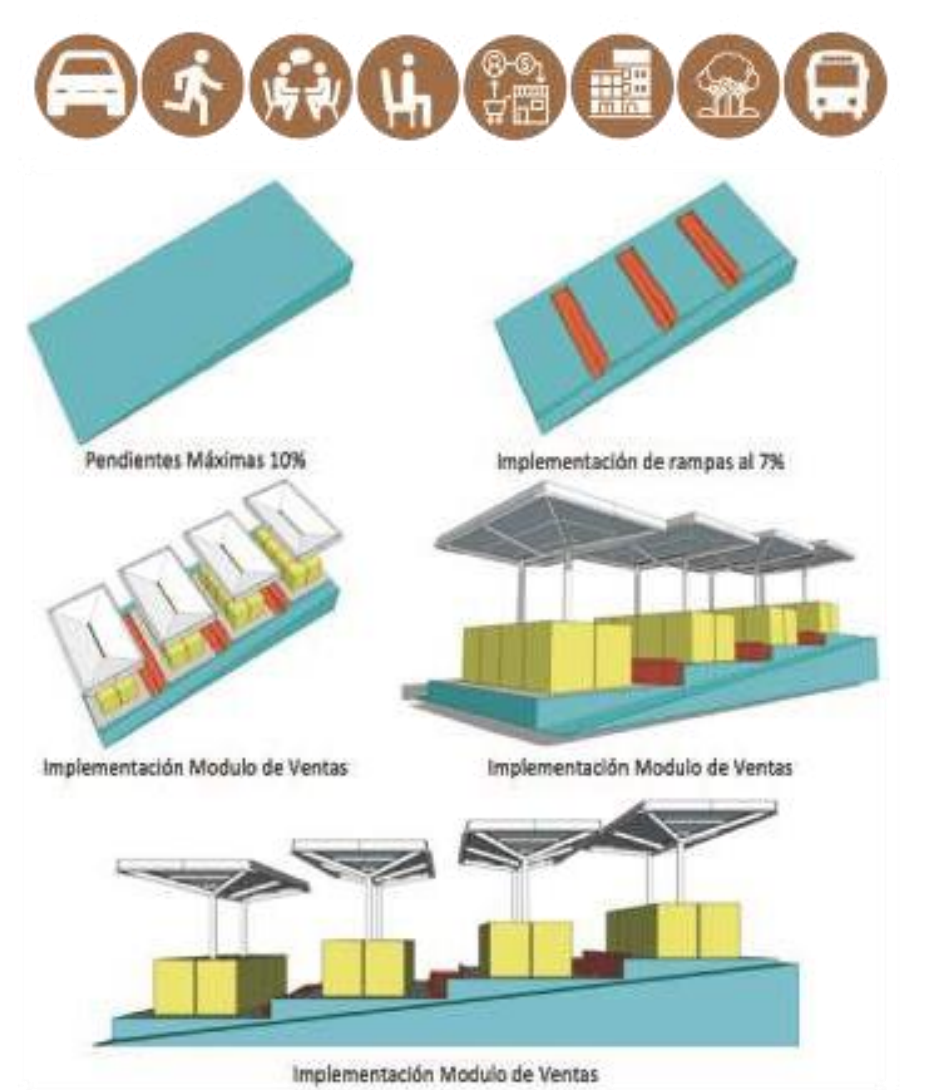


Figura 15. soluciones de cobertura del mercado municipal y remodelación de la plaza central del municipio de Jerusalén.

Fuente: Pinterest.



1.7. Argumentación Teórica

Centralidades urbanas

Definiendo la centralidad urbana según Taller (1993), define la ciudad como un sistema, con la capacidad de ofrecer bienes y servicios a la población y su entorno, teniendo en cuenta los flujos de concentración y la población que hace uso de estos mismos servicios. También expresa una centralidad jerarquizada por consecuencia, lugares en área de extensión e influencia. Antiguamente los lugares céntricos se definían como “redes de manera piramidal” (Gaschet, pág. 11); hoy en día aquel concepto no es completo, ya que los cambios se ven en relación global: avances en tecnología, transporte y telecomunicación que cortan el parentesco entre ciudad y región. Aunque la forma de pensar de un eje central sea en términos de unión y grados sigue siendo adecuada; y los cambios en sentido territorial ya no estén adheridos ni vinculados a alguna región urbana porque en las ciudades muy grandes, las centralidades se siguen fragmentando. Motivo del cual, Gaschet y Lacour hacen referencia a la centralidad como “la capacidad de coordinar y poner en relación a los actores con actividades esquematizadas de organización y localización cada vez más divididos” (2002). Por otro

lado, Mayorga (2013) enfatiza el problema que viene enfrentando la centralidad; pues si bien “el centro es el mejor y principal lugar en la ciudad de referencia para realizar actividades, pero se entra en crisis por uso excesivo destinado, saturándolo y deteriorándolo en lugares determinados vaciándolo de su significado” (pág. 13). En cambio, para Busquets la “urbanidad y centralidad, recaen en conceptos complementarios, vinculados a la figura de la ciudad y desarrollándose independientemente” (1987). Adicionalmente, Cifuentes (2010) señala que, para el estudio del crecimiento paulatino de una ciudad, se deben observar cambios en los diferentes aspectos tales como la estructura y medida poblacional, ya que éstos determinan qué tipo de factores contribuyen al crecimiento urbano y a la variedad relativamente.

En tanto, Zárate (1991), tiene la afirmación de que la ciudad posee como característica por el sentido de crecimiento y las actividades que se realizan intercambiamente, y éstas deben tener utilidad en bienes y servicios hacia la población y la aglomeración en su área de influencia. Parrado (2001), por su parte, lo define como un factor del crecimiento urbano, ya que es donde pueden aparecer nuevos usos y zonas residenciales, brindando actividades de desarrollo y productividad tales como servicios, comercio, equipamientos y el contexto donde se ubi-

ca territorialmente. No obstante, Carrión (1994) tiene una preferencia a explayarse sobre el sentido de una ciudad y su núcleo central, y del cómo se ve afectada esta misma por su tipo de condición de intermedio, convirtiéndola en un eje de vertebradores para un sistema urbano. En segunda instancia, las ciudades pequeñas, deciden su relación con el campo, tanto que se comportan como intermediarios del sistema rural o urbana. Por otro lado, las ciudades intermedias, se ven obligadas a cumplir la finalidad de articular el sistema entre todas las ciudades grandes y pequeñas de esta manera se convierten en eje primordial y vertebral, tanto del sistema urbano ya sean como polos o nodos que articulen espacios de integración interna, de la región al país, y de articulación externa con una determinada red urbana global y con regiones con un mejor dinamismo económico internacional. En cambio, Bluf (2011) hace referencia que las principales ciudades y ejes son puntos comerciales y los almacenes forman actualmente parte de la cotidianidad en la vivencia de cualquier ciudad. Los principales hábitos en consumo se han adaptado a las ofertas que dan las infraestructuras que acaban convirtiéndose en nuevas centralidades dentro de las urbes. Pero en un contexto de centralidad donde la principal productividad es el comercio, la visión de crecimiento debería de ser de manera formal. El 47% en América Latina vive siendo empleado informal, mientras que el 68.8% lo hace en Perú. Dada esta problemática, Campos (2017) remarca que “el problema es que no existen suficientes empresas formales para equilibrar y absorber a la cantidad de tanto comerciantes y trabajadores informales, que aun no son lo suficientemente productivos como para estar dentro de la formalidad” (pág. 74). De igual manera, Castro (1990) advierte: “que si se tuviera consideración y que la toda las dimensión informal del comercio popular consiste justamente en el uso ilegal de la vía pública” (pág. 60), entonces se hace necesaria que la presencia entre intermediarios de las asociaciones del comercio popular y el poder político representado así por el gobierno de la Ciudad de México. De ser así, esta expresión termina adaptándose a la forma de intermediarismo



político, ya que ha sido este mismo poder o aquel con las posibilidades de llegar a él quien lo ha diseñado, promovido y reproduciendo estas funciones. Hay un gran sistema de adaptación y aceptación que esta generalizada en un sentido del cual las diferentes expresiones sociales son alentadas a agruparse con el de incorporarlas más tarde al sistema corporativo del partido del gobierno. Esto no es diferente a otras organizaciones de comerciantes formales e informales que dieron su expresión a lo largo del país”. De acuerdo a Ramírez (2005), “el espacio público se ve enfrentado y afectado por cuestiones y problemáticas derivadas en diferentes actividades de comercio popular. Una de las principales problemáticas que se obtiene de ésta, infiere ser la inseguridad y la falta de control en sí de las actividades a realizar alégales e ilegales: usos no autorizados, prácticas de corrupción, giros negros, tráfico y consumo de drogas, robos y asaltos, que se convierten conjuntamente un sistema que produce malestar y sentimientos de miedo en la ciudadanía. La complejidad en este problema es expresado quizá, sobre todo, en los beneficios que genera la informalidad por el simple hecho de dar oportunidades de trabajo, empleo un ingreso económico amplio. En sectores de la sociedad que se basan a través de ventas y en definitiva el consumo de los productos, dice Torres (1997): “el deterioro en la infraestructura y calidad de un espacio público como privado, esta asociado a la carencia de políticas y acciones de conservación como lugar de valor patrimonial y arquitectónico, lo expresado en la imagen del entorno urbano, en los problemas de saturación vial, contaminación visual y ambiental, así también como de insalubridad y servicios públicos deficitarios. Visto de esa manera, el comercio popular en la vía pública constituyendo uno de los principales problemas socioeconómicos en el ordenamiento urbano. Este tipo de actividad comercial suele adquirir dos formas básicas:



Geneva

Figura 16. Centralidad de Genova.

Fuente: Pinterest.



Madrid

Figura 17. Centralidad de Madrid.

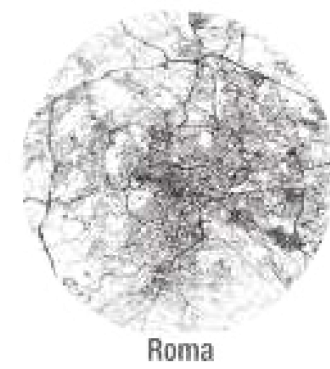
Fuente: Pinterest.



México

Figura 18. Centralidad de México.

Fuente: Pinterest.



Roma

Figura 19. Centralidad de Roma.

Fuente: Pinterest.



el ambulante y el puesto fijo o semifijo”.

El contrabando dentro del Perú, se convirtió en una actividad con trascendencia a nivel nacional (Vera, 2016). El crecimiento de este mismo comercio ilegal es preocupante, tanto así que en el 2001 se crea la Comisión Nacional de Lucha contra el Contrabando y Defraudación de Rentas Aduana (Perú, 2001) para así desarrollar distintas estrategias de ordenamiento para esta demanda. Es en ese año, que el valor del contrabando se estimó en \$333 millones anuales según la SUNAT. Para el 2013 ascendieron a \$557 millones. Estas cifras están en valor incontrolable aumentando cada año que pasa. Para Vera es preocupante ver como la comercialización en los centros más grandes del Perú de Lima, Juliaca, Arequipa, Piura y Tumbes se va desarrollando a base de comercialización informal, convirtiéndola así, en un problema de suma importancia social. También Osorio (2009) hace una narrativa en su tesis que según Bravo (2009), Es este el problema que se remonta hace muchos años donde la misma población forma parte y contribuye. Ante los costos elevado de importación buscan una fuente más rápida y menos costoso, pero que daña seriamente al país, pues el Estado no puede disponer de ellos generando un déficit en la economía nacional. Por lo tanto, se produce un crecimiento poblacional y territorial deficiente. Desarrollando únicamente el crecimiento de la ciudad vertical y dejando de lado la expansión horizontal por la falta de espacios. Así, su mayor crecimiento se encuentra en las zonas periféricas. Butrón (2015) hace la recomendación de priorizar estas ciudades, dándose

mayor importancia que serán el futuro poblacional, donde la mayoría de las ciudades hoy en día crecen aceleradamente y sobre todo se encuentran estos actos en zonas urbanas y en las ciudades medianas. Las centralidades urbanas como ciudades, tienen diferentes factores y características para ser denominados así. Su principal característica es su sistema comercial, relativamente informal.

Aquí ocurre la mayor incidencia poblacional y oportunidades de producción; pero, a su vez, se convierte en un sistema de ciudad descontrolada sin capacidad de ordenarse. Incluso es la infraestructura la que adecua a los sistemas urbanos en un orden y creación especificada, pero más que cualquier intervención de un equipamiento esto tiene que ver con el ámbito social económico (Alonso, 2014). La baja productividad no es tanta consecuencia de la existencia de la informalidad, solo bastaría de que una empresa formalice su sistema para aumentar inmediatamente su productividad y por lo mismo su utilidad. Por lo que Butrón (2015) afirma que Puno es la región eje de comercio, la ciudad predominante donde se desarrolla esta actividad (formal o informal) como núcleo central es Juliaca.

Sin embargo, el comercio informal es el que se incrementa notablemente presentando diversos problemas y desorden en la ciudad. En tal caso, estos problemas sociales son también resultado de procesos migratorios, que ocurren por temas demográficos, oportunidades de trabajo, nuevos equipamientos, entre otros.



Figura 20. Espacio público con tratamiento.

Fuente: Pinterest.



Figura 21. 17 Objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Fuente: Eco-Huella.

Resiliencia Urbana

La resiliencia es la principal característica del ser humano al adaptarse y afrontar adversas situaciones (Amar, 2011). El término resiliencia se origina en “resilió” y significa “volver atrás, volver de un salto, resaltar o rebotar”. Aunque esto ha generado controversia a lo largo de los años, la resiliencia denota resarcimiento de los problemas que en su debido momento se produjeron por carencias de estudios, información e investigaciones para su solución. (Juárez, 2012). Por otro lado, según Rockefeller (2017), es preciso que la resiliencia urbana es una de las capacidades que poseen las personas, una comunidad o instituciones basadas en el negocio, para la generación de redes articuladoras en un mismo territorio para subsistir y adaptarse. Así también hace referencia a generar sistemas urbanos sustentables en términos que suelen significar cualquier cosa o tal vez nada como un aspecto de la psicología y también parte de la ecología. Ante diversos padecimientos de las ciudades, sufren recesiones económicas y sociales con intención de regenerar espacios en clara decadencia (Méndez, 2011). Una de las primeras personas en realizar una investigación asociándola a los ecosistemas ecológicos (Cippec, 2016) fue Crawford Stanley Holling, distinguiendo y remarcando dos propiedades de sistemas ecológicos. El primer de ellos con la característica de restablecer su estado posterior que si es más rápido se produce un índice bajo de fluctuación. La segunda, basada en la ciencia natural dado

a que los ecosistemas generan sistemas con la capacidad de absorber y permitir muchos cambios.

En cuanto a la contaminación de espacios públicos autores como Gallopin, Winograd y Gómez (1991), hacen mención que los términos como “salud y bienestar social” y “salud comunitaria”, son factores que determinan que a lo largo del tiempo se generan nuevos conceptos para la “calidad de vida”, dando lugar a percepciones higienistas, implicadas en modificar y desarrollar los entornos urbanos, en especial para la regeneración de los espacios vulnerables que produce una sociedad. La problemática del medio ambiente se va percibiendo cuando los elementos y situaciones se van alterando de tal manera que afectan las diferentes maneras de conectar los recursos naturales y el entorno construido, impidiendo un desarrollo sustentable y deteriorando la calidad de vida. La problemática del entorno urbano natural ser puede dar en cuatro escalas: la primera se enfoca más al ambiente interno: el hogar, un vecindario. La segunda es producida por los asentamientos más pobres o del “ambiente barrial”. La tercera escala está relacionada con lo urbano municipal y la cuarta con el ámbito local. La contaminación de las aguas es producida mayormente por diferentes factores tales como, los sectores agrícolas, entidades industriales, municipales, y domésticas.

En cuanto a los residuos sólidos, Brundtland (2008) identificó que “la cantidad de basura por persona está medida en niveles y los hábitos de consumo generando una relación entre nivel de



ingreso con el de nivel de aglomeración” (pág. 12). En cuanto a la aplicación de resiliencia urbana, este sector se ve muy marcado ya que Juliaca y Puno son dos ciudades cercanas pero muy diferentes. Se diferencian principalmente por sus actividades comerciales. Por un lado, Juliaca es una de las ciudades con mayores problemáticas ambientales por la falta de educación cultural de la población, la ausencia de educación ambiental, la falta de reconocimiento de valores para comprender la importancia del hombre con su cultura y su medio ambiente, teniendo percepciones reales de las estructuras políticas económicas y culturales. Tanto así que los pobladores lavan sus ropas y vehículos en lugares inadecuados y arrojan residuos sólidos a ríos y lagos generando una de las principales problemáticas de contaminación de la zona. Con dicha razón, Valecia (2007), afirma que el 90% de las entidades empresariales de Juliaca hacen uso de las aguas subterráneas de manera ilegal vulnerando así la salud pública de la ciudad.

Identidad cultural en espacios comerciales itinerantes.

Según Molano (2007), la cultura es parte de un aspecto basado en rasgos puntuales que generan un distintivo espiritual y englobando a una sociedad y una forma de vida que va más allá de las palabras. La cultura parte de estilos y formas y sistemas que se desarrollan en una población. Además, la cultura y sus derivados como identidad cultural, son terminologías que el ser humano va desarrollando en diferentes aspectos de creencia y tradiciones en lo artístico. El fenómeno cultural emana de formas y características de la expresión de una identidad social o colectiva (Romero, 2005). El término de identidad engloba el sentido de una cierta inclinación hacia un grupo social con el cual se tiene afinidad o a un grupo social con rasgos culturales con derivadas costumbres, con valores y creencias

definidas (Aínsa, 1986). Si hablamos de identidad según Molano y Lucía (2007) esta tiene una influencia que parte de una ideología del exterior, en un concepto que se basa en la individualidad y también de manera colectiva. La identidad cultural es analizada desde múltiples aspectos que se van presentando en la cultura, como el uso de la lengua o un instrumento de comunicación. Los relatos culturales generan y refuerzan las relaciones sociales, mediante ritos y ceremonias propias, basadas en comportamientos que vinculan a toda una sociedad. La identidad cultural es producida por las afinidades de valores y creencias, ya que algunos elementos poseen una identidad en la población, de carácter inmaterial y anónimo basadas únicamente para el colectivo social (Verdejo, Rodríguez y González, 2003). Los espacios comerciales itinerantes son espacios con requerimientos de un aporte estratégico urbano, donde se proponga un control para la mitigación del desorden, así como darle al suelo un uso correcto, de ordenamiento, tanto el transporte público como las actividades económicas para así lograr una convivencia social agradable elevando el nivel de vida. Las ciudades y las relaciones que se prestan de ella son un claro resultado de sociedades que aún no están establecidas en un patrón de diseño llegando a habitar de manera descontrolada, todo ello se puede controlar y se logra enseñar que la preservación de nuestros espacios públicos son beneficio para nosotros mismos como pobladores, gracias a que la evolución biológica no ha mejorado, se puede ver que también la transformación de estructuras técnicas y simbólicas de la multiculturalidad que se producen en diferentes pueblos según (Noguera- Gómez, 2013). La expropiación como fenómeno social es presentado únicamente con fines comerciales, aunque sus consecuencias no sean positivas o beneficiosas para el territorio ni para la sociedad que la padece (Colmeiro, 2005).



Figura 22. Arquitectura de Juliaca.
Fuente: Diario los Andes.



Figura 25. Centro Comercial Plaza Vea.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 23. Machuaychas y Chinipilcos.
Fuente: Diario los Andes.



Figura 26. Parque de los Artesanos.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 24. Machuaychas y Chinipilcos.
Fuente: Diario los Andes.



Figura 27. Sociedad cultura y tradiciones.
Fuente: Elaboración propia.

En América Latina, los “vendedores ambulantes”, generan actividades mercantiles también conocidas como “comercios callejeros”, “puestos fijos o semifijos en la vía pública”, “sector informal”, “microempresas”, “autoempleo”. Esta variedad de nombres evidencia la complejidad del fenómeno. Dentro de la cultura peruana, el fenómeno de la expropiación del espacio público para festividades o fiestas patronales es común, además, tanto el gobierno como los pobladores están acostumbrados a tal fenómeno. Alburquerque (1999), observa una afinidad de formas para la expresión de actividades y la idiosincrasia de una sociedad. Las expresiones culturales mediante actividades pueden contribuir a la producción cultural (UNESCO, 2007).

Por ejemplo, en Juliaca existen formas de expresar ciertas creencias de aspectos culturales como rituales en procesiones, la música, danza, etc. Este tipo de expresiones son ancestrales y se originan en la cultura andina por lo que es imposible negar la importancia del derecho a la identidad cultural y étnica. Por ejemplo, en Puno se desarrollan festividades como “La Fiesta de la Virgen de la Candelaria” o conocida en Juliaca como “Carnaval Chico”, “Fiesta de las Cruces”, “Nuestra Señora de las Mercedes”, “Feria de la Integración Andina”, “Creación de la Provincia de San Román”. Todas estas manifestaciones promueven una expresión de identidad con consecuencias físicas en la ciudad, como el desorden, el caos vehicular, el aumento de la delincuencia y el consumo excesivo de bebidas alcohólicas dejan en claro la necesidad de fomentar la calidad de vida. Una visión de desarrollo del territorio que implique una población que va generando un mejoramiento de calidad de vida. Por lo que este proyecto, propone crear ese espacio peatonal para las áreas en las que se sabe de desarrollan fiestas y tradiciones, promoviendo así el tu-

risimo. Además, mejorar el acceso a las áreas públicas al promover el desarrollo de ese territorio y que la expresión de la identidad cultural ocurra en un contexto seguro y ordenado. Si se habla de territorio, involucra a los gobiernos locales y regionales y a la población en general, que direccionando la propuesta y teniendo en cuenta el territorio cultural, obtendrán mejores resultados sociales y arquitectónicos.

1.8. Definición de términos

- **Arquitectura sostenible:** Según Yeang (1999), “la arquitectura sostenible es la calidad de satisfacer las necesidades básicas: vivienda, alimentación, trabajo, vestuario y las secundarias: recreación, etc. Sin comprometer el futuro de las generaciones posteriores para satisfacer las suyas propias” (pág. 18).
- **Resiliencia urbana:** El concepto etimológico del término es “resalió” cuyo significado es “volver atrás, volver de un salto, resaltar o rebotar” lo que para Juárez (2012) significa que mediante resiliencia se puede resarcir las problemáticas que el mundo de hoy va teniendo, a raíz de estudios, “la falta de información e investigaciones para poder solucionar los problemas que en su momento se produjeron” (pág. 11).
- **Centralidad urbana:** Según Taller (2003) el concepto de centralidad urbana, propone a la ciudad es como un sistema, con la capacidad de brindar servicios y bienes a la población y sus alrededores, teniendo en cuenta su capacidad de concentración y a la población que hace uso de los servicios más allegados. También denota el sentido de la je-



rarquización tomando en cuenta que la centralidad jerarquiza, por consecuencia, lugares en área de extensión e influencia.

- **Identidad cultural:** Según Aínsa (1986) “el término de identidad engloba un sentido de dicha inclinación hacia un derivado grupo social, el cual se posee una afinidad de un grupo social con rasgos culturales tales como costumbres, con valores y creencias definidas” (pág. 352).
- **Modelos urbanos:** la consistencia y la implantación de tendencias para el funcionamiento de un territorio llegando a buscar una compatibilidad mediante sus actividades económicas generando redes de una proliferación urbanística. (Rueda, 1990).
- **Itinerante:** Es un adjetivo que se utiliza para describir todo aquello que se disloca constantemente de un lugar a otro, sin permanecer en un lugar fijo.
- **Identidad:** basado en características que denotan ciertas peculiaridades que lo hacen propia a cada objeto o ser humano, pudiéndose diferenciar por rasgos étnicos, religioso, etc.
- **Comercio informal:** Definido como aquel intercambio económico realizado de manera irregular y oculto. Irregular porque no procede con procesos fiscales y de los permisos requeridos por las autoridades para el ejercicio de esa actividad.
- **Conflicto urbano:** Los conflictos urbanos definidos como acciones colectivas manifestadas públicamente con los problemas y tensiones subyacentes a un modelo vigente de producción de una ciudad.
- **Acupuntura Urbana:** Poder decir es tal intervención más minuciosa a un determinado espacio logando manipulaciones

arquitectónicas muy pequeñas para el desarrollo del colectivo de la ciudad con organismos que ayudan a mejorar de manera pluridimensional aspectos no solo sensoriales sino que también ecosistemas vivos teniendo como objetivo sensibilizar la naturaleza colectiva bajo flujos visuales logrando conectar la naturaleza con la humanidad enraizando desde lo más pequeño.

- **Gentrificación:** basado en el proceso de analizar y transformar un espacio urbano ya deteriorado por el tiempo generando un plan de reconstrucción o de rehabilitación ocasionando el incremento en muchos casos como por ejemplo rentas etc, logrando inducir a que abandonen un espacio ya sea un barrio o una ciudad a espacios periféricos
- **Revitalizar:** Hablar de re-vitalizar (dar más fuerza y vitalidad a una cosa) con el sentido de un aumento, progresivo e integrador. Finalmente, con un paso adelantado, igualmente adecuado a incorporar a estos términos el concepto re-ciclar (someter repetidamente una materia a un mismo ciclo para la ampliación o incremento de los efectos de éste mismo), ya que éste último concepto, confiere de dinamismo y continuidad, valores tomados en cuenta en este tipo de planteamientos. Con respecto a donde se aplicará el concepto, entendiendo que las intervenciones, además de lo comentado anteriormente, hacen referencia no sólo a los edificios, sino también a los espacios en deterioración o abandono en la mayoría de las ciudades.



Figura 28. informalidad comercial mercado Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.



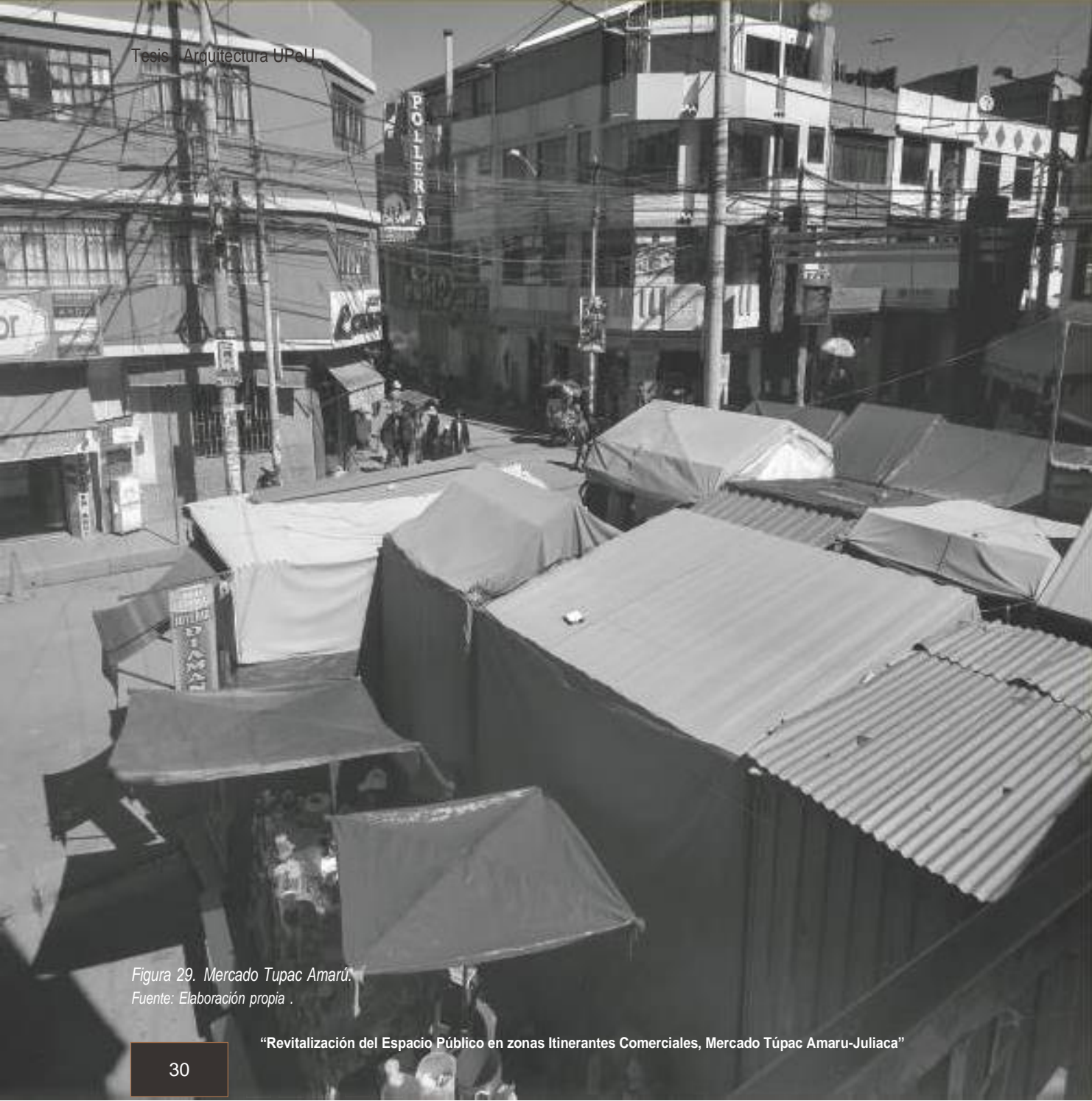
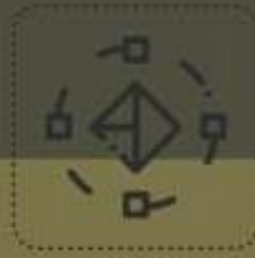


Figura 29. Mercado Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia .

“Revitalización del Espacio Público en zonas Itinerantes Comerciales, Mercado Túpac Amaru-Juliaca”



CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

1.1. Estrategia Cualitativo / Correlacional

Estrategia Cualitativo / Correlacional

La metodología propuesta se basa en un orden relativo analizando a la pluriculturalidad que tiene la ciudad de Juliaca, además de sus cualidades y defectos logrando adoptar tres lineamientos que toman fuerza al momento de realizar un estudio y reconocimiento del lugar, en el primer lineamiento, se analiza a Juliaca a su territorialidad como una centralidad, también tiene la característica de ser una ciudad intermedia en el sur, pero con una relación físico espacial muy marcada debido al impacto económico comercial se identifica la relevancia a la hora de planear una zona comercial, encontrar un área adecuada y que sea propicia asegurando el éxito de las ventas, tomando en cuenta los volúmenes de productos, que sumadas a otras áreas impulsen las ventas, evaluando la rentabilidad. Sustentando así las inversiones y evitando la fragmentación del tejido urbano; usando adecuadamente las estrategias para delimitar los niveles de comercio, que debido a que son informales, son muy fluctuantes. Es vital la identificar las tipologías, puesto que los comercios van desde ambulatorio, a formal y llegando hasta contrabando fronterizo, el segundo lineamiento está orientado a La aglomeración de los residuos sólidos muestra un vertiginoso

aumento del comercio informal en la zona analizada y como este se ramifica a los principales puntos de la ciudad ocasionando saturación espacial, caos y desorden, la fragmentación de la estructura urbana y la divergencia en la estructura social.

Basados en los resultados de las encuestas que se realizaron a la población se concluye que existe insatisfacción en cuanto al uso del espacio público dentro y fuera del mercado Túpac Amaru.

Desarrollando el análisis de la investigación de la fase 1 se observa la problemática mediante la información de la población y también recopilación mediante encuestas etc. que permitirán describir la situación problemática y la definición del tema, además de precisar la zona de estudio en la que se enfocara la tesis.

En esta fase se procederá con la recopilación de información en la cual se fundamentara el desarrollo de la investigación. Esta información se obtendrá mediante visitas de campo y revisión bibliográfica.

Posteriormente, en la fase 3, se procederá con la etapa de desarrollo de la investigación y análisis de la información recopilada en la fase 2. En esta etapa, además, se analizan los referentes

proyectuales, así como también, las características del lugar.

El desarrollo de este proyecto arquitectónico se realizó una de las últimas fases de la tesis.

Esta se divide en 2 etapas: anteproyecto arquitectónico y proyecto de arquitectura.

Anteproyecto arquitectónico: En esta etapa se definirá: - Conceptualización - Características del usuario - Programación arquitectónica - Zonificación - Fun-



Figura 30. Neuronas.
Fuente: Pinterest.

ciones - Relaciones espaciales y formales - Volumetría

Proyecto de arquitectura: En esta etapa se desarrollara todo lo concerniente a la arquitectura: - Memoria descriptiva - Planos de Distribución - Esquemas estructurales, sanitario y electromecánicos - Cortes arquitectónicos y estructurales - Elevaciones - Detalles arquitectónicos - Vistas

Instrumentos para la búsqueda de información

Debido a las características de la investigación, y para la consecución los objetivos planteados en el estudio presente, se hace el planteamiento del uso de una serie de instrumentos, que

se enumeran a continuación:
- Revisión bibliográfica: toda información proveniente de textos especializados para la elaboración de bases teóricas, estado de la cuestión y referentes. - Visitas de campo: se utiliza como herramienta para la caracterización del lugar, contexto urbano y estado físico. - Encuestas: se utiliza para la caracterización del usuario y programación arquitectónica.



