



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

“Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de
abastos de Lima Sur, 2019”

“Mercado de abastos Municipal tipo B y espacio didáctico cultural para
el distrito de Villa el Salvador, 2020”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Arquitecto**

AUTORES:

Perez Cruz, Jarley Brighith (ORCID: 0000-0001-5951-2885)

Polo Vigo, Edson Piero (ORCID: 0000-0002-1357-6856)

ASESORES:

MGTR. Vargas Aparacana Sergio (ORCID: 0000-0002-3100-1941)

Mg.: Cervantes Veliz Oscar Fredy (ORCID: 0000-0001-8872-8861)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Urbanismo Sostenible

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria:

Al universo, por ser fuente de energía e inspiración, y a nuestra familia, por ser el pilar de nuestras vidas, ya que, sin su incondicional apoyo, nada de esto sería posible.

Agradecimiento:

A todos nuestros maestros que contribuyeron con nuestra formación profesional, que supieron llegar a transmitir todo su conocimiento y experiencia a través de la docencia.

A nuestro segundo hogar, la universidad César Vallejo por abrirnos las puertas y permitirnos seguir con nuestra carrera profesional de Arquitectura.

Y por supuesto a nuestros padres por ser la mayor fuente de motivación diaria y su incondicional apoyo moral desde el primer día de nuestras vidas.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	vi
Índice De Figuras.....	ix
Índice De Tablas.....	xiv
Resumen.....	xvii
Abstract.....	xviii
1. INTRODUCCIÓN.....	19
1.2 Realidad Problemática.....	21
1.3 Trabajos previos	32
1.4 Marco referencial	46
1.4.1 Marco Teórico	46
1.4.2 Marco Conceptual y Categorías	53
1.5 Teorías relacionadas al tema	76
1.6 Formulación del problema	76
1.7 Justificación del tema.....	77
1.8 Objetivos (Generales y Específicos)	78
1.9 Alcances y Limitaciones de la investigación.....	78
2. MÉTODO.....	79
2.1 Tipo y diseño de investigación	79
2.2 Escenario de estudio	81
2.3 Participantes.....	83
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	84

2.5 Procedimiento	85
2.6 Método de análisis de información	86
1.4 Triangulación de datos	86
3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	89
3.1 Recursos y presupuesto	89
3.2 Financiamiento.....	89
3.3 Cronograma de ejecución	90
3.4 Aspectos Éticos	91
4. ANÁLISIS DE LOS CASOS.....	92
4.1 Casos de estudio	92
Criterios de selección.....	92
4.1.1 Caso 01: Mercado Plaza Villa Sur (1999)	93
4.1.2 Caso N° 02: Mercado de abastos Edén de Monterrico (2005)....	113
4.1.3Caso N° 03 Mercado Municipal de San Isidro (1968)	123
4.1.4 Caso N° 04: Mercado de abastos Edén Alfredo Benavides (2005)	132
4.1.5Caso N° 05: Mercado No 2 de Surquillo (2001)	141
4.1.6 Caso N° 06: Mercado Lobatón N° 01 (1929).....	150
4.2 Lineamientos de Intervención.....	158
5. RESULTADOS.....	199
6. DISCUSIÓN.....	204
7. CONCLUSIONES.....	207
8. RECOMENDACIONES	211
REFERENCIAS.....	214
ANEXOS	219

Índice de figuras

figura 1: Mercados mayoristas en América Latina.....	22
figura 2. Porcentaje de los mercados de abastos del Perú	23
figura 3. Gráficos de centros de acopio por mercado.....	24
figura 4. Mercados de Lima sur, fuente	25
figura 5. vista aérea del mercado Villa sur	26
figura 6. vista aérea del mercado Villa sur, fuente.....	27
figura 7. Cumulo de basura en la avenida cesar vallejo	27
figura 8. Plano de puntos de carga y descarga	28
figura 9. Denuncias del 2016 de V.E.S.....	29
figura 10. Porcentajes de delincuencia.....	30
figura 11. Delincuencia en la Avenida Cesar Vallejo	31
figura 12 .Delincuencia en la av. Revolución, fuente:	31
figura 13. Fachada del mercado Central de Budapest	62
figura 14. Vista aérea del mercado Central de Budapest.....	63
figura 15. Calle Vámház Krt.....	63
figura 16. Corte vial de la calle Vámház Krt.....	64
figura 17. Plano vial de la Vámház Krt.	65
figura 18. Fachadas del comercio zonal.....	66
figura 19. Fachada de la publicidad.....	66
figura 20. Fachada de la publicidad.....	67
figura 21. Fachada del mercado Markthal	69
figura 22. Sección arquitectónica del mercado Markthal	70

figura 23. Vista exterior del mercado Markthal	71
figura 24. Entorno urbano del mercado Markthal	72
figura 25. Sección vial del mercado Markthal	73
figura 26. Fachada del entorno urbano del mercado Markthal	74
figura 27. mapa de Lima metropolitana, fuente	81
figura 28. gráficos del procedimiento de la investigación	85
figura 29. Gráficos de la triangulación.	87
figura 30. Fachada del mercado Plaza Villa Sur.....	93
figura 31. Plano de zona de intervención.	94
figura 32. Sección A-A, Av. Central	95
figura 33. Sección B-B. avenida Cesar Vallejo	96
figura 34. Sección C-C Alameda	97
figura 35. Fachada del mercado Villa Sur	98
figura 36. Fachada del mercado Villa Sur	98
figura 37. Análisis de fachadas, entorno urbano	99
figura 38. Análisis de fachadas, avenida Central.....	100
figura 39. Publicidad en el mercado Plaza Villa Sur.	101
figura 40. Publicidad en la avenida Cesar Vallejo.	101
figura 41. Publicidad en la avenida Cesar Vallejo	102
figura 42. Cableado Mercado Plaza Villa Sur.	103
figura 43. Cableado avenida Central	103
figura 44. Plano de puntos de acumulación de aguas pluviales	104
figura 45. Plano de áreas verdes.....	106
figura 46. Plano de congestión peatonal	107

figura 47. Fachada del mercado Edén de Monterrico.....	113
figura 48. Corte vial, de la avenida primavera y mercado Edén de Monterrico. .	114
figura 49.Corte vial, Jirón del Álamo y mercado Edén de Monterrico.....	115
figura 50. Fachada del mercado Edén de Monterrico.....	116
figura 51. Fachada del mercado municipal de San Isidro.....	123
figura 52. Elevación de la Fachada del mercado municipal de San Isidro	124
figura 53. Corte vial avenida el ejército y mercado municipal de san isidro	125
figura 54. Elevación de la avenida el ejército	126
figura 55 . Fachada del mercado Edén Alfredo Benavides.	132
figura 56 . Fachada del mercado Edén Alfredo Benavides. fuente propia. (2019).	133
figura 57. Corte vial del jirón Galeano con el mercado Alfredo Benavides (2019).	134
figura 58. Fachada de la avenida Alfredo Benavides.	135
figura 59. Fachada del mercado N° 2 de Surquillo	141
figura 60. Corte vial de Jirón Dante	142
figura 61. Corte vial de jirón Leonardo Barbieri.	143
figura 62. Fachada con publicidad del Jirón Dante N° 2 de Surquillo.....	144
figura 63. Fachada del mercado Lobatón	150
figura 64. Corte seccional A-A del mercado Lobatón	151
figura 65. Fachada de la avenida Mariscal las Heras.....	152
figura 66. Gráficos de metodología de diseño de la imagen urbana	160
figura 67. Cortes de secciones viales.....	161
figura 68. Cortes de sendas viales.	162

figura 69. planos de banca	163
figura 70. Renders de puesto de periódicos	164
figura 71. Elementos de los maceteros	165
figura 72. Fachadas con publicidad.....	166
figura 73. Colocación de publicidad.....	167
figura 74. Modelo de colocación de publicidad.....	167
figura 75. Elementos que conforman el entorno urbano.....	168
figura 76. Ordenanza de publicidad.....	169
figura 77. representación gráfica de modelo de letras.....	170
figura 78. Representación gráfica de fachadas comerciales	171
figura 79. Representación gráfica de veredas para comercio zonal.....	172
figura 80. Representación gráfica de retiro de vereda.....	173
figura 81. representación gráfica de establecimientos comerciales	174
figura 82. perfil de fachadas comerciales	175
figura 83. representación gráfica de la funcion de la arborización.....	176
figura 84. Plano 2D de intervención en la av. César Vallejo y la alameda con la av. Central.....	185
figura 85. Vista 3D de la intervención del cruce de la av. Central y av. César Vallejo	186
figura 86. Render 3D de intervención en la av. Central.....	187
figura 87. Render 3D de la alameda central en la av. César Vallejo	188
figura 88. Render 3D de boulevard ubicado en la alameda.	189
figura 89. Render 3D de publicidad en fachadas.....	190

figura 90. Render 3D de publicidad en fachadas e integración con el mobiliario urbano.	191
figura 91. Render de publicidad en fachadas en la av. Central.	193
figura 92. Render de publicidad en fachadas en la av. César Vallejo	195
figura 93. Render 3D de punto de aglomeración de usuarios	197

Índice de tablas

Tabla 1. Recursos y presupuestos	89
Tabla 2. Cronograma de ejecución	90
Tabla 3. Cronograma de ejecución.	92
Tabla 4. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Pistas y veredas.	108
Tabla 5. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Mercado ..	109
Tabla 6. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Espacio Público	110
Tabla 7. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Áreas verdes	111
Tabla 8. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Fachada y entorno	112
Tabla 9. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, pistas y veredas.....	118
Tabla 10. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, Mercado	118
Tabla 11. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, espacio público.....	120
Tabla 12. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, Áreas Verdes.....	121
Tabla 13. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, fachada y entorno.....	122

Tabla 14. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, pistas y veredas	127
Tabla 15. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, Mercado,	128
Tabla 16. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, espacio público.....	129
Tabla 17. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, pistas y veredas.....	136
Tabla 18. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, Mercado	137
Tabla 19. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, Espacio Público	138
Tabla 20. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, Áreas verdes	139
Tabla 21. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, fachada y entorno	140
Tabla 22. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, pista y veredas.	145
Tabla 23. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, Mercado	146
Tabla 24. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, espacio público.....	147
Tabla 25. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, áreas verdes	148

Tabla 26. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, fachada y entorno,	149
Tabla 27. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, pistas y veredas	153
Tabla 28. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, Mercado	154
Tabla 29. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, espacio público	155
Tabla 30. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, áreas verdes.	156
Tabla 31. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, espacio público	157
Tabla 32 . tabla de especies botánicas para espacios urbanos (arboles)	177
Tabla 33. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (arboles).	178
Tabla 34. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (arboles).	179
Tabla 35. especies botánicas para espacios urbanos (arbustos).....	181
Tabla 36. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (arbustos).	182
Tabla 37. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (arbustos).	183

Resumen

El siguiente trabajo de investigación se centra en el análisis del impacto que generan los mercados de abastos de Lima sur, en la imagen urbana que los rodea, dentro de un radio de 300 metros a la redonda, para la determinación de ello se tomó 6 casos y como caso principal se seleccionó al mercado Plaza Villa Sur, donde se pudo comprobar que el mercado influye en el cambio del entorno urbano que rodea, llegando a alterar los elementos que componen la imagen urbana del lugar, pues esto se pudo corroborar mediante la ficha técnica que se elaboró, para el análisis espacial del entorno, mientras que para el análisis de percepciones de la población se pudo realizar mediante la ficha de entrevistas a campo abierto que nos permite conocer, obtener información y opiniones del usuario que suele concurrir al equipamiento, pues se pudo determinar que la mayor alteración que afecta a la imagen urbana son las fachadas con el exceso de publicidad, el cableado desordenado en el exterior, pues el equipamiento genera que las viviendas aledañas empiecen a desarrollar el comercio zonal, por otro lado la contaminación del espacio urbano y el degradado por el uso constante de los usuarios.

Dentro de este contexto es preciso resaltar que el objetivo principal de esta investigación es poder determinar los criterios de intervención que permitan optimizar la imagen urbana de los mercados de abastos de Lima sur, en función al análisis que arrojó cada caso estudiado, para la propuesta de mejora se utilizó diferentes lineamientos y criterios investigados en manuales y normativas nacionales e internacionales, todo esto con el propósito de aportar criterios de intervención para zonas con diferentes escenarios, pero con realidades similares.

Este proyecto se desarrollará bajo los lineamientos de la metodología cualitativa, pues se busca evaluar diferentes aspectos que influyen dentro del impacto comercial en relación a la imagen urbana, dentro de la zona a intervenir, y a la vez la propuesta de intervención se desarrollara y se presentara mediante planos y gráficos.

Palabras clave: *imagen urbana, mercado de abastos, impacto comercial, análisis espacial, análisis de percepciones.*

Abstract

The following research work focuses on the analysis of the impact generated by the supply markets of southern Lima, on the urban image that surrounds them, within a radius of 300 meters in the round, for the determination of this, 6 cases were taken and as a main case, the Plaza Villa Sur market was selected, where it was found that the market influences the change of the surrounding urban environment, altering the elements that make up the urban image of the place, as this could be corroborated by means of the file technique that was developed, for the spatial analysis of the environment, while for the analysis of perceptions of the population, it was possible to perform it through the open field interview sheet that allows us to know, obtain information and opinions of the user who usually attends the equipment, because it was possible to determine that the biggest alteration that affects the urban image is the facades with the excess of publicity, the messy wiring in the exterior r, because the equipment generates that the surrounding homes begin to develop the zonal commerce, on the other hand the pollution of the urban space and the degradation by the constant use of the users.

Within this context it is necessary to highlight that the main objective of this research is to be able to determine the intervention criteria that allow optimizing the urban image of the supply markets of southern Lima, based on the analysis that each case studied, for the proposal of improvement was used different guidelines and criteria investigated in national and international manuals and regulations, all this with the purpose of providing intervention criteria for areas with different scenarios, but with similar realities.

This project will be developed under the guidelines of the qualitative methodology, as it seeks to evaluate different aspects that influence within the commercial impact in relation to the urban image, within the area to be intervened, and at the same time the intervention proposal will be developed and presented through plans and graphics.

Keywords: urban image, supply market, commercial impact, spatial analysis, perceptions analysis.

I. INTRODUCCIÓN

En el segundo capítulo se desarrollará el tipo y diseño de investigación que se manejará, siendo esta descriptiva exploratoria, como también se mencionará el escenario y los participantes involucrados en la investigación. La técnica e instrumentos empleados para la recolección de datos, que nos servirán como medidores, tales como las entrevistas a campo abierto y las fichas técnicas creadas. El proceso que se realizó para desarrollar la investigación, el método empleado para el análisis de la información obtenida y desarrollada, será detallado paso a paso.

La triangulación de los datos se dará mediante el cruce de información obtenida con los instrumentos elaborados (ficha de entrevista, ficha técnica), tanto como el análisis espacial de los casos de estudio, como la percepción de los usuarios. Cabe mencionar que al ser dos investigadores y obtener la misma información, la triangulación será automática, pues esto es respaldado por diferentes autores, todo con el objetivo de darle validez a los datos obtenidos.

En el tercer capítulo se menciona los aspectos administrativos, es decir los recursos y presupuestos que se utilizaron para el desarrollo de la investigación y el levantamiento de los datos, se justificara los gastos que se realizaron durante la investigación, como se financió la investigación, por otro lado, se desarrolla un cronograma de ejecución del proyecto, se menciona los aspectos éticos que se consideraron dentro del desarrollo de la investigación.

Dentro del cuarto capítulo, alberga el análisis y criterios de intervención que se han desarrollado para los casos de estudio, cabe recalcar que el criterio que se usó para escoger los casos de estudio fue su radio de influencia y los números de puestos de cada mercado de abastos, como también se ha establecido los lineamientos y parámetros investigados en diferentes manuales y normativas nacionales e internacionales, que servirán de insumo para desarrollar la propuesta de la investigación.

En el capítulo cinco se presenta los resultados obtenidos a través de las entrevistas y las fichas técnicas aplicadas en los casos de estudio y a los usuarios y se determinó que el impacto principal son la alteración de las fachadas a través de la contaminación visual con paneles publicitarios y el cableado desordenado de las conexiones para los locales comerciales entre otras cosas encontradas. Todo esto con la intención de conocer que es lo que se debe realizar, para poder cumplir con los objetivos planteados dentro del proyecto de investigación.

El sexto capítulo comprende la discusión de las ideas, es decir se contrasta los objetivos tanto el principal como los específicos, con los resultados obtenidos a través de los instrumentos utilizados, tales como las entrevistas a campo abierto y las fichas técnicas, además, las posturas de los diferentes autores tomados como referencia dentro de la investigación, como respaldo a las teorías utilizadas.

El séptimo capítulo comprende las conclusiones obtenidas en función del objetivo general planteado, siendo este determinar los criterios de intervención que permiten optimizar la imagen urbana que rodea los mercados de abastos de Lima Sur, en relación al impacto comercial que generan estos, todo en función del análisis de los casos de estudio, en base a los lineamientos o parámetros urbanos encontrados y así poder aplicarlo en el caso principal, de la misma manera se relaciona los objetivos específicos. Dentro de este capítulo se mencionará los lineamientos y parámetros necesarios que se propondrá, en función de los diferentes manuales y normativas encontradas, tanto para las especificaciones y el desarrollo de la propuesta.

Dentro del octavo capítulo, alberga las recomendaciones que se harán con el propósito de agregar observaciones que sirvan como aporte extra, dentro de la investigación, estas recomendaciones serán en base a la observación realizada durante el desarrollo del proyecto, a la vez podrán ser aplicadas por la entidad que administra el mercado y la municipalidad distrital.

En el noveno capítulo se desarrollará criterios de intervención, esto en función a los objetivos, las categorías, y análisis del caso principal (el mercado de abastos Plaza Villa sur, en el distrito de Villa el Salvador) usando los lineamientos y parámetros urbanos establecidos. Como puntos a desarrollar serán en base las categorías y sub categorías planteadas con el objetivo de desarrollar una propuesta real y aplicable en diferentes mercados de abastos, pero con los problemas similares.

1.2 Realidad Problemática

A escala internacional los gobiernos han implementado políticas, para la intervención de espacios públicos en estado de deterioro, en los últimos años han tomado gran relevancia. Países de Norteamérica, Latinoamérica y Europa incluyeron en las agendas del gobierno, la descripción de alcances para acordar la creación de nuevas zonas y la restauración de lugares con deterioro, con la intención de que los usuarios alberguen diferentes espacios urbanos que propicien un estilo de vida confortable y que a la vez se fortalezca la ciudad. según el último “diagnóstico de rescate de espacios públicos”, por **SEDESOL** (Secretaría de desarrollo social,2011).

“El espacio público es de gran importancia, debido a que dentro de él se manifiestan diferentes pensamientos culturales y sociales, dentro de un tiempo determinado, sin embargo, es un hecho que la consolidación de actividades económico–productivas informales tiende no sólo a elevar los índices de inseguridad, sino a producir una alteración negativa en el uso del suelo. En muchos casos, en las áreas centrales se producen conflictos entre las autoridades y grupos locales, provocados por la falta de una gestión adecuada de los espacios públicos”. **CEPAL** (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2005).

La actividad comercial y el espacio público han estado relacionados desde la antigüedad, conforme las ciudades crecían, paralelamente el comercio incrementaba. En la actualidad sigue siendo lo mismo, mientras las ciudades crecen el comercio formal e informal siguen creciendo. El comercio es una de las actividades que le ha dado mayor sentido al espacio público urbano, una adecuada actividad comercial dentro del espacio público urbano genera cuidado, sin embargo, la falta de control y orden ha generado un desbalance, debido a una excesiva

explotación de los espacios públicos, llegando a desnaturalizarlos.

En Latinoamérica la **FLAMA** (Federación Latino-americana de Mercados de Abastecimiento, 2018) ha señalado que el sistema de distribución de alimentos, es considerado como el eslabón más débil, ya que la oleada de nuevos sistemas de comercialización ha desplazado los canales de comercialización tradicional debido a diferentes problemáticas que persisten en los mercados centrales de abastos de Latinoamérica, por ello FLAMA ha realizado el primer Censo Nacional de Abastos para un mejor control de los mercados mayorista, donde se registraron los siguientes:

Diagnóstico de los mercados mayoristas de alimentos de América Latina y el Caribe, 2016



figura 1: Mercados mayoristas en América Latina, fuente: FAO. (2016).

Se registro un total de 294 mercados mayoristas en América Latina y el caribe según lo obtenido en el año 2016, por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la alimentación (FAO), donde se pudo contrastar las diferentes problemáticas:

- Infraestructura obsoleta

- Alto volumen de mermas y desperdicios de mercancías
- Inseguridad
- Informalidad
- Ausencia de innovación tecnológica para el manejo y distribución
- Falta de centros de acopio y de tratamiento de residuos.
- Pérdida de competitividad
- Ausencia de capacitación a los empresarios comerciantes.

Esto ha generado que los mercados tradicionales no progresen ni se desarrollen de acuerdo a las necesidades actuales de los usuarios, así mismo los mercados de abastos tradicionales son percibidos como lugares informales donde no existen políticas de control tanto para los productos y el impacto urbano que genera el equipamiento.

Cantidad de mercados de abastos en el Perú



figura 2. Porcentaje de los mercados de abastos del Perú, fuente: INEI. (2016).

En el Perú existen alrededor de 2600 mercados de abastos, de los cuales Lima aglomera el 43% (1,122) de mercados de abastecimiento del país, y el distrito de Villa el Salvador posee un total de 52 mercados, según el último censo realizado por el **CENAMA** (Censo Nacional de Mercados de Abastos 2017). Considerar los siguientes gráficos para una determinación más detallada.

- Perú 2600 mercados de abastos

- Lima 1,122 mercados de abastos

Como se puede apreciar en el gráfico superior en el Perú existen 2600 mercados de abastos y Lima contiene un 43% (1,122 mercados de abastos), seguido de el Callao de (6.50%) y los demás departamentos albergan el 50.50% de cantidad de mercados de abastos.

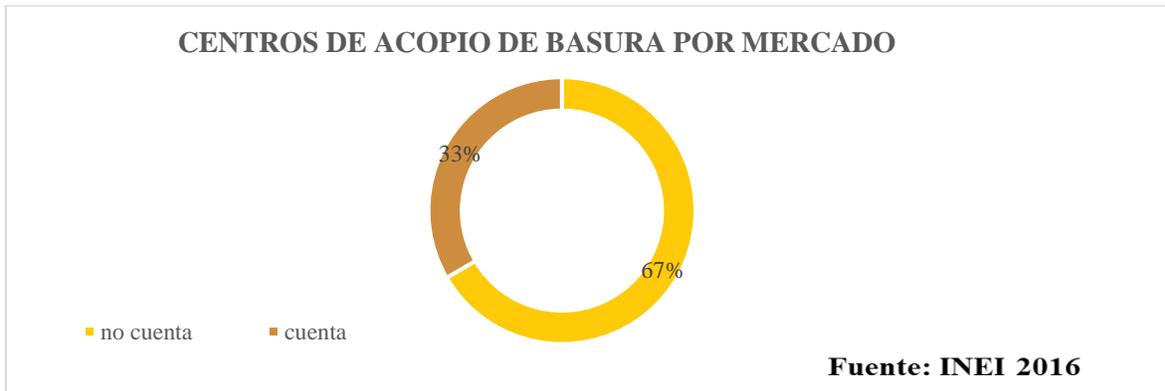


figura 3. Gráficos de centros de acopio por mercado, fuente: INEI. (2016).

A su vez de los 2600 mercados existentes en el país, solo el 33 % de mercados cuentan con centros de acopio de basura y el 67 % de los mercados recoge la basura de manera diaria la basura, la otra cantidad restante 10% semanalmente. Esto representa un problema para imagen urbana que rodea los mercados, puesto que son acumulados en los espacios público aledaños, esto genera enfermedades, contaminación ambiental y plagas.

Los mercados de abastos son los más concurridos por la población, tal como lo señala el INEI, con un 76.3 % donde la población hace sus compras del hogar, ya sea un mercado (minorista o mayorista), por ende, los mercados son uno de los equipamientos más visitados por la población, lo que ha generado un impacto comercial dentro de los espacios urbanos que los rodean, esto acarrea una serie de problemas relacionados con el espacio público urbano, como la contaminación visual, auditiva, del suelo y el aire, la invasión de las vías peatonales y vehiculares, y las áreas verdes, por parte de comercio informal.

“Cuando el deterioro o descuido de la imagen urbana crea una fisonomía desordenada o un caos visual y ambiental, se rompe la identificación del hombre con su medio ambiente, se pierde el arraigo y el afecto de los habitantes por su

localidad. Perdido este afecto, se pierde el interés de propios y extraños por su barrio, por su ciudad”. (Kevin Linch-1.960).

Dentro de este contexto a escala menor en Lima sur existen alrededor de 332 mercados de abastos y en Villa el Salvador existen un total de 52 mercados de abastos, El distrito de Villa el salvador está dentro de los distritos con más mercados de abastos en Lima sur, Luego de Chorrillos y San Juan de Miraflores, que representan gran porcentaje de mercados de abastos dentro de Lima Sur, para una mejor determinación se puede apreciar en el siguiente gráfico, elaborado en base al censo nacional de abastos 2016. (CENAMA).

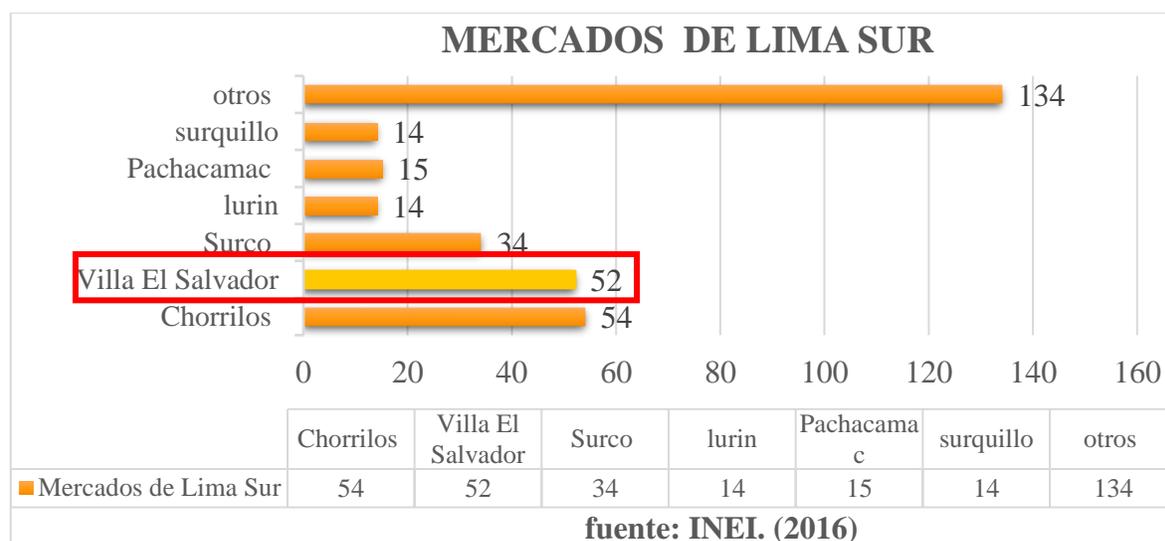


figura 4. Mercados de Lima sur, fuente: INEI. (2016).

En la imagen superior se puede apreciar que existen 332 mercados de abastos dentro de Lima Sur esto representa (12.71%) de los mercados de Lima distrital y Villa el salvador contiene 52 mercados que representa el (1.2%). Dentro de este contexto el mercado Plaza Villa Sur, del distrito de Villa el Salvador, contiene los mismos problemas mencionados en los mercados de lima, pues este mercado se caracteriza por estar lleno de comerciantes ambulantes, que desarrollan su actividad diaria en las vías peatonales, obstaculizando el tránsito peatonal y vehicular, generando caos, desorden y tráfico en toda la zona, esta actividad ha ido incrementando aceleradamente, por lo consiguiente ha generado un impacto

urbano, como el deterioro físico de los espacios públicos y mobiliarios urbanos, todo esto de manera acelerada, esto se puede contrastar con las vistas áreas tomadas en diferentes años, para una mejor determinación observar las siguientes imágenes obtenidas de Google Earth del año 2001:



figura 5. vista aérea del mercado Villa sur, fuente: Google earth. (2001).

En la imagen que data del 2001 se puede observar al mercado de abastos Plaza Villa Sur, como un mercado pequeño y desagrupado, las vías principales av. Cesar Vallejo y Av Central lucen despejadas, un tránsito fluido, veredas libres, y la universidad Untels aun no existía, así como el comercio zonal que hoy existe en la zona, tampoco existía, estas vistas áreas son las pruebas tangibles del impacto urbano que se ha generado en relación al mercado de abastos, llegando a alterar la imagen urbana. En la siguiente imagen se puede contrastar el impacto que se ha generado a lo largo de los años y con el crecimiento y el desarrollo del mercado Plaza Villa Sur.



figura 6. vista aérea del mercado Villa sur, fuente: Google earth. (2018).

En la imagen superior con fecha del 2018, se puede ver un claro crecimiento dentro del mercado plaza Villa sur, y en el entorno urbano que lo rodea, pero todo esto ha crecido de manera desordenada y sin una planificación apropiada, sin prever los efectos que se ocasionarían, tales como: congestión vehicular, aceras estrechas e invadidas por el comercio informal, exceso de publicidad en las fachadas, comercio zonal sin parámetros urbanísticos, cúmulos de basura en las vías peatonales y bermas, desorden de cableado de luz, el comercio zonal en viviendas y los comerciantes ambulantes que circulan en los espacios públicos.



figura 7. Cumulo de basura en la avenida Cesar Vallejo, Fuente: Aquino, C. (2016).

Otro de los grandes problemas que se ha presentado en la zona, es el gran cúmulo de basura y suciedad que se arrojan a la vías vehiculares y peatonales alrededor del mercado, durante las campañas navideñas y otros días festivos, donde abunda la gran demanda de la actividad comercial, según señaló el noticiero del programa de radio local “**Stereo Villa**” (2016), tal como se puede apreciar en la imagen superior: Esto se convierte en un peligro para la salud pública, debido a que existiría el riesgo de contraer enfermedades respiratorias y gastrointestinales y a la vez la proliferación de plagas y roedores, a esto se le suma, que los comerciantes descargan los productos cerca de los cúmulos de basura, corriendo el riesgo de que los alimentos o productos se contaminen.



figura 8. Plano de puntos de carga y descarga, fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede apreciar que los puntos de acumulación de basura se dan en la avenida Cesar Vallejo y en la alameda central, estos se dan en la misma calle a vista de los transeúntes, de manera paralela se da en la avenida Central donde se acumula en la berma central de la calle. Por otro lado, el mercado y el comercio zonal recibe y descarga sus productos en la calle, principalmente en la avenida Cesar Vallejo, esto se realiza cerca a la berma central y se usa el

estacionamiento como lugar para descargar los productos que llegan a diario.

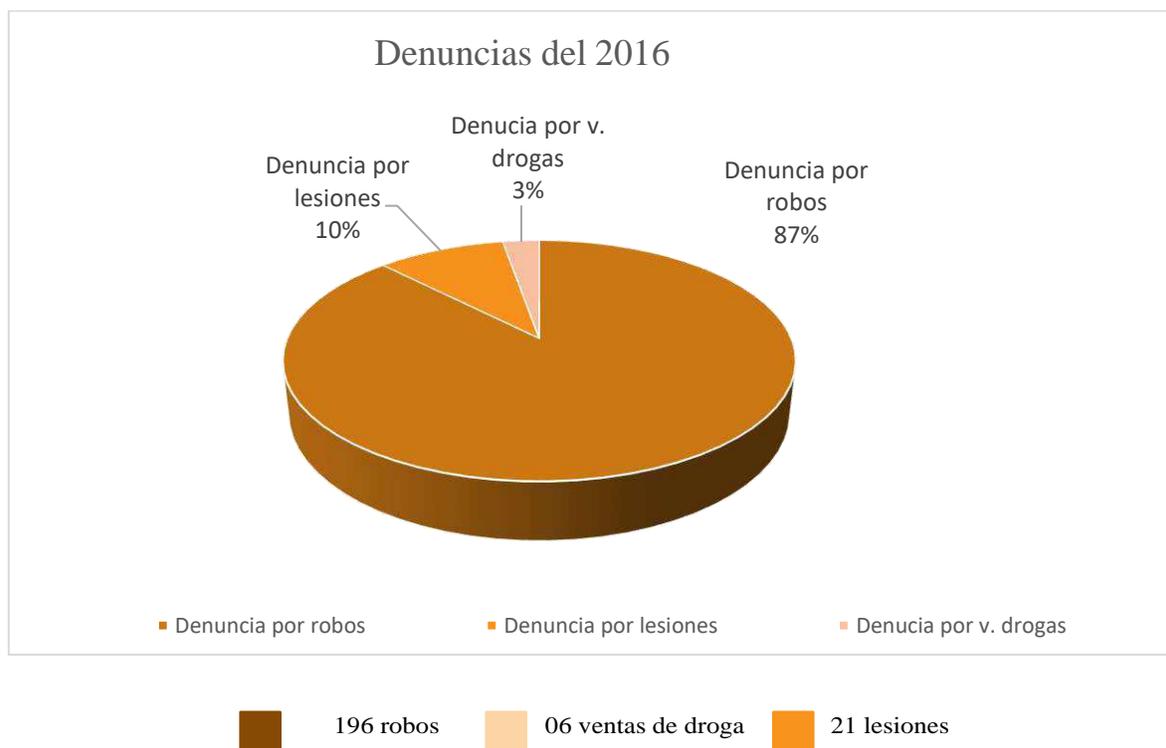


figura 9. Denuncias del 2016 de V.E.S. fuente: Municipalidad Distrital de Villa el Salvador. (2016).

Por otro lado, la delincuencia alrededor del mercado es un constante problema como lo señala el **PDSC.V.E.S.**(Plan de desarrollo de seguridad ciudadana de Villa el Salvador. (2016), donde indicó que llevan un apunte de la continua delincuencia que se presenta dentro del sector, donde se encuentra el mercado Plaza Villa sur. Tal como se puede apreciar en el gráfico superior.

Los Delitos Comunes, El Pandillaje pernicioso, La Micro-Comercialización de sustancias tóxicas, Robos al paso en moto taxis son casos que existen en Villa el Salvador, y los factores que contribuyen a la inseguridad ciudadana son los siguientes:

- Espacios públicos abandonados.
- Escasa iluminación.
- Ausencia de señales de tránsito y semáforos.
- Escases de organización del tránsito vehicular dentro del sector 2 del distrito.

- Bum de empresas informales de transporte urbano, triciclos, moto taxis y taxis que generan tráfico y desestabilizan el orden del tránsito.

Gráfico de porcentajes de delincuencia en la avenida central

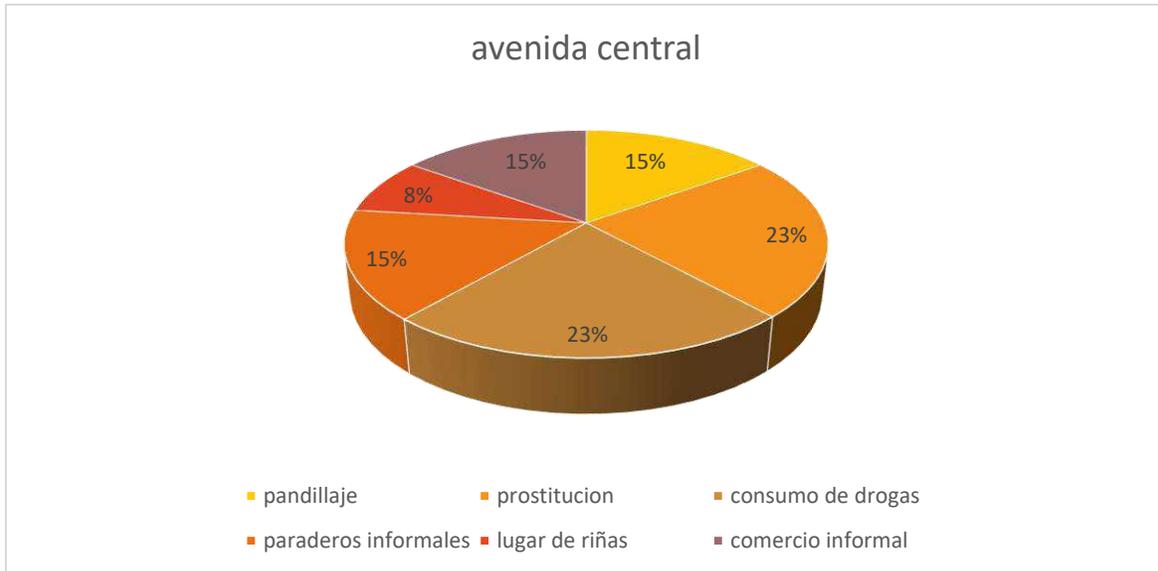


figura 10. Porcentajes de delincuencia, fuente: Municipalidad Distrital de Villa el Salvador. (2016).

La avenida central es una de las avenidas más importantes dentro del entorno del mercado Plaza Villa Sur, pero también resulta ser que es una de las avenidas con más problemáticas en la zona, donde se desarrollan los puntos de paraderos informales y comerciantes informales que invaden las bermas y veredas, tal como se puede apreciar en el grafico superior, para ser más exactos en la avenida central el pandillaje abarca el quince por ciento, un veintitrés por ciento se desarrolla la prostitución , un veintitrés por ciento consumo de drogas, un quince por ciento paraderos informales, un ocho por ciento un lugar de riñas, y un quince por ciento se desarrolla el comercio informal. Lo mismo sucede con la avenida César Vallejo y eso se resume en el siguiente gráfico.

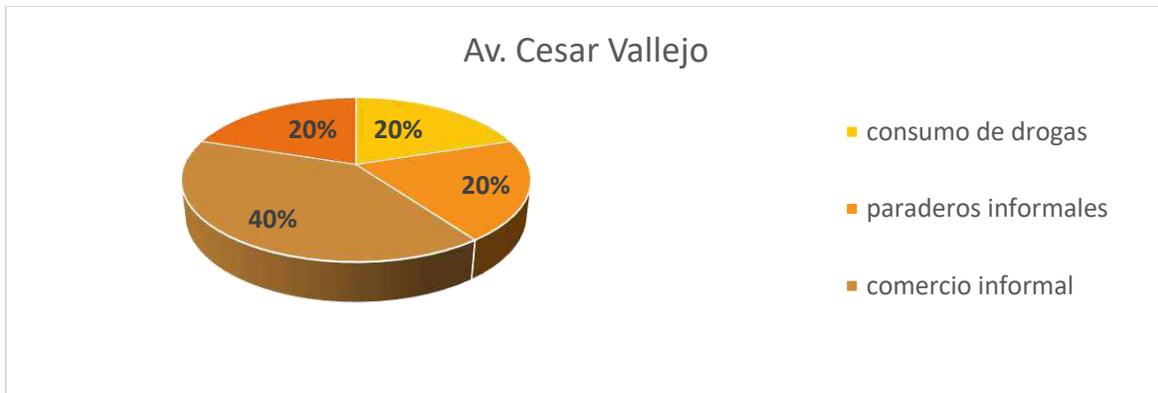


figura 11. Delincuencia en la Avenida Cesar Vallejo, fuente: Municipalidad Distrital de Villa el Salvador. (2016).

La avenida Cesar Vallejo es una de las avenidas más amplias dentro del entorno del mercado, la cual alimenta muchas zonas de Villa el Salvador donde el comercio abunda, es por ello que los comerciantes ambulantes han sacado ventaja de ello, y se han colocado en las veredas y los estacionamientos, con puestos desplazables o momentáneos para desarrollar sus actividades diarias, esto se puede constatar dentro de plan de seguridad Ciudadana del distrito, que indica que el 40 % por ciento de delitos e informalidades, se centra en el comercio informal. También es importante resaltar el porcentaje que ocupa el consumo de drogas, creando un lugar peligroso para transitar en horas de la noche. Lo mismo sucede en la avenida revolución, la cual está muy cerca de la zona de estudio.

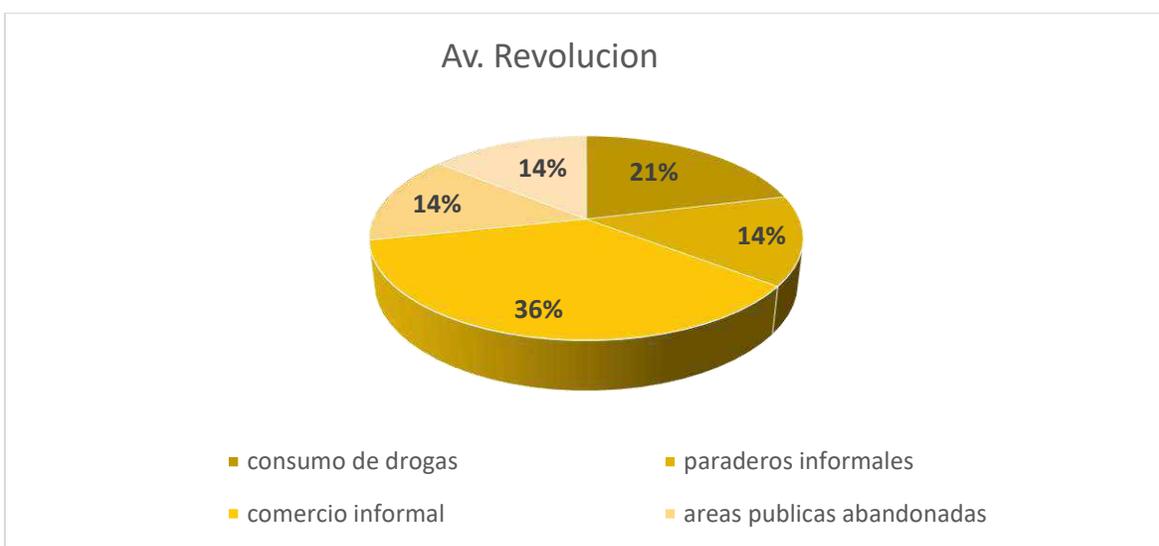


figura 12 .Delincuencia en la av. Revolución, fuente: Municipalidad Distrital de Villa el Salvador. (2016).

Los espacios públicos son imprescindibles dentro del ámbito urbano, sin embargo, a medida que el comercio desordenado crece, estos se vuelven obsoletos, lo que genera reducción de posibilidades de coexistencia humana y un verdadero desarrollo de la población dentro de los espacios públicos.

1.3 Trabajos previos

A nivel internacional

Suriaga, M. (2013). *“Mejoramiento de la imagen urbana bajo el modelo de comunidad – Jardín en un sector de la parroquia García Moreno”*. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guillermo Cubillo Renella, Ecuador.

Este proyecto plantea restituir el desgaste físico del espacio público de la zona de estudio, mediante el modelo urbanístico llamado “comunidades Jardín” siguiendo las directrices de un prototipo urbano que cumple con lo necesario para solucionar las diferentes problemáticas identificadas dentro de la zona de estudio, con el objetivo de poder desarrollar un proyecto que albergue soluciones para la imagen urbana dentro del contexto estudiado.

Métodos: El tipo de metodología aplicada para el desarrollo de la investigación es descriptiva, pues describe todos sus componentes principales, una realidad, el panorama urbano del sector y de Nivel explicativo, para determinar las causas que han degenerado la imagen urbana del sector y los efectos que estas han producido. Suriaga a la vez concluye, que la imagen urbana es uno de los componentes mediante los cuales el usuario alcanza una semejanza con su alrededor, es el producto de la metamorfosis común de su contexto, simboliza la representación cultural de determinada sociedad en un tiempo específico, y por lo mismo, un patrimonio que se debe proteger, lo que no denota que deba mantenerse intacto. Por otro lado, en relación a su propuesta llega a la conclusión de que se debe usar bordes verdes para disminuir el ruido de los vehículos y mejorar la estética de la imagen urbana, como también se debe utilizar soportales que permitan el acceso

peatonal, de la misma manera concluye que la imagen urbana contribuye a la integración de la comunidad a la que esta pertenece.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Este proyecto contribuyo a ayudarnos a entender los componentes que conforman la imagen urbana y las teorías que están relacionadas al mismo tema, y como se debe intervenir en la optimización de la imagen urbana, de acuerdo a la necesidad que demande el lugar o comunidad en la que se plantea intervenir. Así mismo se consideraron los criterios de intervención de las áreas verdes, específicamente en el tipo de especies agronómicas que se deben plantear de acuerdo al tipo, dimensión, estación y función de cada especie a plantear.

Romero, C. (2016). *“Espacios Públicos y calidad de vida urbana, Tijuana Baja California”*. (Tesis de Maestría). Colegio de la Frontera del Norte, México. Concluyo en lo siguiente:

El proyecto se desarrolla dentro de un contexto que alberga problemas que abarca los espacios públicos y desarrolla su investigación en base a la perspectiva del usuario y mediante el análisis del sector, usando diferentes indicadores, para medir la calidad de vida urbana, ya que esta metodología le permite conocer la interacción del usuario y el espacio público y así a través de la evaluación se puede generar una propuesta de intervención dentro del sector.

Métodos: Para esta investigación se eligió una metodología con enfoque cualitativo y exploratoria con el fin de estudiar a profundidad el fenómeno de la relación entre calidad de vida urbana y espacio público, se utilizaron los elementos clave (elementos estudiados del espacio público, elementos estudiados de la calidad de vida Urbana), el análisis exploratorio se desarrolló por etapas consecutivas, haciendo visitas de campo.

Romero indica en sus conclusiones que las personas usan los espacios públicos debido a que dentro de estos se cubren las necesidades que corresponden con la calidad de vida urbana, lo cual genera beneficios. dentro de ellos son, el incremento de bienestar, conservar su condición física, tomar aire, disminuir el estrés, y las

diferentes necesidades relacionadas a la calidad de vida urbana, siendo de esta forma la manera de entender los usos del espacio y la creación de la calidad de vida. las necesidades son: mejora de la salud, reducción del estrés, práctica de deportes, otras de las necesidades son percibir la tranquilidad, relacionarse directamente con el medio ambiente, convivencia familiar, educación para los niños en los espacios públicos. Haber sido víctima de un acto delictivo ocasiona que se perciba la zona o lugar como peligroso. Sin embargo, algunas personas perjudicadas por tales experiencias, acuden y hacen uso del espacio. De esto parte que la determinación de que un espacio inseguro no ocasiona que se deje de utilizar definitivamente. Algunos usuarios manifestaron haber dejado de acudir al lugar durante un periodo, aunque luego surge la necesidad de regresar, solo en momentos donde hay mayor actividad de usuarios.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Este proyecto sirvió para entender las necesidades de los usuarios dentro del espacio público y cuáles son las actividades de estos, según su edad y el espacio público, como también saber conocer los puntos de insatisfacción que se puede crear si es que no se plantea correctamente la propuesta relacionada al espacio público.

Jiménez, C. (2014). En su proyecto de Titulación: *“Intervención urbana arquitectónica en el sector del Mercado Calle 16”*. (Tesis de Graduación). Tecnológico de Costa Rica, Escuela de Arquitectura y urbanismo.

Jiménez plantea el desarrollo del proyecto, seleccionando el sector del centro de la capital, que evidencia una fuerte actividad comercial, caracterizado por la influencia del Mercado Barbón, Central calle 16 y que a la vez evidencia una necesidad de mejora urbana y arquitectónica. El proyecto es desarrollado en cinco capítulos, capítulo 1: aspectos introductorios, capítulo 2: Marco teórico, capítulo 3: investigación (análisis descriptivo), capítulo 4: diagnóstico (análisis evolutivo), capítulo 5: propuesta. Jiménez sostiene que la zona a intervenir, presenta diferentes problemáticas, como: tráfico vehicular, contaminación ambiental, comercio informal,

inseguridad en los espacios públicos, escasas de áreas de tránsito peatonal, deterioro, entre otros.

Métodos: la investigación se desarrolla desde un enfoque mixto, con una combinación de un componente cualitativo y otro componente cuantitativo. El autor busca comprender la perspectiva de los participantes acerca del fenómeno que les rodea, profundizar en sus experiencias, opiniones, perspectivas, es decir la forma en la que los participantes perciben subjetivamente su realidad. En cuanto al enfoque cuantitativo Jiménez utiliza datos estadísticos utilizando muestras (los trabajadores, transeúntes, vendedores, etc.) del entorno del mercado estudiado para el desarrollo de ello se divide en dos etapas.

Es por ello que plantea una propuesta urbana y arquitectónica, usando criterios de análisis, con la intención de solucionar los problemas de este sector a intervenir, para la conclusión de este proyecto el autor considera que: se debe incentivar y promocionar el uso de los mercados de abastos municipales, para potenciar las zonas comerciales llegando a consolidarlos, así mismo con el proyecto arquitectónico que Jiménez plantea se repotenciará la zona que rodea al mercado, obligando a los establecimientos comerciales a mejorar la calidad de sus locales y a la vez la imagen del espacio público serán percibidos más limpios y ordenados.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Este proyecto nos sirvió de guía de como relacionar el espacio público con el mercado y de la misma manera como plantear mobiliarios urbanos que aporten tanto a los usuarios del mercado y los diferentes transeúntes y a la comunidad en el que se emplaza el equipamiento, todo con la finalidad de potenciar la zona y mejorar la calidad de la imagen urbana.

Soto, S. (2010). *“Estrategias para la recuperación del espacio público en la zona este de Tijuana. Análisis de efectos y su impacto en el mejoramiento de la seguridad ciudadana”* (Tesina para optar al Título de Master en Desarrollo Urbano y Territorial). Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, España.

El objetivo de Soto es plantear estrategias donde involucre intervenir en áreas

urbanas de la Zona Este de Tijuana, teniendo como principal elemento urbano a los espacios públicos para obtener una integración urbana y social con la ciudad. El proyecto nace debido a que el lugar a intervenir muestra características muy deplorables por parte de los altos índices de la delincuencia y el deterioro de sus espacios públicos, a raíz de la sobrepoblación que se generó en las últimas décadas por tener contacto directo con la frontera de los Estados Unidos. Eso llevo a que muchas personas decidieran quedarse a vivir en la ciudad por motivos de que no pudieron cruzar la frontera para poder conseguir una mejor calidad de vida, y debido a la gran demanda urbana el gobierno no pudo resolver el manejo poblacional generando por lo consiguiente que mucha de la población viva en asentamientos que poseen una muy baja calidad de vida.

Métodos: La investigación se realiza de manera cualitativa, en la cual para poder hallar todas las características se hace uso de una ficha técnica y ficha de preguntas para así corroborar su información y a la vez recibir nuevos datos.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Lo que esta investigación nos aporta es el análisis que desarrolla para encontrar los problemas que afectan el mejoramiento de la ciudad, nos muestra que debido al desgaste de sus espacios públicos ocasiona que exista delincuencia de tal modo que la situación del lugar se encuentre en modo crítico, para ello utiliza estrategias de intervención urbana para crear un sistema para la implementación de nuevos espacios públicos y así poder disminuir el problema.

Ceniceros, B. (2014). *“Imagen Urbana y Espacios Vacíos de Ciudad Juárez, Chihuahua. De la percepción social hacia una propuesta de intervención urbano-artística”* (Tesis de Maestría en Acción Pública y Desarrollo Social). El Colegio de la Frontera Norte, Ciudad Juárez, Chihuahua, México.

La gran problemática que pasa en la ciudad de Juárez, es la gran cantidad de áreas vacías que se encuentran en abandono y desuso, que componen el 26% del área territorial del lugar y que a causa de ello se origina inseguridad, violencia y caos

para sus pobladores, afectando el desarrollo urbano y social debido a que no cuenta con una estructura clara donde los elementos urbanos existentes puedan colaborar con una buena percepción visual en la imagen urbana. Como objetivo principal Ceniceros plantea analizar que tanto en común tiene la imagen urbana con la percepción visual y social de los habitantes de la Ciudad de Juárez, para poder intervenir urbanísticamente en las áreas vacías del lugar con espacios públicos que cumplan con las óptimas características sociales y urbanas y así fortalecer la calidad de vida de la población y mejorar la imagen urbana que está en un bajo nivel.

Métodos: Su investigación usa características cualitativas, donde su principal fuente de información es la percepción que tienen los juarenses a la imagen de su ciudad, a la vez utiliza elementos digitales para la recolección de imágenes del lugar.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Ceniceros plantea desarrollar una propuesta de intervención en los espacios públicos en la ciudad de Juárez con la intención de que los elementos ayuden que los ciudadanos tengan una mejor relación social y obtengan comportamientos positivos a través de un análisis completo de la percepción social de sus habitantes, con análisis especialmente a estudiantes, artistas, trabajadores y amas de casa. Esta investigación aporta las diferentes características sociales que muestran los pobladores con los espacios públicos en buen estado y en gran magnitud, dando entender que mientras más de estas edificaciones haya en el lugar, este mostrará una mejora de calidad de vida. Otro tema que nos aporta es que las ciudades grandes deben ocupar todos sus espacios vacíos reemplazándolas por espacios públicos para generar ambientes de tránsito peatonal y así la delincuencia no se albergue en esos lugares.

Cruz, M. (2015). *“Causas del crecimiento del comercio informal y semi formal en la ciudad de La Paz y su incidencia en la creación de empleos directos e indirectos”* (Tesis de Grado). Universidad Mayor de San Andrés, Facultad Ciencias Económicas y Financieras, La Paz, Bolivia.

La ciudad de la Paz durante el pasar de los años ha desarrollado un incremento comercial en el entorno de su Municipio, generando una alta demanda de trabajo comercial ya sea formal e informal, afectando directamente las vías públicas con puestos ambulatorios, creando conflictos entre la población y los vendedores, lo cual resulta ser un grave problema para el desarrollo de la ciudad a intervenir. Cruz busca analizar el incremento de las actividades informales en el lugar y como origina que se creen empleos legales e ilegales, con la idea de mejorar el entorno urbano que afecta su imagen.

Métodos: Su trabajo se emplea como una investigación deductiva donde incluye hipótesis o leyes aun no conocidas, a la vez se desarrolla de manera descriptiva donde busca las características de las problemáticas existentes del lugar y las compara con la realidad.

Aporte para la investigación a desarrollar:

La investigación nos aporta un análisis de cómo se da el crecimiento del comercio informal en zonas donde el comercio tiene altas demandas de compradores, también desarrolla porque las personas no pueden lograr obtener un trabajo legalmente por las normas del lugar donde viven y, por ende, optan por trabajar de manera ilegal porque tienen una familia que mantener. Aunque esto último va más allá de un análisis urbano es importante saberlo para poder entender de manera mutua la problemática que se da en el lugar. Otra manera que aporta a nuestra investigación son los daños que el comercio informal genera en el entorno urbano, desde suciedad hasta desorden, generando malestar entre las personas que viven cerca del lugar, porque no pueden hacer sus actividades diarias de manera normal debido a que los comerciantes utilizan el 70% de los espacios públicos.

A nivel nacional

Valdivia, J. (2019). En su trabajo de investigación titulado: *“Análisis del comercio informal y su relación con el deterioro del espacio público ocasionado en el mercado El Huequito, Tarapoto, 2018”* (tesis para obtener el título profesional de

Arquitectura). Universidad Cesar Vallejo, Escuela profesional de Arquitectura, Tarapoto, Perú. Determino lo siguiente:

Valdivia aporta que, existe relación entre la variable desgaste físico del espacio público y el comercio informal en base a su investigación, donde concluye que el deterioro del espacio público repercute en el confort de la vida de las personas. El desgaste físico del espacio público también afecta la estética urbana y existe una gran relación con la inseguridad ciudadana.

Métodos: El método utilizado para el desarrollo de la investigación es descriptivo correlacional de corte transversal casual que establece relaciones entre las variables propuestas, detallando el sentido de causalidad entre ellas. El nivel de investigación es descriptivo porque únicamente mide o recoge información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos sobre las variables, Valdivia por otro lado aplico una muestra de 100 personas, a las cuales les aplico una encuesta.

Como conclusión se comprobó que existe relación entre la variable, comercio informal y el deterioro del espacio público en el mercado el Huequito, existe una alta conexión, lo que significa la falta de cumplimiento de la ordenanza municipal conlleva a que el comercio informal siga aumentando, lo que ocasiona el deterioro de espacio público. Se puede demostrar el nivel del estado de deterioro del espacio público se encuentra en un 42% y muy deteriorado con un 38%, lo cual es un peligro para los ciudadanos que repercute en el confort de vida de las personas, este desgaste físico se da por la falta del cumplimiento de la ordenanza municipal de preservación y cuidado de los espacios públicos.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Este proyecto de investigación contribuyo a la elaboración de la ficha de entrevista que se realizó con la diferencia que esta era una encuesta y la entrevista es de

campo abierto, por otro lado, ayudo a entender los efectos colaterales de la informalidad en el comercio y como este afecta al espacio público y el entorno, llegando a desgastar y degradar a la ciudad, sector o comunidad que en el que se desarrolla este tipo de actividades comerciales.

Torres, F. (2018). *“Comercio informal ambulatorio y sus efectos en el deterioro del espacio público de la avenida España del distrito de Trujillo, 2017”* (tesis para obtener el título profesional de Arquitectura). Universidad Cesar Vallejo, Escuela profesional de Arquitectura, Trujillo, Perú. Llego a las siguientes conclusiones:

Torres señala en su trabajo de investigación que la irrupción del espacio público, es uno de los efectos generados por el comercio ambulatorio que incide significativamente en el desgaste físico del Espacio Público, de la ciudad de Trujillo, La contaminación del espacio es uno de los resultados ocasionados por el comercio, que se repite constantemente en el desgaste de los espacios públicos.

El uso del suelo ha sufrido un cambio, paso de ser una zona urbana a zona comercial, incrementando los precios, esto es uno de los efectos generados por el comercio, los precios altos han generado que espacios como las aceras y vías se conviertan en espacios con un uso comercial y de cambio de intereses, que no es adecuado teniendo en cuenta que no cumple con algunos requerimientos básicos sobre infraestructura y equipamiento.

Métodos: El autor utilizo una metodología de diseño correlacional casual, donde estableció relación de causa efecto y el tipo de investigación es no experimental, pues no se manipulo de forma deliberada, ninguna de las variables, de manera que se observaron los hechos reales en la zona de estudio. Por otro lado, Torres ocupo una muestra de 184 habitantes entre consumidores y pobladores a los cuales se le aplico un cuestionario.

El autor plantea que la municipalidad debe capacitar a los comerciantes ambulantes y comerciantes informales para persuadir a tomar la vía de la formalización, ya que las anteriores medidas tomadas por el municipio se volvieron obsoletas.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Este proyecto contribuyo a entender de qué manera se llega a desgastar y devaluar los espacios urbanos a causa del comercio informal que ocasionan los mercados de abastos, como también ayudo a comprender las dinámicas que desarrollan en el entorno de los mercados de abastos en relación al comercio informal, así mismo propone cambio de normativas que ayuden a reducir el comercio informal, para detener el desgaste de los espacios urbanos y los espacios públicos que constantemente sufren alteraciones en su forma y función.

Angeles, A. (2019). En su investigación titulada: *“Propuesta de Catalizador urbano para la transformación del Mercado Central de la ciudad de Chiclayo, 2019”* (tesis para obtener el grado académico de Maestría en Arquitectónico). Universidad Cesar Vallejo, Escuela profesional de Arquitectura, Chiclayo, Perú.

Métodos: El tipo y diseño de investigación que el autor utilizo tiene un enfoque cualitativo, pues se buscó analizar las cualidades del Mercado Central de Chiclayo, tales como sus dinámicas, interconexiones y calidad de infraestructura y espacios públicos, por ello se aplicó un cuestionario para entender el contexto de la realidad actual y la evolución del mercado.

Se debe proponer estrategias que generen nuevas funciones, servicios e interrelación urbana, para cubrir las necesidades de clasificación de sectores dentro del mercado ya mencionado, y a la vez proponer un proyecto de mejora de la calidad de componentes y conectores arquitectónicos, sumando elementos primarios que generen variados movimientos humanos. Por otro lado, generar la implementación de un nuevo reglamento interno de administración de desechos sólidos, para que así se puedan cubrir los procesos de reciclado, clasificación, transporte y colocación final. Por otro lado, Ángeles determino que se debe plantear dentro del mercado áreas de esparcimiento y circulación bajo el modelo de holográfico, es decir usando propuestas referentes. Todo, con el fin de mejorar el confort de la vida de las personas dentro del espacio urbano y la vez progresar la calidad de los espacios y el equipamiento público como lo es el mercado de Chiclayo, siendo uno de los mercados más emblemáticos de la ciudad ya

mencionada.

Aporte para la investigación a desarrollar:

Este proyecto contribuyo a desarrollar la propuesta, haciendo uso del espacio público para desarrollar actividades comerciales a modo de feria, sin alterar el espacio público, siempre y cuando se respete. En este caso la propuesta que se plantea para el desarrollo de esta investigación es usar la alameda como boulevard, para potenciar su uso. Como también ayuda a comprender los giros, los flujos y los diferentes movimientos que se realizan dentro del mercado de abastos, en este caso el mercado modelo de Chiclayo, gracias al análisis que le realizo al mencionado mercado.

Gómez, M. (2018) *“Evaluación del impacto urbano de la actividad comercial en los espacios públicos y privados del centro cívico comercial de Yungay”* (Tesis para obtener el Título Profesional de Arquitecta). Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú.

El proyecto consiste en analizar el efecto que ha ocasionado el comercio informal en los espacios públicos y privados, deteriorando el entorno urbano y afectando a la población con la incomodidad que suele presentarse en el lugar al momento de transitar por el punto comercial de Yungay, con la finalidad de emplear un plan estratégico para la disminución del problema. La investigación es de enfoque cualitativo y de carácter descriptivo, ya que se empleó la recolección observación de datos para determinar los problemas existentes del lugar. Como finalización de su investigación se llegó a comprobar que los problemas se ven reflejados en 4 características, impacto económico, impacto social, impacto ambiental e impacto físico espacial.

Método: Gómez realiza su investigación de modo cualitativa donde describe la recolección y observación de datos gracias a las fichas técnicas e instrumentos utilizados.

Aporte para la investigación a desarrollar:

La investigación generada por Gómez nos ofrece un análisis completo de como la actividad comercial puede afectar los espacios públicos con el impacto económico que desarrolla en el lugar. Si bien es cierto que los mercados son la principal fuente de consumos alimenticios en las ciudades, también tiene defectos en relación a los daños que hace cuando no está proyectado de manera correcta. Lo que nos aporta es la identificación de las características urbanas y arquitectónicas de lugar comercial, también muestra las dinámicas generadas por el uso comercial, analiza las actividades comerciales que se crean en los espacios públicos y privados del lugar comercial, investiga las gestión municipal que ejercen en la actualidad para comprobar si está en proceso alguna mejoría, y determina porque se originan los daños en los espacios públicos, todo ello nos favorece para poder realizar nuestro análisis de casos y determinar los mismos puntos en nuestra investigación.

Valdivia, A. (2014) *“La calidad de la Imagen Urbana. Categorías visuales del estado estético de Comas”*. Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.

La investigación consta del análisis de la imagen urbana de 11 localidades del distrito de Comas, donde se prioriza 4 categorías visuales esenciales para determinar la esteticidad de lugar y su estado actual. Lo conforma la cantidad de elementos urbanos que contiene cada punto, luego se enfoca en el tamaño, donde analiza la proporción que tienen los elementos al momento de estar agrupados, luego la posición en que se encuentran ubicados los elementos urbanos para determinar si están situados estratégicamente, y por último las características que poseen los objetos a investigar. El objetivo de Valdivia es demostrar que el análisis estético de la imagen urbana se puede aplicar en cualquier zona urbana, y no solo en lugares que se consideran en óptimas condiciones a nivel visual.

Método: La investigación se muestra de forma cualitativa donde como principal característica es describir lo existente y obtener información por parte de la percepción de las personas que circulan contantemente en el lugar, a través de instrumentos de recolección de datos.

Aporte para la investigación a desarrollar:

La investigación aporta cuatro grandes características a tener en cuenta para lograr la optimización de la imagen urbana en una ciudad, uno de ellos son los elementos urbanos que debe tener una ciudad, que van desde el mobiliario urbano hasta la misma publicidad, también nos aporta la proporción que deben tener, en donde deben estar situados y cuales son sus características, gracias a ello hemos podido realizar nuestra ficha técnica a cada caso analizado tomando en cuenta los puntos que Valdivia toma para simplificar la solución de los problemas que ocurren en las ciudades con mal aspecto de imagen urbana. Se toma en cuenta que las ciudades no se critican por la solvencia económica de sus pobladores, pero sí por la cultura que demuestran las personas al no cuidar su ciudad como deber ser, provocando diferentes casos que afecten la armonía y calidad donde viven diariamente.

Díaz, V. (2016) *“Propuesta de Revitalización urbana del parque Colón y la calle Arequipa para el mejoramiento de la Imagen Urbana de la zona monumental de Tacna – año 2016”* (Tesis para optar el Título Profesional de Arquitecto). Universidad Privada de Tacna, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Tacna, Perú. El proyecto nace a través de que la imagen urbana de la zona monumental, que no está teniendo un impacto histórico y turístico debido a que su espacio público ha sido invadido como estacionamiento de automóviles, exactamente ubicados en el parque Colón y la calle Arequipa que conforman el entorno del punto a intervenir. Debido a ello la circulación de transeúntes es de bajas cantidades, y por ende Díaz propone mejorar el desarrollo urbano del lugar implementando una nueva idea urbana en los contornos de la zona monumental para que el lugar vuelva a tener la identidad histórica que tuvo décadas atrás.

Métodos: La investigación se desarrolla de 3 maneras: descriptiva, analítica y propositiva; donde primero describe las características del lugar, luego las analiza creando hipótesis para que finalmente emplee una propuesta de rehabilitación urbana.

Aporte para la investigación a desarrollar:

El mayor aporte que nos otorga la investigación es la manera en que desarrolla una

propuesta para darle un mayor valor a una zona monumental que ha sido afectada por el comercio informal que ocurre en su alrededor, pero antes de ello el autor hace un análisis detallado de cómo funcionan las actividades comerciales y por qué la gente ha dejado de transitar por el equipamiento que algún día tuvo un importante valor histórico. Para generar ello, emplea nuevos mobiliarios urbanos, tipos de acabados en los pavimientos, iluminación que resalte el centro histórico y darles espacios amplios a los comerciantes para que puedan trabajar sin causar daños urbanos, ya que es muy difícil eliminar el comercio informal desde la raíz, con el fin de mejorar la apariencia de la imagen urbana, también desarrolla perfiles urbanos donde muestran el cambio que se generaría si se empleara las características ideales para mejorar el entorno.

1.4 Marco referencial

1.4.1 Marco Teórico

Imagen Urbana

Soto (2011) interpreta que la imagen urbana está conformada por componentes naturales y artificiales, este último construidos por el hombre, que forman una ciudad y generan el entorno visual de su población, como por ejemplo las colinas, los edificios, los bosques, las calles, los parques, las plazas, anuncios, etc.

Montaudón (s.f) menciona que la imagen urbana tiene relación con la calidad del ambiente urbano, al igual que los componentes arquitectónicos, arte, diseño y comunicación porque transmite al poblador sensaciones de confort si está en buen estado. La imagen urbana no siempre está enfocada en la imagen visual de lo que hacemos en la ciudad, sino también viene a ser la imagen que se crea en la vida cotidiana de las personas, depende de las actividades que realiza y en resumen cada habitante percibe una imagen distinta de la ciudad.

Los elementos de la imagen urbana están distribuidos por toda la ciudad, la cual la población resulta ser la más beneficiada con el uso de estos espacios. Genera un entendimiento entre las mentes de las personas, ya que ordena y planifica la ciudad con la intención que los ciudadanos identifiquen las diferentes partes del lugar, como los espacios donde suele transitar, donde labora, donde hace deporte o donde habita, la cual también crea zonas considera que son peligrosas y solo optaría transita por ahí si fuera necesario. (Ceniceros, 2014).

a) Elementos que compone la imagen urbana

Díaz (2008) considera que la imagen urbana abarca elementos físicos donde se adhieren a las edificaciones y su entorno tales como las calles, aceras, avenidas peatonales, mobiliario, etc.

Pero Kevin Lynch (1998) resume de una manera diferentes los componentes de la imagen urbana, con un contexto general, los cuales los distribuye en 5 partes: Sendas, son las calles donde el peatón circula; Bordes, son las zonas que limitan transitar con facilidad de un lugar a otro y está representado por zonas; Barrios, se refiere a lugares de grandes o medianas dimensiones que se consideran secciones; Nodos, son puntos de intersección en la ciudad; Mojoneras, son zonas de referencia con importancia visual en la ciudad.

b) Impacto visual

Para Benítez (2017) la imagen urbana es el rostro del cual la población se puede sentir identificada, ya que provoca que emocionalmente tenga un impacto a través de la visión y es muy importante que se plantee de manera correcta al momento de su creación, para ello es fundamental generar espacios en los cuales las personas puedan recordar y sentirse a gusto. Los habitantes cuando tienen una calidad visual en su entorno tienen a crear comportamientos y conductas razonables, la cual ocasiona que un experimento psicológico ambiental, donde muestra que los seres humanos reaccionan de manera diferente dependiendo del entorno en que se encuentran. Hoy en día las ciudades que tienen mejores inversiones con sus espacios públicos generan que sus pobladores respeten su entorno, ocasionando una mayor cultura de valores.

c) Percepción del espacio urbano

Ceniceros (2014) resalta que la representación perceptual de la imagen urbana influye en la identidad de los elementos urbanos, lo cual genera un desarrollo social en la población. Las personas perciben los espacios urbanos de tal manera que son capaces de saber ubicar los lugares en primera instancia, lo cual se entiende por espacio urbano a los lugares abiertos donde la gente puede observar todo tipo de infraestructura, avenidas y el paisaje propio de la ciudad.

Para el habitante es importante percibir la imagen urbana sin estrés pues es el lugar donde habita y depende el comportamiento de su día, para ello la necesidad de que la ciudad se vea bien es necesario para su gente.

Los seres humanos crean una realidad interna sobre todo lo que es parte de su entorno, a través de ello las personas son capaces de desenvolverse para poder sobrevivir y satisfacer sus necesidades, dependen de la sociedad, la cual aprenden de ella por medio de su alrededor creando modelos para obtener una conducta a partir de ello. El entorno esta de una ciudad está rodeado por múltiples elementos urbanos los cuales son objetos visuales del observador y que a base de eso desarrollan e imitan lo que les transmiten.

d) Deterioro de la imagen urbana

El Programa de Ciudades Coloniales (1997) interpreta que cuando la imagen urbana sufre un descuido y lo conlleva al deterioro esto produce un caos visual la cual perjudica la integración del hombre con su medio ambiente, generando un grave daño visual y social. Las mayores causas del deterioro son las ciudades que están creadas principalmente para los vehículos, cada vez la población aumenta y no todos los lugares están preparados para solventar la demanda de vehículos, por ende, es inevitable calmar el caos vehicular.

Díaz (2008) comenta que, al cambiar el uso del suelo por equipamientos comerciales, la edificación se transforma y se modifica generando que la comercialización, la contaminación, la escasez de mantenimiento y la abundancia de propaganda comercial sean las principales causas del deterioro de su imagen urbana y de su entorno.

e) La importancia de la calidad de imagen urbana

Para una ciudad, la imagen urbana no es el mayor problema, pero si se realizan los análisis correspondientes podría a llegar a ser un caso urgente por solucionar y a través del estudio se aplicarían propuestas de mejoría. (Panek, 2010).

La imagen urbana representa la influencia cultural de la sociedad en los espacios públicos lo cual logra que la población se integre con su entorno, por ello es importante mantenerlo en óptimas condiciones para que se mantenga conservado e intacto, así mismo darle un valor patrimonial, ya que tiene una significancia muy mayor para el ciudadano. (Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial del D.F, 2003)

Impacto Comercial

Año tras año el comercio ha sido una actividad social y económica muy importante en todo el mundo, lo cual se caracteriza por la transacción de productos y materiales que no tengan problemas para su compra y venta. Debido a eso el comercio ha sido y es el principal medio para el recurso económico. A pesar de la gran importancia que tiene, esta actividad ha sufrido variedad de cambios durante los años. (Merlo, 2010)

a) Influencia en los espacios públicos

García (2015) comenta que el comercio que se genera en los espacios públicos produce un intercambio comercial con altos rangos de actividad social, mayormente ocurren en las calles y plazas, donde la población suele transitar más a menudo. Los espacios públicos son lugares que están hechos para albergar las personas para realizar sus actividades recreacionales o cotidianas, y están encargadas para generar emociones entre los pobladores. Es necesario diseñar buena espacios, para motivar al usuario a transitar por el lugar, generándoles buen humor y productividad por el resto de su día, cada detalle es importante para lograr su objetivo, desde el lugar donde se encuentra al mobiliario que tiene.

b) Desgaste del espacio público

Mayormente el desgaste de los espacios públicos se da por el escaso presupuesto para el mantenimiento y la falta de interés de los vecinos por mantener en buen estado lo que le proporcionan, pero quien tiene la mayor

responsabilidad de velar por el buen estado, es la gestión municipal, la cual se encarga de penalizar todas aquellas infracciones que generan el desgaste urbano. Una ciudad debe estar preparada para los cambios de suelo, que mayormente son las principales causas del desgaste, muchas veces puede cambiar el orden de un lugar de manera crítica provocando un impacto urbano que afecta principalmente a las personas que habitan en su alrededor, creando una mala imagen por causas que no se pudieron controlar. (Clarín, 2012)

c) Deterioro del mobiliario urbano

Delgado (2014) comenta que no siempre el desgaste del mobiliario urbano se debe al vandalismo o al uso inadecuado que se le da, también depende mucho del material y acabado que tenga, y eso se obtiene del clima y el lugar donde se encuentre. Es necesario gestionar de una manera adecuada estos elementos para poder generar una inversión a largo plazo, donde la población sea la más beneficiada, y se cumpla con la mejora de la imagen urbana.

d) Deterioro del mobiliario urbano

Delgado (2014) comenta que no siempre el desgaste del mobiliario urbano se debe al vandalismo o al uso inadecuado que se le da, también depende mucho del material y acabado que tenga, y eso se obtiene del clima y el lugar donde se encuentre. Es necesario gestionar de una manera adecuada estos elementos para poder generar una inversión a largo plazo, donde la población sea la más beneficiada, y se cumpla con la mejora de la imagen urbana.

e) Deterioro del mobiliario urbano

Delgado (2014) comenta que no siempre el desgaste del mobiliario urbano se debe al vandalismo o al uso inadecuado que se le da, también depende mucho del material y acabado que tenga, y eso se obtiene del clima y el lugar donde se encuentre. Es necesario gestionar de una manera adecuada estos elementos para poder generar una inversión a largo plazo, donde la población sea la más beneficiada, y se cumpla con la mejora de la imagen urbana.

f) Contaminación urbana

La influencia de la contaminación del suelo puede resultar peligroso para la gente que se encuentra a su alrededor y el ecosistema. La importancia de mantener un lugar limpio adecuadamente da ventajas de salubridad, donde la flora, la fauna y salud humana se benefician. (Juste, 2019)

La contaminación en un entorno urbano se puede dar de diferentes maneras ya sea por el suelo, por basura, contaminación visual o atmosférica, pero cada uno determina una distinta consecuencia en el lugar, afectando de diferente forma la imagen urbana que percibe el poblador. La contaminación no solo afecta al medio al entorno urbano, sino que también ataca a la salud, que día a día las enfermedades incrementan provocando que la situación sea crítica.

g) Comercio Informal

Ticona (2016) interpreta que aquellas personas que utilizan los espacios públicos para comercializar sus productos sin ninguna autorización se denomina como comercio informal, y por lo regular crean caos y desorden y perjudican el paso peatonal.

El comercio informal es aquella actividad económica que se da de manera irregular porque no tiene el permiso requerido para poder ejercer la actividad, entonces optan por ocultarse y desobedecer las normas establecidas, aunque no siempre el informal trabaja gratis, hay veces donde si se les ofrece pagar un monto para poder ejercer su trabajo, pero solo se da merodeando en los espacios públicos, mas no en un terreno establecido.

Es muy difícil debatir acerca del comercio informal, debido que a una parte de la población piensa que lo informal es sinónimo de desorden y que afectan el derecho a la ciudad, debido a que dificultan la accesibilidad en los espacios públicos, pero hay otro porcentaje de gente que lo ve como una oportunidad para crecer en la economía. Sin embargo, los comerciantes informales representan la mala planificación que ha tenido el estado para crear espacios que no sean del agrado para el usuario, debido a ello le es imposible dominar estos tipos de actividades, que solo maltratan el entorno urbano.

h) Invasión del espacio público

El comercio en vía pública se expresa como informal debido al margen legal, la cual según la normativa tributaria está prohibido invadir los espacios públicos. Además, las condiciones de este método de trabajo son precarias y deterioran la imagen urbana del lugar. (Cruz, 2015)

Los problemas que más se dan a diario por causa de los comerciantes informales son la invasión a las veredas o cruces peatonales que trae como consecuencia que las personas no puedan transitar con normalidad, generando caos y estrés, mayormente se encuentran ubicados en lugares donde el comercio formal tiene una gran influencia, esto les permite mejores ventas que en lugares donde no hay mucho tránsito de personas. Las veredas en zonas de comercio deben ser amplias para evitar problemas con los ambulantes informales, porque a pesar de que generen caos, siempre estarán.

1.4.2 Marco Conceptual y Categorías

Marco Conceptual

Mercados de abastos: Son aquellos locales que contienen en su interior puestos de trabajo que se encargan de vender todo tipo de productos por mayor y menor cantidad. (Pareja, 2017)

Entorno urbano: Se compone de todo elemento urbano, ya sean espacios públicos, mobiliario urbano, áreas verdes, equipamientos, viviendas, etc. (Romero 2016)

Espacio público: Conecta directamente con la calidad de vida humana, ofrece a los pobladores recreación activa y espacios libres que generen actividades sociales. (Wady, 2008)

Elementos urbanos: Son un conjunto de objetos públicos que se sitúan en la ciudad, que se utilizan para las actividades diarias de las personas y forman parte de la composición urbana. (Rodríguez, s.f)

Parámetros urbanísticos: Se encarga de medir el diseño y las características técnicas de una habilitación urbana o edificación, a través de lineamientos y normas que contribuyan con el bien común.

Desarrollo comercial: La mayor parte del desarrollo se da en los puestos físicos donde se venden los productos, lo cual el comprador y el vendedor son los generadores del incremento comercial en las ciudades.

Categorías

La elaboración del proyecto se lleva a cabo a partir de dos temas importantes, que ayudan a planificar y desarrollar los puntos que se tocan en el transcurso de la investigación, como primera categoría principal se destaca los elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar, dando un análisis actual de todo elemento urbano que posee cada caso de estudio donde como sub categoría se emplean las características de la fachada con su entorno, las áreas verdes; y las pistas y veredas para detallar la situación en la que se encuentran y los parámetros con los que cuenta.

La segunda categoría explica la influencia de los mercados en el entorno urbano, el gran cambio que se genera en el lugar con la incorporación de un equipamiento comercial, en un área donde predomina la residencial de densidad media convirtiéndose en comercio zonal y vecinal, a su vez se plantea dos puntos de su entorno que son consideradas las subcategorías de este mismo, los cuales son el mercado y los espacios públicos, donde se explica cómo se desarrollan y cuál es el impacto que se ha generado en ellos.

1.4.2.1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar

Categoría

La imagen urbana está compuesta por múltiples elementos que constituyen y desarrollan una ciudad, donde transfiere un grado significativo de organización y planificación entre las personas, lo cual transmiten sensaciones de confortabilidad y armonía. Los elementos pueden ser de estado físico o visual, depende de cómo esté construida y que características tenga el lugar. (Montaudón, 2015)

El diseño urbano se basa en el trazado y la organización del espacio público, en función que los ambientes públicos manejan y conceptualizan los elementos con los que se componen, todo esto se basa en la teoría de diseño urbano, que plantea espacio público al lugar donde las personas realizan sus actividades sociales de manera libre, sin limitaciones o prohibiciones, por otro lado están los espacios de

uso privado, como las fachadas de las edificaciones y el área verde privado, ubicado interiormente en las propiedades. (Jacobs, 1961)

Por otro lado, se conceptualizan cinco tipos de elementos que conforman la imagen urbana, y que a través de ellos se conforma una ciudad, los casos de estudios investigados cuentan con cada concepto a conceptualizar.

Las Sendas normalmente están representados y relacionado por toda vía de transporte, ya sean calles, señalización de tránsito. Las personas lo usan como conductos para llegar al lugar deseado.

Los bordes son los límites visuales y físicos que tiene una ciudad, donde no permite realizar una continuidad lineal, ya sean por avenidas principales de anchas dimensiones, (vías expresas), vías del tren, o elementos naturales.

Los barrios son los espacios donde se desarrolla las edificaciones públicas y privadas que están agrupados en conjunto distribuidos por secciones, cumplen con la integración de fortalecer la vida humana.

Los nodos son lugares con una influencia de grado alto en la ciudad, son puntos de intersección entre un lugar a otro.

Por último, lo mojones son elementos físicos que están ubicados en puntos específicos con la finalidad de resaltar un lugar donde existe una gran importancia. (Lynch, 1998)

Todo elemento mencionado influye en la vida diaria de la ciudad y como está distribuida por lo cual es importante que, para el mejoramiento de la calidad de vida del ser humano, la imagen urbana debe contar con todos sus elementos en óptimas condiciones, es por ello que se realiza un análisis en cada caso de estudio para conocer e inferir en su estado actual y como se puede mejorar aplicando parámetros y diseños adecuados.

1.4.2.1.1 Fachada

Subcategoría

Las fachadas de las edificaciones representar un valor muy importante en la ciudad, ya que es la imagen que percibe el poblador de su ciudad, por ende, es muy valioso que se cuiden y conserven de manera que no destruyan la vida social de su población. La altura máxima que aconsejan los profesionales del urbanismo es de 4 niveles, ya que si se excede la ventilación y la iluminación se verá perjudicado en el lugar por el desinterés de las personas, disminuyendo su tránsito peatonal y la realización de sus actividades cotidianas.

La relación entre la escala de un edificio y la proporción del espacio que está afuera debe estar a un grado paralelo para que pueda tener una muy buena percepción en la escala humana, con la finalidad del que el entorno tenga una vista agradable y paisajista. Las fachadas deben incluir un diseño fuera de lo común para atraer el contacto visual de la población, dejar de construir viviendas con fachadas de paredes lisas y darle una forma más convencional que implique generar una ciudad visitada constantemente por la variedad de su arquitectura y elementos. (Taracena, 2013)

Actualmente las fachadas de los casos de estudios no están teniendo una adecuada imagen por culpa de las alteraciones y deterioro que se está dando en el lugar, entre ellos se puede observar el cableado enredado y expuesto, la falta de mantenimiento y la excesiva publicidad que abarca más del 50% del área total.

En lugares donde el comercio habita y forma parte el entorno urbano, se suele colocar diferentes tipos de publicidad en las fachadas, esto para generar una mejora en ganancias por medio del marketing. Para aplicarlo es necesario que se tomen medidas que no fomenten la mala imagen en las fachadas, por ello la publicidad debe ser usada discretamente sin alterar la visualización del usuario.

1.4.2.1.2 Áreas verdes

Subcategoría

Las áreas verdes urbanas son conjuntos de vegetación que se siembra por el ser humano, en la cual producto a ello nacen, debido a ello nacen los parques, bosques y jardines que están distribuidos por toda una ciudad, todo de ámbito público. La calidad ambiental se asocia por las grandes cantidades de vegetación que se encuentra en una ciudad, lo cual significa que mientras más vegetación haya, más calidad de vida habrá.

Los espacios verdes son importantes e imprescindibles por los beneficios que da a la población, por ende, la Organización Mundial de la Salud propone que las ciudades cuenten como mínimo 15 m² de área verde por cada persona que habita en el lugar, para que haya un balance entre los espacios verdes, las edificaciones arquitectónicas y urbanísticas. (Robles, 2015)

En los casos de estudios el porcentaje de área verde con relación a la población y edificaciones no llega ni al porcentaje mínimo requerido, lo cual se convierte en tema crítico a tratar, ya sea para el beneficio de la población y de la ciudad. Además, las zonas verdes cumplen con funciones más importantes que solo adornar estéticamente la imagen. Como disminuir el ruido de los vehículos y mejorar el medio ambiente con la ayuda de los árboles.

1.4.2.1.3 Pistas y veredas

Subcategoría

Las calles están compuestas para vehículos y peatones, por ende, es necesario diseñar vías que cumplan con los requisitos de cada usuario y la vez se integren de la manera que no haya problemas al momento de que se quieran utilizar. Las pistas y veredas son espacios públicos para que las personas puedan realizar sus actividades diarias, pero realmente quien tiene más importancia son las veredas o aceras, y para defender ello el Reglamento Nacional de edificaciones lo respalda,

ya que indica los parámetros que deben tener para que se obtenga un uso correcto y luego no haya deficiencias.

La circulación de personas en una calle es lo que alimenta a una ciudad para que tenga vida, y no necesariamente debe ser la circulación vehicular, sino el enfocarse si se puede caminar de una forma agradable y correcta. Las veredas deben estar diseñadas para todo tipo de persona, sea su edad o discapacidad. Mientras más grande sean las aceras más importancia se le da al peatón y da entender lo desarrollada que esta la ciudad. A comparación con las veredas, las pistas solo deben cumplir la función de trasladar a personas de un lugar lejano a otro con la finalidad de ahorrar tiempo, pero ello debe estar en óptimas condiciones y tienen que tener los elementos urbano en buena forma, lo cual deben contar con una buena señalización y semaforización para que al momento que los peatones quieran cruzar las calles no haya problemas al hacerlo. (Pacheco, 2015)

1.4. 2. 2 Influencia de los mercados en el entorno urbano

Categoría

En el Perú los mercados de abastos minoristas, influyen en los servicios de alimentos. En las tres partes de Lima, ya sea sur norte y centro, ha habido una conglomeración de equipamientos comerciales debido a la demanda de la población, lo cual están constituidos por mercados formales y comerciantes informales, el desarrollo de este último no ha sido proyectado en las municipalidades, si bien es cierto que atribuye productos de manera diaria a la población, pero no cumple con el reglamento legal. Eso llega a la conclusión de que si en un lugar existe comercio formal indirectamente creará comercio informal lo cual genera competencia a las personas que, si pagan impuestos, y sobre todo genera inseguridad, falta de limpieza y caos vehicular en el entorno urbano. (Miranda, 2008)

Estos problemas han sido detectados en los 6 casos de estudio analizados, y por los datos obtenidos comprueba que realmente el comercio influye en el entorno

urbano, ya que si no se organiza de una manera adecuada se crearán problemas externos, provocando que la imagen urbana del lugar se deteriore.

1.4.2.2.1 Mercado

Subcategoría

Los mercados son la principal fuente de abastos para la población, y para que pueda controlar la demanda es necesario que la ciudad esté llena de estos, pero no solo se debe pensar en abastecer a la población, también debe brindarle calidad urbana, creando espacios que favorezcan la circulación de las personas y desarrollando elementos urbanos que ayuden a mejorar su imagen urbana. (Hernández, 2017)

Los mercados analizados tienen un problema crítico con darle prioridad a los lugares peatonales, porque tienen más interés en darle prioridad a los puestos comerciales que a los clientes, y se aprovechan de la necesidad de las personas por querer comprar los alimentos a un bajo precio, eso se ve reflejado en el poco espacio público que usan para darle al peatón, veredas muy angostas y pocas áreas verdes.

La creación de un mercado tiene relación de mejorar los aspectos económicos del lugar donde está situado, se encarga de agrupar una alta demanda de personas con la finalidad de que sea creen actividades de compra y venta de bienes de servicios. Al ser un equipamiento que influye con las relaciones y estructuras de sí mismo están rodeados por factores ambientales ya sean de mayor o menor grado. Se pueden identificar variedad de tipos de mercado, como tradicionales que tienen la función del consumo, la cual realizan transacciones de bienes y servicios, también existen los industriales que tienen un nivel muy significativo porque están encargados de elaborar los productos con la intención de venderlos a por mayor y generar ingresos directos que ayudan con el mejoramiento de las empresas, y por último los mercados bancarios, que están más del lado empresarial.

1.4.2.2.2 Espacios públicos

Subcategoría

Los espacios públicos tienen un valor significativo en la ciudad, donde se reparte la cultura y el simbolismo pero también ocupan características de estilo territorial, que deben contar con espacios y ambientes que ayuden a desarrollar las actividades del ser humano, otorgando calidad de vida a los usuarios, La importancia de crear espacios públicos que fomenten su uso diario de manera que la gente quiera usarlos siempre, es que se basa en estudios de comportamientos, analizando los valores culturales y sociales que muestran las personas al estar en dicho espacio. (Romero, 2016)

La idea de generar un espacio público renovado es precisamente para que el ciudadano se sienta seguro y cómodo a la hora de transitar. En los casos de estudio desarrollados, los espacios públicos no muestran que se relacionen correctamente con el mercado, generando congestión peatonal y vehicular, y otros factores más críticos que arriesgan la salud y seguridad del ser humano. Las ciudades deben ser creadas principalmente para el peatón y los vehículos deben ocupar el segundo lugar, asegurando la calidad urbana, esto representará a la ciudad como un lugar para caminar y librarse de los problemas del tráfico.

La seguridad de la ciudad depende de la forma, estructura y espacios públicos que tiene, la inseguridad se da cuando las zonas urbanas muestran deterioro y mal diseño, afectan directamente a los espacios públicos generando que sean lugares muy poco comunes de transitar y pierdan el valor por lo que fueron construidos, producto de ello, la convivencia social entre las personas se vuelve negativa.

1.4.2.2.3 Entorno urbano

Subcategoría

Los espacios urbanos son zonas que conforman el entorno urbano de una ciudad, donde agrupa grandes cantidades de personas para que puedan realizar cada tipo de actividades. La infraestructura que posee busca integrarse armoniosamente con

la vida cotidiana. De otro lado, los espacios urbanos tienen una fuerte relación con el aspecto económico y se diferencian de una manera abismal en comparación con las zonas rurales, por ende, una ciudad recibe ese nombre porque la mayoría de su población realiza distintas actividades del sector primario.

El entorno urbano son los espacios que están alrededor de las viviendas, que forma parte del tejido urbano y se integra en las edificaciones. Están conformados por diferentes tipos de equipamiento que otorgan servicios públicos a la comunidad, entre ellos se nombran los servicios de salud, educación y toda edificación necesaria para generar que los lugares sean habitables, que cumplan con los requisitos para ser una ciudad y que den bienestar a las personas que lo habitan. El entorno debe contar con condiciones sociales, económicas, urbanas y ecológicas para poder incrementar el valor y la calidad de vida del lugar.

Para que una ciudad fortalezca la dimensión de sus espacios públicos es necesario que las personas produzcan contacto entre ellas para generar una vida socio-cultural y así darle una importancia y aporte a los proyectos urbanos que se proponen. Las ciudades más desarrolladas emplean sistemas urbanos sostenibles que van ligados a la planificación territorial, lo cual quiere decir que emplean zonas especialmente para la protección ambiental porque son espacios que brindan recursos no renovables. Para una mayor optimización de la calidad las ciudades deben contar con principios de gestión con el objetivo de crecer la complejidad sin crear dispersión urbana. Para la sostenibilidad es importante optar por las siguientes normas: Reforzar el papel equilibrador de los espacios no urbanizados, promover el orden territorial, reducir la necesidad de ocupar nuevos espacios, otorgar calidad urbana, optimizar el valor cultural de las infraestructuras y rehabilitar los centros urbanos para un fin de beneficio a la población.

1.4.3 Referente Arquitectónicos

Mercado Central de Budapest:

Este es un mercado de abastos, ubicado en el país de Hungría, dentro de Boulevard Vámhás y frente a una Plaza, este se conecta con el otro lado de la ciudad mediante el puente “Libertad” sobre el río Danubio. El edificio es uno de los más emblemáticos de la capital de Hungría es de los sitios más visitados por los turistas, debido a su contenido histórico y la variedad de productos que se ofrece.

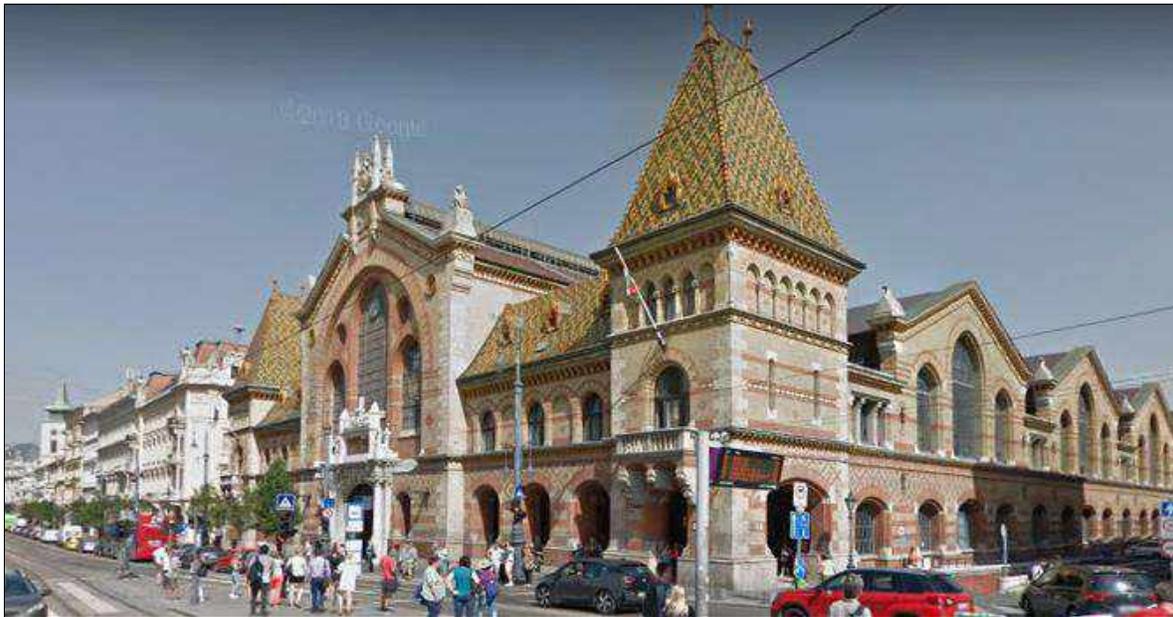


figura 13. Fachada del mercado Central de Budapest, Fuente: Google maps. (2015).

El arquitecto encargado de realizar este mercado fue Samu Pecz, fue construido en el año 1897. El edificio quedó gravemente dañado durante la segunda guerra mundial, actualmente conserva su fachada histórica, pero ha sido remodelado en su interior y su entorno. Este mercado es un claro ejemplo de cómo debería ser un mercado y su imagen urbana, ya que este mercado se integra con el entorno que lo rodea, la Plaza frontal es uno de ellos, a la vez mantiene el perfil y la altura de las edificaciones que lo rodean, los colores no desentonan con la paleta de colores de las fachadas y cuenta con elementos urbanos que enriquecen la imagen urbana que rodea este mercado, el contexto cultural de la ciudad también aporta un plus al entorno, pues la ciudad tiene un alto contenido histórico que genera turismo, es conocido como “la París del este”.



figura 14. Vista aérea del mercado Central de Budapest. Fuente: Google maps. (2015).

En la imagen superior se puede apreciar la ubicación del mercado de abastos, pues por el frente el mercado Budapest da la plaza, esta plaza sirve para diferentes eventos culturales que se realizan constantemente, por otro lado, el mercado está dentro de una vía muy importante, ya que tiene acceso directo con el puente Libertad, que conecta con el otro lado de la ciudad. Para el análisis de las vías y veredas se realizó trazado de secciones viales, tomando como medidas referenciales del Google earth, la vía que se escogió es Vámház Krt. Ya que es una de las más importantes.

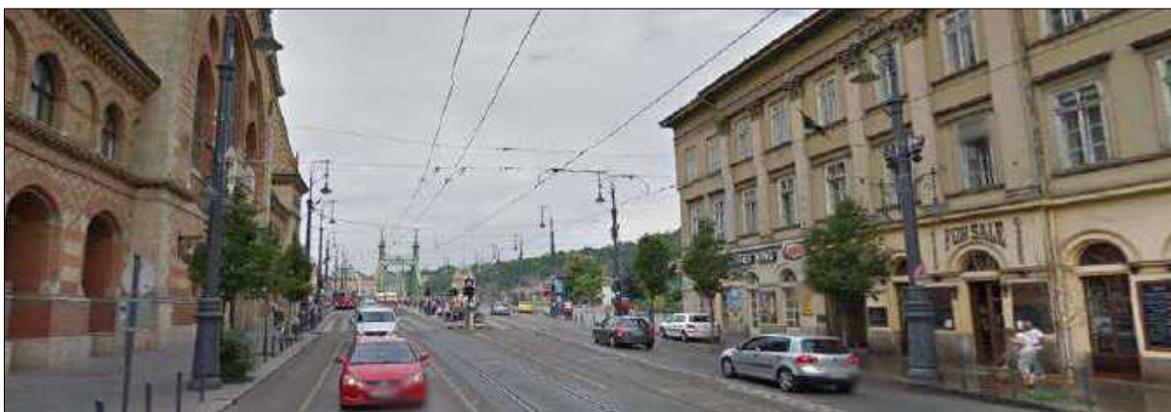


figura 15. Calle Vámház Krt. Fuente: Google maps. (2015).

Sus vías están compuestas de pistas de concreto para el tránsito vehicular, dos ciclovías paralelas en cada lado de la calle, sus veredas de concreto contienen sistemas de comunicación sensorial, para que los peatones puedan mantenerse dentro de las veredas y evitar algún tipo de accidente, por otro lado, es un sistema para las personas discapacitadas, dentro de sus mobiliarios urbanos están los bolardos, que sirven de divisores y protección peatonal y los árboles sirven para dar sombra, a la vez juegan como elemento estético y colchón acústico, al mismo tiempo suman como metros cuadrados de áreas verdes por habitante para la ciudad.

Análisis de secciones viales

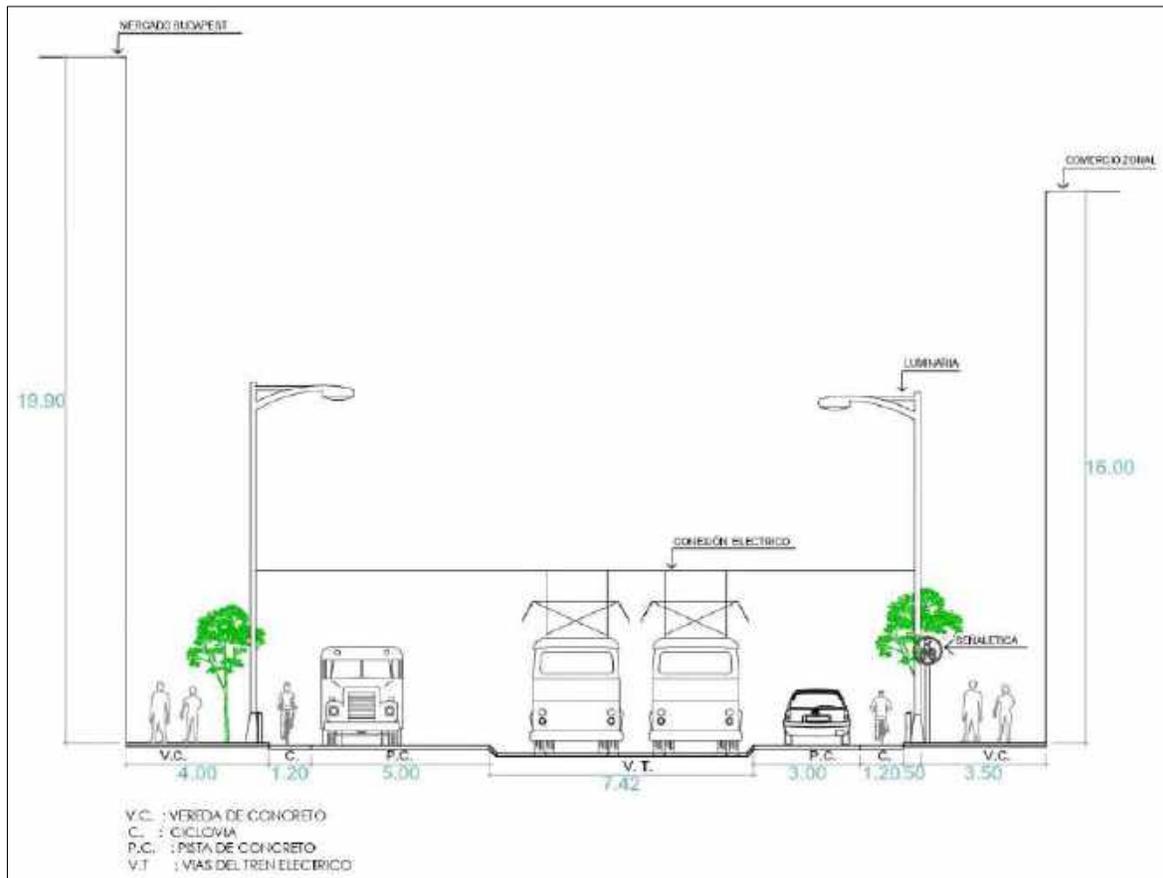


figura 16. Corte vial de la calle Vámház Krt. Fuente propia. (2019).

Las veredas peatonales del mercado son de concreto y tiene una dimensión de 4 metros dentro de ella está la jardinera con una rejilla empotrada para proteger el árbol y las raíces, para, el sistema de lenguaje sensorial tiene una dimensión de medio metro, estos son colocados en el borde, pues funcionan como divisores entre la vereda y el borde, de esta manera el peatón reconoce el límite mediante el relieve de la textura, las ciclovías son de doble sentido con una dimensión de 1.20 m, mientras la vía principal prioriza el sistema de transporte público con el tren eléctrico.

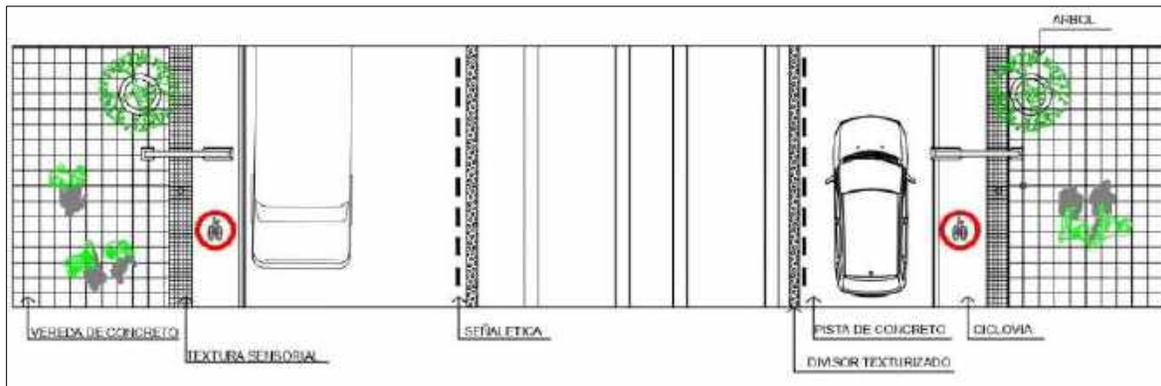


figura 17. Plano vial de la Vámház Krt. Fuente propia. (2019).

Por otro lado, la señalética está bien planteada, en las pistas, en las ciclovías y veredas, las pistas tienen una dimensión de 5 metros para el uso de buses y carros particulares, mientras que las veredas del comercio zonal tienen una dimensión de 3.50 metros, estas también contienen jardineras y bolardos que funcionan como elementos divisores para cada elemento urbano del espacio público, ambas veredas contienen sistema de iluminación como farolas, postes de alumbrado público y mobiliarios cada cierta distancia, como tachos de basura, ciclo parqueos, semáforos peatonales, bancas entre otros mobiliarios que aportan a la imagen urbana, mientras que las tiendas comerciales colocan maceteros con plantas ornamentales.

Análisis de las fachadas



figura 18. Fachadas del comercio zonal, Fuente: Google maps. (2015).

Las fachadas se mantienen alineadas y conservan la misma altura , pues está dentro de un centro histórico, los colores que se usan para las fachadas son de colores monocromáticas, pues se debe mantener la sobriedad, ya que la arquitectura antigua es la que tiene mayor jerarquía, dentro del comercio zonal, dentro de estas funcionan diferentes establecimientos de servicio y de venta de diferentes artículos y productos comerciales , al tener veredas amplias los locales comerciales pueden sacar mesas al aire libre para que los clientes puedan disfrutar del entorno, así mismo exhiben sus productos y locales a través de vitrinas y mamparas de vidrio transparentes.



figura 19. Fachada de la publicidad, Fuente: Google maps. (2015).

En la imagen superior se puede apreciar que el letrero del establecimiento esta empotrado y este sobresale, al igual que el logotipo del establecimiento, mientras que los carteles publicitarios mantienen un mismo nivel y formato, en conjunto todo el anuncio, ocupan más del 30 % de la fachada, este no ocupa otros niveles y se mantiene dentro, así mismo estos letreros son de colores sobrios y de un material impermeable, con luces empotradas para la iluminación que requiere por las noches. El logotipo del mismo establecimiento contiene los mismos criterios, mientras que los ventanales del local son alargados por el propio diseño del edificio.



figura 20. Fachada de la publicidad. Fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede apreciar que el letrero del establecimiento de comida rápida mantiene un formato y un logotipo para las letras del nombre del local, estos están adosados a la fachada y están conectados a una caja de electricidad, pues contienen iluminación empotrada y luminarias, para enfocar la fachada del local comercial, así mismo del letrero se puede decir que preserva un solo color, la estructura de las letras son de un material impermeables al agua o humedad del clima, pues son selladas a prueba para evitar cualquier tipo de corto circuito o accidente con las luces.

Aporte para el proyecto: Este referente arquitectónico es considerado exitoso, pues contiene criterios urbanos desarrollados tanto a nivel de fachadas, publicidad, espacios públicos y mobiliarios urbanos tales como los tachos de basura, los bolardos, de las secciones viales se usarán las dimensiones como referencia ya que funcionan, las veredas de acuerdo a su amplitud le dan prioridad al peatón y permiten un mejor desarrollo comercial, también se considerarán las texturas de

pisos como el sistema de comunicación sensorial, la aplicación de las jardineras dentro de las veredas que sirven como sombra y colchón auditivo.

Por otro lado, los criterios de publicidad en la fachada de los establecimientos comerciales, se tomará en cuenta las mamparas y la aplicación de los carteles alineados, los letreros empotrados con iluminación interior.

- Arborización en puntos estratégicos (las macetas empotradas en las aceras con las rejillas para la protección de las raíces)
- Límite de las vías vehiculares (el sistema de comunicación sensorial en los bordes)
- Puntos de acopio para la diferenciación de residuos sólidos (tachos de basura para diferentes tipos de residuos, tachos empotrados en algunas de las fachadas y las aceras.
- Mobiliario urbano en excelente estado (los diferentes mobiliarios, son de materiales resistentes para el uso constante de la gran afluencia de público transeúnte)
- Uso de diferentes texturas para marcar espacios (los pisos de las veredas y de la plaza central contienen diferentes texturas.)
- Anuncios digitales en puntos estratégicos (se coloca en diferentes espacios públicos y algunas fachadas, para dar la hora y poner anuncios)
- Existencia de espacios recreativos para niños (en la parte trasera del mercado existe otro parque urbano, que contiene áreas recreativas para niños y otros usuarios.
- Comedores formales en las vías peatonales (las dimensiones de las veredas peatonales, permiten que se pueda sacar mesas para los comedores al aire libre)

Vínculo entre el proyecto de investigación: Este proyecto se vincula con la investigación ya que el equipamiento analizado es un mercado de abastos y su entorno, pues lo que se está analizando es el impacto que generan los mercados de abastos en el entorno urbano que los rodea y la alteración de la imagen urbana con los elementos publicitarios de los establecimientos comerciales, es por ello que se analiza todo lo que hay en su alrededor del equipamiento.

Mercado Markthal



figura 21. Fachada del mercado Markthal, Fuente: Google maps. (2015).

En el año 2004 un estudio de arquitectos llamados MVRDV ganó el concurso en Róterdam lo cual les permitía diseñar y construir un mercado, la idea era ampliar el mercado al aire libre pero que lo recubra una gran cobertura. La normativa europea lo permitía, ya que se empleaba vender alimentos frescos al aire libre, lo cual era lo ideal para que puedan mantenerse en buen estado, además crear departamentos en la parte superior para generar más espacios donde las personas puedan vivir en armonía con el mercado. Para Róterdam el mercado le iba a dar esa mejoría para desarrollar el barrio de Laurenskwartier y toda la parte del centro. Se diseñó una edificación abierta y que sea fácil de acceder para los usuarios, su forma era de un arco con ascensores verticales con dimensiones de 120 metros de largo por 40 de alto.

Su principal recurso para atraer personas de cualquier parte del país era mantener al edificio con espacios abiertos pero cerrado a los costados para impedir los fuertes vientos y las lluvias, aunque pareciera que todo iba a quedar oscuro se optó por poner cables de acero en la fachada para darle traslucidez al edificio y que permita que haya ventilación e iluminación natural sin ningún problema. La fachada transparente lo cual fue la más grande del país a partir de que fue creado por cables de acero genera que el público se atreva a ingresar al mercado debido a la innovación que utilizan para que el edificio tenga una estética fuera de lo común y con colores llamativos.

El exterior está hecho de acabados de piedra natural gris, el mismo material que se utiliza en todo el pavimento del terreno y la plaza con la que está conectada, para que tenga unificación y se pueda integrar al entorno sin la necesidad de ser extravagante.

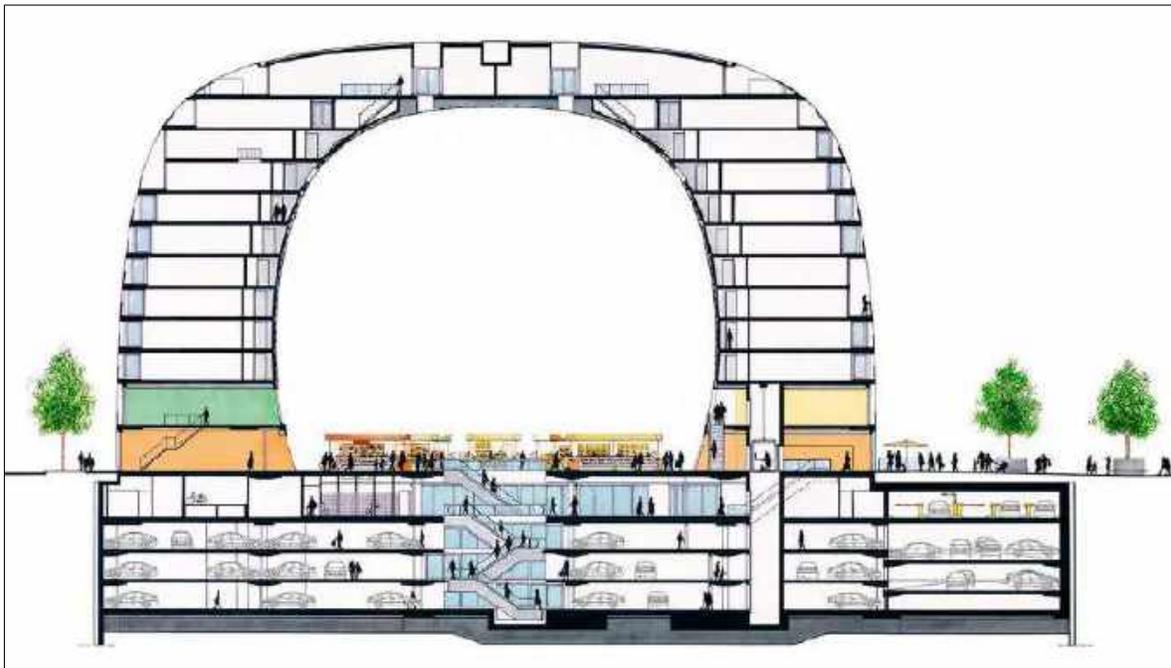


figura 22. Sección arquitectónica del mercado Markthal, Fuente: ArchDaily. (2014).

La edificación no tiene fachada posterior debido a que esa zona no conecta con la plaza principal, pero si cuenta con multitud de entradas para darle la opción al usuario de tener la libertad de poder ingresar y salir por donde más le parezca. En el primer nivel tiene una plataforma de distribución con ingreso al estacionamiento de los vehículos de reparto y ascensores para la mercadería, todo con la intención de no generar molestias de ruido a las personas que conviven con el mercado, incluso hay parking para bicicletas lo cual le da un punto sostenible a su favor.

Con el tema de la sostenibilidad al mercado se le otorgó un certificado de BREEAM Very Good por los equipamientos del edificio. Cuenta con funciones que permiten el intercambio de calor y frío debido a un sistema de calefacción que está debajo del suelo, también permite el intercambio de energía entre las viviendas y las tiendas para prevenir la diferencia en la demanda de la calefacción y refrigeración.



figura 23. Vista exterior del mercado Markthal, Fuente: ArchDaily. (2015).

Su diseño arquitectónico también cuenta con características sostenibles, las viviendas forman parte del casco del edificio, lo cual es atemporal y no sigue ninguna moda, es algo que se resalta en la ciudad de Róterdam. Toda tienda está de acuerdo con las ideas sostenibles que han planteado los arquitectos, también se han tomado estrategias para aumentar el valor ecológico del entorno urbano, ubicando nidos para murciélagos y vencejos ya que por la zona se ven muy a

menudo estos tipos de animales voladores. Las viviendas del edificio hacen que el proyecto sea tan grande y abierto que es apto para todo el público.

Entorno Urbano

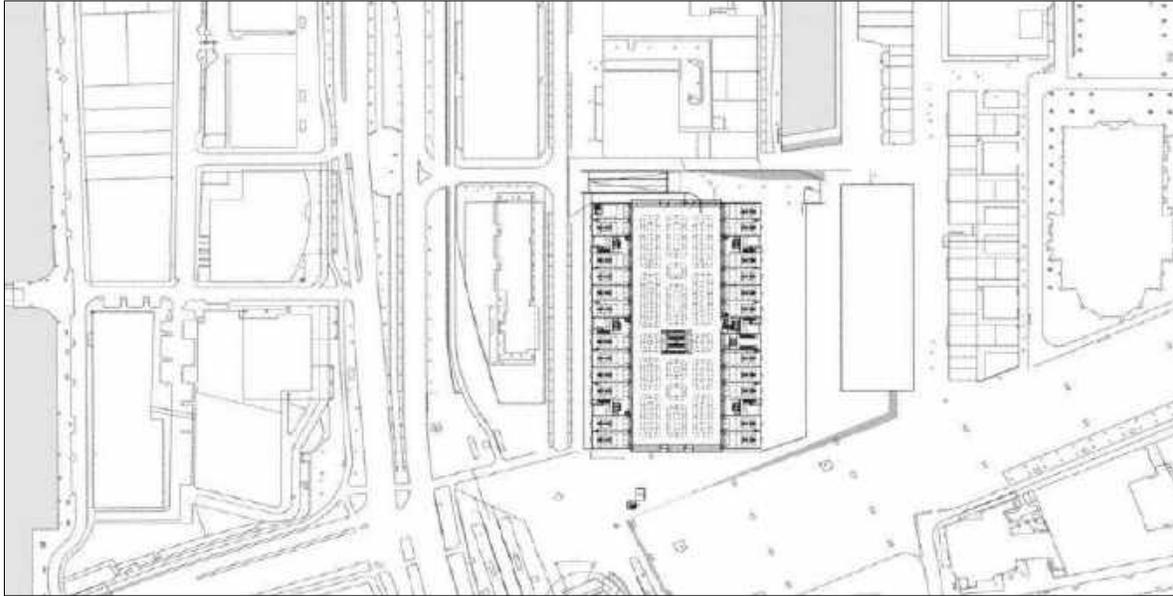


figura 24. Entorno urbano del mercado Markthal, Fuente: ArchDaily. (2015).

El mercado es un proyecto híbrido, porque combina actividades públicas como el mercado y la plaza, y privada porque cuenta con departamentos en la parte superior. Su entorno está rodeado por zonas residenciales, las vías tienen restricciones con el acceso al mercado debido a que se prioriza más espacio público para el peatón con la finalidad de que el lugar se vea armonioso y se puedan compartir actividades sociales entre sus habitantes y visitantes.

Entonces la mayor parte de su entorno urbano está generado para el tránsito de las personas, dándoles espacios amplios y generoso, con mobiliario urbano de calidad. Su imagen urbana es un punto a resaltar, su publicidad está ubicada en puntos estratégicos y en módulos de manera digital, porque la idea es resaltar el edificio con su propia arquitectura, en la fachada solo se encuentra el acabado de piedra natural gris y absolutamente no hay rastro de ningún cartel de publicidad.

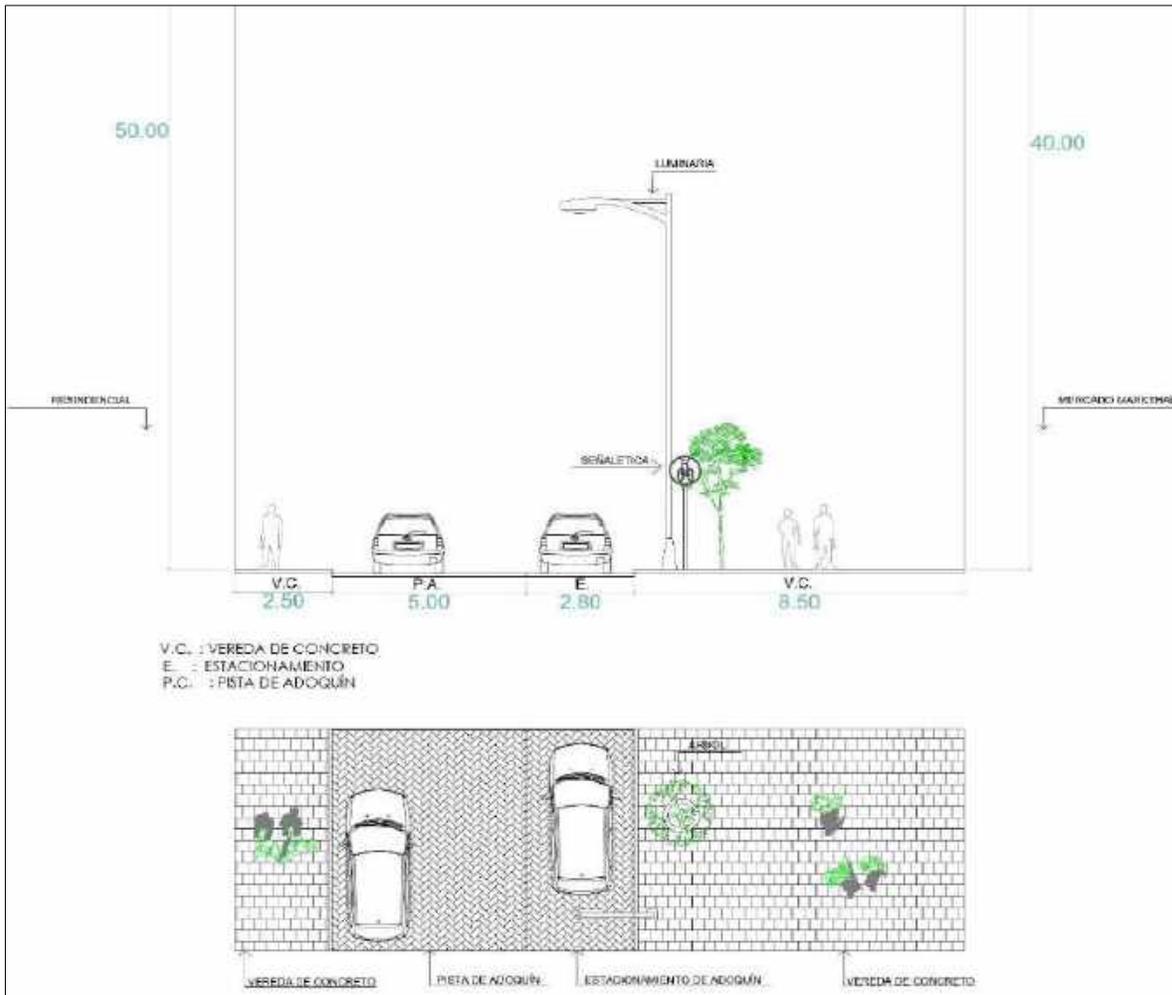


figura 25. Sección vial del mercado Markthal. Fuente propia. (2019).

Su sección vial dependientemente les pertenece a las personas que viven en el lugar, por ende, sus cortas vías vehiculares son privadas, eso genera que el transporte público se mantenga alejado del mercado para prevenir la contaminación acústica manteniendo la tranquilidad de la zona. El mercado cuenta con vías peatonales muy amplias a diferencia de las demás edificaciones de su alrededor, y eso se debe porque al ser un proyecto donde se ubican puestos de mercado, se necesita más espacio por la gran cantidad de personas que llegan al lugar, para ello lo compensa la alameda que rodea toda la edificación.

Análisis de fachadas en su entorno urbano



*figura 26.*Fachada del entorno urbano del mercado Markthal, Fuente: Google maps. (2018).

Las fachadas del comercio zonal alrededor del mercado Markthal tiene características muy particulares, se respeta el 30% de área libre, la publicidad del nombre de la tienda comercial está ubicada en la parte superior de los vanos y las letras de la publicidad están adosadas al muro, características importantes que todo entorno urbano donde se genera comercio debe tener. Para la exhibición de sus productos se apoyan con ventanas y puertas de vidrio traslúcidos que ocupan todo el espacio de la fachada, además que se percibe iluminación natural. Los colores blanco y negro destacan en sus fachadas como fondo para la colocación de su publicidad.

Aporte para el proyecto:

Este mercado es un claro ejemplo de cómo debería ejecutarse un plan de desarrollo económico para la población y como evitar las problemáticas del impacto comercial, en comparación con la realidad de los mercados de la ciudad de Lima, a través de los siguientes elementos urbanos que cuenta actualmente:

- Arborización en puntos estratégicos
- Límite de las vías vehiculares
- Puntos de acopio para la diferenciación de residuos sólidos
- Mobiliario urbano en excelente estado
- Uso de diferentes texturas para marcar espacios
- Publicidad digital en puntos estratégicos
- Existencia de espacios recreativos para niños
- Comedores formales en las vías peatonales
- Fachadas con publicidad moderada

Vínculo entre el proyecto de investigación:

La relación directa que tiene el mercado Markthal con los casos de estudio analizados es el impacto que genera un mercado cuando se integra a un entorno urbano residencial, como funciona y como se desarrolla económicamente, social y urbana. Este referente arquitectónico es un caso exitoso por las características que posee, ya que verídicamente se demuestra la alta calidad con la que está compuesta su imagen urbana y la armonía con la que el mercado se acopla con su entorno urbano, mostrando cosas positivas para el poblador que habita en su alrededor.

1.5 Teorías relacionadas al tema

Mejoramiento de la Imagen Urbana

Según Soto (2011) una propuesta de mejoramiento urbano tiene el fin de crear un desarrollo social y cultural en la población, generando una mejor percepción visual del entorno, y fortaleciendo la calidad urbana del lugar a intervenir. Todo elemento que conforma el entorno urbano debe ser diseñado en puntos estratégicos para que se le dé el debido uso y tenga más tiempo de vida útil.

1.6 Formulación del problema

Problema general:

¿Cuáles son los criterios de intervención que permitan optimizar la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos de Lima Sur, como generadores de impactos comerciales en función a la realidad problemática, el análisis de casos de estudio, el deterioro de su imagen urbana y que lineamientos o parámetros se deben seguir para poder aplicarlo en el caso principal?

Problemas específicos:

PE1: ¿Cuál es el impacto urbano que generan los mercados de abastos en la ciudad de Lima Sur, en base al análisis de casos de estudio?

PE2: ¿Qué lineamientos urbanos se pueden establecer o adoptar para mejorar el desarrollo comercial y la imagen urbana que engloban a los mercados de abastos de Lima?

PE3: ¿Qué propuesta urbanística se emplearía para revertir el impacto comercial en la imagen urbana del entorno del mercado de abastos Plaza Villa Sur, como caso principal?

1.7 Justificación del tema:

La finalidad de esta investigación es desarrollar una propuesta urbana coherente y aplicable, para mejorar la imagen urbana, relacionada a el entorno de los mercados de abastos de Lima, es decir se busca solucionar diferentes problemáticas generadas por un equipamiento comercial como lo es el mercado de abastos, dentro de un entorno. En el caso de este proyecto es un radio aproximado de 350 metros a la redonda, todo esto en base a la realidad problemática, el análisis de casos de intervención, los lineamientos y parámetros urbanos investigados y planteados.

Justificación teórica: En el enfoque teórico del proyecto, se busca llegar mediante la aplicación de conceptos, teorías y categorías acerca de los elementos que componen la imagen urbana e impacto comercial, con el propósito de comprender y aplicar criterios que solucionen la realidad problemática del entorno de los mercados de abastos.

Justificación practica: Albergara soluciones positivas, en el ámbito urbano, arquitectónico, ambiental, económico y social, pues la investigación servirá como un aporte que ayudara a optimizar la imagen urbana de los entornos de los mercados de abastos, a reducir el impacto ambiental que generan los mercados de abastos mediante criterios planteados, reordenar la configuración del perfil de los espacios públicos, para potenciar la zona comercial, y lograr una mejor convivencia del usuario y el espacio público.

Justificación metodológica: Se justifica con el fin de alcanzar el logro de los objetivos planteados en el proyecto, a través de la metodología y técnicas aplicadas e instrumentos utilizados, como la ficha técnica y las entrevistas a campo abierto, aplicadas a los casos de intervención.

Justificación social: se beneficiarán los comerciantes, tanto formales e informales, mediante las propuestas planteadas, que mejoran la calidad del entorno donde laboran, todo de una manera práctica y bajo parámetros. los usuarios son el principal punto, pues se optimizará la calidad de vida urbana mediante una mejor percepción visual, estética del espacio.

1.8 Objetivos (Generales y Específicos)

Objetivo general

OG: Determinar los criterios de intervención que permitan optimizar la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos de Lima Sur, en relación al impacto comercial que generan estos, todo en función del análisis de la realidad problemática, el análisis de los casos de intervención, en base a los lineamientos o parámetros urbanos encontrados y poder aplicarlo en el caso principal.

Objetivos específicos

OG1: Determinar el impacto comercial que generan los mercados de abastos de la ciudad de Lima Sur, en base al análisis de los casos de estudio.

OG2: Establecer parámetros urbanos que permitan mejorar el desarrollo comercial y la imagen urbana del entorno urbano que engloban a los mercados de abastos de Lima Sur, en base a los diferentes Lineamientos y parámetros consultados.

OG3: Desarrollar la propuesta urbanística para revertir el impacto comercial en la imagen urbana del entorno del mercado Plaza Villa Sur, como caso principal.

1.9 Alcances y Limitaciones de la investigación

Alcances

- Este proyecto busca desarrollar una propuesta de mejora de la imagen urbana, en relación al mercado Plaza Villa Sur como generador del impacto comercial, mediante lineamientos aplicables.
- El análisis se enfoca en mercados y su entorno físico que los rodea, la investigación se desarrollara de manera analítica y descriptiva, llegando a desarrollar una propuesta.
- El análisis y los resultados de esta investigación ayudarán o servirán como ejemplo aplicable en otros mercados con realidades y problemáticas similares.

Limitaciones

- Al desarrollar esta investigación se presentó algunas dificultades como, escasos de casos reales que alberguen ejemplos o lineamientos aplicables, para solucionar la problemática identificada, entorno a la imagen urbana del entorno del mercado que se está estudiado, esta deficiencia se debe a que en nuestro país no hay una buena gestión urbana ni arquitectónica, es por ello que existen vacíos en la ciudad.
- Al no poder tener acceso a toda la información necesaria, se tuvo que realizar una recolección de datos de manera personal, esto ocasiono el retraso del avance de la investigación, debido al tiempo que implica realizar toda la recolección y diagramación de la información obtenida.
- La población entrevistada muchas veces no es muy coherente con las respuestas, debido a que muchas veces no entienden algunos términos y confunden un tema con otro, esto implicó realizar varios prototipos de entrevistas que se amolden a su vocablo e instrucción, con el fin de poder entender su perspectiva.
- El corto plazo para desarrollar toda la investigación muchas veces, nos juega en contra debido a que no solo es una investigación teórica sino analítica, descriptiva y exploratoria, para poder entender muchas aristas de la investigación.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de estudio:

El trabajo de investigación presentado, es de tipo exploratorio, puesto que el proyecto a presentar se desarrollará en base a un análisis progresivo, donde se recoge datos e información que ayudaran a comprender y conocer cualidades del objeto a investigar, en este caso la imagen urbana del entorno del mercado y su impacto comercial, un tema relacionado a lo urbano, pero que sin embargo no se

ha encontrado muchas investigaciones que busquen analizar los impactos comerciales de equipamientos como lo es un mercado de abastos, mediante la metodología cualitativa.

(Sampieri, Collado, & Lucio, Metodología de la investigación, 2010) “los trabajos o investigaciones cualitativos ayudan a detallar circunstancias y eventos, esto quiere decir, como se manifiesta, determinado fenómeno, averigua y especifica elementos fundamentales de diferentes personas, géneros, sociedad, o cualquier otro tipo de objeto de estudio”.

Diseño de investigación:

(Sabino. C.2008) “los diseños de investigación tienen como finalidad facilitar un prototipo de contraste o control para realidades con teorías y su estructura es el método o estrategia que define los pasos necesarios para realizarlo, haciendo referencia al plan general de la investigación”.

El grado de este trabajo de investigación es descriptivo ya que “únicamente se busca calcular y recolectar datos de manera individual o grupal”. (Hernández, Fernández &, 2014, p.92)

en este proyecto de investigación se usará diferentes estrategias y herramientas para poder llegar a los objetivos planteados en el presente trabajo, una de las estrategias es el levantamiento de información dentro de la zona de estudio, mediante entrevistas a un grupo determinado, y levantamiento de datos con la ficha técnica elaborada de acuerdo a los puntos planteados a evaluar, es por ello que se determinó que esta investigación es no experimental, transversal o transeccional, porque se recogen datos en un solo momento y en un determinado periodo.

2.2 Escenario de estudio

El escenario de estudio que se escogió está ubicado en el departamento de Lima, Provincia de Lima, dentro de Lima Metropolitana, la subregión del cono Sur, también conocido como (Lima sur), los distritos que albergan se caracterizan por estar cerca a la Playa, esta sub región alberga diferentes estratos económicos nivel Pobre y muy pobre, nivel medio, estrato socioeconómico elevado.

4	SUR	S. J. de Miraflores, V.M. de Triunfo, Villa el Salvador, Lurín y Pachacamac
5	CENTRAL SUR	Barranco, Miraflores, Surco, San Borja, Surquillo, San Isidro, Chorrillos.
6	BALNEAREOS DEL SUR	Pta. Hermosa, Pucusana, Pta. Negra, San Bartolo, Sta. María



figura 27. mapa de Lima metropolitana, fuente: Tierras Inca. (2002).

Se seleccionó como escenario principal de estudio, el entorno del mercado de abastos, Plaza Villa sur de V.E.S. 2019, para ser exactos 350 m de radio a la redonda, ya que se determinó como una zona, donde se puede recolectar datos relevantes que aporten a cumplir los objetivos planteados, como también es debido a que se determinó la realidad problemática existente dentro de este entorno y a la vez es relativamente accesible poder recolectar los datos.

1. El entorno del mercado de abastos Edén de Monterrico, Santiago de Surco, 2019, se encuentra ubicado entre la avenida Primavera y el jirón el álamo, las otras calles colindantes son Jirón San Ignacio y Talambo. Se aplicaron los mismos criterios, que se utilizó para el caso principal, 350 metros a la redonda. Donde se recolecto la información con la ficha técnica y se realizó las entrevistas.
2. El entorno del Mercado Municipal de San Isidro, 2019. se encuentra ubicado entre la bajada los delfines, Av. el ejército y Aranibar, colinda con el centro de atención primaria de San Isidro y por el frente con un club privado. La zona de análisis también es de 350 metros a la redonda, donde se analizarán los puntos de la ficha técnica y se aplicara la entrevista.
3. El entorno del Mercado de Abastos Edén de Alfredo Benavides, Santiago de Surco, 2019. Se ubica entre la avenida Alfredo Benavides, Jirón Galeano y calle Carlos Tenado, las calles mencionadas serán las que se tomará como vías principales para el análisis de casos, el criterio será el mismo, 350 metros a la redonda. Se utilizará los instrumentos planteados, la ficha técnica y la entrevista.
4. El entorno del Mercado N° 2 de Surquillo, se encuentra entre la calle santa Rosa, Lizardo Montero y Antero Aspillaga, las calles mencionadas se tomarán como las calles principales, para el estudio del caso, ya que son las que tienen acceso directo con el mercado, de igual manera se analizara 350 metros a la redonda y se aplicara los instrumentos diseñados.

5. Mercado Lobatón N° 01, colinda con la avenida Petit Thouars, Jirón Tomas Guido y avenida Ignacio Merino. Las avenidas mencionadas son las que se analizara, se aplicara la misma metodología planteada desde el principio, 350 metros a la redonda, se usara la entrevista y la ficha técnica, para la recolección de datos y levantamientos fotográficos.

2.3 Participantes

Los participantes que intervinieron en esta investigación fueron un grupo de 03 estudiantes universitarios de la universidad UNTELS, que se encontraban ingresando y saliendo a la universidad, que se ubica al costado del mercado (ver entrevista en anexos) es necesario señalar que para la entrevista no se utilizó ningún filtro para escoger a los estudiantes entrevistados. Por otro lado, también se escogió a otro grupo de 04 personas, esta vez fueron usuarios que se encontraban realizando compras alrededor del mercado, la mayoría señoras, madres de familia, que siempre realizan compras en el mercado Plaza Villa Sur, por ende, conocen muy bien la zona y la interacción del mercado y los espacios urbanos que le rodean. Los últimos entrevistados fueron comerciantes, el primero fue un joven que se desempeña como comerciante ambulante diariamente fuera del mercado, y por último una señora comerciante, dueña de un puesto de juguería dentro del mercado, colaboro con la entrevista, mientras desarrollaba sus actividades por la mañana dentro del mercado.

Para la entrevista de los otros casos de estudio, se seleccionó 01 persona, aleatoriamente que se encontraba transitando por el entorno de los casos de estudio, la primera fue una señora en el mercado de abastos Edén de Monterrico, Santiago de Surco, que se encontraba en el paradero del mercado. Para el segundo caso de estudio (el entorno del Mercado Municipal de San Isidro), se seleccionó a un trabajador del mercado, el señor desempeñaba el cargo de portero del mercado, se le escogió por que el señor conoce el entorno y lleva trabajando tiempo en el mercado. Para el caso de estudio (Mercado de Abastos Edén de Alfredo Benavides), se escogió a la señora del puesto de Periódicos, que se encuentra en la esquina del mercado, la señora ha trabajado durante 10 años en ese lugar y ha visto como el mercado ha ido creciendo.

Para el caso del Mercado N° 2 de Surquillo, se le pregunto a una comerciante de abarrotes, que trabaja varios años dentro del mercado, se le tuvo que explicar algunos criterios para que pudiese responder asertivamente. Finalmente, en caso de estudio numero 06 (Mercado Lobatón N° 01) se le entrevisto a un peatón, el joven manifestó que siempre realiza sus compras en el mercado, por ende, conoce el entorno.

2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizó una entrevista diseñada y moldeada a la población, con el fin de que puedan entender y así mismo responder acertadamente, las preguntas de la ficha de la entrevista están orientadas a los objetivos planteados tanto como general y específicos.

Se tuvo que ir en diferentes momentos ya que con las primeras entrevistas no se obtuvo las respuestas acertadas por parte de los entrevistados. La entrevista empieza con una pequeña introducción sobre la investigación, con el fin de dar un alcance a los entrevistados y así no obtener respuestas erróneas, cabe señalar que se le puso al tanto el fin de la entrevista y que la información obtenida seria publicada, con fines educativos. El número de preguntas que se plantearon dentro de la entrevista fueron un total de 27, y clasificadas en 03 grupos.

El siguiente medidor para la recolección de datos que se aplicó dentro del escenario fue la ficha técnica, diseñada bajo los criterios de análisis de la imagen urbana, con el fin de determinar los objetivos ya planteados dentro de esta investigación, se agruparon de acuerdo a su clasificación y se dividieron en 05. (ver ficha técnica en anexos)

- El primer grupo se clasifico por sus dimensiones de las pistas y veredas con 06 ítems.
- El segundo grupo se clasifico por las características del mercado con 06 ítems.
- El tercer grupo se clasifico por los componentes del espacio público con 03 ítems.
- El cuarto grupo se compone por las áreas verdes con 02 ítems.

- El quinto grupo está conformado por la fachada y entorno que rodea al mercado con 04 ítems.

Por último, se realizó un levantamiento fotográfico de todos los elementos analizados con el fin de tener insumos, para desarrollar la investigación y a la vez tener evidencias del análisis realizado.

2.5 Procedimiento

Recoger los datos:



figura 28. gráficos del procedimiento de la investigación, fuente propia. (2019).

Para llevar a cabo la realización de la investigación se siguieron de manera progresiva los pasos que se mencionaran en el siguiente:

1. Se acordó el día, hora y lugar apropiado, para realizar la visita de estudio a la zona escogida para el proyecto de investigación
2. Se diseñaron las entrevistas para ir nuevamente a la zona de estudio a recolectar los datos que se buscaban obtener.
3. Se llevo a cabo el día de las entrevistas, para obtener los datos, es necesario resaltar que se tuvo que ir 03 veces, en diferentes fechas, debido a que no se

obtenían las respuestas acertadas y coherentes, es por ello que también las preguntas de las entrevistas se plantearon lo más sencillas y entendibles para la población y como se ha explicado anteriormente se usó un total de 09 personas seleccionadas para aplicarles la entrevista diseñada.

4. Se realizó el levantamiento fotográfico del lugar, todo en base a los puntos que se está estudiando dentro de la zona de estudio.
5. Se visitó el lugar en diferentes oportunidades para recolectar los datos diseñados en la ficha técnica, se utilizó una wincha para medir, algunos criterios planteados y la cámara del celular.
6. El mismo método se utilizó para analizar los casos arquitectónicos desarrollados dentro de la investigación, para ello revisar los anexos.

2.6 Método de análisis de información

Para el proceso de datos se usó el programa Excel y las gráficas para un mejor manejo y entendimiento de los datos obtenidos.

A la vez se utilizó el programa de AutoCAD para realizar secciones viales y elevaciones de las fachas, porque se buscaba analizar como lo son las vías y las fachadas, a una escala real y que se pueda manejar. Para el desarrollo de la propuesta se utilizó Photoshop, para graficar mejor las fachadas y para la propuesta de intervención en el caso principal se utilizó sketchUP y Lumion, programa especializado en 3D.

Para una mejor clasificación de datos se siguieron los siguientes pasos establecidos por Gómez M. (2000):

1. Observación previa.
2. Elaboración del producto.
3. Clasificación de las individualidades de observación.
4. Rendimiento de los productos resultantes.

2.7 Triangulación de datos

Mediante la triangulación, se busca medir la relación de los procesos de la investigación, para darle mayor credibilidad a la investigación, es decir usar dos enfoques que buscan analizar el mismo objeto o problema y obtener resultados

similares, en este caso se utilizó un enfoque o visión perceptual, para entender la perspectiva de los usuarios entrevistados en relación a la imagen urbana entorno al mercado analizado, y mediante el enfoque espacial se realizó las visitas correspondientes a los casos de estudio para realizar el levantamiento de datos y realizar el análisis espacial y entender la problemática señalada en la investigación. Oppermann (2000) señala que, cuan mayor sea el tipo o variación de metodologías, investigadores, informadores, datos, colaboradores, dentro de la investigación, será mucho más fiable los resultados finales.

TRIANGULACIÓN DE DATOS



figura 29. Gráficos de la triangulación, fuente propia. (2019).

Aguilar Gavira, Sonia, & Barroso Osuna, Julio (2015). 1. "Triangulación de datos: hace referencia a la utilización de diferentes estrategias y fuentes de información sobre una recogida de datos permite contrastar la información recabada. La triangulación de datos puede ser (**temporal**: son datos recogidos en distintas fechas para comprobar si los resultados son constantes), (**espacial**: los datos recogidos se

hacen en distintos lugares para comprobar coincidencias) ;(**Triangulación de investigadores:** en este tipo de triangulación se utilizarán varios observadores en el campo de investigación). De esta forma incrementamos la calidad y la validez de los datos ya que se cuenta con distintas perspectivas de un mismo objeto de estudio y se elimina el sesgo de un único investigador”.

Dimensión espacial: Se estudia de modo objetivo el espacio urbano, considerando sus aspectos físicos y dimensionales, a partir de la detección del estado en la que se encuentra. Para ello se diseñó un instrumento de análisis y compilación de información al que se le denominó como ficha técnica, donde se evalúa en base a las categorías y subcategorías.