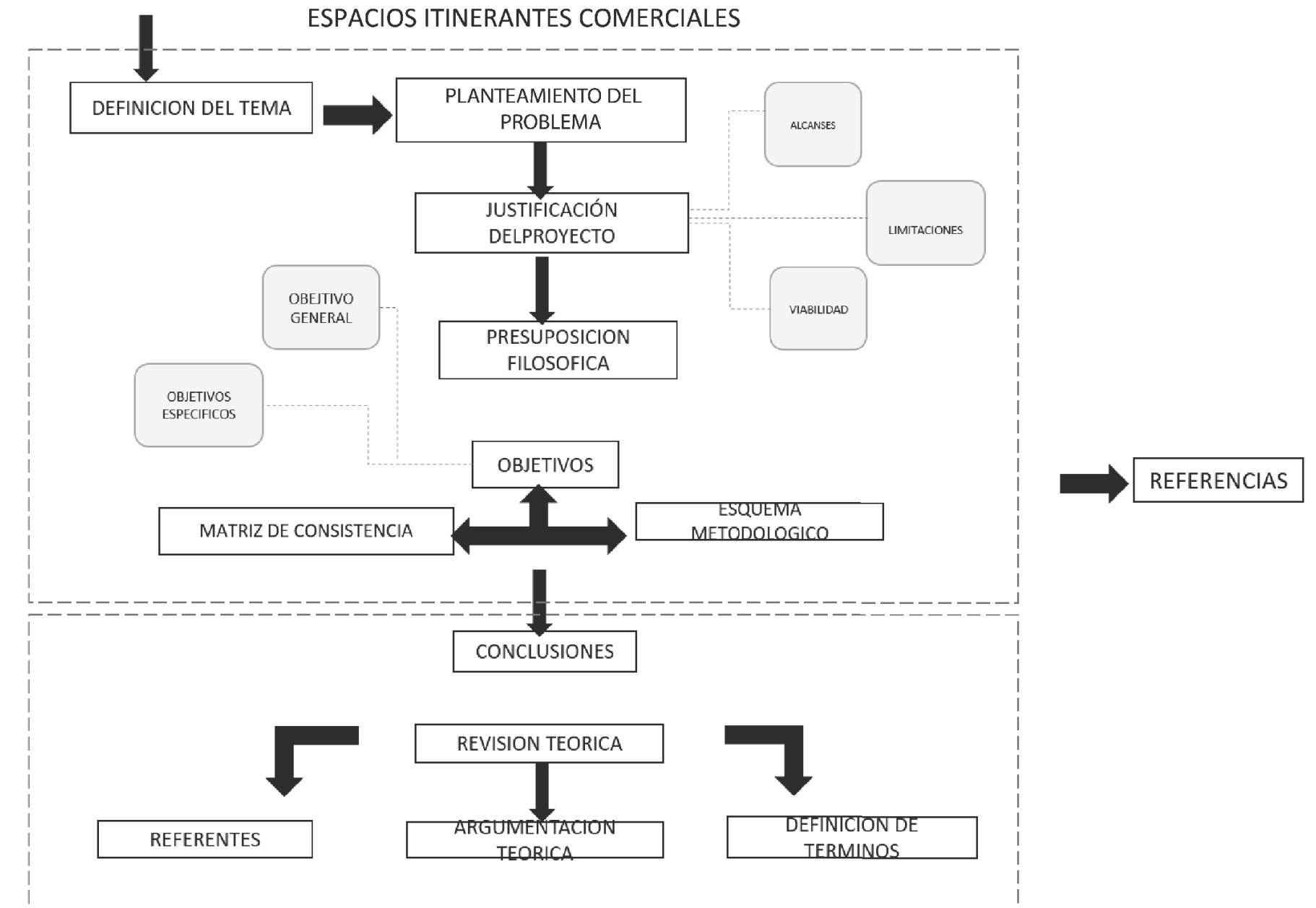
Figura 31. Interrelaciones sociales.
Fuente: Pinterest.



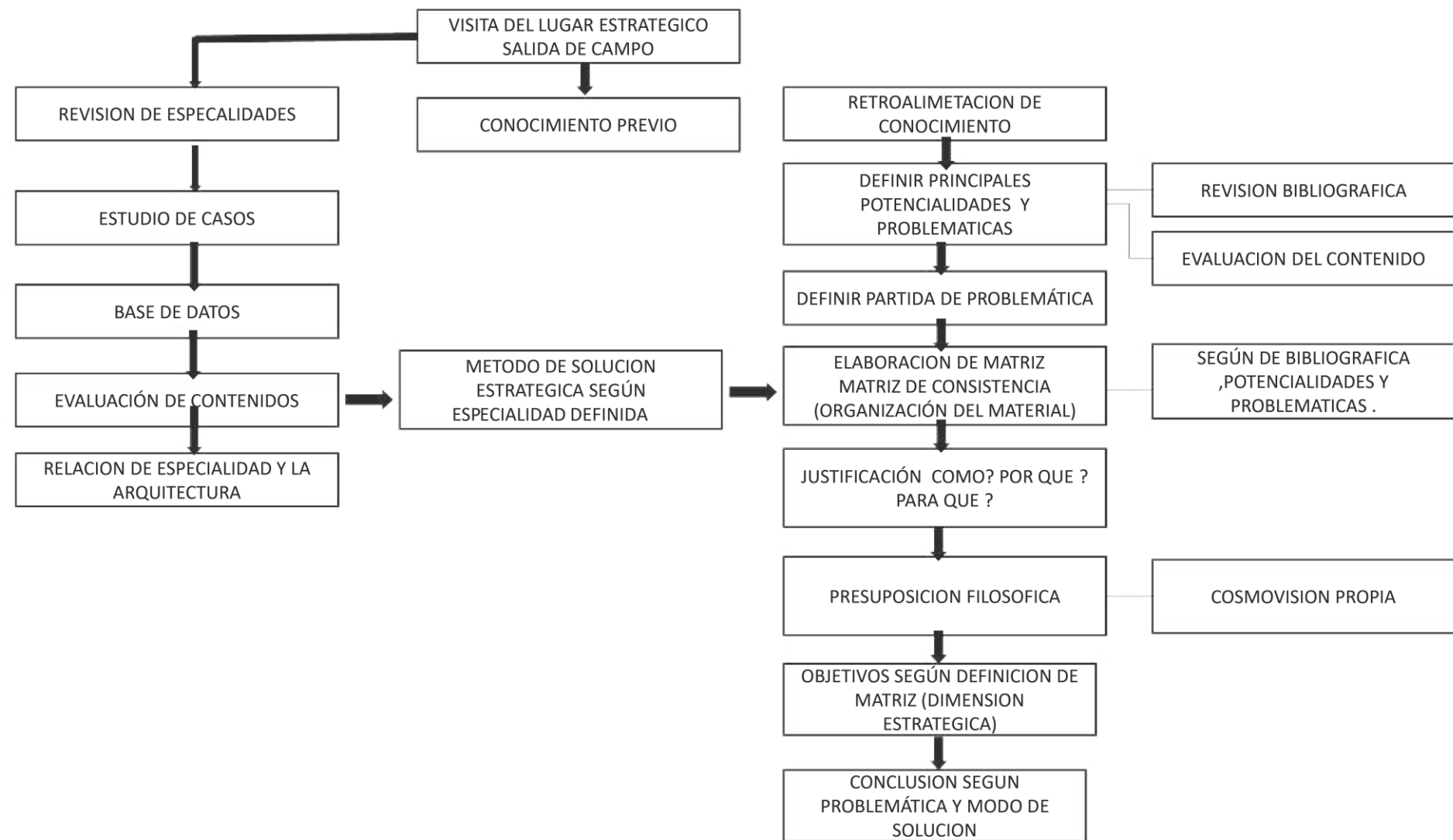
Figura 32. Sociedad.
Fuente: Elaboración propia



| Matriz de Consistencia | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|------------------------|
| Problema Enunciado | Objetivo | Revisión Teórica | Dimensión | Variable | Indicador | Metodología |
| Aglomeración Incontrolada | Regenerar espacios comerciales a través de la estocástica y la itinerancia del barrio Túpac Amarú | 1-Rosa Moura y Nelson Ari Cardoso ,2009 2-Paula Rosa , Agosto ,2003 3-Fernando Pérez , Julio 2006 | 1-Revitalizar en la aglomeración. 2- Itinerantes 3- Multiculturalidad estocastica | -Revitalizar -Aglomeración -Crecimiento urbano -Diseño aleatorios Urbanos. | -Encuestas -Entrevistas -Mapeos (cartografías) -Estadísticas -Modelación -Diagramas | Método no experimental |
| Problema Enunciado | Objetivos específicos | | | | | |
| Desorden de los espacios comerciales de aglomeración. | - Revitalizar espacios comerciales de aglomeración. | 1-Rosa Moura y Nelson Ari Cardoso ,2009 | Revitalizar en la aglomeración. | -Revitalizar -Aglomeración de Centralidades urbanas. -Contaminación residual en zonas comercial | -Entrevistas sobre la expansión de la ciudad con el paso de los años a profesionales. (director de ordenamiento territorial del municipio) -Encuestas a las personas que concurren al barrio Tupac Amarú. -Entrevistas a peatones y ciclistas que recorren el radio de influencia en la zona comercial Túpac Amarú. -Entrevista a los comerciantes . -Mapeos de Aglomeración poblacional en la zona . -Mapeos de núcleos comerciales . | Método no experimental |
| Descontrol de los espacios itinerantes. | -Analizar espacios comerciales itinerantes. | 2-Paula Rosa , Agosto ,2003 | Itinerancia | -Crecimiento urbano del sector . -Comercio ambulatorio | -Cartografías de trama urbana, escalas macro.(funcionarios administrativos). -Mapeos flujos de acceso (peatonales y vehiculares) entorno al sector comercial Túpac Amarú. -Estadísticas de Tipos de comercio informal en la zona. | Método no experimental |
| Memoria cultural *Musical desorganizada en el sector | -Modelar los procesos estocasticos del sector. | 3-Fernando Pérez , Julio 2006 | Estocastica | - Escalas - Estadísticas - Diseños aleatorios | -Entrevistas de cultura a profesionales. (director de la federación de arte y cultura.) -Encuestas Edades visitantes reales flotantes (a las personas que concurren la zona comercial). -Modelar diseños arquitectónicos para el ambiente urbano aleatorio y sensaciones en el recorrido del espacio publico . | Método no experimental |



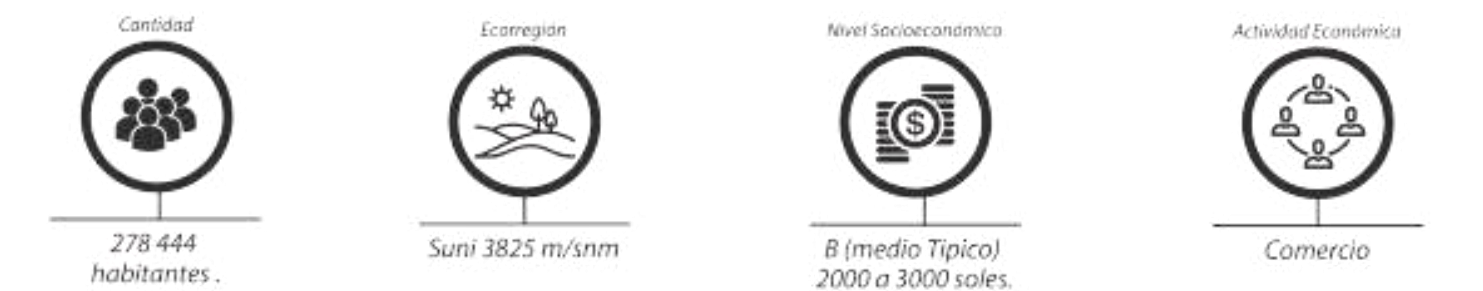
ESPACIOS ITINERANTES COMERCIALES



DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN



POBLACIÓN



CATEGORÍAS



TÁCTICAS

Vista de campo

Sector comercial
Túpac Amaru.

Entrevista

A los comerciantes del
mercado Túpac Amaru y
comerciantes ambulatorios.

Entrevista

A pofesionales
Director de ordenamiento
territorial y municipio.

Entrevista

A las personas que concurren
al barrio Tupac Amaru
(consumidores ,poblacion en general)

Entrevista



Funcionarios Administrativos.

Encuesta

A la población concurrente
del mercadon Túpac Amaru.

Mapeo

Impacto economico
de comercio -contrabando.

Mapeo

Tipos de comercio
informal zonal.

Mapeo



Bancas financieras

Mapeo

Equipamiento de
equipamientos cercanos
a la zona que producen
mayor saturación espacial.

Mapeo

De mercados de la
ciudad de Juliaca.

Mapeo

Tipo de contaminación
en el espacio público.

TÁCTICAS

Mapeo



Área verde por habitante.

Mapeo



Tipologia de cubiertas.

Comparación Gráfica

Condición economica
de la poblacion barrio
Túpac Amaru.

Comparación Gráfica

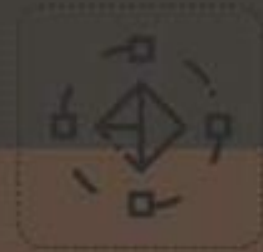
Tipos de residuos solidos
en el sector Túpac Amaru.

Comparación Gráfica

De actividades de población
del barrio Túpac Amaru.



Figura 33. Alrededor del Mercado Tupac Amará
Fuente: Elaboración propia.



CAPÍTULO 4

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Sinapsis Socio Espacial Mediante Una Centralidad Urbana

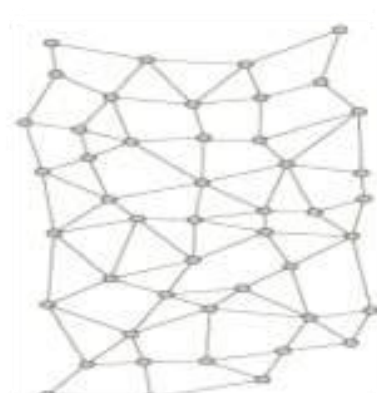
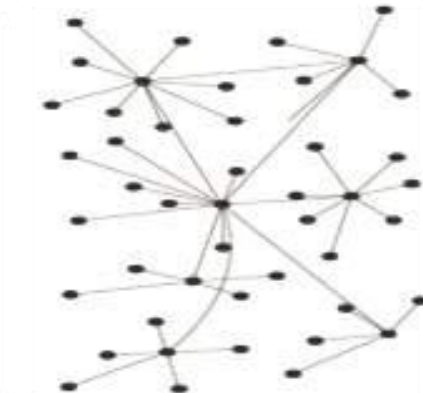
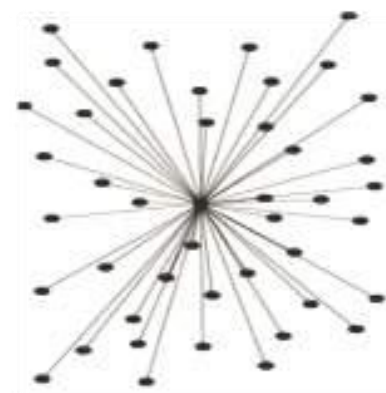
Juliaca presenta una organización territorial, con una forma desordenada en la estructuración y organización de sus sectores, las sub-centralidades que se han presentado, se desarrollan de manera diferente y similitudes en sus características, con un tipo de actividad marcada en cuanto a la estructura comercial, ya que esto genera una sub-centralidad nuclearizada, el barrio Tupac Amaru, presentando todo tipo de actividades comerciales realizadas informalmente, una de las problemáticas más latentes están repitiéndose en casi todos los sectores del mercado Túpac Amaru y de la ciudad de Juliaca, debido a la magnitud comercial producida en el barrio Túpac Amaru y otros mercados se cataloga a Juliaca como “capital comercial de la región puneña”, logrando una constitución de sub-centralidad comercial al barrio Túpac Amaru gracias a la diversidad de opciones para el comercio que se presentan tanto comercio nacional como comercio de contrabando, por lo que en si hablamos de manera cualitativa y anali-

zamos el barrio Túpac Amaru podemos apreciar que se generan micro centralidades dentro de una sub-centralidad la zona analizada cuenta con una estructuración ramificada generando una conexión de forma indirecta a las demás sub centralidades comerciales, basándose en el comercio minorista informal, por lo que su crecimiento ha ido logrando expandirse en arterias adyacentes, que a su vez convergen de un mercado hacia otro teniendo así como matriz al mercado Túpac Amaru logrando producir una imagen vigorosa según su trama urbana es adaptable a todo tipo de usos multifuncionales.

Debido a su magnitud de crecimiento del sector analiza su sistema de movilidad genera así una saturación en aspectos fundamentales para el espacio público, (Choque Huanca , 2014 pg, 149), menciona y hace una comparación del sistema vial desarrollando sistemas de tránsito peatonal de acorde a las características de ser humano. Por lo que el desarrollo de los medios en el transporte unen a las ciudades como se presenta en el caso de Juliaca dándole un dinamismo a la ciudad. Como la similitud del ser humano que depende del sistema arterial para vivir de ese modo se asemeja la composición y trama de la ciu-

dad teniendo como semejanza en el ámbito urbano la ruptura de las vías ocasionadas por el mal uso del espacio publico, mediante un desarrollo de conexiones comerciales se plantea un reforzamiento del ámbito físico, social y económico de la zona de estudio teniendo como parte fundamental la estructuración de un barrio dinámico y adecuado traspasando los limites imaginarios sin que sufran alguna alteración en cuanto a sus conexiones con otras actividades comerciales, el crecimiento socio-económico es el producto de una historia de muchas transformaciones dentro de la sociedad, el barrio Túpac Amaru, cumple la función de integrador a gran escala siendo un punto importante de conexión tanto desde el cono este hasta el cono oeste y del sur al norte, un barrio que debido a su crecimiento y plusvalía de suelo se ha convertido en un lugar estratégico para toda la ciudad de Juliaca a comparación de ciudades como Arequipa, Cusco y Lima.-

Generando una reestructuración desde el centro del problema en este caso el barrio Túpac Amaru, se puede articular de una manera ordenada y se puede convertir en un patrón repetitivo en todas las zonas comerciales de juliaca controlando el crecimiento abrupto que tiene por su economía logra producir una imagen vigorosa que refuerce las claves de la identidad, las connotaciones sociales derivan importación para la estructuración de la ciudad, así como ciertas clases sociales se asocian con zonas de la ciudad el barrio Túpac Amaru se identifica por sectores socioeconómicos y étnicos con una comunicación socio-espacial permitiendo una correcta articulación y regeneración desde la matriz como una ciudad resiliente en cuanto a la movilidad espacios públicos, ejes comerciales articulados.



La preferencia que tienen los consumidores es porque encuentran productos a bajo precio esto afirma un 42% de los encuestados como también el 33% de la población prefiere porque es de buena calidad y un porcentaje mínimo de 8% compra por que brinda una buena atención al cliente.



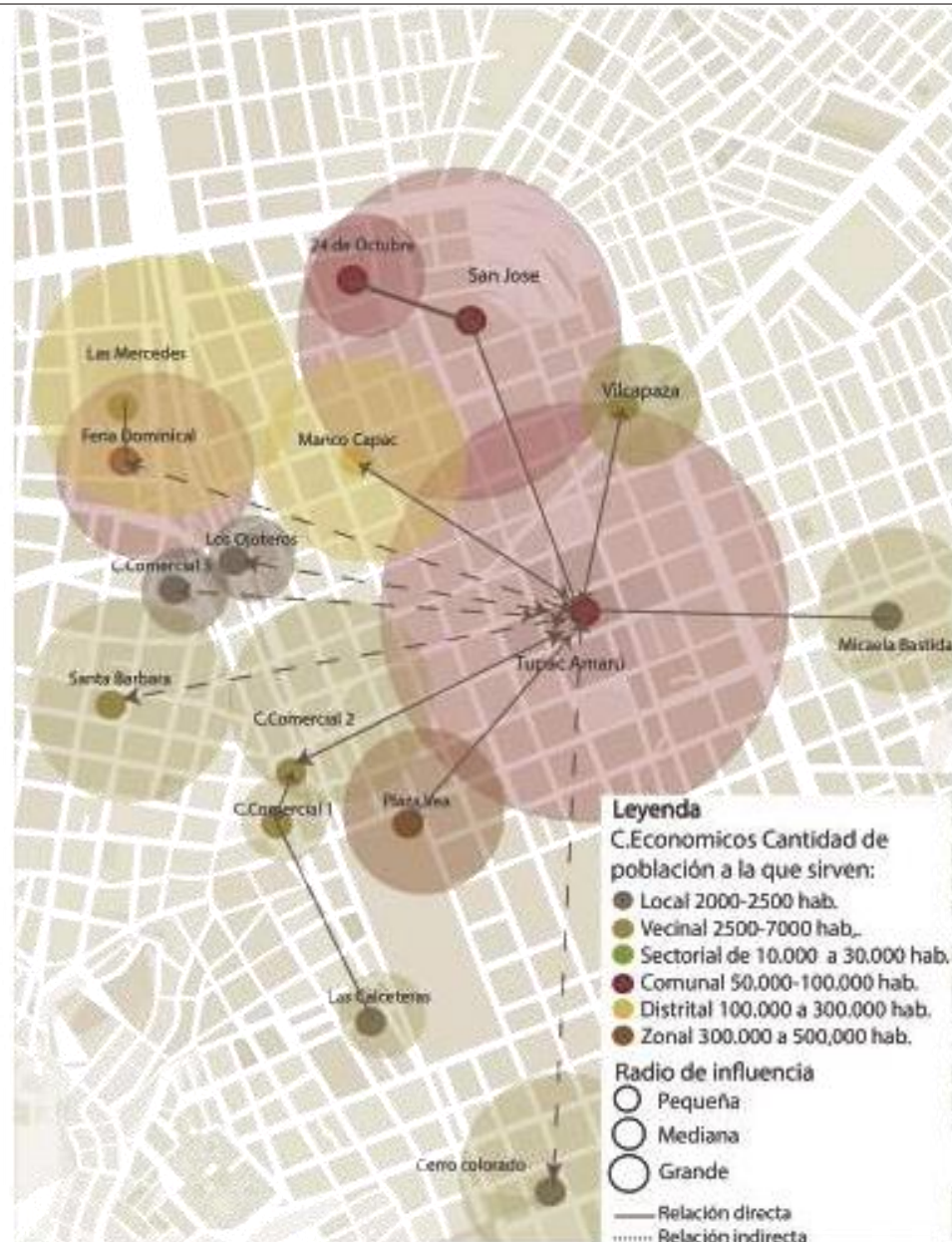
Figura 37. Centro Comercial N° 2. Fuente: Elaboración propia.

Figura 34. red centralizada Fuente: Elaboración propia.

Figura 35. red descentralizada Fuente: Elaboración propia.

Figura 36. red distribuida Fuente: Elaboración propia.





Mapa 2. Influencia comercial en Juliaca.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 38. Centro Comercial Nº 2.
Fuente: Elaboración propia.

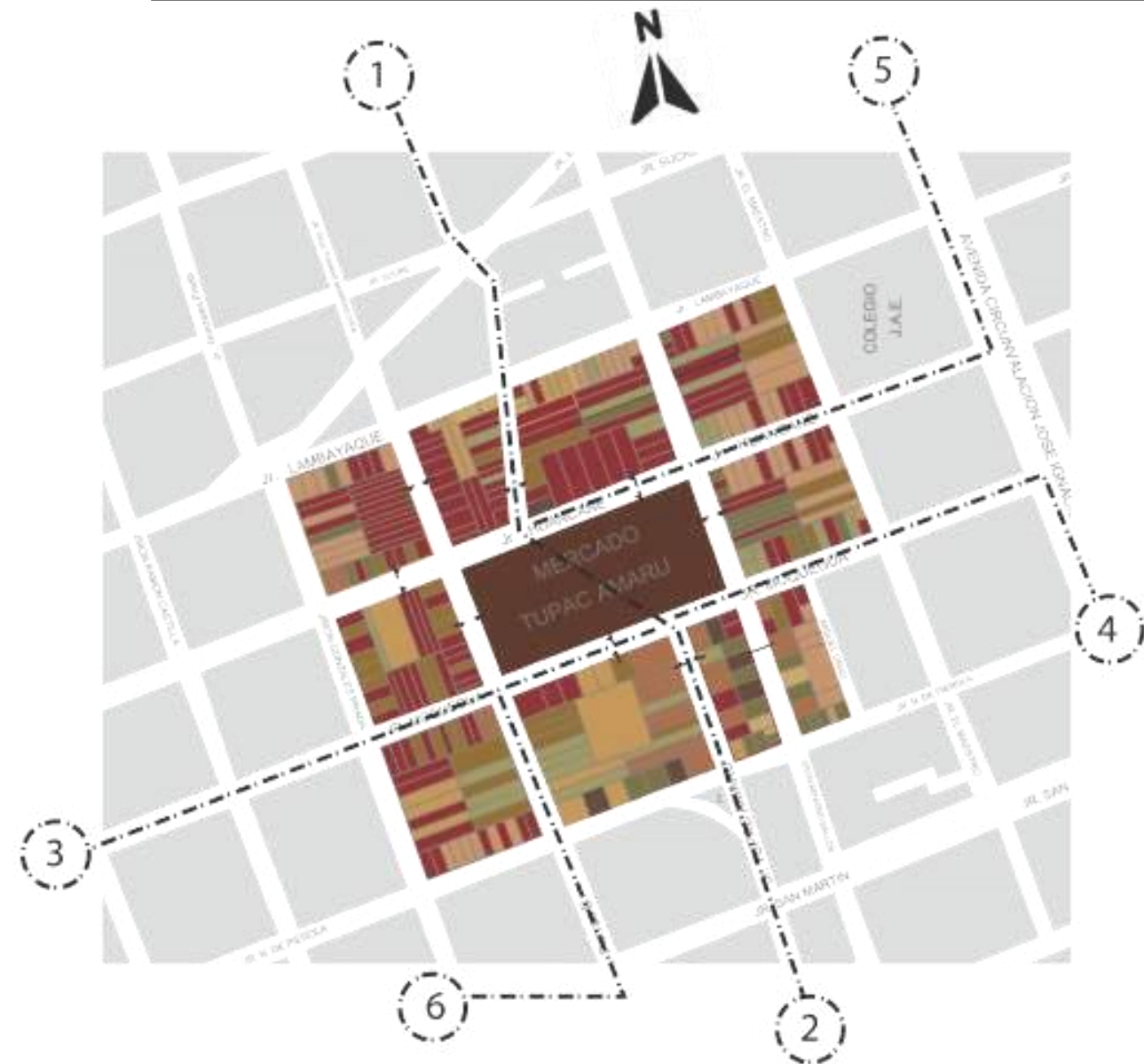


Figura 39. Centro Comercial Real Plaza.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 3. Estructura de comercio, 2018.
Fuente: Elaboración propia Instituto nacional de estadísticas e informática -Puno.





Mapa 4. Uso de suelo existente.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 40. Plaza San José.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 41. Barrio de artesanos.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 42. Centro comercial N.º 2.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 43. Terminal Terrestre.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 44. Plaza Pedro Vilcapaza.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 45. Centro comercial Real Plaza.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 46. Comercio Itinerante Mercado Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.

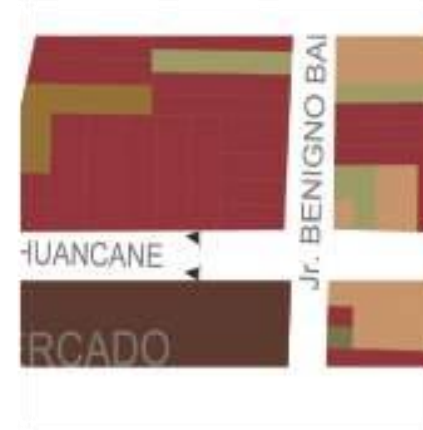
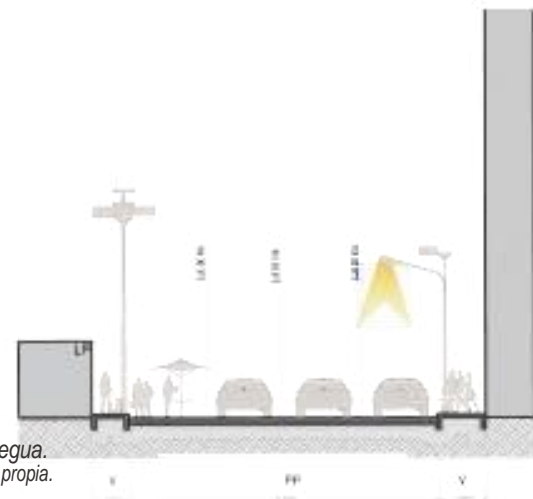


Mapa 4. Uso de suelo existente.
Fuente: Elaboración propia.

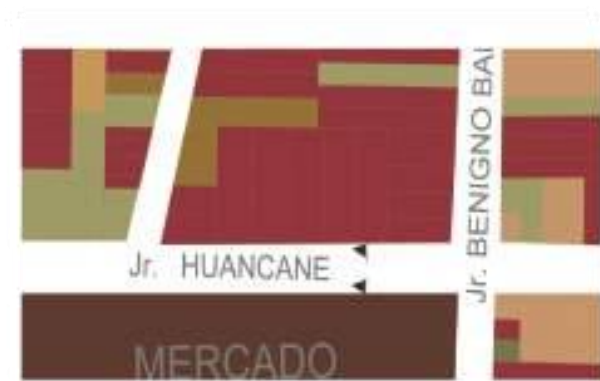




Mapa 5. Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 7. Jr. Benigno Ballón.
Fuente: Elaboración propia.

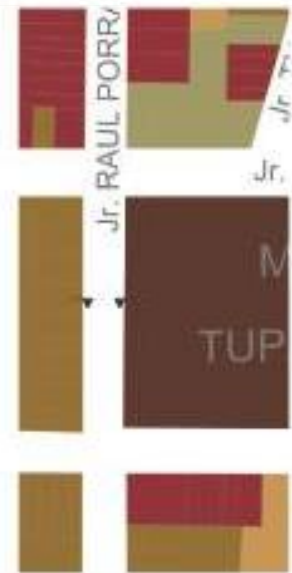


Mapa 6. Jr. Huanané.
Fuente: Elaboración propia.

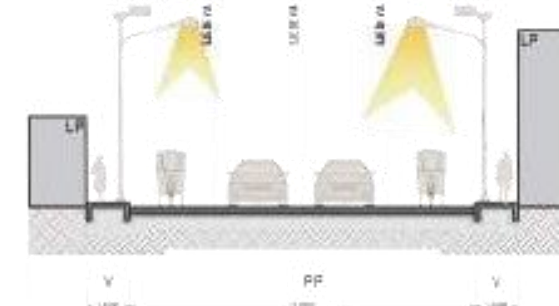
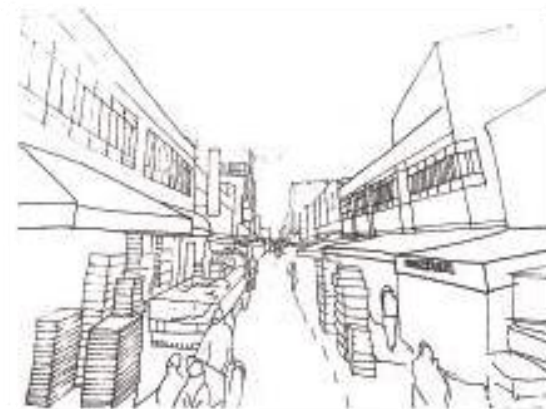
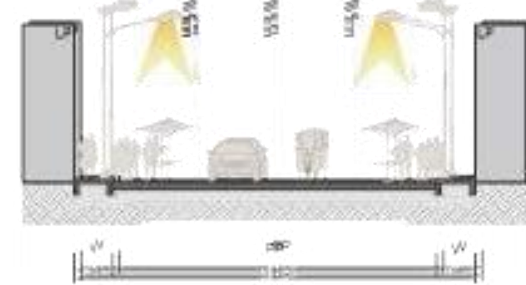


Mapa 8. Jr. Raúl Porras.
Fuente: Elaboración propia.

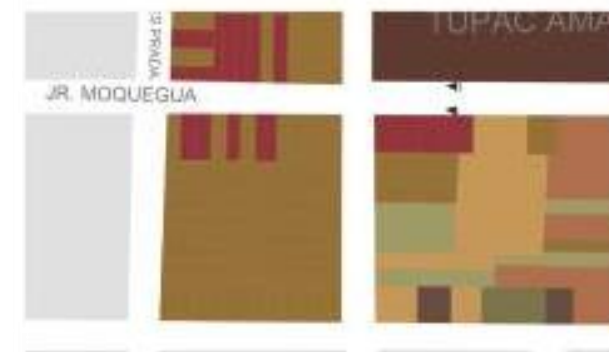




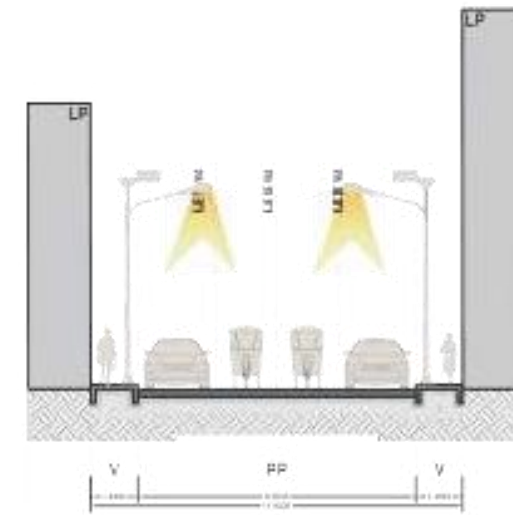
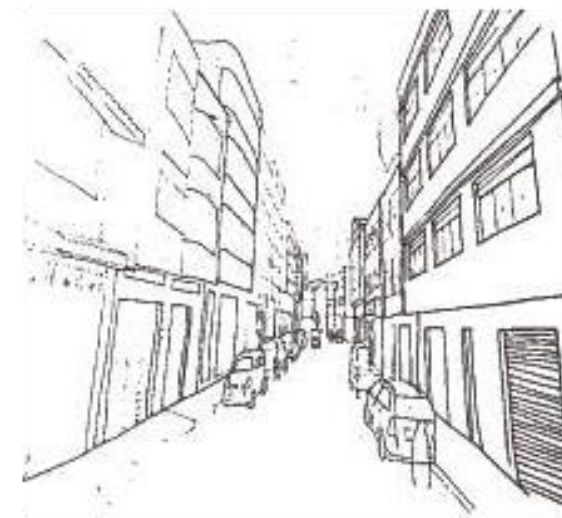
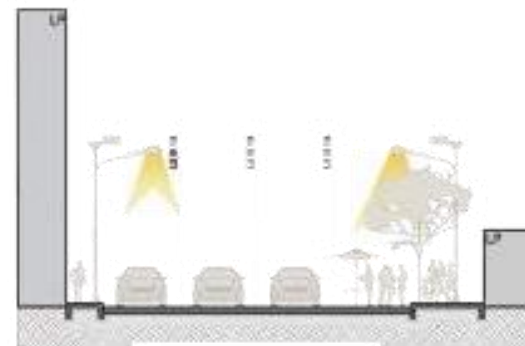
Mapa 9. Jr. Raúl Porras 1.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 11. Jr. Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 10. Jr. Moquegua 1.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 12. Jr. Tupac Amaru 1.
Fuente: Elaboración propia.