- a) Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar
- b) Influencia de los mercados en el entorno urbano

Dimensión Perceptual: Es complementado por la visión de diferentes personas, sobre la problemática de estudio, para la cual se utilizó otro instrumentó, basado en diferentes preguntas que se relacionan de manera directa e indirecta con las categorías y subcategorías, es decir se utilizó la entrevista, a fin de conocer el análisis y reflexión que estos desarrollan.

Esta técnica de producción se inserta en un enfoque cualitativo, que para este caso busca captar subjetividad de los participantes en torno al tema central de la investigación. De esta manera se estructura la triangulación del análisis espacial y perceptual.

2.8 Aspectos Éticos

En la investigación se utilizaron diferentes técnicas e instrumentos, para dar peso o validación a los datos obtenidos, es por ello que se tiene respeto con la información personal de los participantes, para no atentar contra la propiedad intelectual de los colaboradores, y a la vez se obtuvo permiso de los participantes para usar la información recibida de parte de ellos, todo de manera prudente, responsable y confiable, todo con el objetivo de darle usos de fines educativos, cabe recalcar que para la selección de datos e información se fue sumamente meticuloso, con el fin de presentar una información veraz y confiable.

3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1 Recursos y presupuesto

Durante la investigación se realizó diferentes gastos como pasajes, impresiones, visitas a los diferentes casos de estudio, almuerzos, internet móvil y de casa, entre otros gastos, para verlo de manera más detallada, observarlo en la tabla inferior.

RECURSOS Y PRESUPUESTO			
PROYECTO:	Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019		
ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
01	IMPRESIONES		
01.01	PLOTEO DE AUTOCAD	2.00	S/. 20.00
01.02	IMPRESIONES DEL INFORME	2.00	S/. 260.00
01.03	MAQUETAS	2.00	S/. 200.010
02	ZONA DE ESTUDIO		
02.01	VISITAS A LA ZONA DE ESTUDIO	2.00	S/. 80.00
02.02	PASAJES	2.00	S/. 220.00
03	ALIMENTOS		
03.01	DESAYUNOS	2.00	S/. 20.00
03.02	ALMUERZOS	2.00	S/. 120.00
04	INTERNET		
04.01	INTERNET MOBIL	2.00	S/. 150.00
04.02	INTERNET DE CASA	2.00	S/. 200.00
05	ASESORÍA		
05.01	CURSO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	2.00	S/. 2000.00
06	GASTOS ADICIONALES		
06.01	GASTOS ADICIONALES	2.00	S/. 30.00
		FINAL TOTAL	S/. 6,600.00

Tabla 1. Recursos y presupuestos, fuente propia. (2020).

3.2 Financiamiento

El financiamiento de la investigación se dio por nuestra propia cuenta, la cual solventamos todos los gastos adquiridos gracias a nuestra actividad laboral y con la ayuda de nuestros padres, pues ninguna entidad está financiando nuestra investigación.

3.3 Cronograma de ejecución

Cronograma de Ejecución												
Temas	Fechas											
	2-Set a 15-Set	16-Set a 29-Set	30-Set a 13-Oct	14-Oct a 27-Oct	28-Oct a 10-Nov	11-Nov a 24-Nov	25-Nov a 8-Dic	9-Dic a 22-Dic	23-Dic a 5-Ene	6-Ene a 19-Ene	20-Ene a 7-feb	8-Feb
	Semana 1 - 2	Semana 3 - 4	Semana 5 - 6	Semana 7 - 8	Semana 9 - 10	Semana 11 - 12	Semana 13 - 14	Semana 15 - 16	Semana 17 - 18	Semana 19 - 20	Semana 21 - 22	Semana 23
Realidad Problemática												
Trabajos Previos												
Marco referencial												
Marco Teórico												
Marco Conceptual y Categorías												
Referentes arquitectónicos												
Teorías relacionadas al tema												
Formulación del problema												
Justificación del tema												
Objetivos												
Alcances y limitaciones												
Tipo y diseño de investigación												
Escenario de estudio												
Participantes												
Técnicas e Instrumentos												
Procedimiento												
Método de análisis de información												
Aspectos Éticos												
Recursos y presupuesto												
Financiamiento												
Cronograma de ejecución												
Aspectos Éticos												
Casos de Estudio												
Lineamientos o criterios de interv.												
Resultados												
Discusión												
Conclusión												
Recomendaciones												
Caso de intervención												
Sustentación												

Tabla 2. Cronograma de ejecución, Fuente Propia. (2020).

El proyecto se ejecutará en veintitrés semanas, de acuerdo a los temas que se abordan dentro de la investigación, se avanzara de manera progresiva, como se puede observar en la imagen superior, donde se tiene planificado abordar la realidad problemática, trabajos previos, marco referencial, marco teórico, marco conceptual y categorías, referencias arquitectónicos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del tema, objetivos, alcances y limitaciones, tipo y diseño de investigación , escenario de estudio, participantes, técnicas e instrumentos, procedimientos, método de análisis de información, aspectos éticos, recursos y presupuesto, financiamiento, cronograma de ejecución, aspectos éticos , casos de estudio, lineamientos o criterios de intervención, resultados, discusión, conclusión y finalmente la sustentación.

3.4 Aspectos Éticos

Todos los gastos económicos que se han realizado se usarán como inversión para el desarrollo y culminación de la investigación, con el propósito de concretar el proyecto de una manera más sólida y eficiente, es por ello que se ha considerado cada uno de nuestros gastos, y hemos detallado con veracidad, cada uno de ellos.

4. ANÁLISIS DE LOS CASOS

4.1 Casos de estudio

Criterios de selección

MERCADO	AREA M2	N° DE PUESTOS	UBICACIÓN
Plaza Villa Sur	13.720	1500	Villa el Salvador
El Edén	1.662	230	Santiago de Surco
Mercado municipal de San Isidro	5.608	120	San Isidro
Edén de Monterrico	1.275	58	Santiago de Surco
Mercado de Surquillo 02	7,972	388	Surquillo
Mercado Lobatón	2,484	570	Miraflores

Tabla 3. Cronograma de ejecución, fuente Propia. (2019).

Los casos de estudio fueron seleccionados por el número de puestos de venta que existen dentro del equipamiento, por su relevancia en el distrito que se encuentra, el área que ocupa y la ubicación en Lima, El número de puestos mínimo fue de 58 puestos y el número máximo de puestos fue 1500, esto con la intención de tener diferentes dimensiones y poder evaluar sus dinámicas, las áreas máximas del mercado será de un alrededor de 13.000 mil metros cuadrados y como área mínima 1200 metros cuadrados. Su ubicación debe estar en el cono Sur de Lima. En la tabla superior se puede observar los casos de estudio que se seleccionó para la evaluación, de acuerdo a los criterios establecidos con anterioridad.

4.1.1 Caso 01: Mercado Plaza Villa Sur (1999)

El mercado Plaza Villa Sur se encuentra ubicado en el distrito de Villa el Salvador, entre las avenidas César Vallejo y Central, es uno de los mercados de abastos más grandes de Villa el Salvador y cuenta con 1500 puestos fijos de trabajo, su entorno está rodeado por viviendas de uso comercio zonal y lo acompaña una alameda que abarca la misma proyección de la avenida César Vallejo.



figura 30. Fachada del mercado Plaza Villa Sur. Fuente propia. (2019).

Este mercado ha sido escogido como principal caso de estudio debido al deterioro de su imagen urbana que tiene actualmente, y como objetivo es analizar todos sus elementos urbanos existentes, para entender la situación de su problemática y través de ello emplear una propuesta de intervención que ayude a optimizar su imagen urbana. En la imagen superior se puede apreciar la fachada del caso principal (mercado Plaza Villa Sur), dentro del contexto que se está analizando, la avenida central y la avenida Cesar Vallejo, en ellas se puede apreciar el impacto comercial que se ha generado en la imagen urbana que la rodea.

Zona de Estudio del caso principal:

Área de estudio del Mercado Plaza Villa

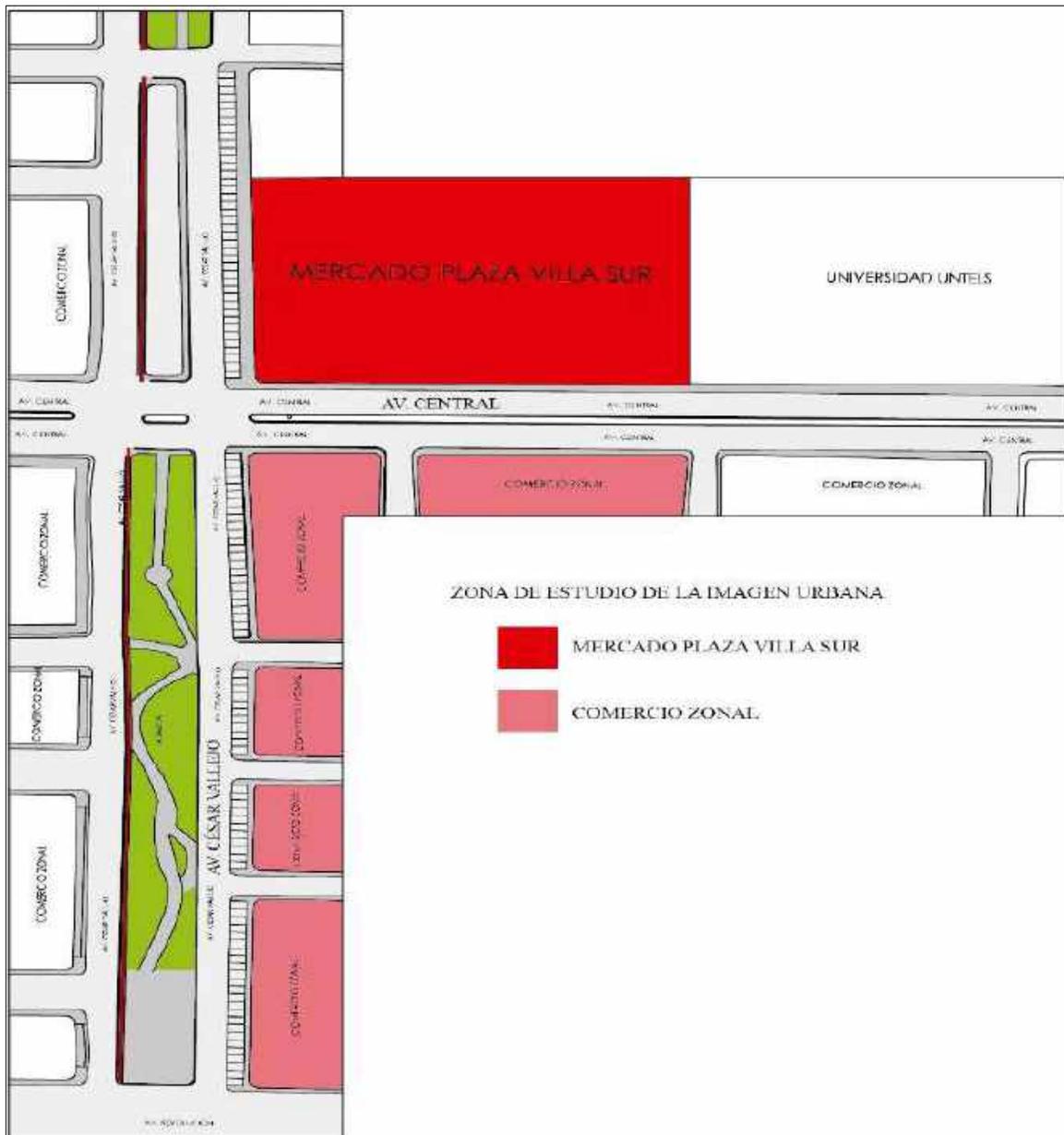


figura 31. Plano de zona de intervención, Fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede observar, el plano de la zona de estudio del caso principal, se escogió un área de 350 metros a la redonda, ya que es el área con más problemas generados por el mercado, entre ellos, la alteración de las fachadas por la publicidad, la basura, cambio de usos de suelo. Las vías que se analizarán son la avenida César Vallejo, esta vía está dividida con la alameda central, por otro lado, la avenida central es de doble sentido, pero tiene una menor dimensión que la avenida César Vallejo y está dividida con una berma.

Análisis de secciones urbanas:



figura 32. Sección A-A, Av. Central, Fuente propia. (2019).

Para el análisis urbano se realizó el levantamiento de las dimensiones de las vías, principales, con el objetivo de entender cómo funcionan, y si es que se les está dando la prioridad a los usuarios y a las vías peatonales. En figura superior se puede apreciar los cortes viales de la avenida Central, donde queda evidenciado las medidas mínimas de las veredas, y el cableado desordenado, llegando alterar la imagen urbana del entorno, así mismo se puede apreciar la gran cantidad de personas en las veredas angostas y la acumulación de mototaxis informales, mientras que los ambulantes ocupan la berma.

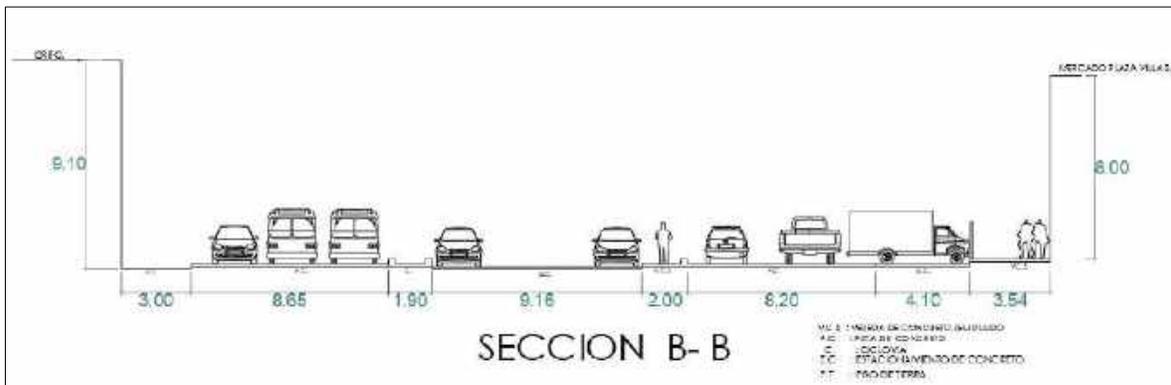


figura 33. Sección B-B. avenida Cesar Vallejo, Fuente propia. (2019).

En la representación superior, se puede apreciar el corte vial de la avenida Cesar Vallejo, en esta figura se puede apreciar las dimensiones de las pistas, veredas y el estacionamiento del mercado plaza Villa sur, de acuerdo a las medidas levantadas en la visita, las dimensiones de la vereda del mercado son angostas ya que se debe tener en cuenta que estas están conectadas a los ingresos principales del mercado, por ende son las más transitadas y usadas por los usuarios que transcurren diariamente al mercado. Por otro lado, el mercado no tiene una zona de descarga apropiada ya que está en medio de la vía pública, en cuanto a los dimensiones, éstas son mínimas.

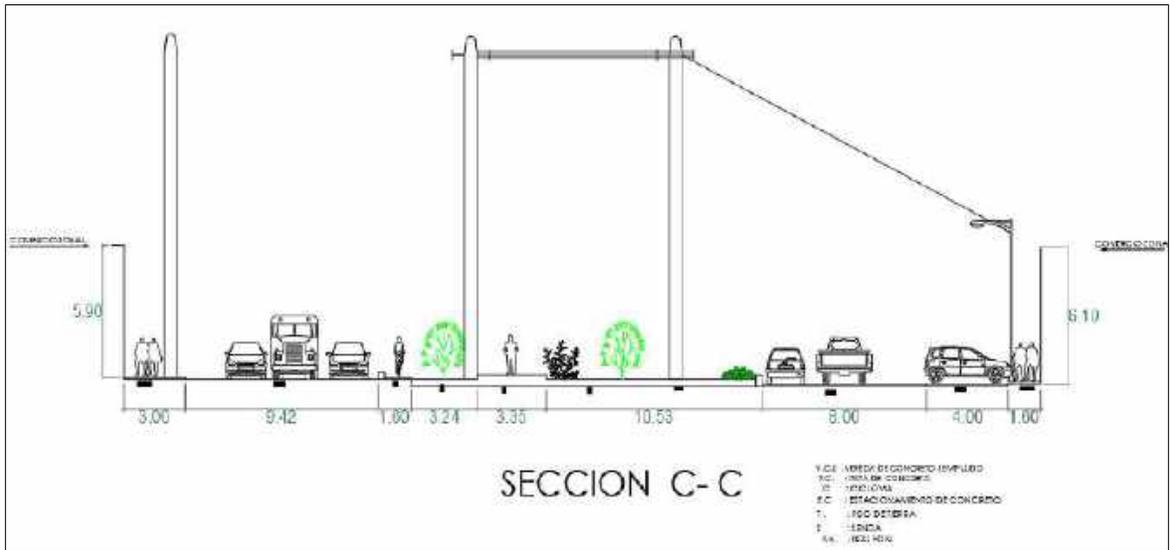


figura 34. Sección C-C Alameda, Fuente propia. (2019).

Se puede apreciar en la imagen superior, el corte vial de la alameda y la avenida Cesar Vallejo, se pueden ver las dimensiones de las pistas que son de cuatro ocho metros, mientras que el estacionamiento es de cuatro metros, las veredas son entre tres metros y un metro sesenta, la ciclovía es de 1.60 metros y alameda de unos 14 metros aproximadamente, se puede resumir de acuerdo a lo analizado que las veredas son muy angostas tomando en cuenta que es una avenida comercial y el tránsito de personas es constante, a esto se le suma la gran cantidad de vendedores ambulantes e informales que se sitúan a diario en la vereda, impidiendo el un flujo peatonal estable, muy a parte de la publicidad que sobresale de las fachadas.

Análisis de los perfiles urbanos y su problemática:

Avenida César Vallejo – Mercado Plaza Villa Sur



figura 35. Fachada del mercado Villa Sur. Fuente propia. (2019).

La imagen superior corresponde a la fachada lateral derecha, del mercado, donde se analiza la problemática ocasionada por el impacto comercial que ha generado el mercado Plaza Villa Sur, claramente se evidencia el impacto visual generado por la masiva publicidad en el exterior de las fachadas que sobresalen y no mantienen un eje lineal, los paraderos informales, el transporté vial informal, la contaminación del suelo a través del arrojo de desechos que se genera en el mercado y en comercio exterior, llegando a terminar en el espacio público, la invasión de las áreas comunes a través del comercio informal y el comercio ambulatorio.

Avenida Central– Mercado Plaza Villa Sur



figura 36. Fachada del mercado Villa Sur, Fuente propia. (2019).

La avenida Central y la fachada lateral izquierda, es la que se aprecia en la imagen superior, donde se puede ver que la problemática se repite, cableado desordenado, publicidad excesiva que sobresale de la fachada, contaminación del suelo a través del arrojo de basura en las bermas, comercio informal y ambulatorio en las veredas y en la berma central que divide la avenida Central, esta zona también carece de áreas verdes o vegetación que contrarreste la contaminación de aire y la contaminación auditiva que se genera por la excesiva cantidad de automóviles, buses y mototaxis que se estacionan en la esquina.

Avenida César Vallejo – Entorno Urbano

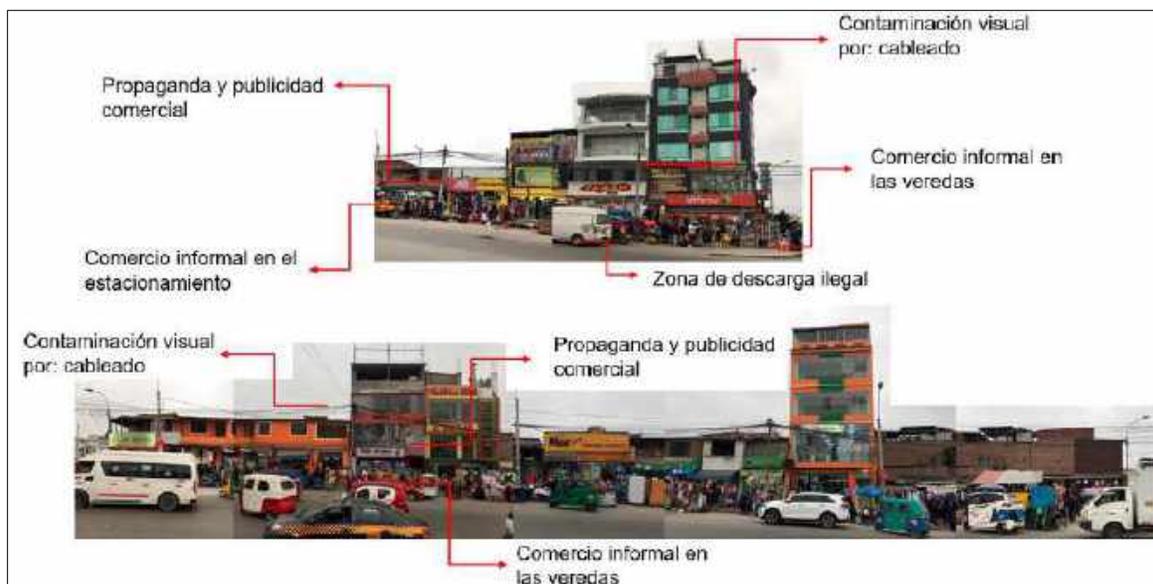


figura 37. Análisis de fachadas, entorno urbano, Fuente propia. (2019).

La avenida César Vallejo, una de las zonas más transitadas y con más comercio zonal, pero también con los mismos problemas ya mencionados, (contaminación visual, con el cableado desordenado, los paneles publicitarios colocados en las veredas y en las fachadas, inexistencia de mobiliarios tales como tachos y alumbrado peatonal, así mismo no se encuentra ningún aporte de áreas verdes como árboles o macetas que se usen como receptores del polvo y de la contaminación auditiva, a este caso se le suma la masiva invasión de la vereda y el estacionamiento, por el comercio informal. La publicidad también es notoria, además de haberse perdido el perfil urbano, ya que las alturas son uniformes y varían.

Avenida Central– Entorno Urbano



figura 38. Análisis de fachadas, avenida Central. Fuente propia. (2019).

En la avenida central, la problemática observada a través de la visita de estudio es (propaganda y publicidad en los establecimientos comerciales, contaminación visual por el cableado, comercio informal en las veredas, transporte informal masivo y paraderos informales) pero lo que destaca más, es la acumulación de basura en la berma y la publicidad masiva, como también la alteración del perfil, con la variación de alturas en las fachadas, seguido de la suciedad en las fachadas, pues los propietarios no hacen limpieza de ello, muchas de las fachadas no han terminado de ser construidas y tienen el ladrillo expuesto, escaleras expuestas, toldos llenos de polvo, fachadas terminadas con materiales de triplay y calaminas.

Análisis de la publicidad del Mercado Plaza villa Sur y su entorno urbano:

Avenida Central– Mercado Plaza Villa sur

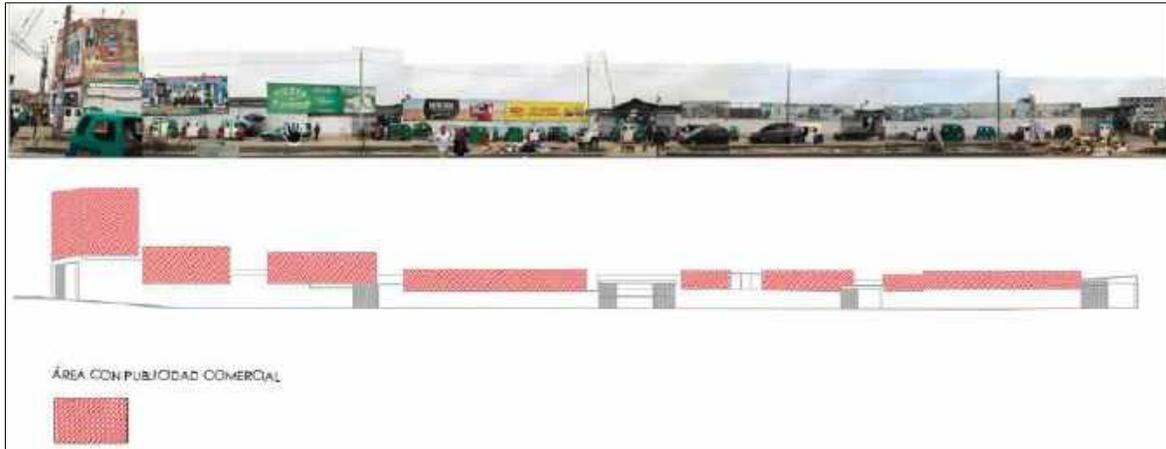


figura 39. Publicidad en el mercado Plaza Villa Sur, Fuente propia. (2019).

Se hizo un levantamiento de fachadas, para analizar la cantidad de publicidad que hay en el mercado, y esto se puede ver en la imagen superior, donde se achura con líneas rojas la publicidad, y donde es evidente que la publicidad es más del 50% del área de la fachada. Además, no mantienen un mismo orden, la publicidad de cada producto o empresa que promocionan mantienen diferentes dimensiones, y sobresale muy por encima de la altura máxima de los muros de su fachada. Sus paneles promocionales están hechos de materiales que son propensos a desteñirse debido a la humedad, y eso se ve reflejado en el aspecto que tienen actualmente, donde considerablemente han perdido parte de sus colores originales.

Avenida César Vallejo– Entorno Urbano

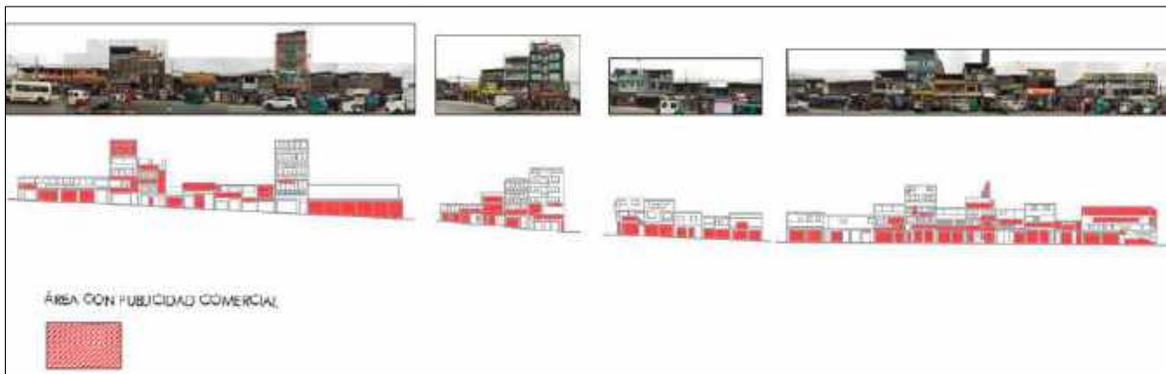


figura 40. Publicidad en la avenida Cesar Vallejo, Fuente propia. (2019).

La avenida Cesar Vallejo contiene la mayor cantidad de fachadas con publicidad masiva, esto se puede corroborar tanto en las imágenes reales con el grafico que se elaboró, para cuantificar el área ocupada por la publicidad, y es casi un 60% de publicidad exterior. La publicidad en este punto se caracteriza por no solo mantenerse ubicadas adosadas en las fachadas, sino que también por ocupar parte de las vías públicas donde el peatón suele circular para llegar o visitar a las tiendas comerciales del lugar, obstruyendo y generando un aspecto visual que puede ser incómodo para la persona que transita por primera vez o que lo hace a diario.

Avenida Central– Entorno Urbano



figura 41. Publicidad en la avenida Cesar Vallejo, fuente propia. (2019).

La avenida central contiene gran cantidad de publicidad, muchas de estas son carteles de vinil, plástico entre otros materiales, que resultan nada agradable visualmente, ni estéticamente dentro del perfil urbano, en la imagen superior se achuro el área donde existe publicidad, mediante un levantamiento de fachada. Igualmente, en esta zona se aprecia la publicidad ubicada en los lugares peatonales, impidiendo el buen flujo de circulación, a la vez en algunas viviendas comerciales se utilizan los paneles de publicidad con iluminación interna, pero no tiene ninguna relación en el entorno en el que se encuentra y no están ubicadas en el sitio correspondiente para cumplir con las normas.

Análisis del cableado de luz del Mercado Plaza villa Sur y su entorno urbano:

Avenida César Vallejo– Mercado Plaza Villa sur

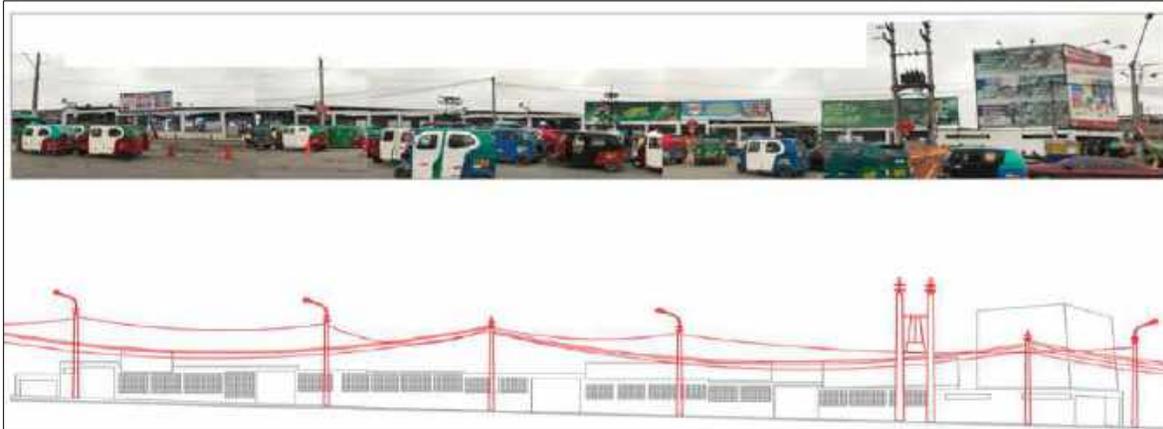


figura 42. Cableado Mercado Plaza Villa Sur. Fuente propia. (2019).

Se realizó un trazado del cableado exterior, para una mejor apreciación de ello, donde se ve claramente que es un problema visual, y que atenta con la seguridad de las personas, ya que anteriormente el mercado sufrió un incendio, por razones de un corto circuito, tal como lo señaló un entrevistado. El cableado de luz por lo general no mantiene una buena distribución entre los postes de iluminación que se encuentran cada cierta distancia en línea continua, incluso se mantienen muy cerca de la publicidad que tiene el mercado, teniendo en cuenta que los paneles son de material de plástico y madera, esto puede causar una tragedia sino se hace la prevención correspondiente.

Avenida Central– cableado



figura 43. Cableado avenida Central, Fuente propia. (2019).

La avenida Central evidencia una clara problemática en el cableado exterior, pues existe un gran problema de sufrir un corto circuito, además de que existe muchos cables que no funcionan y no han sido retirados por las diferentes compañías de telefonía y cable satelital. La problemática de las personas que residen en el lugar es que el cableado se logra notar a partir del segundo y tercer nivel de cada vivienda, obstaculizando la visualización libre hacia el exterior, por lo general, esto resulta ser molesto y poco estético. Para la imagen urbana esto afecta directamente la percepción que puede tener una persona acerca del lugar, porque mientras más descuidado sea, más peligroso se puede ver.

Análisis de los puntos de acumulación de aguas pluviales en el Mercado Plaza villa Sur y su entorno urbano:

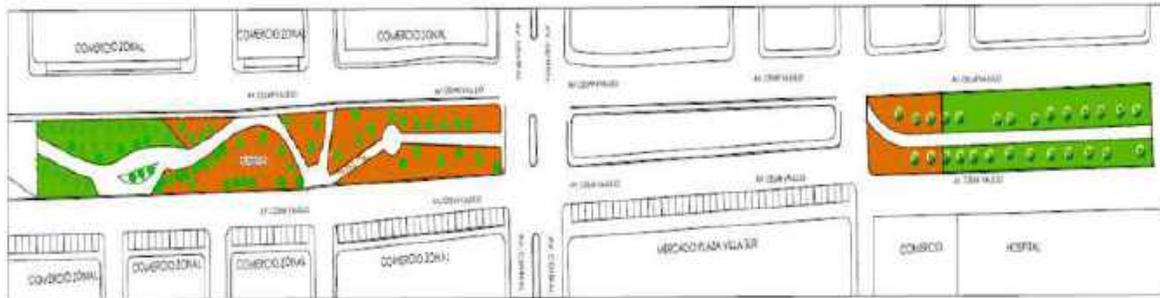


figura 44. Plano de puntos de acumulación de aguas pluviales. Fuente propia. (2019).

Para el análisis de las aguas pluviales acumuladas se realizó un plano de ello donde se marca los puntos más críticos, pues durante la fecha de invierno la lluvia inunda las calles, debido a que no cuenta con un sistema de drenaje o alcantarillado, esto ha generado un deterioro en algunos puntos de las veredas y las pistas, además de ser un problema de higiene ya que los usuarios se ensucian, cuando transitan cerca. En el plano superior se puede apreciar que la avenida con más problemas de acumulación de aguas pluviales es la avenida Central, ya que esta tiene desniveles, generando que el agua se retenga en diferentes puntos, la avenida César Vallejo tampoco es ajena a este problema, también presenta zonas de retención de aguas, pero a una escala menor, dos personas a las que se le entrevisto, también manifestaron molestia ya que se les dificultaba transitar con normalidad en las veredas. Cabe mencionar que se utilizó la ficha técnica para enmarcar esta problemática.

Análisis de los puntos de área verde en el Mercado Plaza villa Sur y su entorno urbano:

Para el análisis de las áreas verdes se registró un levantamiento fotográfico, además de usarse la ficha técnica para la evaluación del tipo de árboles y vegetación que existe, todos los árboles y la vegetación que existe, están dentro de la alameda, estos se encuentran en mal estado ya que no se les da mantenimiento a las áreas verdes, en gran parte solo es arena y arboles raquíticos que no han crecido. La mayoría de los entrevistados manifestó que los mismos comerciantes no cuidan las áreas verdes, ya que arrojan basura, a las áreas destinadas a ser área verde.

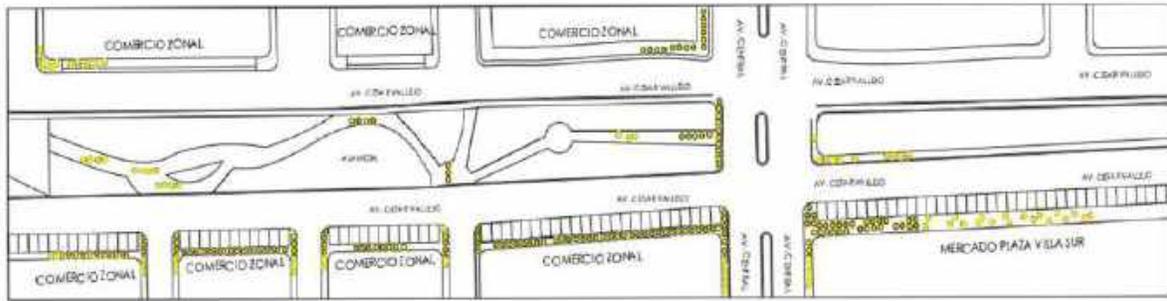


TAMAÑO	N°	TIPO
		VEGETACION ORNAMENTAL
		ARBOL FOLIAR
		CESPED
		TIERRA

figura 45. Plano de áreas verdes, Fuente propia. (2019).

En plano de áreas verdes, ubicado en la parte superior se puede ver que gran parte de la alameda no cuenta con tratamiento de vegetación, ya que más del 50% es arena, como también se pudo constatar con la ficha técnica que la mayoría de árboles fueron plantados con la intención de que sean ornamentales, de acuerdo a su clasificación, pero estos no vienen cumpliendo con la función, ya que han perdido sus hojas y no han crecido. Los arbustos están llenos de polvo y se mezclan entre la basura, que se arroja en las áreas verdes, por otro lado, el césped que se plantó en algún momento está muerto y lleno de mala yerba.

Análisis de los puntos críticos de congestión peatonal en el Mercado Plaza villa Sur y su entorno urbano: Otro punto importante dentro de la investigación también fue la congestión peatonal, ya que los flujos reflejan, que tan transitado es una calle y que tanto se utiliza un equipamiento, dentro de este contexto se realizó un plano y se marcó con puntos amarillos las zonas, donde hay mayor aglomeración de personas en el mismo lugar, un punto amarillo simboliza 2 personas en el mismo sitio. Esto también ayuda a determinar si las veredas necesitan ser más amplias.



CONGESTIÓN PEATONAL	
	= 2 PERSONAS
AV. CESAR VALLEJO	222
AV. CENTRAL	170
ALAMEDA	94

figura 46. Plano de congestión peatonal, Fuente propia. (2019).

En el plano superior se puede apreciar que existe una gran cantidad de aglomeración de personas, las veredas de la avenida cesar vallejo, presentan más porcentaje, con 222 personas en el mismo sitio, esto se presenta más a las 4 pm de la tarde y los domingos donde los ambulantes y comerciantes informales realizan sus rutinas diarias, instalándose en las veredas y las zonas destinadas a ser estacionamientos, dificultando el paso, además de que la vereda tiene medidas reducidas de un aproximado 2 metros, esto se puede constatar en la ficha técnica, las personas entrevistadas también manifestaron sentirse incomodos, ya que tienen que esquivar a las personas para poder caminar.

Elaboración de la ficha técnica en el Mercado Plaza villa Sur:

Ficha técnica Mercado Plaza Villa Sur (1999)

FICHA TECNICA DE LA IMAGEN URBANA							
Ubicación:	Av Central 1700, Villa EL Salvador 15834					Mapa:	
Nombre:	Mercado de abastos Plaza Villa sur						
Fecha:	20 de octubre del 2019						
Hora:	4:00 p. m.						
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS							
Nivel de problemática							
PISTAS Y VEREDAS:	Medidas mínimas	Material	Óptimo	Medio	Deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de veredas	3.54m -2.01 m	concreto semipulido		x		las veredas son muy angostas, no se puede transitar libremente	
Dimensiones de Pistas	8.04/8.20	concreto		x		no tienen mantenimiento	
Rampas	1..00 m	concreto semipulido			x	varias estan rotas	
Huellas táctiles	-	-	-	-	-	no tiene tratamiento	
Drenaje	-	-	-	-	-	en invierno las calles se inundan y generan suciedad	
Ciclovía	1.03	asfalto				estan llenas de basura	

Tabla 4. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Pistas y veredas. Fuente propia. (2019).

Para la recolección de datos se utilizó una ficha técnica para registrar sus elementos urbanos, dimensiones, materiales, estado actual y cantidad. (La recolección de datos se basa en los elementos que tiene en el espacio público que lo rodea y no en el entorno urbano). En el primer ítem se analizó las dimensiones de las pistas del mercado, así como también se analizó el tipo de material que las compone, en las veredas se tiene como medidas mínimas 2 metros y el material predominante es el concreto semipulido, las pistas presentan falta de mantenimiento en algunas partes, otro de los problemas también es el problema de la acumulación de aguas pluviales, ya que no se cuenta con sistema de drenaje, para una mejor determinación se puede ver en el cuadro superior.

MERCADO:	Altura	Material		Optimo		Medio	Observaciones	Fotos
Diseño de fachada	4.00 m	concreto y ladrillo				x	la fachada se encuentra cochina y deteriorada	
Hall de Ingreso	3.00 m	concreto y ladrillo				x	es muy pequeño, se necesita un ingreso mas grande	
Medidas	M2	Material		Capacidad		Altura	Observaciones	Fotos
Área de carga y descarga	500	concreto		40. autos		area libre	no son suficientes y descargan en la calle	
Estacionamiento	9.67.00	concreto		76 autos		area libre	no tienen señalizacion	
Centros de acopio de basura	-	-		-		-	la basura va a parar a varios puntos como vermas y la alameda	
Cantidad	N° total	Dentro	Fuera	Vías	Bermas	Veredas	Observaciones	Fotos
Comercio informal	106	53	22	0	3	28	obstaculizan el paso libre	

Tabla 5. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Mercado, fuente propia. (2019).

Se tomo como segundo Ítem el mercado, este evidencia, gran deterioro en la fachada, además encontrarse sucia, su construcción se encuentra en un estado crítico debido a la humedad que se origina en el lugar, el hall y el ingreso principal no tiene las suficiente dimensiones tomando en cuenta que la dentro del mercado existe 1500 puestos de trabajos, la zona de descarga es muy angosta y está a la vista de los usuarios, los estacionamientos no tienen señalización y están expuestos al público exterior, generando una mala estética visual, por otro lado la basura en las bermas también son otro punto.

ESPACIO PÚBLICO:	Nº total	Farol	Poste	Óptimo	Medio	Deficiente		Observaciones	Fotos
Alumbrado publico	5	3	10			x		las farolas no funcionan y estan deterioradas	
Cantidad	Cartelera s	Tachos	Bancas	Jardinera s	Teléfonos públicos	Módulos de ventas	Ciclo parqueo	Observaciones	Fotos
Mobiliario urbano	0	0	6	2	0	2	0	las bancas se encuentran rotas	
Zonas	Veredas	Bermas	Pistas	Fachadas	Postes	Áreas verdes		Observaciones	Fotos
Basura y limpieza	sucias	sucias	sucias	sucias	sucias	sucias		las calles siempre esatn llenas de basura	

Tabla 6. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Espacio Público, fuente propia. (2019).

Se tomo como ítem 03 poder analizar el espacio público, es decir poder analizar diferentes elementos importantes como: alumbrado público, este arrojo que a nivel de iluminación el entorno del mercado representa un problema, así como el mobiliario urbano, donde se pudo determinar el estado de deterioro de la mayoría de los mobiliarios, la limpieza fue otro foco de observación, pues las calles están siempre sucias, incluso, donde más se acumula la basura son en los lugares peatonales y bermas centrales, todo ello es corroborado con las manifestaciones

que dio el usuario en las entrevistas, además de resaltar el peligro que significa para ellos la situación en la que se encuentra la zona.

ÁREAS VERDES	Nº	Tipos	Tierra	Ornamentales	Frutales	Foliares	Observaciones	Fotos
Árboles	50	moringa	arena	15	-	35	los arboles no tienen mantenimiento	
Vegetación	15	arbustos	Arena	15	-		la mayoría se están secando	

Tabla 7. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Áreas verdes, fuente propia. (2019).

En el ítem 04 tenemos las áreas verdes, pues se analizó de acuerdo a dos puntos, árboles y vegetación, donde en árboles tenemos un total de 50, pero estos no reciben mantenimiento apropiado, ya que estos están sin hojas y pequeños. Por otro lado, los arbustos están sucios, cubiertos de polvo, compartiendo lugar con la basura. En conclusión el tema de las áreas verdes en lugar demuestra el poco interés que tiene la población y la municipalidad por conservar lo que tienen, las dimensiones de áreas verdes son generosas como para cumplir con el área requerido para una zona donde el comercio habita abundantemente, lamentablemente este beneficio no se ve reflejado en el lugar.

FACHADA Y ENTORNO	Altura máxima	Altura mínima	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de fachada	16.00 ml	4.00 ml	ladrillo y concreto		x		no se respeta la zonificación	
Tipos	Paso de cebra	Semáforos	Señalización desnacio	Nombre de la vía	No detenerse	Señal de paradero	Observaciones	Fotos
Señalética	0	4	0	0	0	0	no existe la suficiente señalética	 
Nivel	Exterior	Fachadas	Postes	Ordenado	Desordenado	Enredado	Observaciones	Fotos
Cableado	si	si	si			x	representan un peligro, ya hubo un incendio	
Medidas	Nº	Área	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Paraderos	-	-	-	-	-	-	existen muchos paraderos informales	
publicidad	indefinido	fachadas	plastico			x	no hay parámetros, excesiva publicidad en las fachadas	

Tabla 8. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado P. Villa Sur, Fachada y entorno, fuente propia, (2019).

El entorno del mercado P. Villa Sur, no cuenta con elementos básicos para conformar una imagen urbana estructurada, por otro lado, el mercado ha generado un impacto comercial dentro de la zona y este se ha manifestado como el comercio zonal. Como ítem final se tomó la fachada y entorno: donde los paraderos informales, generan más problemas, ya que no hay un control de ello, se necesita cubículos o coberturas para el paradero, la publicidad es otro de los temas más a tratar, ya que este es un evidente problema. El entorno del mercado P. Villa no cuenta con elementos básicos para conformar una imagen urbana estructurada, por otro lado, el mercado ha generado un impacto comercial dentro de la zona y este se ha manifestado como el comercio zonal.

4.1.2 Caso N° 02: Mercado de abastos Edén de Monterrico (2005)



figura 47. Fachada del mercado Edén de Monterrico. (2019). Fuente : Google maps. (2018).

La imagen superior corresponde a la fachada del mercado de abastos Edén de Monterrico, donde se puede apreciar su ubicación en esquina, el perfil urbano que comparte con las demás edificaciones. Este mercado se encuentra ubicado en el distrito de Santiago de Surco, en la calle Av. Primavera N.º 1715. Lima, Perú, el motivo por el cual se escogió este mercado es debido a que cuenta con un reconocimiento al ganar el concurso de “Mi mercado de mi barrio” gracias a su gran inversión en mejoras de infraestructura, equipamiento, asesoramiento y capacitación de los comerciantes, por parte de la junta de propietarios, con el fin de consolidarse como un mercado modelo.

Otros de los puntos de criterios por el cual se escogió como referente, este mercado de abastos se debe a su envergadura pues cuenta con dos niveles y cuenta con un área aproximada de 1.662.51 m² y a sus grandes resultados como equipamiento arquitectónico dentro de su entorno.

Análisis de secciones urbanas:



figura 48. Corte vial, de la avenida primavera y mercado Edén de Monterrico. Fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede apreciar las dimensiones de las veredas y pistas de la avenida primavera con el mercado de Abastos de Edén de Monterrico. Se aprecian que las veredas tienen una dimensión de un metro ochenta, siendo una medida considerable para una vereda, pero como está cerca de un equipamiento comercial, esta medida es relativamente pequeña, debido a la gran cantidad de personas que transitan por estas zonas. Se han graficado los cortes viales para poder entender las dimensiones de las avenidas principales del mercado, así mismo, para ver si se cumplen con las medidas estándares para su buen funcionamiento.



figura 49.Corte vial, Jirón del Álamo y mercado Edén de Monterrico. fuente propia. (2019).

En el grafico superior se puede apreciar otro corte vial del jirón del Álamo y el mercado de abastos edén de Monterrico, en este grafico se puede analizar que el estacionamiento es de dimensiones mínimas y no llega a cumplir con las medidas estándares para estacionamientos, pues si el vehículo quisiera hacer un giro, acapararía toda la pista, siendo esta estrecha con dimensiones de seis metros, de la misma manera las veredas son mínimas considerando el gran tránsito peatonal que se genera en esta zona, mientras que el cableado es considerablemente desordenado, de la señalización se puede decir que está bien diferenciada.

Análisis de los perfiles urbanos:



figura 50. Fachada del mercado Edén de Monterrico. Fuente propia. (2019).

Se puede ver que en la imagen superior el mercado Edén de Monterrico, cuenta con una cobertura, que necesita mantenimiento, ya que se ve sucia y deteriorada. Pero también se debe resaltar que el mercado mantiene una altura apropiada, así mismo en la fachada del mercado se puede observar mobiliarios urbanos empotrados (teléfonos públicos) y un puesto móvil de periódicos en la esquina, cuenta con ingreso directo hacia el segundo nivel a través de las dos escaleras ubicadas en cada esquina de la fachada. En resumen, este mercado contiene elementos que aportan a construir una buena imagen urbana, pero aún hay elementos que faltan optimizar para mejorar la imagen urbana que rodea a este mercado.

Análisis de la publicidad del entorno urbano del mercado de abastos Edén de Monterrico:

Jirón el Álamo-Entorno Urbano



figura 54: Fachada del jirón el Álamo. Fuente propia. (2019).

Para el análisis de fachadas del entorno se tomó una calle, el jirón del álamo, se usó el mismo criterio que se aplicó al caso principal, solo que, a menor escala, el achurado rojo representa la publicidad en las fachadas. En el grafico superior se puede apreciar que la publicidad ocupa más de un 30 % de en la fachada, según lo que se puede ver se puede decir que no hay una normativa para la publicidad, pues esto se pudo constatar con la entrevista, donde se manifestó que la publicidad afecta la estética del entorno y genera una percepción visual negativa en el usuario.

Elaboración de la ficha técnica en el Mercado de abastos Edén de Monterrico
Ficha técnica Mercado Edén de Monterrico (2005)

FICHA TECNICA DE LA IMAGEN URBANA							
Ubicación:	calle Av. Primavera N.º 1715. surco, Lima					Mapa:	
Nombre:	Mercado de abastos Edén de Monterrico						
Fecha:	22 de octubre del 2019						
Hora:	12:00 a. m.						
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS							
Nivel de problemática							
PISTAS Y VEREDAS:	Medidas mínimas	Material	Óptimo	Medio	Deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de veredas	1.80 cm	concreto semipulido		x		algunas necesitan mantenimiento	
Dimensiones de Pistas	1.20 cm	Asfalto		x		falta señalizacion	
Rampas	0.60 m	concreto semipulido		x		muy angostas	
Huellas táctiles	-	-	-	-	-	ninguna vereda cuenta con el tratamiento	
Drenaje	-	-	-	-	-	el agua se acumula en las pendientes	
Ciclovía	-	-	-	-	-	no existen ciclovias	

Tabla 9. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, pistas y veredas, fuente propia. (2019).

Se utilizó la siguiente ficha técnica en el mercado, para levantar la información pertinente, para poder recolectar la información pertinente, pues este mercado es un caso diferente al mercado principal, ya que tiene mejores puntos a favor, ya que para este se han tomado ciertos criterios que han hecho del mercado, más accesible y cómodo para el usuario, pero también tiene problemáticas, que se podrán constatar en la ficha técnica que se le aplicó. En el cuadro superior se puede

apreciar que una de las deficiencias es que no cuenta con las medidas pertinentes en las rampas, como también no tiene un sistema de comunicación sensorial, teniendo en cuenta que el mercado está frente a una avenida grande como lo es la avenida primavera.

MERCADO:	Altura	Material		Optimo		Medio	Observaciones	Fotos
Diseño de fachada	6.80 m	ladrillo, concreto, estructura metalica				x	el mercado debería tener un poco mas de retiro al ser un equipamiento grande	
Hall de Ingreso	3.2 m	concreto				x	muy pequeña, la altura.	
Medidas	M2	Material		Capacidad		Altura	Observaciones	Fotos
Área de carga y descarga		epoxico		5 autos		3.2	muy pequeña la altura, se necesita mas area	
Estacionamiento		hormigon		12 autos		3.2	no cumple con el numero de estacionamiento.	
Centros de acopio de basura	10	concreto y acero		100 kg aprox		3.2	no se le pudo tomar foto, por que esta prohibido el acceso	
Cantidad	Nº total	Dentro	Fuera	Vías	Bermas	Veredas	Observaciones	Fotos
Comercio informal	0	0	0	0	0	0	las calles estan despejadas no hay comercio informal	

Tabla 10. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, Mercado, fuente propia. (2019).

Del mercado Edén de Monterrico se encontró que debería contar con un retiro más amplio ya que, prácticamente las fachadas están al límite con la pista. El ingreso principal nos direcciona al hall interior, este es muy angosto tanto en altura y ancho para recibir al público, tiene un área de descarga interior, esto es bueno ya que los usuarios no tienen visibilidad directa a los carros de descarga, el mercado mantiene un horario de descarga, los estacionamientos para el público no son suficientes, por otro lado, el entorno del mercado está casi libre de comercio ambulatorio ya que las personas que venden en los exteriores del mercado son mínimas.

ESPACIO PÚBLICO:	Nº total	Farol	Poste	Óptimo	Medio	Deficiente		Observaciones	Fotos
Alumbrado publico	8	0	8		x			los postes contienen muchos anuncios pegados	
Cantidad	Cartelera s	Tachos	Bancas	Jardinera s	Teléfonos públicos	Módulos de ventas	Ciclo parqueo	Observaciones	Fotos
Mobiliario urbano	0	2	0	3	3	2	0	cuenta con poco mobiliario urbano	
Zonas	Veredas	Bermas	Pistas	Fachadas	Postes	Áreas verdes		Observaciones	Fotos
basura y limpieza	limpias	limpias	limpias	semi limpias	semi limpios	limpias		las calles estan limpias	

Tabla 11. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, espacio público, fuente propia. (2019).

En el análisis del espacio público se puede resumir que el entorno que rodea al mercado Edén de Monterrico no cuenta con el suficiente equipamiento urbano, como bancas, tampoco cuenta con carteleras, ni ciclo parqueos, pero si se encuentra dos tachos de basura, tres jardineras, teléfonos públicos y dos módulos de venta de periódicos y revistas de la limpieza se puede decir que las veredas están limpias al igual que las bermas, pistas, fachadas, áreas verdes pero los postes de alumbrado público necesitan limpieza ya que están llenas de publicidad

empapelada. Del alumbrado público se resume ocho postes en estado medio, mientras que no encontramos ningún farol.

ÁREAS VERDES	Nº	Tipos	Tierra	Ornamentales	Frutales	Foliares	Observaciones	Fotos
Árboles	16	1	arenosa	2	0	14	solo hay arboles en la berma	
Vegetación	16	3	arenosa	16	0	0	la berma contiene mas vegetacion	

Tabla 12. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, Áreas Verdes, fuente propia, (2019).

En las áreas verdes se puede rescatar que estos se encuentran en buen estado, ya que se les hace mantenimiento, pero, por otro lado, los árboles solo están concentrados en la berma central de la avenida Primavera, es bueno ya que funciona como colchón acústico y a la vez retienen la bulla de los automóviles de la transitada vía, pero en la entrevista un colaborador comentó que en verano sería bueno contar con árboles cerca de la vereda para poder transitar con sombra, disminuir la temperatura y a la vez podrían contribuir como metros cuadrados de área verde por habitante dentro del distrito.

FACHADA Y ENTORNO	Altura máxima	Altura mínima	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de fachada	3.00 m	2.40 m	ladrillo y concreto		x		las fachadas varían las alturas	
Tipos	Paso de cebra	Semáforos	Señalización espacio	Nombre de la vía	No detenerse	Señal de paradero	Observaciones	Fotos
Señalética	6	1	2	2	1	0	algunas faltan mantenimiento	
Nivel	Exterior	Fachadas	Postes	Ordenado	Desordenado	Enredado	Observaciones	Fotos
Cableado	si	si	si		x		se necesita retirar cableado que no funciona	
Medidas	N°	Área	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Paraderos	-	-	-	-	-	-	existe un paradero informal, en la puerta del mercado	
publicidad	indefinido	sobrepasa el 30 % en las fachadas	plastico, vinil		x		no existe parametros, para la publicidad	

Tabla 13. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Edén de Monterrico, fachada y entorno, fuente propia. (2019).

De la fachada y el entorno se puede decir, que se necesita paraderos formales con un cubículo para que las personas que salen del mercado, puedan esperar cómodamente con sus compras el autobús de una manera más segura, otro lado se pudo constatar que no existe parámetros para la publicidad, ya que los comercios zonales colocan su publicidad libremente, y esto ha generado que se altere la imagen urbana del entorno del mercado Edén de Monterrico. Las dimensiones máximas por nivel son de tres metros mientras que las mínimas son dos cuarenta, de la señalética existen seis pasos de cebras, un semáforo, dos señalizaciones de despacio y una de no detenerse.

4.1.3 Caso N° 03 Mercado Municipal de San Isidro (1968)



figura 51. Fachada del mercado municipal de San Isidro. Fuente propia. (2019).

En la imagen superior se aprecia la fachada principal del mercado municipal de San Isidro, se puede analizar que la fachada mantiene un diseño y dos ingresos, uno peatonal y el otro vehicular, pero también se debe mencionar que la fachada principal no guarda relación con la altura del centro que se encuentra al costado. Este mercado se encuentra en el distrito de San Isidro en la avenida. Augusto Pérez Aranibar N.º 1575, en Lima, Perú. El mercado se tomó como un caso ya que fue remodelado y actualizado, cuenta con 58 puestos operativos, y actualmente es uno de los mejores mercados de abastos, por su buena organización y el orden que mantiene, tanto dentro y fuera, otro de los puntos importantes por los cuales se

escogió este mercado es por su entorno que lo rodea, ya que cuenta con elementos urbanos que ayudan a mantener una buena imagen urbana.

Análisis de secciones urbanas:

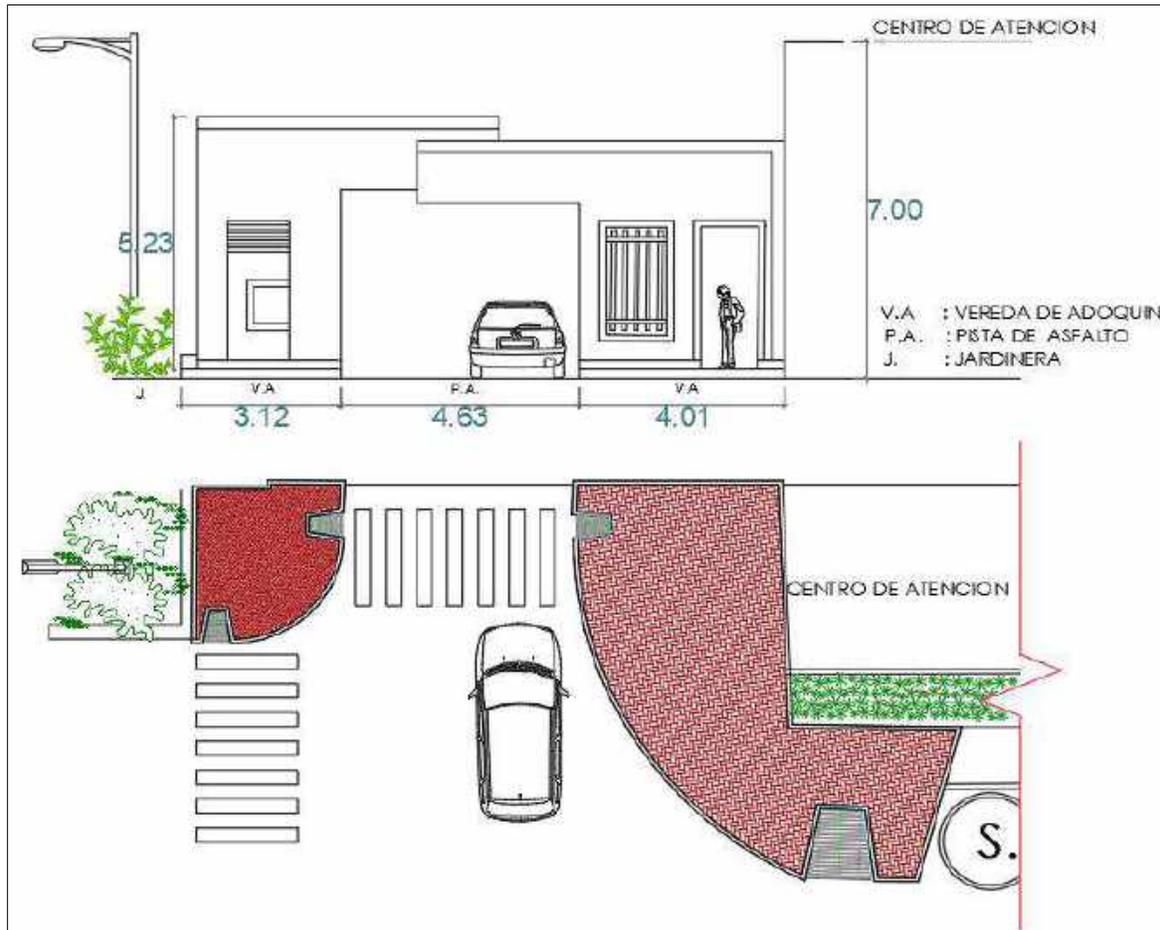


figura 52. Elevación de la Fachada del mercado municipal de san isidro, Fuente propia. (2019).

Se realizó un levantamiento de fachada del mercado, ya que es uno de los elementos rescatables de este mercado, así mismo, se graficó las dimensiones de las vías y veredas, ya que también cuenta con elementos que componen la imagen urbana. Se puede apreciar que el corte vial de la fachada, cuenta con las medidas considerables para un equipamiento comercial, además de contar con diferentes materiales, para la textura de pisos, tal como el piso adoquinado, el piso de concreto, la señalización es otro de los puntos que resaltan en el entorno urbano

del mercado, tal como las cebras peatonales, el marcado de zona de evacuación en caso de sismo.



figura 53. Corte vial avenida el ejército y mercado municipal de san isidro, Fuente propia. (2019).

Se puede apreciar que en el corte vial de la avenida ejército, se rescatan las amplias pistas e iluminación, pero también se puede ver que la medida mínima de la vereda derecha es de una dimensión de un metro lo que la convierte en obsoleta ya que casi nadie transita por ahí, tal como lo señaló la persona a la que se le entrevisto, la cual manifestó que es muy angosta para ser transitada, al igual que la vereda, que tiene una medida máxima de un metro setenta, es una dimensión relativamente pequeña para un lugar comercial, como lo es un mercado de abastos.

Análisis de los perfiles urbanos, (avenida el ejercito)



figura 54. Elevación de la avenida el ejército. Fuente propia. (2019).

Se puede apreciar en la fachada superior del entorno del mercado Municipal de San Isidro, no hay tanta publicidad, debido a que no hay muchos negocios cerca, ya que el mercado contiene prácticamente sus zonas de manera privadas, generando que esto no repercute dentro de la imagen urbana del mercado, muy a parte de la zonificación que tiene el distrito, que respeta el uso de suelo acordado por la municipalidad. Por otro lado, las alturas mínimas por nivel son de unos dos metros setenta y la máxima es de tres metros, en la imagen superior se puede observar que el entorno urbano del mercado es de unos tres a cuatro pisos como máximo.

Elaboración de la ficha técnica en el Mercado Municipal de San Isidro:

Ficha técnica Mercado Municipal de San Isidro

FICHA TECNICA DE LA IMAGEN URBANA							
Ubicación:	avenida. Augusto Pérez Aranibar N.º 1575, San Isidro, Lima					Mapa:	
Nombre:	Mercado Municipal de San Isidro						
Fecha:	22 de octubre del 2019						
Hora:	3:00 p. m.						
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS							
Nivel de problemática							
PISTAS Y VEREDAS:	Medidas mínimas	Material	Óptimo	Medio	Deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de veredas	1.60 m	Adoquin		x		las veredas se encuentran en un buen estado.	
Dimensiones de Pistas	6.00 m	Asfalto	x			contienen señalética	
Rampas	1.00 m	concreto		x		son medidas mínimas	
Huellas táctiles	-	-	-	-	-	no cuenta con este sistema	
Drenaje	-	-	-	-	-	no cuenta con drenaje	
Ciclovia	-	-	-	-	-	no existe, sistema de transporte para ciclistas	

Tabla 14. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, pistas y veredas, fuente propia, (2019).

Se aplicó los mismos criterios para levantar la información del correspondiente lugar comercial, el mercado municipal de san isidro es uno de los casos de estudio más completos, ya que contiene varios elementos que ayudan a favorecer, empezando por el tratamiento de veredas y pistas, el diseño de la fachada y el uso de colores pocos agresivos, además de no contar con publicidad en las fachadas de su entorno. Por el lado negativo, en el cuadro superior se puede resumir que, las veredas no cuentan con lenguaje sensorial, no se aprecia sistema de drenaje en las pistas y que las rampas son de medidas mínimas. Esto genera una controversia para un lugar donde hay bastante movimiento de personas.

MERCADO:								
Altura	Material		Optimo		Medio	Observaciones	Fotos	
Diseño de fachada	4.00 m	concreto				x	la fachada tiene diferentes dimensiones a las aledañas.	
Hall de Ingreso	abierto	concreto				x	en invierno el agua, cae el agua, y en verano, hay mucho sol	
Medidas								
M2	Material		Capacidad		Altura	Observaciones	Fotos	
Área de carga y descarga	1800	Hormigón		55 autos		area libre	suficiente espacio, pero esta a la vista de los usuarios.	
Estacionamiento	1600	Hormigón		67 autos		area libre	tiene el suficiente espacio.	
Centros de acopio de basura	150	Hormigón		1 tonelda		area libre	esta expuesto al aire libre, en verano se descompone rapido	
Cantidad								
N° total	Dentro	Fuera	Vías	Bermas	Veredas	Observaciones	Fotos	
Comercio informal	-	-	-	-	-	-	no existe comercio informal, hay regularizaciones.	

Tabla 15. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, Mercado, fuente propia, (2019).

Para el análisis del ítem “mercado” se puede resumir que la fachada no mantiene una altura similar con las edificaciones cercanas al lugar. El hall debería tener una cobertura para cubrir a los usuarios de las diferentes estaciones climáticas para mejorar la calidad de servicio. El área de descarga cuenta con una dimensión de mil ochocientos metros cuadrados y una capacidad de 67 autos, la cual se distribuye de manera ordenada para un buen flujo vehicular, mientras que la zona de acopio del mercado está expuesta y genera una mala impresión para el usuario, además que al estar en la intemperie corre el riesgo de que los desechos se descompongan rápido en las épocas de verano y en la época de lluvia.

ESPACIO PÚBLICO:	N° total	Farol	Poste	Óptimo	Medio	Deficiente		Observaciones	Fotos
Alumbrado publico	13	0	13	x				no hay farole. Que iluminen el paso peatonal	
Cantidad	Cartelera s	Tachos	Bancas	Jardinera s	Teléfonos públicos	Módulos de ventas	Ciclo parqueo	Observaciones	Fotos
Mobiliario urbano	1	2	0	0	1	2	0	necesita mas mobiliarios, como tachos y bancas	
Zonas	Veredas	Bermas	Pistas	Fachadas	Postes	Áreas verdes		Observaciones	Fotos
Basura y limpieza	limpias	limpias	limpias	semi limpias	semi limpios	semi limpios		los vecinos dejan su basura en las jardineras	

Tabla 16. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, espacio público, fuente propia, (2019).

Según el cuadro de análisis de espacios públicos del lugar se puede resumir que el mercado cuenta con muy pocos elementos urbanos por lo que necesitaría más mobiliarios como bancas, tachos de basura y faroles que iluminen el camino peatonal. Por otro lado, los vecinos no deberían dejar su basura en las jardineras, por motivos que pueden ser perjudiciales para la salud y la imagen urbana. Con el tema de alumbrado público se encontró un total de trece postes en estado óptimo pero ningún farol para el alumbrado peatonal, mientras que en el mobiliario urbano se pudo apreciar una cartelera donde se puede ver la hora y anuncios digitales. De la limpieza se puede decir que las veredas, las bermas y las pistas se encuentran limpias; y las fachadas estas semi limpias, al igual que los postes de alumbrado público.

ÁREAS VERDES	Nº	Tipos	Tierra	Ornamentales	Frutales	Foliares	Observaciones	Fotos
Árboles	40	8	arenosa	4	0	38	los arboles se concentra en las bermas	
Vegetación	16	13	arenosa	16	0	0	algunos arbustos necesitan se podados	

Tabla 16. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, áreas verdes, fuente propia. (2019).

De las áreas verdes se puede resumir que la mayor cantidad de vegetación se concentra en la berma central de la vía aledaña, pero algunos arbustos necesitan mantenimiento, la mayoría de ellos son ornamentales. Se encontró un total de cuarenta árboles de ocho variedades, cuatro de estos son ornamentales y treinta y ocho foliares, la mayor parte se encuentra en la berma que divide la avenida ejército, por otro lado, en los arbustos se encontró un total de diez y seis, con una variedad de trece tipos, de los cuales todos son ornamentales. El tipo de vegetación que alberga en los espacios públicos se adaptan al tipo de tierra que existe (arenosa).

FACHADA Y ENTORNO	Altura máxima	Altura mínima	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de fachada	3.00 m	18.00 m	ladrillo y concreto	x			las alturas varían	
Tipos	Paso de cebra	Semáforos	Señalización despacio	Nombre de la vía	No detenerse	Señal de paradero	Observaciones	Fotos
Señalética	9	2	4	3	3	2	algunas señaléticas necesitan mantenimiento	
Nivel	Exterior	Fachadas	Postes	Ordenado	Desordenado	Enredado	Observaciones	Fotos
Cableado	si	si	si	x			se necesita limpieza en algunos postes	
Medidas	Nº	Área	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Paraderos	2	10 m2	adoquin		x		no tienen módulos de espera	
Publicidad	20	mas del 30% en la fachada	plastico, vinil			x	no existe parametros de publicidad	

Tabla 17. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Municipal de San Isidro, fachada y entorno, fuente propia. (2019).

De las fachadas y el entorno se puede decir que estas se encuentran limpias y no presentan publicidad agresiva como en los otros casos de estudio, a excepciones de uno que otro caso, pero por otro lado se necesita, que los paraderos cuenten con un área más amplia, una cobertura y mobiliarios para que los usuarios puedan esperar cómodamente el transporte público. Las dimensiones máximas por nivel son de tres metros de altura, el material predominante es concreto y ladrillo, la señalética está bien planteada ya que cuenta con nueve pasos de cebra, también cuenta con dos semáforos, cuatro señalizaciones de despacio, tres paneles del nombre de las vías y dos de paraderos.

4.1.4 Caso N° 04: Mercado de abastos Edén Alfredo Benavides (2005)



figura 55 . Fachada del mercado Edén Alfredo Benavides. fuente propia. (2019).

Este mercado se encuentra ubicado en el distrito de Santiago de Surco, en la calle Av. Alfredo Benavides N.º 3601. Lima, Perú. El motivo por el cual se escogió este mercado es porque funciona a nivel de Lima Metropolitana, otro de los puntos que han aportado para seleccionar el mercado es que cuenta con un área de 1,275.76 m², con 02 niveles y un total de 230 puestos operativos. El mercado mencionado es propiedad de una junta de propietarios, que se unieron para formar un negocio que les permitiera trabajar a diario. En la imagen superior se puede apreciar la fachada del mercado de abastos Edén de Benavides, la cual se ve opacada por el estacionamiento que lo rodea, además sus muros necesitan una renovación de pintura porque el estado actual no está en óptimas condiciones.

Análisis de secciones urbanas:



figura 56 . Fachada del mercado Edén Alfredo Benavides. fuente propia. (2019).

El corte vial que se aprecia en la parte superior corresponde avenida Alfredo Benavides, en esta sección se puede ver las dimensiones mínimas de las veredas, y que el mercado no cuenta con un retiro necesario, las dimensiones máximas de las veredas son de dos metros, mientras que las mínimas son de un metro cincuenta, lo que resulta demasiadas angostas para poder transitar, considerando que los usuarios salen del mercado con varias bolsas de compras. Por otro lado, el estacionamiento tiene una dimensión mínima de cuatro metros cincuenta de largo y dos metros cincuenta de ancho, por lo tanto, las medidas existentes no llegan a cumplir con las dimensiones establecidas por reglamento nacional de edificaciones para estacionamientos.

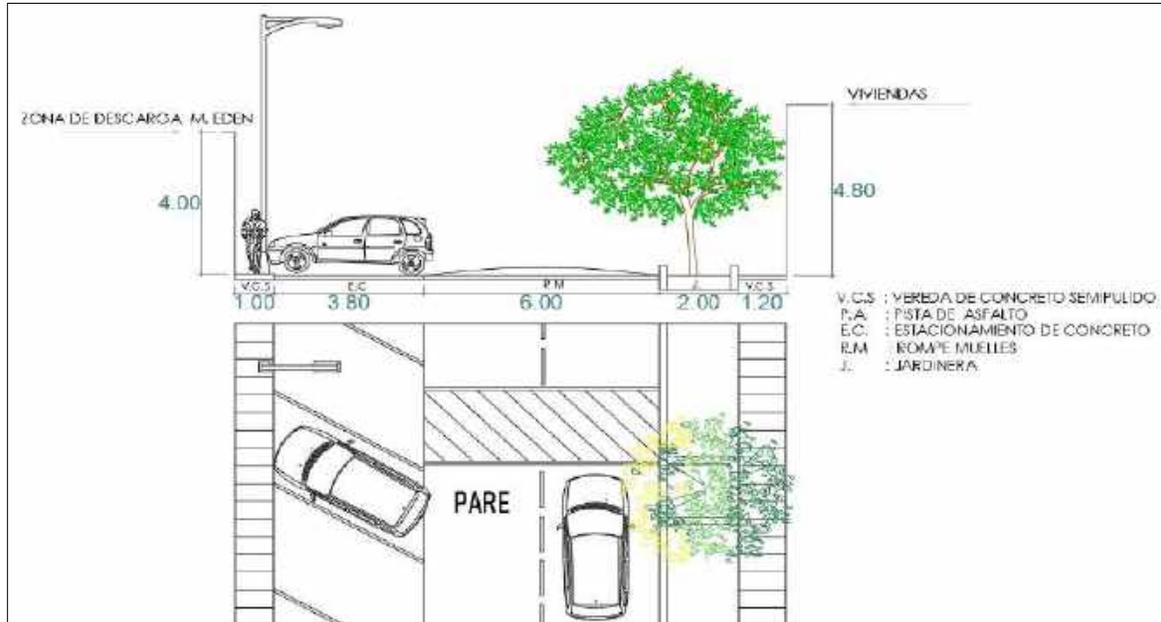


figura 57. Corte vial del jirón Galeano con el mercado Alfredo Benavides. fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede ver que los estacionamientos están en la calle alrededor del mercado, en cuanto a las dimensiones no cumplen pues estos tienen unos tres metros ochenta de largo y dos metros cincuenta de ancho, por lo cual tampoco cumplen con las medidas mínimas para estacionamientos, si el usuario quisiera dar un giro con su auto ocuparía toda el área de la pista. Las veredas también tienen dimensiones con medidas mínimas para un lugar donde se da el alto tránsito, por el lado del mercado estas cuentan con una dimensión de un metro, mientras que por el lado de las residencias cuenta con un metro y veinte.

Análisis de la publicidad del entorno urbano del mercado de abastos Alfredo Benavides:



figura 58. Fachada de la avenida Alfredo Benavides. fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede ver que las fachadas del comercio zonal, contienen publicidad en las ventanas superiores, desconfigurando el perfil y desmeritando el diseño, pues este no cuenta con criterios de publicidad para las fachadas o paneles publicitarios. En la elevación que se graficó se puede apreciar que lo achurado de color rojo representa el área que ocupa la publicidad en las fachadas de los locales comerciales, que están situados frente a la avenida Alfredo Benavides, esta área sobrepasa el 40% de publicidad en las fachadas, lo que ha ocasionado un fuerte impacto visual para los usuarios y una degradación para la imagen urbana que lo rodea.

Elaboración de la ficha técnica en el Mercado de abastos Edén, Alfredo

Benavides:

Ficha técnica Mercado de abastos Alfredo Benavides

FICHA TECNICA DE LA IMAGEN URBANA D9:D9:L29							
Ubicación:	Av. Alfredo Benavides N.º 3601.districto de Surco, Lima, Perú					Mapa:	
Nombre:	Mercado de abastos Alfredo Benavides						
Fecha:	22 de octubre del 2019						
Hora:	10:00 a. m.						
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS							
Nivel de problemática							
PISTAS Y VEREDAS:	Medidas mínimas	Material	Nivel de problemática			Observaciones	Fotos
			Óptimo	Medio	Deficiente		
Dimensiones de veredas	1.00 m	concreto semipulido			x	las dimensiones de las veredas son mínimas y es difícil transitar	
Dimensiones de Pistas	4.00 m	asfalto		x		algunas pistas necesitan que se les haga mantenimiento	
Rampas	1.00 m	concreto semipulido		x		algunas rampas no cumplen las medidas mínimas	
Huellas táctiles	-	-	-	-	-	no cuenta con sistema de comunicación sensorial	
Drenaje	-	-	-	-	-	en invierno se acumula el agua en las pendientes.	
Ciclovia	-	-	-	-	-	no cuenta con sistema de transporte vial	

Tabla 17. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, pistas y veredas, Fuente propia. (2019).

A partir de la ficha técnica se puede definir el impacto que se ha generado en el entorno del mercado de abastos Edén de Alfredo Benavides. Para realización del análisis de este caso se aplicó los mismos criterios, donde como punto a favor se pudo rescatar que se encuentra más ordenado que el caso principal. Tiene elementos arquitectónicos en la fachada que favorecen su imagen urbana, por el lado negativo, se puede resumir que las dimensiones de veredas son muy estrechas, además de que el mercado no cuenta con retiros, sus rampas son muy estrechas y no tiene un sistema de lenguaje sensorial en sus aceras.

MERCADO:	Altura	Material		Optimo		Medio	Observaciones	Fotos
Diseño de fachada	6.00 m	concreto				x	mantiene el perfil	
Hall de Ingreso	3.00 m	concreto				x	muy pequeño, necesita mas altura	
Medidas	M2	Material		Capacidad		Altura	Observaciones	Fotos
Área de carga y descarga	100 m2	hormigon		20 autos		area libre	se necesita mas area	
Estacionamiento	200 m2	hormigon		30 autos		area libre	las medidas no cumplen	
Centros de acopio de basura	10 m2	hormigon		200 kg aprox		area libre	se encuentra en la misma area de la zona de descarga	
Cantidad	N° total	Dentro	Fuera	Vías	Bermas	Veredas	Observaciones	Fotos
Comercio informal	2	0	2	0	0	2	algunos ambulantes en la puerta.	

Tabla 18. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, Mercado, fuente propia. (2019).

Del cuadro superior se puede decir que el área del hall e ingreso principal del mercado no cuenta con el área que corresponde, ya que un entrevistado manifestó que, en épocas de campañas o fiestas como navidad, día de la madre entre otras celebraciones, es difícil transitar por dentro y fuera, a parte, los estacionamientos no cumplen con las medidas mínimas para su buen funcionamiento. En la parte exterior hay comerciantes ambulantes que invaden las áreas comunes perjudicando el funcionamiento que realmente deberían tener. El punto a favor que se pudo rescatar de la visita de estudio que se realizó es que el mercado mantiene una zona de descarga aislada de la vista del exterior y de los usuarios.

ESPACIO PÚBLICO:	N° total	Farol	Poste	Óptimo	Medio	Deficiente		Observaciones	Fotos
Alumbrado publico	9	0	9		x			se nescesita alumbrado peatonal	
Cantidad	Cartelera s	Tachos	Bancas	Jardinera s	Teléfonos públicos	Módulos de ventas	Ciclo parqueo	Observaciones	Fotos
Mobiliario urbano	0	2	0	3	3	3	0	escaso mobiliario urbano	
Zonas	Veredas	Bermas	Pistas	Fachadas	Postes	Áreas verdes		Observaciones	Fotos
Basura y limpieza	limpias	limpias	limpias	semi limpias	semi limpios	limpios		las fachadas nescesitan limpieza	

Tabla 19. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, Espacio Público, fuente propia. (2019).

Gracias a la ficha de inspección se pudo entender que el espacio público necesita más mobiliarios urbanos, como tachos de basura ya que solo se encontraron dos. Con respecto a los demás elementos cuenta con 3 jardineras, tres teléfonos públicos, tres módulos de venta y ningún ciclo parqueo, por parte del alumbrado público hay un total de nueve postes, sin embargo, no cuenta con iluminaria para peatones como lo son los faroles. Las fachadas necesitan de una limpieza total, al igual que los postes de alumbrado público, a comparación de las veredas, bermas,

pistas y áreas verdes que si se encuentran limpias. Esto tiene una gran influencia en la imagen urbana del entorno, pues dependiendo de su limpieza será juzgado.

ÁREAS VERDES	Nº	Tipos	Tierra	Ornamentales	Frutales	Foliares	Observaciones	Fotos
Árboles	27	8	arenosa	27	0	38	Los arboles se concentran en la berma	
Vegetación	8	3	arenosa	8	0	0	algunos arbustos necesitan mantenimiento	

Tabla 20. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, Áreas verdes, fuente propia, (2019).

De las áreas verdes se puede decir, que parte de ella necesita tratamiento y mantenimiento, como también se puede resaltar que solo hay vegetación en la berma central, como recomendación debería haber en las veredas pues servirían como sombra y colchón acústico, pues están frente a una vía principal muy transitada. Se pudo determinar que existen alrededor de 27 árboles, los cuales son de ocho variedades, estos tienen dos funciones entre ornamentales y foliares, mientras que los arbustos que se encontraron son en total ocho y estos están divididos en tres variedades, gracias al suelo que existe se han podido adaptar a la tierra entre arenosa y fértil; y todo ello conformaría el área verde de la zona.

FACHADA Y ENTORNO	Altura máxima	Altura mínima	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de fachada	3.00 m	18.00 m	Ladrillo y concreto		x		las alturas varían	
Tipos	Paso de cebra	Semáforos	Señalización de desvío	Nombre de la vía	No detenerse	Señal de paradero	Observaciones	Fotos
Señalética	4	2	3	4	1	2	algunas señaléticas necesitan mantenimiento	 
Nivel	Exterior	Fachadas	Postes	Ordenado	Desordenado	Enredado	Observaciones	Fotos
Cableado	si	si	si	x			se necesita limpieza de cables sin función	
Medidas	Nº	Área	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Paraderos	2	3 m ²	piso semipulido			x	el área no cumple con las medidas mínimas de un paradero	
publicidad	indefinido	sobrepasa el 30%	plástico, banderolas de vinil			x	publicidad excesiva, no tienen parámetros	

Tabla 21. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Alfredo Benavides, fachada y entorno, fuente propia. (2019).

El mercado Edén de Alfredo Benavides cuenta con una zona de descarga interna al mercado, lo cual es un elemento importante, ya que los consumidores no tienen la vista o el contacto directo con esta zona, también cuenta con elementos que disminuyen la velocidad de los vehículos que circulan alrededor del mercado, esto debido al alto tránsito de personas que frecuentan la zona. La altura máxima por nivel es de tres metros, mientras que sus edificios llegan a medir entre ocho a diez metros lineales. Del cableado se puede decir que se encuentra relativamente ordenado, por otro lado, existen dos paraderos de buses, con el tema de la publicidad no cuenta con ningún parámetro, pues ocupa más de treinta por ciento del porcentaje de la fachada.

4.1.5 Caso N° 05: Mercado No 2 de Surquillo (2001)



figura 59. Fachada del mercado N° 2 de Surquillo, Fuente propia. (2019).

Este mercado se encuentra ubicado en el distrito de Surquillo, entre el Jirón Dante y el Jirón Leonardo Barbieri N° 760, Lima, Perú. El lugar es uno de los puntos comerciales más conocidos de la zona, y se debe mucho al tamaño del local y a la variedad de productos que ofrece. El mercado cuenta con 570 puestos fijos y operativos, con un terreno de 8550 m² y es propiedad de una junta de propietarios. En la imagen superior se puede apreciar, la fachada principal del mercado de Surquillo, donde se ve que mantiene una sola altura, y cuenta con veredas amplias a sus costados para un buen flujo peatonal.

Análisis de secciones urbanas:

Jirón dante :



figura 60. Corte vial de Jirón Dante, fuente propia. (2019).

El mercado 02 de Surquillo cuenta con amplias veredas y hace uso de diferentes texturas, como el adoquin y el concreto para sus sendas peatonales, al igual que su iluminacion de luces led para el transito peatonal donde tiene buena precencia de luz en las noches, sus pistas tienen una dimencion de nueve metros, mientras que la medida máxima de la vereda del mercado es de tres metros y la minima es de dos metros, estas tienen una jardinera de medio metro en cada lado de la pista, pero por otro lado tambien se puede apreciar en la imagen superior que el cableado es desordenado acompañandolo con las fachadas sucias llenas de polvo.



figura 61. Corte vial de jirón Leonardo Barbieri. fuente propia (2019).

En el corte de sección vial B- B del mercado de surquillo, se puede apreciar que las veredas del mercado son amplias, estas están hechas de adoquín, mientras que las veredas del comercio zonal son de concreto semipulido, la dimensiones con las que cuentan son de 2 metros. La luminaria led para el alumbrado peatonal es otra de las cosas que se encontró dentro del espacio urbano como punto a resaltar. Una de las cosas que degrada la imagen urbana por lo que se pudo observar, es que los comerciantes dejan algunas de sus pertenencias o productos en las áreas comunes, dificultando el paso peatonal y los flujos.

Análisis de la publicidad del entorno urbano del mercado No 2 de Surquillo:



figura 62. Fachada con publicidad del Jirón Dante N° 2 de Surquillo, Fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede apreciar la cantidad de publicidad que se encuentra en el lugar y se representa por el color rojo achurado, estas superan el 40 % por ciento de área, por lo que se puede analizar que según lo apreciado no hay parámetros para la publicidad, pues los dueños tienen libertad de colocar los paneles publicitarios sin ninguna restricción, el material que está compuesto estos paneles y anuncios publicitarios son de papel, plástico y vinil en su mayoría, estos son colocados en las paredes y en la parte superior de los locales comerciales. Por otro lado, el cableado desordenado degrada aún más la imagen urbana del entorno que rodea al mercado número dos de Surquillo.

Elaboración de la ficha técnica en el Mercado No 2 de Surquillo:

Ficha técnica Mercado No 2 de Surquillo (2001)

FICHA TECNICA DE LA IMAGEN URBANA							
Ubicación:	Jirón Dante y el Jirón Leonardo Barbieri N° 760, surco, Lima, Perú.					Mapa:	
Nombre:	Mercado No 2 de Surquillo						
Fecha:	23 de octubre						
Hora:	10:00 a. m.						
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS							
Nivel de problemática							
PISTAS Y VEREDAS:	Medidas mínimas	Material	Óptimo	Medio	Deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de veredas	1.00 m	adoquin		x		las dimensiones son mínimas, dificultan los pasos	
Dimensiones de Pistas	6.40 m	asfalto		x		algunas pistas necesitan mantenimiento, con la señalética	
Rampas	1.00 m	concreto semipulido		x		las rampas , son mínimas	
Huellas táctiles	-	-	-	-	-	no se cuenta con sistema de comunicación sensorial	
Drenaje	-	-	-	-	-	no se cuenta con sistema de drenaje de aguas pluviales	
Ciclovía	-	-	-	-	-	no hay sistema vial	

Tabla 22. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, pista y veredas, fuente propia, (2019).

Se aplicó la ficha técnica en el mercado No 2 de surquillo bajo los mismos criterios que se intervino en los casos anteriores, con la finalidad de entender el impacto comercial que genera el mercado en el lugar, como también se realizó entrevistas para entender la visión de los usuarios. Del análisis realizado se puede resumir que del ítem Pistas y veredas las veredas son estrechas, muchas de ellas necesitan mantenimiento, las pistas necesitan señalética, las rampas son mínimas, además

de que las veredas no cuentan con huellas táctiles y las pistas necesitan sistema de drenaje para evitar la acumulación de aguas pluviales.

MERCADO:	Altura	Material		Optimo	Medio	Observaciones	Fotos	
Diseño de fachada	3.50 m	concreto			x	la fachada necesita limpieza		
Hall de Ingreso	3.00 m	concreto			x	se necesita mas amplitud		
Medidas	M2	Material		Capacidad	Altura	Observaciones	Fotos	
Área de carga y descarga	68 m2	asfalto		7 autos	area libre	el area de descarga esta frente al publico, areas minimas		
Estacionamiento	531.02 m2	asfalto		29 autos	area libre	el estacionamiento esta expuesto al publico		
Centros de acopio de basura	-	-		-	-	-		
Cantidad	Nº total	Dentro	Fuera	Vías	Bermas	Veredas	Observaciones	Fotos
Comercio informal	15	0	9	0	0	6	existe comercio ambulatorio minimo	

Tabla 23. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, Mercado, fuente propia. (2019).

Del ítem Mercado arrojó que el diseño del mercado mantiene el perfil del entorno, pero no cuenta con área de carga y descarga, esto ha generado que los comerciantes reciban sus cargas en la vía pública frente a los usuarios, dificultando el paso peatonal. El hall no tiene un área indicada para el recibimiento del público ya que se ve muy limitada. Los estacionamientos están a la vista, lo que genera incomodidad a los usuarios, como lo manifestó la persona a la que se le entrevistó, también manifestó que el mercado no cuenta con un acopio de basura, la cual se acumulan a diario, por las noches el camión de

basura pasa a recogerlo, estos es un problema, ya que el día que el camión no pasa la basura suele acumularse en las aceras.

ESPACIO PÚBLICO:	N° total	Farol	Poste	Óptimo	Medio	Deficiente		Observaciones	Fotos
Alumbrado publico	21	0	21		x			algunos postes nescesitan limpieza	
Cantidad	Cartelera s	Tachos	Bancas	Jardinera s	Teléfonos públicos	Módulos de ventas	Ciclo parqueo	Observaciones	Fotos
Mobiliario urbano	0	4	0	20	1	4	0	mobiliarios urbanos limitados, se nescesita mas	
Zonas	Veredas	Bermas	Pistas	Fachadas	Postes	Áreas verdes		Observaciones	Fotos
Basura y limpieza	sucias	semilimpiaa	semilimpiaas	sucias	semilimpiaas	semilimpias		las fachadas estan muy cochinas	

Tabla 24. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, espacio público, fuente propia. (2019).

Del Ítem Espacio público se resume que el alumbrado público contiene un total de veintiún postes, estos se encuentran en estado óptimo, así mismo no existen faroles pero los postes led cumplen la función de iluminar el paso peatonal de los usuarios que transitan alrededor del mercado de abastos N°02 de Surquillo, por el lado negativo, no existen mobiliarios que permitan descansar como bancas, los tachos de basura son insuficientes pues solo hay un total de cuatro, los módulos de venta no tienen un área específica para poder establecerse, estos son en total cuatro, en la limpieza, las veredas están sucias igual que las calles y las fachadas se encuentran llenas de polvo.

ÁREAS VERDES	Nº	Tipos	Tierra	Ornamentales	Frutales	Foliare	Observaciones	Fotos
Árboles	30	1	arenosa	30			los arboles nescesan mas area para que puedan crecer	
Vegetación	0	0	0	0	0	0	no existe ningun tipo de arbusto	

Tabla 25. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, áreas verdes, fuente propia. (2019).

De las áreas verdes y vegetación, se pudo cerciorar mediante la ficha técnica que solo existen alrededor de 30 árboles, pero muchos de ellos no cuentan con el área suficiente para su desarrollo, pues solo tienen un macetero anclado al suelo de una dimensión de sesenta centímetros de ancho, por lo general, estos cumplen la función de ser ornamentales, pues no tienen una dimensión grande como para proporcionar sombra, pero si aporta a disminuir la temperatura en épocas de verano. Sobre la vegetación se puede decir que no existe ya que no hay un área destinada para ello, el suelo en el que han crecido es de tipo arenoso.

FACHADA Y ENTORNO	Altura máxima	Altura mínima	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de fachada	3.00 m	3.50 m	ladrillo y concreto		x		las fachadas necesitan limpieza	
Tipos	Paso de cebra	Semáforos	Señalización despacio	Nombre de la vía	No detenerse	Señal de paradero	Observaciones	Fotos
Señalética	4	2	0	4	0	2	se necesita realizar mantenimiento	
Nivel	Exterior	Fachadas	Postes	Ordenado	Desordenado	Enredado	Observaciones	Fotos
Cableado	si	si	si		x		los cables que no funcionan, necesitan ser retirados	
Medidas	Nº	Área	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Paraderos	2	10 m2	cemento semipulido			x	el paradero necesita, bancas y una cobertura	
Publicidad	indefinido	sobrepasa el 30% de la fachada	papel, plástico y vinil			x	no existe parámetros, la publicidad es excesiva	

Tabla 26. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado 02 de Surquillo, fachada y entorno, fuente propia. (2019).

De las fachadas y el entorno se encontró que muchas están llenas de polvo y necesitan ser pintadas, contienen mucha publicidad pegadas en sus paredes y a la vez contienen paneles que salen del eje de las fachadas, no hay un orden. El cableado es un problema, ya que se encuentra muy desordenado, afecta la estética directamente y es un peligro para el entorno y el mercado, ya que puede producir un corto circuito o un incendio. En la señalética se encontró seis pasos de cebra para los peatones, dos semáforos, dos señales de paraderos y cuatro paneles donde se indica el nombre de la vía.

4.1.6 Caso N° 06: Mercado Lobatón N° 01 (1929)



figura 63. Fachada del mercado Lobatón, fuente propia. (2019)

El mercado se encuentra ubicado en el distrito de Lince, entre el Jirón Tomás Guido y la Av. Petit Thouars, Lima, Perú. En el 2017 el punto comercial fue renovado, dando importancia a su cubierta y al cableado, que eran los problemas más críticos que tenía, además, implementaron nuevos acabados de piso y renovaron las instalaciones de desagüe y eléctricas, con este progreso el mercado actualmente luce un aspecto moderno y agradable para el consumidor, con el fin de crear un ambiente turístico. La superficie es de 26543580 m² y alberga 388 puestos fijos de trabajo, todo bajo el régimen de la junta de propietarios.

Análisis de secciones urbanas:

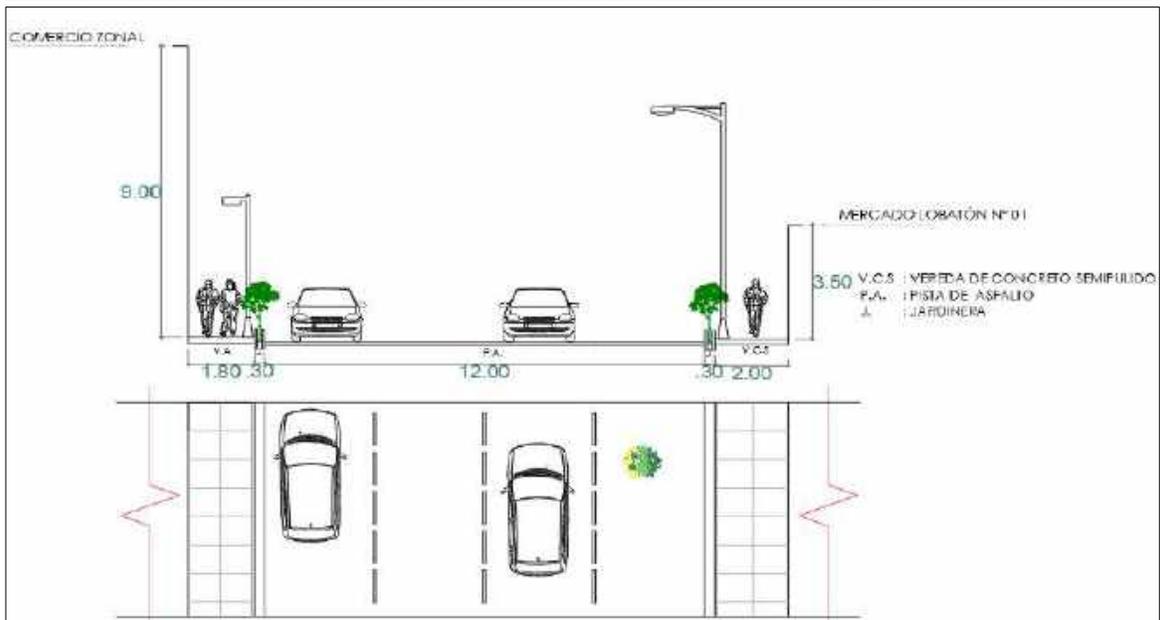


figura 64. Corte seccional A-A del mercado Lobatón, fuente propia (2019).

Para el análisis de las secciones viales se hizo un levantamiento con las medidas reales de las vías peatonales y vehiculares, y así conocer el porqué de los elementos existentes, el tratamiento que se le ha dado, las texturas y la señalética, todo con el objetivo de analizar y comprender sus funciones y dinámicas. Para ello se graficó los cortes viales de la avenida Petit Thouars, ya que esta avenida es la más transitada y mediante ella se puede acceder de manera directa hacia el mercado Lobatón. En el corte vial que se realizó se puede observar que la avenida es amplia con una dimensión de doce metros, mientras que la medida máxima de las veredas es de dos metros.

Análisis de publicidad (avenida Mariscal las Heras):



figura 65. Fachada de la avenida Mariscal las Heras. Fuente propia. (2019).

Se escogió la avenida Mariscal las Heras, ya que es una de las calles que comparte con el mercado, por ende, son más transitadas y han sufrido un impacto, tanto funcional como estético, es decir, se cambió el uso de suelos como vivienda comercio, esto influye de manera que las veredas se desgastan más, se ensucian más y se colocan publicidad en las fachadas. En la imagen superior se puede apreciar que la publicidad en la avenida Mariscal Las Heras abarca gran parte de las fachadas, por lo que todas las viviendas son de uso comercial, en el primer nivel se desempeña los locales de comercio y en el segundo nivel las viviendas, como también se utiliza las fachadas de los segundos niveles para colocar los paneles de publicidad.

Elaboración de la ficha técnica en el Mercado Lobatón N° 01:

FICHA TECNICA DE LA IMAGEN URBANA							
Ubicación:	Jirón Tomás Guido y la Av. Petit Thouars, Lince, Lima.						
Nombre:	Mercado Lobatón						
Fecha:	23 de octubre del 2019						
Hora:	1:00 p. m.						
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS							
Nivel de problemática							
PISTAS Y VEREDAS:	Medidas mínimas	Material	Óptimo	Medio	Deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de veredas	1.50 m	concreto semipulido		x		se necesita mantenimiento en algunas veredas	
Dimensiones de Pistas	6.30 m	asfalto	x			la señaletica necesita mantenimiento	
Rampas	1.00 m	concreto semipulido		x		rampas medidas mínimas	
Huellas táctiles	-	-	-	-	-	no cuenta con sistema de lenguaje sensorial	
Drenaje	-	-	-	-	-	en invierno las aguas pluviales se acumula en las pendientes	
Ciclovía	-	-	-	-	-	no cuenta con sistema de ciclovias	

Tabla 27. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, pistas y veredas, fuente propia. (2019).

De la ficha técnica que se utilizó para el ítem Pistas y veredas se puede resumir que el lugar necesita más veredas amplias para el comercio zonal pues estas tienen una dimensión de un metro cincuenta, muy aparte, las veredas no tienen huellas táctiles o sistema de lenguaje sensorial que guíen a los usuarios con discapacidad. Con el

tema de las pistas, necesitan mantenimiento ya que no cuentan con señalética y tampoco tienen un sistema de drenaje para aguas pluviales las cuales se acumulan en temporadas de lluvias, mientras que las rampas solo tienen una dimensión mínima de un metro y el material es de concreto semipulido, en el lugar tampoco existe un sistema de transporte para ciclistas.

MERCADO:	Altura	Material	Optimo	Medio	Observaciones	Fotos		
Diseño de fachada	5.00 m	concreto ladrillo		x	la fachada necesita mantenimiento			
Hall de Ingreso	3.60 m	concreto ladrillo		x	se necesita mas area			
Medidas	M2	Material	Capacidad	Altura	Observaciones	Fotos		
Área de carga y descarga	818 m2	asfalto	53 autos	area libre	se descarga frente al publico			
Estacionamiento	818 m2	asfalto	53 autos	area libre	no hay un espacio definido, se usa el mismo estacionamiento de la zona de			
Centros de acopio de basura		-	-	-	la basura se acumula en las veredas, hasta que el camion lo recoja			
Cantidad	N° total	Dentro	Fuera	Vías	Bermas	Veredas	Observaciones	Fotos
Comercio informal	10	0	5	0	0	5	existen algunos comerciantes ambulantes fuera del mercado	

Tabla 28. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, Mercado, fuente propia. (2019).

Del mercado se puede decir que la fachada necesita mantenimiento, ya que hay partes en deterioro, la publicidad desalinea el eje lineal pues los paneles sobresalen de la fachada. El ingreso debe contener un área más amplia para el recibimiento del público y la demanda que ofrece, el área de descarga se realiza en la vía pública ya que no cuenta con una zona de descarga por lo que genera que tenga la vista directa al público. Tampoco cuenta con un centro de acopio para la basura, a la vez existe comercio ambulatorio en el ingreso de la puerta, estos ocupan las zonas de usos común.

ESPACIO PÚBLICO:	N° total	Farol	Poste	Óptimo	Medio	Deficiente		Observaciones	Fotos
Alumbrado público	8	0	8		x			se necesita alumbrado peatonal	
Cantidad	Carteleras	Tachos	Bancas	Jardineras	Teléfonos públicos	Módulos de ventas	Ciclo parqueo	Observaciones	Fotos
Mobiliario urbano	0	2	0	2	1	4	0	insuficiente	
Zonas	Veredas	Bermas	Pistas	Fachadas	Postes	Áreas verdes		Observaciones	Fotos
Basura y limpieza	semilimpias	limpias	limpias	sucias	semilimpias	limpias		las fachadas necesitan limpieza	

Tabla 29. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, espacio público, fuente propia. (2019).

Del espacio público se pudo contrastar que se necesita iluminación peatonal, ya que no cuenta con farolas, pero si existe un total de 8 postes en estado medio que no son suficientes para darle seguridad al lugar, tampoco existen suficientes mobiliarios, como bancas para los usuarios, también tachos de basura los cuales son un total de dos, mientras que los módulos de venta no cuentan con un área destinada para su colocación, en total son una cantidad de cuatro, finalmente solo cuenta con un teléfono público. En cuanto a la limpieza y basura, las veredas y los postes se encuentran semi limpias, mientras que las bermas y las áreas verdes

están en óptimas condiciones, pero se necesita que se limpien las fachadas ya que se encuentran llenos polvo.

ÁREAS VERDES	Nº	Tipos	Tierra	Ornamentales	Frutales	Foliares	Observaciones	Fotos
Árboles	30	5	arenosa	3	0	2	los arboles nescesan mas espacio	
Vegetación	10	0	arenosa	10	0	0	nescesan mantenimiento	

Tabla 30. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, áreas verdes, fuente propia. (2019).

De acuerdo al ítem áreas verdes, el entorno del mercado Lobatón cuenta diferente especies de árboles, en total son cinco, estas son palmeras, arboles foliares entre otros, la vegetación sin embargo, no cuenta con suficientes áreas para el mejor crecimiento de los árboles, ya que las raíces pueden malograr las vías, por lo general estas cumplen funciones ornamentales y a la vez contribuyen con las áreas de metros cuadrados por habitante, así mismo funcionan con receptores y captadores de polvo, pues se encuentra dentro de vías principales. Por otro lado, los arbustos que se pudieron encontrar suman un total de diez y la variedad es de cinco, siendo ornamental su función principal.

FACHADA Y ENTORNO	Altura máxima	Altura mínima	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de fachada	4.50 m	5.00 m	ladrillo y concreto		x			
Tipos	Paso de cebra	Semáforos	Señalización de espacio	Nombre de la vía	No detenerse	Señal de paradero	Observaciones	Fotos
Señalética	6	4	0	4	0	4		
Nivel	Exterior	Fachadas	Postes	Ordenado	Desordenado	Enredado	Observaciones	Fotos
Cableado	si	si	si		x		se necesita retirar el cableado que no funciona	
Medidas	Nº	Área	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Paraderos	4	10 m2	concreto semipulido		x		necesita mobiliario	
Publicidad	indefinido	sobrepasa el 30 % en las fachadas	papel, vinil, plástico			x	no hay parámetros, la publicidad es semi excesiva	

Tabla 31. Cuadro de resumen de ficha técnica, mercado Lobatón, espacio público, fuente propia. (2019).

De la fachada y el entorno se puede resumir que las edificaciones aledañas mantienen una altura y perfil aceptable, el mercado cuenta con un solo nivel, sin embargo, la señalética necesita mantenimiento o ser renovadas. El tema del cableado es muy desordenado, pues no se han retirado cables innecesarios que ya no funcionan, por otro lado, los paraderos no tienen módulos para poder esperar al transporte público. La publicidad no mantiene ningún parámetro, ya que está colocada libremente por los diferentes comerciantes, además que tampoco se utiliza un tipo de material en específico, los materiales más comunes con los que están hechos son de carteles son papel, vinil y plástico.

4.2 Lineamientos de Intervención

Para la selección de los lineamientos se tomó en cuenta, criterios básicos de urbanismo con el fin de seleccionar elementos estratégicos para el desarrollo y construcción de la imagen urbana, entorno a equipamientos comerciales, tal como los mercados de abastos. Estos criterios y lineamientos se obtuvieron de diferentes manuales de diseño urbano, manuales de publicidad y normativas municipales, ya que estos han sido aplicados y han tenido éxito. Los puntos más resaltantes que se escogieron son en base a nuestras categorías (elementos existentes que conforman la imagen urbana, Influencia de los mercados en el entorno urbano) y subcategorías (fachada y entorno, Áreas verdes, pistas y veredas, Mercado, espacio público), puesto que es lo que se está analizando en los casos de estudio. Los manuales escogidos y consultados son los más completos a nivel de detalles, información y propuestas.

Fachada y entorno:

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). Manual de Publicidad Exterior visual para el distrito capital.
- Bazant, J. (2003). Manual de diseño Urbano.
- Municipalidad de Miraflores. (2012). Ordenanza que reglamenta los elementos de publicidad exterior en el distrito de Miraflores.

Áreas verdes:

- Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015). Manual de diseño urbano.

Pistas y veredas

- Alcaldía de Bucaramanga. (2011). Manual para el diseño y construcción del Espacio Público de Bucaramanga.
- Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015). Manual de diseño urbano.

Mercado

- Municipalidad Metropolitana de Lima. (2013). Guía para la Competitividad de Mercados de Abastos.

Espacio público

- Dirección General de Obras Públicas de Zapopan. (2011). Manual de diseño de espacio público

Los manuales, guías y normativas mencionadas contienen los siguientes criterios:

Guía para la Competitividad de Mercados de Abastos:

- La municipalidad metropolitana de Lima, ha estado implementado normativas públicas con el objetivo de revalorar los mercados de abastos de Lima, ya que son los equipamientos más visitados por la población, como también son los establecimientos más completos en función de abastecimiento, por ello buscan convertirlos en equipamientos competitivos, mediante el control y la regularización a través de políticas públicas.

El mercado deberá contar:

- Se deberá destinar un área diferenciada y acondicionada, para el almacenamiento temporal de residuos del mercado de abastos, este debe permitir el fácil acceso de los camiones de basura, bajo horarios diferentes al de la atención al público.

Criterios que deben adoptar los comerciantes:

- Realizar la limpieza y recolección de residuos sólidos, generados por eventos, ferias, campañas u otras actividades realizadas dentro del espacio público, dentro del plazo de 24 horas de haber terminado el evento.
- No arrojar o depositar los residuos sólidos en las vías públicas fuera del horario establecido para la recolección del camión de basura.

- Mantener limpio el techo, fachada y acera del establecimiento o local comercial, industrial, vivienda o servicios.
- No quemar o incinerar residuos sólidos dentro del local o en la vía pública.

Manual de Diseño Urbano, (Jan Bazant S.)

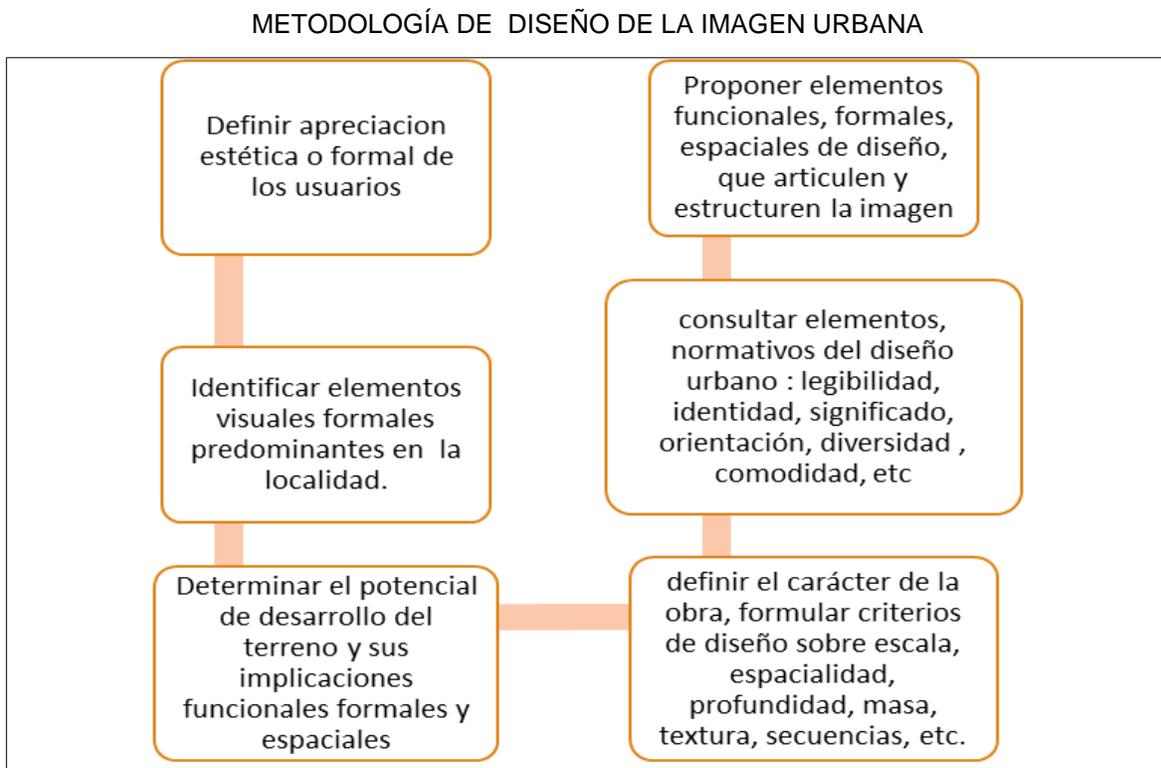


figura 66. Gráficos de metodología de diseño de la imagen urbana, fuente: Bazant, J. (2003).

esta guía contiene una metodología del diseño de la imagen urbana, dentro de ello nos habla de cómo manejar la publicidad en el entorno urbano, sin llegar a crear caos, ya que genera que la imagen urbana se desvirtúe, como también nos habla de los elementos urbanos que componen la imagen urbana.

Aplicable: este manual contiene criterios que se relacionan a nuestro marco teórico, las categorías de la investigación, contiene muchos criterios que han servido para comprender la imagen urbana, de la misma manera se pudo elaborar las entrevistas y la ficha técnica, en base a los diferentes conceptos que se han tomado como puntos de partidas.

Manual de Diseño urbano de Buenos Aires:

este manual es muy completo con respecto a los criterios de intervención dentro de la construcción de la imagen urbana, contiene lineamientos gráficos, de cómo deberían ser las vías, tanto como vehiculares, ciclovías, vías peatonales. Detalles de encuentros peatonales, aplicación de diferentes materiales, tipos de señalización, uso de diferentes elementos vegetales para la construcción de la imagen urbana, sistema de drenaje y usos como todo esto sirve como insumo para desarrollar propuestas coherentes y aplicables, dentro de los casos analizados.

Criterios de vías:

Modelo de sección vial

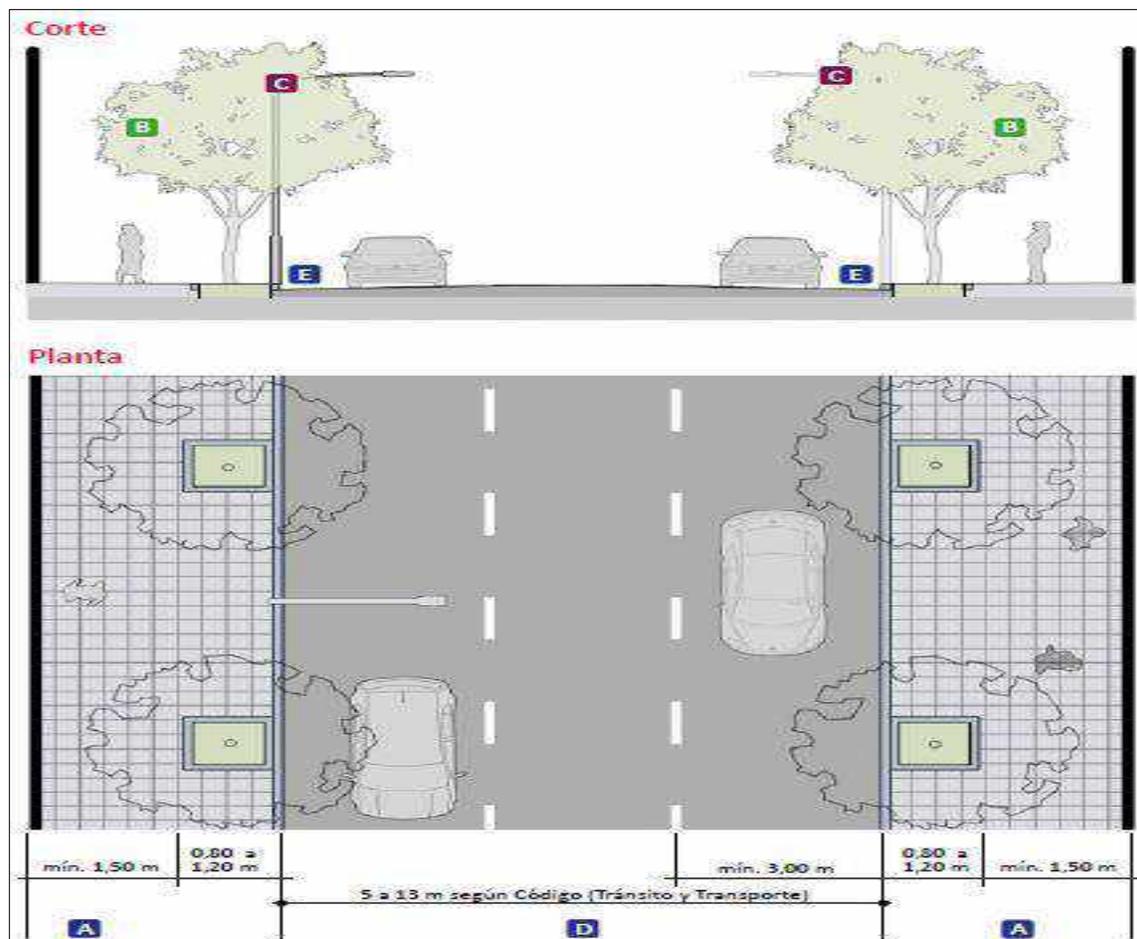


figura 67. Cortes de secciones viales. Fuente: Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015).

Aceras y calzadas: puede contener los diferentes sistemas de transporte

Las dimensiones: en aceras se recomiendan como mínimo 1.80 m y para aceras con arborización, como mínimo 2.50 m. Para Calzadas ancho total de 5 a 13 metros, como ancho mínimo para un carril sería 3.00 m.

Materiales: se recomienda usar materiales drenantes, que puedan absorber el agua de lluvias. (aceras: baldosas de 40 X 40 de hormigón) (calzadas: asfalto, adoquín, pavimentos)

Aplicable: se tomará como referencia las dimensiones de veredas, los materiales y texturas, para aplicarlo en la propuesta de mejora del caso principal, con el fin de brindar prioridad al peatón, y potenciar la zona comercial, mediante la ampliación de veredas, convirtiéndolo en un boulevard.

Senda peatonal elevada:

Modelo de senda peatonal

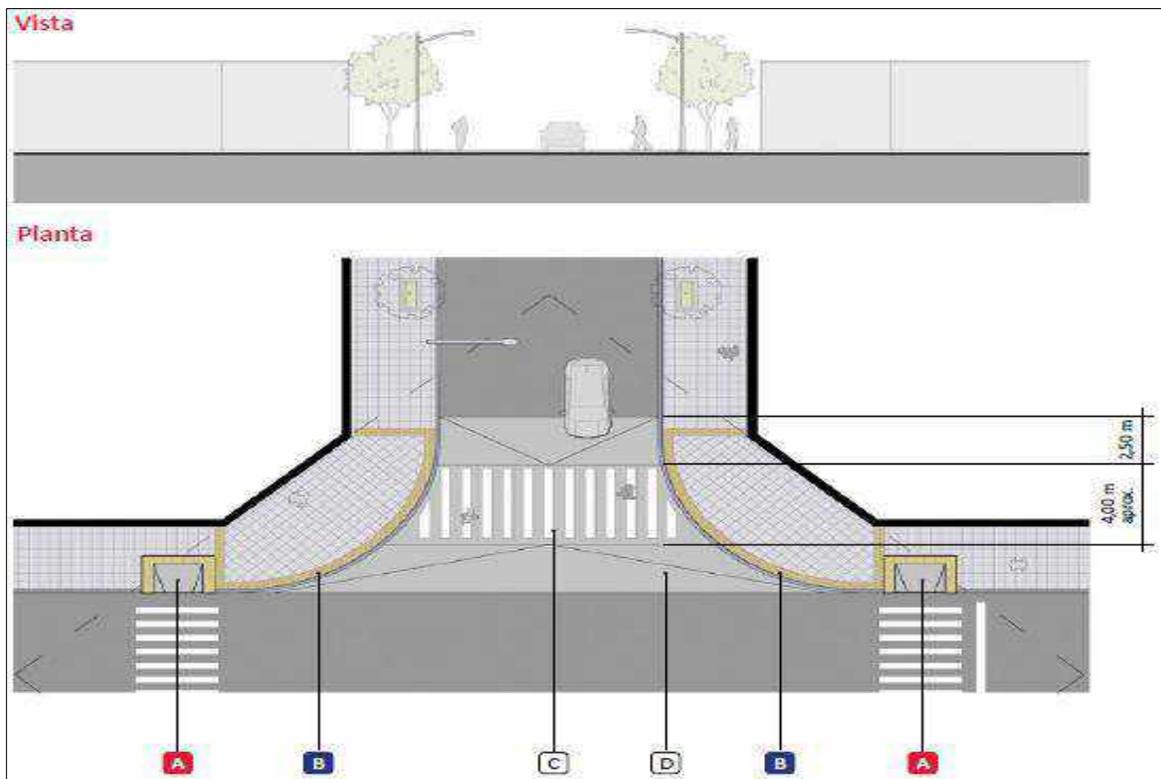


figura 68. Cortes de sendas viales. Fuente: Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015).

En la imagen superior se puede apreciar el corte seccional de la senda elevada esta genera seguridad al usuario a la hora de cruzar vías y disminuye la velocidad de los automóviles, se usa en calles con grandes influencias peatonales como en zonas comerciales.

Dimensiones: puede variar según la dimensión de la vía, en rampas vehiculares se aplica 2.50 x el ancho de la vía.

Materiales: pavimento Inter trabado, hormigón, adoquines.

Aplicable: Se tomará las dimensiones, para aplicarlo en los puntos de mayor afluencia, tales como en los puntos de ingresos hacia el mercado y a la alameda, con el fin de proteger al peatón y disminuir la velocidad de los vehículos.

Mobiliario urbano:

Modelo de banca

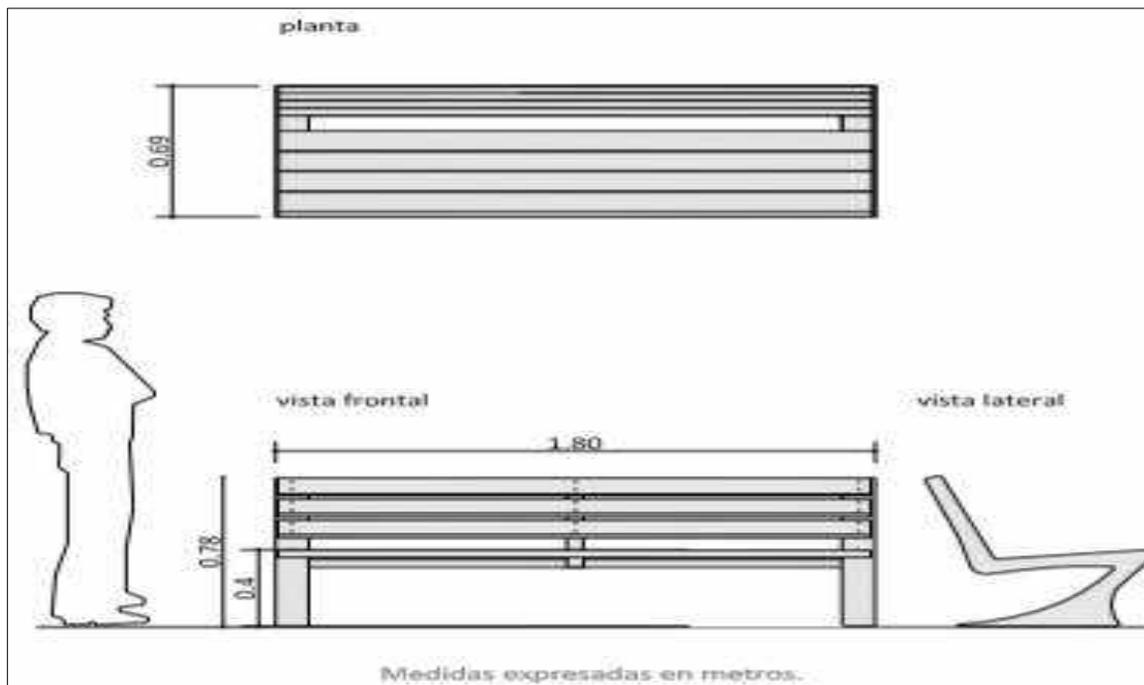


figura 69. planos de banca, Fuente: Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015).

Estos elementos se ubicarán estratégicamente en lugares públicos, como: plazas, parques, áreas destinadas para descanso o el ocio. Los materiales y texturas pueden variar, debido a su tipo, función y clasificación.

Bancas: las bancas lineales se ubicarán en aceras, se debe tener en cuenta antes, haber obtenido un área destinada para su ubicación y de esa manera no invada u obstaculice los flujos, la forma o diseño de la banca puede variar de acuerdo a su ubicación.

- **Dimensiones:** altura mínima de respaldo (40 cm), profundidad de asientos (40 a 45 cm), altura de asientos (40 a 45 cm).
- **Material:** (madera, metales, piedra, hormigón)

Puestos de flores y revistas:



figura 70. Renders de puesto de periódicos, Fuente: Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015).

Estos equipamientos deben ir ubicados estratégicamente en puntos de alto tránsito peatonal, con el objetivo de crear un mejor ordenamiento y disminuir el impacto de la contaminación visual. **Dimensiones:** altura 2.60, área 180 x 3.40, **Materiales:** Carpintería metálica, paneles, rejas, carros desplazables, estructura de perfiles, etc. **Aplicable:** las características y medidas de los mobiliarios se tomarán en cuenta, a la hora de diseñarlos y proponerlos, pues estos elementos son fundamentales para el entorno urbano, sobre todo en zonas comerciales, se propondrán a una distancia mínima de 200 ml, para los puestos de flores o quioscos de periódicos. Con el fin de tener un mejor control visual de la imagen urbana que rodea los mercados de abastos.

Maceteros:

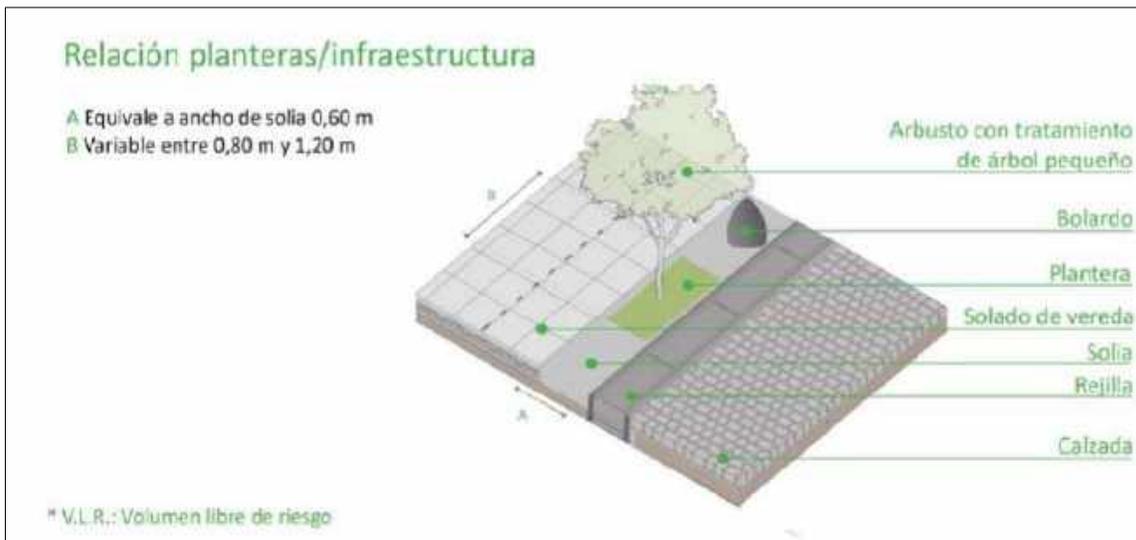


figura 71. Elementos de los maceteros, Fuente: Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015).

Lo más apropiado es colocar en aceras amplias, en alamedas, parques, estos deben ser lo suficientemente sólido para que pueda resistir a la intemperie, de preferencia no usar elementos que se puedan oxidar o romper con facilidad.

Materiales: (madera, fibras plásticas, hierro fundido, etc.)

Aplicable: Se considerará las especificaciones técnicas de las jardineras, para aplicarse dentro de las veredas y la alameda, con el fin de implementar ornatos, al entorno de los mercados de abastos.

Manual de publicidad exterior visual para el distrito capital (Alcaldía de Bogotá)

Este manual establece parámetros distritales para la ciudad de Bogotá, aplicable dentro de zonas históricas y de uso comercial, ya sea públicas o privadas, por ello se tomó como un lineamiento aplicable.



figura 72. Fachadas con publicidad. Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007).

Avisos Publicitarios: está permitido colocar un aviso por fachada, siempre y cuando no ocupe más del 30% de la fachada. solo se puede colocar un aviso por establecimiento, de haber varios establecimientos en un mismo edificio, pero no pueden exceder el 30%, sumando las áreas de todos

Colocación y altura de avisos: Establecimiento comercial ubicado en el primer piso de la edificación: El anuncio se ubicará, únicamente en el primer nivel, no puede ir ni en el antepecho del segundo nivel, y a la vez que tampoco está permitido colocar publicidad en fachadas que no son de uso comercial.



figura 73. Colocación de publicidad. Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007).

Publicidad adosada a la fachada: Los avisos publicitarios deberán estar netamente adosados a la fachada, no deben sobresalir ni desprenderse de la estructura. Es decir, nada de volados. **Aplicable:** Se aplicará en la propuesta de fachadas, tal como indica en el manual se respetará las dimensiones y parámetros, esto será en las zonas donde se presenta mayor índice de publicidad, dentro de la zona come.

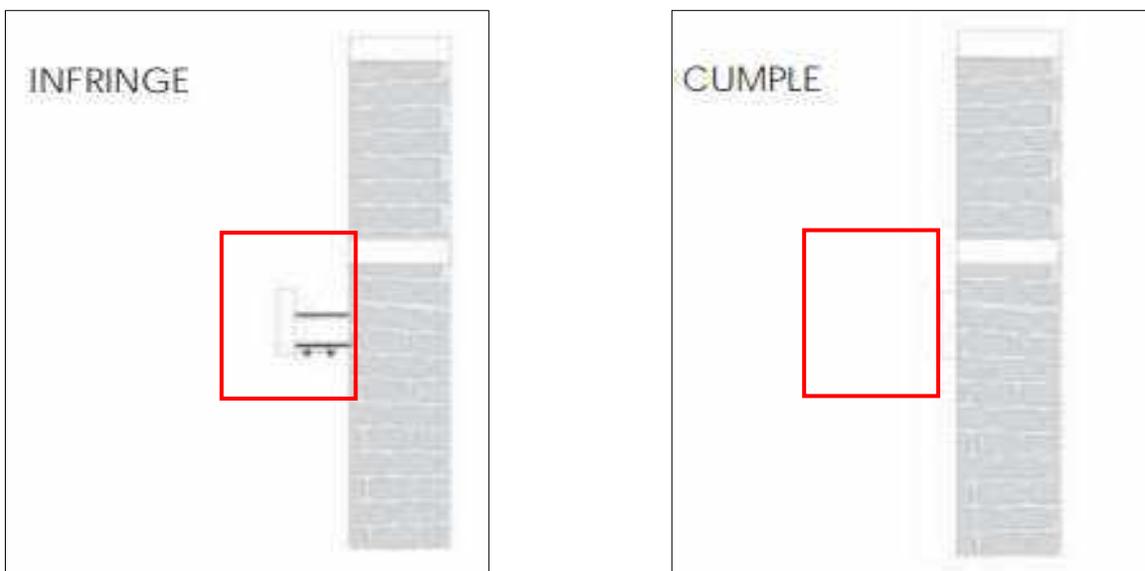


figura 74. Modelo de colocación de publicidad. Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007).

Manual de Diseño del Espacio público (D.G.O.P.D.Z):

Contiene criterios de accesibilidad y mobiliarios, especificaciones técnicas y dimensiones apropiadas para la elaboración o diseño de estos elementos, como también, habla de elementos que proponen tipos de luminarias para la construcción del espacio urbano, tipología de letras para la señalización, números y flechas, texturas como elementos de comunicación sensorial, criterios para el diseño de paraderos, tipos de vegetación que se deberían usar y cuales no y sus procesos de plantación y el proceso de mantenimiento para estas plantas.

Mobiliarios

Los mobiliarios en conjunto brindan funcionalidad al espacio público, generan espacios más placenteros, para transitar, mejoran la experiencia del usuario.

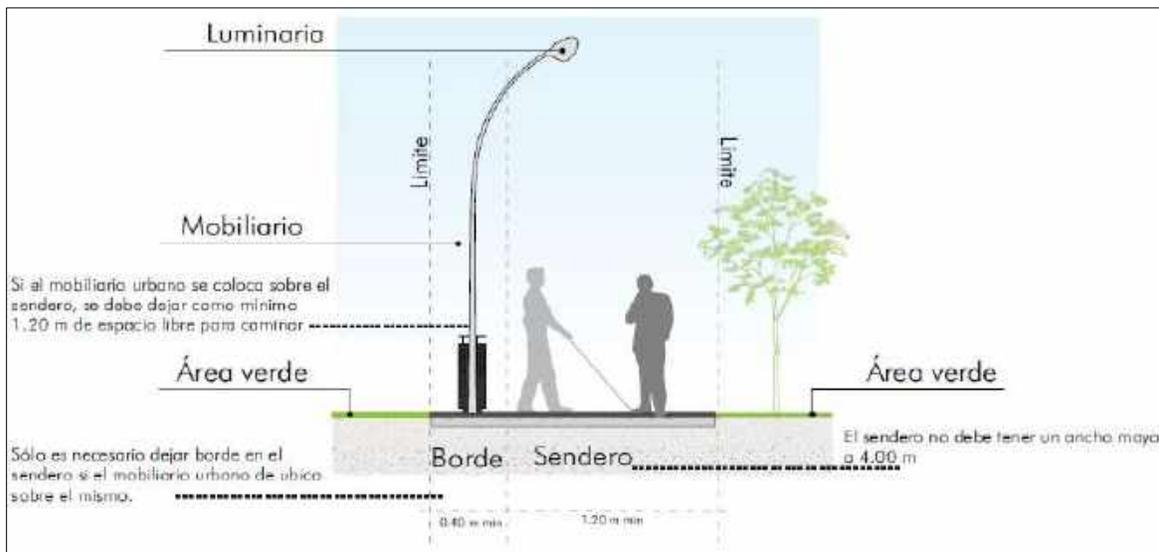


figura 75. Elementos que conforman el entorno urbano. Fuente: Dirección General de Obras Públicas de Zapopan. (2011).

Paraderos: los paraderos tienen la función de brindar un espacio al usuario, donde se pueda proteger del sol o la lluvia, y a la vez brindar al conductor una zona donde se pueda estacionar, este mobiliario debe tener una vida útil como mínimo de 6 años y su mantenimiento deber ser mínimo. Se deben colocar aproximadamente cada 2 cuadras, en algunos casos puede haber excepciones.

Dimensiones: no se puede exceder los 5.60 m. frontales, por los 2 metros de fondo.

Aplicable: se aplicará las dimensiones y características del modelo de paradero, y ubicarlo en puntos pertinentes, ya que es necesario que un entorno comercial cuente con paraderos, para una mejor accesibilidad de movilidad vial a través del transporte público.

Ordenanza que reglamenta los elementos de publicidad exterior en el distrito de Miraflores

<p>Artículo 7.- Obligaciones del propietario o titular del elemento de publicidad exterior.</p> <p>Son obligaciones del propietario de los elementos de publicidad exterior instalados en bienes o predios de propiedad privada, así como de los elementos de publicidad exterior o mobiliario urbano instalados en la vía pública:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Obtener la autorización municipal antes de la ubicación o difusión del elemento publicitario.2. Mantener el elemento de publicidad exterior limpio y en buen estado de conservación.3. Mantener permanentemente las condiciones de seguridad del elemento de publicidad exterior autorizado.4. Obtener una nueva autorización cada vez que se modifiquen las características del anuncio (medidas, tipo, ubicación, material, color, imagen, estructuras que soportan el mensaje, etc.), o cuando se concluya el plazo de vigencia, de ser el caso.5. Brindar las facilidades del caso a la autoridad municipal para fiscalizar correctamente el elemento publicitario.6. Acatar las sanciones administrativas que emita la Municipalidad.7. Suscribir un compromiso de responsabilidad solidaria, que cubra los riesgos que pudieran derivarse de la ubicación y explotación publicitaria durante su vigencia y cubrir los gastos de su retiro, incluso, si fuera la Municipalidad quien lo realice.

figura 76. Ordenanza de publicidad, Fuente: Municipalidad de Miraflores. (2013).

La municipalidad distrital de Miraflores, desarrollo la ordenanza para regularizar aspectos administrativos y técnicos de la publicidad exterior, con el objetivo de preservar el ornato, la calidad del paisaje, estética urbana y seguridad del usuario, dentro del entorno de espacios comerciales del distrito de Miraflores. (Artículo 5.- competencia de la Municipalidad, Artículo 6.-Obligaciones de la Municipalidad).

Elaboración de lineamientos en base a los criterios seleccionados

Luego de haber consultado diferentes manuales, se elaboraron criterios de intervención que ayudaran a mejorar la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos, con el objetivo de reducir el impacto comercial negativo que repercute en la imagen urbana.

Modelo de letras para paneles de publicidad

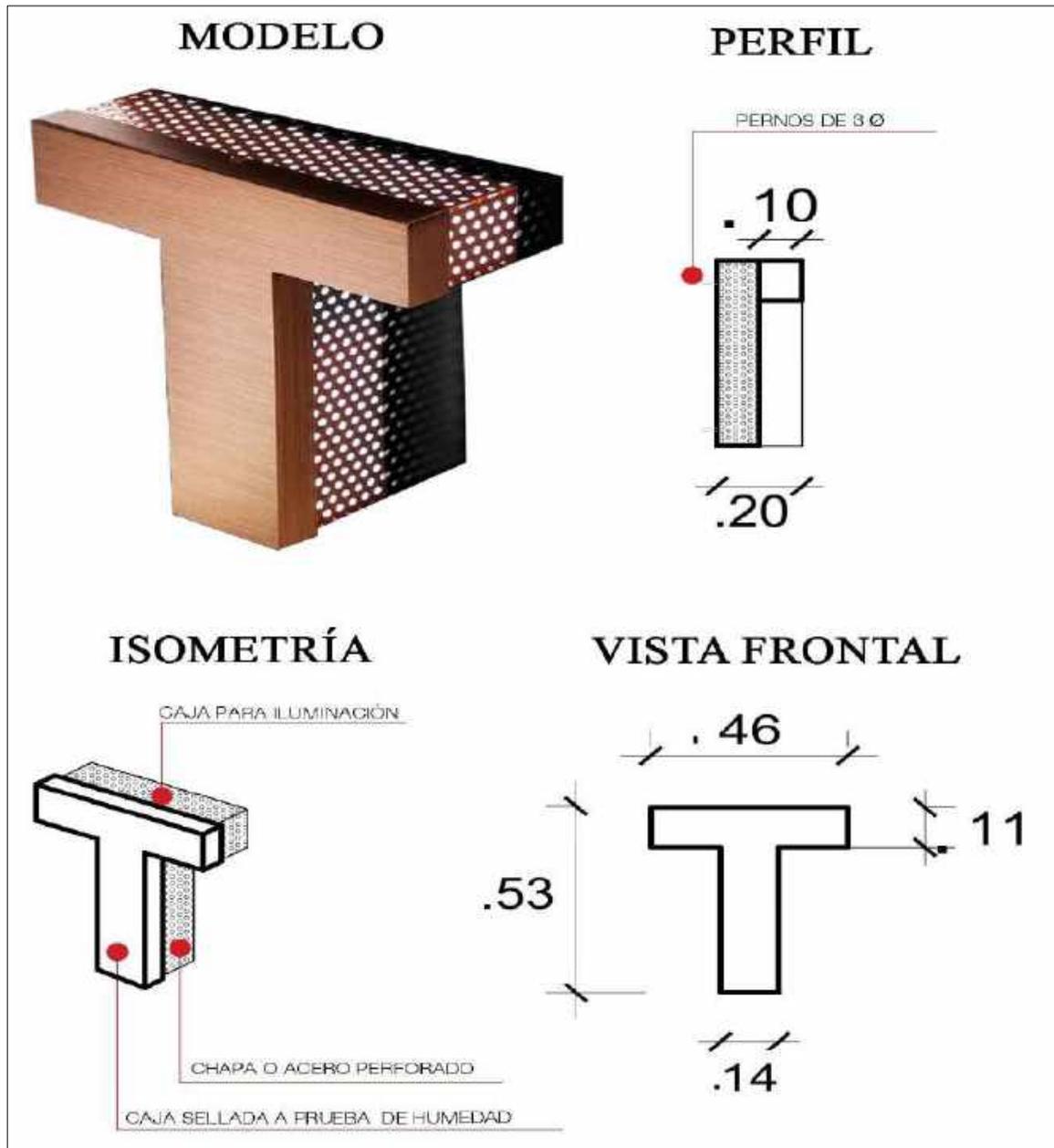


figura 77. representación gráfica de modelo de letras, fuente propia. (2019).

En la imagen superior se puede apreciar el modelo de letras que se deben aplicar en los paneles publicitarios de las fachadas de los establecimientos comerciales, este modelo de letras se basa en una caja, sellada a prueba de humedad, con una caja empotrada de chapa o acero perforado, para la iluminación interna, las dimensiones de estas letras serán de 0.53 centímetros de alto y un grosor de 0.14 centímetros, las letras irán empotradas en la fachada con un perno de 3 pulgadas. Los colores o texturas de las letras de publicitarias deberán ir acorde a la paleta de colores de la fachada.

Representación gráfica de las fachadas comerciales

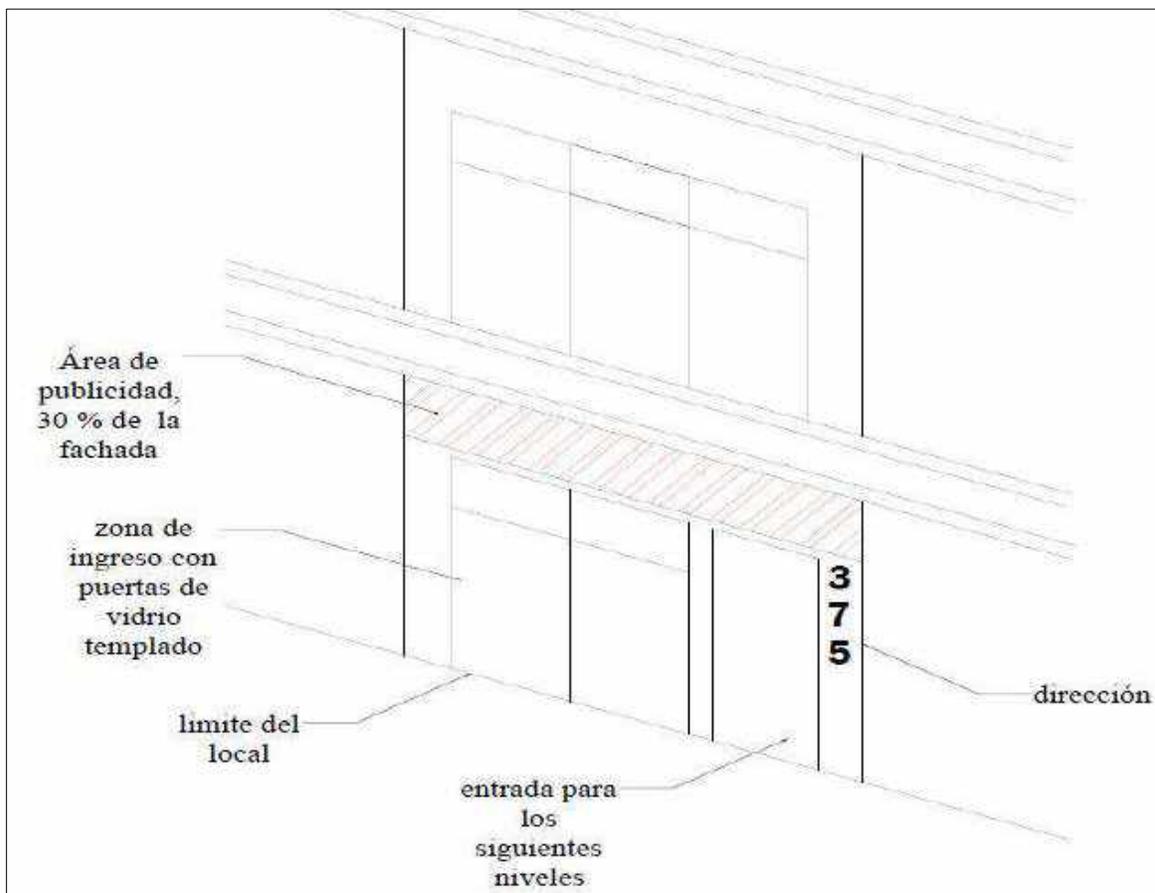


figura 78. Representación gráfica de fachadas comerciales, fuente propia. (2019).