Multilateralismo Cosmopolita

La traducción del nombre de la ciudad de Juliaca en quechua es Hullaqa, por lo que si hacemos una pequeña reseña histórica, podemos decir que fue un centro poblado que a lo largo del tiempo tubo gran auge en cuanto a su crecimiento poblacional, en la antigüedad llegando a formar parte de los reinos de los Hatuncollas y Paucarcolla, desde tiempos incaicos es una ciudad trascendental como lo menciona el cronista Guamán Poma de Ayala en 1615, más conocida como la “capital comercial de la región puneña” siendo desde tiempos ancestrales una de las ciudades de paso obligatorio en el sur del Perú, debido a su excepcional localización la ciudad de Juliaca estimulo una expansión territorial, sin mayores dificultades, así como el costo mínimo en su edificación” Choquehuanca (2014 p. 148), Esto induce a que las personas siendo migrantes no abandonaron sus costumbres, adquiridas en la cultura rural campesina o tradiciones que aprendieron desde sus antepasados, las cuales son mantenidas por la familia y reproducidas al interior de la misma, manifestandose en la ciudad de Juliaca donde desarrollan su vida cotidiana” (La Jara 1983:1). Por lo que si hablamos de Juliaca se habla de las diferentes tradiciones culturales y zonas de renombre donde se practica y desarrollan actividades de sociabilización, actividades que más se refleja en el barrio Túpac Amaru

convirtiéndola en una población cosmopolita debido a las costumbres ancestrales que en el pasado han sido base fundamental del comercio, ciertas costumbres se han ido perdiendo en la construcción de una identidad tanto en el barrio Túpac Amaru como en toda la ciudad de Juliaca debido a la cantidad de población flotante y actividades que se producen en la zona del barrio Túpac Amaru, a lo largo de los años se ha ido perdiendo las costumbres tradicionales a las cuales se está acostumbrado cuando se habla de una identidad en la zona de estudio se entiende que en la actualidad hay algunas tradiciones que siguen vivas pero que no se reflejan en el día a día, las tradiciones emblemáticas y trascendentales se plasma en la actividad comercial aún tiene los principios milenarios muy presente, el mercado Túpac Amaru muestra un hito en Juliaca y en la región Puno ya que en los jirones Moquegua, Benigno Ballón y Huancané muestran tradiciones que hasta el día de hoy aún se mantienen como es el ayni comercial, esta tradición comprende en comprar un producto y pagar al finalizar el día, costumbres que día a día se han ido perdiendo y tan solo quedando en el imaginario de las personas, por lo que se ha ido logrando una combinación de matices de una infinidad de artes populares traídas desde las ciudades originarias de las personas de paso por la ciudad y de visita al mercado Túpac Amaru conocida como el centro de abastos más reconocido en el departamento de Puno. Otro factor que se denota son las diferentes formas



Figura 47. Parque de Artesanos.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 48. Comercio Informal, Mercado Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.

y variedades de actividades, convirtiéndola en el polo comercial más concurrido de la ciudad de Juliaca el mercado Túpac Amaru se basa en creencias y estilos multiculturales con una mirada, hacia una ciudad cosmopolita el sector está compuesto por diferentes zonas logrando albergar a personas migrantes de la zona sino que también acoge a personas extranjeras que traen sus propias idiosincrasias sociales y culturales Bolivia, Brasil, Chile y Venezuela que son los países que más radican por no decir que en meses de enero y febrero el comercio tiene un auge en la zona albergando pobladores de todas partes del mundo que están prestas a disfrutar de los carnavales con una tradición de los pobladores Juliacaños que es el taripacuy, que normalmente va acompañada de la challa. Cuya tradición es el de adornar con globos las casas y negocios y cubrir con mistura, flores, serpentinas y talco la vistiosidad de esta actividad se realiza con el fin de realizar un combinación de lo religioso con tradiciones ancestrales actividad que también se está dejando de lado debido a la pérdida de identidad del barrio Túpac Amaru, se ve reflejado en la pérdida de diferentes ámbitos culturales, sociales, etc. algunos elementos no perduran en las tradiciones debido a la fragmentación que produce la multiculturalidad, el comercio de la zona parece estar en sectores diferentes, una uniformidad comercial logra mitigar las problemáticas ocasionadas por las diferentes ideologías traído por los migrantes que no solo logran enriquecer a una so-

ciudad, sino que también se puede evidenciar el lado negativo como la falta de identidad, es uno de los problemas más latentes que se pueden apreciar en la zona comercial del barrio Túpac Amaru, es el de la multiculturalidad generacional que aún sigue manteniéndose en el concepto de arte interpretado por los Machuaychas y Chiñipilcos Hoy en día en el ámbito cultural aún se sigue manteniendo la tradicional “Qashwa de San Sebastián” o carnaval chico, una de las danzas emblemáticas porque refleja la supervivencia de la tradición prehispánica, que debido a lo largo de los años es que se ha ido transfigurando una de las características de la danza es como guerrero agro pastoril y de cortejo que tiene como personajes emblemáticos a los Machuaychas y Chiñipilcos, el dinamismo de su actividad comercial genera una manufacturación de comercio menor llegando a cumplir la función de intermediador del altiplano peruano constituyéndose en una ciudad potencial en muchos factores tanto en su economía como en su turismo, cuenta con una población fluctuante que varía de acuerdo a los días los lunes jueves y sabados, se presentan gran cantidad de población foránea debido a su comercio Un conflicto de ideologías en percepciones que ven una sociedad cultural a estas alturas se basa por la tecnología como se puede apreciar que el sector comercial de barrio Túpac Amaru esta caminado en dos conceptos ideológicos dejando de lado las tradiciones del pasado sino que ahora se están imponiendo tradiciones adop-



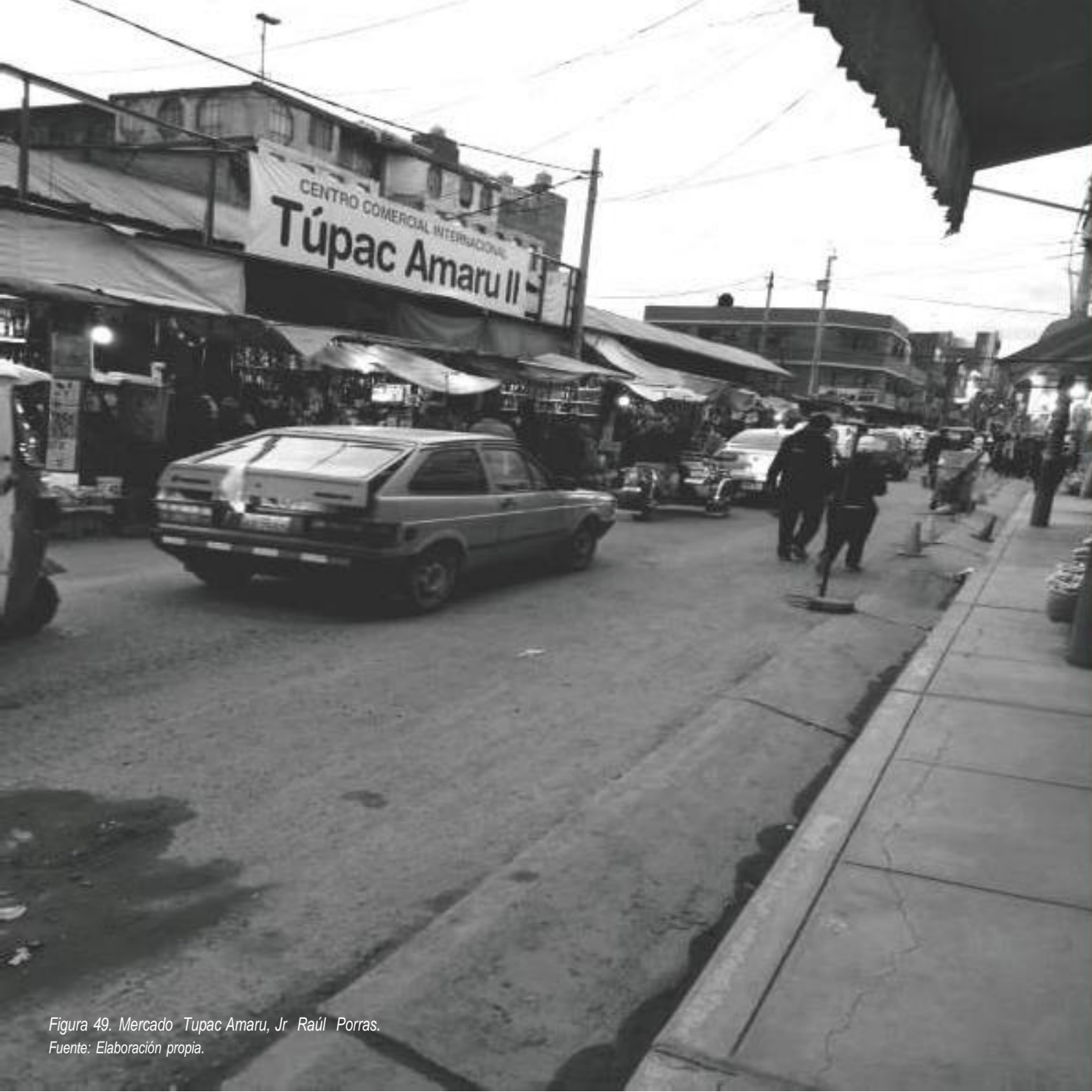


Figura 49. Mercado Túpac Amaru, Jr Raúl Porras.
Fuente: Elaboración propia.



CAPÍTULO 5

APROXIMACIÓN

PROYECTUAL

2.2. Referentes Projectuales

Para la elección de los referentes se consideraron cuatro características principales; primero, los proyectos deben ser parte de una ciudad centralizada, porque existen espacios pensados para ciudades con gran envergadura de problemáticas sociales y demás características, los proyectos deben ser accesibles para la comunidad no sólo el ámbito comercial sino también para la población en general sin distinción alguna pensando en todas las características del ser humano, es decir, pensando en la identidad de cada uno.

Tercero, el programa arquitectónico debe contener espacios para el uso de la comunidad local y foránea, pueden ser espacios de ámbitos de recreación, paseo familiar, distracción etc. Lo importante es que este espacio no sea exclusivamente el ámbito comercial sino la inclusión social, distracción que esta requiere.

Y por último, la tipología debe acercarse a lo cultural o comunitario, se encontraron muchos Proyectos que eran el espacio intersticial entre el mercado y la comunidad.

Por otro lado, la sugerencia de referente nacional es de mucha ayuda ya que en su mayoría los problemas que aquejan a las ciudades con tanta aglomeración de problemáticas son las ciudades centralizadas como Lima de ejemplo.

Además, todos los proyectos han sido realizados hace no más de 5 años.

En cada uno de los proyectos ha habido un cuidado particular con respecto al presupuesto, especialmente en el tercero siendo ésta una de las condiciones primordiales del diseño ya que un principio primordial es la sostenibilidad.

Se observa que, en general, los proyectos escogidos son de gran referencia por su utilización espacial y su característica principal de ser multidisciplinario.



Figura 50. Mercado Cultural.
Fuente: Pinterest.



Figura 51. Mercado Skaterpak..
Fuente: Pinterest.



Figura 52. Mercado el Ermitaño.
Fuente: Pinterest.

MERCADO CULTURAL

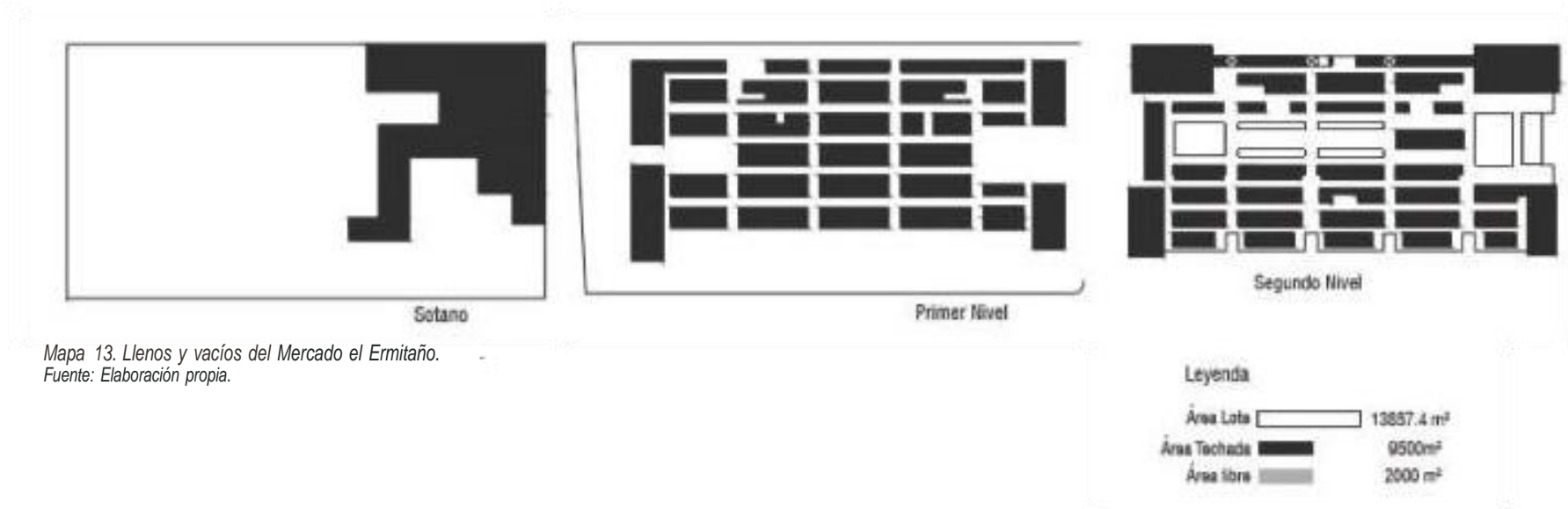
Arquitecto: Luis Diedo

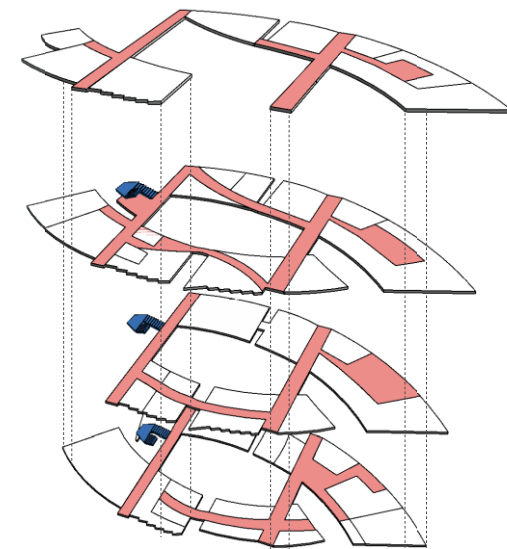
País: Inglaterra

teniendo como idea proyectual el de convertir en su totalidad un edificio que a lo largo de los años fue un mercado municipal teniendo como principal fuente de abastecimiento en la población juntamente con el ayuntamiento se encuentran en un estado deplorable y abandono por lo que la propuesta trata de generar un centro multifuncional para los pobladores y así puedan desarrollar actividades culturales contemplado con un sótano de 1200 m² útiles, el primer nivel está el vestíbulo un espacio grande polivalente, servicios y almacén en el segundo nivel aulas de conferencia zonas comunes



Figura 53. Mercado el Ermitaño.
Fuente: Pinterest.



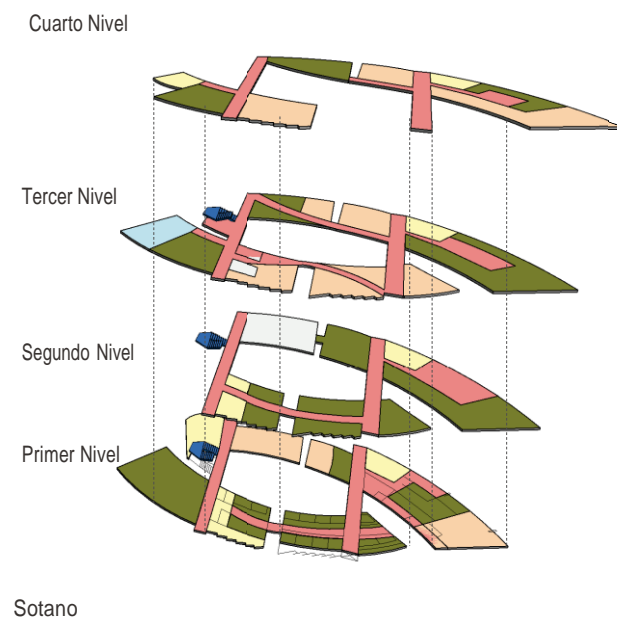


Leyenda
Circulación 860 m²

La circulación de este proyecto están cercanos al núcleo de una forma radial.

Mapa 14. Circulación de Mercado el Ermitaño.

Fuente: Elaboración propia.



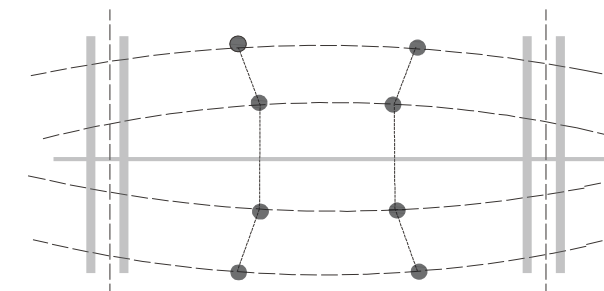
Leyenda

| | | |
|--|----------------------------------|---------------------------|
| | Espacio Público | 200 m ² |
| | Locales comerciales + Kioskos | 835 m ² |
| | Restaurante + Cafeterías + Bares | 900 m ² |
| | Plataforma Multibancaria | 60 m ² |
| | Administración | 80 m ² |
| | Circulaciones | 860 m ² |
| | Equipo + Instalaciones | 240 m ² |
| | Parqueo 75 plazas | 2600 m ² |
| | Total | 5575 m² |

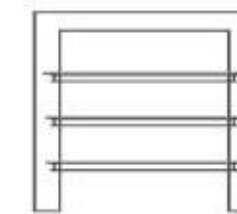
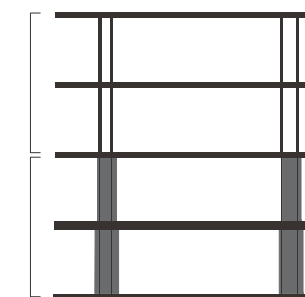
La organización espacial del proyecto se configura a partir de los dos grandes núcleos de circulación con respecto a quienes se disponen los distintos espacios, de comercio, restaurantes, cafeterías, bares, además de las circulaciones secundarias, estos además están cercanos a los núcleos de circulación vertical para una mayor facilidad a la hora de movilizarse dentro del proyecto.

Mapa 15. Programación de Mercado el Ermitaño.

Fuente: Elaboración propia.



Configuración radial

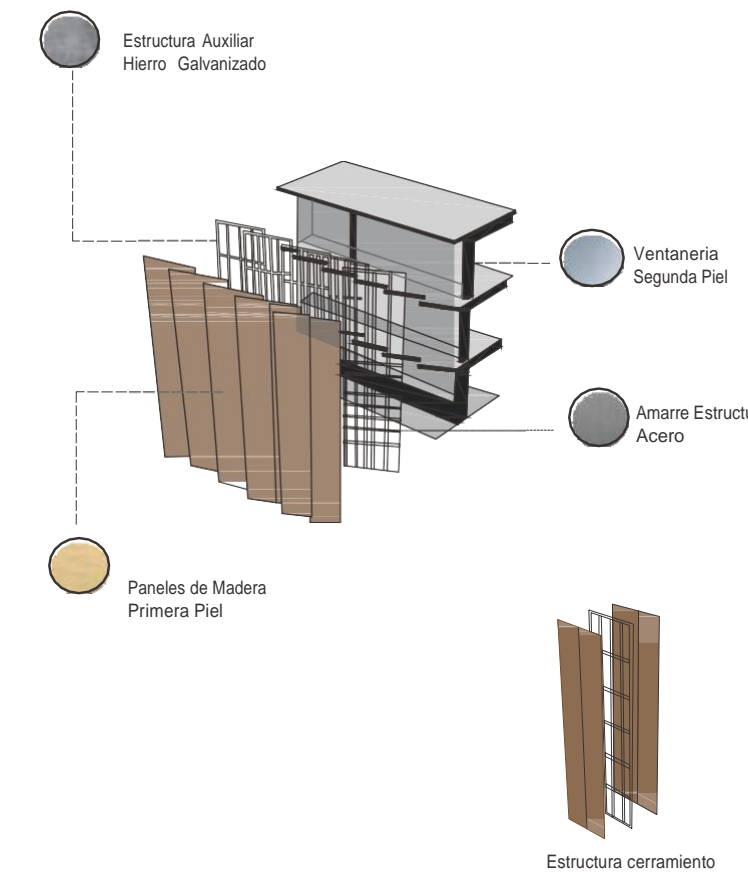


Sección Activa

A la hora de establecer una geometría básica curva para el desarrollo del proyecto no se puede establecer un orden ortogonal o rectilíneo de los ejes, por lo que se busca una respuesta integral a la configuración estructural del mismo mediante la disposición radial de las columnas.

Mapa 16. Modulación de Mercado el Ermitaño.

Fuente: Elaboración propia.



Mapa 17. Materialidad de Mercado el Ermitaño.

Fuente: Elaboración propia.



MERCADO SKATERPAK

Arquitecto: Guillermo Malaga
País: Perú Lince

El programa define una zona patinable polivalente y esta formado por diferentes niveles con areas de multiples actividades con dicultades en niveles: una de street para la parte superior, que funcionará como puerta de entrada, una snake run que permite el patinaje de largo recorrido, por último una zona final con tres pools y consiste en crear un espacio publico con mercado que sea reutilizable para la sociedad lince Magalena del mar.



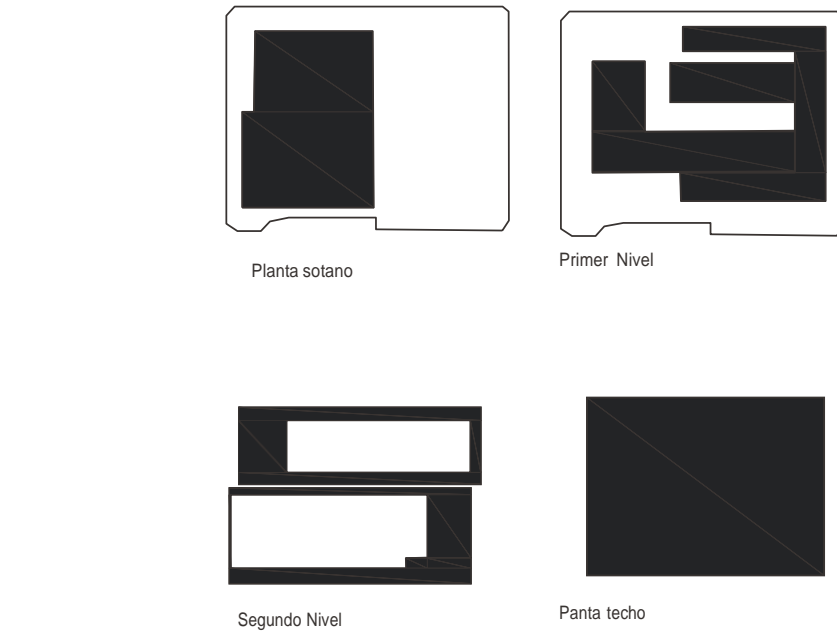
Figura 54. Mercado Skaterpak.
Fuente: Pinterest.



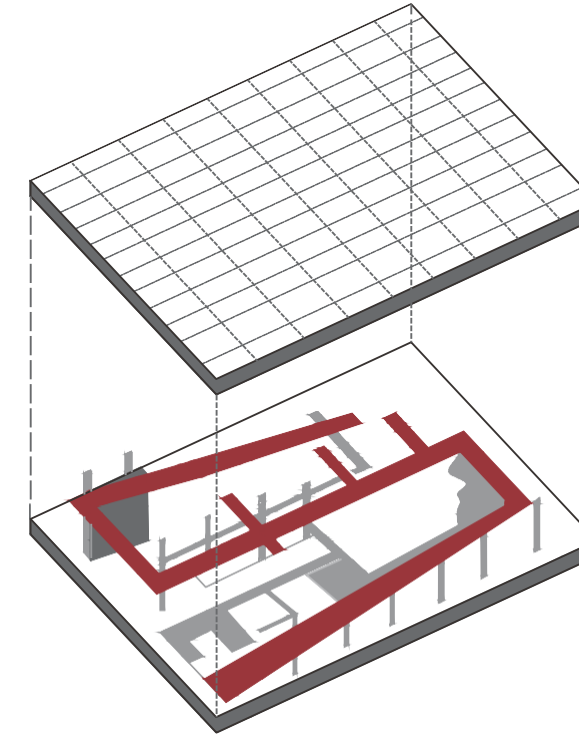
Figura 55. Mercado Skaterpak.
Fuente: Pinterest.



Figura 56. Mercado Skaterpak.
Fuente: Pinterest.

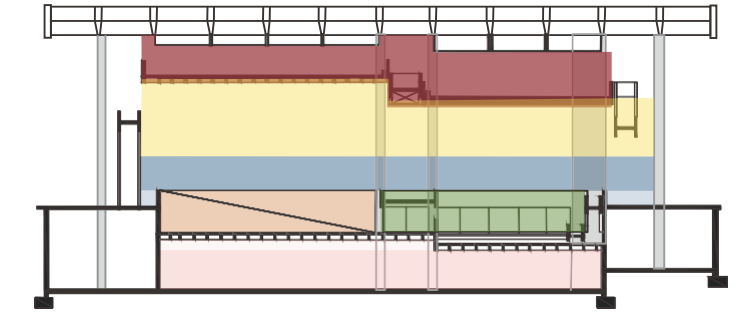


Mapa 18. Llenos y vacíos de Mercado Skaterpak.
Fuente: Elaboración propia.



Leyenda
Circulación 860 m²
Estacionamiento

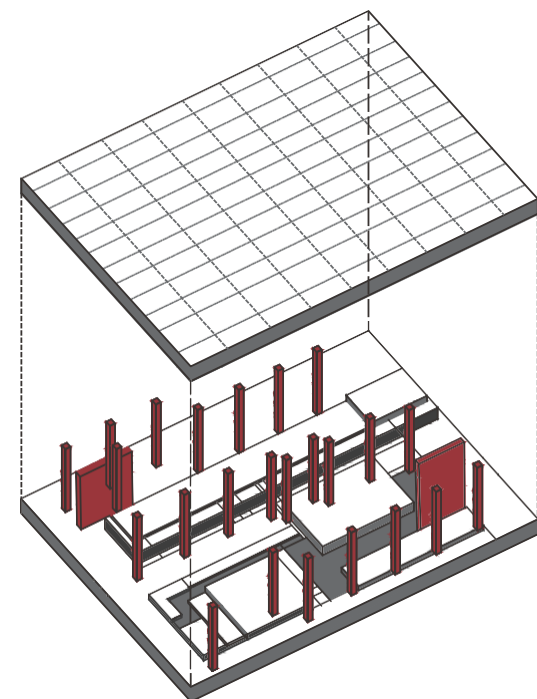
Mapa 19. Circulación de Mercado Skaterpak.
Fuente: Elaboración propia.



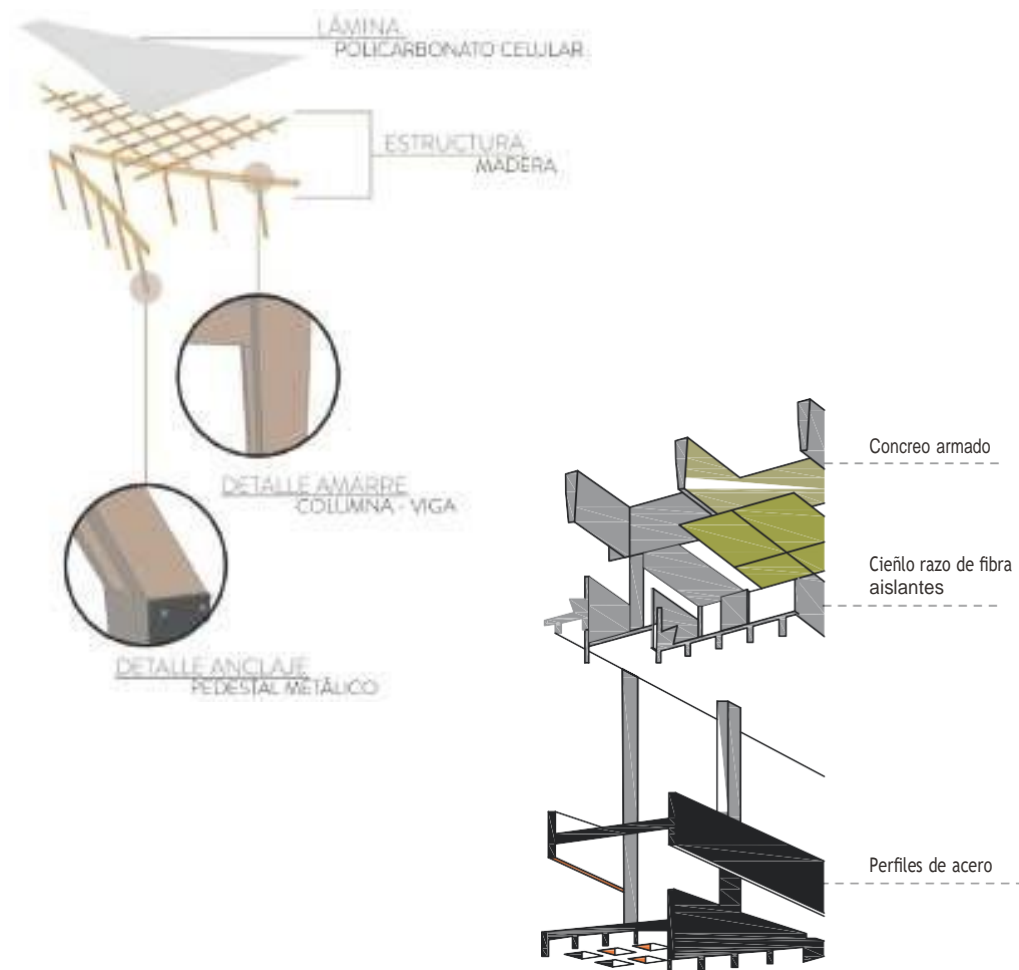
Leyenda
Espacio Publico en Pendiente
Flujo Peatonal a la plaza
Puestos de venta
Skaterpark
Espacio Publico Veredas y plazas

Mapa 20. Programación de Mercado Skaterpak.
Fuente: Elaboración propia.





Mapa 21. Modulación de Mercado Skaterpak.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 22. Materialidad de Mercado Skaterpak.
Fuente: Elaboración propia.



MERCADO EL ERMITAÑO

Arquitecto: Luis Zarate
País: Perú

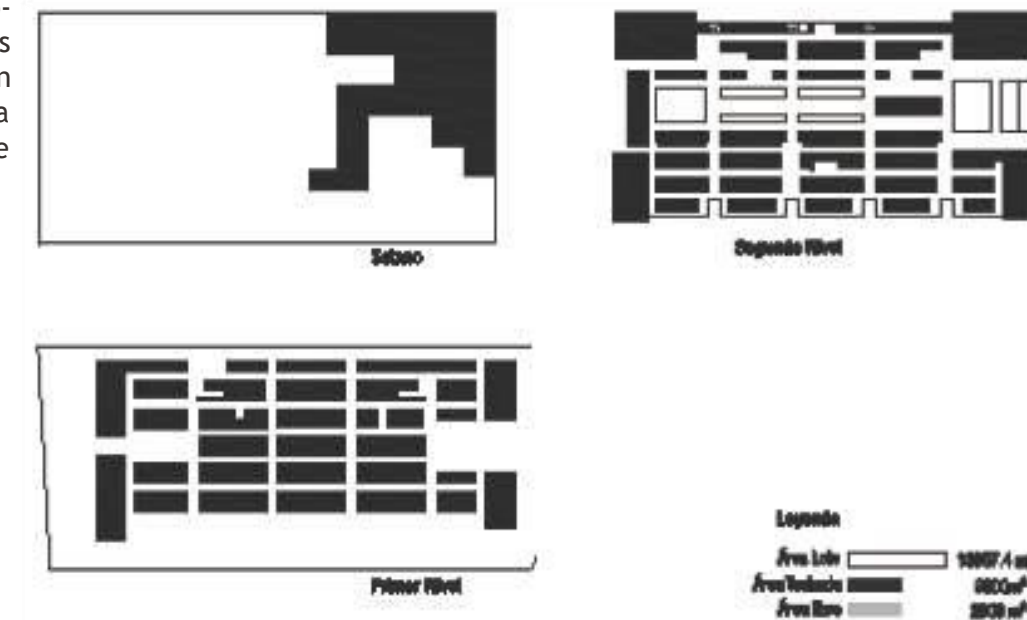
Lima “la informal” está formalizándose. Los vendedores ambulantes se encuentran cada vez más en un lugar para establecerse; mientras que otros empiezan con seguridad en un puesto de venta. Por otro lado, aparecen grupos o cooperativas de socios para organizarlos. Así es como comienza la historia de la formación de algunos mercados. Entonces como la labor del arquitecto, la observación de estos mecanismos sociales y económicos necesitan de espacios para el mejoramiento de su desempeño. El “Mercado El Ermitaño”, con cincuenta años de actividad, es el mercado más antiguo, y actualmente es el mercado de abasto más importante del distrito de Independencia y Lima Norte. Aunque tiene una gran afluencia de clientes, los cambios en la estructura urbana de la zona con la aparición de formatos comerciales como los supermercados hicieron que su representatividad comercial disminuya. Además, a pesar de que venden productos muy frescos y de gran calidad, tienen una infraestructura con graves deficiencias. Esto evidencia la urgencia de plantear una reestructuración en la estrategia comercial y en consecuencia de la infraestructura del mercado.



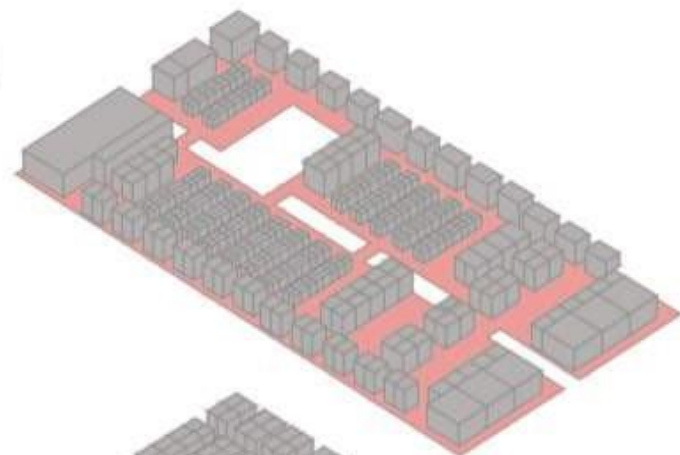
Figura 58. Mercado el Ermitano interior.
Fuente: Pinterest.



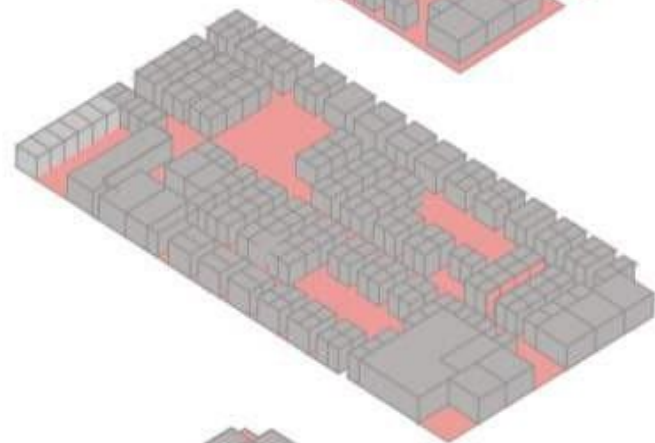
Figura 57. Mercado el Ermitaño.
Fuente: Pinterest.



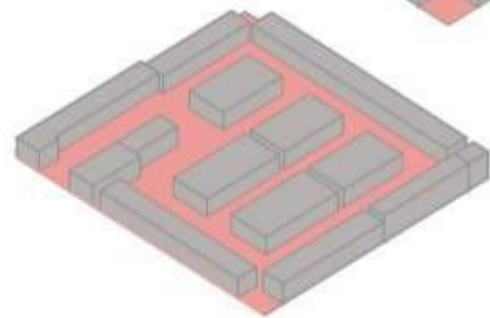
Segundo Nivel



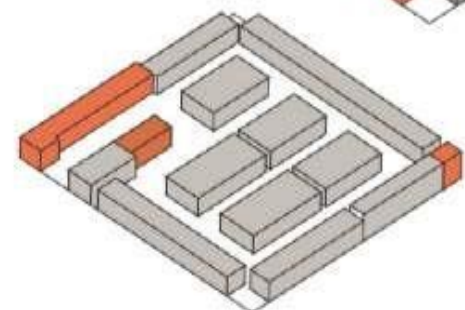
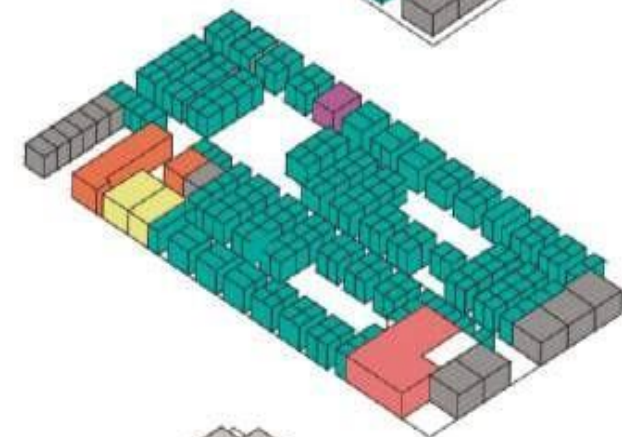
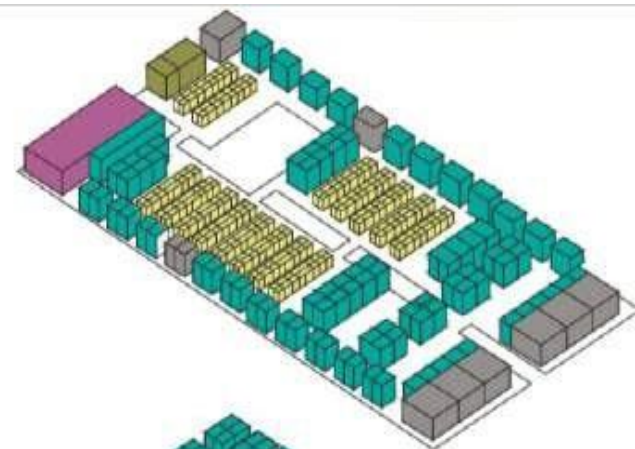
Primer Nivel



Sotano

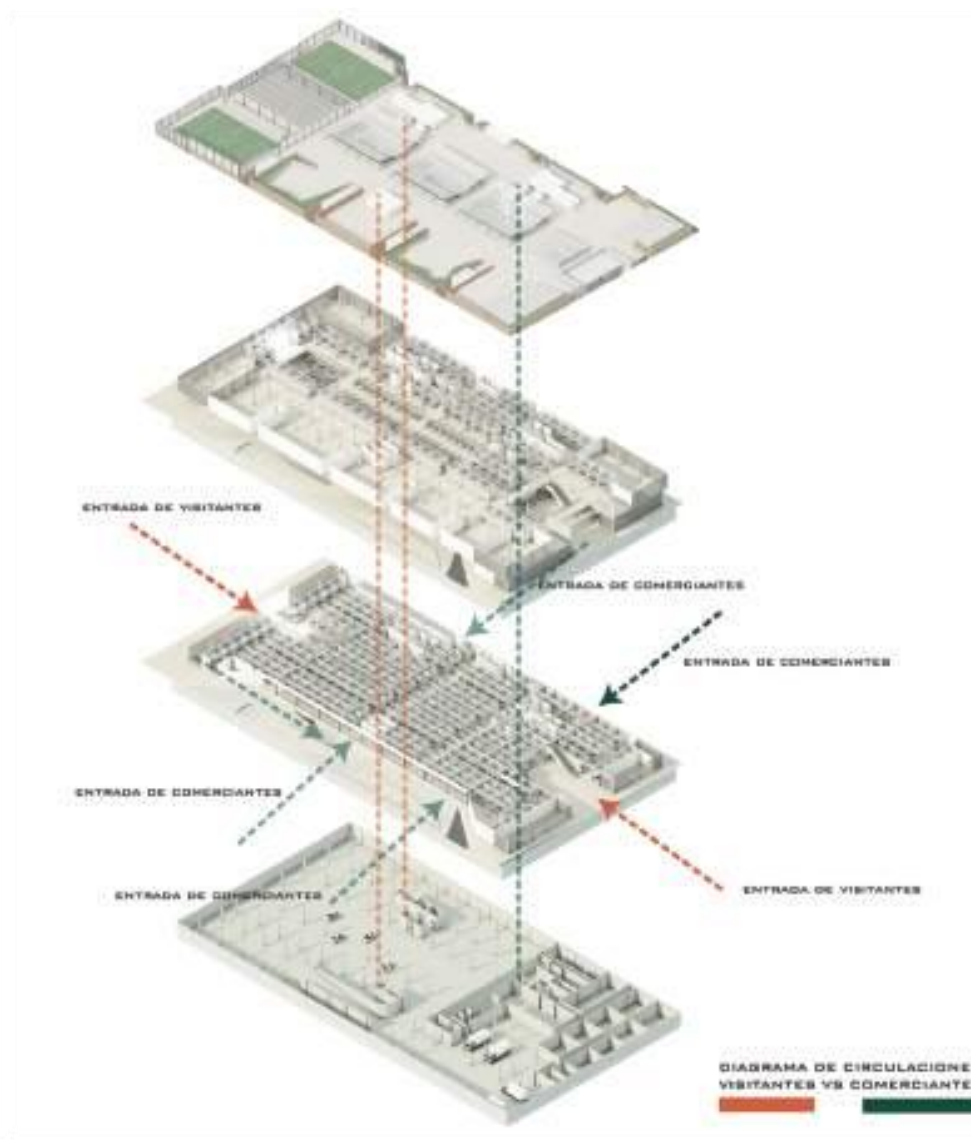


Mapa 24. Circulación de Mercado el Ermitaño.
Fuente: Elaboración propia.



- Stand de ventas
- Módulos de ventas
- Administración
- Auditorio
- Tiendas ancias
- Estacionamiento
- Depósito

Mapa 25. Programación de Mercado el Ermitaño.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 26. Circulación de Mercado el Ermitaño.
Fuente: Elaboración propia.



2.3. Aproximación Territorial

Las centralidades urbanas necesitan de elementos fundamentales como las actividades comerciales, estas poseen la gran capacidad de atraer y albergar bienes y servicios, constituyéndose un equipamiento fundamental para equilibrar el tejido urbano tales que estas se adaptan indudablemente y extraordinariamente a la integración de las necesidades de mercado y hábitos de consumo.

Todo esto hace que las integraciones de las actividades sean esenciales y una pieza fundamental para la ordenación urbanística.

La situación de ciudades determinadas en el aspecto de espacios urbanos ha provocado la caída de comercio o cese de la actividad comercial en ciudades aledañas. De igual modo que el surgimiento de nuevas infraestructuras o construcciones urbanas ha compuesto un significativo aporte para las instalaciones comerciales posteriores. De este modo se podría concretar que la actividad comercial es un claro ejemplo de la dinámica urbana en el comercio como se puede observar en el área de la ciudad de San Román-Juliaca, al mismo tiempo que es uno de los primeros elementos de proceso que siguen y se adaptan a todo tipo de cambio.

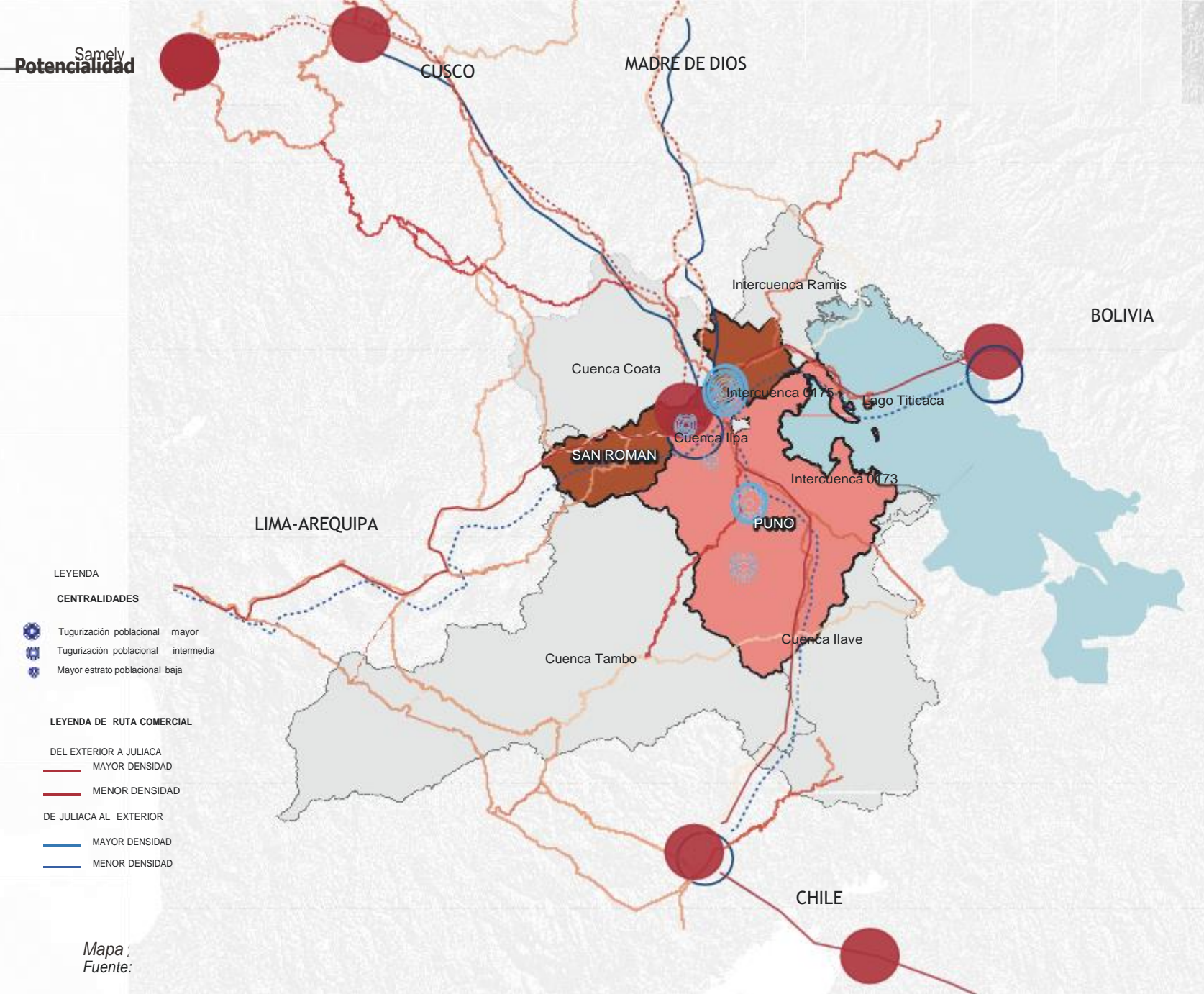
Por este motivo debe ser tomado en cuenta que es un servicio que se oferta en la ciudad de Juliaca, sino más bien un elemento de concurrido social y del territorio que lo adecua a la población. De este modo, por primera vez se podría afirmar que la actividad comercial es parte im-

portante generadora de espacio urbano para los pobladores, creadora de trabajo y progreso, que no se encuentra subordinada ahora a los nuevos ciclos y a las necesidades de la ciudad de Juliaca son expansivas y centrifugas. Si bien es cierto que la ampliación comercial de las ciudades ha tenido una motivación urbana para así poder crecer como ciudad y región en el comercio o empresa,

La saturación, y congestión de vehículos de las áreas céntricas y en general, la inadecuada infraestructura urbana de la ciudad para adaptarse en su totalidad al uso masivo de motorizado incide en la posibilidad de ampliar la superficie comercial por áreas más adecuadas para la población en general.

En países tercer mundista como lo es Perú, es mucho mayor el énfasis de la informalidad comercial ya que es una respuesta popular y espontánea antes las condiciones económicas causadas relativamente por el sector estatal.

Las oportunidades de empleo, el dinamismo económico y la oferta de servicios que se forman en los polos económicos y más aún en Juliaca siendo una ciudad intermedia ya que la migración es constante desde los alrededores, zonas rurales y ciudades intermedias de la región. Esto hace que Juliaca y su principal actividad comercial sea la más predominante 3



La actividad comercial desorganizada hace que Juliaca «una ciudad ocupada por el negocio formal e informal, con viviendas donde hasta los dormitorios terminan como depósitos o tiendas de expendio en las zonas comerciales». Donde existe una preocupante baja cifra cultura de inscripción en los registros públicos y son carentes los negocios que tramitan licencias municipales o permisos del Ministerio.

Su localización estratégica le permite ser una ciudad comercial en territorios con comercio exportación e importación a nivel nacional, así como tratar con países fronterizos. Ocasionando que la demandan los comerciantes locales una gran parte del grupo social de cumple un rol muy importante para el desarrollo regional y del Perú. La ciudad de San Román-Juliaca por su alta movilización comercial han provocado que sea una de las poblaciones con mayor índice de crecimiento de ciudadanos, la actividad comercial realizada dentro y alrededores de los mercados, son un indicador del crecimiento económico y social de la población; en este caso la ciudad de Juliaca, muestra un crecimiento poblacional que ha llenado en su totalidad la capacidad de instalaciones de los mercados centros comerciales.

En la actualidad en los mercados de la ciudad de San Román-Juliaca sigue siendo un problema el incremento de la población en general, originando desorden en los centros de comercio, no siendo suficientes para mantener a más comerciantes, dando la razón a las propuestas para el equipamiento comercial, causando problemas de tipo comercial, social y urbano.

“El rol comercial de la ciudad de Juliaca se expresa por la oferta de los diversos tipos de equipamiento comercial, donde los principales mercados se ubican en el área céntricas, atrayendo a una gran cantidad de ambulantes”



tes que ocupan veredas y las vías públicas, generando desorden, congestión vehicular, dificultad con caos para el desarrollo de actividades urbanas”. Este tipo de adecuación está compuesto por los mercados de abastos, centros comerciales y ferias. Los mercados presentes construidos de la ciudad de Juliaca en la actualidad han colapsado como comerciantes y compradores tanto por su deterioro y falta de espacio en la infraestructura como en sus puestos de venta, y demostrando el deterioro interior y exterior de los mercados, así como el desbordamiento y desorden de los comerciantes que existe en calles aledañas, por otro lado, la intervención del mercado tiene un grado de antigüedad fue fundada el 18 de diciembre de 1965, por lo que cumplió la utilidad de su vida, para esto es necesario intervenir en una nueva construcción.

Para este caso se considera una nueva propuesta de mercado, considerando los elementos y necesidades de la sociedad, cultural que son de vital importancia para sanear errores que tiene el actual mercado Túpac Amaru, ocasionando mal estar en la población como es el desorden, incomodidad, contaminación y en cambio. Los supermercados extranjeros como Plaza Vea, Real Plaza ofrecen todo lo contrario a comparación de nuestros mercados tradicionales de la ciudad de San Román-Juliaca, como: orden, como-

dad, limpieza, espacios adecuados, en sus respectivas instalaciones pero dejando de lado ciertas las consideraciones de la cultura, visuliazando que estos supermercados están deshumanizando, perdiendo así, el aspecto mas fundamental de la cultura, tales como las costumbres y tradiciones de las personas.

“Ya no es preciso lidiar con el vendedor ya que los productos los lleva en la mano, no puedo regatear porque cada producto tiene ya su precio establecido en sus debidas etiquetas, no puedo pedir (yapita), ya que los productos son vendidos por envasados y sellados, no puedo conversar con los trabajadores, ya que ellos no tienen obligaciones, Con nuestra propuesta pretendemos mantener las formas de venta tradicional”.

Las zonas comerciales diseñadas generan oportunidades desde situaciones en las cuales, todos los pobladores llegan a tener oportunidades no solo tipos de infraestructura sino que también generando entretenimiento pensado para todas las edades, espacios pensados en regenerar nuevas oportunidades no solo comerciales sino que también recreacionales, desarrollando una percepción en el poblador , mediante los patrones de como el podemos interpretar el comportamiento de un poblador hacia los tipos de mobiliarios de manera adecuada.



Figura 59. Cultura y tradiciones.
Fuente: Pinterest.



Figura 60. Arquitectura de Juliaca.
Fuente: Pinterest.



Figura 61. Sociedad.
Fuente: Pinterest.



Figura 62. Tugurización poblacional en la ciudad de Juliaca sector comercial Túpac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 63. Concurrencia de personas en ferias diarias en los alrededores al mercado Túpac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 64. Comercio informal en la ciudad de Juliaca.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 65. Calles convertidas en zonas comerciales y presencia de comercio ambulatorio.
Fuente: Elaboración propia.



2.4. Estudio del lugar

Estudiando la zona del barrio Túpac Amaru tiene una diversidad de productos de toda índole desde un objeto tan básico como un chicle hasta el electrodoméstico de última tecnología con una cantidad de socios de más de 5000, Con sus 15 mil metros cuadrados todo esto organizado en 5 “ACOMITAS” iniciando en los años 80 cuando se trasladan a la explanada del mercado Túpac Amaru logrando recién obtener la partida registral y convirtiéndose en una asociación en 1986 llegando a ubicar en ese instante prácticamente a la periferia de la ciudad de Juliaca desde sus inicios se proyectaba a convertirse en uno de los centros económicos más importantes de toda la región puneña debido a la cantidad de visitantes que recibía siendo en la actualidad difícil de imaginar la transformación económica que produjo no solo en el barrio Túpac Amaru sino que también en la ciudad de Juliaca, teniendo muchos problemas incluso con los dueños de las propiedades debido a un pensamiento de desorden e inseguridad y hoy en día las mismas personas potencializan la zona apoyando al mercado como base fundamental del crecimiento económico producido en barrio Túpac Amaru y en la ciudad de Juliaca En sus inicios la actividad comercial se produce en la zona que delimita con el Jr. Túpac Amaru ubicado a lado oeste que en el día de hoy está parti-

cularmente ubicado en la calle que conecta directamente con la plaza internacional san José, la percepción porque es una centralidad debido a que si lo recorres tanto fuera como por dentro del mercado presenta una particularidad de una ciudad dentro de otra ciudad, el barrio Túpac Amaru cuenta un de los problemas que se repite en la ciudad de Juliaca como es el sistema de red de alcantarillado ya que debido a que el drenaje del barrio Túpac Amaru desemboca en el río torococha un río que en la actualidad es siendo pavimentado sufre inundaciones en las periferias del mercado ocasionando problemáticas de formas diferentes tanto para los vecinos de la zona, comerciantes y también para la población flotante que recibe el mercado día a día hoy en día el si hablamos en el régimen de suelos podemos deducir y ver como a lo largo de los años el barrio Túpac Amaru tubo diversas transformaciones convirtiéndose en una zona urbanizada consolidada una de las vías principales que conecta a toda la ciudad de Juliaca se encuentra ubicada a dos cuadras del mercado como es la avenida circunvalación este uno de los anillos principales de la ciudad de Juliaca, en cuanto a la zonificación del sector se presenta de manera que las viviendas se han convertido en usos múltiples teniendo el mercado una zonificación de comercio metropolitano (CM) y las viviendas que se encuentra alrededor del mercado están ca-

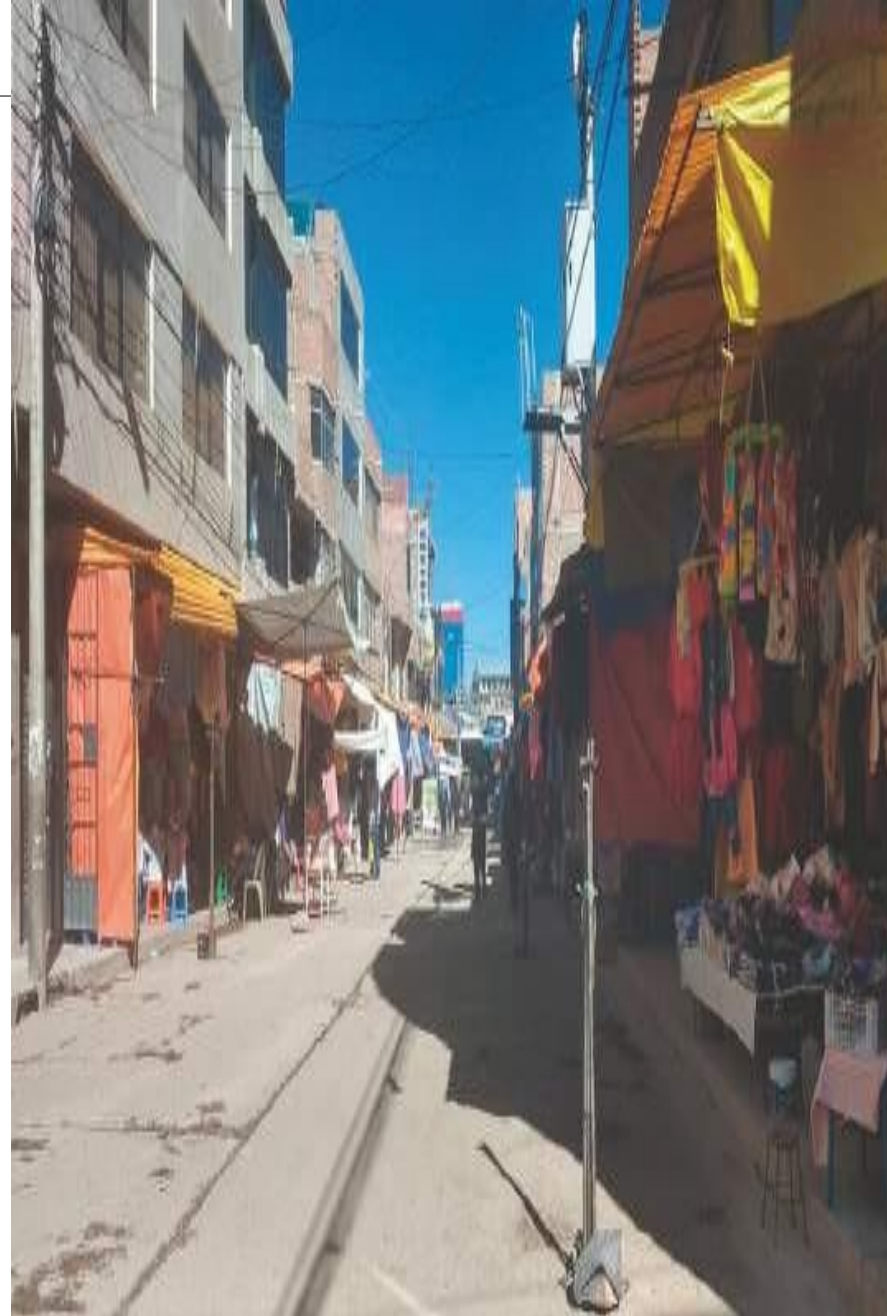


Figura 66. Informalidad comercial en el espacio público en el Jr. Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.

PROBLEMATICAS



Figura 67. Inundación de calles alrededor del mercado Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 68. Expropiación del espacio público.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 69. Tráfico congestión vehicular.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 70. Ocupación de residuos sólidos en el espacio comercial ambulante.
Fuente: Elaboración propia.



talogados como comercio especializado (CE) y un poco más alejado del mercado donde también se presenta comercio en las viviendas tiene una clasificación de comercio zonal (CZ), el suelo de las viviendas que están más alejadas de la zona del mercado comprenden a zona residencial media (RDM) teniendo conflictos socio-territoriales han logrado ejercer una presión en cuanto a la distribución espacial. el mercado Túpac Amaru es el de mayor influencia económica por factores como la informalidad producida tanto en las calles como en la viviendas aledañas al mercado, producida por actividades de manera portátil como en carretas y triciclos etc. haciendo una referencia en cuanto a la clasificación de informalidad podemos clasificar en dos modalidades como: “comercio informal itinerante o rotativo” cuya característica es de desplazar sus mercaderías desde un lugar hacia otro, ya sea una mercadería nacional o de contrabando mayormente en pequeñas cantidades sin alguna organización, desplazándose generalmente de manera independiente generando la invasión de vías poco a poco generan una rutina de circulación y desarrollan un patrón llegando a permanecer durante horas apropiándose del espacio público perjudicando el libre tránsito peatonal y vehicular, por otro lado tenemos al “comercio en vía pública con puesto fijo”, establecidos bajo un régimen de una organización normalmente estas suelen apropiarse del espacio público por más tiempo y hasta en muchos casos se sienten propietarios de las calles teniendo una dinámica comercial de forma desor-

denada e inadecuada, La fluctuación económica producida atrae muchas otras problemáticas en el sector como el sistema del transporte inter-urbano, denotando la clasificación en tres tipos de transportes que transitan día a día ocasionando una turgurización vehicular en las calles aledañas como el Jr. Benigno Ballón esquina con el Jr. Moquegua Jr. Huancané esquina con Benigno Ballón, Huancané esquina con el Jr. Raúl Porras así como también en la esquina de Raúl Porras con el Jr. Moquegua los cuatro puntos más congestionados de la zona y los más trascendentales en cuanto a una articulación de la ciudad, el transporte que más predomina en la ciudad de Juliaca es el de los vehículos menores no motorizados el más conocido en la ciudad son los triciclos para pasajeros, también tenemos vehículos menores motorizados, como es de los motos taxis puesto que en los últimos años, su crecimiento ha ido de una manera descontrolada, también se presenta el transporte motorizado combis y custer la mayoría de las empresas de transporte todas ocasionando un problema de informalidad en el mercado Túpac Amaru Además de las actividades comerciales informales y transporte urbano, hay una cualidad que se presenta en Juliaca es el de las entidades bancarias produciéndose en gran magnitud no visto en ninguna otra parte de la ciudad de Juliaca, denotando mucho la plusvalía de suelo convirtiendo al barrio Túpac Amaru en un sector económico en constante crecimiento en niveles sin precedentes debido a el auge que el comercio informalidad ha alcanzado.

Figura 71. La informalidad comercial en el Jr. Raúl Porras.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 72. La informalidad comercial en el Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.



JIRÓN. MOQUEGUA

Una de las calles donde convergen diferentes actividades dentro de una sola calle; educación, comercio, agencias financieras, convirtiéndose en una zona tugurizada y caótica los días lunes a la falta de un sistema de transporte inter-urbano se aprecia que la vía no solo es utilizada por los vehículos que transitan día a día sino que también son utilizados por los peatones y los comerciantes teniendo el problema de delimitar espacialmente el tránsito peatonal con lo vehicular y lo comercial, logrando desarrollar que dichas actividades puedan desarrollarse en una misma zona sin problemas de tugurización desde un ámbito ordenado se puede realizar actividades dentro del mismo espacio.

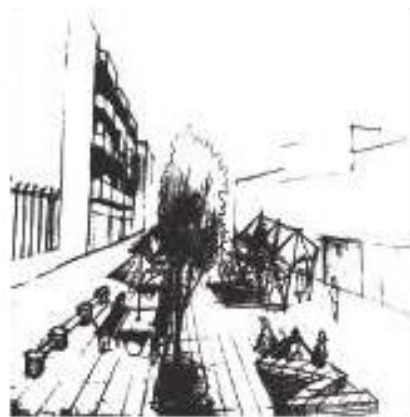


Figura 73. Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.



JIRÓN. BENIGNO BALLÓN

Como hemos ido mencionando las problemáticas e irregularidades del espacio público en la constante intercambio de uso entre el poblador a pie con los vehículos apreciando a cada momento la pérdida de un porcentaje por la invasión de los comerciantes y tomando convirtiendo a la calle como en sus puestos de venta la recuperación del espacio público como base fundamental y la delimitación de usos tanto área de tránsito peatonal como para área de comercio delimitando al peatón con el vehículo.

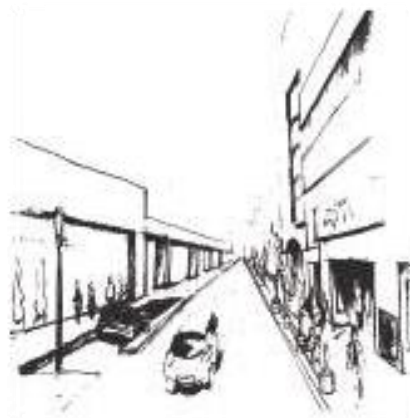


Figura 74. Jr. Benigno Ballón.
Fuente: Elaboración propia.



JIRÓN. HUANCANÉ

La imagen de la ciudad se produce desde la perspectiva más improvisada e inadecuada a la idea de sacar el mayor provecho económico a las viviendas sin importar que en mayoría de los casos se llega a transgredir la armonía de las calles llenándola de letreros, que invaden las veredas achiguas que invaden el espacio público de las calles como se puede apreciar en la imagen la estrecha relación entre el mercado y las edificaciones teniendo dos ámbitos no relacionados rompiendo el mismo espacio, teniendo como propuesta en ordenamiento espacial de la vías para desarrollar una recuperación del espacio público.



Figura 75. Jr. Huancané.
Fuente: Elaboración propia.



JIRÓN. RAÚL PORRAS BARRENECHEA

La pérdida del espacio público se presenta de manera muy marcada como podemos ver en la imagen desgraciadamente la sociedad está acostumbrada a la informalidad permitiendo esta situación caótica como se puede apreciar desde la óptica del peatón el comercio informal permanente se ha apropiado de las calles quitándole el protagonismo del libre tránsito tanto peatonal como vehicular poniendo en riesgo a las personas que realizan algunas compras el medio de las calles, es indispensable desarrollar un plan de ordenamiento y delimitación del espacio público dando prioridad al peatón para así poder mitigar la informalidad del comercio itinerante.



Figura 76. Jr. Raúl Porras.
Fuente: Elaboración propia.



2.5. Estrategias Projectuales

El proyecto de tesis consiste en lograr un diseño con estrategias de revitalización urbano-comercial, con el único fin de potencializar las actividades socioeconómicas del sector, como consecuencia, los planes de revitalización urbana juntamente con el proyecto arquitectónico comercial garantizará la rehabilitación y el desarrollo del barrio Túpac Amaru, el estudio y el diagnóstico de diseño arquitectónico prospectivo podemos ayudar a equilibrar y a distribuir los equipamientos aportes y tratamientos urbanísticos.

PRIMERO. Se puede observar como el comercio en el espacio público ha ido creciendo y expandiéndose con el pasar del Tiempo de un núcleo central a través de la informalidad por medio de infinidad de factores pero los más importantes que se pudo observar en el diagnóstico es de una ciudad intermedia con muchos problemas y que aún no cuenta con la capacidad de solucionarlos ya que recién experimenta las problemáticas a gran escala la falta de espacios comerciales en el sector hace que el comercio itinerante se prolifere de manera rápida ramificándose a los principales puntos de la ciudad y llevando consigo todos los problemas generando que la población sea dependiente del comercio informal itinerante **SEGUNDO.** Logramos identificar los patrones que a lo lar-

go del tiempo se ha ido transformando ocasionando que ciertas tendencias propias del sector relativamente prolifere muy rápido basándose en diferentes recursos mostrando también tendencias comerciales foráneas conllevando a la saturación espacial, caos y desorden ocasionando la fragmentación de la estructura urbana y la divergencia en la estructura social.