Se propone los siguientes parámetros de fachadas para los locales comerciales, que funcionen en el primer nivel de alguna edificación mayor a un piso, donde se establece que se deberá usar mamparas de vidrio templado, como también deberá permanecer alineada a las demás fachadas, pues no estará permitido que algún elemento sobresalga de la fachada. El área de

la publicidad no deberá ocupar más del 30% de la fachada, ni está permitido colocar publicidad sobre la mampara, más que el logo del local, todo esto con la intención de no alterar la imagen urbana del lugar.

Representación gráfica de las veredas para el comercio zonal

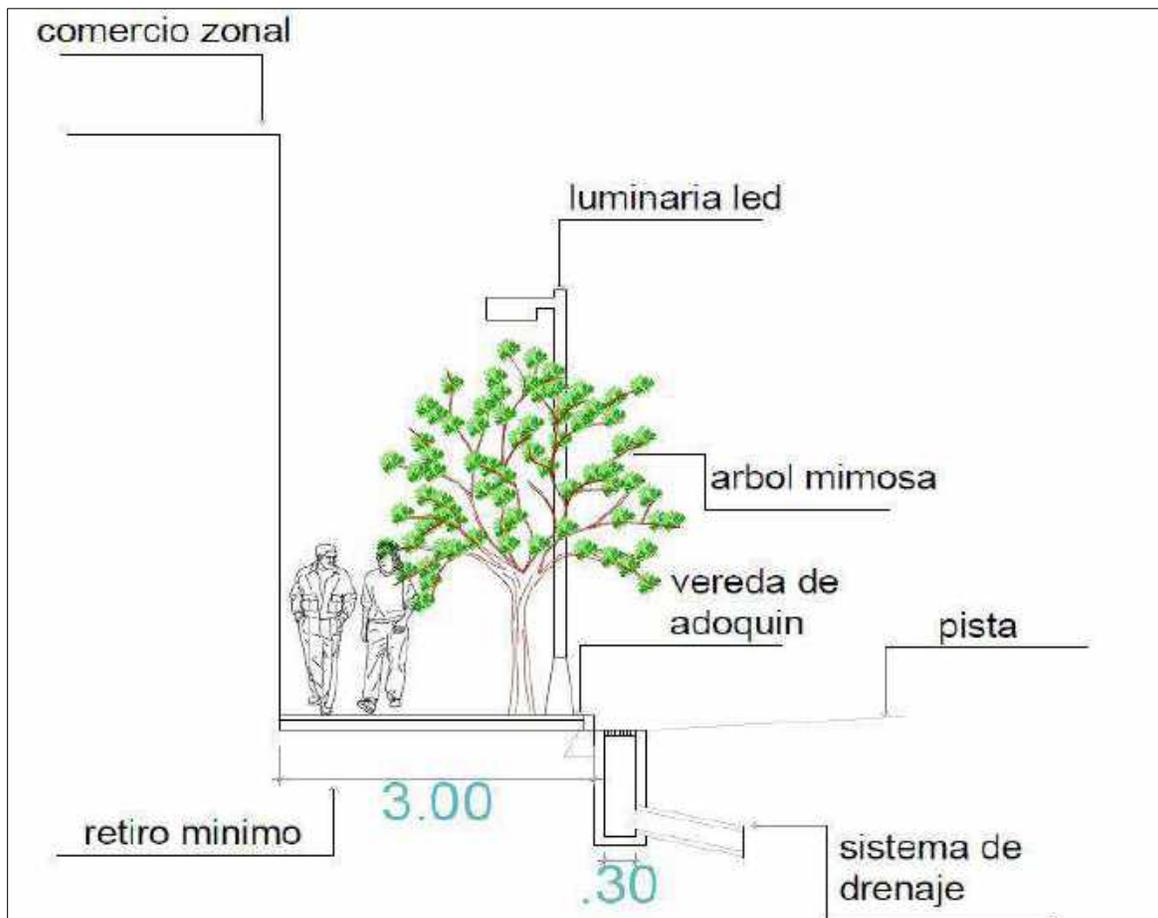


figura 79. Representación gráfica de veredas para comercio zonal, fuente propia. (2019).

Para las dimensiones de las veredas que colindan con el comercio zonal, se debe considerar como mínimo 3 metros, para poder colocar mobiliarios urbanos que proporcionen calidad de vida urbana y confort a la hora de transitar por esta área, así mismo poder potenciar la zonas comerciales ya que el cliente podrá caminar y comprar tranquilo sin necesidad de esquivar personas, como mobiliarios urbanos se debe colocar iluminación led para los transeúntes, empotrar la jardinera y la plantación de un árbol de preferencia que este sea mimosa, ya que en su madurez llega alcanzar una altura de 13 metros como máximo, así mismo se colocara en las vías el sistema de drenaje.

Representación gráfica de retiro para vereda de mercado

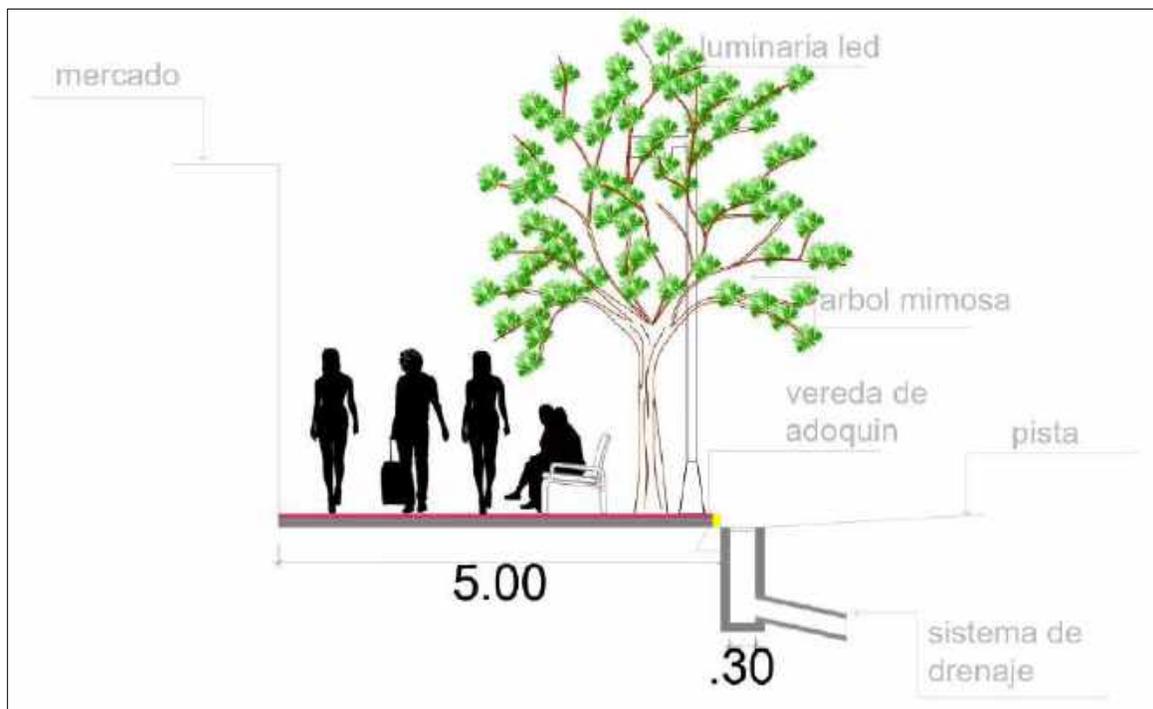


figura 80. Representación gráfica de retiro de vereda, fuente propia. (2019).

Para las veredas del mercado se debe considerar como mínimo aceras de 5 metros, debido a que por esta vereda deben caber de cuatro a seis personas durante las horas más transitadas, deben estar equipadas con mobiliarios como bancas empotradas para que los peatones o clientes del mercado puedan descansar, también deberá colocarse luminaria led, para los transeúntes, en cuanto a la arborización se recomienda usar arboles similares al árbol mimosa, pues estos son

apropiados para veredas en cuanto a tamaño y función, las veredas deberán ser de materiales de alto tránsito como adoquines o losas de concreto, a la vez se deberá colocar el sistema de drenaje de alcantarillado, para drenar las aguas pluviales.

Representación gráfica de las fachadas de los establecimientos comerciales



figura 81. representación gráfica de establecimientos comerciales, fuente propia. (2019).

Para la fachada de los establecimientos comerciales se propone colocar el nombre del establecimiento con letras empotradas o adosadas a la fachada, con iluminación interna para la noche, así mismo se deberá colocar el logo de la empresa o local con el mismo material de las letras empotradas, las cuales no sobrepasaran las dimensiones propuestas de 0.53 centímetros. la fachada deberá iluminarse con luminarias adosadas y empotradas, para el correcto funcionamiento de estas. Mientras que las mamparas o vitrinas deberán ser de vidrio templado para mayor seguridad en caso de algún incidente, el establecimiento comercial deberá respetar los límites del local, es decir no podrá sacar o colocar elementos que dificulten el tránsito.

Vista de perfil

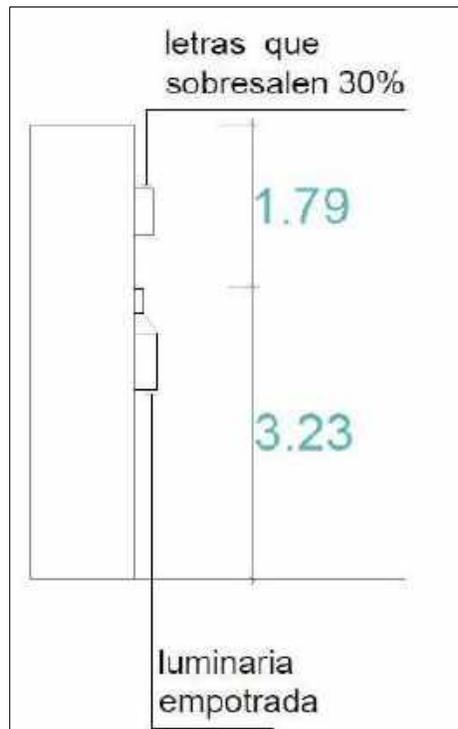


figura 82. perfil de fachadas comerciales, fuente propia. (2020).

En la imagen superior se puede apreciar el perfil de la fachada donde indica como deben ir empotradas las letras del nombre del establecimiento comercial, las letras publicitarias deben ir adosadas, estas no deben estar separadas de la fachada, los mismos criterios se aplica para la luminaria, esta debe estar empotrada a la fachada, los modelos de luminarias empotradas pueden variar de acuerdo al tipo que se coloque. Todo con el objetivo de controlar los elementos que puedan alterar la imagen urbana. Parte de los lineamientos establecidos en la imagen superior fueron basados en el manual de publicidad exterior visual de la alcaldía de Bogotá.

Representación gráfica de la función de la arborización

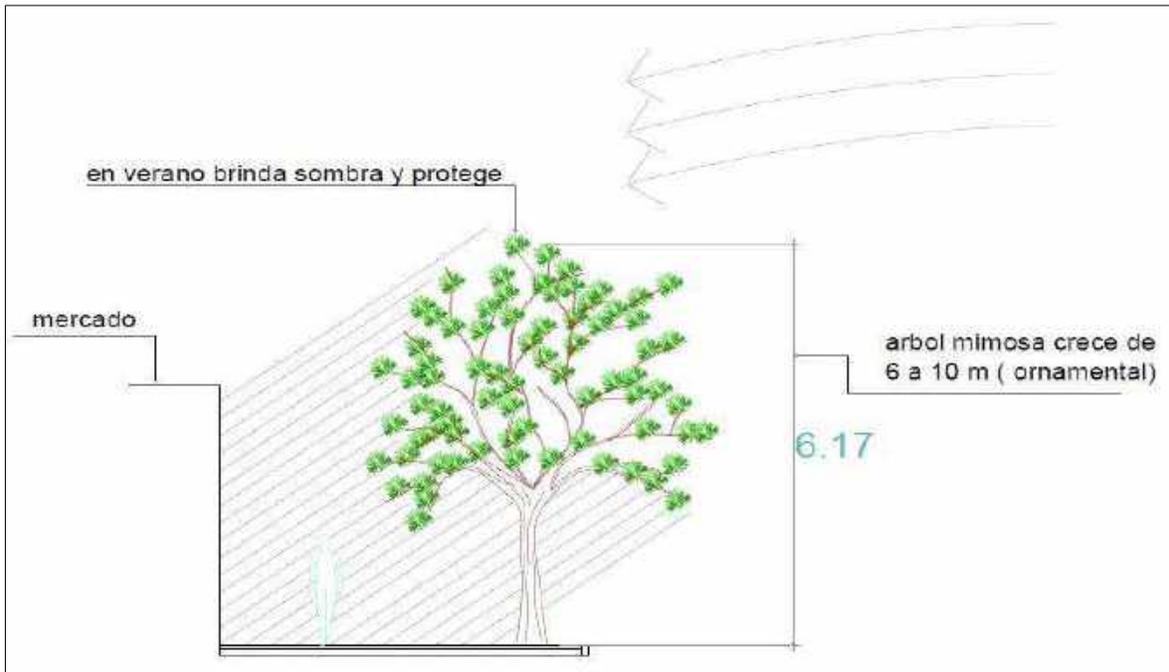


figura 83. representación gráfica de la función de la arborización, fuente propia. (2020).

En el siguiente grafico se puede apreciar la funcion del árbol mimosa que se ha estado planteando, pues este, en verano proporciona sombra y protege de las corrientes de aire, como también tiene una funcion ornamental, ya que en su temporada florecen, este árbol es apropiado para las veredas, ya que llega a alcanzar una altura máxima de 10 metros en algunos casos hasta 13 metros lineales. El tipo de árboles que se coloquen en las veredas pueden variar, siempre y cuando tengan las características similares, en cuanto a funcion, tamaño y tipo, para la aplicación de estos árboles previamente se debe considerar el tipo de suelo y clima.

Especies arbóreas para diferentes espacios urbanos

Se está planteando diferentes especies botánicas, tanto arboles como arbustos que se puedan plantear en diferentes zonas o espacios urbanos, como veredas, bermas, intersecciones viales, parques o alamedas, con el objetivo de aportar elementos naturales que disminuyan la contaminación sonora, visual, y del aire, que se da en zonas comerciales.

ESPECIES BOTÁNICAS PARA ESPACIOS URBANOS (ARBOLES)						
Código	Nombre científico	Nombre común	Altura	Diámetro	Función	Aplicación
A-1	Erythrina crista-galli	Ceibo	4- 8 m	5-8 m	Ornamental Ambiental sombra	Alamedas Parques Plazuelas
A-2	Schinus molle	Aguaribay	10-15 m	8-12 m	Ambiental sombra	Bordes de lagos – ríos Parques
A-3	Handroanthus impetiginosus	lapacho rosado	20-30m	5-25 m	Ornamental Regular de temperaturas Ambiental Colchón acústico	Espacio publico Bulevares Conectores ambientales Arboleado de vario urbano Bermas
A-4	Tipuana tipu	Tipa	15-25 m	10-12 m	Ornamental Sombra ambiental	Veredas Plazas Parques
A-5	Spathodea campanulata	Tulipán africano	20-25 m	10 -12 m	Ornamental Sombra	Parques Intersecciones viales
A-6	Cassia fistula	Lluvia de Oro	3-15 m	5- 10 m	Ornamental Aromático	Parques Veredas Bermas
A-7	Jacaranda mimosifolia	Jacaranda	8- 20 m	10-15m	Ornamental Colchón acústico	Veredas Parques Interacciones viales
A-8	Acacia dealbata	Árbol mimoso	10- 15 m	8-10 m	Ornamental Aromático	Veredas Parques Intercesiones viales

Tabla 32 . tabla de especies botánicas para espacios urbanos (arboles), fuente propia. (2020).

En la tabla superior se puede apreciar una lista de especies arbóreas que se pueden aplicar o colocar en diferentes espacios urbanos, estas están clasificadas de acuerdo a su nombre común o científico, su altura, diámetro, función y aplicación. Estas pueden variar en su función (ornamental, aromático, colchón acústico, entre otras funciones), se pueden colocar en bermas, intersecciones viales, veredas, parques, alamedas, conectores ambientales, bulevares, plazas, plazuelas, maceteros, etc. Las alturas que pueden alcanzar dependerán del cuidado y tratamiento que se les aplique a las diferentes especies. Para la aplicación de estos elementos naturales, se recomienda previamente hacer un estudio de clima y tipo de tierra, donde se piensa plantar estos árboles.

ESPECIES BOTANICAS PARA ESPACIOS URBANOS		
CODIGO	ESPECIE	ILUSTRACIÓN
A-1		 APARASOLADO
A-2		 PENDULAR
A-3		 APARASOLADO
A-4		 GLOBOSO
A-5		 APARASOLADO

Tabla 33. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (árboles), fuente propia. (2020).

En la imagen superior se puede apreciar las especies botánicas propuestas en el cuadro anterior de especies botánicas, se colocó un código a cada árbol con el fin de ubicarlos con facilidad, cada especie se caracteriza por su forma, estos pueden ser aparasolado, globoso, pendular entre otros, los árboles pueden variar, estos pueden tener flores en su temporada, como también pueden variar el color de su follaje, dependiendo de esto se pueden aplicar en diferentes lugares, como, por ejemplo el árbol comúnmente llamado lapacho rosado (A1) sirve como ornamental, colchón acústico y también cumplen funciones como reguladores de temperaturas.

ESPECIES BOTANICAS PARA ESPACIOS URBANOS		
CODIGO	ESPECIE	ILUSTRACIÓN
A-6		 APARASOLADO
A-7		 APARASOLADO
A-8		 GLOBOSO

Tabla 34. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (árboles), fuente propia. (2020).

En la imagen superior se puede observar más especies arbóreas, cada uno de estos tienen sus propias características, como el árbol comúnmente llamado lluvia de oro (A-6), su follaje es de color amarillo, llegando a funcionar como divisores visuales, ya que su color, puede ser percibido a la distancia y en la oscuridad, se puede aplicar en parques, veredas, bermas, etc. También pueden usarse como elementos ornamentales por sus flores aromáticas. Otro árbol muy peculiar es el comúnmente llamado Jacaranda (A-7), se caracteriza por sus flores lilas que aparecen en su temporada de floración, este puede aplicarse en veredas, parques, intersecciones viales, etc.

ESPECIES BOTÁNICAS PARA ESPACIOS URBANOS (ARBUSTOS)						
Código	Nombre científico	Nombre común	Característica	Clima	Función	Aplicación
B-1	Mesembryanthemum acinaciforme	Flor de cuchillo	No consume mucha agua	Se adapta a todas las estaciones	Ornamental Disminuye el polvo	Jardines Muros verdes
B-2	Agapanthus umbellatus	Lirio africano	Resistente	Tropical	Ornamental	Macetas Jardines
B-3	Philodendron lemon	Filodendro Limón	No requiere mucha agua	Tropical	Ornamental	Muros verdes Macetas
B-4	Arachis Pintoi	Césped maní	No requiere mucho cuidado	Tropical	Control de malezas Disminuye el polvo ornamental	Parques Jardines bermas
B-5	Lantana ovatifolia	Lantana naranja	Resistente a sequias	Cálidos	Ornamental aromático	Jardín Macetas Veredas
B-6	Begonia multistaminea	Begonia	Flores grandes	Tropical	ornamental	Maceteros Veredas

B-7	Veranera Bougainvillea	Buganvilla	Floración todo el año	Cálidos	ornamental	Muros Fachadas Pérgolas plazas
B-8	Allamanda cathartica	Alamanda	Floración todo el año	Cálidos	ornamental	Macetas Jardineras Parques

Tabla 35. especies botánicas para espacios urbanos (arbustos), fuente propia. (2019).

En el cuadro superior se puede ver las especies de arbustos según su clasificación, nombre común, nombre científico, clima, función y aplicación, se está proponiendo un total de ocho especies de arbustos, entre ellos están la flor de cuchillo, lirio africano, filodrendo limón, césped maní, lantana naranja, begonia, Buganvilla, alamanda. Cada uno de este arbusto se puede aplicar en diferentes espacios o zonas urbanas, como: macetas, jardineras, pérgolas, fachadas, muros, veredas, bermas, jardines, parques, etc. Su función puede variar entre ornamentales, control de malezas, captadores de polvo, reguladores de temperatura. Para la aplicación de estos arbustos se debe tener en cuenta el clima, tipo de suelo, la temporada a la que pertenecen, al igual que para su crecimiento se le debe dar el debido cuidado y tratamiento.

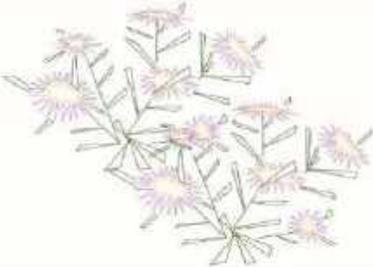
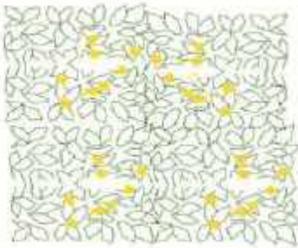
ARBUSTOS PARA ESPACIOS URBANOS		
CODIGO	ESPECIE	ILUSTRACIÓN
B-1		
B-2		
B-3		
B-4		
B-5		

Tabla 36. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (arbustos), fuente propia. (2020).

En el cuadro superior se puede observar las diferentes especies de arbustos que se plantearon en el cuadro anterior, cada una está debidamente codificada y con su respectivo gráfico, en las imágenes y gráficos se puede ver que cada uno es diferente, en cuanto a su color, forma, tamaño, función, como el césped maní que sustituye al césped convencional, ya que no requiere tanta agua y cuidado, además de controlar la aparición de malezas y disminuir el polvo, este arbusto se puede aplicar en parque, jardines, bermas, etc. A diferencia de la lantana que requiere un poco más de cuidado como podado y estar un poco alejadas de los lugares ventosos, sin embargo, son resistentes a la sequías.

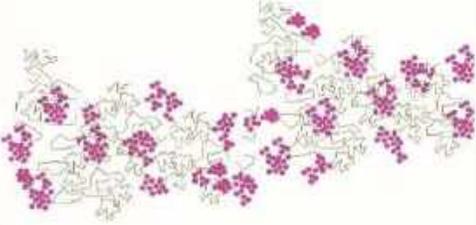
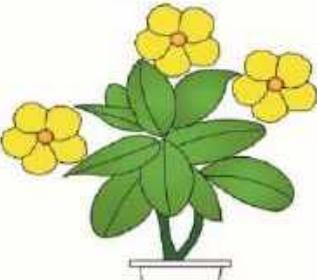
ARBUSTOS PARA ESPACIOS URBANOS		
CODIGO	ESPECIE	ILUSTRACIÓN
B-6		
B-7		
B-8		

Tabla 37. Representación gráfica de especies botánicas para espacios urbanos (arbustos), fuente propia. (2020).

4.3 Caso de intervención

El mercado plaza Villa Sur fue el caso de estudio elegido para desarrollar la elaboración de parámetros urbanísticos, interviniendo en su entorno para la optimización de su imagen urbana, para ello se tomó en cuenta el análisis previo que se realizó en sus aspectos urbanos, esto con el fin de que se pueda dar soluciones coherentes a las deficiencias identificadas, teniendo como puntos importantes a intervenir, la alameda, la avenida central y la avenida cesar vallejo, pues estos presentaban diferentes problemáticas como:

- Veredas angostas
- Acumulación de aguas pluviales
- Bermas con basura
- Falta de tratamiento de texturas de pisos
- Excesiva publicidad
- Mobiliario deteriorado

Al registrar los diferentes problemas que existían en el mercado Plaza Villa Sur, se planteó diferentes propuestas de mejoramiento donde se intervino gracias a los lineamientos urbanos que se desarrolló por medio de la ayuda de diferentes tipos de manuales de diseño urbano. La idea es mejorar el entorno del lugar que se encuentra en un estado crítico y que se ha visto influenciado por el impacto urbano que genera un mercado cuando se implanta en una zona donde solo era de uso residencial.

Como puntos a resaltar de la optimización del entorno del caso de intervención son la ampliación de las veredas, la eliminación de estacionamientos en las avenidas, mejoramiento de la alameda, la aplicación de texturas de piso, implementación de vegetación de distinto tipo, nuevo mobiliario urbano, señalización en las vías vehiculares, creación de módulos comerciales en la alameda y mejoramiento de las fachadas del comercio zonal, incluyendo la publicidad y otros elementos.

Intervención en la avenida Cesar Vallejo y la alameda con el cruce de la avenida Central



figura 84. Plano 2D de intervención en la av. César Vallejo y la alameda con la av. Central, fuente propia (2020).

La avenida César Vallejo comparte la misma dirección con alameda del lugar la cual esta está ubicada en la parte central entre las dos vías vehiculares, con dimensiones lo suficientemente generosas como para aprovechar su uso recreacional y la vez integrarle un uso comercial para que los comerciantes ambulantes también puedan tener una oportunidad de trabajo legal. Para el mejoramiento de las veredas y pistas, se planteó la creación de intersecciones peatonales con la señalización

correspondiente, la rehabilitación de la ciclovía y aceras con nuevas dimensiones, la implementación de rampas y sistema de comunicación sensorial, aplicación de diferentes texturas de piso como adoquín, pisos de piedra, pistas de concreto, y las aceras de piso epóxico.

Intervención en el cruce de la avenida Central y av. César vallejo



figura 85. Vista 3D de la intervención del cruce de la av. Central y av. César Vallejo, fuente propia. (2020).

Es importante resaltar que para la optimización del entorno urbano fue necesario elaborar renders en 3D para poder mostrar la idea con los parámetros urbanos aplicados. En las imágenes se puede apreciar la implementación de postes con iluminación led como una fuente de ahorro energía y a la vez beneficiar con una iluminación más prepotente el lugar, ya que a horas de la noche se mostraba muy opaca la luminaria, a la vez, también se colocó un paradero para que las personas tengan una guía de donde se debe tomar el transporte público para así no generar caos vehicular y paraderos informales, mientras que en las aceras de la zonas comerciales se planteó ubicar mobiliario urbano (Bancas, tachos, faroles).

Intervención en la avenida Central

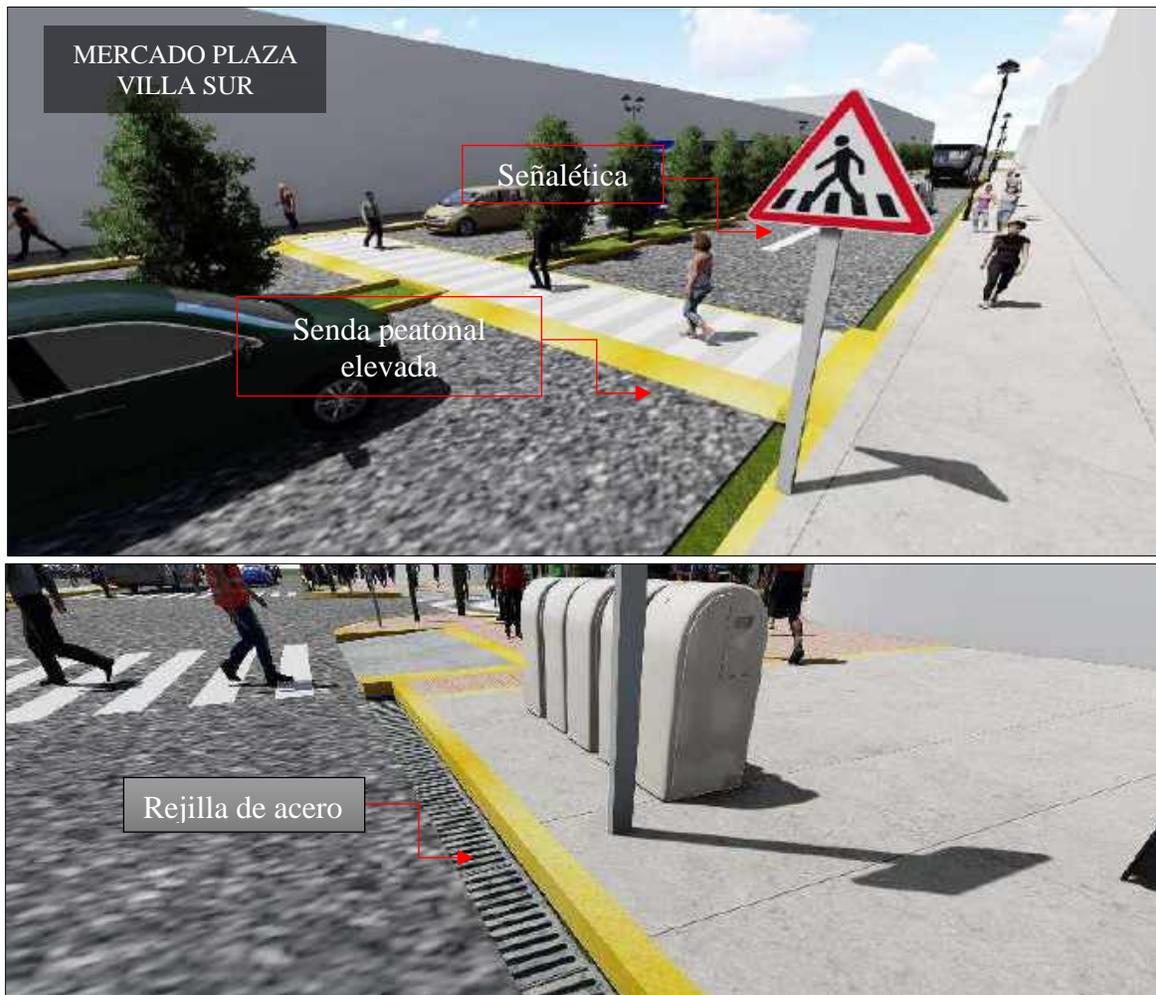


figura 86. Render 3D de intervención en la av. Central, fuente propia. (2020).

La avenida central por ser una calle más angosta se optó por colocar solo iluminaria en los faroles y señalización para mantener en orden las vías públicas, donde se priorizó darle la importancia al peatón con rampas elevadas que unen el comercio zonal de las viviendas con los ingresos peatonales del mercado, a la vez como colchón acústico se implementó árboles en la pequeña berma central que separa el mercado y las viviendas. Para el filtro de las aguas pluviales que se suelen generar en épocas de invierno se incorporó un sistema de drenaje en las vías, con rejillas de acero ubicadas entre la vía vehicular y la acera, para así prevenir las inundaciones de agua que maltrataban la infraestructura del lugar.

Intervención y tratamiento de la alameda central de la av. César Vallejo



figura 87. Render 3D de la alameda central en la av. César Vallejo, fuente propia. (2020).

La alameda central genera un gran espacio público para integrar al mercado, para ello es necesario darle un tratamiento e implementar mobiliario urbano, tales como la colocación de una nueva pérgola de madera resistente a la intemperie, hecha de pino rojo, como también la implantación de bancas y tachos. También es primordial la integración de faroles como iluminación para el peatón, ya que actualmente el lugar no cuenta con iluminaria de buena calidad, otros puntos importantes es la implantación de diferentes tipos de árboles y renovación de acabados de piso, en ello se maneja diferentes tipos de textura, cada una cuenta con una función diferente para que el usuario pueda identificar el tipo de espacio público.

Módulos comerciales y boulevard en la alameda



figura 88. Render 3D de boulevard ubicado en la alameda, fuente propia. (2020).

Para poder desarrollar comercio en la alameda se planteó la implantación de módulos de venta de aluminio para crear un boulevard que permita dar oportunidad a la gente que mantiene sus puestos removibles en las aceras, a la vez también se pensó en ubicar puestos de flores en las esquinas del espacio público, esto para darle importancia a la vegetación de su alrededor, ya que la alameda contará con diversos tipos de árboles generando cultura y turismo. La iluminación será importante para que esto pueda funcionar en cualquier tipo de horario y así disminuir la delincuencia, con el objetivo de mejorar la imagen urbana y la calidad de vida de los usuarios que viven y visitan el lugar.

Intervención en las fachada de comercio zonal entorno al mercado Plaza Villa Sur



figura 89. Render 3D de publicidad en fachadas, fuente propia. (2020).

El impacto urbano más fuerte que se pudo conocer mediante la investigación es el comercio zonal que produce la implantación de un mercado en una zona residencial, esto genera que la mayor parte del entorno muestre características comerciales, los cuales la gente que vive en el lugar lo usa como una oportunidad de crear un negocio, lamentablemente no se usa ningún parámetro que permita cuidar la imagen urbana de sus fachadas. Entonces como intervención se plantea que las fachadas deben tener el 30% de área como mínimo de publicidad y solo debe haber uno por vivienda, al menos que cuenten con negocios en los otros niveles, además tienen que estar adosadas a los muros o a cualquier superficie que impida que el peatón tenga una obstrucción visual, tal y como se puede apreciar en la imagen superior.

Intervención en las fachada de comercio zonal y su integración con el mobiliario urbano



figura 90. Render 3D de publicidad en fachadas e integración con el mobiliario urbano, fuente propia. (2020).

Otros elementos que se aplicaron para mejorar la imagen urbana de las fachadas, fue la colocación de faroles en los muros, para una iluminación personalizada de cada vivienda comercial, también se propuso la implementación de maceteros y que todos los vanos o mamparas tengan similar tamaño y material, la renovación de pintura en los muros también es fundamental. Muy aparte, los mobiliarios que se propusieron en las aceras tienen la función de que el usuario tenga un lugar para descansar al hacer sus compras, a la vez con ayuda de los árboles generar sombra y hacer que el espacio público sea funcional en cualquier fecha del año.

Fotomontaje del antes y después de la fachada de las viviendas en la av. Central

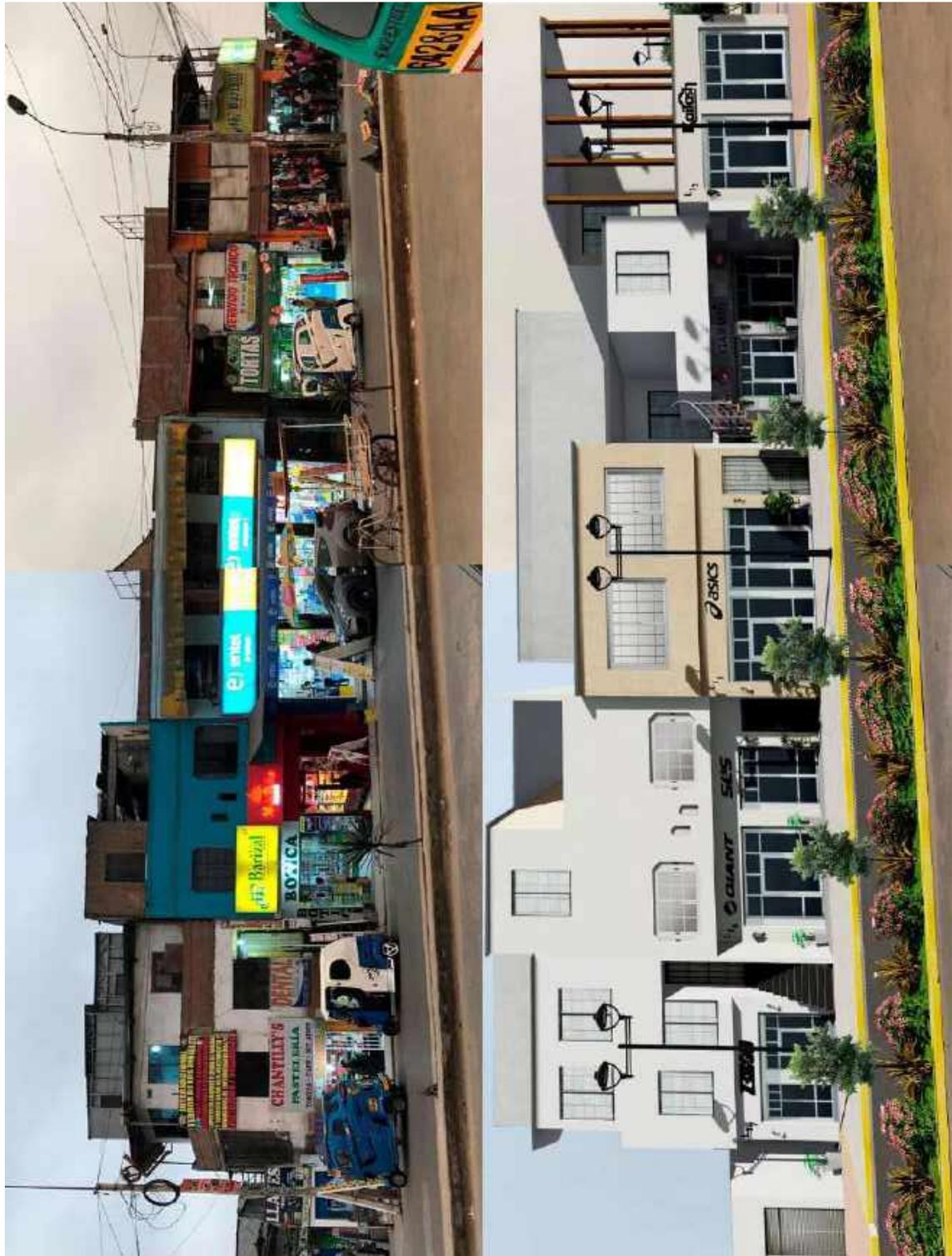


figura 91. Render de publicidad en fachadas en la av. Central, fuente propia. (2019).

Antes:

En la imagen superior se puede apreciar el estado actual de las fachadas de la avenida central, estas están llenas de publicidad y carteles que abarcan más del 30% de área requerida según los parámetros, y no encajan el uno con el otro, ni con el entorno, incluso hay paneles de publicidad en medio de las aceras peatonales, así mismo la fachada no mantiene una paleta de colores adecuada, por lo que muestra diferentes tipos de color de pintura que no se relacionan entre sí. También se puede observar la cantidad de cableado desordenado que se entrelaza en los postes de luz, incluso hay cables que no funcionan y que se aglomeran en las esquinas de cada cuadra, otro punto a resaltar es la ubicación ilegal de unidades vehiculares en la vía pública que usan como lugar para estacionamiento, siendo la pista de tan solo dos carriles provocando que se genere tráfico en horas críticas donde las personas suelen transcurrir el mercado. La basura en las calles es un problema general, y aquí no hace falta comprobarlo, ya que los desperdicios suelen echarse en la berma central porque el espacio no tiene vegetación para poder prevenir la falta de higiene de las personas que viven en el lugar y los usuarios del mercado. La iluminación no es la más segura a altas horas de la noche contando con solo dos postes de luz por cuadra.

Después:

Luego de elaborar la intervención se puede apreciar que el impacto visual ha disminuido al retirar la publicidad existente y crear un nuevo estilo de letras publicitarias que no alteren la imagen urbana del entorno, para ello se usó el 30% de área requerida de los criterios de publicidad, así mismo se utilizó un solo color para las fachadas para no desentonar su imagen. En la berma central se propuso colocar árboles como colchón acústico para el ruido vehicular y del mercado, con el tema de la iluminación se colocó iluminaria led en faroles distribuidos en cortas distancias y así desaparecer el cableado que opacaba la estética del lugar. Ahora las aceras peatonales lucen más libres para poder transitar con normalidad ya que no hay ningún rastro de publicidad.

Fotomontaje del antes y después de la fachada de las viviendas en la av. César Vallejo



figura 92. Render de publicidad en fachadas en la av. César Vallejo, fuente propia. (2019).

Antes:

La avenida Cesar Vallejo muestra puntos críticos similares a los que suceden en la avenida Central, donde se puede destacar la publicidad excesiva en las viviendas como también los paneles invadiendo zonas públicas para el peatón, a esto se le suma el cableado en los postes de luz y la paleta de colores de sus fachadas. En el lugar sucede un problema que no tiene la avenida anterior, pues aquí existe el comercio ambulatorio, que se implanta en las vías peatonales y en el estacionamiento, la cual esas zonas deberían ser para el uso de los usuarios por la gran demanda de personas que circulan a diario

Después:

Para la optimización del lugar nuevamente se empleó las características que deberían tener las fachadas, tales como respetar el 30% de área, utilizar una paleta de colores que se asimilen, la colocación de nueva iluminaria pública en las aceras e iluminaria privada en los muros de las fachadas. Mientras que el espacio donde supuestamente era estacionamiento se decidió por complementarlo con la acera existente y así generar una mayor zona para la circulación peatonal, esto agregándole mobiliario urbano como bancas y tachos de basura para las que las personas puedan realizar actividades de ocio y descanso. Los árboles fueron fundamentales para contrarrestar la contaminación y el calor en verano, y la colocación de un paradero público para la disminución del caos vehicular.

Fotomontaje del antes y después del punto principal de aglomeración de peatones



figura 93. Render 3D de punto de aglomeración de usuarios, fuente propia. (2019).

Antes:

Según las imágenes elaboradas se puede decir que la esquina principal donde las dos avenidas más importantes del mercado se cruzan, tiene un serio problema con el espacio público, la razón principal es el comercio ambulatorio que invade la acera peatonal e incluso las vías vehiculares, fomentando el desorden y suciedad del lugar. Por otra parte, los vehículos públicos suelen estacionarse en la esquina para poder sacar beneficio económico de la cantidad de personas, lo cual es ilegal ya que no es un paradero y tampoco cuenta con los elementos necesario para ese uso. Las fachadas también son culpables de la mala imagen urbana que tiene actualmente el entorno del mercado Plaza Villa Sur.

Después:

Aplicando los parámetros de intervención en el lugar se puede ver claramente la diferencia que existiría si tomaran en cuenta acciones positivas, la desaparición de lo comerciantes ambulantes genera que la acera tenga mucho espacio para que las personas puedan transitar como debe ser en un lugar donde el comercio se desarrolla a un nivel alto. Además, las fachadas ahora lucen más ordenadas visualmente debido a los colores que se emplearon y los métodos de publicidad que se plantearon.

Finalmente se llega a la conclusión que es necesario contar con parámetros urbanísticos en zonas donde existen mercados de abastos y cualquier otro de tipo de comercio. Esto para que la imagen urbana del entorno no sufra deficiencias y en vez de ser un problema este tenga un desarrollo económico. La aplicación de estas intervenciones es capaz de ser utilizada en cualquier caso de estudio mostrado, ya que la referencia directa que cuentan es que su entorno depende del mercado de abastos y es prioridad mantener una imagen urbana impecable para el bien de la ciudad y la calidad de vida.

5. RESULTADOS

De los datos recolectados, se puede sustentar que, para mejorar la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos tomados como casos de estudio, se necesita una planificación y un análisis tanto al lugar y a los usuarios, ya que de ellos dependerá si los espacios son funcionales o si es que realmente le darán el uso apropiado, esto en función de lo analizado tanto en la ficha técnica y las entrevistas, Por otro lado, es necesario saber que para la mejora de la imagen urbana de los mercados de abastos estudiados deben albergar espacios públicos resistentes al impacto comercial que se genera alrededor del mercado. Como también deben contar con áreas peatonales amplias para un mejor flujo, ya que el entorno del mercado, se convierte en unas de las áreas más transitadas, se necesita espacios públicos con diferentes tratamientos de textura, espacios públicos accesibles, como también se debería implementar una ordenanza municipal donde se establezca parámetros publicitarios, de acuerdo a los lineamientos encontrados.

Ficha técnica y entrevistas:

De acuerdo a la ficha técnica, se puede decir que, de los 6 mercados analizados, 5 no cuentan con todos los requisitos establecidos en los lineamientos, esto se debe a que no se tomó en cuenta que el mercado a futuro generaría un gran impacto comercial, pero se puede revertir aplicando los criterios y lineamientos propuestos.

En cuanto a las entrevistas aplicadas a 8 personas se seleccionaron un total de 7 entrevistas para el proceso de información, esto con el fin de presentar las entrevistas más acertadas y coherentes, de las 7 personas entrevistadas 4 estaban de acuerdo que el entorno de los mercados de abastos estudiados requieren ser rehabilitados porque necesitan tener parámetros y normativas que preserven la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos, esto relacionado a las diferentes problemáticas señaladas como la excesiva publicidad en las fachadas, acumulación de basura en los espacios públicos, etc.

Por otro lado, los entrevistados también coincidieron en que no se sienten cómodos ni seguros a la hora de transitar en espacios sucios y donde hay mayor aglomeración de personas por que perciben al espacio público como incomodo y peligroso.

La mayoría de los entrevistados, también revelaron que la excesiva publicidad tanto del comercio zonal y del mercado ha generado una alteración visual y ha degenerado la estética del perfil e imagen urbana, argumentando que las fachadas de las viviendas ya no lucían como casas pues, muchos de los paneles publicitarios en ocasiones tapaban los vanos, dificultando el ingreso de iluminación a las casas. En resumen, los entrevistados confirmaron las problemáticas que se habían planteado e investigado desde el principio de la investigación.

Resultado general: De acuerdo a lo planteado en el objetivo general se pudo obtener los criterios y lineamientos de intervención, gracias a los diferentes normativas y manuales consultados, estos fueron un total de 11 manuales y una normativa de publicidad de la municipalidad de Miraflores. En base a esto se elaboraron lineamientos y criterios de intervención, de acuerdo a las categorías y sub categorías de la investigación, como resultado se obtuvo parámetros para la fachadas, pistas y veredas, retiros para el mercado, y el comercio zonal, revalorización de los espacios públicos, el entorno urbano y las áreas verdes, a través de planteamientos de mobiliarios urbanos y especies arbóreas que aportan a la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos tomados como caso de estudio.

Resultado específico 1: Los resultados obtenidos de acuerdo al objetivo número uno (Determinar el impacto comercial que generan los mercados de abastos en la ciudad de Lima Sur, en base al análisis de los casos de estudio.), es que de los síes casos de estudio analizados, cada uno arrojo problemáticas similares en los diferentes puntos que se analizó, como primer caso analizado se tomó al mercado de abastos:

Plaza Villa Sur: el impacto que ha generado es impacto visual y estético, con la alteración de las fachadas del mercado y el comercio zonal con la excesiva

publicidad, otro impacto que se ha generado es la contaminación del suelo y el aire, por el arrojo de desechos generados por el mercado y el comercio zonal en las bermas y espacios públicos como la alameda.

Deterioro acelerado de los mobiliarios urbanos como las bancas, farolas, pérgolas, jardineras, etc. y el deterioro acelerado de los espacios públicos como la alameda.

Caso numero 02 Mercado de abastos Edén de Monterrico: este mercado ha generado un impacto visual y estético, con la alteración de las fachadas del comercio zonal, estas contienen paneles publicitarios y diferentes anuncios.

Caso numero 03 mercado municipal de abastos de San Isidro: este mercado es el mercado que menos impacto ha generado, ya que no contiene casi nada de publicidad en las fachadas, a su vez el mercado se encuentra muy ordenado y completo en varios aspectos, como sus pistas y veredas, cableado, no existe comercio informal o ambulatorio, sin embargo hay aspectos que pueden mejorar como la implementación de más mobiliarios urbanos como bancas, tachos de basura y puestos de venta modulares cada cierta distancia.

Caso numero 04 mercado de abastos Edén de Alfredo Benavides: el impacto que se ha generado es el impacto visual, con la alteración de las fachadas debido al crecimiento económico en la zona, impacto ambiental con la contaminación sonora que emiten los automóviles que se estacionan diariamente en los laterales del mercado.

Caso numero 05 mercado 02 de Surquillo: el impacto que se ha generado en el entorno urbano que rodea al mercado, es el impacto visual y estético debido a que existe excesivo cableado desordenado y enredado, a esto se le suma las fachadas sucias y llenas de publicidad, por otro lado, el impacto ambiental a través de la contaminación del suelo, pues el mercado no tiene centro de acopio de basura y esta se acumula en el espacio público hasta que el camión lo recoja.

Caso número 06 Mercado Lobatón: se ha generado un impacto visual con la alteración de las fachadas y el cableado desordenado, por otro lado, el impacto ambiental también es otro de los puntos que resalta debido a que las fachadas están llenas de hollín de los carros.

Resultado específico 2: De acuerdo a lo establecido en el segundo objetivo específico (Establecer parámetros urbanos que permitan mejorar el desarrollo comercial y la imagen urbana del entorno urbano que engloban a los mercados de abastos de Lima Sur, en base a los diferentes Lineamientos y parámetros consultados.) se obtuvo los siguientes parámetros:

Fachadas: tanto el comercio zonal y el mercado podrán colocar paneles de publicidad, siempre y cuando estos no sobrepasen el 30%, la publicidad deberá ir adosada a la fachada, y deberá contar con iluminación interna, los paneles publicitarios deberán ser de un material sólido e impermeable, de no acatarse los parámetros la publicidad deberá ser retirada y pagar una multa por incumplimiento.

Pistas y veredas: Las pistas deberán contar con la debida señalización, tanto con pasos de cebras peatonales, sendas elevadas para mayor protección de los transeúntes, así mismo en climas lluviosos las pistas deberán contar con sistema de alcantarillado para el drenaje de las aguas pluviales. Las veredas del mercado deberán contar como mínimo 5 metros de ancho, mientras que las veredas de comercio zonal deberán contar con 3 metros de ancho como mínimo, las veredas tanto de comercio zonal y la del mercado deberán contar con sistema de lenguaje sensorial y rampas.

Áreas verdes: Se deberá colocar especies arbóreas y arbustos, tanto en las bermas y las veredas para que funcionen como sombra, reguladores de temperatura, colchón acústico y elementos ornamentales, previamente se deberá realizar un estudio al clima y al suelo para ver qué tipo de especies son las más apropiadas para el lugar.

Mercado: el mercado deberá contar con una zona de tratamiento de residuos sólidos, un hall grande para recibir al público, una zona de carga y descarga alejada de la vista del público y una zona de estacionamiento amplia poco visible del exterior.

Espacios públicos: deberán contar con iluminación y mobiliarios urbanos resistentes al alto tránsito y la intemperie (bancas, tachos luminarias, paraderos, jardineras, bolardos, ciclo parqueos, etc.)

Resultado específico 3: De acuerdo a lo que se planteó en el tercer objetivo (desarrollar la propuesta urbanística para revertir el impacto comercial en la imagen urbana del entorno del mercado Plaza Villa Sur, como caso principal) se aplicaron los lineamientos establecidos en la avenida cesar vallejo, la avenida central y la alameda, se desarrolló propuestas para las pistas y veredas, las fachadas, áreas verdes, entorno urbano, mediante renders, planos y fotomontajes. Al aplicar los lineamientos, la imagen urbana del entorno del mercado Plaza Villa Sur se ha optimizado en cuanto a función y estética.

Lineamientos de intervención: Se consulto diferentes manuales y normativas que permitieron desarrollar y obtener criterios y lineamientos de intervención para la optimización de la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos, el manual consultado que permitió desarrollar parámetros para las pistas y veredas, fue el manual del Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015). Manual de diseño urbano. Por otro lado, para la fachada se utilizó la normativa de Municipalidad de Miraflores. (2012). Ordenanza que reglamenta los elementos de publicidad exterior en el distrito de Miraflores y el manual de la Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). Manual de Publicidad Exterior visual para el distrito capital. Para las áreas verdes se utilizó de referencia el proyecto de tesis Suriaga, M. (2013). “Mejoramiento de la imagen urbana bajo el modelo de comunidad – Jardín en un sector de la parroquia García Moreno”, para el mercado se consultó El Peruano. (2017). Ordenanza que aprueba el nuevo reglamento de mercados. Para los espacios públicos se utilizó el manual de Dirección General de Obras Públicas de Zapopan. (2011). Manual de diseño de espacio público. Y por último para el entorno urbano se utilizó Dirección General de Obras Públicas de Zapopan. (2011). Manual de diseño de espacio público.

VI. DISCUSIÓN

Al igual que una de nuestras problemáticas identificadas en el entorno de los mercados de abastos de Lima Sur, relacionado con el impacto comercial, se ha generado un desgaste acelerado de los espacios públicos y la alteración de la imagen urbana, a través de diferentes factores, uno de ellos es el comercio informal y el comercio ambulatorio. Valdivia, J. (2019). En su trabajo de investigación titulado: *“Análisis del comercio informal y su relación con el deterioro del espacio público ocasionado en el mercado El Huequito, Tarapoto, 2018”* logra comprobar que el deterioro del espacio público es ocasionado por el comercio informal, es decir existe relación directa con la variable deterioro y comercio informal.

El descuido de los equipamientos públicos, generan desinterés en la población debido a que estos se vuelven obsoletos, llegando a convertirse en puntos de encuentro de delincuentes y centro de acopio de basura, esto último es muy frecuente en el entorno urbano de lugares comerciales como lo es un mercado de abastos. Esto repercute en la imagen urbana ya que el lugar se percibe como peligroso, generando incomodidad y desconfianza en los usuarios. Ceniceros, B. (2014). *“Imagen Urbana y Espacios Vacíos de Ciudad Juárez, Chihuahua. De la percepción social hacia una propuesta de intervención urbano-artística”* (Tesis de Maestría en Acción Pública y Desarrollo Social). El Colegio de la Frontera Norte, Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Cisneros plantea que los espacios vacíos en desuso ha generan un problema en el desarrollo de la ciudad, ya que la delincuencia dentro de estas áreas abandonadas genera atraso a la población.

Para revertir el impacto comercial que repercute la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos de Lima Sur, se plantearon lineamientos y criterios de intervención que se podrán replicar en diferentes escenarios, pero con la misma problemática, todo en base a lo obtenido en las fichas técnicas y entrevistas. Jiménez, C. (2014). *“Intervención urbana arquitectónica en el sector del Mercado Calle 16”*. (Tesis de Graduación). Tecnológico de Costa Rica, Escuela de Arquitectura y urbanismo. Jiménez propone nuevas configuraciones para potenciar el mercado y el entorno del mercado, debido a su avanzado deterioro y desorden que se ha generado a lo largo de los años, a falta de una buena planificación en el lugar. Su propuesta se basa en una radio de 100 metros a la redonda, donde propone revitalizar una plaza que se conecta con el mismo mercado con el fin de potenciar el mercado.

Discusión general: de acuerdo al objetivo general se pudo elaborar los criterios de intervención que permitirán optimizar la imagen urbana del entorno urbano de los mercados de abastos estudiados, puesto que se pudo conocer el impacto que generan estos equipamientos comerciales pues están directamente relacionados con la realidad problemática que se planteó en un principio de la investigación, esto se pudo corroborar con la aplicación de los instrumentos elaborados tanto la ficha técnica y las entrevistas en los casos de estudio. El mayor impacto detectado en el entorno urbano de los mercados analizados, es el impacto visual, el impacto ambiental y el impacto comercial. Esto se da por la excesiva publicidad en las fachadas que llegan deformar la imagen urbana, la contaminación visual y sonora del cableado y el tráfico de los automóviles, por ello se establecieron diferentes lineamientos en base a los once manuales y una normativa.

Discusión específica 1: en cuanto al impacto comercial que generan los seis mercados estudiados, se obtuvo que estos generan impactos visuales en la imagen urbana debido a que no existen normativas o parámetros que les exijan respetar los formatos para publicidad, el impacto ambiental también se debe al tránsito constante de personas y autos que contaminan el suelo y el aire, como también lo hace el mercado y el comercio zonal al acumular la basura en diferentes puntos en el espacio público.

Discusión específica 2: se establecieron diferentes parámetros urbanos en base a los lineamientos y criterios encontrados, estos fueron un total de once manuales consultados, estos se basan en la imagen urbana, urbanismo, publicidad, paisajismo. Por otro lado, se consultó normativas de publicidad del distrito de Miraflores. Los criterios de intervención se elaboraron de acuerdo a las categorías y sub categorías, (fachadas, pistas y veredas, mercado, áreas verdes, entorno urbano y espacios públicos). Con el objetivo de potenciar el comercio a través de la optimización de la imagen urbana.

Discusión específica 3: de acuerdo al desarrollo de la propuesta de intervención para el caso principal, se corrobora que es funcional, pues puede ser aplicable en los demás casos, esto se puede contrastar en los renders, planos y fotomontajes desarrollados para las fachadas, pistas y veredas, áreas verdes, alameda central. Por otro lado, también se comprobó que los parámetros para la publicidad realizados, ayudan a disminuir el impacto visual de las viviendas comercio y locales comerciales. Al tener una mejor estética visual el comercio zonal tendrá mejor desarrollo en cuanto a sus dinámicas.

Lineamientos de intervención: Para el desarrollo de los lineamientos de intervención se consultó diferentes manuales ya mencionados en la investigación, es preciso resaltar que, para la creación de los parámetros para las pistas y veredas, se debe agregar el sistema de lenguaje sensorial en zonas de alto tránsito peatonal, puesto que en los manuales consultados no se menciona, de la misma manera el sistema de drenaje de aguas pluviales. Para las fachadas del mercado y el comercio zonal se debe agregar un manual de paletas de colores para manejar una tipología de establecimientos que no desentonen con el entorno, pues aún se carece de este tipo de tratamientos. Mientras que para la publicidad se debería mencionar los materiales que se permiten para los paneles o avisos publicitarios. Para el mercado de acuerdo al manual consultado, aun se carece de políticas que ayuden a controlar el impacto urbano negativo que puede ocasionar un equipamiento comercial de gran relevancia dentro del entorno urbano de la ciudad.

VII. CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones.

Objetivo general: Con respecto al objetivo general, se pudo determinar los criterios de intervención que permitan optimizar la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos de Lima en función al análisis de la realidad problemática, al análisis de estudio de la zona y bajo los lineamientos urbanos establecidos en los diferentes manuales consultados. Gracias a ello se pudo comprobar que la problemática viene siendo la contaminación espacial y visual que se genera en el entorno de los mercados de abastos de Lima, la cual es la causa principal que altera la imagen urbana del lugar. Debido a esto se pudo determinar una propuesta en un caso de intervención siguiendo los lineamientos establecidos en los manuales de diseño urbano de Buenos Aires, Manual de diseño del espacio público (D.G.O.P.D.Z), Manual de publicidad exterior visual para el distrito Capital (alcaldía de Bogotá), y la normativa de Miraflores; donde se establecen detalladamente lo que está permitido o no hacer en las fachadas y espacio públicos. De acuerdo a las categorías se determinó lo siguiente:

Pistas y veredas: Se llegó a la conclusión de que las pistas deben ser de concreto para una mejor durabilidad, así como también estas deben contar con un sistema de drenaje, ya que dentro de Lima Sur se presenta humedad y constantes lluvias en las temporadas de invierno y así evitar el desgaste de las pistas y la acumulación de aguas pluviales, pues esto genera una incomodidad a los transeúntes y peatones que constantemente transcurren a los mercados de abastos. Por otro lado, las bermas centrales deben contener bordillos de 0.35 centímetros como mínimo, y estas deben contener árboles que sirvan de colchones acústicos para que puedan utilizarse como aporte de metros cuadrados de área verde por habitante. Para las veredas del mercado se considera como mínimo 5 metros y para las de comercio zonal como mínimo 3, esto debido a la gran cantidad de personas que transitarán al mismo tiempo. Se propone diferentes texturas para cada tipo de veredas, como las de adoquín y losas de concreto que son resistentes, también se propone sendas

elevadas para los ingresos principales al mercado y a las zonas comerciales, esto con el fin de proteger a los peatones y también para disminuir la velocidad de los carros. Por último, las veredas deben contener sistema de comunicación sensorial para marcar los límites.

Mercado: Los mercados de abastos deben tener una altura acorde al entorno en el que se sitúa, como también deben adaptarse al entorno guardando relación con su diseño, por otro lado, la publicidad que se coloque en la fachada del mercado debe estar correctamente posicionada, pues la fachada debe destinar un área específica para no alterar la imagen urbana del lugar donde se ubica. El hall principal de los mercados de abastos debe ser amplio y de doble altura para una mejor acogida de los usuarios.

El mercado debe proponer el área de estacionamiento y el de carga y descarga alejado de la vista pública, ya que este no debe afectar la tranquilidad de los usuarios y no alterar la estética de la imagen urbana. Por otro lado, cada mercado de abastos debe contener una zona especial para el tratado de residuos que se generan a diario, este deberá tener acceso directo con la zona de carga y descarga para que el camión de desechos pueda recógelos sin crear molestias a su alrededor.

Espacio público: Los espacios públicos que rodeen el mercado deben estar correctamente iluminados, con postes de luz o faroles para el espacio público y para las sendas peatonales, usando luminarias led para una mejor calidad. Los mobiliarios urbanos deben tener relación con el diseño de la fachada del mercado, se deben considerar las bancas en las veredas, también bolardos para proteger y marcar límites en diferentes espacios, al igual que se debe colocar semáforos peatonales, tachos de basura, paraderos y maceteros empotrados para los árboles, por otro lado, los puestos de venta que se coloquen deben estar colocados estratégicamente en puntos accesibles y que no obstaculicen el paso peatonal.

Áreas verdes: En las áreas verdes se debe considerar usar el tipo de árbol mimosa ya que tiene una altura promedio de 13 metros, y es ideal para colocarlos en las veredas, su función principal sería proporcionar sombra y disminuir las temperaturas, por otro lado, el árbol de cerezo es ideal para usarlo con fines ornamentales.

Fachada y entorno: Las fachadas de los establecimientos comerciales deberán estar alineadas y mantener el mismo eje para no generar diferentes alturas y provocar que no se integren al lugar, por otro lado, las fachadas comerciales deben usar pinturas o acabados que estén dentro de la propuesta de paletas de colores según el establecimiento comercial, además deberá colocarse señalética en las pistas, paraderos, ciclovías y accesos a los establecimientos. También se deberá cuidar la organización del cableado para no alterar la imagen urbana, donde las empresas de telefonías deberán dejar ordenado ya que son responsables del tema. Para la publicidad se debe considerar que solo se puede usar el 30 % de área de la fachada, y se podrán colocar anuncios solo en los establecimientos comerciales, en cambio en las viviendas o residenciales no se podrá colocar ningún tipo de publicidad.

De acuerdo a los objetivos específicos:

Objetivo específico 1

Se determinó el impacto urbano de los mercados de abastos de la ciudad de Lima Sur mediante la visita de estudio, la aplicación de la ficha técnica y el desarrollo de la entrevista a campo abierto como herramientas e instrumentos de recolección de datos, donde se concluyó que la integración de un mercado en un lugar ocasiona que su entorno genere comercio zonal específicamente en las viviendas, creando una economía en escala alrededor de los mercados y la alteración de la imagen urbana con el excesivo uso de la publicidad en las fachadas tanto del mercado y los establecimientos comerciales zonales, a su vez se le suma el acelerado desgaste de los espacios públicos y de la imagen urbana, debido al alto tránsito que existe, esto a excepción del mercado de abastos de San Isidro, pues este resulta ser el

más desarrollado a diferencia de los diferentes casos estudiados, lo cual es un claro ejemplo de cómo debería verse el entorno. Por otro lado, los mercados presentan problemas de contaminación espacial, visual y ambiental, ya que el exceso de publicidad y el desorden de cableado son las principales fuentes de alteración de un equipamiento de tal grado.

Objetivo específico 2

La propuesta de parámetros y lineamientos urbanos está en base al manual de publicidad exterior visual del espacio público de la alcaldía de Bogotá, la cual se elaboró con el objetivo de mantener un orden visual en la imagen urbana. Otra normativa que se propone es en relación a los residuos que se generan, tanto del comercio zonal y del mercado, la cual es que los establecimientos están en la obligación de clasificar su basura para darle el debido tratamiento, como también sacar la basura hasta las 10 pm hora en que debe pasar el camión de basura, de no acatar las normas se establecerá una multa al local. Para el desarrollo de un mercado de abastos se necesitará hacer un análisis del impacto que genera el mercado, dentro de los impactos que se deben presentar como anteproyecto debe ser el impacto visual, vial, ambiental, como también debe contar con retiros mínimos de 5 metros.

Objetivo específico 3

Se pudo aplicar los lineamientos establecidos en los diferentes manuales consultados para la propuesta de mejora de la imagen urbana del mercado de abastos Plaza Villa Sur, los lineamientos que se aplicaron son: Manual de Buenos Aires:(Dimensiones de vías y veredas, utilización de diferentes materiales y texturas para marcar y definir espacios, mobiliario urbano), Manual del Espacio Público D.G.O.P.D.Z : (se tomó en cuenta los detalles técnicos a la hora de diseñar espacios públicos, como la alameda, Manual de publicidad de Bogotá, se aplicó los parámetros de publicidad en las fachadas comerciales, con el fin de disminuir el impacto visual.

VIII. RECOMENDACIONES

A continuación, se plantean diferentes recomendaciones:

Recomendación general: Se recomienda a las municipalidades distritales de Lima Sur, establecer manuales urbanos personalizados para el distrito con lineamientos y criterios para la conservación de la imagen urbana que rodea los mercados de abastos y las zonas comerciales, así mismo, las municipalidades deberán requerir un estudio de impacto ambiental, cuando se requiera la licencia para la construcción de un mercado de abastos, como también se deberá requerir un estudio de impacto urbano del entorno, para evaluar las posibles alteraciones y problemáticas que se puedan presentar al ejecutarse un equipamiento de gran importancia, como lo es un mercado de abastos.

Recomendación específica 1: Se recomienda a los seis mercados estudiados en general, adoptar parámetros para el comercio ambulatorio para reducir el impacto urbano que generan al invadir el espacio público dificultando el libre paso, así mismo se recomienda retirar la publicidad excesiva de las fachadas de los 6 mercados estudiados, para disminuir el impacto visual, por otro lado se recomienda a ampliar el hall de ingreso de cada mercado ya que se determinó que estos son muy reducidos para acoger a tanta público.

Caso 1 (Mercado Plaza Villa Sur) se recomienda a la municipalidad de villa el salvador intervenir en los espacios públicos como la Alameda, que se encuentra frente a la avenida Cesar Vallejo y La Av. Central, ya que estos se encuentran en estado de deterioro. Así mismo recuperar las veredas y bermas invadidas por el comercio informal, también requiere que se haga una concientización a los comerciantes para el tratamiento de sus residuos que se genera en el mercado y en los establecimientos comerciales, pues todo esto ha generado un impacto ambiental, llegando a contaminar el suelo y el aire.

Caso 2 (Mercado Edén de Monterrico): se recomienda al mercado Edén de Monterrico ampliar sus veredas e implementar un sistema de comunicación sensorial a través de texturas para proteger a los transeúntes, pues el mercado se encuentra en una esquina y frente a una vía principal. Por otro lado, se recomienda a la municipalidad de surco adoptar

una normativa de publicidad para reducir el impacto visual que generan estos paneles dentro de la imagen urbana.

Caso 03(Mercado Municipal de Abastos De San Isidro) este mercado es la excepción pues no ha generado un impacto comercial, debido a que contiene criterios que han sabido aplicarse, sin embargo, no existe ninguna normativa de publicidad, por eso se recomienda a la municipalidad distrital de San Isidro aplicar una normativa de publicidad, tal como la que se ha propuesto para el comercio zonal, es decir solo se puede usar el 30% de la fachada para la colocar publicidad, con el fin de no alterar la imagen urbana del entorno.

Caso 04 (Abastos Edén de Alfredo Benavides) se recomienda al mercado ampliar las veredas, pues están son muy estrechas, para el alto tránsito que recibe el mercado, así mismo se recomienda ampliar la zona de estacionamiento y retirar los estacionamientos exteriores debido a que están expuestos al público y esto genera una alteración visual en el entorno.

Caso 05 (Mercado 02 de Surquillo) se recomienda al mercado implementar una zona de carga y descarga que no esté expuesta a la zona pública, así mismo se recomienda incrementar un centro de acopio de residuos para que no terminen en la vía pública generando contaminación, por otro lado, se debe implementar más áreas verdes y especies arbóreas para reducir la contaminación sonora de los diferentes automóviles y a la vez reducir la temperatura del lugar.

Caso 6 (Mercado Lobatón) se recomienda revitalizar sus pistas y veredas con la debida señalización, así mismo de su equipamiento urbano, pues este ha sufrido un desgaste por el constante uso que se le da, esto se debe a la gran cantidad de personas que frecuentan al mercado.

Recomendación específica 02: Se recomienda a las diferentes municipalidades y juntas de propietarios de los mercados de abastos analizados, tomar en cuenta los diferentes lineamientos propuestos en esta investigación, pues ayudaran a optimizar la imagen urbana del entorno de los mercados analizados, así mismo potenciaran el comercio, pues el usuario se sentirá más cómodo dentro de un entorno seguro y limpio. Por otro lado, las municipalidades distritales de Lima sur deberían elaborar sus normativas donde se especifique los parámetros de publicidad en las fachadas comerciales. La municipalidad no

debe permitir que se coloque publicidad en predios que no sean locales comerciales, pues esto debe ser exclusivo para tiendas y establecimientos comerciales.

Recomendación específica 03: De acuerdo a lo desarrollado en el objetivo 3 de la investigación, se recomienda a la municipalidad tomar en cuenta los criterios de intervención aplicados en el entorno del mercado de abastos Plaza Villa Sur, pues se pudo comprobar que existe un cambio positivo si se aplicase los lineamientos planteados en la investigación. La municipalidad debe proponer un plan de ordenamiento vehicular ya que existe proliferación de mototaxis informales, que alteran el orden y la tranquilidad pública. Las municipalidades distritales de Lima sur en general, deberían elaborar un manual personalizado para el distrito en relación al control de los mercados de abastos y el comercio zonal que los rodea, también deberá elaborar una serie de requisitos tanto de dimensiones aprobadas, elementos urbanos que se requiere, mobiliarios urbanos, y texturas para el comercio zonal o establecimientos comerciales que quieran abrir alrededor de un mercado de abastos. Permitir que la alameda cuente con una zona de boulevard para la colocación de módulos de venta formales, dando paso a que los comerciantes ambulantes puedan formalizar y tener una zona de trabajo fijo, y así se pueda potenciar la alameda.