Logrando así disminuir y formalizar el comercio (comercio ambulante, comercio centralizado, vivienda comercio). Aprovechando los resultados del presente diagnóstico al máximo, se intenta reducir al mínimo consecuencias que son negativas que ocasionarían una realización no adecuada en la intervención urbana, brindando espacios no solo estéticos sino también funcionales y que satisfaga plenamente las necesidades con una planificación y calidad de vida. Buscando establecer lineamientos de diseño encaminados en pro para lograr el objetivo que esta propuesto, basándose en las directrices mencionadas en el análisis previo, con la formulación de estrategias para la intervención, que consisten en la consolidación comercial con usos para la complementación y la configuración de un nuevo espacio público en el barrio Túpac Amaru. Planteando una serie de alternativas basadas en lograr una articulación de las grandes actividades económicas comerciales, apun-



Figura 77. Acomita 2.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 78. Acomita 4.
Fuente: Elaboración propia.

tando hacia un desarrollo de la ciudad de Juliaca con parámetros y principios de sostenibilidad. Es por esto que, su relación con el contexto comercial busca el arraigo a la estructura y tejido urbano existente, conexión con los espacios que se encuentran a la periferia del área comercial, logrando articular desde el punto "A" que es el mercado internacional Túpac Amaru con el punto B mercado San José desarrollando una conexión ordenada a la ciudad, basándose en una tipología sostenible y edificaciones significativas del área Controlando y mitigando las problemáticas que se presentan en una distorsión del espacio público existente, con las propuesta de intervención del proyecto. Para esto, se fomentan alternativas de transporte público interurbano con una adecuada infraestructura, Se trata de potencializar y estructurar una zona comercial como es el barrio Túpac Amaru, con un Diseño y control del confort interno del edificio mediante el manejo apropiado y uso de los materiales que intervienen en una ciudad alto andina como necesita la ciudad de Juliaca con coberturas y materiales para cubrir las incidencias climáticas que se requiere en la edificación, manejando una alternativa de reutilización y aprovechamiento de las lluvias y el sol que son en demasía en Juliaca, Para esto se propone la auto-generación energética mediante paneles solares, que mitigue la energía utilizada

por el edificio y el espacio público en el barrio Túpac Amaru logrando un manejo y control del consumo de agua en toda la propuesta arquitectónica, buscando la reutilización de aguas servidas y aguas de lluvia para la mantención de las áreas verdes de los patios y el espacio público que se plantee en las propuestas realizadas con un debido Manejo y reducción de los desechos del edificio logrando priorizar a la luz diurna y la ventilación natural de la edificación, evitando plantas muy profundas y alturas excesivas que perjudiquen estos ámbitos. La propuesta arquitectónica en el barrio Túpac Amaru, logrando la transformación de una ciudad, construida con habitantes y actividades económicas, contiene requerimientos con un amplio proceso de participación y discusión para la construcción de consensos con un imaginario colectivo donde estos confluyan los diversos intereses de los habitantes y usuarios del sector y de la comunidad en general, logrando una visión compartida por lo que las iniciativas en cuanto a la participación de la población serán fundamental para lograr un enfoque multidisciplinario, logrando integrar la actividades tanto comerciales como culturales para lo cual las líneas de acción, logrando cambiar la actualidad potenciando, el comercio como su principal prioridad.

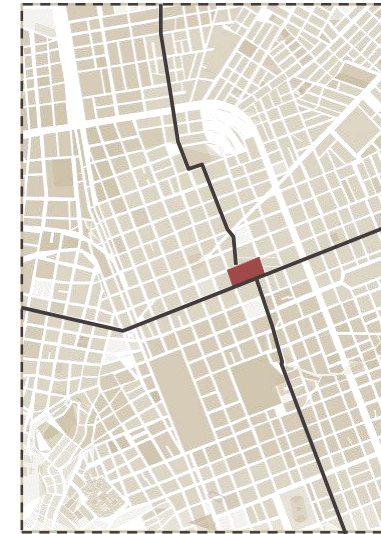




Figura 79. Pilares de Ejecución
Fuente: Elaboración propia.

ESTRATEGIAS PROYECTUALES

URBANO



Mapa 28. Terreno mercado Tupac Amaru.
Fuente: Elaboración propia.

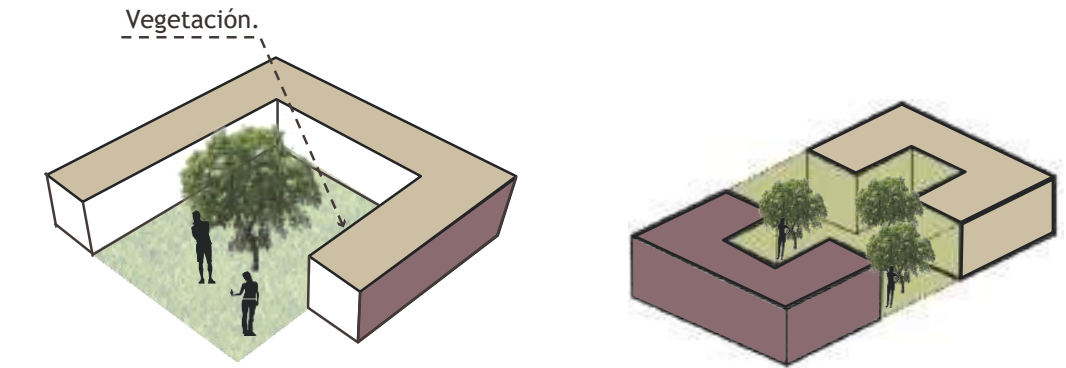


Figura 80. Estrategias Proyectuales de vegetación.
Fuente: Elaboración propia.

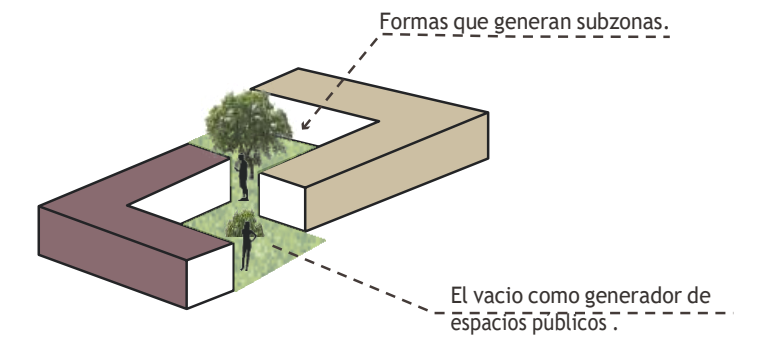


Figura 81. Estrategias Proyectuales como generadores de espacios públicos.
Fuente: Elaboración propia.



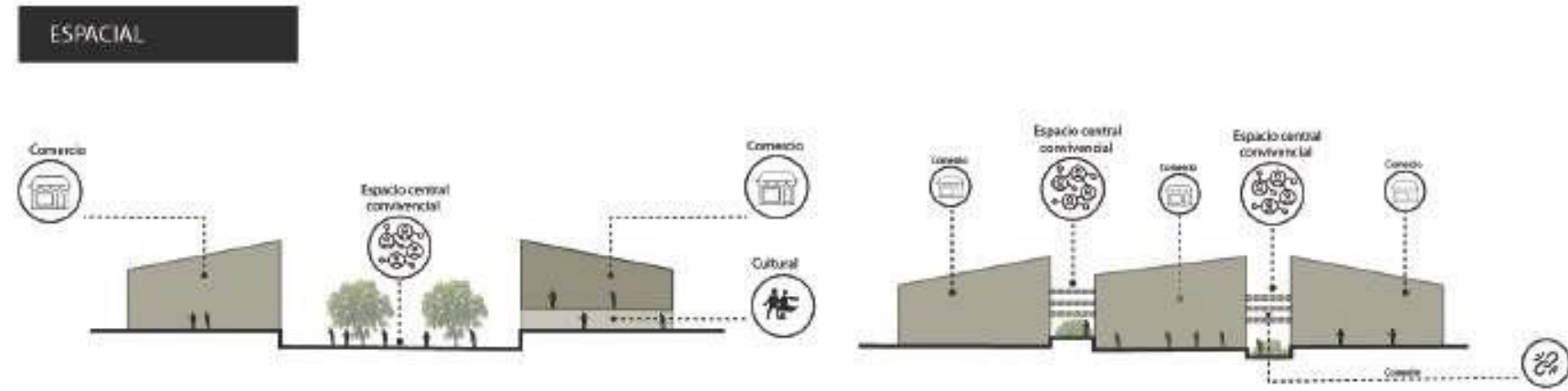


Figura 82. Estrategias Proyectuales como generadores Espaciales en zonas principales.
Fuente: Elaboración propia.

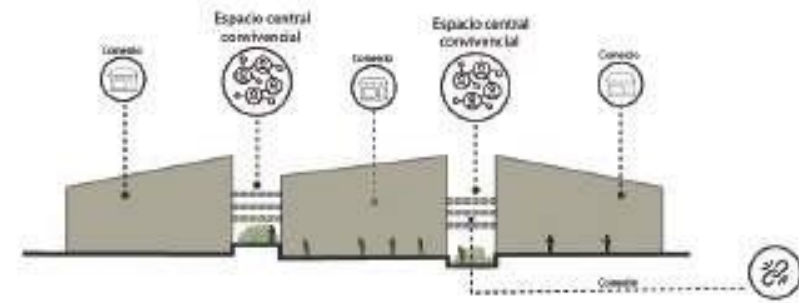


Figura 83. Estrategias Proyectuales como generadores Espaciales en sub-zonas.
Fuente: Elaboración propia.

CIRCULACIÓN

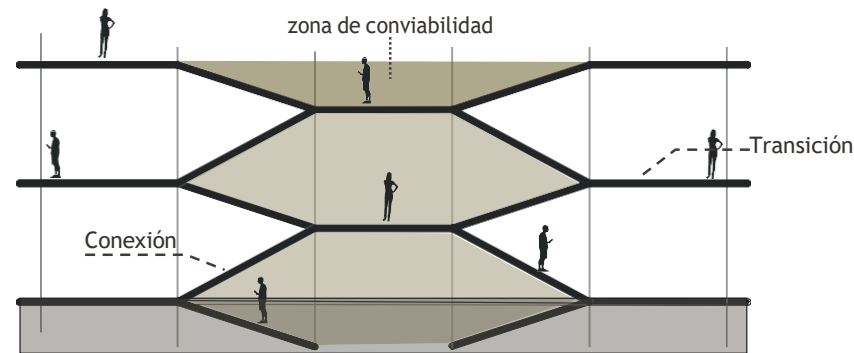


Figura 84. Estrategias Proyectuales Como espacio de circulación de forma vertical.
Fuente: Elaboración propia.

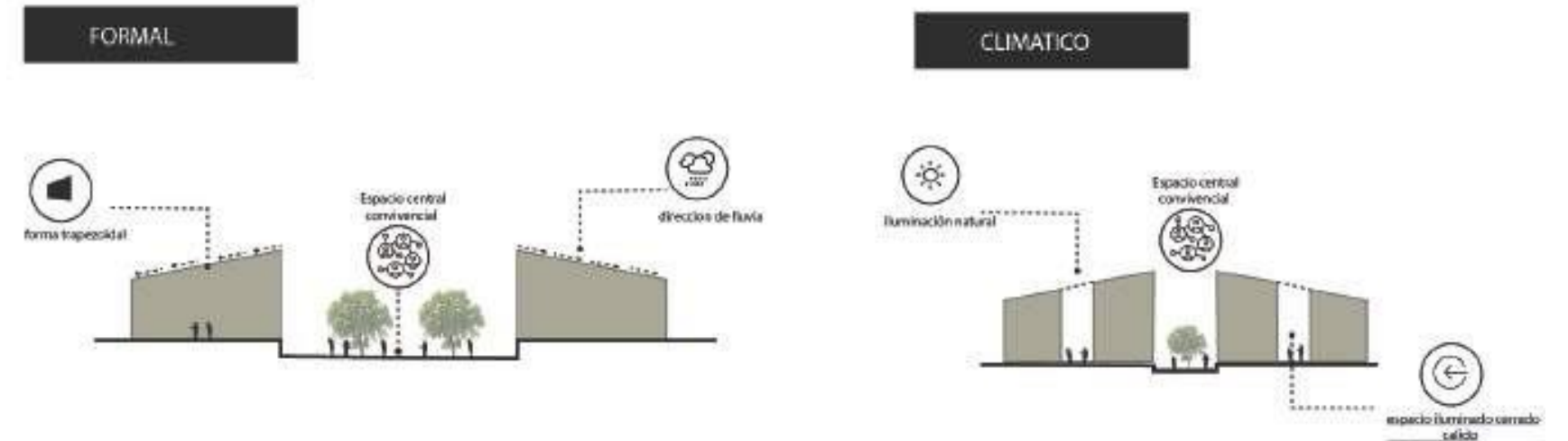


Figura 85. Estrategias Proyectuales Como espacio de circulación de forma vertical.
Fuente: Elaboración propia.

Figura 86. Estrategias Proyectuales Como espacio de circulación de forma vertical.
Fuente: Elaboración propia.

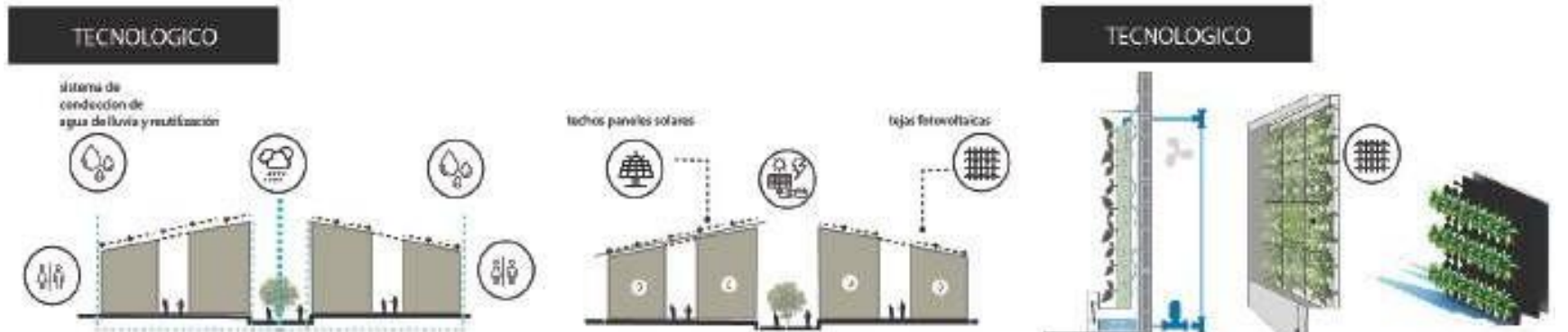


Figura 87. Estrategias Proyectuales Como espacio de circulación de forma vertical.
Fuente: Elaboración propia.

Figura 88. Estrategias Proyectuales Tecnológicas en fachada.
Fuente: Elaboración propia.

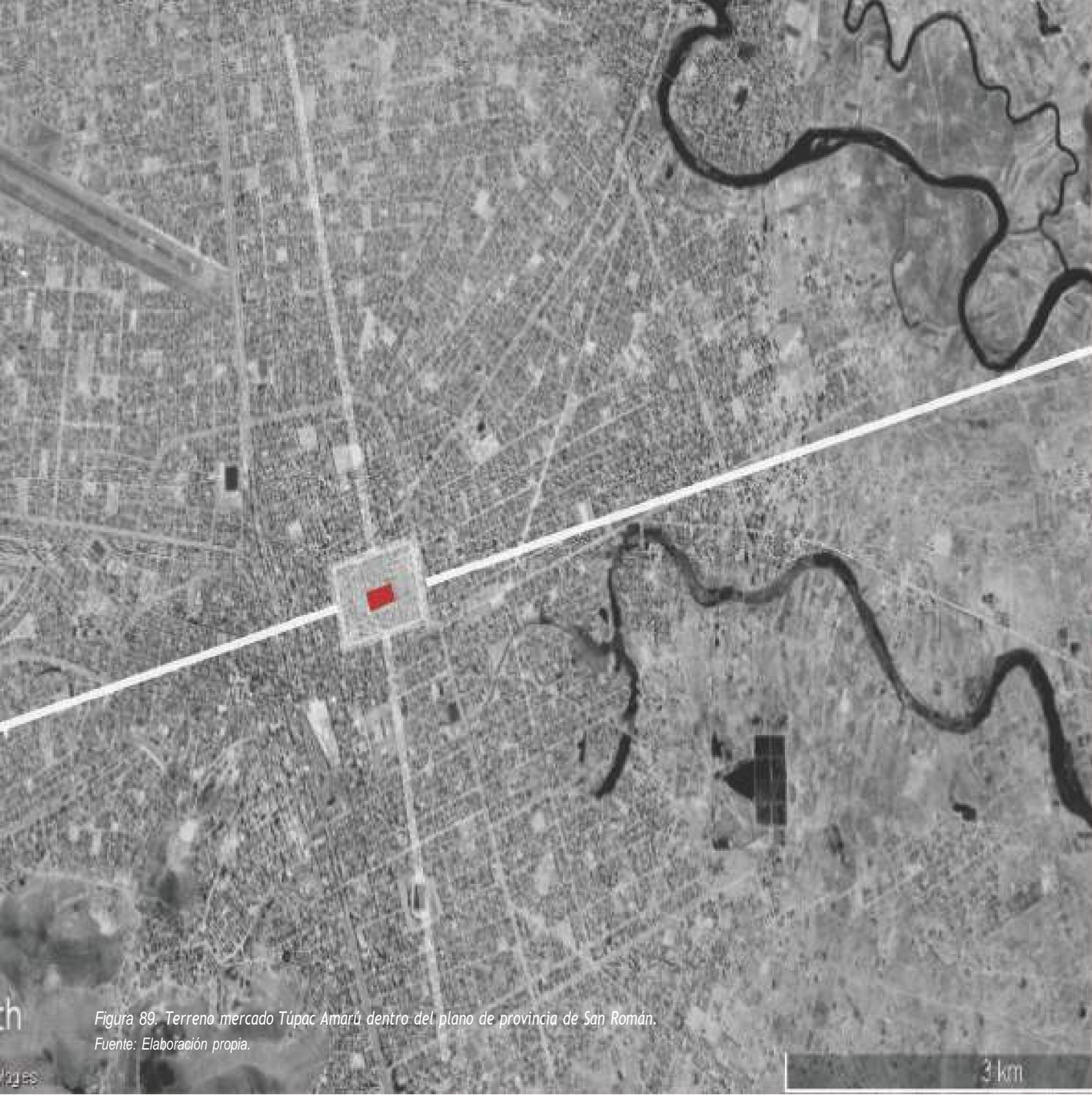
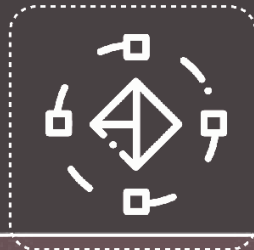


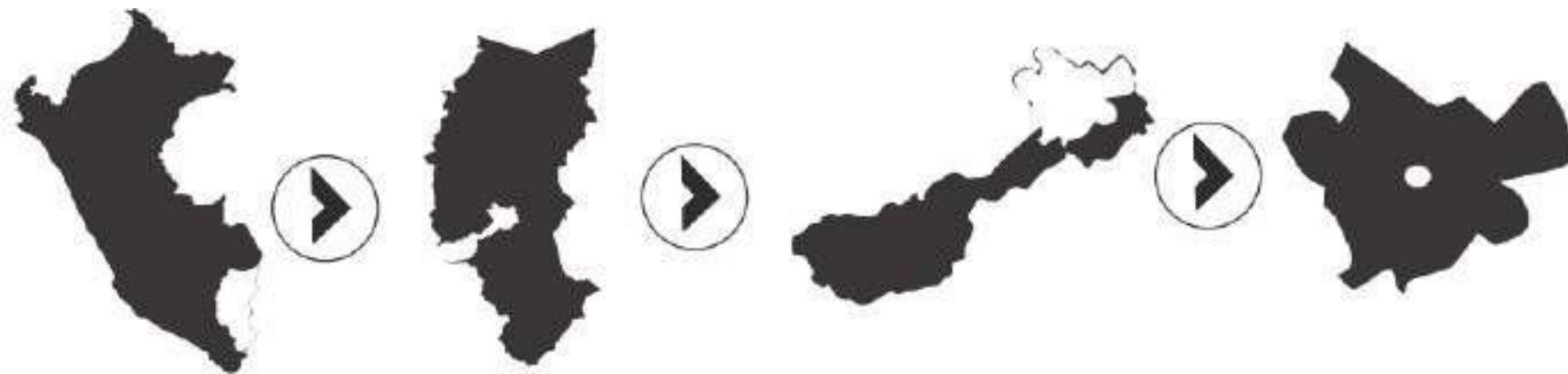
Figura 89. Terreno mercado Túpac Amaru dentro del plano de provincia de San Román.
Fuente: Elaboración propia.



APROXIMACIÓN

PROYECTUAL (diagnostico)

CONTEXTO FÍSICO



Mapa 29. Perú.

Fuente: Elaboración propia.

Mapa 30. Departamento de Puno.

Fuente: Elaboración propia.

Mapa 31. Provincia de San Román.

Fuente: Elaboración propia.

Mapa 32. Distrito de Juliaca.

Fuente: Elaboración propia.

El barrio Túpac Amaru está ubicado en el distrito de Juliaca, en la parte norte de la provincia de San Román y al lado noroeste del lago Titicaca y a 35 Km. De ésta. El área geográfica del distrito de Juliaca ocupa la parte céntrica del departamento de Puno y la meseta del Collao. Debido a la importancia geoeconómica que posee, 1926 Juliaca es integrada a la Provincia de San Román como su capital.

LÍMITES.- Los límites del distrito de Juliaca son:

- Por el Norte: con los distritos de Calapuja (prov. Lampa) y Caminaca (prov. Azángaro). - Por el Sur: con los distritos de Cabana y Caracoto. - Por el Este: con los distritos de Pusi (prov. Huancané) y Samán (prov. Azángaro). - Por el Oeste: con los distritos de Lampa y Cabanillas (prov. Lampa)

COORDENADAS GEOGRÁFICAS.- de acuerdo a INEI, Juliaca se encuentra entre las siguientes coordenadas geográficas:

15° ; de latitud Sur; y- 70° ; de longitud Oeste

SUPERFICIE:

-533.5 km²

LIMITES DE LA ZONA DE ESTUDIO Por el Norte: con el mercado San José , Pedro Vilcapaza

La ciudad de Juliaca según el Instituto Nacional de Estadística e Informática es la decimotercera ciudad con más población del Perú y albergando en el año 2017 una población conformada por 276.110 habitantes.

Juliaca (en quechua: Hullaqa) es la capital de la provincia de San Román y del distrito homónimo, ubicada en la jurisdicción de la región Puno, en el sudeste de Perú. Contando con una población conformada de 276 110 habitantes (2017) situada a 3824 m.s.n.m. en la meseta del Collao, al noroeste del Lago Titicaca. Es el mayor centro económico dentro de la región Puno, y una de las mayores zonas comerciales del Perú. Se halla en las proximidades de la laguna de Chacas, del Lago Titicaca, del río Maravillas y las ruinas conocidas como las Chullpas de Sillustani.

Esta es la principal actividad económica de la ciudad, ocupando alrededor del 26.5% de la PEA (Población económicamente activa); Juliaca en 2008 poseía 15,439 establecimientos comerciales, representando el 41% de los establecimientos de la región Puno, esto debido a la densidad demográfica(225 175 hab.). En 2007, la incidencia de la pobreza total (pobreza e indigencia) en la región Puno era del 67.2%, mientras tanto en la provincia de San Román (Juliaca) fue de 44.5%.

Es recientemente donde a ciudad de Juliaca se convirtió en buen sitio para las inversiones de capital, esto se debió, a que principalmente la reducción de la pobreza se ha venido suscitándose en estos últimos años, la alta densidad poblacional, y el mayor ingreso per cápita que presentan sus ciudadanos. Un claro ejemplo de esta situación, es que desde 2010 opera en ésta ciudad el Real Plaza Juliaca, centro comercial operado por el Grupo Interbank (Plaza Vea, Oeschle, Cineplanet, etc), construido con una inversión aproximando los 2 millones de dólares.



Figura 90. Iglesia Santa Catalina.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 91. Aeropuerto internacional Inca Manco Capac.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 92. Municipalidad de Juliaca.

Fuente: Elaboración propia.



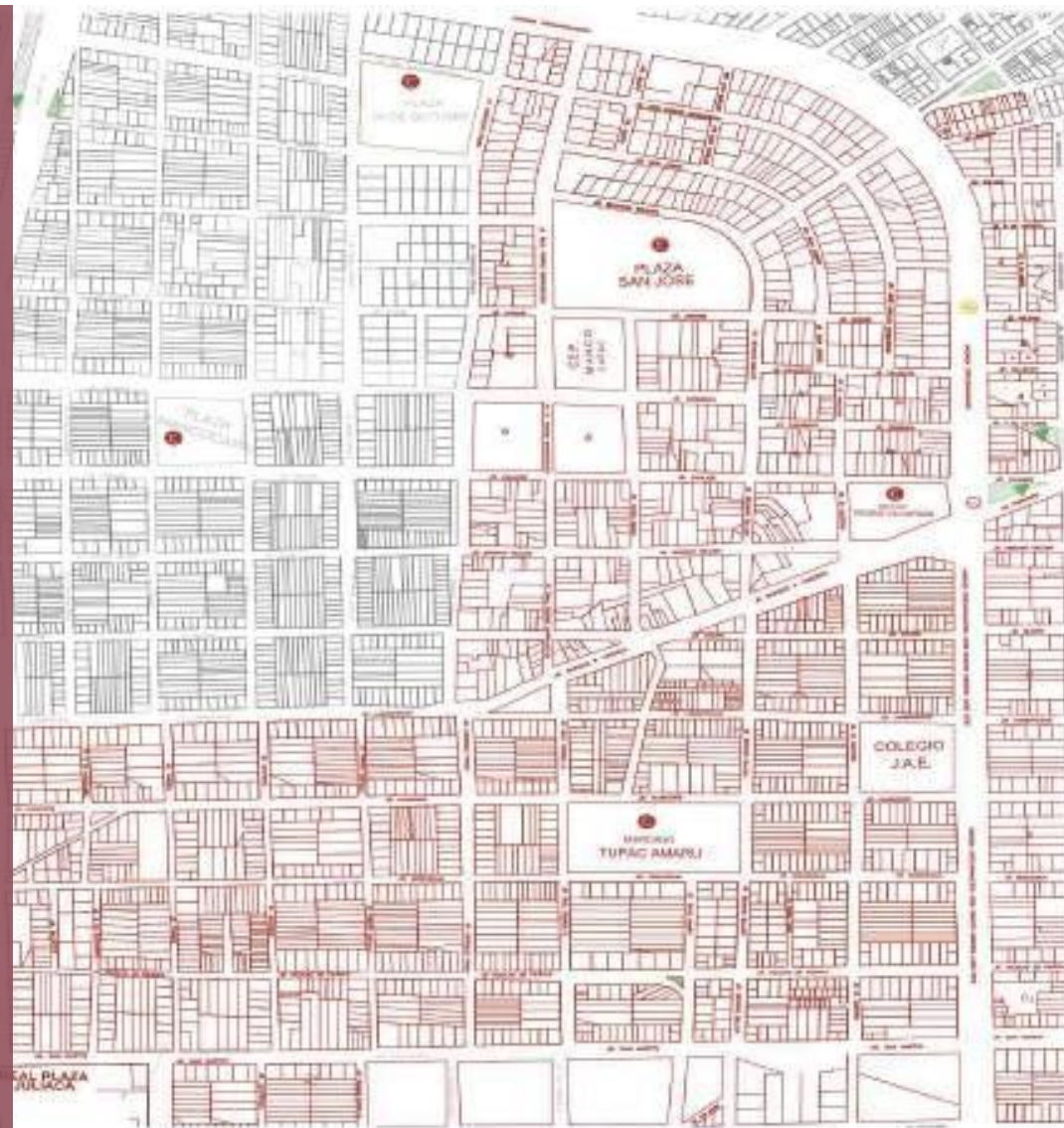
DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO ZE

se analizara la zona alrededor al mercado Túpac Amaru como se conecta con la los demás mercados de la ciudad con la plaza San José , Pedro Vilcapaza, Terminal Terrestre, plaza de Armas ya que en dichos lugares repercute una fuerte influencia actividad comercial que están alrededor del mercado

Se delimita a diferencia de suelos características sociales con sus peculiaridades de su comercio considerando que el limite imaginario de los barrios genera una ruptura en cuanto a la continuidad de ejes comerciales

LÍMITES.- Los limites del mercado Túpac Amaru son:

- Por el Norte: con el mercado San Jose , Pedro vil capaza
- Por el Sur: con el barrio de artesanos .
- Por el Este: con el terminal terrestre
- Por el Oeste: con la plaza de armas, centro comercial y el real plaza de la ciudad de juliaca



Mapa 33. Delimitación de sector de trabajo.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 33. Delimitación de sector de trabajo.
Fuente: Elaboración propia.



zonificación , aun permanece la continuidad de por lo contrario se aprecia que predomina el comercio , debido al gran vinculo comercial entre dos polos económicos muy fuertes como es el mercado de san José con el mercado Túpac Amaru ocasionando que el comercio itinerante se apodere del espacio publico en muchos casos llegando a ocupar toda la calle, también se puede observar la carencia y la falta de espacios públicos debido a cantidad de población flotante siendo una de las zonas con un alto flujo vehicular como es el ovalo Vilcapaza que conectan la salida hacia el norte como es la ciudad de cusco y por el este la ciudad de Huancané

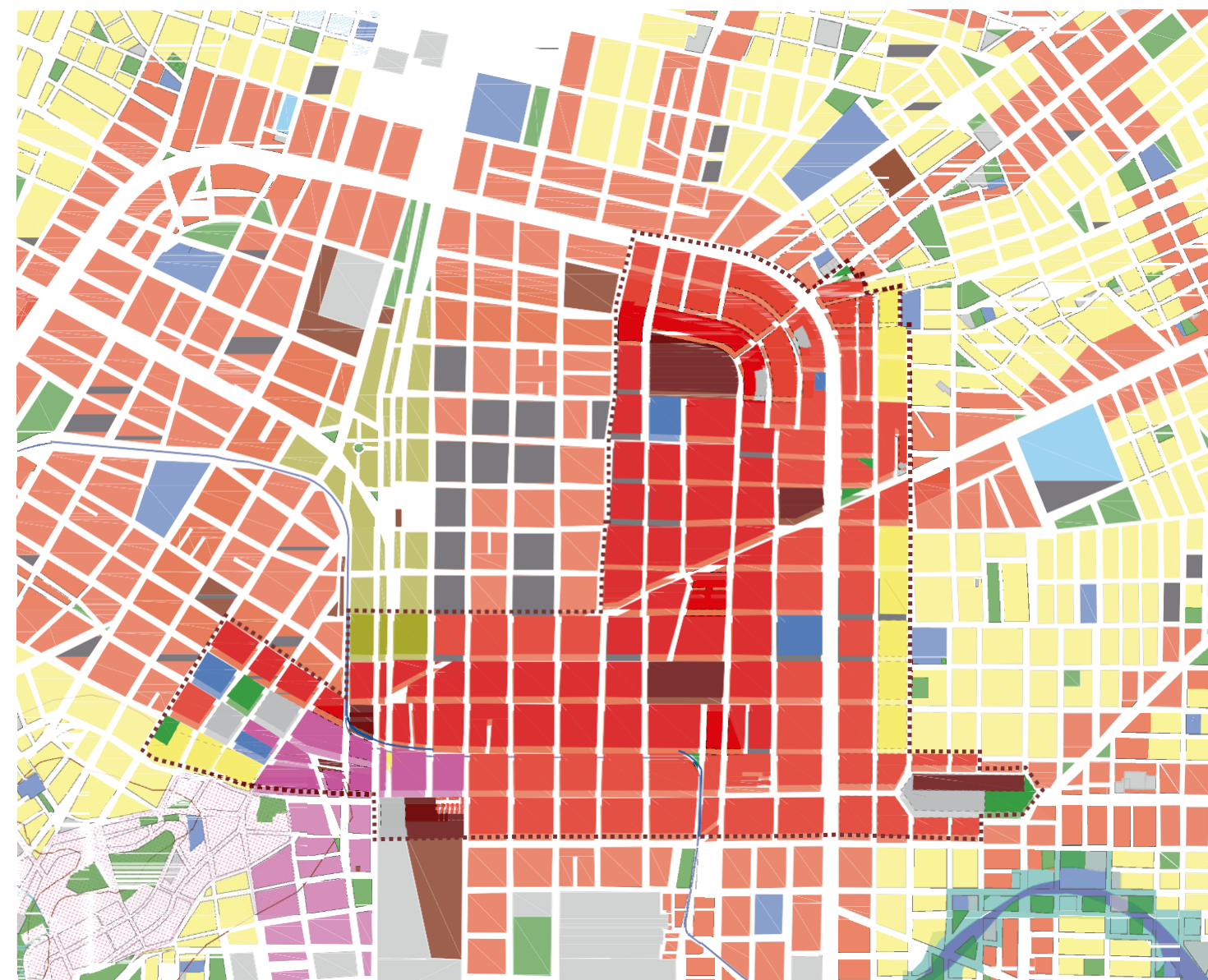
Por el lado norte de la zona de estudio no se percibe ningún cambio de



Por el lado sur de la zona de estudio no se percibe ningún cambio de zonificación, se percibe un gran porcentaje de entidades bancarias denotando la continuidad del comercio ambulante, el flujo de peatonal que se produce en el Jr. Túpac Amaru es muy marcada hasta la avenida San Martin, teniendo como particularidad que a partir de las 16:00 pm. Se convierte en una alameda gastronómica apropiándose del espacio publico la falta de organización que se produce en la zona no solo se percibe alrededor del mercado se ve reflejado en la calles que sirven como nexo entre dos centros económicos muy marcados

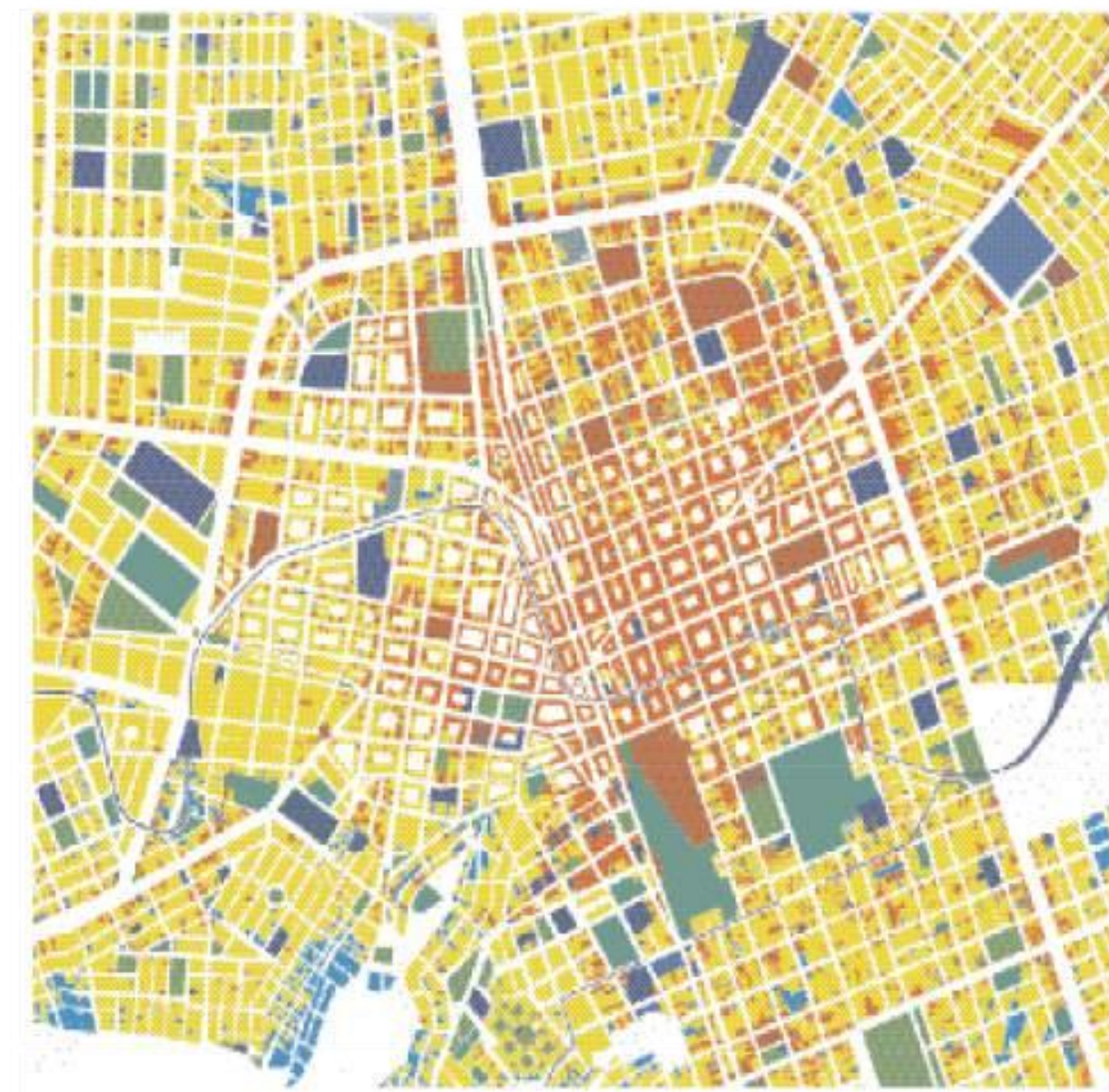
LIMITES DE LA ZONA DE ESTUDIO Por el sur: con el barrio de artesanos de la ciudad de juliaca





| LEYENDA ZONIFICACIÓN | |
|---|---|
| ZONA RESIDENCIAL | |
| RDA | RESIDENCIAL DENSIDAD ALTA |
| RDM | RESIDENCIAL DENSIDAD MEDIA |
| RU | ÁREA DE RESERVA URBANA |
| PU | PRE URBANO |
| COMERCIO | |
| CZ | COMERCIO ZONAL |
| CE | COMERCIO ESPECIALIZADO |
| CM | COMERCIO METROPOLITANO |
| RECREACIÓN | |
| ZRP | ZONA DE RECREACIÓN PÚBLICA |
| OTROS USOS | |
| OU-1 | AEROPUERTO |
| OU-2 | TERMINAL TERRESTRE |
| OU-3 | TERMINAL DE CARGA |
| OU-4 | ESTADIO |
| EDUCACIÓN | |
| E-1 | EDUCACIÓN BÁSICA |
| E-2 | EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO |
| E-3 | EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIO |
| E-4 | POST GRADO |
| SALUD | |
| H-2 | CENTRO DE SALUD |
| H-3 | HOSPITAL |
| ZONA NO URBANIZABLE | |
| ZPE | ZONA DE PROTECCIÓN ECOLÓGICA |
| ZA | ZONA AGRÍCOLA |
| ZONA INDUSTRIAL | |
| I2 | INDUSTRIA LIVIANA |
| I1R | VIVIENDA TALLER |
| ZONA DE REGULAMENTACIÓN ESPECIAL | |
| ZRE-1 | LADERAS DE CERROS |
| ZRE-2 | SUPERFICIES LIMITADORAS DE OBSTÁCULOS DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL INCA MANCO CAPAC-JULIACA |
| ZRE-3 | FAJAS MARGINALES CUERPOS DE AGUA |
| ZRE-4 | LÍNEA FÉRREA |
| ZRE-5 | ZONA CON VALOR HISTÓRICO Y MONUMENTAL |
| ZRE-6 | ZONAS ARQUEOLÓGICAS |
| ZRE-7 | ZONAS CON VALOR PASAJÍSTICO Y AMBIENTAL |

Mapa 34. Zonificación.
Fuente: Elaboración propia.



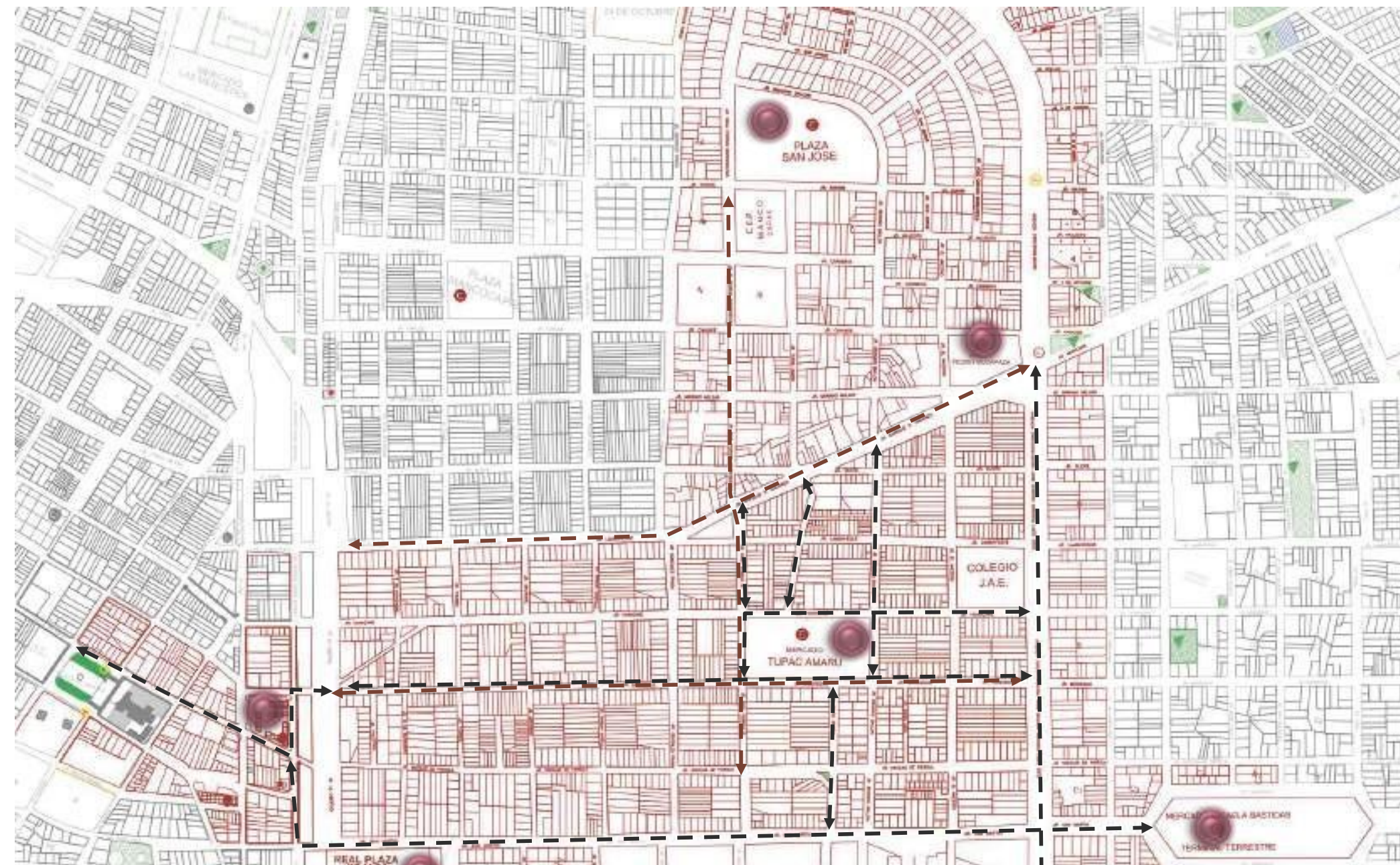
| LEYENDA | |
|---------|----------------------------|
| --- | CORRAS DE RÍO |
| --- | MEDIO AMBIENTE |
| --- | LADOS-ALCANTARILLAS |
| --- | VAN-CARRETERAS |
| --- | DETECTOR |
| --- | LÍNEA DEL TIEMPO DE ESTADO |
| --- | LÍNEA DEL SUELO |
| --- | USO VIVIENDA |
| --- | USO VIVIENDA COMERCIO |
| --- | USO VIVIENDA TALLER |
| --- | USO COMERCIO |
| --- | USO SERVICIO DE |
| --- | USO SERVICIO LABOR |
| --- | USO INDUSTRIAL |
| --- | USO EDUCACIÓN |
| --- | USO SALUD |
| --- | USO RECREACIÓN |
| --- | USO DE |
| --- | USO PASAJÍSTICO |

Fuente: Elaboración propia.





Mapa 36. Componentes funcionales urbanos.
Fuente: Elaboración propia.



Mapa 37. Flujos peatonales de la zona.
Fuente: Elaboración propia.





Mapa 38. Congestionamiento vial en la zona de estudio.
Fuente: Elaboración propia.



VENTA DE AMBULANTES

Mapa 39. Venta de ambulantes.
Fuente: Elaboración propia.



EXESO DE UIDO Y HUMO

Mapa 40. Exceso de humo y ruido.
Fuente: Elaboración propia.



VIAS SATURADAS

Mapa 41. Exceso de humo y ruido.
Fuente: Elaboración propia.



COMERCIO INFORMAL

Mapa 42. Comercio informal
Fuente: Elaboración propia.



EXESO DE POBLACION FLOTANTE

Mapa 43. Exceso de polacion flotante.
Fuente: Elaboración propia.



DETERIORO DE EDIFICACIONES

Mapa 44. Deterioro de edificaciones .
Fuente: Elaboración propia.



CONSIDERACIONES GENERALES

la accesibilidad

El terreno cuenta con una facilidad de acceso de cualquier tipo de transporte (públicos o privados) también . Se ubica en una parte estratégica siendo la el nucleo de la ciudad

Escala del terreno

El terreno cuenta con una extenso de 16,000 m2 el terreno permite el desarrollo de la propuesta teniendo soluciones.

Jerarquización de la Ubicación

Se procura un terreno ubicado dentro de un nodo importante de la ciudad con problemáticas que se producen en su periferia del terreno. De esta manera se promoverá y fortalecerá la interacción de la sociedad, sirviendo como foco económico , social, cultural mediante una difusión mas optima en el entorno urbano mediante la consolidación de micro-centralidades

Terreno Túpac Amaru

Ubicación:
Jr. Benigno Ballon, Jr. Raul porras, Jr. Moquegua, Jr. Huancane .

Área:
16130 m2



Mapa 45. Calles de comercio informal.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 99. Jr. Benigno Ballón.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 100. Jr. Huancane.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 101. Jr. Raul Porras.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 102. Av. Circunvalación.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 103. Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 104. Jr. Sucre.
Fuente: Elaboración propia.

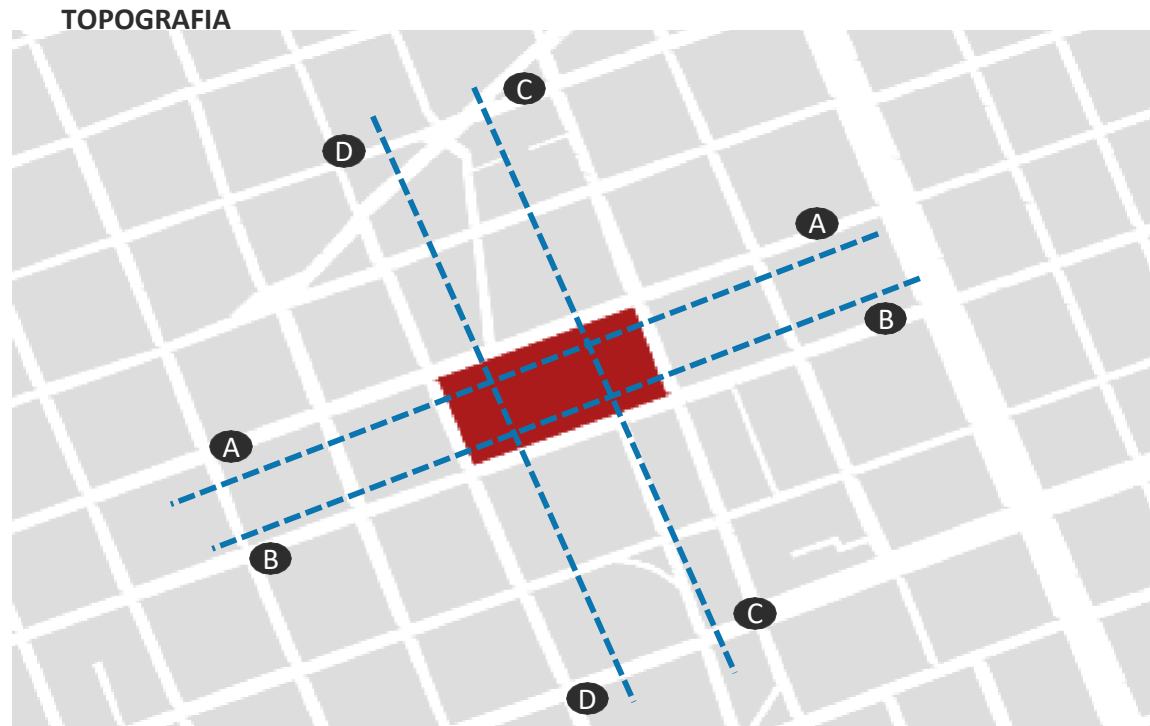
VISTAS Y ENTORNO

Actualmente en el terreno existen 5 infraestructuras: un taller mecánico, una cochera y un depósito, también se tiene una cancha deportiva:

El taller mecánico tiene un área de 258.87 m2 y un perímetro de 89.04 ml. - La cochera tiene un área de 133.23 m2 y un perímetro de 59.82 ml. - El depósito tiene un área de 315.36 m2 y un perímetro de 116.89 ml. - La cancha deportiva tiene un área de 1760.08 m2 y un perímetro de 175.06 ml.

Cuenta con un ingreso de 14.26 m, además de una torre de control. El resto del terreno se encuentra desierto y en condiciones para realizar cualquier obra.





Mapa 45. Secciones de terreno topográfico.
Fuente: Elaboración propia.

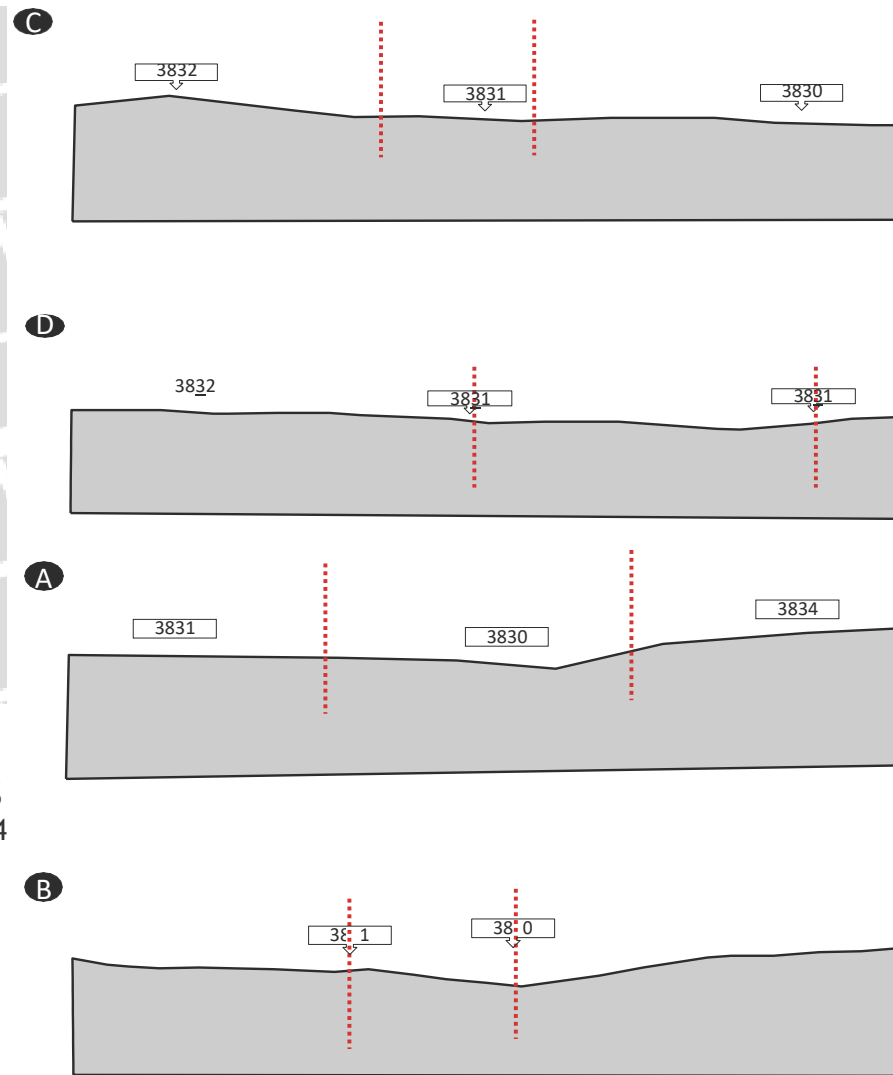
Por el corte "A" podemos observar que la inclinación promedio en pendiente es de 0.9% , 4.0% aproximadamente. Por el lado Oeste esta por 3831 msnm, y en lado Este con 3834 msnm.

En el corte "B" Iniciando por lado Norte con 3831msnm, y por el Sur con 3830msnm.

En el corte "C" Iniciando por lado Norte con 3832msnm, y por el Sur con 3830msnm.

En el corte "D" Iniciando por lado Norte con 3832msnm, y por el Sur con 3830msnm.

En el corte



Mapa 45. Asoleamiento.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 105. Vientos.
Fuente: Meteoblue. propia.



Figura 106. Precipitaciones.
Fuente: Meteoblue. propia.

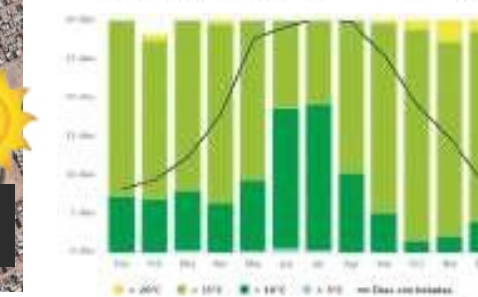


Figura 107. Temperaturas.
Fuente: Meteoblue. propia.

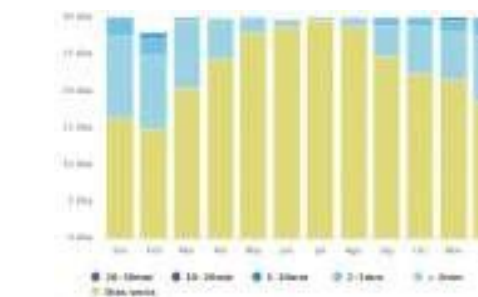


Figura 108. Milímetros de precipitaciones.
Fuente: Meteoblue. propia.

ASOLEAMIENTO

Asolamiento Y Vientos:

La "máxima diaria media" (línea roja continua) muestra la media de la temperatura máxima en un día por cada mes de Juliaca. Así en el mismo modo, "mínimo diaria media" (línea azul continua) muestra la media de la temperatura mínima.

Los días calurosos y noches frías (líneas azules y rojas discontinuas) muestran la media del día más caliente y noche más fría de cada mes en estos últimos 30 años.

Para la planificación de las vacaciones, usted tiene la opción esperar temperaturas medias, y prepararse para días más cálidos y más fríos. Las velocidades del viento no se visualizan normalmente, pero observan en la parte inferior de la gráfica.

El diagrama de precipitación para Juliaca nos muestra cuántos días al mes, se alcanzan las cantidades de precipitación. En los climas tropicales y los monzones, los valores pueden ser subestimados.



Entrevista



Figura 109. Wilfredo Quispe.
Fuente: Elaboración propia.

1. ¿Cuáles son los factores económicos asociados al comercio informal en la ciudad de Juliaca?

Respuesta:
surgen a través de la informalidad que este surge como alternativa de subsistencia ante el desempleo generado, la exclusión social derivada de problemas de marginalidad social (falta de ingresos, educación y capacitación) que inciden a la inserción del comercio informal los factores económicos, sociales y culturales en la ciudad de Juliaca y que están estrechamente asociados con la actividad informal, en donde el modelo económico adoptado es el comercio de forma itinerante



Figura 110. Cesilia Ccama (Comerciante).
Fuente: Elaboración propia.

¿Cómo calificaría usted el espacio público comercial de la zona Túpac Amaru de Juliaca? (problemas y cualidades)

Respuesta:

Son muchas las realidades que afectan al espacio público comercial tradicional de la zona Túpac Amaru además de la tremenda desmesura especulativa.

Nuestra sociedad parece atrapada en una burbuja que a lo largo del tiempo va creciendo de una manera descontrolada hasta que en algún punto se salga de control haciendo de Juliaca una ciudad caótica en todos los aspectos

Jesus Chacon (Lider Barrial Comercial)

Que factores sociales que motivaron a los comerciantes, asociados al comercio informal en la ciudad de la zona comercial Tupac Amaru?

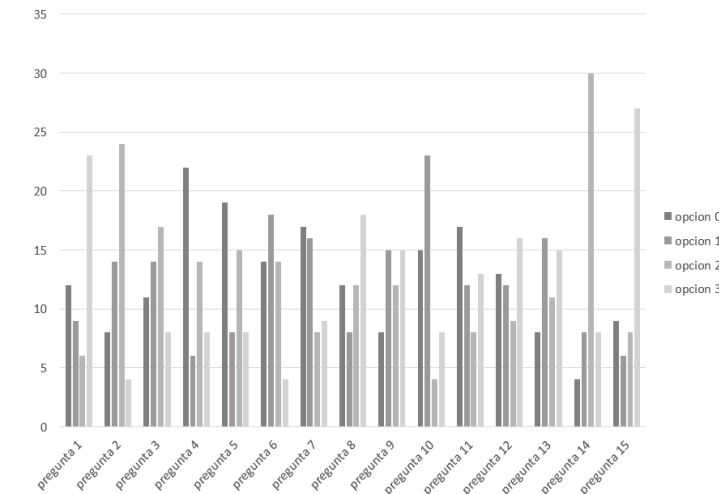
La procedencia del 80% de los comerciantes informales son de la zona rural de las comunidades campesinas, centros poblados de las provincias y distritos de la región Puno; en consecuencia, los factores sociales que influyen predominantemente en el comercio informal en la ciudad de Juliaca y el sector, además, la inserción del comercio informal es el "género" femenino en el 80%, al encontrarse desempleadas con las posibilidades de generar ingresos económicos. das, artefactos eléctricos, ropas, entre otros.

PERCEPCION DEL USUARIO ITINERANTE

| Nº | PREGUNTAS | OPCION 0 | OPCION 1 | OPCION 2 | OPCION 3 | TOTAL |
|----|--|----------|----------|----------|----------|-------|
| 1 | ¿Cómo califica el flujo peatonal en el espacio público en las calles aledañas al sector? | 12 | 9 | 6 | 23 | 50 |
| 2 | ¿Cómo califica usted la organización espacial en la zona comercial "Túpac Amaru"? | 8 | 14 | 24 | 4 | 50 |
| 3 | ¿Es posible llevar a cabo y participar en actividades y eventos en los espacios del Mercado tupac Amaru? | 11 | 14 | 17 | 8 | 50 |
| 4 | ¿Es adecuada la disposición y el diseño de espacios para el desarrollo de actividades en el espacio público? | 22 | 6 | 14 | 8 | 50 |
| 5 | ¿cree que es util el comercio itinerrante en la zona commercial tupac amaru? | 19 | 8 | 15 | 8 | 50 |
| 6 | ¿Es bueno el estado del espacio físico en el mercado tupac amaru y su mantenimiento? | 14 | 18 | 14 | 4 | 50 |
| 7 | ¿Cuál es el nivel de turgurizacion ocasionada por el tráfico vehicular? | 17 | 16 | 8 | 9 | 50 |
| 8 | ¿Cuá el su percepción de saturacion del comercio itinerrante en el espacio publico del sector Tupac Amaru? | 12 | 8 | 12 | 18 | 50 |
| 9 | ¿Cuál es su percepción de la distribicion del comercio itinerrante en el espacio publico de la zona Tupac Amaru? | 8 | 15 | 12 | 15 | 50 |
| 10 | ¿cree usted que el espacio publico de la zona bien aprovecha por el comercio itinerrante? | 15 | 23 | 4 | 8 | 50 |
| 11 | ¿cree usted que el sistema de transporte inter-urbano es adecuado en la zona? | 17 | 12 | 8 | 13 | 50 |
| 12 | ¿cree usted que el espacio public es saludable? | 13 | 12 | 9 | 16 | 50 |
| 13 | ¿Cuál es su percepción del comercio en la zona? | 8 | 16 | 11 | 15 | 50 |
| 14 | ¿Se siente identificado con el espacio publico del mercado tupac amaru? | 4 | 8 | 30 | 8 | 50 |
| 15 | ¿Considera que el espacio publico del Mercado Tupac Amaru esta acorde a la poblacion juliaqueña? | 9 | 6 | 8 | 27 | 50 |

Cuadro 1. Encuesta sobre el comercio itinerrante.
Fuente: Elaboración propia.

Espacio publico y usuario itinerrante



Cuadro 2. Resultados de la encuesta.
Fuente: Elaboración propia.

Según a la encuesta realizada la población Considera que el espacio público del Mercado Túpac Amaru es totalmente inadecuada teniendo como percepción comercial el caos, desorden y en la mayoría de los casos inconformidad del mal uso del espacio Publico ya que la cantidad de comerciantes ambulantes crece día a día siendo uno de las mayores molestias expresadas por la población denotando la carente planificación y tratamiento del espacio público genera una saturación espacial

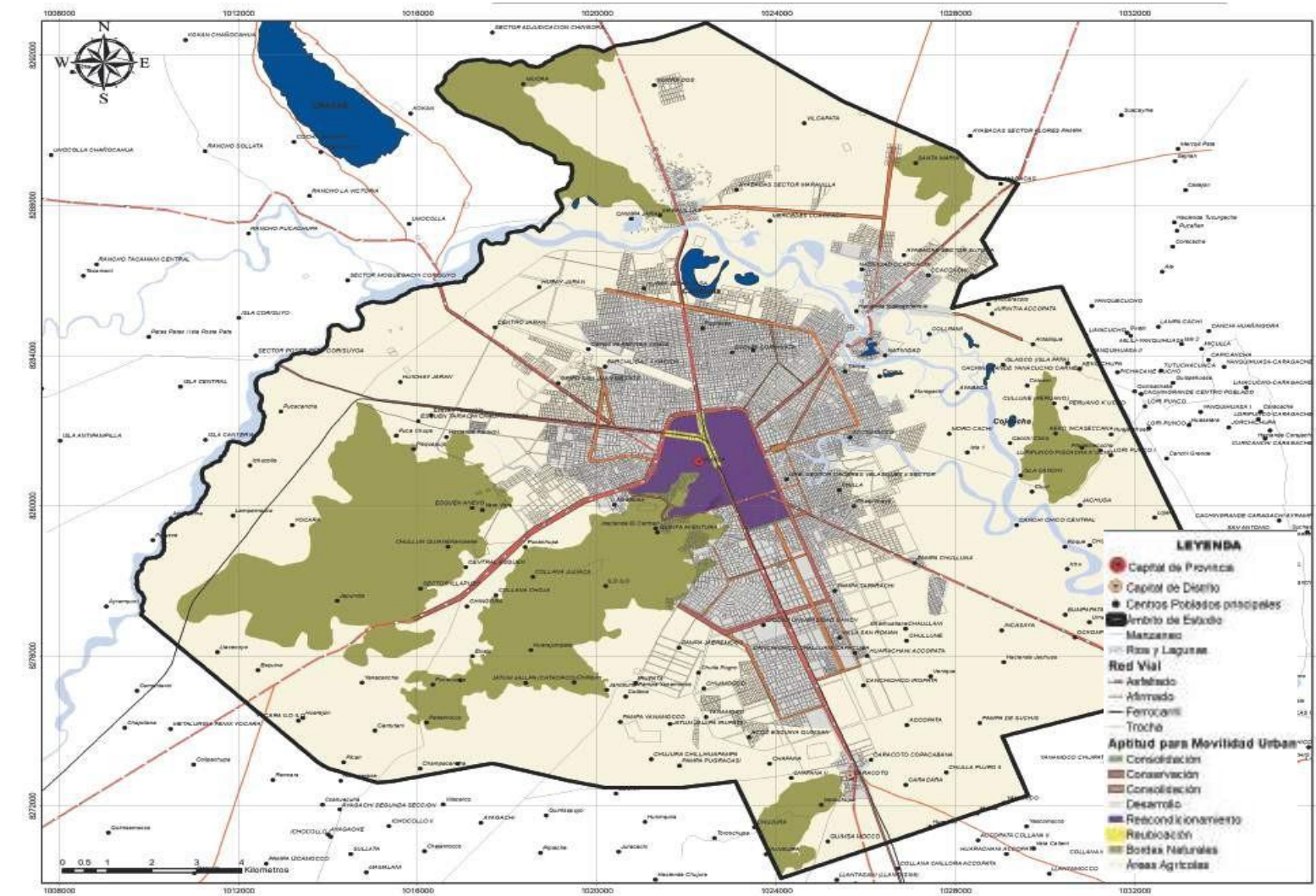


ENCUESTA DE LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL ESPACIO PÚBLICO.

| | | | |
|--|--|-------------|------------------|
| Nombre (opcional) | | | |
| Género | Masculino | | Marque con una X |
| | Femenino | | |
| | No responde | | |
| Edad | | años | |
| Tipo de actividad que realiza en el Mercado "tupac amaru" | Vive | | Marque con una X |
| | Trabaja | | |
| | Vive/trabaja | | |
| | Visitante | | |
| Frecuencia de la visita | Una vez al día o más | | Marque con una X |
| | Algunas veces a la semana | | |
| | Algunas veces al mes | | |
| | Ocasionalmente | | |
| | Otra | | |
| Marque con una X la respuesta que más se acerque a su percepción | | | |
| 1 | ¿Cómo califica el flujo peatonal en el espacio público en las calles aledañas al sector? | 3 = nada | |
| | | 2 = poco | |
| | | 1 = algo | |
| | | 0 = mucho | |
| 2 | ¿Cómo califica usted la organización espacial en la zona comercial "Tupac Amaru"? | 0 = malo | |
| | | 1 = regular | |
| | | 2 = bueno | |
| | | 3 = N/A | |

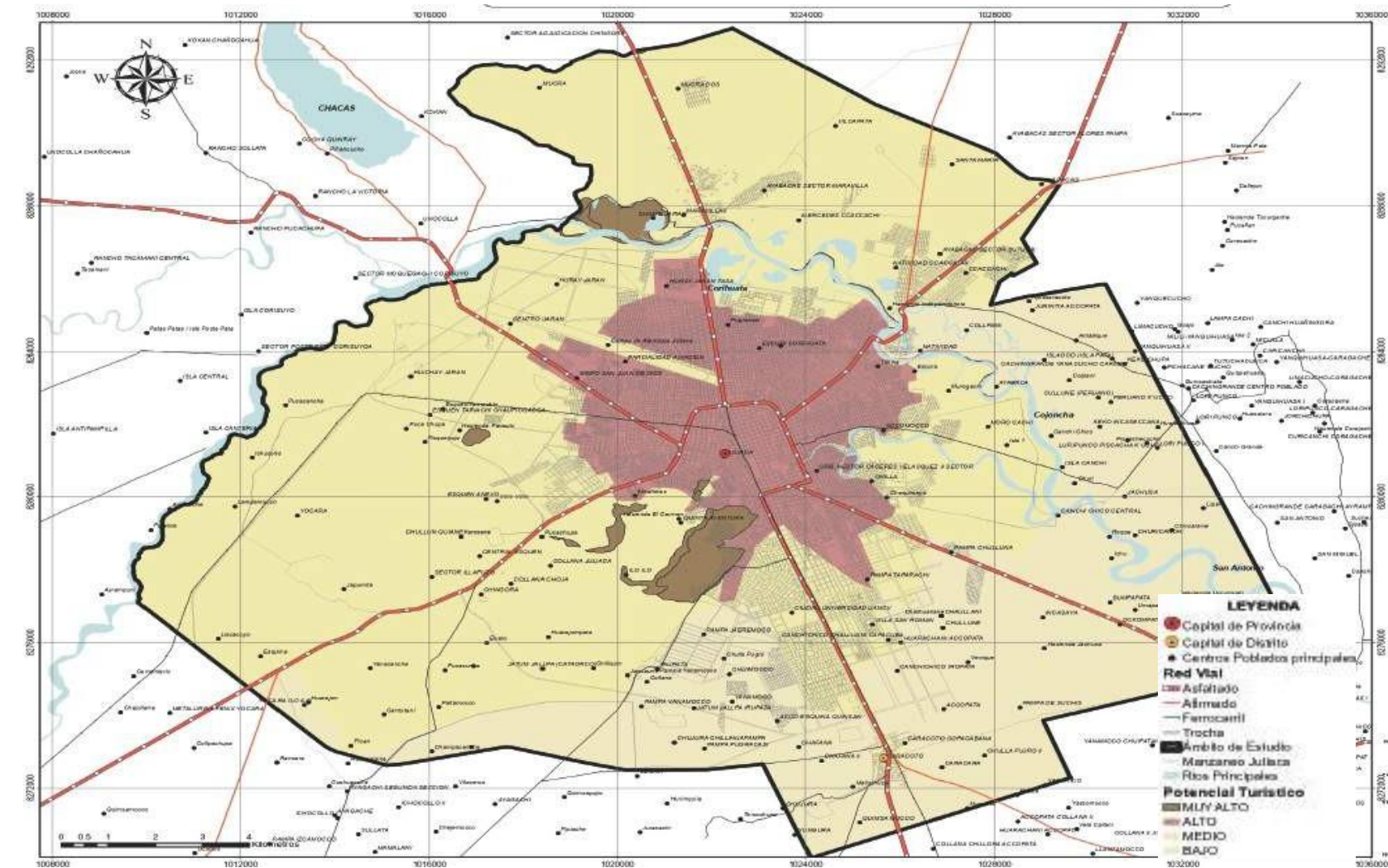
Cuadro 3. Encuesta de la percepción de calidad del espacio público.
Fuente: Elaboración propia.