REFERENCIAS

- Aguilar Gavira, Sonia, & Barroso Osuna, Julio (2015). *La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa*. Obtenido de: t.ly/LvdBA
- Alcaldía de Bucaramanga. (2011). *Manual para el diseño y construcción del Espacio Público de Bucaramanga*. Recuperado de: t.ly/VwGYM
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). *Manual de Publicidad Exterior visual para el distrito capital*. Bogotá, Colombia. Recuperado de: t.ly/RkZEB
- Ángeles, A. (2019). *Propuesta de Catalizador urbano para la transformación del mercado Central de la Ciudad de Chiclayo, 2019*. (tesis para obtener el grado académico de maestría en Arquitectura). Universidad Cesar Vallejo, escuela profesional de Arquitectura, Chiclayo, Perú.
- Aquino, C. (2016). *Cúmulos de basura impiden el libre tránsito de vehículos en Mercado Plaza Villa Sur*. Villa el Salvador, Perú. Radio Stereo Villa. Recuperado de: t.ly/YXYRJ
- ArchDaily (2014). *Markthal Rotterdam / MVRDV*. ArchDaily Perú. Obtenido de: t.ly/5X0qm
- Bazant, J. (2003). *Manual de diseño Urbano*. México: Editorial Trillas.
- Benítez, T. (2017) *La importancia de la imagen urbana de Torreón*, Diario El Milenio. obtenido de: t.ly/JOybm (2019)
- Ceniceros, B. (2014). *Imagen urbana y espacios vacíos de ciudad Juárez, Chihuahua*, El Colegio de la Frontera Norte, México.
- Clarín (2002) *El deterioro de los espacios públicos*, Diario El Clarín, obtenido de: t.ly/w9pDd (2019)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2005). *Espacios públicos urbanos, pobreza y construcción social*. obtenido de t.ly/xByye
- Cruz, M. (2015) *Causas del crecimiento del comercio informal y semi formal en la ciudad de La Paz y su incidencia en la creación de empleos directos e indirectos*, Universidad Mayor de San Andrés
- Delgado (2014) *El deterioro del mobiliario urbano*, El Alminar de Melilla, obtenido de: t.ly/GyX6z

- Días, J. (2008). *Propuesta de mejoramiento de la imagen urbana de la zona central para la cabecera municipal de el Palmar, Quetzaltenango*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala facultad Ciencias Económicas y Financieras, Bolivia.
- Dirección General de Obras Públicas de Zapopan. (2011). *Manual de diseño de espacio público*. Recuperado de: t.ly/PkJZX
- El peruano. (2017). *Ordenanza que aprueba el nuevo reglamento de mercados*. Obtenido de: t.ly/peqx9
- FAO. (2016). *Diagnóstico de los mercados mayoristas de América latina y el Caribe*. Obtenido de: <http://www.fao.org/3/a-i6747s.pdf>
- Federación Latino-americana de Mercados de Abastecimiento. (2018). *Problemática del Ramo*. Obtenido de: t.ly/V3PXe
- García, S. (2015) *Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea*, Doctor arquitecto por la Universidad Politécnica de Valencia, España.
- Gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires. (2015). *Manual de diseño urbano*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Ministerio de Desarrollo Urbano.
- Google Earth. (2017). *Recorrido Virtual, Avenida Cesar Vallejo y avenida Central*.
- Google Mapas. (2015). *Recorrido virtual, Holanda*. Obtenido de: t.ly/dmOZr
- Hernández, A. (2017). *Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa*. Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, México.
- Instituto de defensa legal. (2016). *Seguridad ciudadana, Informe anual*. (Primera edición). Recuperado de: t.ly/rzGWD
- Instituto Nacional de estadísticas e Informática. (2016). *Censo Nacional de Mercados de Abastos*. Recuperado de: t.ly/dm12D
- Jacobs, J. (1961). *Muerte y Vida de las Grandes Ciudades*. Estados Unidos, Colección entre líneas, Capitan Swing Libros.
- Jiménez, C. (2014). *Intervención urbana arquitectónica en el sector del Mercado Calle 16*. (tesis de graduación). Tecnológico de Costa Rica, Escuela de Arquitectura y urbanismo.
- Juste, I. (2019) *Contaminación del suelo: causas, consecuencias y soluciones*, Ecología verde, obtenido de: t.ly/RkRI5

- Lima como vamos, observatorio ciudadano. (2017). *Evaluando la gestión de Lima y Callao*. Recuperado de: t.ly/LrXK8
- Lozada Acosta, L. (2018). Espacios Públicos No tan Públicos. *Revista de Ciencia Política* (9),76-79.
- Lynch, K. (1998). *La imagen de la Ciudad*. Barcelona, Editorial Gustavo.
- Mauri, J. (2015). *Mercado minorista para la parroquia de Alangasí*. (Tesis para obtener el título profesional de Arquitecto). Universidad Central del Ecuador, Facultad de Arquitectura, Quito, Ecuador.
- Merlo, G. (2013) *Condiciones urbano-arquitectónicas del comercio local central y su influencia en el desarrollo urbano de la ciudad de Pacasmayo*. 2012, Universidad César Vallejo, Perú.
- Ministerio de la Producción. (2017). *Programa Nacional de diversificación productiva, Normativa para mercados de Abastos*. (versión preliminar). Recuperado de: t.ly/mgJ2m
- Miranda, Y. (2018). *Mercado abastos, para mejorar el abastecimiento de productos de primera necesidad, ubicado en la Ciudad de Chiclayo*. (tesis para obtener el título profesional de Arquitecto). Universidad de San Martín de Porres, Chiclayo, Perú.
- Mountadón, R. (s.f). *La Imagen Urbana y el Patrimonio Histórico, en la Ciudad Típica de Metepec un Análisis de la Planeación Urbana*. Universidad Autónoma del estado de México, México.
- Municipalidad de Miraflores. (2012). *Ordenanza que reglamenta los elementos de publicidad exterior en el distrito de Miraflores*. Recuperado de: t.ly/JOyzy
- Municipalidad de Villa el Salvador. (2016). *Plan Distrital de Seguridad Ciudadana del Distrito de Villa el Salvador*. Obtenido: 6BG8
- Municipalidad Distrital de Villa el Salvador. (2016). *Diagnostico local participativo del consumo de drogas en el distrito de Villa el Salvador*. Obtenido de: t.ly/3y50b
- Municipalidad Metropolitana de Lima. (2013). *Guía para la Competitividad de Mercados de Abastos*. Recuperado de: t.ly/Wke0j
- ONU, Habitad por un mejor futuro urbano. (2014). *Planeamiento urbano para autoridades locales*. Recuperado de: t.ly/KwXde

- Oppermann. (2000). *La triangulación Múltiple como estrategia metodológica*. recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/551/55128238001.pdf>
- Pacheco, I. (2015). *¿Por qué son importantes las veredas?* Universidad Privada del Norte. Perú. Obtenido de: blogs.upn.edu.pe
- Panek, B. (2010). *Imagen urbana y transporte público: los paraderos. Tacubaya, San Lázaro, Pantitlán, San ángel y la raza*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Pareja, J. (2017). *Mercado Municipal de abastos* (tesis para obtener el título profesional de arquitectura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Programa de Ciudades Coloniales y Centros Urbanos (1997). *La imagen urbana en ciudades turísticas con Patrimonio Histórico*, Secretaria de Turismo, México.
- Robles, C. (2015). *Propuesta de Mejoramiento de áreas verdes urbanas de la ciudad de Zamora*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Loja, Ecuador.
- Rodríguez, J. (2015). Composición de la forma urbana a partir del espacio público caso de estudio: Centro Histórico Tradicional de Bogotá y Avenida de los Comuneros. *Pontificia Universidad Javeriana, Colombia*. Obtenido de: t.ly/IPnVq
- Romero, C. (2016). *Espacios Públicos y calidad de vida urbana, Tijuana Baja California*. (Tesis de Maestría). Colegio de la Frontera del Norte, México.
- Sabino, C. (2008). *El proceso de Investigación*. Obtenido de: t.ly/dN68A
- Sampieri, Collado & Lucio. (2010). *Metodología de la investigación*, Ciudad de México, México. Editorial Mc Graw Hill.
- Secretaria de Desarrollo Social. (2011). *Diagnóstico de rescate de Espacios Públicos*. Obtenido de: t.ly/W36M9
- Silva, R. (2015). *ERGOCIUDAD: Concepción modélica de la calidad de vida urbana desde la perspectiva de la ergonomía y el diseño urbano* (tesis doctoral). Universidad politécnica de Madrid, España.
- Soto R. (2011). *Propuesta de mejoramiento de la imagen urbana en la av. Benito Juárez y andador zapata en Chilpancingo, guerrero*. (tesis para obtener el

- grado de: maestro en administración de la construcción) Secretaria De Educación Pública, México.
- Suriaga, M. (2013). *Mejoramiento de la imagen urbana bajo el modelo de comunidad – Jardín en un sector de la parroquia García Moreno*. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Facultad de Arquitectura y Urbanismo Guillermo Cubillo Renella, Ecuador.
- Taracena, R. (2013). *La Calle como Espacio Urbano: Elemento Importante*. Arquitectura, Literatura, Wordpress. Obtenido de: conarqket.wordpress.com/
- Tierras Inca. (2002). *Plano de Lima*. Lima, Perú.: Descubrir el Perú. Recuperado de: <https://tierra-inca.com/>
- Torres, F. (2018). *comercio informal ambulatorio y sus efectos en el deterioro del espacio público de la avenida España del distrito de Trujillo, 2017*. (tesis para obtener el título profesional de Arquitectura). Universidad Cesar Vallejo, Escuela profesional de Arquitectura, Trujillo, Perú.
- Valdivia, J. (2019). *Análisis del comercio informal y su relación con el deterioro del espacio público ocasionado en el mercado El Huequito, Tarapoto, 2018*. (tesis para obtener el título profesional de Arquitectura). Universidad Cesar Vallejo, Escuela profesional de Arquitectura, Tarapoto, Perú.
- Wady, M. (2008). *La intervención en el espacio público como estrategia para el mejoramiento de la calidad de vida urbana caso de estudio: Valle de Laboyos Pitalito- Huilla*. (Maestría en planeación urbana y regional). Pontificia universidad javeriana, Bogotá, Colombia.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de categorización de datos

Título de investigación	Problema de investigación	Pregunta general	Preguntas específicas	Objetivo general	Objetivos específicos	Categoría	Subcategorías
- imagen urbana, en relación al impacto comercial generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"	El deterioro de la imagen urbana en relación al impacto comercial de los mercados de abastos de Lima Sur, 2019	¿Cuáles son los criterios de intervención que permiten optimizar la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos de Lima Sur, como generadores de impactos comerciales en función a la realidad problemática, el análisis de casos de estudio, el deterioro de su imagen urbana y que lineamientos o parámetros se deben seguir para poder aplicarlo en el caso principal?	¿Cuál es el impacto urbano que generan los mercados de abastos en la ciudad de Lima Sur, en base al análisis de casos de estudio?	Determinar los criterios de intervención que permitan optimizar la imagen urbana del entorno de los mercados de abastos de Lima Sur, en relación al impacto comercial que generan estos, todo en función al análisis de la realidad problemática, el análisis de los casos de estudio, en base a los lineamientos o parámetros urbanos encontrados y poder aplicarlo en el caso principal.	Determinar el impacto comercial que generan los mercados de abastos en la ciudad de Lima Sur, en base al análisis de los casos de estudio.	Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar	Fachada
		¿Qué lineamientos urbanos se pueden establecer o adoptar para mejorar el desarrollo comercial y la imagen urbana que engloban a los mercados de abastos de Lima?	Establecer parámetros urbanos que permitan mejorar el desarrollo comercial y la imagen urbana del entorno urbano que engloban a los mercados de abastos de Lima Sur, en base a los diferentes lineamientos y parámetros consultados.	¿Qué propuesta urbanística se ejecutaría para revertir el impacto comercial en la imagen urbana del entorno del mercado de abastos Plaza Villa Sur, como caso principal?	desarrollar la propuesta urbanística para revertir el impacto comercial en la imagen urbana del entorno del mercado de abastos Plaza Villa Sur, como caso principal.		Áreas verdes
						Influencia de los mercados en el entorno urbano	Plazas y veredas
							Entorno urbano

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

FICHA TECNICA DE LA IMAGEN URBANA							
Ubicación:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Mapa:</div>						
Nombre:							
Fecha:							
Hora:							
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS							
Nivel de problemática							
PISTAS Y VEREDAS :	Medidas mínimas	Material	Óptimo	Medio	Deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de veredas							

Dimensiones de Pistas	Rampas	Huellas táctiles	Drenaje	Ciclovia

MERCADO:	Altura	Material	Óptimo	Medio	Observaciones	Fotos
Diseño de fachada						
Hall de Ingreso						
Medidas	M2	Material	Capacidad	Altura	Observaciones	Fotos
Área de carga y descarga						
Estacionamiento						

Centros de acopio de basura	Nº total									
	Dentro	Fuera								
Cantidad	Vias		Bermas		Veredas		Observaciones		Fotos	
Comercio informal										

ESPACIO PÚBLICO:	Nº total	Farol	Poste	Óptimo	Medio	Deficiente		Observaciones	Fotos
Alumbrado público									
Cantidad	Cartelera s	Tachos	Bancas	Jardinera s	Teléfonos públicos	Módulos de ventas	Ciclo parqueo	Observaciones	Fotos
Basura y limpieza									
Zonas	Veredas	Bermas	Pistas	Fachadas	Postes	Áreas verdes		Observaciones	Fotos
Mobiliario urbano									

ÁREAS VERDES	Nº	Tipos	Tierra	Ornamentales	Frutales	Foliales	Observaciones	Fotos
Árboles								
Vegetación								

FACHADA Y ENTORNO	Altura máxima	Altura mínima	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Dimensiones de fachada								
Tipos	Paso de cebra	Semaforos	Señalización n despacio	Nombre de la vía	No detenerse	Señal de paradero	Observaciones	Fotos
Señalética								
Nivel	Exterior	Fachadas	Postes	Ordenado	Desordenad o	Enredado	Observaciones	Fotos
Cableado								

Medidas	Nº	Área	Material	Estado óptimo	Estado medio	Estado deficiente	Observaciones	Fotos
Paraderos								
Publicidad								

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA TÉCNICA

DATOS GENERALES

Instrumento de evaluación : Entrevista
 Autor (s) del instrumento (s) : Pérez Cruz Jarley – Polo Vigo Edson

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactadas con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				✓	
OBJETIVIDAD	Los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre las categorías: Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar e influencia de los mercados en el entorno urbano.				✓	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a las categorías: Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar e influencia de los mercados en el entorno urbano.			✓		
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a las categorías: Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar e influencia de los mercados en el entorno urbano.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con las categorías y subcategorías.				✓	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, categorías y subcategorías.				✓	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con las categorías y subcategorías.					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de las preguntas concuerda con la escala valorativa del instrumento.				✓	
PUNTAJE TOTAL					43	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA TÉCNICA

OBSERVACIONES (Precisar si es excelente el instrumento)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable
Aplicable después de corregir
No aplicable

APELLIDOS Y NOMBRES DE VALIDADOR: CIP:

APELLIDOS Y NOMBRES DE VALIDADOR: CAP: *ESPINOSA ANAYA KELLY* CAP: *17826*

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR:

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR:

25 de *NOV* del 2019

Firma del experto informante, Ingeniero



Firma del experto informante, Arquitecto

ENTREVISTA

“Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos
 Lima Sur, 2019 “

Señor(a), (ta):

Tenga usted un buen día, somos estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo, de la Escuela profesional de Arquitectura; el objetivo de nuestra visita, es obtener información sobre la opinión de los usuarios acerca de los espacios públicos, alrededor del mercado de abastos de su distrito 2019. Se le pide ser sincero, y objetivo en sus respuestas. Toda la información obtenida se usará para la elaboración de nuestro proyecto de investigación, Agradeciéndole por anticipado su valiosa participación y colaboración.

Desgaste físico del espacio público:

Deterioro de la estética visual:
1.- ¿considera necesaria la rehabilitación de los espacios públicos alrededor del mercado de abastos? ¿por qué?
2.- ¿cree usted que las áreas verdes son suficientes alrededor del mercado? ¿por qué?
3.- ¿considera que los mobiliarios urbanos como (las bancas, farolas, pérgolas, macetas y contenedores de basura), alrededor del mercado son suficientes? ¿por qué?
4.- ¿con respecto a la pregunta anterior, en que escala del 1 al 10 determinaría el estado de los mobiliarios urbanos? ¿por qué?
5.- ¿cree usted que la señalética y los semáforos se encuentran en estado crítico? ¿por qué?
6.- ¿qué tan deteriorado, considera que se encuentran los espacios públicos, (como la alameda, las veredas, pistas, bermas, las ciclovías y los paraderos)? ¿por qué?

Inseguridad ciudadana

1.- ¿se siente seguro al transitar por los espacios públicos alrededor del mercado? ¿por qué?

2.- ¿alguna vez ha sufrido algún incidente mientras transitaba alrededor del mercado, o pudo ser testigo de alguno?

3.- ¿con cuanta frecuencia transita de noche alrededor del mercado? ¿por qué?

4.- ¿cree que la excesiva cantidad de mototaxis informales, afectan la tranquilidad de las personas alrededor del mercado?

Contaminación del espacio publico

1.- ¿Qué opina de la gran cantidad de basura, que genera el comercio dentro y fuera del mercado de abastos?

2.- ¿considera que la excesiva cantidad de anuncios publicitarios repercute en la imagen urbana del entorno del mercado?

3.- ¿la acumulación de la basura en los espacios públicos, que tan frecuente es? ¿por qué?

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA DE ENTREVISTA
DATOS GENERALES

Instrumento de evaluación : Entrevista
 Autor (s) del instrumento (s) : Pérez Cruz Jarley – Polo Vigo Edson

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Las preguntas están redactadas con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				✓	
OBJETIVIDAD	Las preguntas del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre las categorías: Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar e Influencia de los mercados en el entorno urbano.				✓	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a las categorías: Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar e Influencia de los mercados en el entorno urbano.				✓	
ORGANIZACIÓN	Las preguntas del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a las categorías: Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar e Influencia de los mercados en el entorno urbano.			✓		
SUFICIENCIA	Las preguntas del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con las categorías y subcategorías.					✓
INTENCIONALIDAD	Las preguntas del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, categorías y subcategorías.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de las preguntas del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				✓	
COHERENCIA	Las preguntas del instrumento expresan relación con las categorías y subcategorías.				✓	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.				✓	
PERTINENCIA	La redacción de las preguntas concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
PUNTAJE TOTAL		42				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OBSERVACIONES (Precisar si es excelente el instrumento)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Aplicable después de corregir

No aplicable

APELLIDOS Y NOMBRES DE VALIDADOR: CIP:

APELLIDOS Y NOMBRES DE VALIDADOR: CAP: *ESPINOZA ANAYA KELLY*

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR:

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR:

25 de *MAY* del 2019

Firma del experto informante, Ingeniero



Professional stamp of Kelly Espinoza Anaya, Architect. The stamp is rectangular and contains the text "KELLY ESPINOZA ANAYA" at the top, "ARQUITECTA" in the middle, and "CIP 11728" at the bottom. There is a signature over the stamp.

Firma de experto informante, Arquitecto

Anexo 3: Paneles de propuesta



MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA DEL MERCADO PLAZA VILLA SUR (AV. CÉSAR VALLEJO)



Creación de pergolas en la alameda, nuevo espacio público



Implementación de módulos comerciales



Colocación de mobiliario urbano (Bancas, flecos de basura)



Implementación de puestos de flores en puntos estratégicos



Implementación de paradero público



Colocación de señalética para reducir la velocidad y renovación de semáforo



"Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"

Autores: Pérez Cruz Jarley - Polo Vigo-Edson

L-2

MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA DEL MERCADO PLAZA VILLA SUR (AV. CENTRAL)

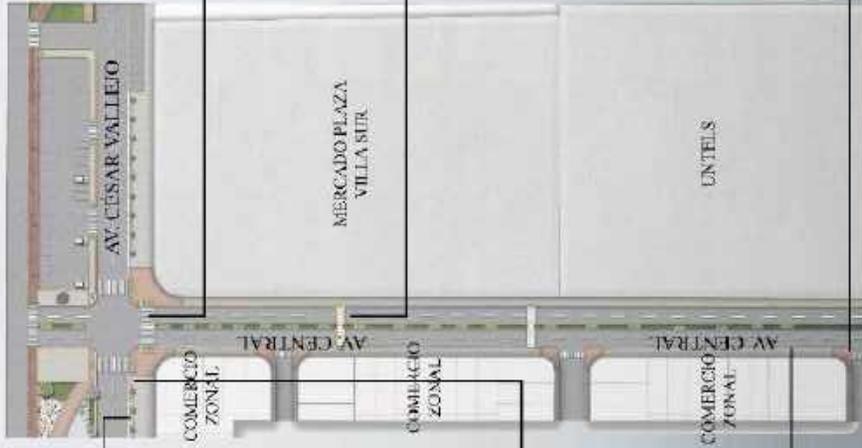
Implantación y mejoramiento de aseo público



Colocación de puntos de acopio en el cruce de las avenidas principales



Implementación de sistema de drenaje en las vías



Creación de pasos peatonales en las vías



Mejoramiento de rampa para pasos de peatones



Creación de rampas amplias en los cruces peatonales



"Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"
 Autores: Pérez Cruz Jarley - Polo Vigo Edison.

L-3

MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA DEL ENTORNO DEL MERCADO PLAZA VILLA SUR

AV. CÉSAR VALLEJO



- Potencialización de la señalética peatonal y vehicular
- Diferenciación de acabados en las vías peatonales
- Mejoramiento de los semáforos
- Creación de paradero público
- Implementación de mobiliario urbano (Bancas, taches, iluminación)
- Implementación de árboles en las aceras de comercio zonal.
- Mejoramiento de la alameda principal

AV. CENTRAL



- Potencialización de la señalética peatonal y vehicular
- Diferenciación de acabados en las vías peatonales
- Mejoramiento de los semáforos
- Creación de rampas para pisos peatonales
- Implementación de mobiliario urbano (Taches, iluminación)
- Implementación de árboles en la herma central



"Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"
 Autores: Pérez Cruz Jarley - Polo Vigo-Edson

L-4

MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA DEL ENTORNO DEL MERCADO PLAZA VILLA SUR



- AMPLIACIÓN DE LAS VEREDAS, REEMPLAZANDO EL ÁREA DE ESTACIONAMIENTO, PARA DARLE PRIORIDAD AL PEATÓN.
- IMPLEMENTACIÓN DE MOBILIARIO URBANO Y ARBOLES.

- REMODELACIÓN DE LA ALAMEDA PRINCIPAL:
- Cambio de acabado de pisos.
 - Implementación de mobiliario urbano.
 - Ampliación de los espacios libres.
 - Implementación de módulos concretos y pérgolas.



"Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"
 Autores: Pérez Cruz, Jarley - Polo Vigo Edson

L-5

MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA DEL ENTORNO DEL MERCADO PLAZA VILLA SUR

ANTES



INTERVENCIÓN



"Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"
Autores: Pérez Cruz Jarley - Polo Vigo Edson

L-6

MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA (FACIADAS CON PUBLICIDAD)



"Imagen Urbana, en relación al impacto generado por los microedificios de abastos de Lima Sur, 2019"
Autores: Pérez-Cruz, Jarley - Polo Vigo Edson

L-7

MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA (FACIADAS CON PUBLICIDAD)

Actualidad



Intervención



"Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"
Autores: Pérez Cruz, Jarley - Pólo Vigo Edson

L-8

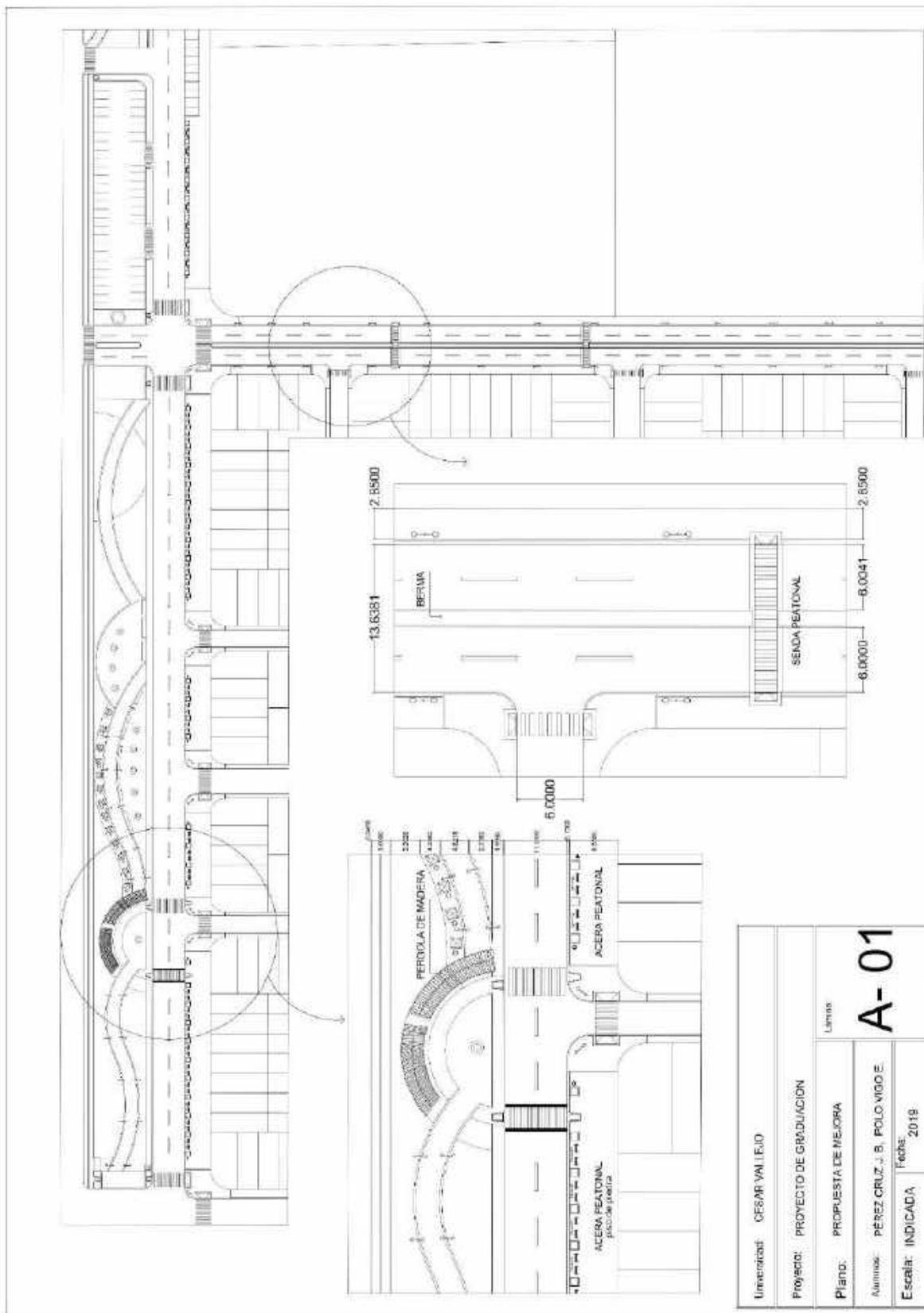
MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN URBANA (FACIADAS CON PUBLICIDAD)



"Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019"
Autores: Pérez Cruz, Jarley - Polo Vique Edson

L-9

Anexo 4: Plano de intervención:



Urbanidad: CESAR VALLEJO	Llamas: A-01
Proyecto: PROYECTO DE GRADUACIÓN	
Plano: PROPUESTA DE MEJORA	
Alumno: PÉREZ CRUZ, J. B. POLO VIGORÉ	
Escala: INDICADA	Fecha: 2019

Anexo 5: Entrevista aplicada al caso principal



ENTREVISTA

“Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos
Lima, del 2019 “

Señor(a), (ta):

Tenga usted un buen día, somos estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo, de la Escuela profesional de Arquitectura; el objetivo de nuestra visita, es obtener información sobre la opinión de los usuarios acerca de los espacios públicos, alrededor del mercado de abastos de su distrito 2019. Se le pide ser sincero, y objetivo en sus respuestas. Toda la información obtenida se usará para la elaboración de nuestro proyecto de investigación, Agradeciéndole por anticipado su valiosa participación y colaboración.

Desgaste físico del espacio público:

Deterioro de la estética visual:
1.- ¿considera necesaria la rehabilitación de los espacios públicos alrededor del mercado de abastos? ¿por qué? Si, porque es necesario recuperar el proyecto para para lo que fue diseñado una alameda, en el que las personas puedan salir y disfrutar con la familia, donde haya más áreas verdes, nos encontramos con muchos ambulantes y mucho tráfico y es muy pesado caminar por ese lugar, los que tienen movilidad no pueden estacionarse.
2.- ¿cree usted que las áreas verdes son suficientes alrededor del mercado? ¿por qué? No son suficientes, porque ni siquiera se notan, hay tanta gente que es muy difícil darse cuenta de eso, pero si es muy importante contar con Áreas verdes.
3.- ¿considera que los mobiliarios urbanos como (las bancas, farolas, pérgolas, macetas y contenedores de basura), alrededor del mercado son suficientes? ¿por qué? No, porque hay muchos espacios que están libres, pero estos están ocupados por los ambulantes cuando, Pueden ser utilizados para poner más Implementos
4.- ¿con respecto a la pregunta anterior, en que escala del 1 al 10 determinaría el estado de los mobiliarios urbanos? ¿por qué? Le doy 5, porque si los lugares estuvieran despejados, las cosas serían distintas.
5.- ¿cree usted que la señalética y los semáforos se encuentran en estado crítico? ¿por qué? Si porque muchas veces los semáforos no funcionan Y no hacen nada por solucionarlos.

6.- ¿qué tan deteriorado, considera que se encuentran los espacios públicos, (como la alameda, las veredas, pistas, bermas, las ciclovías y los paraderos)? ¿por qué?
 La gente no sabe cuidar, aparte que no se le da un buen mantenimiento.

Inseguridad ciudadana

1.- ¿se siente seguro al transitar por los espacios públicos alrededor del mercado? ¿por qué?
 No, uno tiene que estar atento, ser cuidadoso porque te pueden robar, hasta golpear.

2.- ¿alguna vez ha sufrido algún incidente mientras transitaba alrededor del mercado, o pudo ser testigo de alguno?
 Nunca lo he visto, pero las personas han sufrido de un robo

3.- ¿con cuanta frecuencia transita de noche alrededor del mercado? ¿por qué?
 No he ido de noche, pero en una oportunidad lo vi muy sucio regresando de una reunión familiar y notaba el gran desorden.

4.- ¿cree que la excesiva cantidad de mototaxis informales, afectan la tranquilidad de las personas alrededor del mercado?

Se paran en cualquier lado, no respetan, pero también culpa de nosotros porque ocasionamos el desorden paseando por cualquier lado.

Contaminación del espacio publico

1.- ¿Qué opina de la gran cantidad de basura, que genera el comercio dentro y fuera del mercado de abastos?
 Los mismos trabajadores ocasionan la basura, dejándola por varios días sin hacer nada.

2.- ¿considera que la excesiva cantidad de anuncios publicitarios repercute en la imagen urbana del entorno del mercado?
 Si, porque los anuncios generan mucho estrés, la bulla y la incomodidad.

3.- ¿la acumulación de la basura en los espacios públicos, que tan frecuente es? ¿por qué?
 Si, porque el camión no pasa continuamente y la gente no tiene un lugar donde arrojar.

Anexo 6: Análisis e interpretación de la entrevista del caso Principal

Analisis e interpretacion de la entrevista del caso Pincipal

Deterioro de la estetica visual:

La pregunta va dirigida para los clientes del mercado, puesto que son personas que transitan constantemente en el entorno del mercado Plaza Villa Sur del distrito de Villa el salvador .

1.- ¿considera necesaria la rehabilitación de los espacios públicos alrededor del mercado de abastos? ¿por qué?

Si por que es necesario recuperar el proyecto para el cual fue diseñado una alameda, en la que las personas puedan salir y disfrutar con la familia, donde haya más áreas verdes, nos encontramos con muchos ambulantes y mucho tráfico y es muy pesado caminar por ese lugar, los que tienen movilidad no pueden estacionarse.

Análisis e interpretación

Según lo que respondió el entrevistado, se puede entender que el mercado si necesita una intervención, puesto que no están cumpliendo la función, los espacios públicos, tales como la alameda que fue diseñada y entregada en el año 2015. Ha sido invadida por los comerciantes dificultando el paso libre, esto se ha producido a causa del impacto comercial que genera el mercado.

Relación con las categorías

Esta pregunta se relaciona con la categoría número 2, influencia de los mercados en el entorno urbano. Y las sub categorías espacios públicos, mercado y entorno urbano.

2.- ¿cree usted que las áreas verdes son suficientes alrededor del mercado? ¿por qué?

No son suficientes, porque ni siquiera se notan, hay tanta gente que es muy difícil darse cuenta de es, pero si es muy importante con áreas verdes.

Análisis e interpretación

Se puede entender que no existe suficientes áreas verdes, debido a que no hay un tratamiento adecuado de estas áreas, esto se debe a la gran aglomeración

de personas en un mismo lugar, también se puede entender que las áreas verdes no están cumpliendo con las funciones.

Relación con las categorías

La pregunta está relacionada con la categoría 1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar, y las subcategorías áreas verdes.

3.- ¿considera que los mobiliarios urbanos como (las bancas, farolas, pérgolas, macetas y contenedores de basura), alrededor del mercado son suficientes? ¿por qué?

No, porque hay muchos espacios que están libres, pero estos están ocupados por los ambulantes cuando, pueden ser utilizados para poner más implementos.

Análisis e interpretación

El entrevistado da entender que hay espacio suficiente para colocar diferentes mobiliarios, pero son invadidos por el comercio informal, en base a esto se puede decir que las zonas comerciales necesitan de mobiliarios urbanos para la gran cantidad de personas que transitan.

Relación con las categorías

la pregunta número 3 se relaciona con la categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano. y se relaciona con la sub categoría entorno urbano.

4.- ¿con respecto a la pregunta anterior, en que escala del 1 al 10 determinaría el estado de los mobiliarios urbanos? ¿por qué?

Le doy 5 porque, si los lugares estuvieran despejados, las cosas serían distintas.

Análisis e interpretación

El puntaje obtenido en la pregunta da entender que el mobiliario se encuentra en un 50% por ciento de su estado, lo cual es un desgaste considerado tomando en cuenta que los mobiliarios fueron entregados a finales del año 2015, por otro lado, también se puede decir que el lugar tiene potencial para ser intervenido pues la entrevistada da entender eso.

Relación con las categorías

La pregunta se relaciona con la categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano. y se relaciona con la sub categoría entorno urbano.

5. ¿cree usted que la señalética y los semáforos se encuentran en estado crítico? ¿por qué?

Si por que muchas veces los semáforos no funcionan. Y no hacen nada por solucionarlos.

Análisis e interpretación

En base a las respuestas obtenidas se puede entender que la señalética no recibe el tratamiento debido, pues no funcionan, es necesario resaltar que, en zonas de alto tránsito, la señalética es indispensable.

Relación con las categorías

La pregunta se relaciona con las categorías, 1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar, categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano, así mismo las subcategorías: pistas y veredas y espacios públicos.

6.- ¿qué tan deteriorado, considera que se encuentran los espacios públicos, (como la alameda, las veredas, pistas, bermas, las ciclovías y los paraderos)? ¿por qué?

La gente no sabe cuidar, aparte de que no se le da un buen mantenimiento.

Análisis e interpretación

Se entiende que los espacios públicos se encuentran deteriorados por falta de cultura de los mismo usuarios y falta de mantenimiento por parte de las autoridades locales.

Relación con las categorías

La pregunta se relaciona con las dos categorías, 1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar, categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano, así mismo las subcategorías: pistas y veredas y espacios públicos.

Inseguridad ciudadana

1.- ¿se siente seguro al transitar por los espacios públicos alrededor del mercado? ¿por qué?

No, uno tiene que estar atento, ser cuidadoso porque te pueden robar, hasta golpear.

Análisis e interpretación

De acuerdo a lo manifestado por la el entrevistado se puede decir, que el entorno urbano que rodea el mercado es percibido como peligroso, pues debido a la gran

cantidad de personas que transitan dentro del mismo lugar y a la falta de control del espacio.

Relación con las categorías

La pregunta se relaciona con las dos categorías, 1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar, categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano, así mismo las subcategorías: mercado y espacios públicos.

2.- ¿alguna vez ha sufrido algún incidente mientras transitaba alrededor del mercado, o pudo ser testigo de alguno?

Nunca lo he visto, pero las personas han sufrido un robo.

Análisis e interpretación

se puede entender que en la zona existe delincuencia, tal como lo expresa el entrevistado, esto da entender que existe inseguridad ciudadana en el entorno urbano del mercado.

Relación con las categorías

La pregunta se relaciona con las dos categorías, 1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar, categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano, así mismo las subcategorías: mercado y espacios públicos.

3.- ¿con cuanta frecuencia transita de noche alrededor del mercado? ¿por qué?

No he ido de noche, pero en una oportunidad lo vi muy sucio regresando de una reunión familiar notaba el gran desorden.

Análisis e interpretación

En base a la respuesta obtenida se puede decir que el mercado al no tener los mobiliarios debidos como los tachos de basura y el debido centro de acopio para la basura que genera el mercado, pues al final del día llega a terminar en diferentes puntos como las bermas y los espacios públicos, repercutiendo en la imagen urbana del lugar.

Relación con las categorías

La pregunta se relaciona con las dos categorías, 1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar, categoría 2: influencia de los mercados

en el entorno urbano, así mismo las subcategorías: mercado, espacios públicos, entorno urbano.

4.- ¿cree que la excesiva cantidad de mototaxis informales, afectan la tranquilidad de las personas alrededor del mercado?

Se paran en cualquier lado, no respetan, pero también es culpa de nosotros porque en ocasiones el desorden paseando por cualquier lado.

Análisis e interpretación

Se entiende que existe un desorden alrededor del mercado, ocasionado por la informalidad tanto de los mototaxistas y de los pasajeros que abordan los vehículos en cualquier lugar, esto genera un desorden y caos.

Relación con las categorías

La pregunta está relacionada con la categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano, así mismo las subcategorías: mercado, espacios públicos y entorno urbano.

Contaminación del espacio publico

1.- ¿Qué opina de la gran cantidad de basura, que genera el comercio dentro y fuera del mercado de abastos?

Los mismos trabajadores ocasionan la basura, dejándola por varios días sin hacer nada.

Análisis e interpretación

Se entiende que la basura ocasionada por el mercado y el comercio zonal no es tratada de la manera correcta, pues va a parar a la calle, a los espacios públicos y las áreas comunes. Esto se debe a que no existe una zona de tratamiento de residuos sólidos del mercado.

Relación con las categorías

La pregunta está relacionada a la categoría 1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar y la subcategoría, mercado.

2.- ¿considera que la excesiva cantidad de anuncios publicitarios repercute en la imagen urbana del entorno del mercado?

Si, por que los anuncios generan mucho estrés, la bulla y la incomodidad.

Análisis e interpretación

El entrevistado manifiesta incomodidad a causa de la excesiva publicidad que colocan los diferentes locales comerciales en las fachadas, veredas, bermas,

postes, a esto se le suma la música a alto volumen que algunas tiendas utilizan para atraer más clientes, esto es producto del impacto comercial que se ha generado en el lugar.

Relación con las categorías

La pregunta está relacionada con las 2 categorías planteadas en la investigación:
1 Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar y la subcategoría, mercado y fachadas y la categoría 2: influencia de los mercados en el entorno urbano y la subcategoría, entorno urbano.

3.- ¿la acumulación de la basura en los espacios públicos, que tan frecuente es? ¿por qué?

Si por que el camión no pasa continuamente y la gente no tiene un lugar donde arrojar.

Análisis e interpretación

Se entiende como una afirmación, debido que manifiesta que el camión de basura no pasa constantemente y la basura se acumula.

Relación con las categorías

La pregunta se relaciona con la categoría 1: Elementos existentes que conforman la imagen urbana del lugar y la subcategoría, mercado.

Anexo 7: Panel fotográfico

Panel de fotografías



Fotografías 01: Entrevistas y aplicación de fichas técnicas en los casos de estudio.



Fotografías 02: Publicidad en los casos de estudio.



Fotografías 03: mal uso del espacio publico

Anexo 8 : turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
eivturnitin.com/app/carta/es/?s=38&ro=103&lang=es&u=105&l714423&co=1244153200

Segunda Jornada

Feedback studio

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

“Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019”

1 **TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE: BACHILLER DE ARQUITECTO.**

AUTORES:
Pérez Cruz, Jarley Brighi
(ORCID: 0000-0001-5951-2885)
Polo Vigo, Edson Piero
(ORCID: 0000-0002-1357-6856)

Resumen de coincidencias X

8 %

Ver fuente en inglés (Beta)

Si se han incluido fuentes estándar

Coincidencias

1	Entregado a Universid...	2 %
2	Entregado a Universid...	<1 %
3	Entregado a Universid...	<1 %
4	Entregado a Universid...	<1 %
5	Entregado a Universid...	<1 %
6	Entregado a Universid...	<1 %
7	Entregado a Universid...	<1 %
8	Entregado a Universid...	<1 %
9	Entregado a Universid...	<1 %
10	Entregado a Universid...	<1 %
11	Entregado a Universid...	<1 %

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Version Report High Resolution

Página 1 de 222 Número de página: 63360

ANEXO 0:

DESARROLLO DEL PROYECTO:

Mercado de abastos Municipal tipo B y espacio didáctico cultural para el distrito de Villa el Salvador, 2020

Índice de contenidos

CAPÍTULO I: MEMORIA DESCRIPTIVA

1.1. ANTECEDENTES

- 1.1.1. Concepción de la Propuesta Urbano Arquitectónica
- 1.1.2. Definición de los usuarios (síntesis de las necesidades sociales)

1.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA URBANO ARQUITECTÓNICA

- 1.2.1. Objetivo General
- 1.2.2. Objetivos específicos

1.3. ASPECTOS GENERALES

- 1.3.1. Ubicación
- 1.3.2. Características del Área de Estudio (Síntesis del Análisis del Terreno)
- 1.3.3. Análisis del entorno
- 1.3.4. Estudio de casos análogos
- 1.3.5. Leyes, Normas y Reglamentos aplicables en la Propuesta Urbano Arquitectónica.
- 1.3.6. Procedimientos Administrativos aplicables a la Propuesta Urbano Arquitectónica.

1.4. PROGRAMA URBANO ARQUITECTÓNICO

- 1.4.1. Descripción de Necesidades Arquitectónicas
- 1.4.2. Cuadro de Ambientes y Áreas

1.5. CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO URBANO ARQUITECTÓNICO

- 1.5.1. Esquema conceptual
- 1.5.2. Idea rectora y partido arquitectónico

1.6. CRITERIOS DE DISEÑO

- 1.6.1. Funcionales (matrices)
- 1.6.2. Espaciales (ideas espaciales)
- 1.6.3. Formales (ritmo, repetición)
- 1.6.2. Tecnológico - Ambientales
- 1.6.3. Constructivos - Estructurales

1.7 DESCRIPCION DEL PROYECTO

- 1.7.1 Planeamiento Urbano
- 1.7.2 Memoria Descriptiva del Proyecto Arquitectura

Estructuras
Instalaciones
Eléctricas
Instalaciones
Sanitarias
Seguridad

CAPÍTULO II: ANTEPROYECTO

2.1. PLANTEAMIENTO INTEGRAL

- 2.1.1. Plano de ubicación y localización (Norma GE. 020 artículo 8)
- 2.1.2. Plano perimétrico – topográfico
- 2.1.3. Plan Maestro (Plano integral de todo el proyecto o toda el área de intervención).
- 2.1.4. Plot Plan

2.2. ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO (escala 1:200 o 1/250)

- 2.2.1. Planos de distribución por sectores y niveles.
- 2.2.2. Planos de techos.
- 2.2.3. Plano de elevaciones

- 2.2.4. Plano de cortes
- 2.2.5. Esquemas tridimensionales

CAPÍTULO III: PROYECTO

3.1. PROYECTO ARQUITECTÓNICO (del sector designado. Escala 1:50 o 1/75)

- 3.1.1. Planos de distribución del sector por niveles
- 3.1.2. Plano de elevaciones
- 3.1.3. Plano de cortes
- 3.1.4. Planos de detalles arquitectónicos (escala 1:20, 1:10, 1:5 según corresponda)
- 3.1.5. Plano de detalles constructivos (escala 1:5, 1:2 o 1:1 según corresponda)
- 3.1.6. Cuadro de Acabados

3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO (del sector designado. Escala 1:50 o 1/75)

3.2.1. Especificaciones técnicas

2.5.1. Planos de Diseño Estructural – a nivel de pre dimensionamiento

2.3.3. Planos de Instalaciones Sanitarias

2.3.4. Planos de Instalaciones eléctricas

3.3. PLANOS DE SEGURIDAD (del sector designado. Escala 1:50 o 1/75)

3.3.1. Planos de señalética

3.3.2. Planos de evacuación

3.4. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

3.4.1. Animación virtual (Recorridos o 3Ds del proyecto)

3.4.2. Presupuesto de obra (sin costos unitarios)

Resumen

Este proyecto contiene III capítulos compuestos por I: la memoria descriptiva, II: anteproyecto y por último III: Proyecto, en el capítulo I, se aborda temas generales del distrito a intervenir, siendo este el caso de Villa el Salvador, se analiza los aspectos generales, el programa arquitectónico, hasta llegar a la conceptualización del objeto arquitectónico (Mercado municipal tipo B), en el capítulo II se plantea la propuesta arquitectónica de manera gráfica, esto en base al análisis del capítulo anterior, en esta etapa del proyecto se explora la parte creativa y técnica de la arquitectura, teniendo como resultado una propuesta armoniosa y coherente con el lugar, en el capítulo final se desarrolla la parte técnica, para que este proyecto se pueda llevar a obra, así mismo que pueda contar con todas especialidades para garantizar la seguridad y el complemento de los servicios generales que debe contar todo proyecto arquitectónico, finalizando con esquemas tridimensionales donde se proyecta el resultado final.

Abstract

This project contains III chapters made up of I: the descriptive memory, II: preliminary project and finally III: Project, in chapter I, general issues of the district to intervene are addressed, this being the case of Villa el Salvador, the aspects In general, the architectural program, until reaching the conceptualization of the architectural object (municipal market type B), in chapter II the architectural proposal is presented graphically, this based on the analysis of the previous chapter, in this stage of the project the the creative and technical part of the architecture, resulting in a harmonious and coherent proposal with the place, in the final chapter the technical part is developed, so that this project can be carried out, as well as that it can count on all specialties to guarantee the security and the complement of the general services that every architectural project must have, ending with three-dimensional diagrams where the ect the final result

CAPITULO I: MEMORIA DESCRIPTIVA

1.1 Antecedentes

1.1.1 Concepción de la propuesta Arquitectónica

1.1.1.1 Datos geográficos

Ubicación y localización de la propuesta

La propuesta está ubicada dentro del ámbito de influencia del distrito de Villa el Salvador, Provincia de Lima, Región Lima, distrito villa el salvador.



Imagen 01: mapas de ubicación y localización, fuente: gobierno Regional, elaboración propia

Provincia de Lima:

La provincia de Lima se encuentra ubicada en el departamento de Lima, en la costa central del Perú. Limita al norte con la provincia de Huaral; al sur con la provincia de Cañete, al oeste con la provincia constitucional del Callao y el océano Pacífico, al este con la provincia de Canta y la provincia de Huarochiri.

Distrito de Villa el Salvador:

El distrito de Villa el Salvador se encuentra ubicado dentro de Lima Metropolitana, forma parte de los 43 distritos de la provincia de Lima, posee una superficie de 35,46 kilómetros cuadrados, tiene una altitud media de 143 msnm. Ubicado al sur de Lima, entre

el Km 15.5 y 25 de la carretera Panamericana Sur, su emplazamiento esta sobre el desierto de la Tablada de Lurín, en la zona de Inter cuenca de Lurín y Rímac.

1. Está comprendido entre las coordenadas geográficas:

Latitud : 12° 12´ 34"

Longitud : 76° 56´ 08"

Altitud : Comprendida desde 0 a 180 msnm.

2. Tiene como límites:

Por el Norte : San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo.

Por el Sur : Lurín.

Por el Este : Villa María del Triunfo.

Por el Oeste : Chorrillos y el Océano Pacífico.

Clima:

El clima del distrito de Villa el Salvador se caracteriza por ser subtropical, es semi cálido, es árido y nuboso en distintas épocas del año, con una temperatura media anual que varía entre los 15°C y 23° C, los valores extremos corresponden a las temporadas de Julio y febrero, con una nubosidad meda de 8 Octavos, la humedad puede variar entre 80 y 100 %, los vientos soplan durante el día, de norte a suroeste y durante la noche de suroeste a norte, la precipitación media es de 25 mm anuales. Los vientos tienen una velocidad promedio de 2 a 4 m/s. Para una mejor determinación observar el cuadro de tablas del clima del último año.

Tabla Climatológica de Villa el Salvador

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Temperatura media (°C)	26.3	24.6	21.8	16.4	11.9	8.7	8.3	11	14.7	18.7	22.4	25.4
Temperatura mín. (°C)	18.4	16.7	14	8.5	4.2	1	0.1	2.7	6.5	10.5	14.1	17.4
Temperatura máx. (°C)	34.2	32.6	29.6	24.4	19.6	16.4	16.5	19.3	22.9	26.9	30.7	33.4
Precipitación (mm)	21	20	13	4	1	3	4	2	5	5	9	12

tabla 01: Climatología de V.E.S,Fuente: Climate Data. ORG.(2019).

Relieve:

su suelo se caracteriza por estar cubierto de gruesas capas de arena, su relieve es el proceso de millones de años, es de un relieve ligeramente ondulado y laderas con pendientes variables, que fluctúan entre 15 y 25% en la parte rustica de la Lomo Corvina.

Su suelo se caracteriza por ser desértico y árido, este forma parte del desierto de Conchan, los arenales de la tabalada de Lurín y la gran duna del cerro lomo corvina. Tipo de suelo S4: este tipo de suelo corresponde suelos excepcionales flexibles y los sitios donde las condiciones geológicas y/ o topográficas son particularmente desfavorables.

Longitud de Villa el Salvador

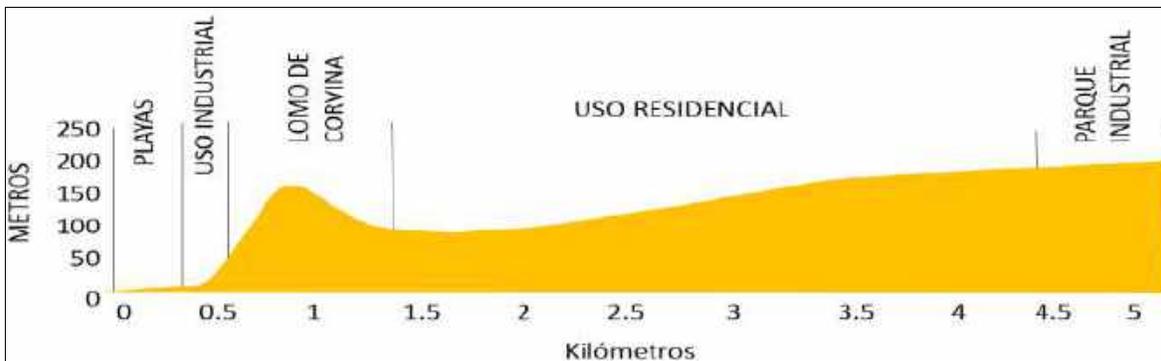


Imagen 02 :perfil de relieve, fuente: Adaptado de DESCO.(2007).

Plano de Relieve Villa el Salvador

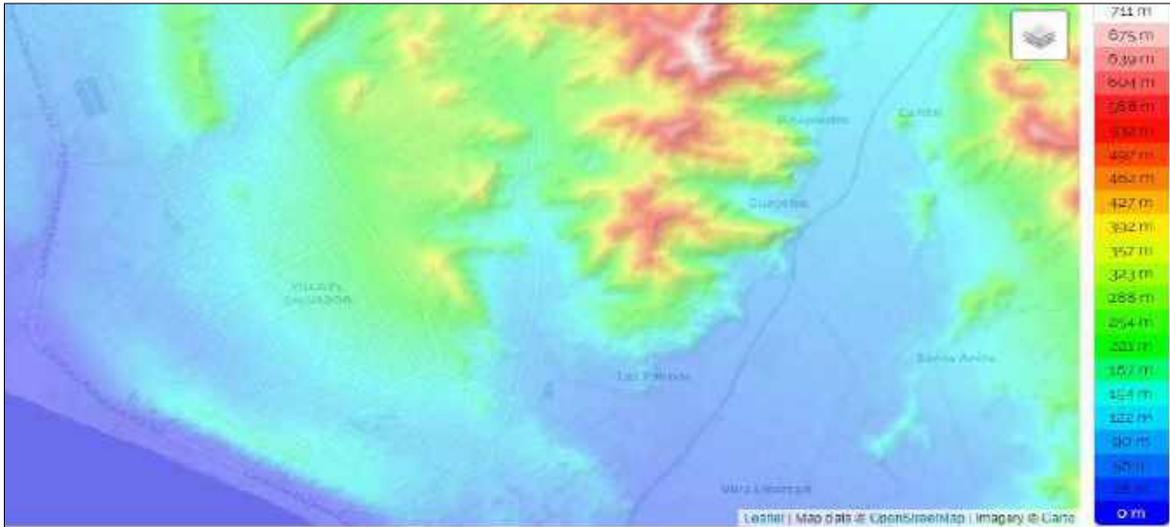


Imagen 03: plano de relieve, fuente: Topographic- map.com.(2019).

Tsunami:

De acuerdo con el mapa del peligro sísmico y de tsunami, realizado por PREDES en el año (2009), el sector bajo de Lomo de Corvina, se encuentra potencialmente expuesto ante una posible inundación por tsunami, con olas promedio de 6 metros de altura.

Plano de inundación en caso de tsunami playa de Villa el Salvador

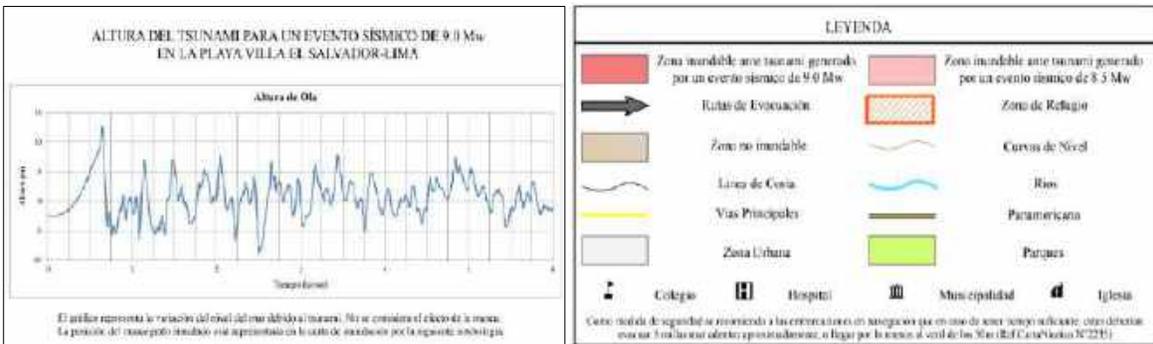


Imagen 04: plano tsunami, fuente: Direccion de Hidrografia y Navegacion Departamento de Oceanografia (2019).

Sismicidad:

INDECI ha calificado a el suelo de todo el distrito, como zona de riesgo III y IV para los casos de fuertes sismos o terremotos. De acuerdo a las características sísmicas de la costa, el distrito de Villa el Salvador, específicamente el sector de Lomo de

Corvina, está ubicado en una zona altamente sísmica, que, ante un movimiento sísmico se genera el potencial.

desencadenamiento de procesos geodinámicos tales como licuación de suelos, flujos secos y derrumbes. El más peligroso vendría a ser la licuefacción (comportamiento de suelos que estando sujetos a la acción de una fuerza externa adquieren la consistencia de un líquido pesado, siendo inducidos en gran parte por la actividad sísmica). De acuerdo a defensa civil, el asentamiento humano Lomo de corvina, ha sido clasificado como una zona de alto riesgo, pese a eso muchas familias viven décadas allí.

Plano de estimacion de riesgo en V.E.S

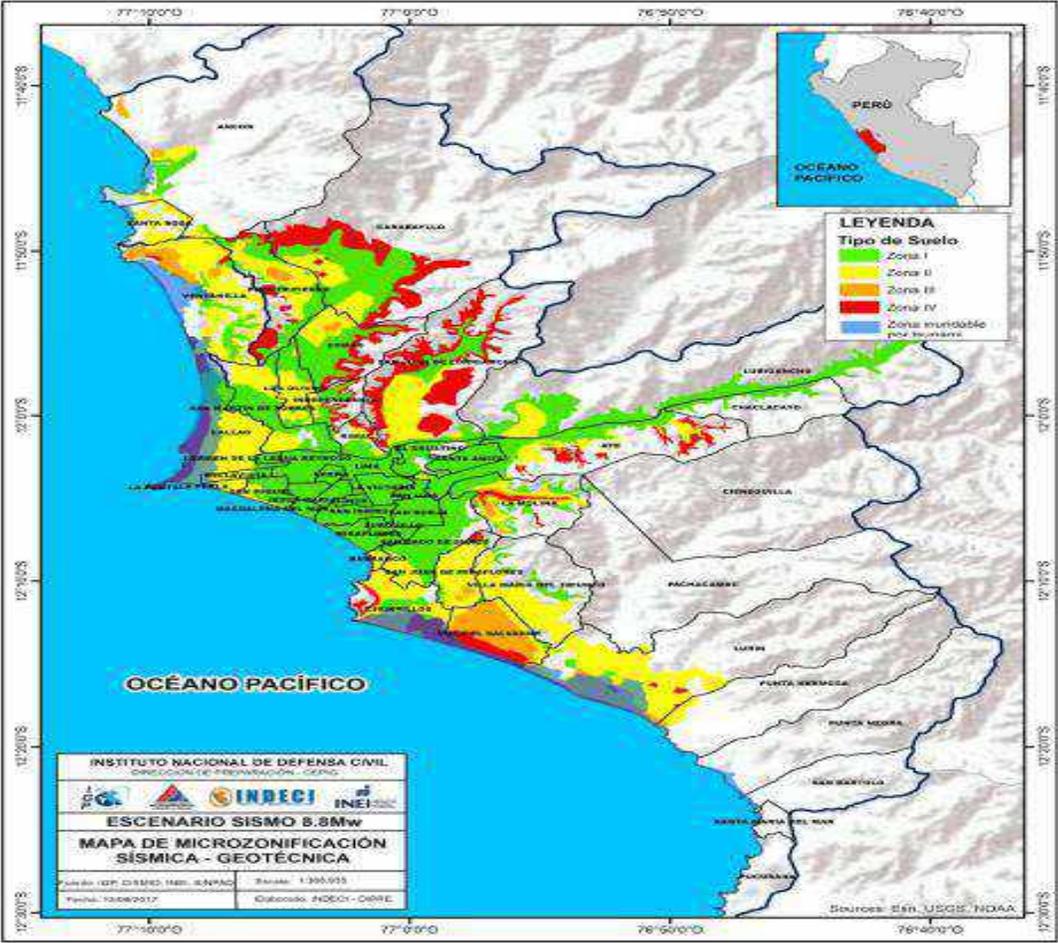
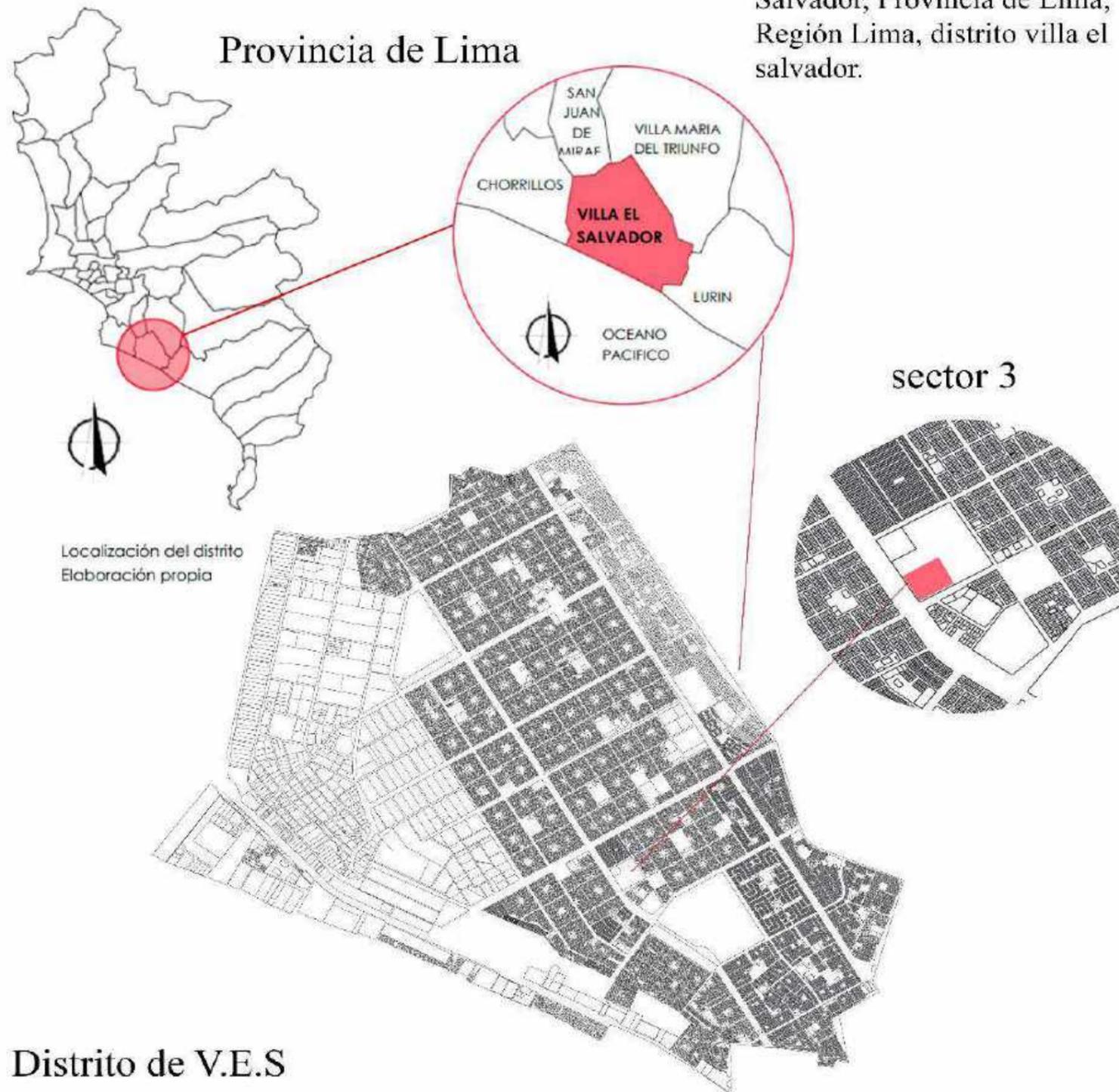


Imagen 05 : Tipo de Suelo de Lomo de Corvina se ubica en la Zona IV Fuente: INDECI (2017).

Ubicación geográfica

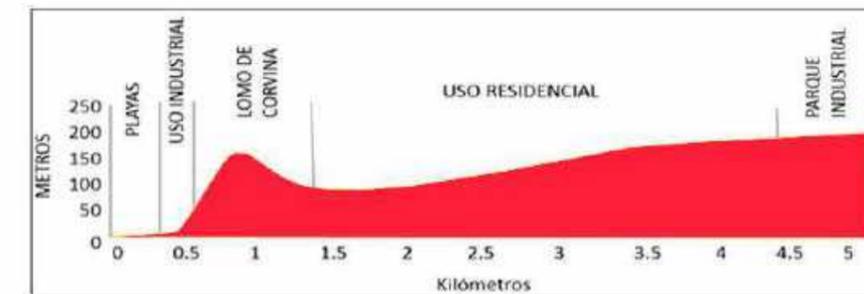
La propuesta está ubicada dentro del ámbito de influencia del distrito de Villa el Salvador, Provincia de Lima, Región Lima, distrito villa el salvador.



Localización del distrito
Elaboración propia

Distrito de V.E.S

Relieve



Latitud : 12° 12' 34"
Longitud : 76° 56' 08"
Altitud : Comprendida desde 0 a 180 msnm.
2. Tiene como límites:
Por el Norte : San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo.
Por el Sur : Lurín.
Por el Este : Villa María del Triunfo.
Por el Oeste : Chorrillos y el Océano Pacífico.

1.1.2 Estudio y definición del usuario

Características sociodemográficas

Población:

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el distrito de Villa el Salvador contiene una población de 482 027 según el último censo que se le realizó al país, pues el distrito tiene una tasa de crecimiento anual de 10 mil personas aproximadamente 2.5%, de los correspondientes el grupo con mayor población es la juventud de 20 y 24 años, con una cantidad de 46 768 habitantes jóvenes, seguido de la etapa de adolescentes de la edad de 15 a 19 con una cifra de 43 613 entre ambos sexos.

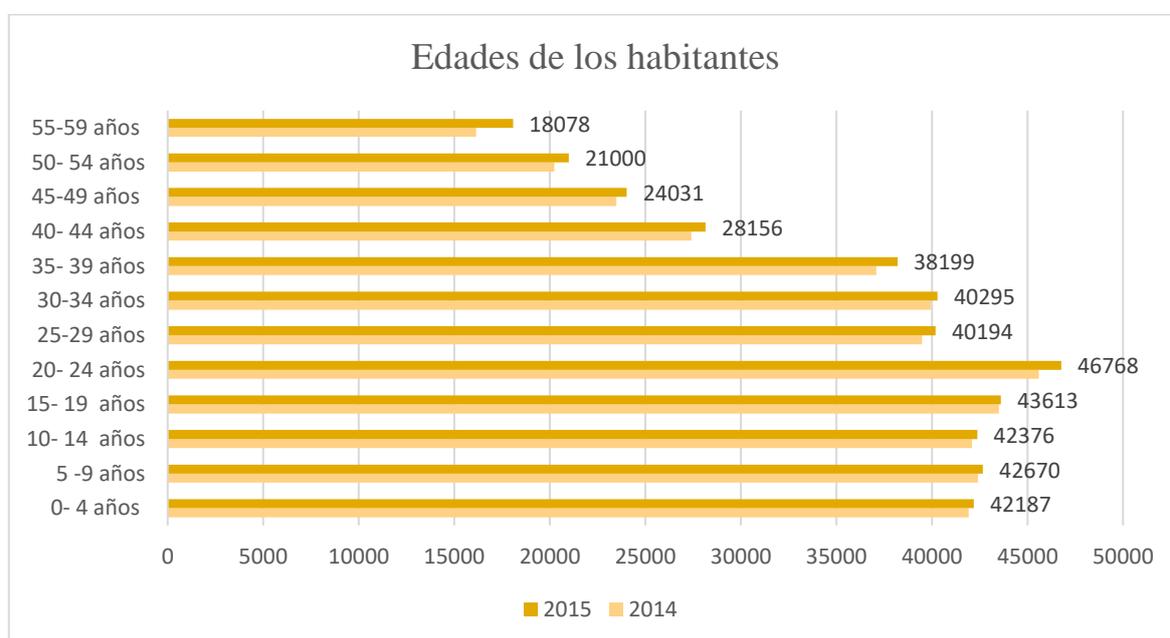


Figura 06 :cantidad poblacional por edades de V.E.S, elaboracion propia.(2019)

En la tabla superior se puede apreciar que la población crece progresivamente de acuerdo a las edades correspondientes que cada grupo tiene, la población joven es la que supera a los demás sectores.

Características socio-demográficas, económicas

Población económicamente activa:

Por otro lado, la población ocupada total es de 86.6% (440.149), es decir la población económicamente activa (PEA), de los cuales el 80.4% (38592), es la Población joven ocupada (POJ) de edades de 19 y 27 años de edad, según el plan de desarrollo distrital de Villa el Salvador.

Tabla de PEA de Villa el Salvador

Población económica activa (PEA)	Cantidad
(POT) población ocupada total	86.6% (44.149)
(PJO) población joven ocupada entre 19 y 27	80.4% (38592)

Tabla 02: población económica activa de V.E.S.(2017). Elaboración Propia.

donde la mayor concentración se da en la categoría empleado con 40,1% de los jóvenes, a este le sigue la categoría de trabajador independiente o autoempleado con un 25.6% y obreros con 25,0%.

Tabla de (PJO) Población Ocupada Joven de Villa el Salvador

Tipos de trabajo que ocupa la (PJO)	Cantidad
Empleados	40,1% (15475.0)
Trabajador independiente o autoempleo	25,6% (9879.5)
Obreros	25,0 % (9648)

Tabla 03: población joven ocupada de V.E.S.(2017). Elaboración Propia.

Se analizó las entidades para la que la población ocupada joven trabaja, donde se determinó dos categorías con mayor concentración un 68,6 % trabaja en empresas privadas, el 24,4% como trabajador independiente, mientras que el 2,9% trabaja en empresa pública y por último 2,9% trabaja en la administración pública.

Tabla de sectores de trabajo de (PJO) de Villa el Salvador

Sectores de trabajo	Cantidad
Empresas privadas	68,6% (26474.1)
Empresas Publicas	2,9% (1119.16)
Administración Publica	2,9% (1119.16)
Trabajo independiente	24,4% (9416.44)

Tabla 04: sectores de trabajo de la (PJO) de V.E.S.(2017). Elaboracion Propia.

Se puede apreciar en la tabla superior que el sector que más ocupa la población es en empresas privadas con un total de 68,6 % con una cantidad de (26474.1), seguido del trabajo independiente de 24, 4% (9416.44), mientras que las empresas públicas y de administración pública ocupan 5,8 %.

Cantidad de vivienda por sectores de Villa el Salvador

Peso porcentual del N° de viviendas por territorio		
Territorios	N° de viviendas	%
IV	14,046	20.76
I	10,734	15.87
II	9,699	14.34
III	8,791	12.99
VII	8,515	12.59
VI	6,920	10.23
V	4,644	6.86
VIII	3,102	4.59
IX	1,202	1.78
TOTAL	67,653	100.00
Fuente: Catastro y control urbano. Agosto 2012		

Tabla 05: cantidad de vivienda por habitantes, fuente Municipalidad de Villa el Salvador.(2016).

En la tabla superior se puede analizar que el sector con mas viviendas es el territorio IV con un total de 14,046 (20.76%) de viviendas, seguido de el territorio I con un total de 10,734 (15.87%) el territorio II con una cantidad de viviendas de 9,699 (14.34%), hasta llegar al territorio III con una cantidad de viviendas de 8,791(12.99%)

Territorio 4					
Sector 4, Urbanización Pachacamac: Etapas 1,2,3,4		Territorio 1			
Parcela 3-A y parcela 3-C		Sector 1, Grupos: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25.		Territorio 2	
Asentamientos humanos del Grupo Residencial G: A.H. Señor de los Mi9lagros, A.H Quebrada Nuevo Horizonte, A.H Príncipe de Asturias Grupo D, A.H. Príncipe de Asturias Ampliación Grupo D, etc.		Sector 8: asociaciones vecinales (Los Balcones de Villa, Las Praderas de Villa, A.H. Villa Unión, etc.)		Sector 2, Grupos: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25.	
				Territorio 3	
				Sector 3, Grupos: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25.	

Tabla 06: sectores de trabajo de la (PJO) de V.E.S.(2017). Elaboracion Propia.

En los cuadros superiores se puede apreciar que el territorio IV, alberga 4 etapas 1,2,3,4, mientras que el territorio I alberga el sector 1 del grupo del (1 al 25), el territorio II (sector 2 compuesto de 25 grupos y el territorio 3 (sector 3, compuesto de 25 grupos)

Ingreso per capital por hogares

Nivel	Ingreso pre capital p/hogar (Soles)	Hogares	Manzanas
Medio Alto	1 330,10 – 2920,19	105	17
Medio	899,00 – 1 330,09	24 194	802
Medio Bajo	575,70 - 898,99	49 231	1 836
Bajo	Menor de 575,69	9 305	558
	Total	82 835	3 213

Tabla 07: ingreso percapita por hogares, fuente: Municipalidad de Villa el Salvador
Elaboracion Propia.

Según el INEI, en el distrito de Villa el Salvador se puede encontrar niveles socioeconómicos medios, ya que el distrito aun no alcanza el nivel económico alto, estos son medio alto, medio, medio bajo y bajo, en base a esto se puede decir que la clase socioeconómica predominante es la media baja con un total de 49231 de hogares que abarcan 1836 manzanas. Según el censo del 2016 el ingreso promedio de estos hogares es de un aproximado de 575,70 _ 898,99 soles, que no llegan a superar el sueldo mínimo, mientras que los egresos ´de un hogar por lo general, llegan a superar estos montos.

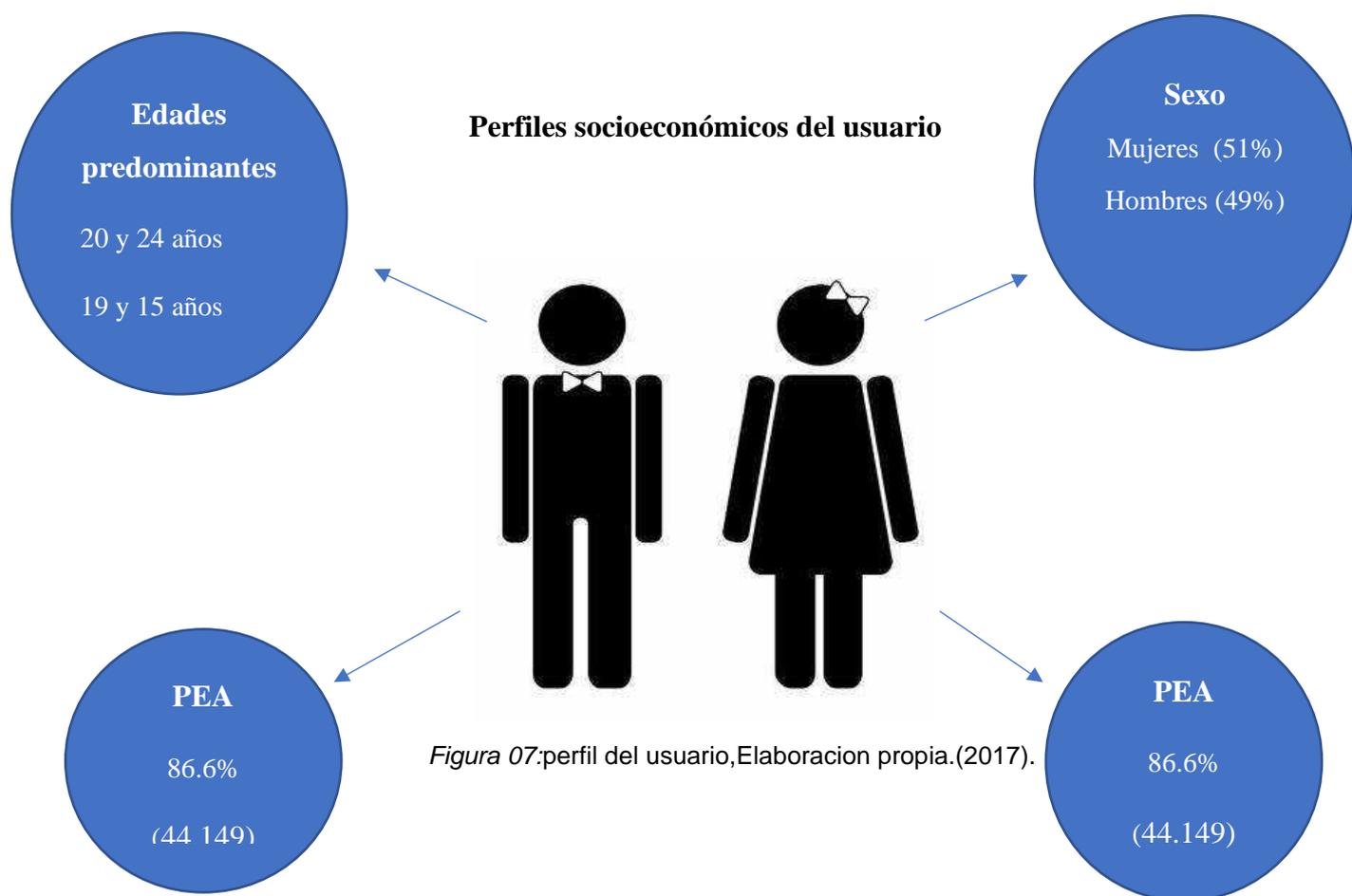


Figura 07:perfil del usuario,Elaboracion propia.(2017).

En la figura superior se puede observar que la población total es de 508,256, de las cuales el 51% de la población lo conforma la población femenina y el 49% los hombres. Mientras que la mayor población tiene edades entre 20 y 24 años, seguido de la edad adolescente de edades 15 y 19 años, en tercer lugar, lo ocupa las edades

de etapa mayor de 30 y 34 años de edad. Por otro lado, la población económica activa es de (86.6%)

1.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA ARQUITECTONICA

1.2.1 Objetivo General

Desarrollar una propuesta arquitectónica a partir de la realidad problemática, la metodología aplicada, los lineamientos y criterios de intervención y la necesidad del mismo sector, siendo este el primer mercado de abastos tipo B Municipal con espacios didácticos, donde se pueda desarrollar actividades culturales y comunales, para la integración de la comunidad y la repotenciación del sector de Villa el Salvador.

1.2.2 Objetivos específicos

- Desarrollar el primer mercado de abastos tipo B de dominio municipal, con espacios didácticos para el desarrollo de diferentes actividades culturales tales como plataformas y plazas, con el fin de integrar al sector y promover el comercio local, generando una nueva tipología de mercado municipal
- Desarrollar espacios comunales y espacios de recreación, para el uso de la comunidad, tales como sala de eventos, áreas infantiles, espacios multiusos, áreas verdes, anfiteatros y bulevares.
- Generar espacios amplios, manejando el vacío y la espacialidad para un mejor desarrollo de las actividades comerciales que se llevaran a cabo dentro del mercado, con el fin de generar comodidad entre el consumidor y el comerciante, así mismo se potenciara, las actividades económicas que se realicen dentro y fuera del equipamiento

1.3 Aspectos generales

Estudio del Terreno – Contextualización del Lugar:

Mediante la investigación que se llevó a cabo, se plantea un mercado un mercado de abastos Municipal, siendo el primer mercado de abastos Municipal del distrito, este proyecto busca mejorar la calidad de servicios comerciales como lo es un mercado de abastecimiento de productos de primera necesidad, mediante un mejor control de calidad y de infraestructura, de acuerdo a lo analizado el distrito de villa el salvador aún tiene un déficit de desarrollo arquitectónico en la infraestructura de los equipamientos comerciales . Por ello, se analiza tres propuestas de terrenos tentativos dentro del distrito de V.E.S. para ello se tomó en cuenta varios factores, como la zonificación, topografía, suelo, tamaño, accesibilidad, entre otros.

1er terreno

Ubicación: av. arriba Perú con av. Agro industrial

Área: 10,931 m²

Perímetro: 420 ml



Figura 08. Vista area de terreno numero 1, fuente: google earth.

En la imagen superior se puede apreciar la vista área obtenida de la plataforma Google earth del primer terreno seleccionado, este terreno se encuentra ubicado en la avenida Arriba Perú con la avenida agro industrial, en el distrito de Villa el Salvador, cuenta con un área de diez mil novecientos treinta un metros cuadrados y cuatrocientos veinte metros lineales de perímetro, por otro lado, se puede ver que este terreno está dentro de la zonificación de comercio zonal, es decir que es factible desarrollar un equipamiento comercial, como un mercado de abastos municipal dentro del terreno número uno seleccionado.

2do terreno

Ubicación: av. Lima

Área: 9, 780 m²

Perímetro: 426 ml



Figura 09. Vista area de terreno numero 2, fuente: google earth.

En la imagen superior se puede observar la vista área del terreno número dos, la imagen fue obtenida de la plataforma Google earth, este terreno se encuentra ubicado en la avenida Lima limitando con el distrito de Villa María del Triunfo, pero siendo dominio del distrito de villa el salvador, el terreno tiene un área de nueve mil setecientos ochenta metros cuadrados y un perímetro de cuatrocientos veintiséis metros lineales, por otro lado el terreno se encuentra zonificado como comercio zonal, siendo factible poder desarrollar la propuesta de equipamiento comercial, como lo es el mercado de abastos municipal, dentro de este terreno.

3er terreno

Ubicación: Av. Pastor Sevilla, con Av. Talara

Área: 10,935 m²

Perímetro: 441 ml



Figura 10. Vista área de terreno numero 3, fuente: google earth.

En la imagen superior se puede observar la vista área del terreno número tres, la imagen fue obtenida de la plataforma de Google earth, este terreno está ubicado en la avenida Pastor Sevilla y la avenida Talara, siendo la avenida Pastor Sevilla, una vía de grandes dimensiones y una de las más importantes del distrito de Villa el Salvador. El terreno cuenta con área de diez mil novecientos treinta y cinco metros cuadrados, su perímetro es de cuatrocientos cuarenta y un metros lineales, respecto a su zonificación esta como otros usos, al ser un terreno de dominio municipal se puede elaborar un cambio de zonificación con fines de desarrollo para el distrito.

Criterios de selección del terreno

Luego de que se seleccionaran los tres terrenos tentativos se estableció criterios de selección para determinar un terreno factible para el equipamiento que se desea desarrollar. Para ser seleccionado se creó una matriz de selección con una valoración de malo (1), Regular (2), Bueno (3).

Los criterios que se plantearon para la selección del terreno son: tamaño, Ubicación, topografía, sismicidad, accesibilidad, infraestructura vial, infraestructura vial, infraestructura básica, zonificación, contaminación.

Matriz de selección de terreno

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	TERRENO N° 1	TERRENO N° 2	TERRENO N° 3
Tamaño	≤ 10000 m ²	3	1	3
Ubicación	Villa el Salvador	3	3	3
Topografía	Llana	1	2	2
Sismicidad	Peligro bajo	1	2	1
Accesibilidad	Movilidad urbana	2	2	3
Infraestructura vial	Pistas y veredas	1	2	3
Infraestructura básica	Agua, desagüe, luz, teléfono.	2	3	3
Zonificación	CZ	3	3	1
Contaminación	Aire, sonora y visual	2	1	2
Total		18	19	21

Tabla 08. matriz de selección de terreno, elaboración propia.

Luego de haber analizado los tres terrenos tentativos, se llegó a la conclusión de que se seleccionará al terreno número tres, pues obtuvo un puntaje total de veintiún puntos, seguido del terreno número dos con un puntaje de diez y nueve puntos en total, seguido del terreno número uno que obtuvo un total de diez y ocho puntos, siendo estos dos últimos descartados. El terreno número tres tiene aspectos que lo convierten en un buen predio, pues cuenta con una buena ubicación, accesibilidad, infraestructura vial, infraestructura básica y cumple con los 10000 mil metros cuadrados que se necesitan para desarrollar el equipamiento planteado.

1.3.2. Características del área de estudio (síntesis del análisis del terreno)

Aspectos climatológicos

El terreno tiene un clima desértico, este tiene como características ser subtropical, es semi cálido, es árido y nuboso en distintas épocas del año, con una temperatura media anual que varía entre los 15°C y 23° C, los valores extremos corresponden a las temporadas de Julio y febrero, con una nubosidad meda de 8 Octavos, la humedad puede variar entre 80 y 100 %, los vientos soplan durante el día, de norte a suroeste y durante la noche de suroeste a norte, la precipitación media es de 25 mm anuales. Los vientos tienen una velocidad promedio de 2 a 4 m/s.

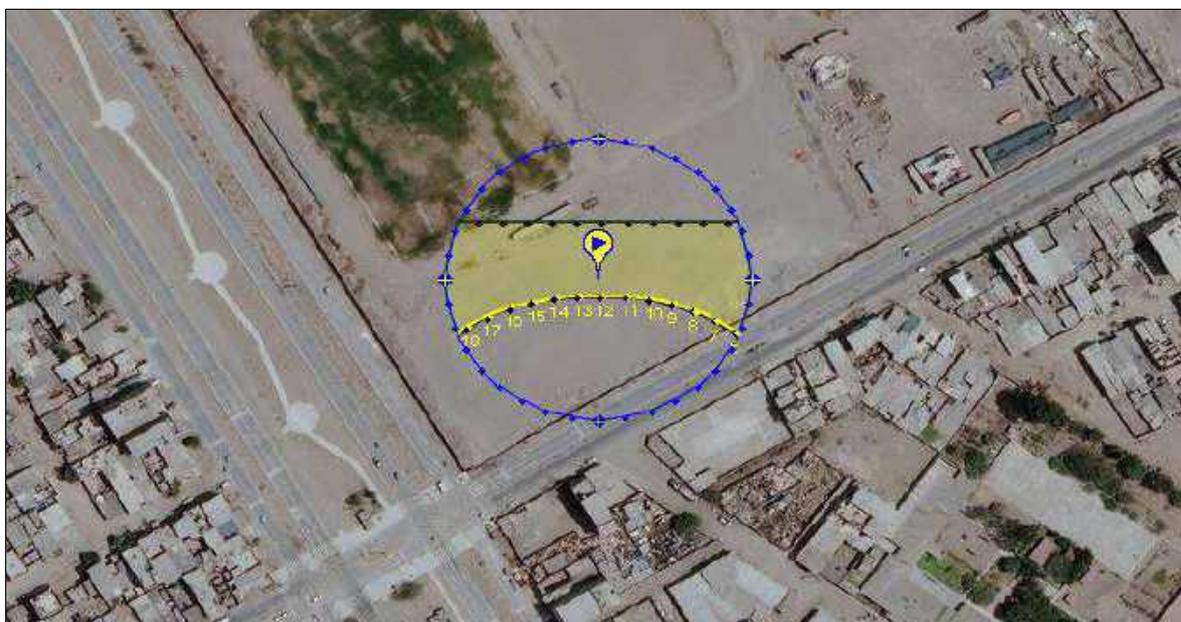


Figura 11. Estudio de asoleamiento fuente: Sunearth tools.com

Durante todo el año, la temperatura máxima se registró en enero, con una temperatura de 34.2 grados centígrados y como mínimo 18.4 grados centígrados, mientras que en el mes de julio la temperatura máxima es de 16.5 grados centígrados, mientras que en la madrugada la temperatura desciende a 0.1 grados centígrados.



Figura 12. Estudio de asoleamiento fuente: Sunearth tools.com

Mientras que los meses más lluviosos son los meses de junio y julio la precipitación (mm) es de 3 y 4, las fuertes lluvias ocasionan que las vías se llenen de agua pluviales, ocasionando aniegos, mientras que la nubosidad se presenta todos los días de la temporada de otoño, invierno.

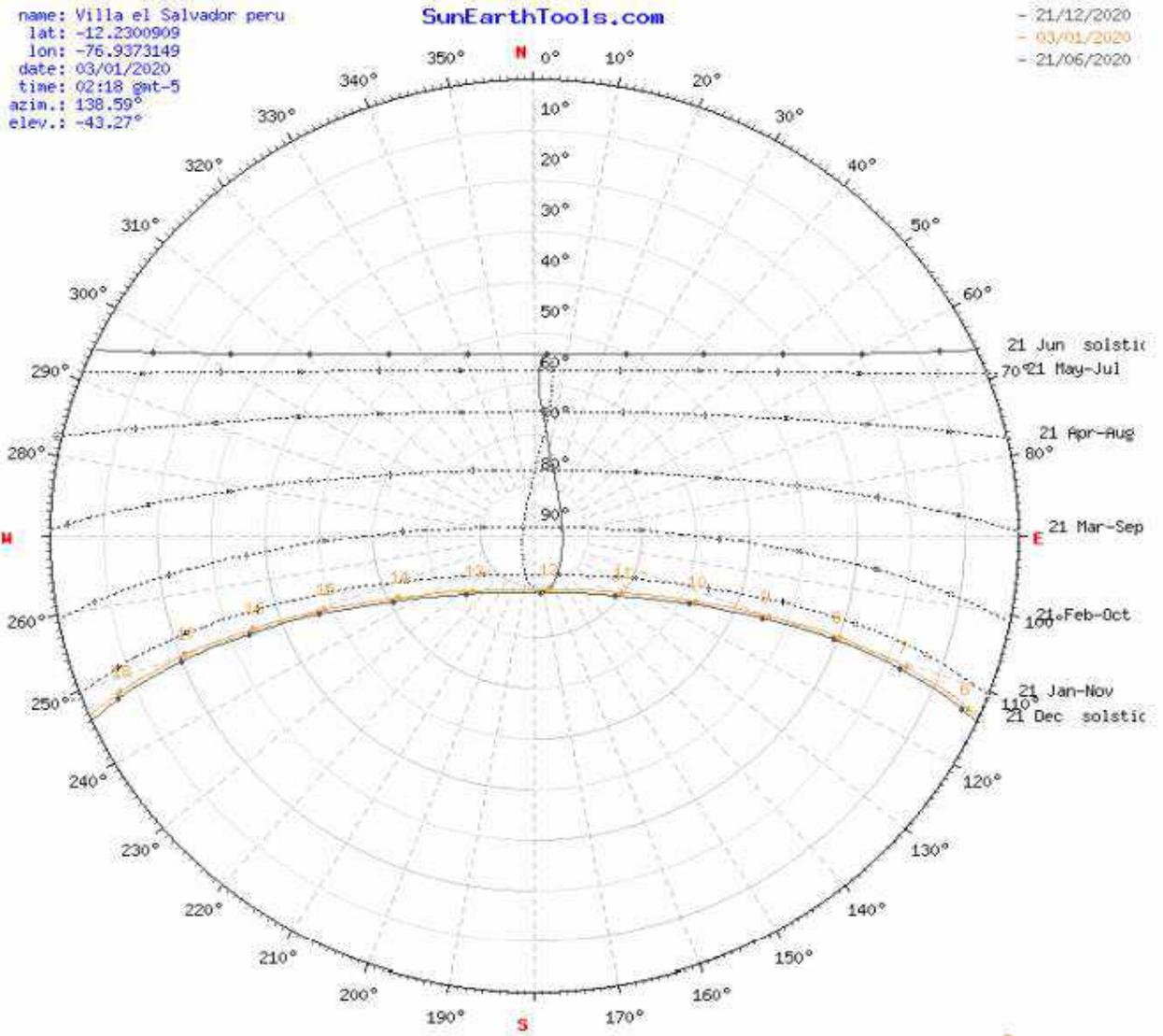


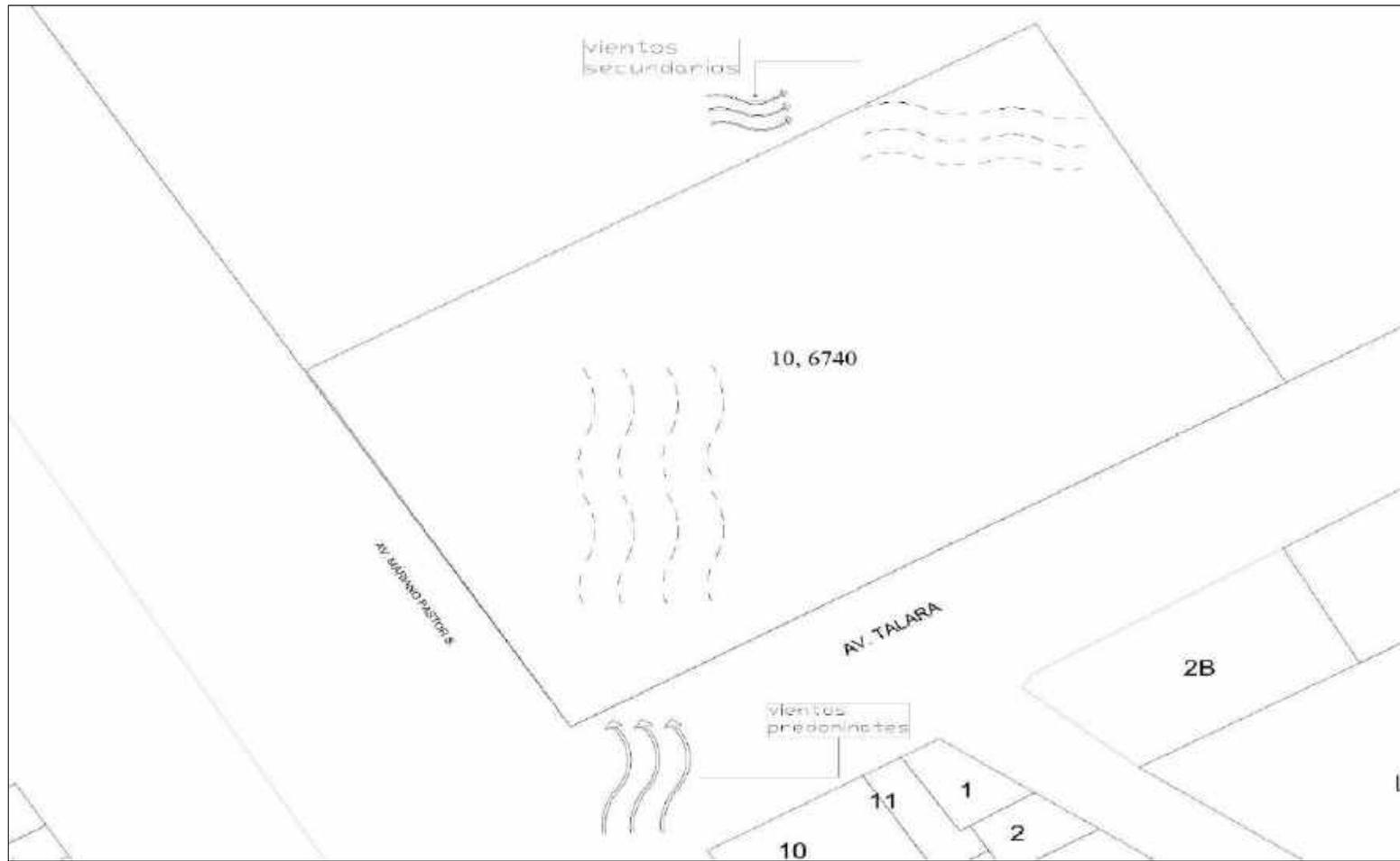
Figura 13. Estudio de asoleamiento fuente: Sunearth tools.com

El sol es evidentemente vertical, ligeramente inclinado hacia el norte, entre los meses de marzo y septiembre y relativamente inclinado hacia el sur en los meses de octubre y febrero.

En los meses de verano se tiene energía solar incidente diaria promedio de 5.5 kWh/m², durante los meses de otoño es de 5.0 kWh/m²; en los meses de invierno, 5.0 kWh/ m²

y en los meses de primavera, 6.0 kWh/m².

Plano de vientos



Condiciones del Terreno: topografía

Villa el Salvador

El distrito de Villa el Salvador es el 42º distrito de los 43 que componen la Provincia de Lima, Perú. Localizado en el área sur de Lima Metropolitana, limita al norte con el distrito de San Juan de Miraflores, al este con el distrito de Villa María del Triunfo, al sur con el distrito de Lurín y al oeste con el distrito de Chorrillos y con el Océano Pacífico.

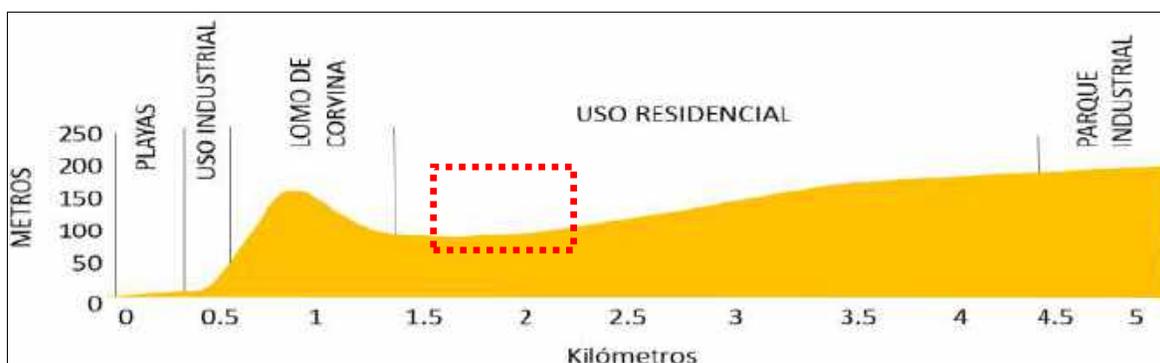


Figura 14. Perfil topográfico, fuente: INDECI

- Dirección: Avenida Pastor Sevilla, con avenida Talara, 15836
- Sector: 8, grupo 30
- Distrito: Villa el Salvador
- Departamento: Lima
- Provincia: Lima



Figura 15. Vista aerea del terreno fuente: google earth

Ubicación del terreno:

El terreno se encuentra ubicado en el sector 8, grupo 30, dentro del distrito de Villa el Salvador, entre las avenidas Pastor Sevilla, con la avenida Talara, ruta de la “C”, cuenta con un area de 10, 674. mil metros cuadrados, limita con el complejo de liga de futbol.

Linderos y medidas perimetricas:

Por el norte limita con: la liga de futbol de V.E.S



Figura 16. Vista aerea de la liga de futbol de V.E.S . fuente: google earth

Por el sur limita con: La avenida Talara



Figura 17. Avenida Talara V.E.S. fuente: google earth

Por el este limita con: la liga de futbol de V.E.S



Figura 18. Vista de liga de futbol V.E.S. fuente: google earth

Por el oeste limita con: La avenida Mariano Pastor Sevilla



Figura 19. Avenida Mareategui V.E.S. fuente: google earth

Por el frente: 81.118 ml

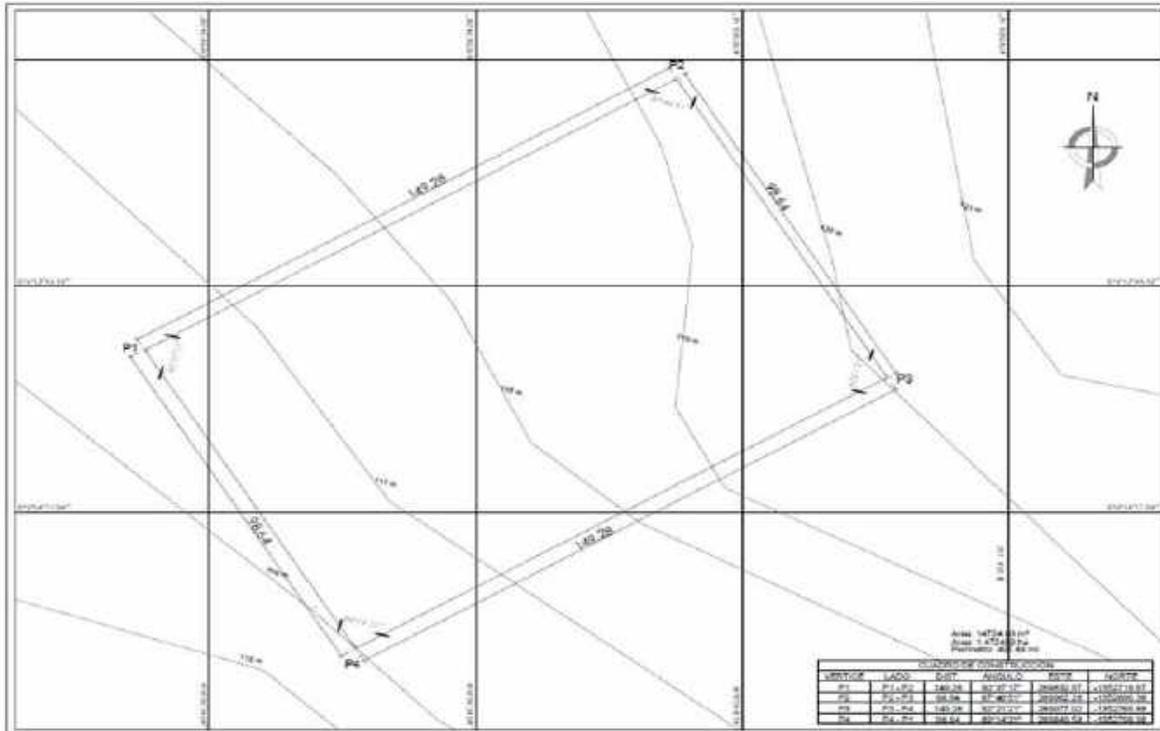
Por el fondo: 80.862 ml

Por la derecha: 130.76 ml

Por el lado izquierda: 132.92 ml

Topografía

La topografía del terreno



Servicios Básicos:

Electricidad y Alumbrado Público:

El área del terreno, cuenta con fácil acceso a electricidad, además tiene alumbrado público en sus alrededores, la empresa encargada de brindar el servicio es Luz del Sur.

Agua y Alcantarillado:

Villa el Salvador cuenta con servicios de agua y alcantarillado, que cuentan con la administración de la empresa SEDAPAL, y la fuente principal de donde se genera el abastecimiento de agua potable es del río Rímac.

De donde sus caudales tienen una variación en el mes de setiembre, ya que es de 15,2 m³/s y en el mes de febrero, es de 66,2 m³/s en esta época se presentan precipitaciones en la parte de la sierra del Perú.

Telefonía Fija, Móvil e Internet:

El terreno designado cuenta con servicios de telefonía móvil y fija, ya que las empresas que brindan este servicio, ya que cuentan con antenas de radio frecuencia dentro cerca de la zona, entre ellas la empresa movistar, claro, Bitel, Entel, entre otros.

Referencias geotécnicas:

INDECI ha calificado a el suelo de todo el distrito, como zona de riesgo III y IV para los casos de fuertes sismos o terremotos. De acuerdo a las características sísmicas de la costa, el distrito de Villa el Salvador, específicamente el sector de Lomo de Corvina, está ubicado en una zona altamente sísmica, que, ante un movimiento sísmico se genera el potencial desencadenamiento de procesos geodinámicos tales como licuación de suelos, flujos secos y derrumbes. El más peligroso vendría a ser la licuefacción (comportamiento de suelos que estando sujetos a la acción de una fuerza externa adquieren la consistencia de un líquido pesado, siendo inducidos en gran parte por la actividad sísmica). De acuerdo a defensa civil, el asentamiento humano Lomo de corvina, ha sido clasificado como una zona de alto riesgo, pese a eso muchas familias viven décadas allí.

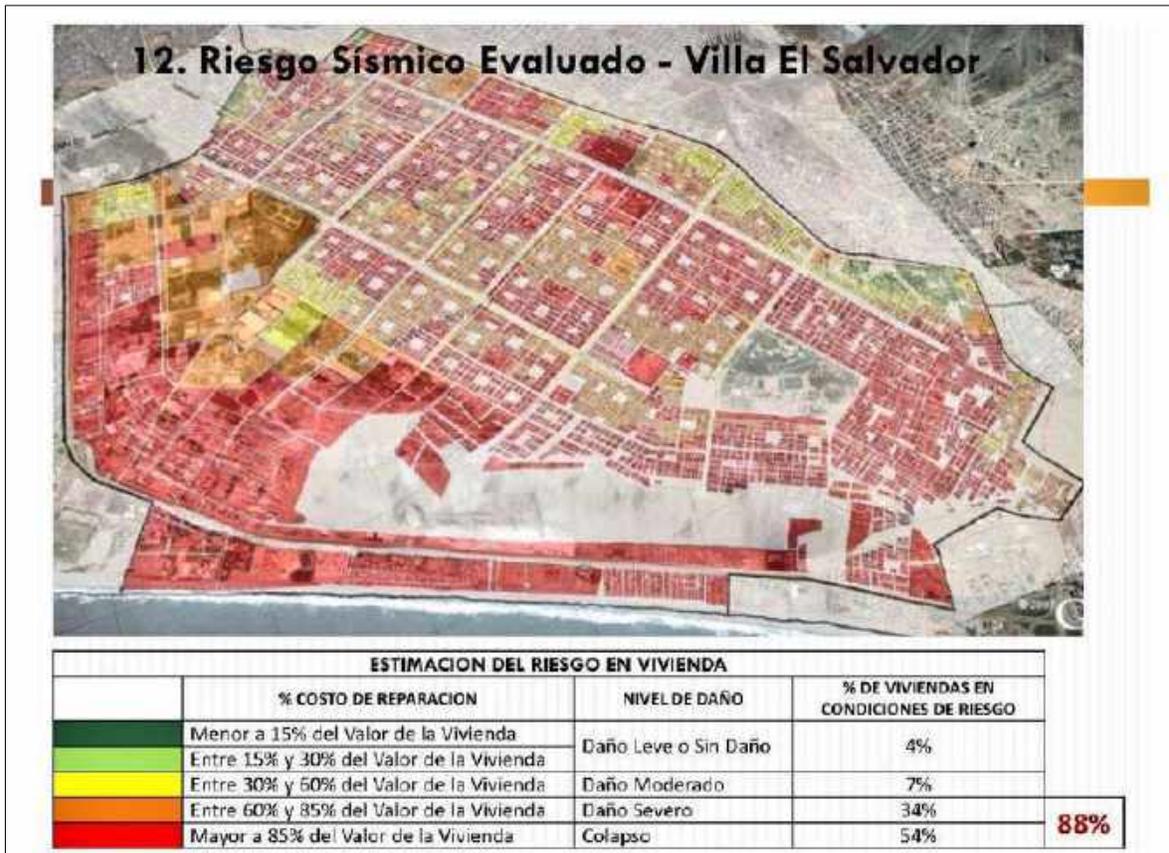


Figura 20. Plano de riesgo, fuente INDECI.

Zonificación y usos de suelo:

El terreno donde se encontrará ubicado el proyecto este situado en una zona de otros usos, según el certificado de parámetros de la municipalidad distrital se puede, construir equipamientos referidos a la administración pública, prestación de servicios a la comunidad en general, equipamientos culturales y complementarios. Parte del proyecto representa ello, pues el mercado de abastos municipal distrital será de carácter público y de dominio distrital, a la vez contará con servicios culturales, como también contará con un parque y este será usado con fines culturales.

1.3.3 análisis del entorno:

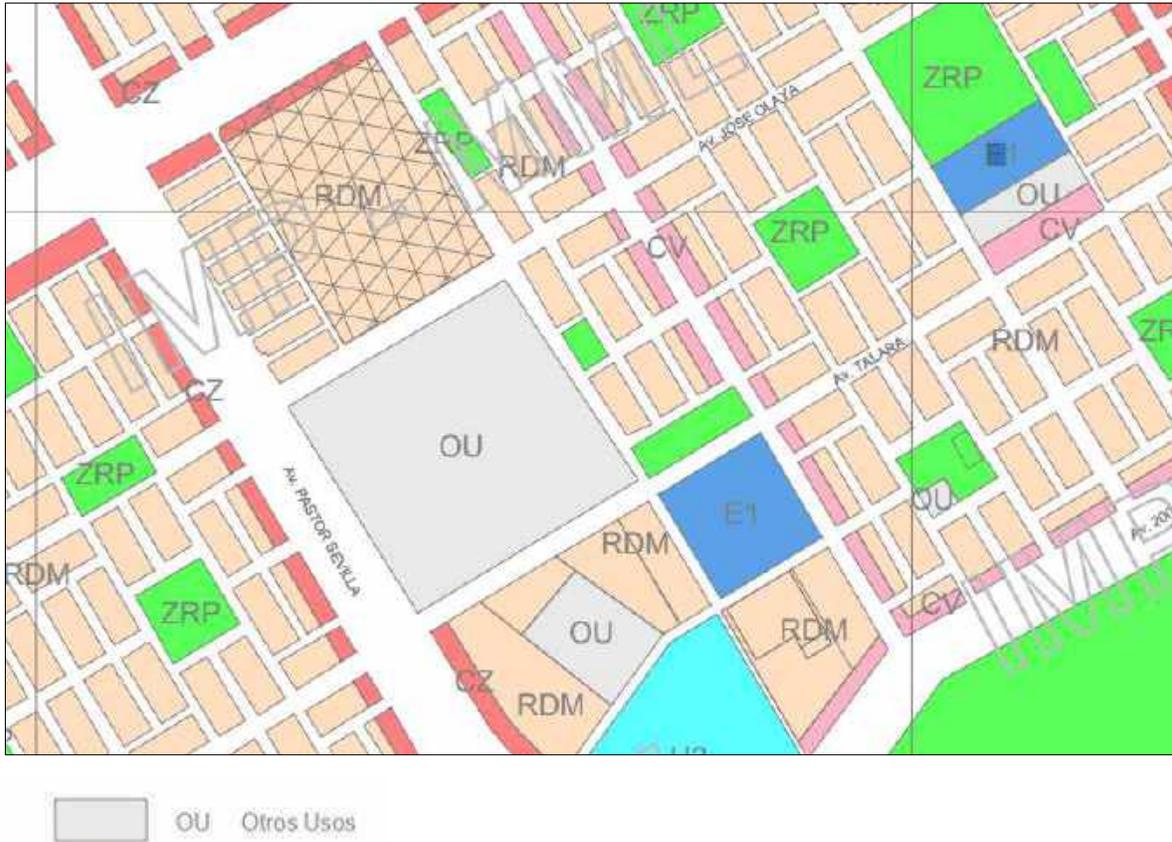


Figura 21. Plano de zonificación, fuente: Municipalidad de Villa el salvador

1.3.3 análisis del entorno:

Se hizo un análisis del entorno para conocer las fortalezas y debilidades del terreno

Y de esta manera poder potenciar las cualidades.

ENTORNO DEL TERRENO

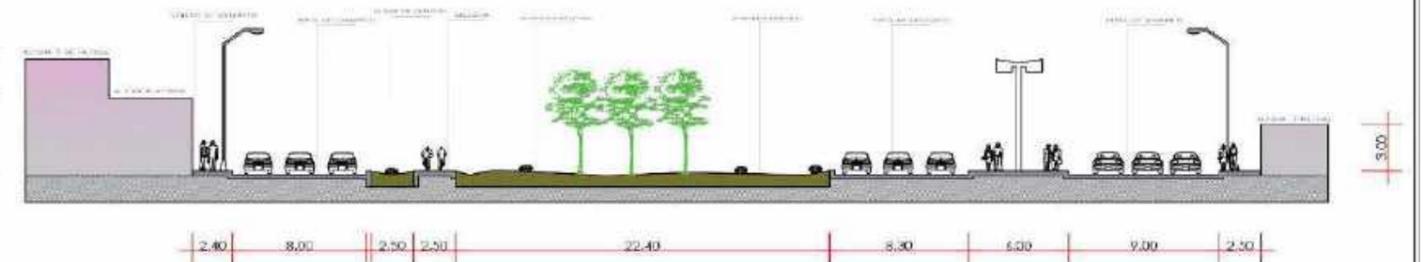
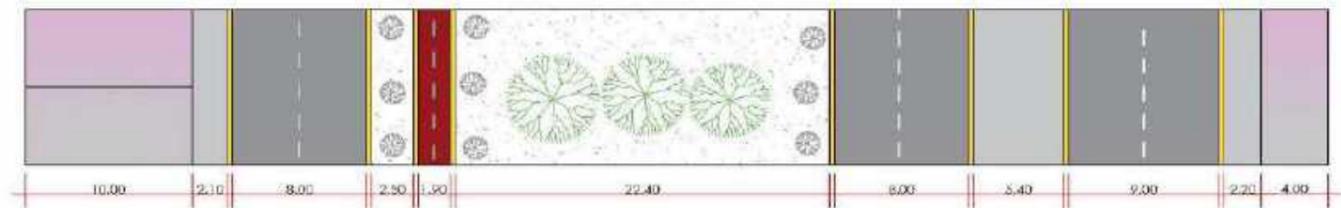
PLANO DE UBICACIÓN
ESD: 1/1.500



ENTORNO INMEDIATO

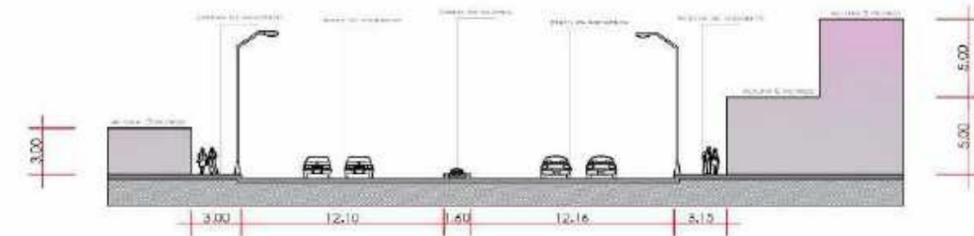
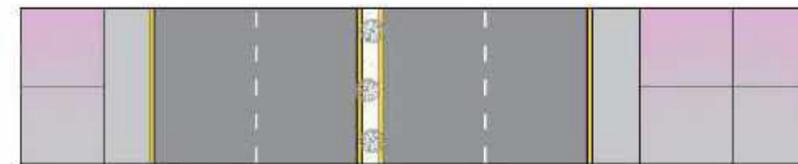


AVENIDA PASTOR SEVILLA



SECCIÓN A-A

AVENIDA TALARA

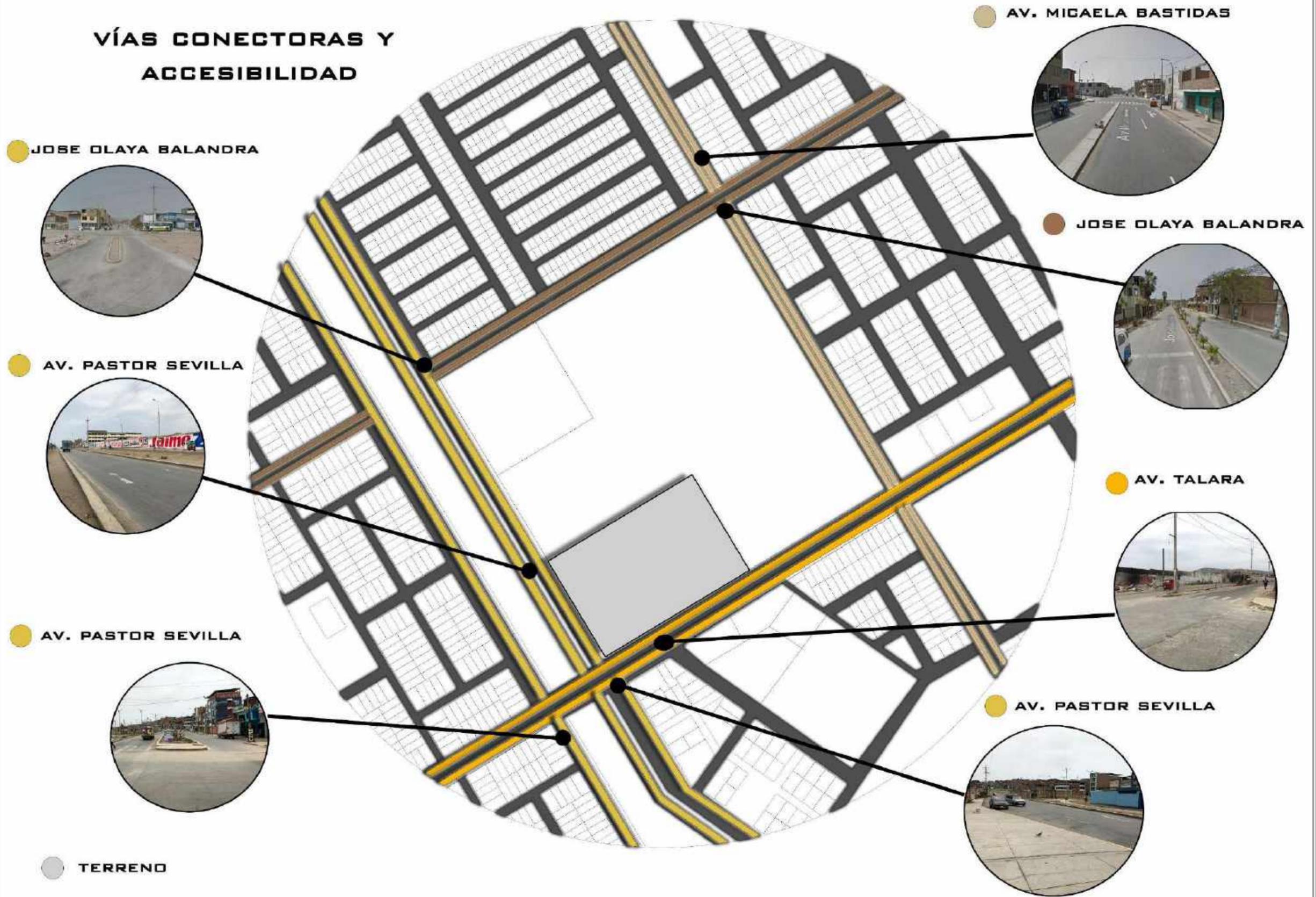


SECCIÓN B-B'

LEYENDA

 VIVIENDA DE 3 A 10 METROS

VÍAS CONECTORAS Y ACCESIBILIDAD



EQUIPAMIENTOS DEL SECTOR



COLEGIOS



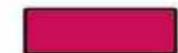
COMERCIO



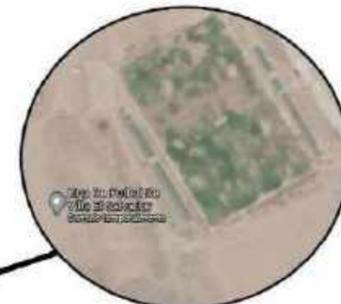
ALAMEDA



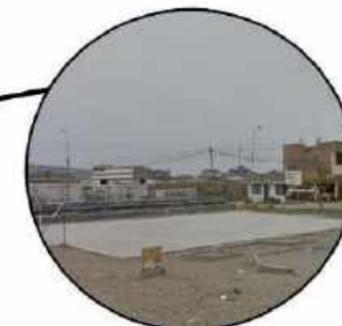
TERRENO



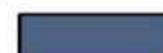
JARDIN INFANTIL



CANCHAS



PARQUES



HOSPITAL



1.3.4 estudio de casos análogos

Se tomo como referencia 2 mercados de abastos municipales internacionales, pues estos cuentan con zonas requeridas completas y están correctamente zonificados, además de tener una infraestructura moderna y bien desarrollados, Por otro lado, estos mercados cuentan con parques de usos múltiples, donde se desarrollan actividades culturales y ferias relacionadas a la interacción social del usuario.

Mercado Municipal Manlleu (España Barcelona 2011)

El proyecto a analizar se encuentra ubicado en Barcelona España, es de dominio distrital, fue construido en el 2011, su volumetría está compuesta por madera, y estructura metálica, la luz se filtra a través de las separaciones de madera de la fachada, cuenta con un área de estacionamiento de 62 estacionamientos y de un área de 13,90 m² de estacionamiento, al aire libre. Otra de las características del equipamiento es que cuenta con un parque de usos múltiples, donde se desarrollan ferias y diferentes actividades culturales, el parque cuenta con área de 2,726 m². El ingreso principal tiene acceso directo con el parque. El proyecto responde a necesidades de integración y revalorización del entorno que lo rodea. La fachada logra entonar y encajar con el entorno del lugar donde se emplaza el equipamiento.

Estructura:

Para su construcción se ha utilizado el sistema constructivo semi industrializado de construcción en seco, esto con el fin de cumplir los cortos plazos de construcción (8 meses), y minimizar los residuos: estructura metálica, paneles de sándwich de madera, fachada y cubierta de zinc, interiores de paneles de OBS. Los materiales tienen acabado natural (zinc y madera)



Figura 22: interior del mercado Municipal Manlleu, fuente: ArcDaily.com.(2020).

El interior del mercado cuenta con puestos zonificados de acuerdo a los productos que se ofrece dentro, por otro lado se puede observar que los puestos cuenta con dimensiones similares en cuanto a las alturas y fachadas de los puestos, se usan vitrinas y estanterias para ofrecer los productos.



Figura 23 : interior del mercado Municipal Manlleu, fuente: ArcDaily.com.(2020).

Características del Proyecto

Datos Generales	
Estudio	Comas-Pont Architects
Arquitecto	Jordi Comas y Anna Pont
Ubicación	08560, Barcelona España
Área del terreno	2187.00 M2
Área Construida	1689.10 M2
Año del proyecto	2011
Año de Construcción	2011

Tabla 09: Datos generales del proyecto, Elaboracion Propia. (2020).

Zona del mercado

Esta zona se encuentra dentro de la zona publica y la zona privada, esta cuenta con una sola plataforma, donde se ubican los diversos productos que brinda el mercado.

Espacio	Area	M2 por persona	aforo
Puestos varios	1795	2.00	897
Total Área	1795 m2	Total Aforo	897

Tabla 10: Zona del mercado, Elaboracion Propia. (2020).

Zona Privada

Se ubica en el lado izquierdo del mercado, se encuentra en dos niveles, el segundo cuenta con doble altura, la cual tiene vista en en toda su amplitud a la zona del mercado.

Espacio	Área	M2 por persona	Aforo
Carga y descarga	185 m2	16	11
Cámara Frigoríficas	420 m2	10	42
Cámaras de Residuos	43 m2	10	4

Cuarto de máquinas 01	62 m2	10	6
Limpieza	32m2	10	3
SS. HH del personal	57 m2	6 unid.	6
Almacenes	88 m2	10	8
Cuarto de máquinas 02	51 m2	10	5
Cuarto de mantenimiento	35 m2	10	3
Área Total	973 m2	aforo total	88

Tabla 11 : areas de la zona privada, Elaboracion Propia. (2020).

Zona publica

Esta zona se encuentra a un nivel mas bajo al lado derecho del mercado, donde se puede apreciar al mercado ya que este cuenta de doble altura.

Espacio	Area	M2 por persona	Aforo
Restaurante	300 m2	1.50	200
SS.HH	50 m2	6. unid	6
Cafetería	125 m2	1.50	83
Asociación de vecinos	97 m2	9.50	10
Sala de actividades	105	9.50	11
Total área	677 m2	Total aforo	310

Tabla 12: Zona Publica, Elaboracion Propia. (2020).

Área de aforo

MERCADO MANLLEU				
	Espacio	Área	M2 por persona	Aforo
1er nivel	Restaurante	300 m2	1.50	200
	SS. HH Publico	50 m2	6 unid.	6
	Cafetería	125 m2	1.50	83
	Puestos Varios	1795 m2	2.00	897

	Carga y descarga	185 m2	16	11
	Cámara Frigoríficas	420 m2	10	42

	Cámaras de residuo	43 m2	10	4
	Cuarto de Máquinas 01	62 m2	10	6
	Limpieza	32 m2	10	3
	Área total	3,012	63	1252

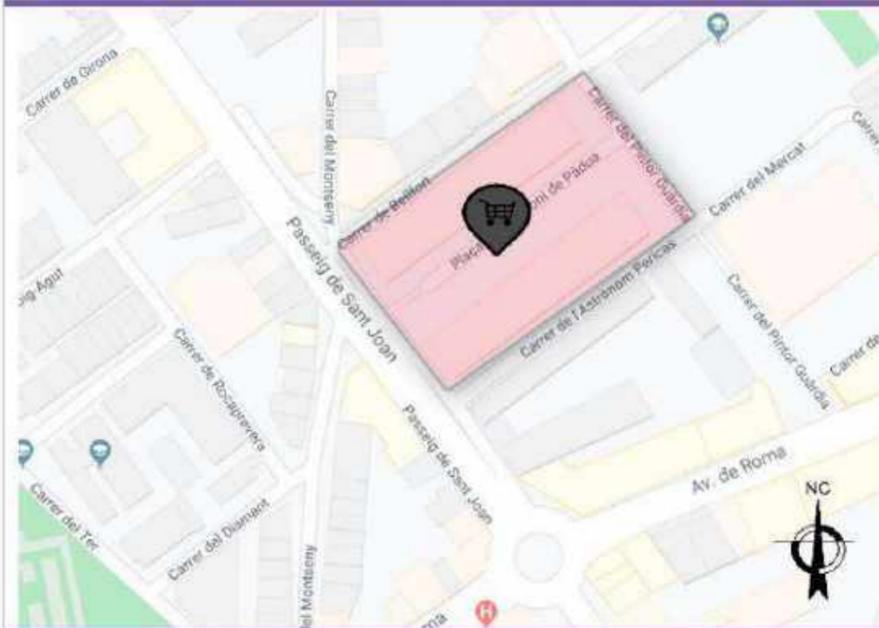
Tabla 13: areas del primer nivel, Elaboracion Propia. (2020).

Conclusiones:

Este proyecto al ser una construcción nueva (2011) cuenta con instalaciones modernas, se localiza dentro de una gran plaza que interactúa con el entorno. Por otro lado, la edificación cuenta con 3 zonas bien definidas: la zona del mercado, donde se encuentran las galerías con los productos en exhibición, pues esta zona cuenta con una circulación amplia, limpia y libre, la edificación cuenta con doble altura, se proyecta en medio de la zona pública y privada. El segundo bloque contiene tintes mediterráneos: pues la zona de ventas alberga un amplio espacio diáfano, pues la luz es la protagonista principal, una luz controlada cernida a través del sistema de lamas de madera colocadas en la fachada y como cobertura interior paneles de virutas de madera (OSB).

Del sistema constructivo se puede rescatar que cumple con muchas funciones, como la limpieza y rapidez que demanda cada proyecto, pues los tableros de OSB, no ensucian y son rápidos para colocarlos.

Mercado Municipal Manlleu (Barcelona)



UBICACION



COMAS PONT ARQUITECTOS

ESPAÑA: BARCELONA

AÑO DE IGNAGURACIÓN: 2011

AREA DEL TERRENO: 1689.10 M2

LA ALTURA VARIABLE DEL EDIFICIO RESPONDE A LAS NECESIDADES CONCRETAS DEL PROGRAMA QUE ALBERGA EN SU INTERIOR : EL GRAN ESPACIO DE VENTA DE PRODUCTOS.

▶ Accesos

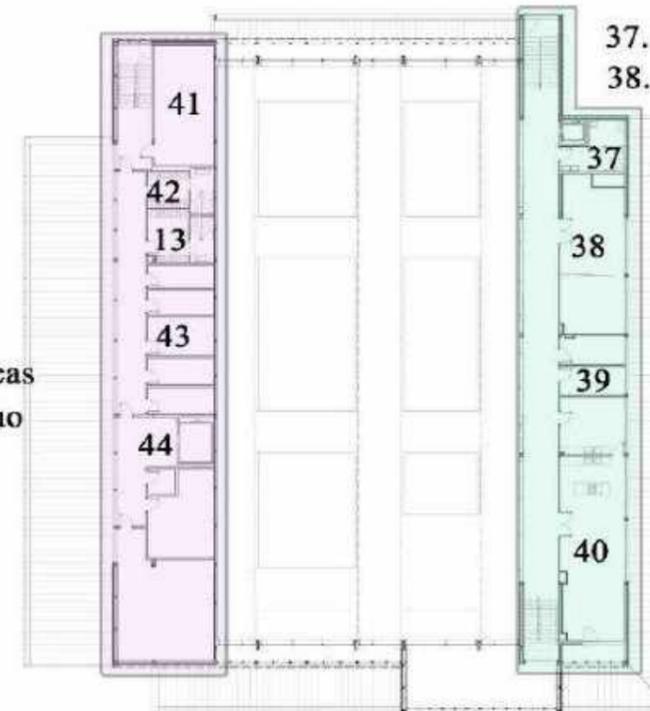
- ZONA PÚBLICA
- ZONA PRIVADA
- ESPACIO DE DOBLE ALTURA

PRIMER NIVEL



- 1. Restaurante
- 2. Servicios
- 3. Cafetería
- 4.- 31. Paradas mercado
- 32. Muelle de carga
- 33. Cámaras frigoríficas
- 34. Cámaras de residuo
- 35. Instalaciones
- 36. Limpieza

SEGUNDO NIVEL



- 37. Servicios
- 38. Asociación de vecinos
- 39. Almacenes
- 40. Sala de actividades
- 41. instalaciones
- 42. vestuarios
- 43. Almacenes
- 44. Obradores

ADAPTACIÓN AL ENTORNO



LEYENDA

- ESTACIONAMIENTO
- PARQUE DE USOS MÚLTIPLES 2,726 M²
- ZONA PEATONAL
- ACCESO Y ZONA DE DESCARGA 915 M²
- ESTACIONAMIENTO
- BERMA

Nº DE ESTACIONAMIENTOS 62 AUTOS

AREA: 1,390 M²



FACHADA NORTE



FACHADA OESTE



FACHADA ESTE



FACHADA SUR

Mercado La Barceloneta (España Barcelona 2007)

El mercado La Barceloneta se encuentra en las zonas costeras de Barcelona, España; y es considerado como uno de los mercados centenarios de España, debido a que se fundó en 1984. Pero en el 2017 gracias a la compañía Mias Arquitectos se pudo remodelar contando con una dimensión de 5200m² de 3 niveles, que junto a ello lo acompaña una gran plaza llamada Sant Miquel, que da paso hacia su ingreso principal. Este proyecto nació con la idea de conocer e identificar las sensaciones que daba el equipamiento en el lugar, en como mejoraba la relación social de las personas y que cualidades mostraba al llevarse a cabo. El mercado innova con la colocación de una estructura metálica como parte del recubrimiento en toda el área, dándole presencia y diferencia. Otras de sus nuevas características que

implementaron fue el aparcamiento, el alcantarillado y el alumbrado, por el lado interno, posee ascensores, montacargas, áreas para productos marítimos, productos cárnicos, frutas y verduras, legumbres, establecimientos no alimenticios, bares y restaurantes.

Estructura:

Es el primer mercado de Barcelona que en sus estructuras metálicas cuenta con placas solares fotovoltaicas, la cual generan 30 kilovatios por hora, desarrollando el 40% de energía que suele usar a diario el mercado.



Figura 24: Exterior del mercado La Barceloneta fuente: ArchDaily.com.(2020).

Datos generales:

Datos Generales	
Estudio	Mias Arquitectos
Arquitecto	Josep Miás, Silvia Brandi, Adriana porta, María Chiara Ziliani, Andreu Canut, Carles Bou
Ubicación	Barcelona España
Área del terreno	5200 M2
Área Construida	4740 M2
Año del proyecto	2007
Año de Construcción	2007

Tabla 14: Elaboracion Propia. (2020).

Área de aforo:

MERCADO LA BARCELONETA				
	Espacio	Área	M2 por persona	Aforo
1er nivel	Área de venta (78 puestos)	500 m2	3.00	166
	Circulación entre puestos	800 m2	2.00	400
	Supermercado	550 m2	2.50	220
	Restaurantes (02)	350 m2	1.50	233
	Bares (02)	90 m2	1.50	60
	Baños públicos	35 m2	20 unid.	20
2do y 3er	Vestidores	25 m2	10 unid.	10
	Circulaciones	35 m2	2.00	17
	Servicio Supermercado	40 m2	2.00	20

nivel, sótano	Área administrativa	90 m2	9.50	9
	Área administrativa	25 m2	9.50	3
	Sótano servicio (Abastecimiento)	600 m2	10	60
	Estacionamiento	500 m2	10	50
Sótano 2	Sótano servicio (Abastecimiento)	600 m2	10	60
	Estacionamiento	500 m2	10	50
Total, área		4740 m2	Total, Aforo	1298

Tabla 15: Elaboracion Propia. (2020).

El mercado está distribuido en 4 zonas:

Zona de Servicios Complementarios

Espacio	Área	M2 por persona	Aforo
Supermercado	550 m2	2.50	220
Restaurantes (02)	350 m2	1.50	233
Bares (02)	90 m2	1.50	60
Total, Área	990 m2	Total, Aforo	513

Tabla 16: Elaboracion Propia. (2019).

Zona de Mercadeo

Espacio	Área	M2 por persona	Aforo
Área de venta (78 puestos)	500 m2	3.00	166
Circulación entre puestos	800 m2	2.00	400
Total, Área	1795 m2	Total, Aforo	897

Tabla 17: Elaboracion Propia. (2020)

Zona de Servicios Generales

Espacio	Área	M2 por persona	Aforo
Baños públicos	35 m2	20 unid.	20
Vestidores	25 m2	10 unid.	10
Sótano servicio (Abastecimiento)	1200 m2	20	120
Estacionamiento	1000 m2	20	100
Servicio Supermercado	40 m2	2.00	20
Total Área	2300 m2	Total Aforo	270

Tabla 18: Elaboracion Propia. (2020).

Zona Administrativa

Espacio	Área	M2 por persona	Aforo
Área Administrativa	115 m2	9.50	11
Total Área	115 m2	Total Aforo	11

Tabla 19: Elaboracion Propia. (2019).

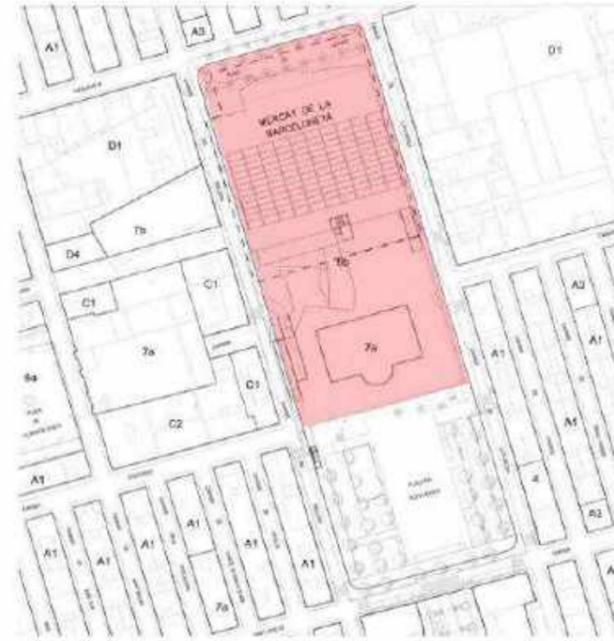
Conclusiones

El proyecto busca integrar la plaza con el mercado, favoreciendo a los restaurantes que logran poner sus mesas en las afueras dándole ese nivel de libertad al usuario. También ubica en sus sótanos las áreas de servicio, para poder generar un sistema de residuos sólidos que estén alejados de la visión del comprador, y como innovación emplea paneles solares en su cobertura la cual beneficia al medio ambiente y a los gastos de servicio del mercado.

Mercado La Barceloneta (Barcelona-España)



Ubicación



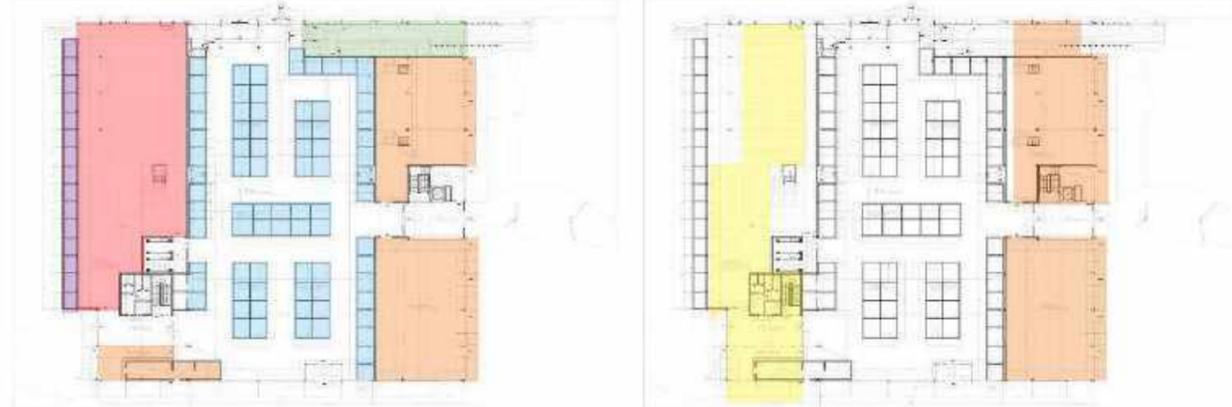
Zonificación

MÍAS ARQUITECTOS

ESPAÑA BARCELONA
AÑO DE INAUGURACIÓN: 2007
ÁREA DEL TERRENO: 5,200m²

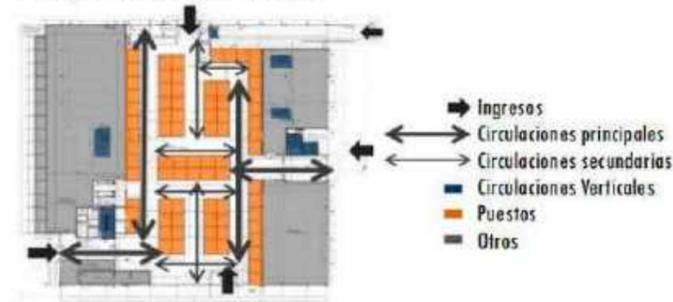
El mercado forma parte del barrio, de su trama urbana. Se crean dos plazas una anterior y otra posterior al mercado.

Se emplazan estructuras metálicas que crean espacios de ocio, las cuales no tocan el suelo sino que cuelgan de la antigua estructura.



- Puestos
- Restaurantes
- Autoservicio
- Tiendas
- Oficinas/Almacenes
- Sótano/Descarga

Esquema Funcional





EXTERIORES



FACHADA OESTE



FACHADA NORTE

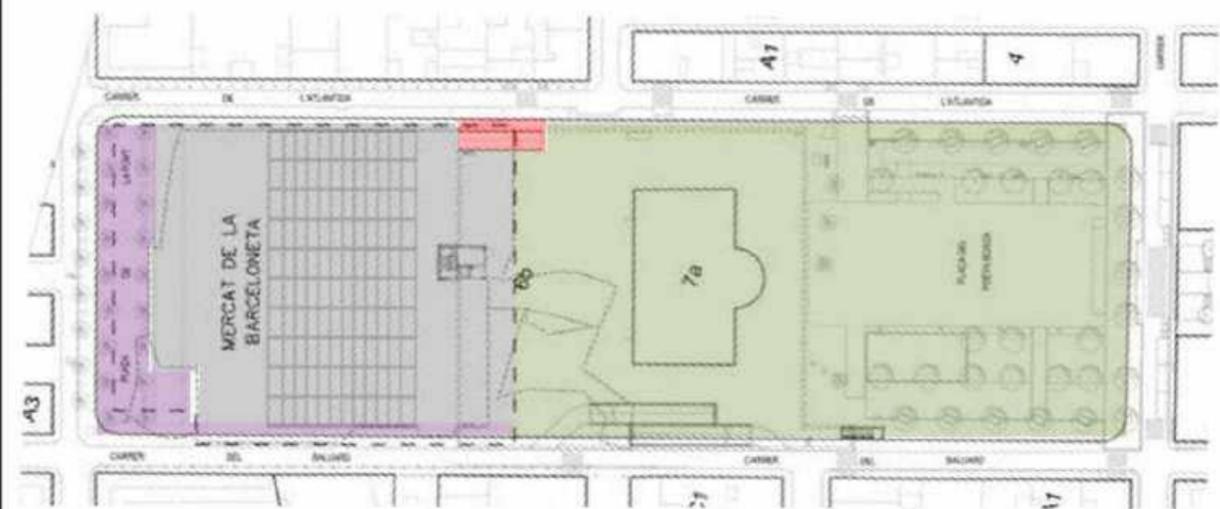


FACHADA ESTE



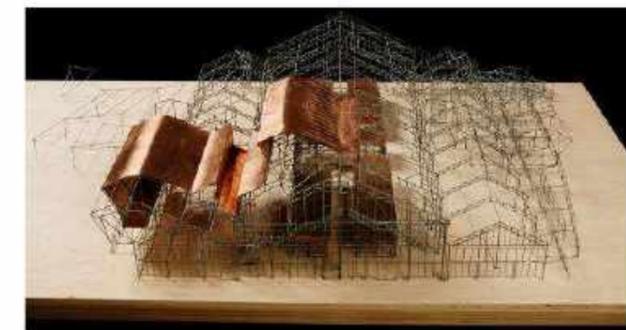
FACHADA SUR

ADAPTACIÓN AL TERRENO



- Mercado La Barceloneta
- Parque de usos múltiples
- Zona de descarga y estacionamiento (sótanos)
- Zona peatonal

CONCEPTUALIZACIÓN



1.3.5. Leyes, Normas y Reglamentos aplicables en la propuesta urbana arquitectónica

Propuesta de norma de mercados de abastos- Perú

Artículo 04: clasificación de Mercados de abastos

Para la tipología del mercado se tomo como base la categoría de mercados minoristas, la categoría B Mercado Zonal, que abastece a una población de 30,000 a 50,000 personas, con un estimado mínimo de 150 puestos hasta 499 como máximo, pues se tomó esta categoría ya que la estimación de nuestra población es un total de 29.000, se calcula que cada 5 años la población crece un 1,7 %

Mercado Minorista.- Es el establecimiento que bajo una gestión centralizada desarrolla actividades de venta al por menor de productos de consumo humano perecibles y no perecibles, así como bienes y servicios complementarios y conexos de uso cotidiano. Aprovecha las ventajas de la proximidad, el trato directo y familiar, así como la posibilidad de especializarse en productos frescos y desarrollar el potencial turístico y cultural según la zona donde se ubiquen.