| | | | |
|---|---|---|--|
| 3 | ¿Es posible llevar a cabo y participar en actividades y eventos en los espacios del Mercado tupac Amaru? | 0 = no es posible | |
| | | 1 = solamente en algunos lugares o momentos | |
| | | 2 = muchos | |
| 4 | ¿Es adecuada la disposition y el diseño de espacios para el desarrollo de actividades en el espacio público? | 3 = casi todos | |
| | | 0 = no adecuado | |
| | | 1 = poco adecuado | |
| 5 | ¿cree que es util el comercio itinerante en la zona commercial tupac amaru? | 2 = medianamente adecuado | |
| | | 3 = muy adecuado | |
| | | 0 = nada | |
| 6 | ¿Es bueno el estado del espacio físico en el mercado tupac amaru y su mantenimiento? | 1 = poco | |
| | | 2 = medio | |
| | | 3 = mucho | |
| 7 | ¿Es bueno el estado del espacio físico en el mercado tupac amaru y su mantenimiento? | 0 = nada | |
| | | 1 = algo | |
| | | 2 = en la mayor parte | |
| 8 | ¿Cuál es el nivel de turgización ocasionada por el tráfico vehicular? | 3 = en todo el lugar | |
| | | 2 = baja | |
| | | 1 = media | |
| 9 | ¿Cuál es el su percepción de saturacion del comercio itinerante en el espacio publico del sector Tupac Amaru? | 0 = alta | |
| | | 1 = media | |
| | | 2 = segura | |
| | | 3 = muy segura | |

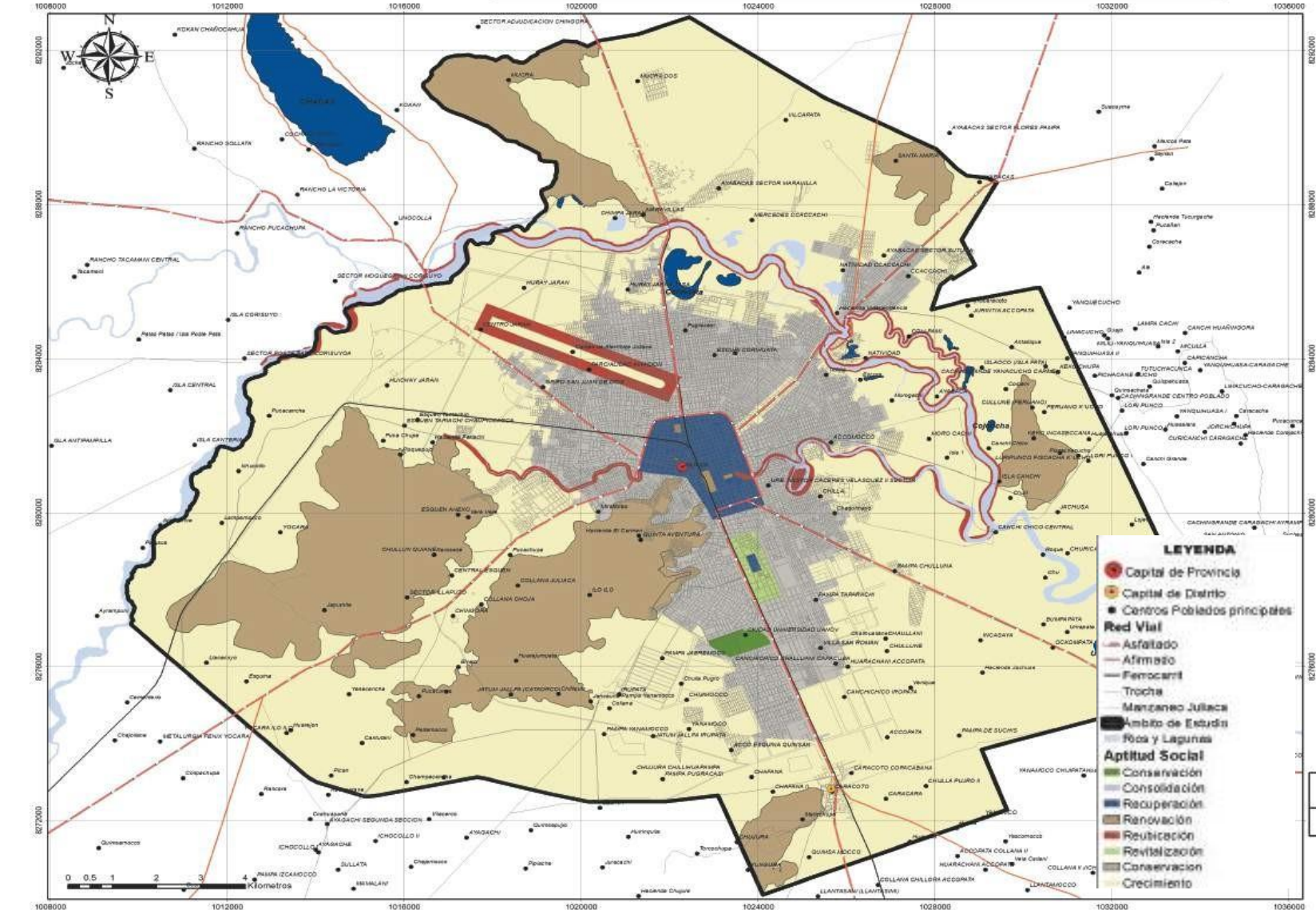


Mapa 46. Mapeo de Conexión Urbana 2019.
Fuente: Elaboración propia, Municipalidad de Juliaca.





Mapa 47. Potencial Turístico 2019.
Fuente: Elaboración propia, Municipalidad de Juliaca.

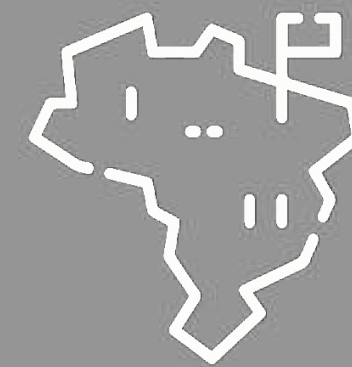
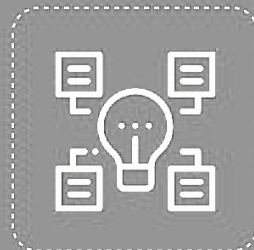
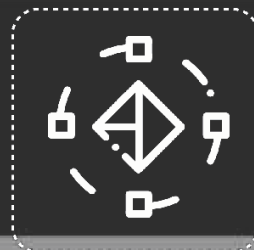
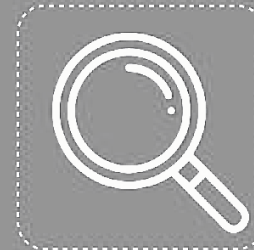


Mapa 48. Aptitud social en una interculturalidad, 2019.
Fuente: Elaboración propia, Municipalidad de Juliaca.





Figura 111. Esquina del Jr. Raúl Porras con Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.



CAPÍTULO 6

PROYECTO

ARQUITECTONICO

(propuesta)

PROGRAMACIÓN Y ORGANIZACIÓN ARQUITECTONICA GENERAL.

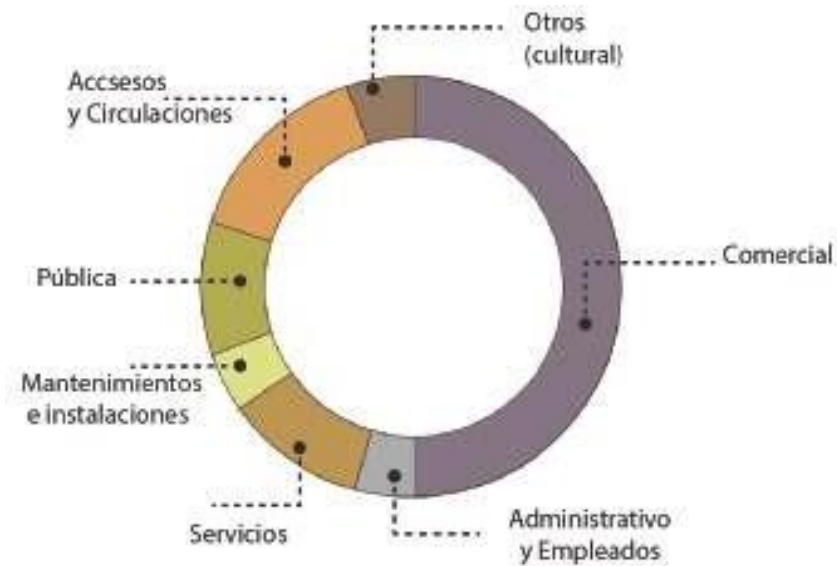


Grafico 1. Diagrama de zona.
Fuente: Elaboración propia.



Grafico 2. Diagrama zona Comercial.
Fuente: Elaboración propia.



Grafico 3. Diagrama zona administrativo e empleados .
Fuente: Elaboración propia.



Grafico 4. Diagrama zona de Servicios.
Fuente: Elaboración propia.





Grafico 6. Zona de acceso y circulaciones .
Fuente: Elaboración propia.

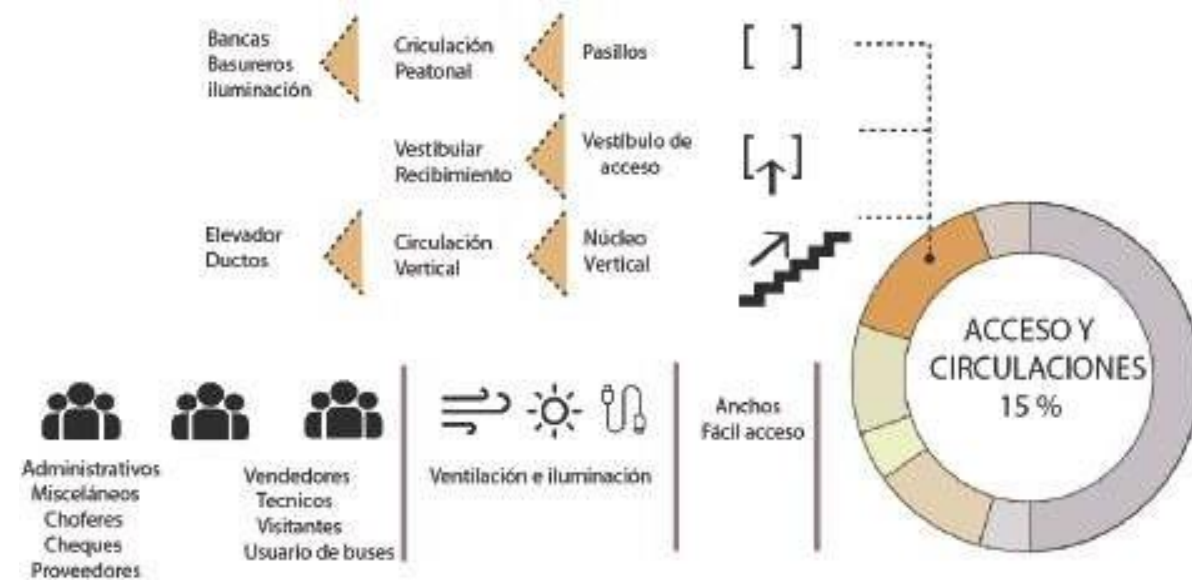


Grafico 7. Zona publica.
Fuente: Elaboración propia.

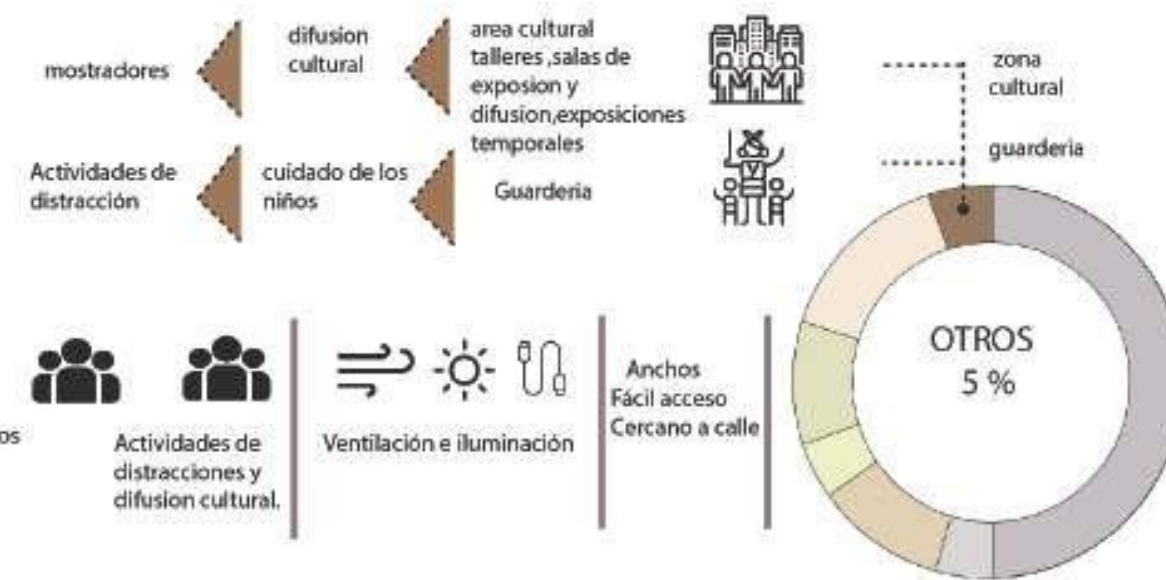


Grafico 8. Otros.
Fuente: Elaboración propia.



COMPOSICIÓN MODULAR

- Volumetría del primer nivel logra unir la calle Túpac Amaru jerarquice el eje del proyecto
- En el segundo nivel se plantea una integración mayor del volumen desarrollando actividades comerciales integradas de manera que en rampas se logrando mimetizar con las actividades sociales
- En la volumetría en general se propone dos bloques diferentes en uno expresando sobriedad en los espacios públicos y por todo lo contrario se desarrolla al otro extremo de manera más ascada la volumetría



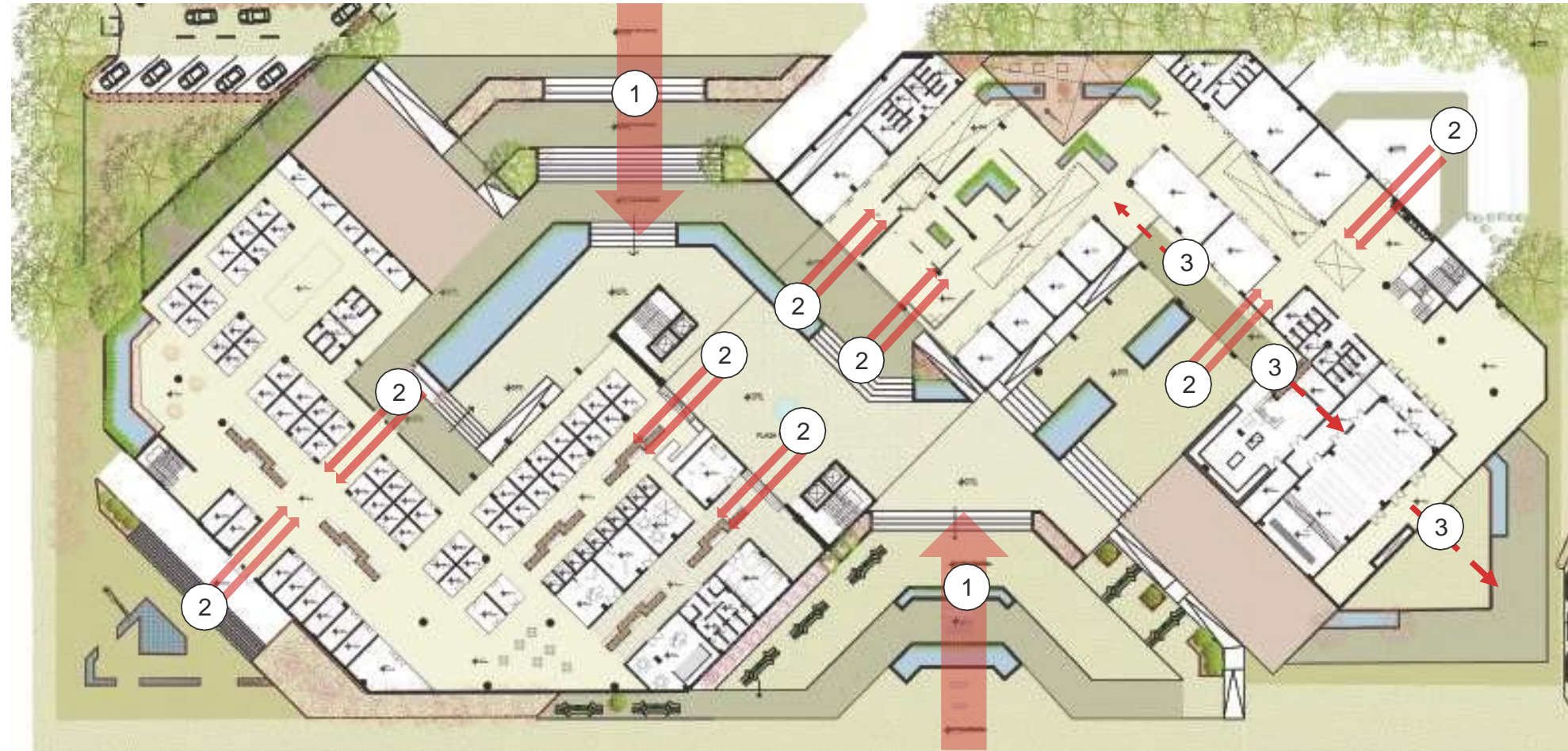
PLANIMETRIA



Plano 1. Planimetría
Fuente: Elaboración propia.



INGRESOS Y SALIDAS SEMI-SOTANO



Plano 2. Ingresos y salidas de semisótano.
Fuente: Elaboración propia.

- LEYENDA**
- 1 INGRESO PRINCIPAL
 - 2 INGRESO SECUNDARIO
 - 3 INGRESO ALTERANTIVO



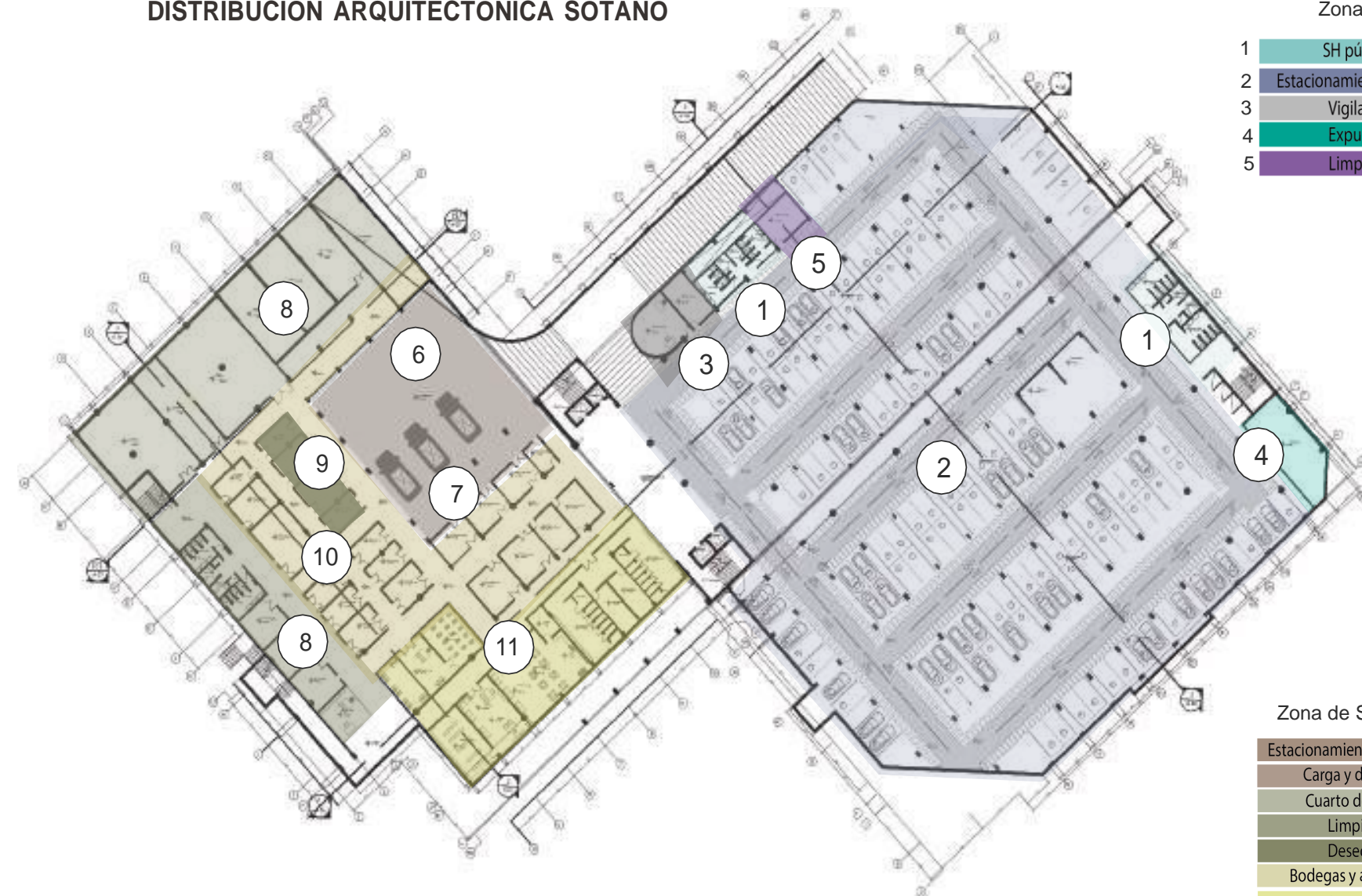
INGRESO Y SALIDAS PRIMER NIVEL



Plano 3. Ingresos y salidas primer nivel.
Fuente: Elaboración propia.



DISTRIBUCION ARQUITECTONICA SOTANO



Plano 4. Distribución arquitectónica sótano.
Fuente: Elaboración propia.

DISTRIBUCION ARQUITECTONICA SEMI - SOTANO



Plano 5. Distribución arquitectónica semisótano.
Fuente: Elaboración propia.



DISTRIBUCIÓN ARQUITECTONICA PRIMER NIVEL

Zona semi-humeda

| |
|-----------|
| Frutas |
| Verduras |
| Legumbres |
| Jugueria |
| Abarrotes |

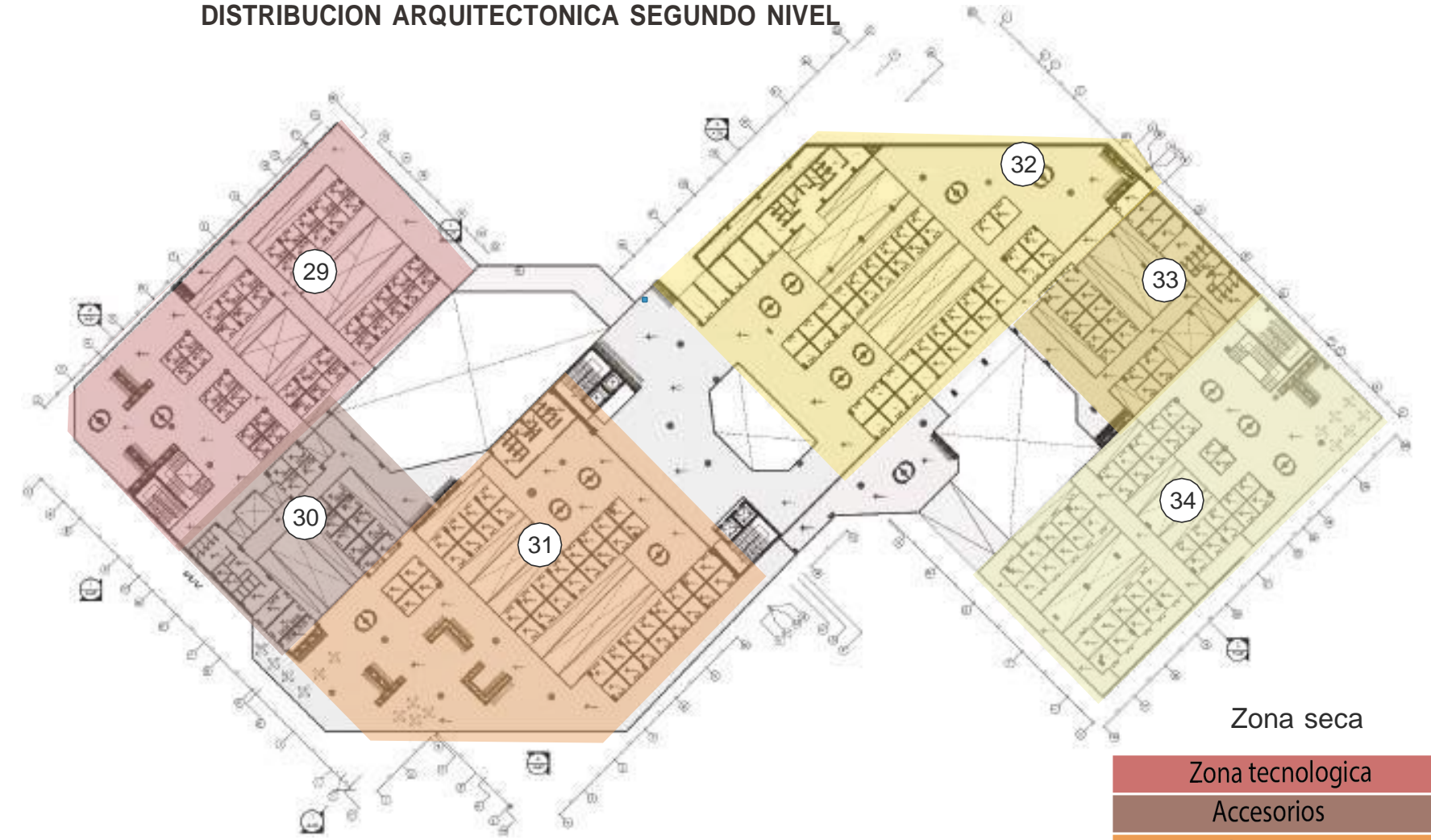


Zona seca

| | |
|-------------------|----|
| Electrodomesticos | 27 |
| Mochilas | 28 |

Plano 6. Distribución arquitectónica Primer nivel.
Fuente: Elaboración propia.

DISTRIBUCION ARQUITECTONICA SEGUNDO NIVEL



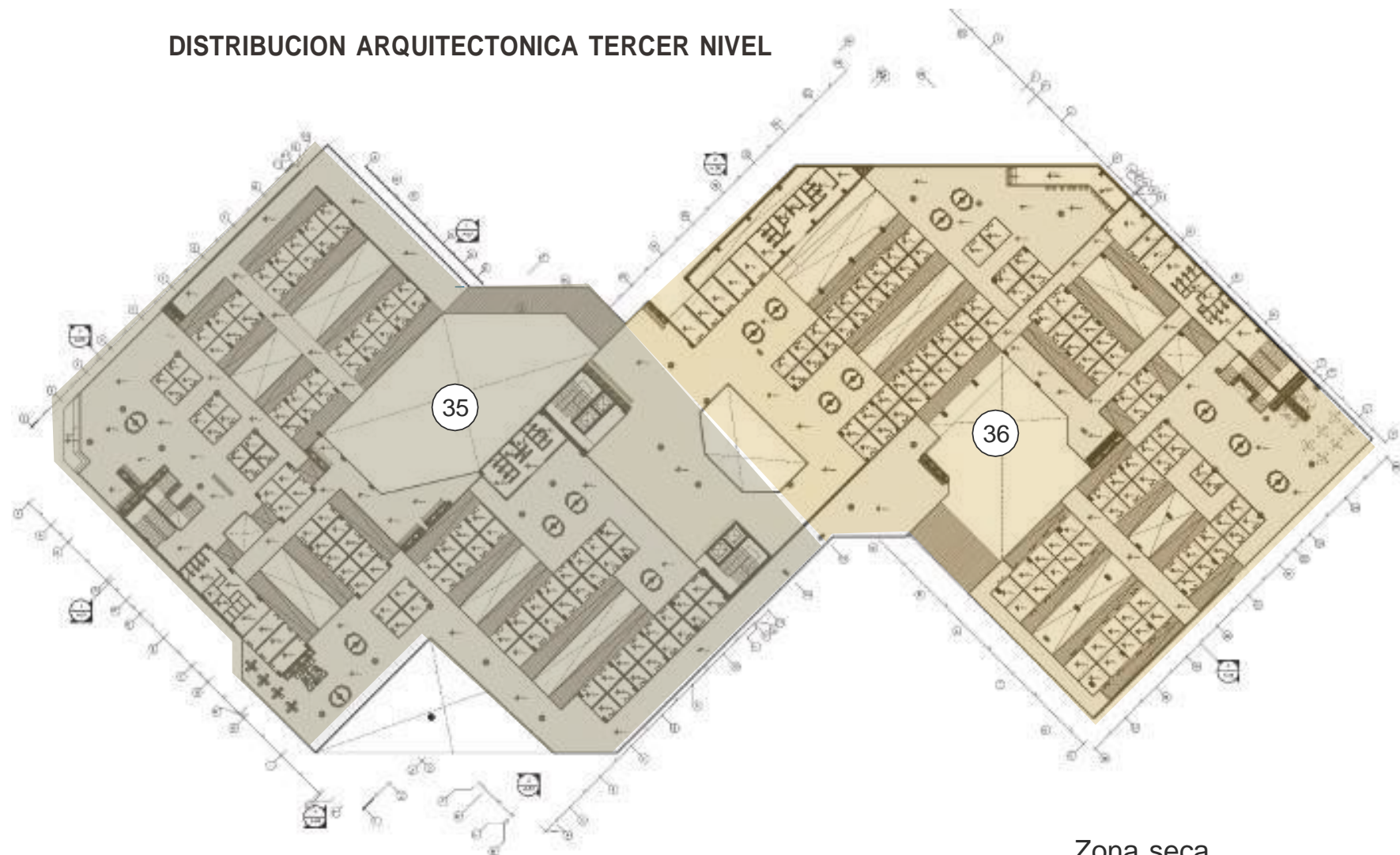
Zona seca

| | |
|------------------|----|
| Zona tecnologica | 29 |
| Accesorios | 30 |
| Juguetes | 31 |
| Ropas (polleras) | 32 |
| Correas | 33 |
| Zapatos | 34 |

Plano 7. Distribución arquitectónica Segundo nivel.
Fuente: Elaboración propia.



DISTRIBUCION ARQUITECTONICA TERCER NIVEL



Zona seca

ropas 35

zapatos 36

Plano 8. Distribución arquitectónica Tercer nivel.
Fuente: Elaboración propia.

DISTRIBUCION ARQUITECTONICA CUARTO NIVEL



Zona administrativa

Administración 37

Puestos de comida y comedor 38

Plano 9. Distribución arquitectónica Cuarto nivel.
Fuente: Elaboración propia.





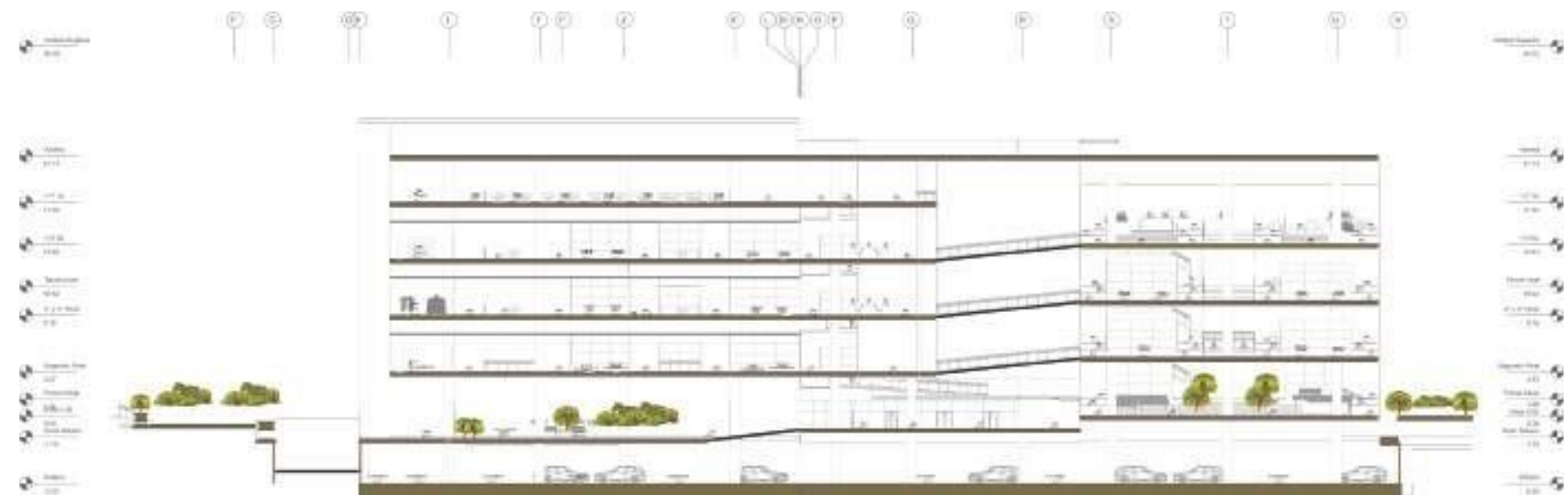
Plano 10. Corte A-A
Fuente: Elaboración propia.



Plano 11. Corte B-B
Fuente: Elaboración propia.



Plano 12. Corte C-C
Fuente: Elaboración propia.



Plano 13. Corte D-D
Fuente: Elaboración propia.





Plano 13. Elevación frontal, Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.

ELEVACION FRONTAL MOQUEGUA



Plano 15. Elevación lateral, Jr. Benigno Ballón.
Fuente: Elaboración propia.

ELEVACION LATERAL BENIGNO BALLON



Plano 14. Elevación Posterior, Jr. Huancané.
Fuente: Elaboración propia.

ELEVACION POSTERIOR HUANCANE



Plano 16. Elevación lateral, Jr. Raúl Porras.
Fuente: Elaboración propia.

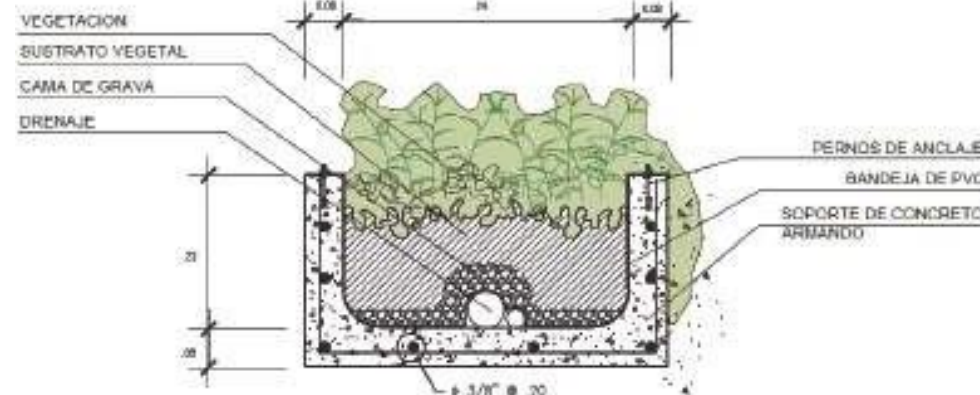
ELEVACION LATERAL RAUL PORRAS



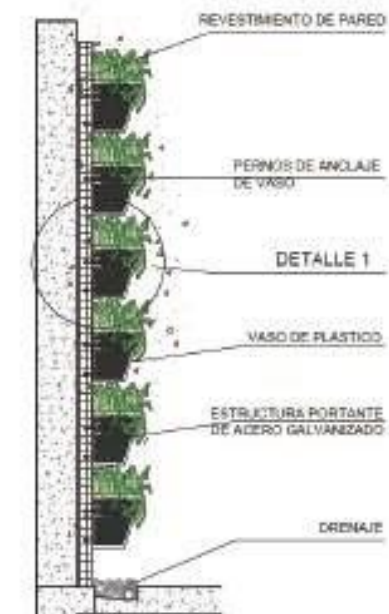


Plano 17. Corte de fachada muro verde.

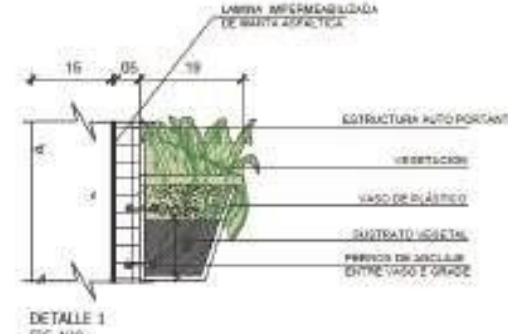
Fuente: Elaboración propia.



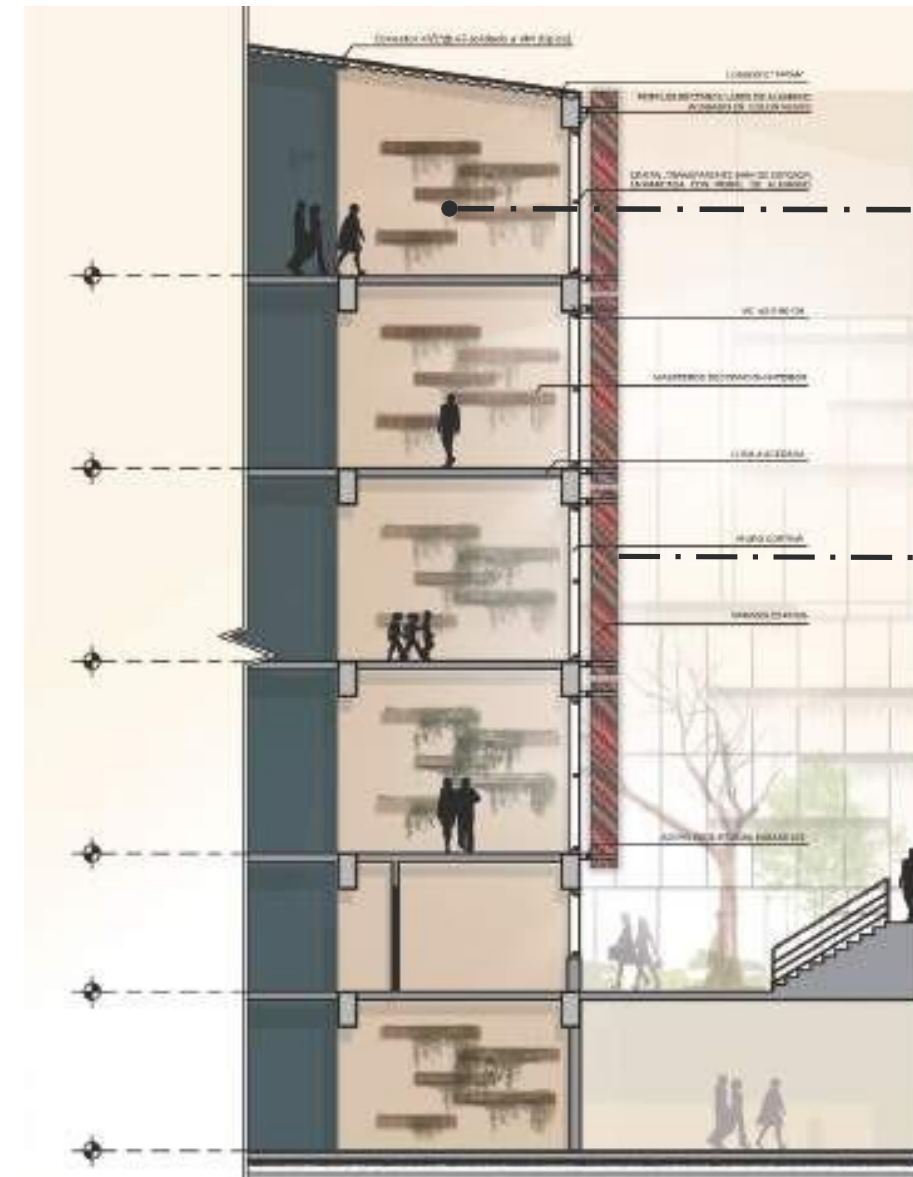
Plano 18. Detalle De Jardinera Colgante.
Fuente: Elaboración propia.



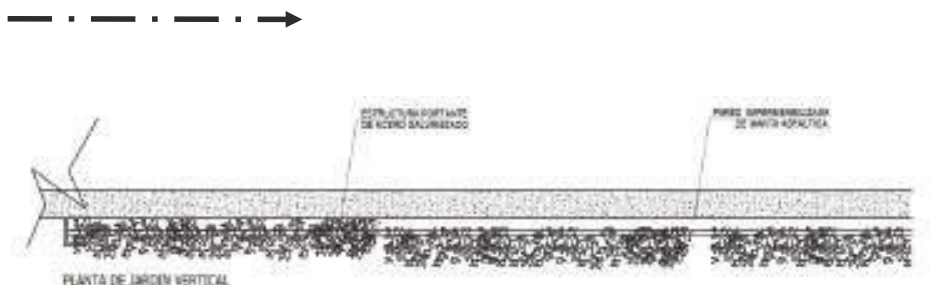
Plano 19. Detalle muro verde.
Fuente: Elaboración propia.



Plano 20. Detalle De Jardinera Colgante.
Fuente: Elaboración propia.



Plano 21. Corte de fachada de parasoles.
Fuente: Elaboración propia.



PLANTA DE JARDEN VERTICAL ESC. 1/10



Plano 22. Detalle de parasoles.
Fuente: Elaboración propia.



Plano 23. textura.
Fuente: Elaboración propia.



DESCRIPCIÓN DE DETALLES ARQUITECTÓNICOS

Como podemos observar como logramos generar mimetización entre lo comercial con las actividades sociales representados en cada plaza conceptualizando de manera que este diseñada en respuesta a una actividad definida que logre revertir las problemáticas dando soluciones arquitectónicas y paisajistas

Ingreso secundario direccionado a la plaza san José, desarrollando una mimetización espacial entre la conceptualización de ambos mercados pudiendo logran un gran remate espacial, aprovechando la conexión entre ambos polos económicos de mayor jerarquía

Plaza cultural (el toporo) un ambiente para poder realzar y potencializar el sector cultural teniendo en cuenta la cercanía de la institución emblemática José Antonio encinas

PLAZA DEL ALTIPAMPA



En respuesta a la turgurización comercial una plaza donde predomina la arborización

PLAZA PRINCIPAL (XULLACA)



Teniendo como remate un espacio de transición entre la plaza de armas teniendo como conexión a la calle Moquegua siendo la calle comercial peatonalizada mas concurrida de Juliaca

Plano 27. Descripción de espacios arquitectónicos. Fuente: Elaboración propia.



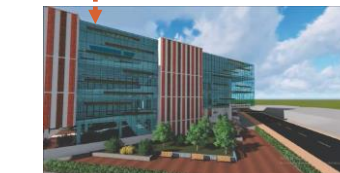
INGRESO SECUNDARIO DIRECCIONADO A LA PLAZA SAN JOSÉ



INGRESO PLAZA DE TOQORO

Desarrollando un proyecto que enfatiza en desarrollar espacios públicos de con viabilidad el cual se puede apreciar en todo el proyecto

PARQUE KULLAKA



Un sector desarrollado en factor que las vías de transito mas concurridas en sector

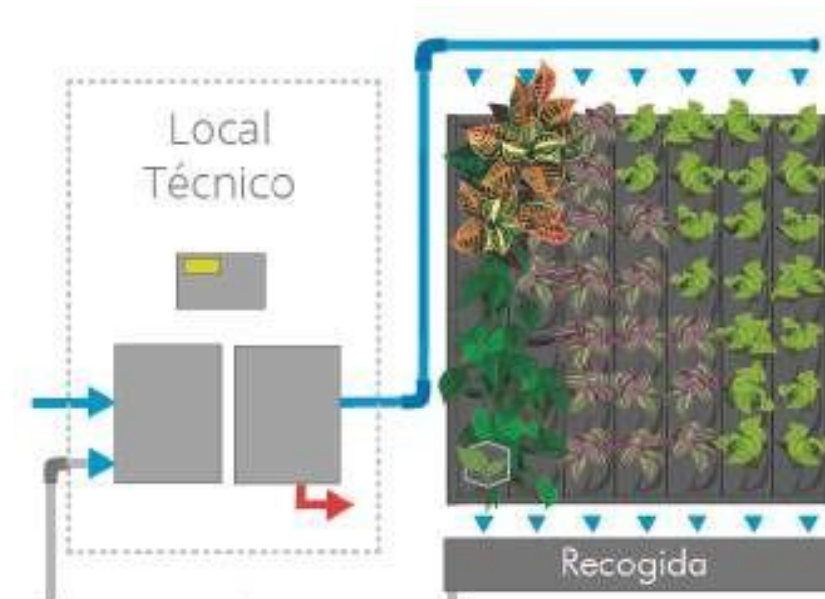


INGRESO PRINCIPAL PARQUE LA HERMANDAD

Plaza principal desarrollada en factor a remate principal de la plaza frente a la iglesia adventista del séptimo día Túpac Amaru aprovechando un espacio de con viabilidad



Plano 24. isometria de jardineras colgante en el muro cortina. Fuente: Elaboración propia.



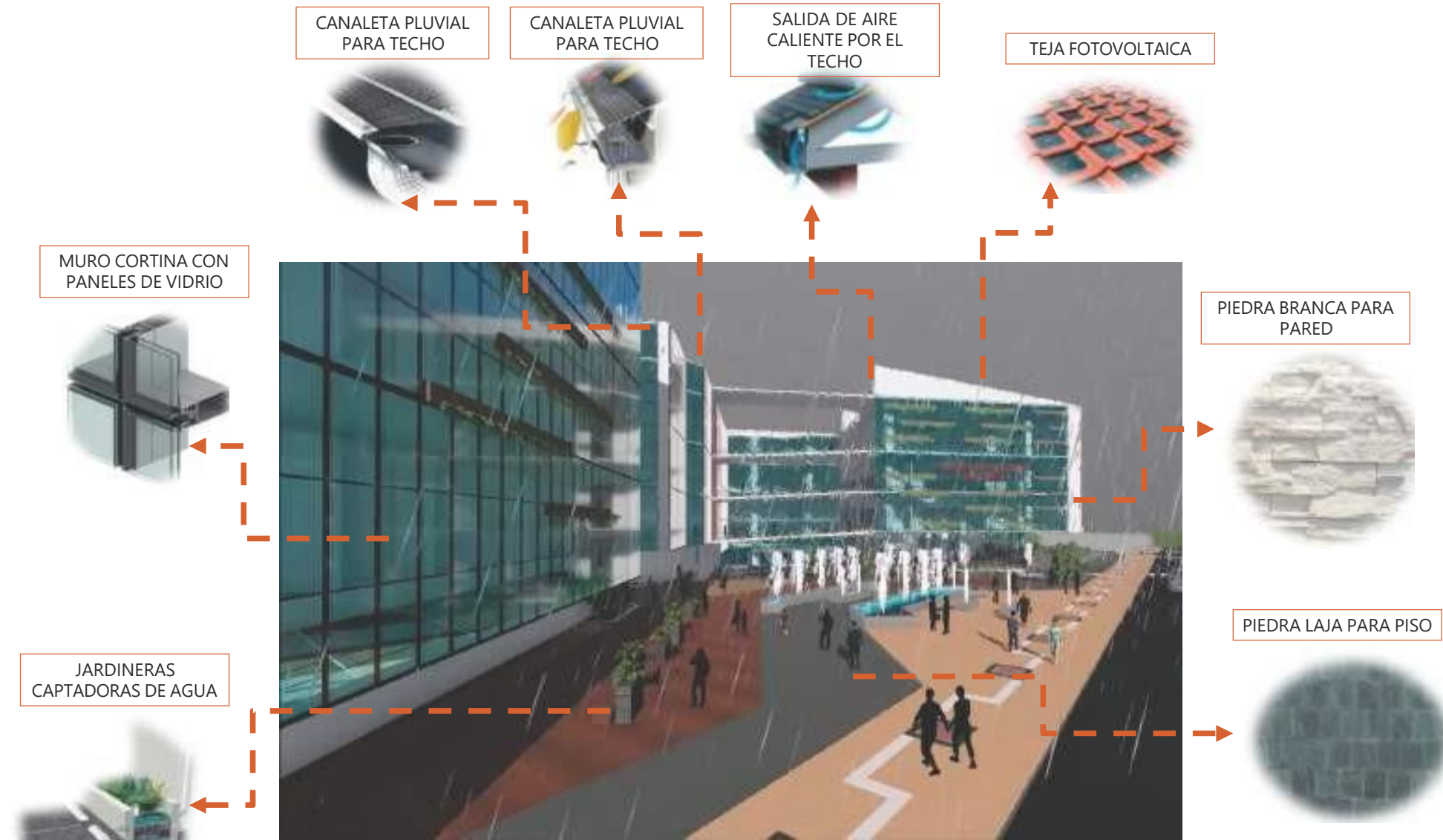
Plano 25. Utilización de aguas grises. Fuente: Elaboración propia.



Bombas industriales

Plano 26. bomba de extraccion de agua. Fuente: Pinterest.

DESCRIPCIÓN DE DETALLES ARQUITECTÓNI-



Plano 28. Descripción de detalles arquitectónicos. Fuente: Elaboración propia.



Render 1. ingreso principal, Jr. Moquegua. Fuente: Elaboración propia.



2.6. Descripción del proyec-



Render 2. Plaza Principal (Xullaca).
Fuente: Elaboración propia.



Render 3. Ingreso principal parque la hermandad.
Fuente: Elaboración propia.





Render 4. Ingreso Nº 2.
Fuente: Elaboración propia.



Render 5. Ingreso Nº 3
Fuente: Elaboración propia.





Render 6. Esquina Jr. moquea con Jr. Raúl Porras.
Fuente: Elaboración propia.



Render 7. Ingreso al semisótano.
Fuente: Elaboración propia.





Render 8. Ingreso al Primer Nivel.
Fuente: Elaboración propia.



Render 9. Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.





Render 10. Parque kullaka.
Fuente: Elaboración propia.

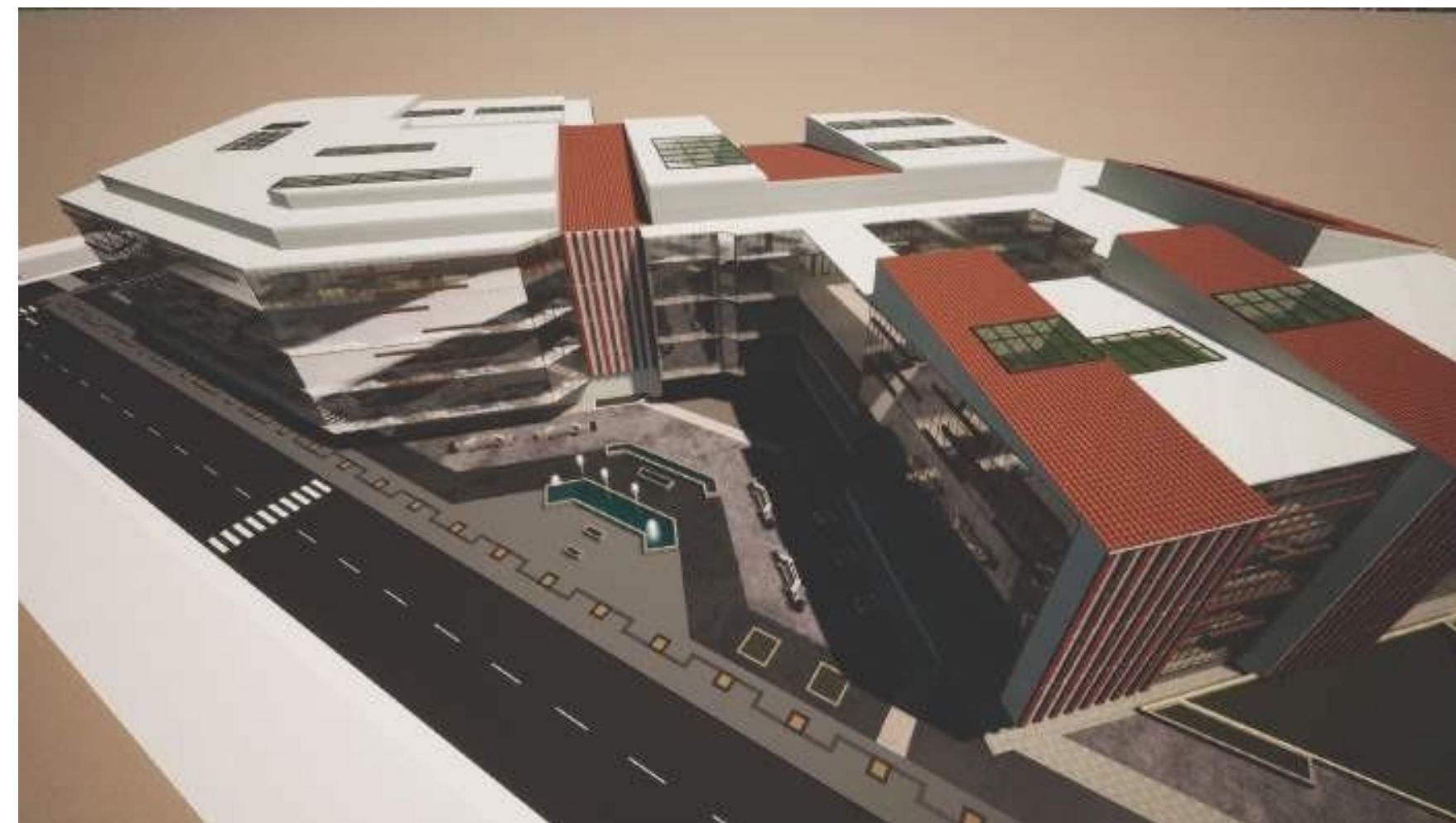


Render 11. Benigno Ballón. Ingreso al semisótano - parque xullaka.
Fuente: Elaboración propia.





Render 12. Estacionamiento de taxis - Jr. Huancané.
Fuente: Elaboración propia.



Render 13. Volumetría del proyecto mercado Túpac Amaru..
Fuente: Elaboración propia.





Render 14. Espacio de sociabilización del ingreso del proyecto Jr. Huancané.
Fuente: Elaboración propia.



Render 15. Espacio de sociabilización del ingreso del proyecto Jr. Moquegua.
Fuente: Elaboración propia.





Render 16. Zona de frutas y verduras.
Fuente: Elaboración propia.



Render 17. Zona de Guarderia.
Fuente: Elaboración propia.





Render 18. Zona de Carnes y Pollos semisótano.
Fuente: Elaboración propia.



Render 19. Espejo de agua semisótano.
Fuente: Elaboración propia.





Render 20. Zona de carnes y pollos semisótano.
Fuente: Elaboración propia.



Render 21. Ambiente de guardería
Fuente: Elaboración propia.



Render 22. Plaza central Túpac Amará.
Fuente: Elaboración propia.



Render 23. Área de exposiciones temporales – permanentes.
Fuente: Elaboración propia.





Render 24. Área de exposiciones temporales.
Fuente: Elaboración propia.



Render 25. Área de exposiciones permanentes.
Fuente: Elaboración propia.





Render 26. Área de exposiciones
Fuente: Elaboración propia.



Render 27. SS-HH.
Fuente: Elaboración propia.





Render 28. Zona de galerías de arte.
Fuente: Elaboración propia.



Render 28. Zona de verduras y frutas.
Fuente: Elaboración propia.





29. Zona Tecnológica .
Fuente: Elaboración propia.Render



30. Espacio Público Primer Piso.
Fuente: Elaboración propia.Render



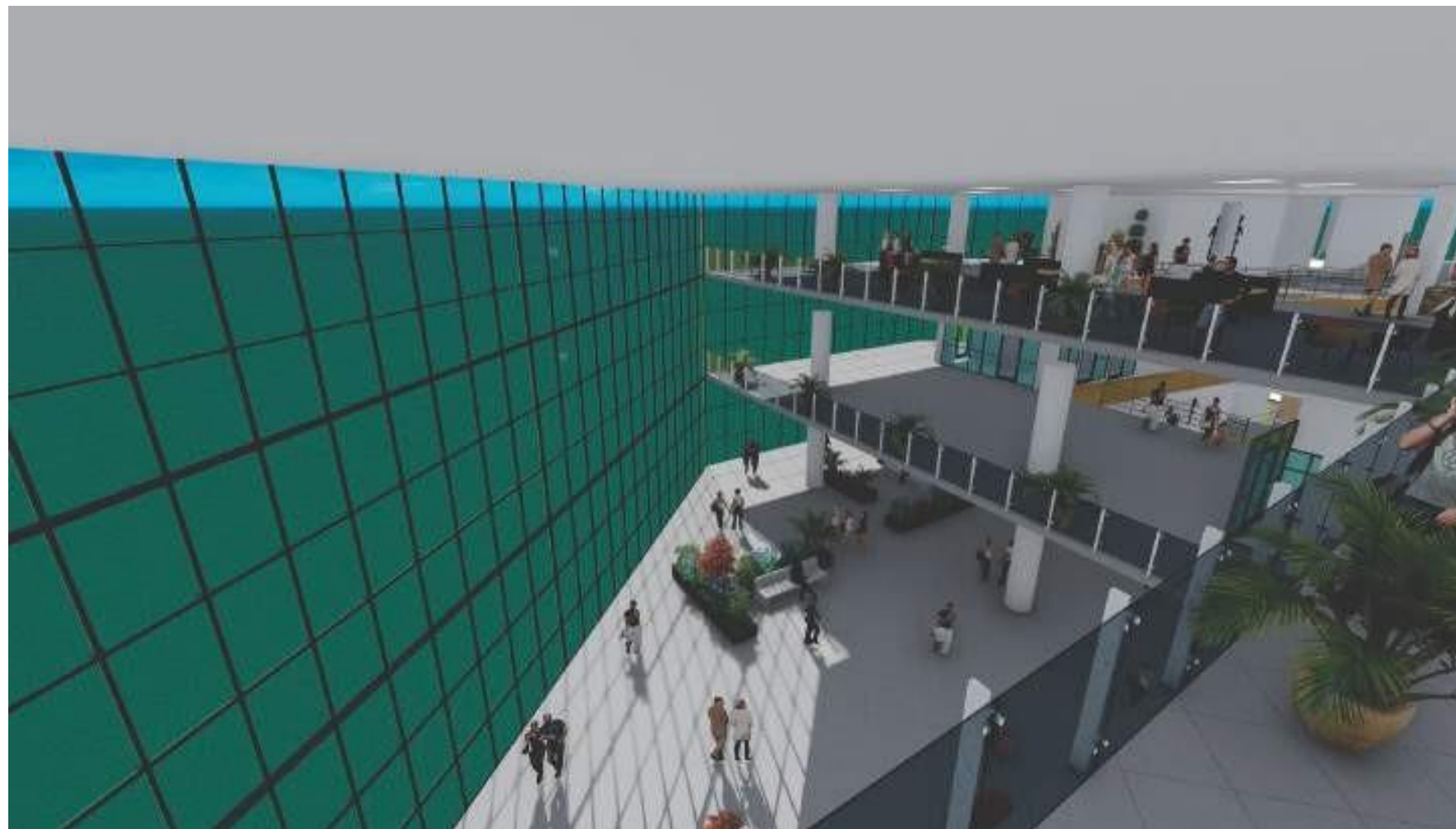


31. Zona de Interacción social.
Fuente: Elaboración propia.Render



32. Zona de ropas y zapatos.
Fuente: Elaboración propia.Render





33. Espacio doble altura
 Fuente: Elaboración propia.Render



Render 34. Zona de comensales.
 Fuente: Elaboración propia.



3.1. CONCLUSIONES

GENERAL El índice de crecimiento económico producido en el barrio Túpac Amaru genera múltiples transformaciones en el espacio público ocasionando la saturación de espacios públicos adoptando actividades comerciales informales en muchos de los casos comercio itinerante haciendo notar la carencia de infraestructura de espacios comerciales adecuados ya que la informalidad en el barrio ocasiona un nodo comercial caótico y descontrolado entendiéndose hasta la plaza de armas de la ciudad de Juliaca

PRIMERO. Se puede observar como el comercio en el espacio público ha ido creciendo y expandiéndose con el pasar del Tiempo de un núcleo central a través de la informalidad por medio de infinidad de factores pero los más importantes que se pudo observar en el diagnóstico es de una ciudad intermedia con muchos problemas y que aún no cuenta con la capacidad de solucionarlos ya que recién experimenta las problemáticas a gran escala la falta de espacios comerciales en el sector hace que el comercio itinerante se prolifere de manera rápida ramificándose a los principales puntos de la ciudad y llevando consigo todos los problemas generando que la población sea dependiente del comercio informal itinerante

SEGUNDO. Logramos identificar los patrones que a lo largo del tiempo se ha ido transformando ocasionando que ciertas tendencias propias del sector relativamente prolifere muy rápido basándose en diferentes recursos mostrando también tendencias comerciales foráneas conllevando a la saturación espacial, caos y desorden ocasionando la fragmentación de la estructura urbana y la divergencia en la estructura social

TERCERO

Basados en los resultados de las encuestas realizadas a la población se puede llegar a la conclusión de una insatisfacción notable en cuanto al espacio público debido a la inadecuada planificación y orden ya que según la población no encuentra confortabilidad espacial estando dentro como fuera del mercado Túpac Amaru, considerando que el mercado no está acorde a la población de Juliaca

CAPÍTULO 7

CONCLUSIÓN

Bibliografía

Aínsa, F. (1986). *Identidad cultural de América en su narrativa* (Vol. 348). Gredos.

Albuquerque, F. (1999). *Identidad y territorio*. ELGUE, Mario.

Aníbal Pauchard y Olga Barbosa, "Regional Assessment of Latin America: Rapid Urban Development and Social Economic

Benedetto, A. (2006). *Identidad y territorio: aportes para la revalorización de procesos de diferenciación productiva en áreas de co-existencia geográfica*. Rimisp. <http://www.rimisp.org/getdoc.php>.

Colmeiro, J. F. (2005). *Memoria histórica e identidad cultural: de la postguerra a la postmodernidad* (Vol. 40). Anthropos Editorial.

Grimaldo, M. (1997). *Influencia de la televisión en la construcción de la identidad del niño*. En: *La Niñez Construyendo Identidad*. Lima, Perú: UNIFE. p. 689-694.

Grimaldo, M. (2004). *Manual de Identidad Cultural*. Lima, Perú: Dibós.

Grossberg, L. (2003). *Identidad y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso? Cuestiones de identidad cultural*, 148-180. *Inequity Threaten Biodiversity Hotspots*, en *Urbanization, Biodiversity and Ecosystem Services: Challenges and Opportunities*, ed.

Grimaldo, M. (1997). *Influencia de la televisión en la construcción de la identidad del niño*. En: *La Niñez Construyendo Identidad*. Lima, Perú: UNIFE. p. 689-694.

Grimaldo, M. (2004). *Manual de Identidad Cultural*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres

Instituto Nacional de Cultura (2002). *Lineamientos y Programas de Política Cultural del Perú 2003-2006*. Lima: Consejo Nacional de Cultura.

Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos, *Estado de las ciudades de América Latina y El Caribe 2012: rumbo a una nueva transición urbana*. (Río de Janeiro: ONU-Habitat, 2012).

Thomas Elmqvist et al. (Dordrecht: Springer Netherlands, 2013), 589-608, http://link.springer.com/10.1007/978-94-007-7088-1_28.

"Wanted: More Inclusive, Resilient, Sustainable Cities," International Institute for Environment and Development, consultado el 1

de septiembre de 2016, <http://www.iied.org/wanted-more-inclusive-resilient-sustainable-cities>.

Apaza, H. (2005). *Temas históricos de Juliaca*. Juliaca, Perú: Editorial Arturo.

Andersen, A. (1998). *Diccionario Economía y Negocios*. Madrid, España: Editorial

Espasa Calpe, S.A.

Amadeo E., Gill I. y Neri M. (2002). *Assesing el Impacto de Regulaciones sobre*

Trabajadores Informales en Brasil En I. Gill, C. Montenegro y D. Dömeland (Eds.), *Trabajo de Política De trabajo: Técnicas y Lecciones de América Latina*. Nueva York: Banco mundial.

Calderón-Madrid, A. (2000). *Estabilidad de Trabajo y Movilidad De trabajo en*

México Urbano: Un estudio basado en la duración modela y el análisis de transición. Banco de Desarrollo interamericano, Documento de trabajo de

Red de Investigación #R-419.

Carbonetto, D. (1985). *Notas sobre la heterogeneidad y el crecimiento económico en*

la región. En el sector informal urbano en los países Andinos.

ILDIS/CEPESSIU. Ecuador, pp. 45 - 68

Carbonetto, D. Hoyle y Tueros M. (1998). *Lima Sector Informal*. Lima, Perú: Editorial.

CEPED.

Carneiro, F. (1997). *El Mercado de trabajo Informal que se Cambia en Brasil:*

Cyclality contra Intervención Excesiva. Trabajo, 11, 3-22.

Castells, M. y A. Portes. (1986). *World Undermeth The Origins of Dynamics and of*

the Informal Economy. EE.UU: Editorial Virginia.

Castells, M. (1985). *La Cuestión Urbana*. (10 Ed.). México: Editorial Siglo XX, S.A

Dabla-Norris, E., Gradstein, M. e Inchauste, G. (2005). *¿Qué Firmas de Causas*

Ocultar Salida? Los Determinantes de Informalidad. Fondo Monetario Internacional, Documento de trabajo WP/05/160.

Apaza, H. (2005). *Temas históricos de Juliaca*. Juliaca, Perú: Editorial Arturo.

Andersen, A. (1998). *Diccionario Economía y Negocios*. Madrid, España: Editorial

Espasa Calpe, S.A.

Amadeo E., Gill I. y Neri M. (2002). *Assesing el Impacto de Regulaciones sobre*

Trabajadores Informales en Brasil En I. Gill, C. Montenegro y D. Dömeland

(Eds.), *Trabajo de Política De trabajo: Técnicas y Lecciones de América*

Latina. Nueva York: Banco mundial.

Calderón-Madrid, A. (2000). *Estabilidad de Trabajo y Movilidad De trabajo en*

México Urbano: Un estudio basado en la duración modela y el análisis de

transición. Banco de Desarrollo interamericano, Documento de trabajo de

Red de Investigación #R-419.

Carbonetto, D. (1985). *Notas sobre la heterogeneidad y el crecimiento económico en*

la región. En el sector informal urbano en los países Andinos.

ILDIS/CEPESSIU. Ecuador, pp. 45 - 68

Carbonetto, D. Hoyle y Tueros M. (1998). *Lima Sector Informal*. Lima, Perú: Editorial.

CEPED.

Carneiro, F. (1997). *El Mercado de trabajo Informal que se Cambia en Brasil:*

Cyclality contra Intervención Excesiva. Trabajo, 11, 3-22.

Castells, M. y A. Portes. (1986). *World Undermeth The Origins of Dynamics and of*

the Informal Economy. EE.UU: Editorial Virginia.

Castells, M. (1985). *La Cuestión Urbana*. (10 Ed.). México: Editorial Siglo XX, S.A

Dabla-Norris, E., Gradstein, M. e Inchauste, G. (2005). *¿Qué Firmas*