Por la población a la que sirve, el mercado minorista puede ser:

CATEGORIA	DENOMINACIÓN	NIVEL DE COMERCIO	POBLACIÓN A LA QUE SIRVE	NUMERO DE PUESTOS
A	MERCADO CENTRAL	COMERCIO METROPOLITANO	300,000 – 1'000,000	+ DE 500
B	MERCADO ZONAL	COMERCIO ZONAL	30,000 – 500,000	150 - 499
C	MERCADO VECINAL	COMERCIO VECINAL	2,000 – 7,500	HASTA 149

Artículo 09: Áreas diferenciadas

Para las áreas del mercado se tomó en consideración las siguientes:

- áreas de comercialización (es decir los puestos de ventas según los jiros o zonas, húmedas, semi húmedas y secas),
- zona de carga y descarga (para los proveedores que abastecen a los diferentes comerciantes)
- zona de residuos sólidos, (centros de acopio de desechos) y zona de reciclaje.
- Área de energía y servicios complementarios (las cisternas de agua para consumo y para incendios, el grupo electrógeno, etc.)

- Área de administración y servicios (oficinas de administración, servicios higiénicos, guardería infantil, laboratorio bromatológico, etc.)

Se distinguen 5 áreas diferenciadas en un mercado de abastos:

- Área de comercialización (puestos de venta)
- Área de abastecimiento y despacho (carga y descarga, almacenamiento, estacionamientos, etc.)
- Área de residuos sólidos y limpieza (depósito de basura, depósitos de limpieza)
- Área de energía y servicios complementarios (central de fuerza, sistemas contra incendio, bombas de agua, laboratorios, talleres de mantenimiento, etc.)
- Área de administración y servicios varios (Servicios Higiénicos, oficinas administrativas, laboratorio bromatológico, guarderías, salones de reuniones, etc.)
- Complementariamente podrá contar con una sexta área denominada área gastronómica o área de restaurantes.

Artículo 13: circulación

para la circulación de las diferentes áreas se tomo como referencia las dimensiones mínimas, según lo que corresponde, pero solo se tomó como consideración ya que las medidas que se colocaron son mas amplias, para una circulación mas fluida, de acuerdo al aforo y cantidad de puestos.

13.1.- Las puertas de acceso serán como mínimo en número de dos (2) en mercados de 150 puestos o menos, debiendo ubicarse en puntos extremos y aumentando una puerta por cada 100 puestos adicionales.

13.2.- Las dimensiones de los vanos para la instalación de puertas de acceso, comunicación y salida deberán calcularse de acuerdo al ambiente al que sirven, siendo las dimensiones mínimas las siguientes:

Ingreso principal	2.30 m (altura) x 3.00 m (ancho)
Altura puerta interior	2.10 m
Dependencias interiores	0.90 m
Servicios higiénicos	0.80 m
Servicios higiénicos para discapacitados	0.90 m
Puertas de Evacuación	Según N.T. A-130

Artículo 15: servicios higiénicos, vestuarios y duchas:

Para el planteamiento de los servicios higiénicos se tomó en cuenta la cantidad de empleados que trabajaran en el mercado, se plantea también servicios higiénicos para los discapacitados, adicionalmente se plantea duchas para varones y mujeres, dado que los trabajadores requieren asearse después de su trabajo.

Los mercados estarán provistos de servicios sanitarios para empleados, considerando 10 m2. Por persona, según lo que se establezca a continuación:

Número de empleados	Hombres	Mujeres
1 a 5 empleados	1L, 1u, 1 l	
6 a 20 empleados	1L, 1u, 1 l	1L, 1 l
21 a 60 empleados	2L, 2u, 2 l	2L, 2 l
61 a 150 empleados	3L, 3u, 3 l	3L, 3 l
Por cada 100 empleados adicionales	1L, 1u, 1 l	1L, 1 l

Adicionalmente a los servicios sanitarios para empleados se proveerán servicios sanitarios para el público en base al cálculo del número de ocupantes conforme a lo siguiente:

Número de personas	Hombres	Mujeres
1 a 100 personas (público)	1L, 1u, 1 l	1L, 1 l
101 a 250 personas (público)	2L, 2u, 2 l	2L, 2 l
Por cada 250 personas adicionales	1L, 1u, 1 l	1L, 1 l

Reglamento nacional de edificaciones

Artículo 30: Estacionamientos

Para el planteamiento de los estacionamientos se utilizó el Reglamento nacional de edificaciones, el cálculo se hizo de según la cantidad de personas 1 por cada 10 personas que ocupen el mercado.

Artículo 30.- Las edificaciones comerciales deberán contar con áreas de estacionamiento, que podrán localizarse dentro del predio sobre el que se edifica, en las vías que lo habilitan, en predios colindantes y, cuando la naturaleza de la edificación y/o de las vías de acceso restrinjan la ubicación de estacionamientos, en predios localizados a distancias no mayores a 200 ml. de los accesos a la edificación comercial.

El número mínimo de estacionamientos en una edificación comercial se determinará, en base al cuadro de Cálculo de Estacionamientos

Mercado mayorista	1 est cada 10 pers	1 est cada 10 pers
Mercado minorista		

1.3.6 Procedimientos administrativos aplicables en la propuesta urbana arquitectónica

El proyecto al ser de dominio público es decir de la municipalidad, deberá ser administrada por la municipalidad de Villa el Salvador, con los encargados respectivos.

Para el funcionamiento del mercado contará con la licencia de funcionamiento para mercados de abastos. Los mercados de abasto contarán con una sola licencia de funcionamiento de manera corporativa, la cual será extendida a favor del ente colectivo, razón o denominación social que los representa o la junta de propietarios, de ser el caso.

- Presupuesto de obra
- Memoria descriptiva
- Cronograma de construcción
- Plano de distribución
- Licencia Municipal de Construcción
- Certificado de parámetros urbanísticos y edificatorios
- Tasación del inmueble a construir (pudiendo considerarse la valorización futura del mismo)
- Currículo del constructor y contrato legalizado de ejecución de obra.
- Acta de asamblea acordando la construcción del terreno y aceptando el presupuesto y la empresa constructora a realizarse.

Se sacó el certificado de parámetros urbanísticos para ver la compatibilidad del proyecto con el uso de suelos del terreno, y el uso que se encuentra dentro de la zonificación es otros usos, como se puede verificar en la imagen superior, donde especifica que los proyectos compatibles son de administración pública, actividades auxiliares, espacios comunales, parques o usos recreativos, el proyecto al ser de

dominio público y al contar con áreas comunales es compatible con el proyecto que se plantea.

**MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR**
CORONA, INDEPENDENCIA Y PAZ
TELÉFONO: 011-555-1234
WWW.VILLASALVADOR.GV

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

**CERTIFICADO DE PARÁMETROS URBANÍSTICOS
Y EDIFICATORIOS N° 1074 -2019-MVES-GDU-SGOPCCU**

La Municipalidad de Villa El Salvador a través de la Gerencia de Desarrollo Urbano - Subgerencia de Obras Públicas, Gestión y Control Urbano, de conformidad con la Ley N° 27157, D. L. N° 698-2006-MTC, D. L. N° 911-2008-Villanueva, el Reglamento Nacional de Edificaciones, la Ordenanza N° 006 modificatoria del proceso de aplicación del Plan Municipal de Ordenamiento Territorial y Urbano Urbana de 006 y el Plano de zonificación aprobado con Resolución N° 013-006.

CERTIFICA:

QUE EL PREDIO UBICADO EN:

Sector	03	Grupo	1	30
Lote	01	Manzana	2	A

Av. Mariano Pazo Boscilla Con Av. Talara,
PUEDLO JOVEN VILLA EL SALVADOR
Distrito de Villa El Salvador, provincia de Lima y departamento de Lima.

Tiene los siguientes parámetros:

ÁREA DE TRATAMIENTO NORMATIVO	F
EDIFICACION	OU (Obras Locales)
DENSIDAD M2/A	No Determinado
LOTE NORMATIVO	Según Planificación Urbanística Urbana
FUENTE NORMATIVO	Según la Ordenanza Municipal
ALTIMA MÁXIMA DE EDIFICACION	No Determinado
PORCENTAJE MÍNIMO DE ÁREA LIBRE	No Determinado
COEFICIENTE MÁXIMO	No Determinado
ESTACIONAMIENTO	No Determinado
RETIRO FRONTAL	No Determinado
ALINEAMIENTO	No Determinado
USOS PERMISIBLES Y COMPATIBLES	

Los usos permitidos contemplados en el presente Certificado, referidos a Actividades Públicas y Delicias, Planos de Seguridad Social, Actividades Auxiliares de los servicios para la administración pública, producción de servicios a la comunidad en general, edificación de obras que sean permitidas en zonas urbanas y de administración pública, centros culturales, locales de culto, establecimientos de beneficencia, hospitales, farmacias, ferreterías, oficinas y de entretenimiento de tipo recreativo, locales de servicios, parques recreativos, centros y talleres culturales, establecimientos para fines de seguridad ciudadana, bibliotecas, centros de salud, locales militares, locales deportivos, clubes y centros deportivos, establecimientos recreativos, hoteles, salas de fiestas.

Se emite el presente Certificado, en mérito al Expediente Administrativo N° 29883 - 2019 fecha 05.12.2019, solicitado por el Sr. EDSON PERRO POLO VILLO, identificado con DNI N° 72979441, mediante una vigencia de 30 meses a partir de su recepción, de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 26080, "Ley de Regulación de Edificaciones Urbanas y Edificaciones".

Vila El Salvador, 05 de Diciembre del 2019.


MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR
SUB GERENTE DE OBRAS PÚBLICAS, GESTIÓN Y CONTROL URBANO
Ing. Victoria Zavala Arica
SUB GERENTE



“Villa El Salvador, Ciudad Mensajera de la Paz”
PROCLAMADA POR LAS NACIONES UNIDAS EL 15 - 09 - 87
Premio Príncipe de Asturias de la Concordia

1.3 PROGRAMA URBANO ARQUITECTONICO

1.3.1 Descripción de Necesidades arquitectónicas

Magnitud, complejidad y trascendencia del Proyecto

Se realizó el análisis del distrito para entender la función y las dinámicas que se llevan a cabo dentro de este, como también se tomó en cuenta las necesidades que demandan los habitantes, los referentes arquitectónicos internacionales ayudan a direccionar la propuesta arquitectónica que se está planteando, pues servirán para la aplicación del diseño y la integración del equipamiento con el entorno que rodea.

El proyecto será de una cobertura distrital, teniendo como punto especial los sectores 3, 7 y 9, pues los servicios de esta zona no son óptimos ya que son zonas de asentamientos humanos, con el proyecto se busca generar un impacto positivo, pues el entorno se potenciará incrementando su valor, debido a que se generará una economía en escala, los usuarios están divididos en usuarios permanentes: son aquellos que trabajan dentro del mercado tales como los comerciantes y el personal, usuarios constantes: los clientes que viven cerca al equipamiento y que están haciendo uso constantes de los diferentes servicios que ofrece el mercado, por otro lado tenemos a los usuarios temporales, pues son aquellos que hacen uso de los servicios esporádicamente como también se refiere a los abastecedores que interactúan internamente con los usuarios.

Complejidad del Proyecto

El proyecto arquitectónico (mercado de abastos municipal) se concibe con un nivel de complejidad, pues se busca reducir el impacto ambiental mediante el tratamiento de residuos que generara el mismo proyecto, así mismo se busca contribuir con área de metros cuadrados de área verde por habitante, con la implementación de un parque multiusos, donde se pueda desarrollar actividades culturales y de recreación, del sistema constructivo que se usara se

considera ligero, usando materiales, como acero, madera, metal, concreto, tablero (OSB), vidrio, policarbonato, entre otros materiales, esto dependerá según el uso y función de los ambientes planteados, por otro lado, se consideran criterios de iluminación, ventilación para evitar costos innecesarios en energía, como también se está considerando los aspectos climáticos para el diseño de las coberturas, pues el distrito y Lima ha sufrido en los últimos años, cambios climáticos como las constantes lluvias en temporadas de invierno.

El proyecto estará dividido en las siguientes zonas: (Zona administrativa, zona comercial, zona de servicios, zona privada y zona de servicios)

Transcendencia del proyecto

El proyecto será el primer mercado de abastos municipal en el distrito, proyectado específicamente para el mejoramiento de los servicios públicos, a través de la infraestructura y el control de estándares de productos y servicios que se brinden, así mismo se busca reducir la informalidad de los mercados que funcionan en el distrito. Se plantea un equipamiento comercial de una escala Municipal, es decir un Mercado de Abastos Municipal, el cual brindara servicios comerciales de calidad, en cuanto a infraestructura, servicios comerciales y servicios comunales, tales como: recreación y ocio, pues se proyectara un parque de usos múltiples donde se puedan desarrollar actividades culturales con el fin de desarrollar una integración e interacción dentro de los ciudadanos del distrito y a la vez contribuir con metros cuadrados de áreas verdes.

Estudio de factibilidad: factibilidad de demanda, factibilidad técnica, económica y otros

Con respecto a la factibilidad del proyecto es de 26.635 habitantes del sector III y VII del distrito de villa el salvador, pues esta zona presenta un déficit de abastecimiento respecto a equipamientos como lo es un mercado de abastos de una escala mayor, es por ello que se detecta una demanda de la población del sector III y VII, en base al análisis realizado.

Características del rango de la Población		
<i>Sector</i>	<i>Cantidad de hogares</i>	<i>Porcentajes</i>
III	8,791	12.99%
VII	8,515	12.59%
<i>sector</i>	<i>Cantidad de Hab.</i>	<i>Porcentajes</i>
III	16.173	3.18%
VII	10.462	2.05%
<i>sector</i>	<i>Cantidad de grupos</i>	<i>Manzanas</i>
III	24	-----
VII	3 territorios	-----
<i>Sexos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentajes</i>
Mujeres	13583	51%
Hombres	13052	49%

Tabla 20: características de la población, fuente: municipalidad de V.E.S. (2017)

Con respecto a la factibilidad técnica se basará en sistemas constructivos sismos resistentes y que sean de acuerdo al tipo de suelo, siendo ese un suelo de arena eólica, a su vez se busca que el sistema constructivo sea rápido de ejecutar, limpio y accesible en tema de costos, esto nos lleva a plantear un sistema aporticado de acuerdo a la normativa E. 0.30 establecida en el reglamento nacional de edificaciones.

1.3.2 Cuadro de ambientes de áreas Funcionales

Usuarios

Se determino los siguientes usuarios tomando como ejemplo los referentes analizados con anterioridad, los usuarios que se consideraron son: comerciantes, clientes, personal administrativo, proveedores, personal de seguridad y limpieza, entre otros.

Tipos de usuarios

Tipos de Usuarios según tiempo de estadía	
Permanente	Temporales
Comerciante	Clientes
Personal administrativo	Proveedores
Personal de apoyo (seguridad, limpieza, control)	Publico

Tabla 21 : Elaboracion Propia. (2019).

Permanente

Se puede definir como usuarios permanentes a las personas que están dentro del mercado por un tiempo prolongado, donde desarrollan diversas actividades de manera diaria, pues es su centro de trabajo, estos son: comerciantes, personal administrativo, personal de seguridad, limpieza, control.

Comerciante

Los comerciantes son las personas que se dedica a comprar y vender los diversos productos que se ofrecen dentro del equipamiento. El comerciante es uno de los principales usuarios, pues su labor y su permanencia le ha da mayor carácter y sentido a los mercados, por ello se considera que deben contar con ambientes óptimos para el mejor desenvolvimiento de sus actividades cotidianas.

Personal administrativo

El personal administrativo tiene como finalidad administrar, planificar, organizar, controlar, dirigir el mercado para un mejor ordenamiento y función de este. Dentro de este grupo se puede encontrar, administrador, secretaria, finanzas, contabilidad, marketing.

Personal de apoyo

El personal de apoyo es aquel, que se encarga de la limpieza y mantenimiento de los ambientes de la edificación, manteniendo los ambientes en estado óptimo e higiénico, su labor es imprescindible pues la demanda es de manera diaria y permanente. Por otro lado, se el personal de seguridad se encarga de cuidar y preservar la seguridad de los usuarios permanentes y temporales haciendo uso de diferentes recursos tales como la zona de monitoreo y la zona de guardianía. El personal de control es aquel que se encarga de revisar los estándares de calidad de los productos que se ofrecen dentro del mercado.

Temporales

Los usuarios temporales son aquellos que visitan el mercado por un corto tiempo, estas visitas pueden ser de manera constante o esporádica, las visitas se dan con diferentes fines, los usuarios que se puede encontrar aquí son los clientes, proveedores y público en general.

Cliente

Este es otro de los usuarios principales dentro de un mercado, pues el cliente es el que genera los ingresos monetarios a los diferentes trabajadores que laboran en este, por ende, su permanencia o visita debe ser óptima y agradable. Este usuario realiza actividades de compras de primera necesidad, las visitas que realiza este usuario se pueden dar de manera diaria o cada semana.

Proveedor

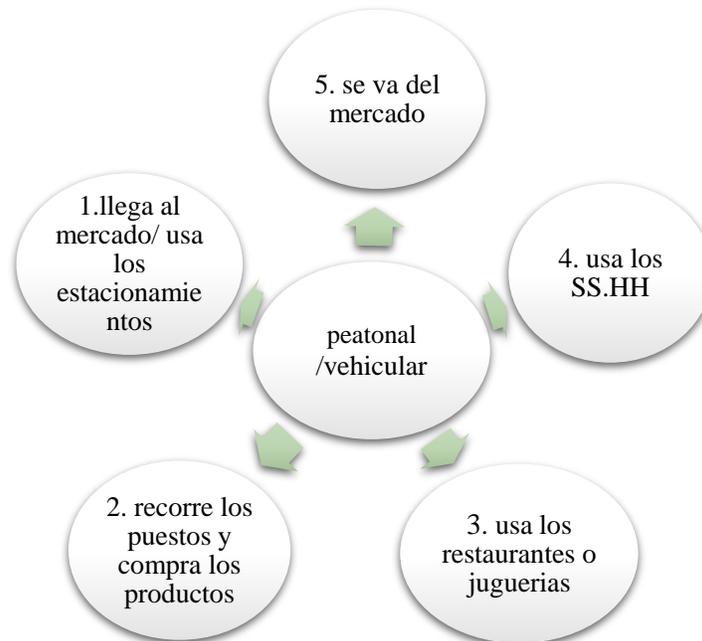
El proveedor es aquel usuario que abastece al comerciante, según los productos que se ofrezcan o se necesiten, las visitas de este usuario son de acuerdo al cronograma y a las temporadas de demanda según el producto o servicio que se brinde, sus visitas pueden ser semanalmente o entre semana.

Publico

Es aquel usuario que se traslada en su entorno habitual, este puede ser del distrito o de otro lugar. Por lo general solo hace uso de los exteriores como del mercado, es decir de las áreas públicas como punto de paso de un lugar a otro.

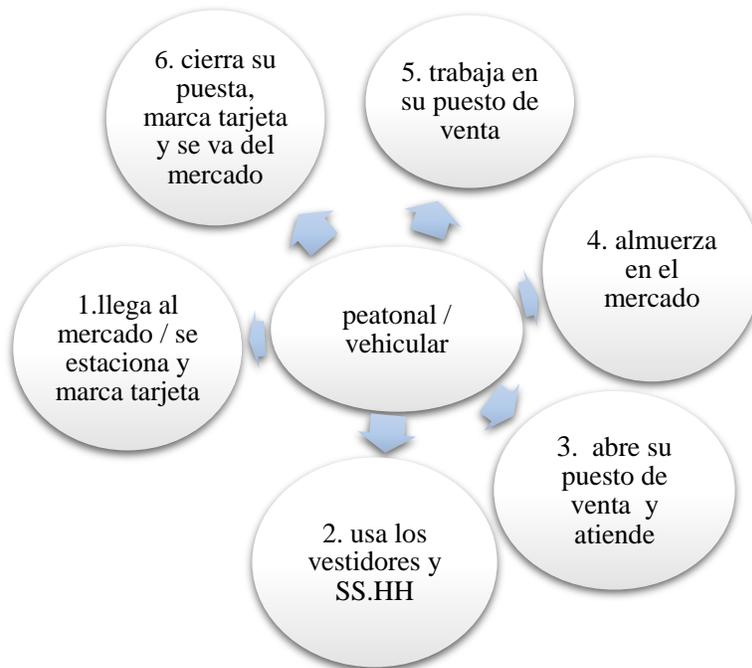
Recorridos de los usuarios

El comprador



El recorrido del comprador ya sea peatonal o vehicular se da de la siguiente manera: llega al mercado / usa los estacionamientos, recorre los puestos de venta y compra productos, hace uso de los restaurantes o jugueterías, usa los servicios higiénicos y por último se va del mercado. Por lo general los usuarios llegan caminando debido a la cercanía del equipamiento y la continuidad de los paraderos, mientras que otra parte llega en vehículo, por comodidad o por la cantidad de compras que piensa realizar.

Comerciante:



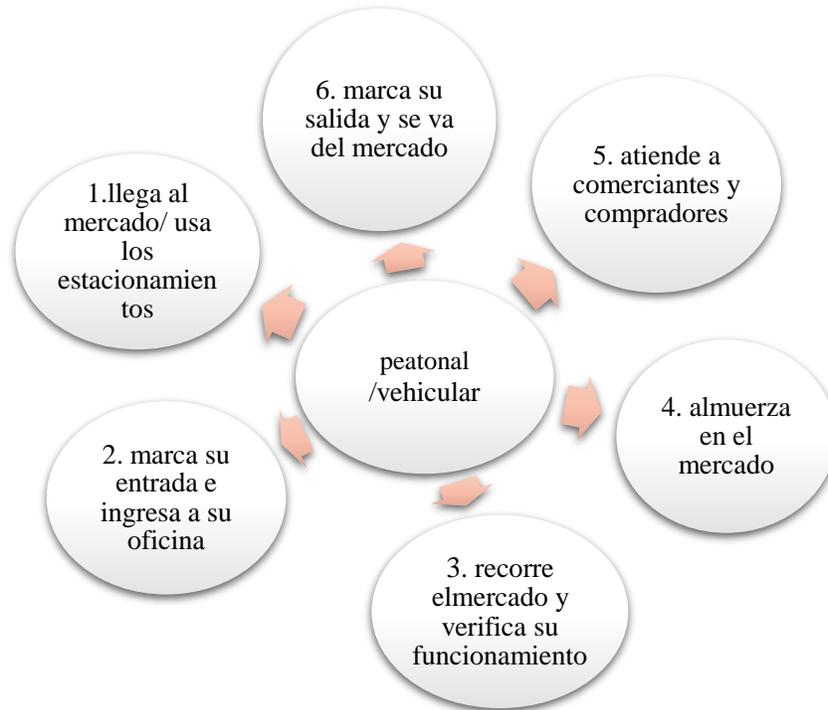
Los comerciantes se desplazan de la siguiente manera: llegan al mercado / se estacionan, marcan tarjeta, usan los vestidores y SS. HH, abre su puesto de venta y empieza sus labores diarias, almuerza en el mercado, vuelve a su puesto de venta y continúa sus labores, cierra su puesto de venta, marca tarjeta y se va del mercado. El comerciante pasa el mayor tiempo en su puesto, es por ello que este ambiente debe tener las dimensiones correctas (un puesto amplio) y las características necesarias para que un trabajador pueda desarrollar sus actividades en las mejores condiciones posibles.

Proveedores



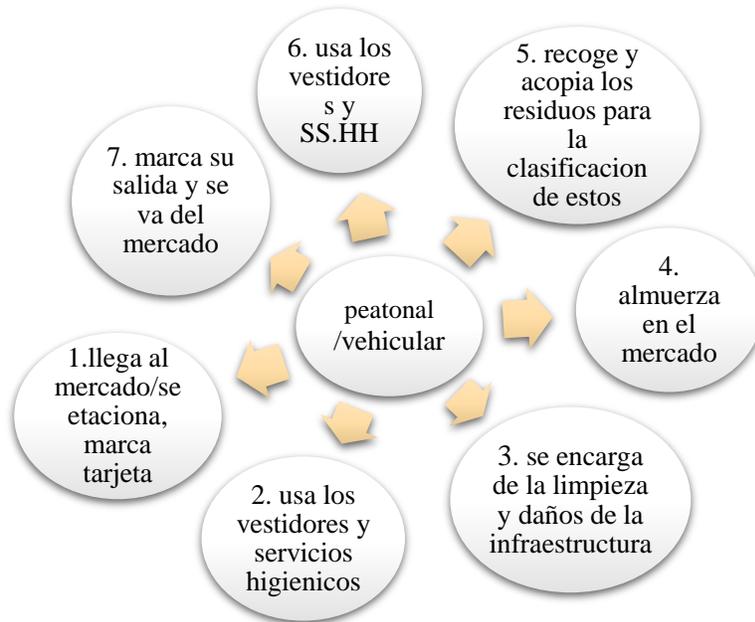
Los proveedores se desplazan de la siguiente manera: llega al mercado, se estaciona en la zona de carga y descarga, destinada especialmente para los proveedores, descarga los productos y/o alimentos, los comerciantes verifican los productos, se lleva a la zona de control de peso de calidad de los productos y pasa a retirarse el usuario. Los proveedores por lo general asisten de manera diaria dependiendo de los productos que se distribuyan, siendo otro tipo de productos puede ser entre semana o semanalmente, las horas serán específicas de acuerdo al cronograma y los horarios permitidos que se maneje en el mercado.

Personal administrativo



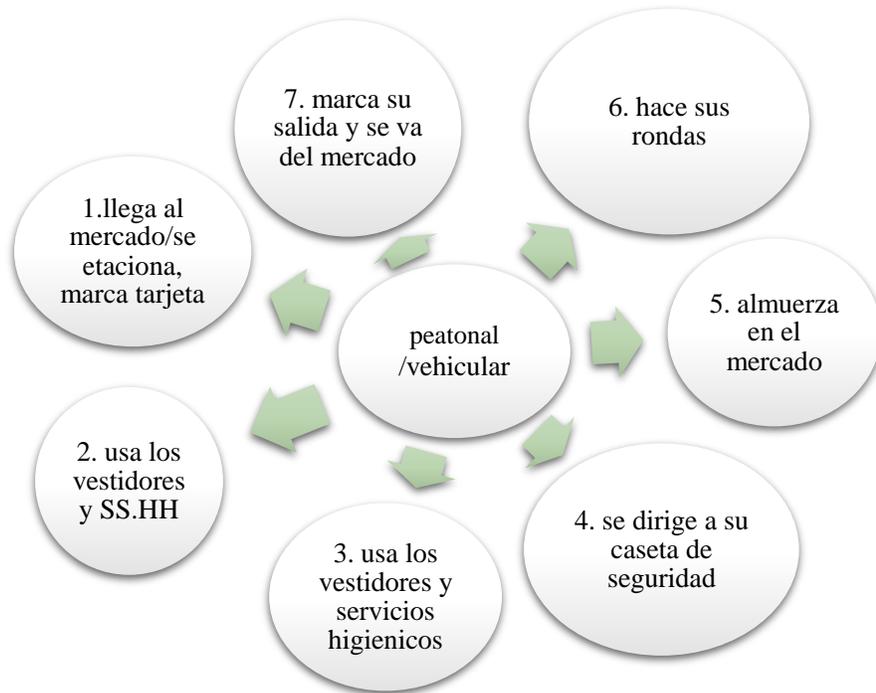
El recorrido del personal administrativo es de la siguiente manera: llega al mercado/ se estaciona en el estacionamiento para el personal del mercado, marca su hora de entrada, ingresa a su oficina, recorre el mercado y se cerciora del correcto funcionamiento de las actividades del mercado, almuerza en el mercado, atiende a los comerciantes, personal y clientes, marca la hora de salida y se va del mercado. Los trabajadores administrativos son una pieza importante, pues estas se encargan de organizar, dirigir, administrar las funciones del mercado. Esta zona será de dominio o manejo de la municipalidad, pues se conformará del administrador, secretaria, finanzas, marketing y sindicato de comerciantes.

Personal de limpieza y mantenimiento



El recorrido del personal de limpieza y mantenimiento se da de la siguiente manera: llega al mercado / se estaciona, marca tarjeta, usa los vestidores y los servicios higiénicos, realiza la limpieza y arregla los posibles daños que pueda tener la infraestructura, almuerza en los puestos de comida, recoge los residuos de los diferentes puestos para llevar a la zona de clasificación de reciclaje. Este usuario mantiene la limpieza de los pasillos, servicios higiénicos, entre otras áreas comunes dentro del mercado, es por ello que este personal debe contar con un espacio donde estas personas puedan guardar sus pertenencias y donde puedan desplazarse.

Personal de seguridad



El personal de seguridad se desplaza de la siguiente manera: llega al mercado / se estaciona, marca tarjeta, usa los vestidores y servicios higiénicos para ponerse el uniforme de seguridad, se dirige a su caseta de seguridad, durante el medio día almuerza en el mercado, hace sus rondas, luego marca su salida y se va del mercado. Este usuario se encarga de velar por la seguridad del mercado, monitoreando los movimientos de diferentes ambientes a través de las cámaras de seguridad, como también se puede hacer haciendo rondas dentro del mercado o cuidando el área de entra y salida del estacionamiento.

1.5. CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO URBANO ARQUITECTÓNICO

1.5.1. esquema conceptual

Para la conceptualización, se tomo dos referentes que se usaran de objetos de analisis para la conceptualización, estos elementos son característicos del distrito de Villa el Salvador, estamos hablando de su traza urbana, “la cuadrícula” pues esta se caracteriza por tener sus lotes de manera ortogonal y el centro se mantiene libre usado como parque o espacio recreativo, tal como se aprecia en la imagen superior:



1.5.2 Idea rectora y partido arquitectónico

El segundo referente para la conceptualización del proyecto fue la estera dado que fue el primer elemento constructivo del distrito, sus pobladores usaron este material como refugio cuando se empezó a poblar el distrito, de esta manera buscamos mantener de manera simbólica la historia e identidad del distrito, a través de la

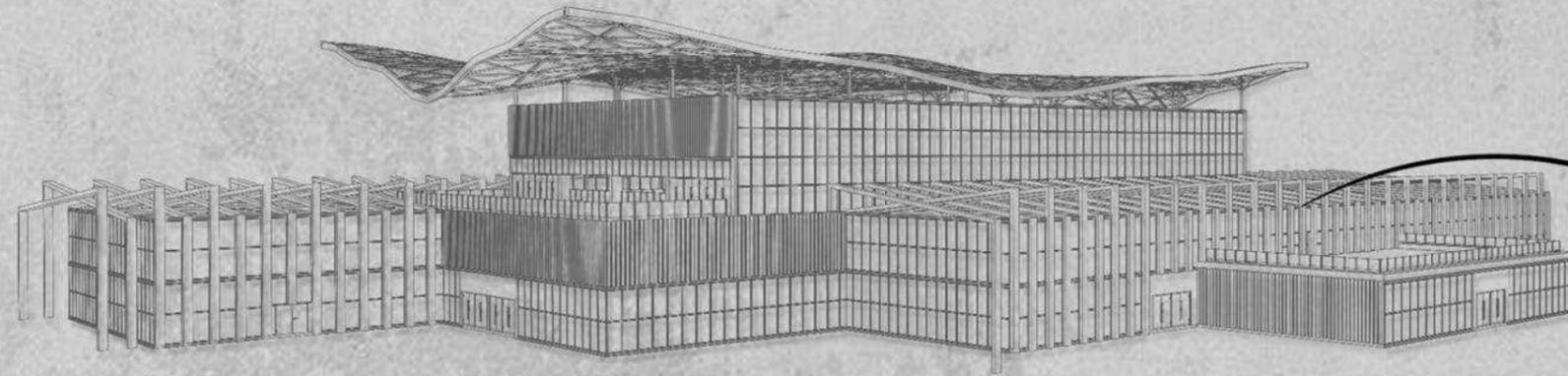
arquitectura, Villa el salvador es un distrito con mucha historia, tanto desde su fundación hasta de sus mismos pobladores.



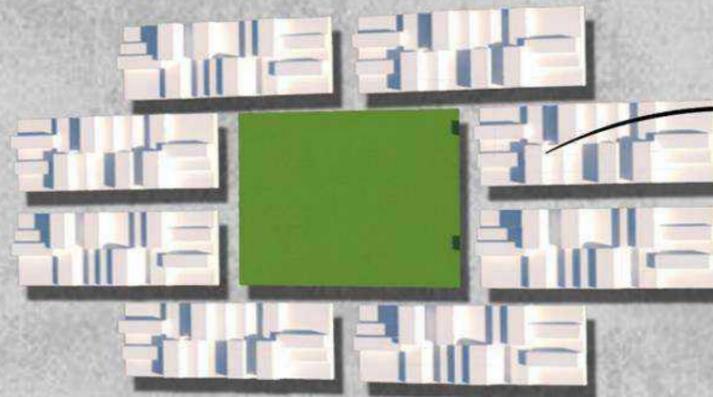
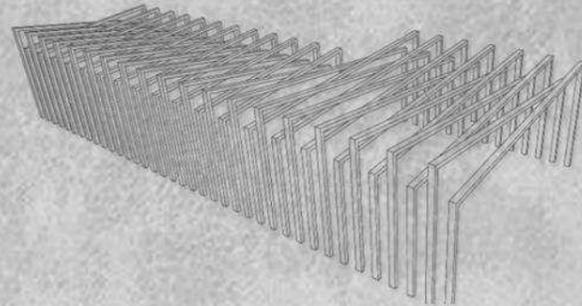
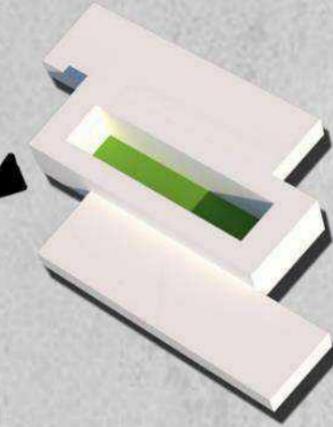
El concepto de la estera se utilizó para la cobertura metálica y para la fachada del mercado, llevando a cabo la flexibilidad de la estera y el entrelazado, formando un ritmo y un patrón característico. Por otro lado, para la distribución de los puestos se usó la ortogonalidad de la traza urbana del distrito, y se distribuyó en la parte central descansos visuales con espacios verdes y abiertos, al igual que de manera volumétrica se usó la ortogonalidad para los bloques.

En la lámina inferior se puede apreciar la intención de la conceptualización y como se concibió el proyecto.

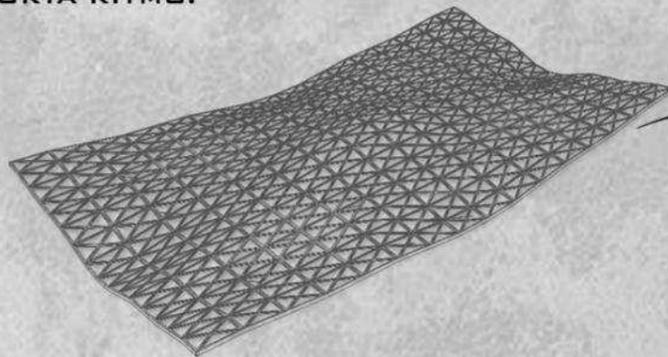
CONCEPTUALIZACIÓN



PARA LA IDEA RECTORA SE UTILIZO LA TRAZA URBANA DE VILLA EL SALVADOR, COMO PUNTO DE PARTIDA SE TOMO LA CONFIGURACION CENTRAL, QUE SE CARACTERIZA POR SER UNA AREA LIBRE SOCIAL Y LA FORMA ORTOGONAL DE LOS LOTES.



PARA LA FACHADA TAMBIEN SE TOMO EL TEJIDO DE LA ESTERA, EL ENTRELAZADO DE LAS TIRAS, SE LLEVARON A LA FACHADA FORMANDO UNA COBERTURA QUE SIRVE COMO, CONTROL VISUAL, SOLAR Y ELEMENTO ESTETICO QUE APORTA RITMO.



PARA LA COBERTURA SE TOMO COMO CONCEPTO LA ESTERA, PUES FUE EL PRIMER ELEMENTO CONSTRUCTIVO DEL DISTRITO, SE TOMO LA FLEXIBILIDAD Y EL PATRON DEL TEJIDO, ESTO SE TRATO DE REPLICAR CON LA ESTRUCTURA METALICA QUE CUBRE LOS BLOQUES.

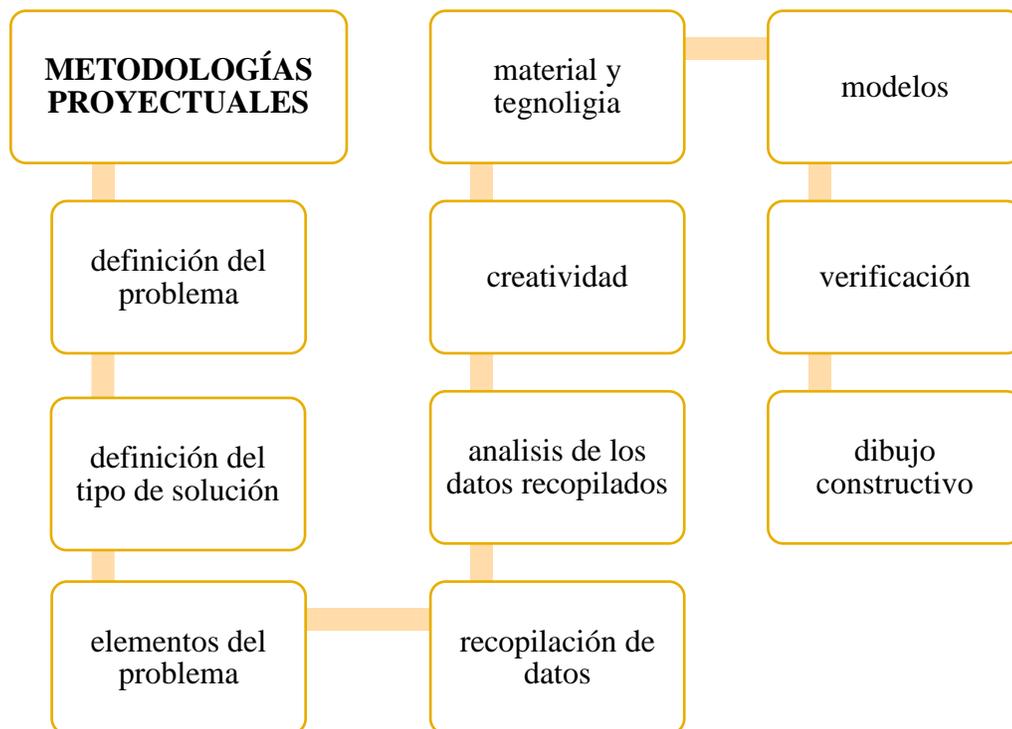
1.6 Criterios de diseño

Para obtener los criterios de diseño se analizaron dos referentes arquitectónicos, los cuales son internacionales y pertenecen a la administración municipal, es decir son mercados de abastos municipal, estos referentes nos han servido como ejemplo, para diferentes ámbitos tanto la programación, zonificación, los giros y el sistema constructivo.

- **Mercado Municipal Manlleu (España Barcelona 2011)**
- **Mercado La Barceloneta (España Barcelona 2007)**
-

Metodología de Diseño Arquitectónico

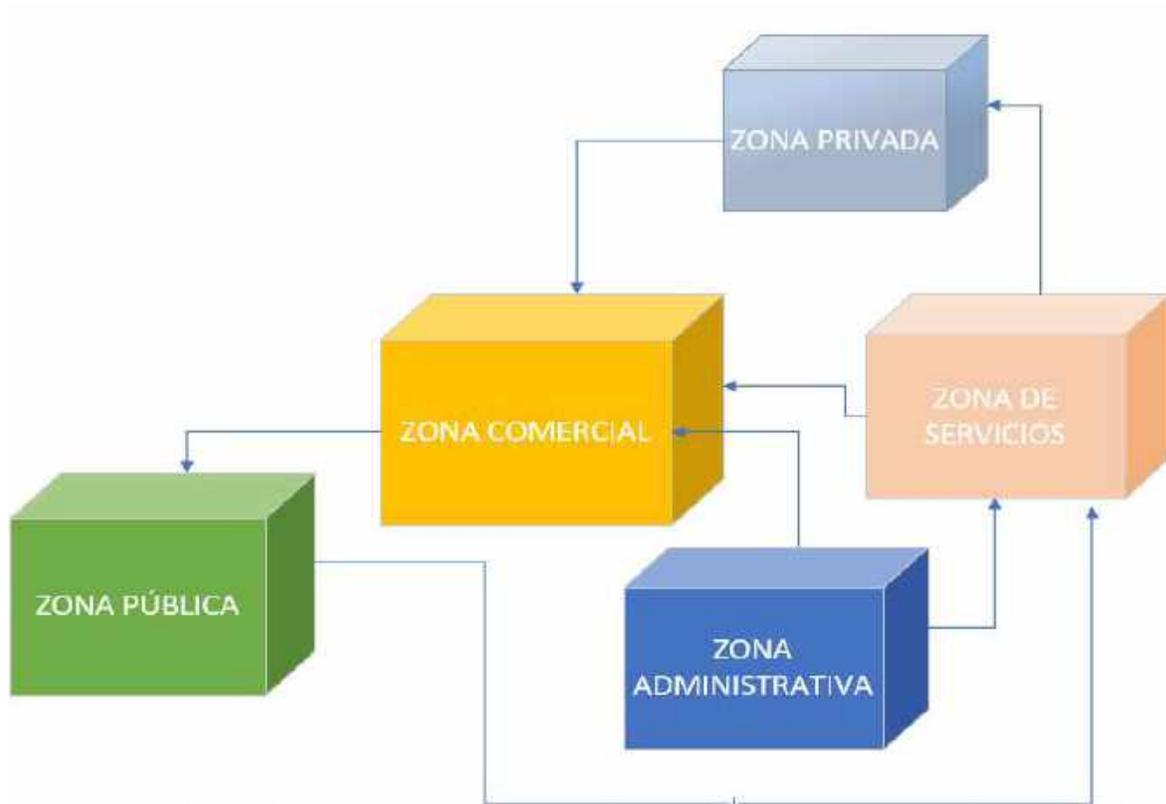
La metodología utilizada, se basó en el desarrollo y el proceso secuencial de la interpretación y estudio del contexto urbano arquitectónico.



1.6.1 espaciales

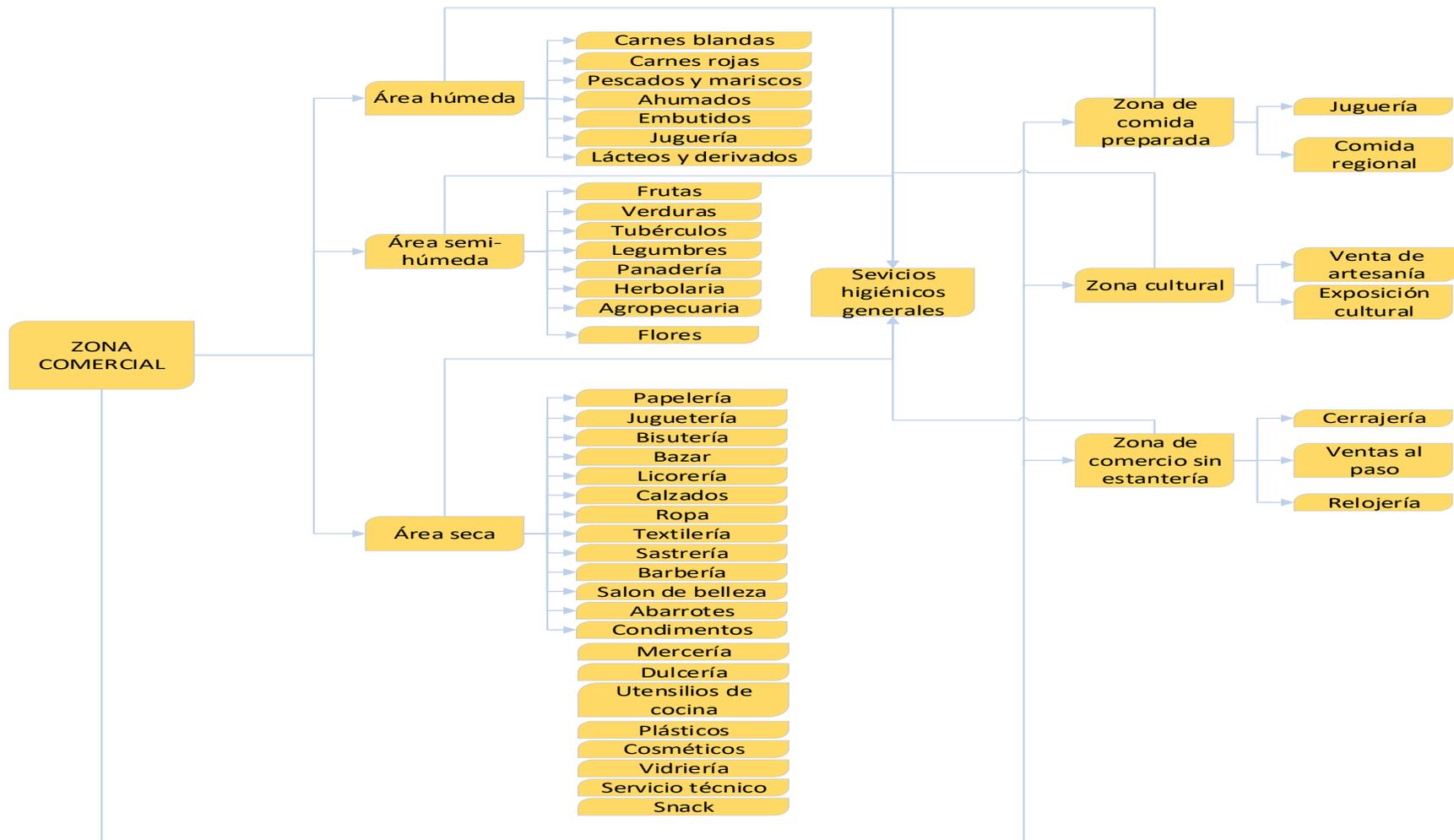
Esquema de organización espacial (General y Específicos)

Esquema General



La zona comercial conecta con todas las demás partes de la zonificación general, generando que sea la zona principal de la propuesta. Por otro lado, la zona pública solo mantiene conexión con la zona comercial y zona de servicios debido a que manteniendo el uso público. La zona de servicios se adhiere a cualquier tipo de zona por la necesidad que demanda. Por último, la zona privada está más apartada de las demás zonas por lo que solo será usada por el trabajador del mercado municipal.

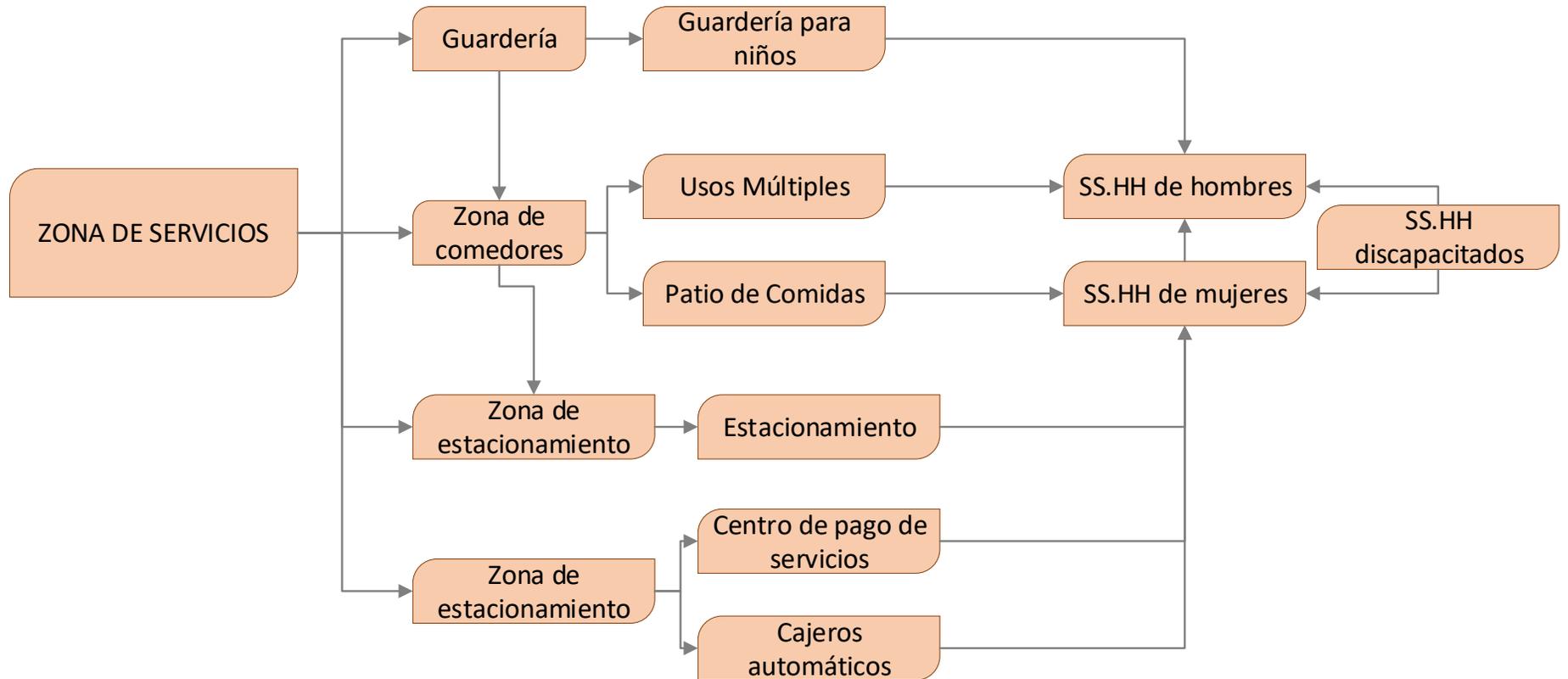
Zona comercial



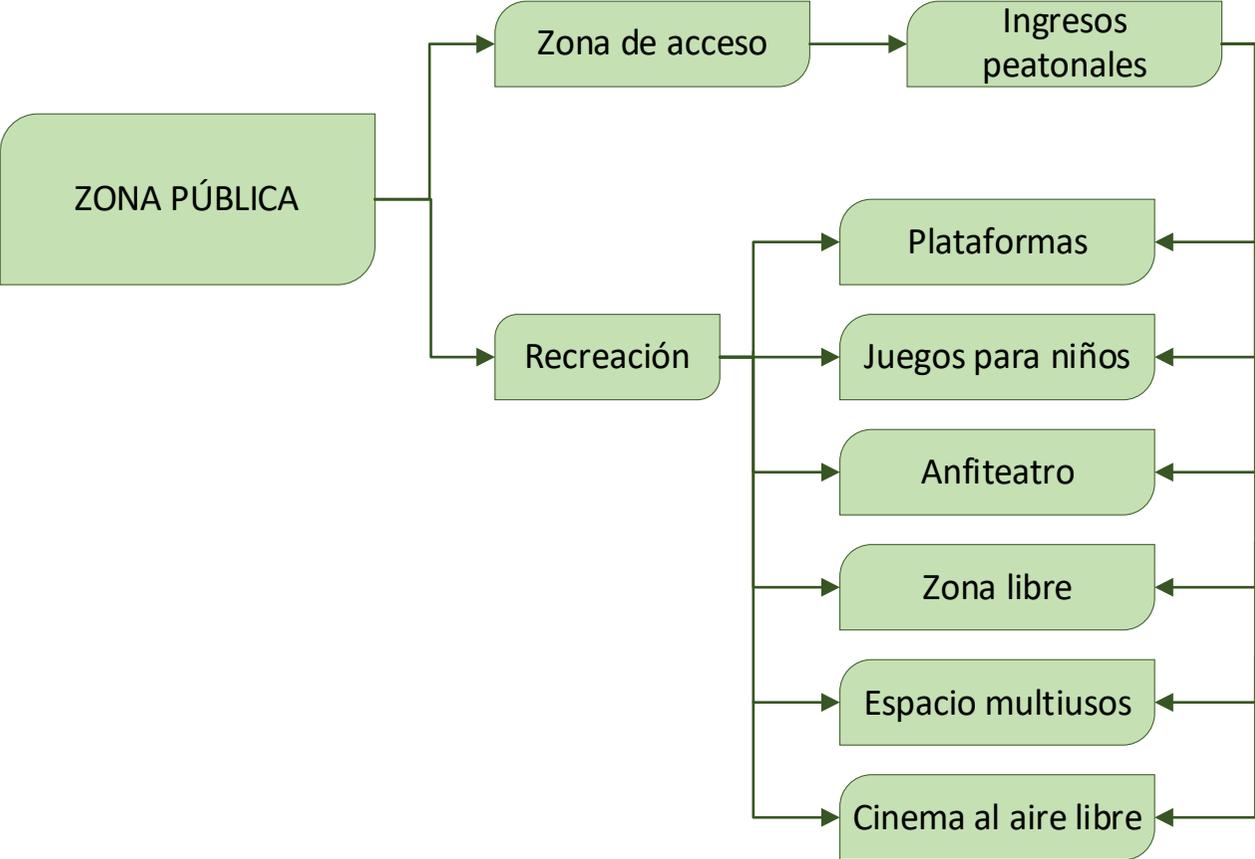
Zona administrativa



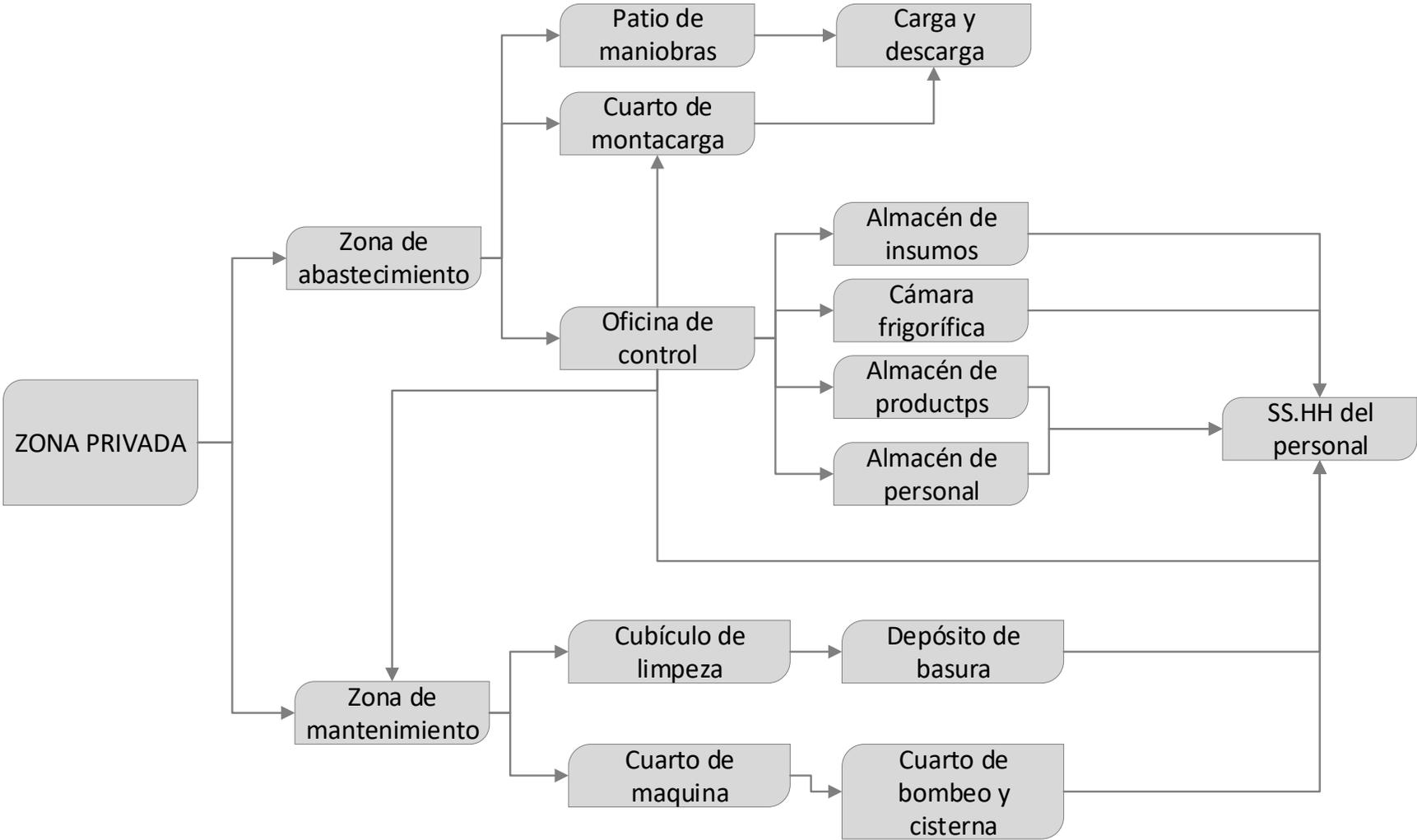
Zona de servicios



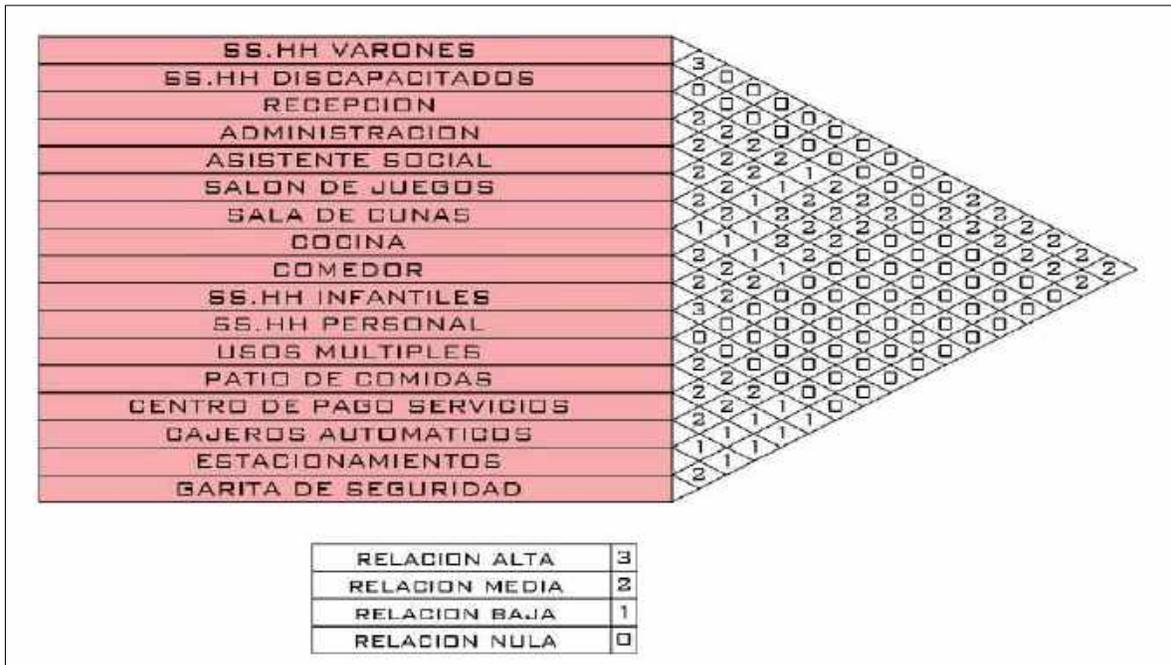
Zona pública



Zona privada



Zona de Servicio (matriz de relación)



Zona Administrativa (matriz de relación)



Zona Pública (matriz de relación)



Zona Privada (matriz de relación)

PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA – MERCADO DE ABASTOS TIPO B								
SUBZONA	AMBIENTE	ACTIVIDAD	USUARIOS	N° AMB.	UNIDAD	AFORO	ÁREA	NORMATIVA
RECEPCIÓN	SALA DE ESPERA	Espera para atención al público	Visitantes	3	m2/pers.	18	8.4	Norma A.080, Art 6, RNE
	SECRETARÍA	Atender al público, decepcionar archivos	Secretaria, visitante	1	m2/pers.	3	9.5	Norma A.080, Art 6, RNE
GERENCIA	OFICINA DE ADMINISTRACIÓN	Brindar estabilidad, dirección a la empresa	Gerente, visitante	1	m2/pers.	3	19	Norma A.080, Art 6, RNE
	CONTABILIDAD	Gestionar los desembolsos necesarios	Contador, asistente, visitantes	1	m2/pers.	3	19	Norma A.080, Art 6, RNE
	MARKETING	Manejo de estrategias publicitarias dentro del mercado	Licenciado en comunicaciones, visitantes, cajero	1	m2/pers.	3	19	Norma A.080, Art 6, RNE
	TÓPICO	Auxiliar a los usuarios o empleados	Enfermera	1	m2/pers.	3	19	Norma A.080, Art 6, RNE
ZONA TECNICA	OFICINA DE CONTROL DE VIGILANCIA	monitoreo de la seguridad	tecnicos	1	m2/pers.	3	6	
	OFICINA DE RADIO Y MULTIMEDIA	emitir comunicados proyectar sonido y multimedia	jefe audiovisual	1	m2/pers.	2	6	
REUNIONES	SALA DE REUNIONES	Reunirse, proyectar, dialogar y archivar	Trabajadores de la zona administrativa	1	m2/pers.	10	36	Norma A.090, Art 11, RNE
SERVICIOS SANITARIOS	SS.HH DE PERSONAL MUJERES	Satisface las necesidades de servicios higiénicos en dicha zona	Empleados	1	módulo	25	12	Norma A.080, Art 14, RNE
	SS.HH DE PERSONAL VARONES		Empleados	1	módulo	25	12	Norma A.080, Art 14, RNE
SUB TOTAL M2							165.9	

ÁREA HÚMEDA	AVES + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	Venta de carne al por menor	Trabajador, visitantes	13	m2/pers.	2	91	Norma A.070, Art 8, RNE
	CARNES ROJAS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	Venta de carne al por menor	Trabajador, visitantes	13	m2/pers.	2	91	Norma A.070, Art 8, RNE
	PESCADOS Y MARISCOS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	venta de pescado al por menor	Trabajador, visitantes	12	m2/pers.	2	84	Norma A.070, Art 8, RNE
	AHUMADOS + CONGELADOR INDUSTRIAL	venta de ahumados al por menor	Trabajador, visitantes	12	m2/pers.	2	84	Norma A.070, Art 8, RNE
	EMBUTIDOS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	Ventas de embutidos al por menor	Trabajador, visitantes	15	m2/pers.	2	105	Norma A.070, Art 8, RNE
	LÁCTEOS Y DERIVADOS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	Venta de lácteos al por menor	Trabajador, visitantes	15	m2/pers.	2	105	Norma A.070, Art 8, RNE
	ZONA DE PESO SEGURO	pesar productos	visitantes	1	m2/pers.	6		
ÁREA SEMI-HUMEDA	FRUTAS + DEPOSITO 25 %	Venta de fruta al por menor	Trabajador, visitantes	14	m2/pers.	2	98	Norma A.070, Art 8, RNE
	VERDURAS + DEPOSITO 25%	Venta de verdura al por menor	Trabajador, visitantes	14	m2/pers.	2	98	Norma A.070, Art 8, RNE
	TUBERCULOS + DEPOSITO 25%	Venta de tubérculos al por menor	Trabajador, visitantes	14	m2/pers.	2	98	Norma A.070, Art 8, RNE
	LEGUMBRES Y SEMILLAS + DEPOSITO 25 %	Venta de semillas al por menor	Trabajador, visitantes	14	m2/pers.	2	98	Norma A.070, Art 8, RNE
	PASTELERIAS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	Ventas de pasteles al por menor	Trabajador, visitantes	5	m2/pers.	2	35	Norma A.070, Art 8, RNE
	HERBOLARIA + DEPOSITO 25%	Venta de hiervas al por menor	Trabajador, visitantes	4	m2/pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE
	AGROPECUARIA + DEPOSITO 25%	Venta de productos alimenticios de flora y fauna	Trabajador, visitantes	4	m2/pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE
	FLORERÍA + DEPOSITO 25%	Venta de flores al por menor	Trabajador, visitantes	4	m2/pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE
		ZONA DE PESO SEGURO	pesar productos	visitantes	1	m2/pers.	6	

ÁREA SECA	PAPELERÍA + DEPOSITO 25%	Ventas de artículos escolares/oficina al por menor	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	21	Norma A.070, Art 8, RNE
	ELECTRODOMESTICOS + 25% ALMACEN	Ventas de artículos tecnológicos para el hogar	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	ZAPATERO	venta de repuestos de calzado y servicio de reparación	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	RELOJERÍA	Ventas de relojes y reparación de relojes	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	TIENDA TECNOLÓGICA + ALMACEN 25% ALMACEN	Ventas de artículos tecnológicos	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	JUGUETERÍA + DEPOSITO 25%	Venta de juguetes para niños	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	BISUTERÍA + DEPOSITO 25%	Venta de accesorios y adornos	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	ÓPTICA	venta de accesorios para la vista	Trabajador, visitantes	2	m ² /pers.	2	14	Norma A.070, Art 8, RNE
	BAZAR + DEPOSITO 25%	Venta de artículos de viaje	Trabajador, visitantes	4	m ² /pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE
	LICORERÍA + DEPOSITO 25 %	Venta de bebidas alcohólicas	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	CALZADOS + DEPOSITO 25 %	Venta de calzado al por menor	Trabajador, visitantes	18	m ² /pers.	2	126	Norma A.070, Art 8, RNE
	GALERIA DE ROPA + DEPOSITO 25%	Venta de prenda de vestir al por menor	Trabajador, visitantes	18	m ² /pers.	2	126	Norma A.070, Art 8, RNE
	TEXTILERÍA + DEPOSITO 25 %	Ventas de telas y accesorios	Trabajador, visitantes	4	m ² /pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE
	SASTRERÍA + DEPOSITO 25%	Servicios de costurería	Trabajador, visitantes	4	m ² /pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE
	BARBERÍA	Servicios de peluquería masculina	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	SALON DE BELLEZA	Servicios de peluquería femenina	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	PRODUCTOS DESCARTABLES + DEPOSITO 25%	Venta de artículos descartables	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	ARTICULOS DE LIMPIEZA + DEPOSITO 25%	Venta de artículos de Aseo	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE
	ABARROTÉS Y GRANOS + DEPOSITO 25%	Venta de abarrotes al por menor	Trabajador, visitantes	15	m ² /pers.	2	105	Norma A.070, Art 8, RNE
	CONDIMENTOS	Ventas de condimentos al por menor	Trabajador, visitantes	8	m ² /pers.	2	56	Norma A.070, Art 8, RNE
MERCERÍA	Ventas de mercería al por menor	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE	
DULCERÍA + DEPOSITO 25%	Ventas de dulces al por menor	Trabajador, visitantes	4	m ² /pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE	
UTENSILLOS COCINA +DEPOSITO 25%	Ventas de utensilios de cocina al por menor	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE	
PLÁSTICOS + DEPOSITO 25%	Ventas de plásticos al por menor	Trabajador, visitantes	3	m ² /pers.	2	33	Norma A.070, Art 8, RNE	

	COSMÉTICOS	Ventas de maquillaje al por menor	Trabajador, visitantes	7	m2/pers.	2	49	Norma A.070, Art 8, RNE
	VIDRIERÍA	Servicios de vidriería	Trabajador, visitantes	2	m2/pers.	2	14	Norma A.070, Art 8, RNE
	MUEBLERÍA	Ventas de muebles del hogar	Trabajador, visitantes	4	m2/pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE
	ESTUDIO FOTOGRAFICO	Servicio de fotografías y filmación	fotografo visitantes	2	m2/pers.	2	14	Norma A.070, Art 8, RNE
	FERRETERIAS	ventas de articulos de remodelacion y construcción	fotografo visitantes	5	m2/pers.	2	35	Norma A.070, Art 8, RNE
	SERVICIO TÉCNICO	Servicios técnicos de productos eléctricos/repación	Trabajador, visitantes	2	m2/pers.	2	14	Norma A.070, Art 8, RNE
	PIÑATERIA	ventas de productos de fiestas	Trabajador, visitantes	3	m2/pers.	2	21	Norma A.070, Art 8, RNE
	SNACK	Ventas de piqueos al por menor	Trabajador, visitantes	4	m2/pers.	2	28	Norma A.070, Art 8, RNE

ZONA DE COMIDA PREPARADA	JUGUERÍA	Venta de jugos y cafés	Trabajador, visitantes	10	m2/pers.	2	70	Norma A.070, Art 23, RNE
	COMIDA REGIONAL	venta de comida	Trabajador, visitantes	21	m2/pers.	4	147	Norma A.070, Art 23, RNE
	VENTA DE ARTESANÍA	Venta de artesanía al por menor	Trabajador, visitantes	5	m2/pers.	2	35	-----
ZONA CULTURAL	EXPOSICIÓN CULTURAL	Brindar cultura de la zona	Trabajador, visitantes	1	m2/pers.	20	14	Norma A.090, Art 11, RNE
ZONA DE COMERCIO EN MODULOS	CERRAJERÍA	Servicio de llaves y chapas	Trabajador, visitantes	3	m2/pers.	2	21	-----
	VENTAS AL PASO	Venta de insumos	Trabajador, visitantes	20	MODULOS	-----	80	-----
HALL	ZONA DE RECIBIMIENTO	Distribuir la circulación	Trabajador, visitantes	1	m2/pers.			
SUB TOTAL M2				395			2691	
SS.HH.	SS.HH. VARONES	Satisface las necesidades de servicios higiénicos en dicha zona	Trabajador, visitantes	5	módulo	25	150	Norma A.070, Art 23, RNE
	SS.HH. DISCAP.		Trabajador, visitantes	5	módulo	5	150	Norma A.070, Art 23, RNE
	RECEPCIÓN	Recibir y atender	publico en general		m2/pers.			
GUARDERÍA	ADMINISTRACIÓN	manejo de informacion	oficinista	1	m2/pers.			
	ASISTENTA SOCIAL	ayudar a la integracion social	oficinista	1	m2/pers.			
	SALON DE JUEGOS	oseo y recreación infantil	infantes y auxiliar	1	m2/pers.			
	SALAS DE CUNAS/ LACTANCIA	cuidado de recién nacidos	bebés y nodriza	1	m2/pers.			
	COCINA	preparacion de alimentos	auxiliares	1	m2/pers.			
	COMEDOR	alimentación de infantes	niños y auxiliares	1	m2/pers.			
	SS.HH HIGIENICOS INFANTILES	aseo y nescesidades biologicas	niños	2	m2/pers.			
	SS.HH HIGIENICOS PERSONAL	aseo nescesidades biologicas	Trabajador, visitantes	1	m2/pers.	20	60	-----
	USOS MÚLTIPLES	realización de diferentes actividades comunales	Trabajador, visitantes	1	m2/pers.	50	500	-----

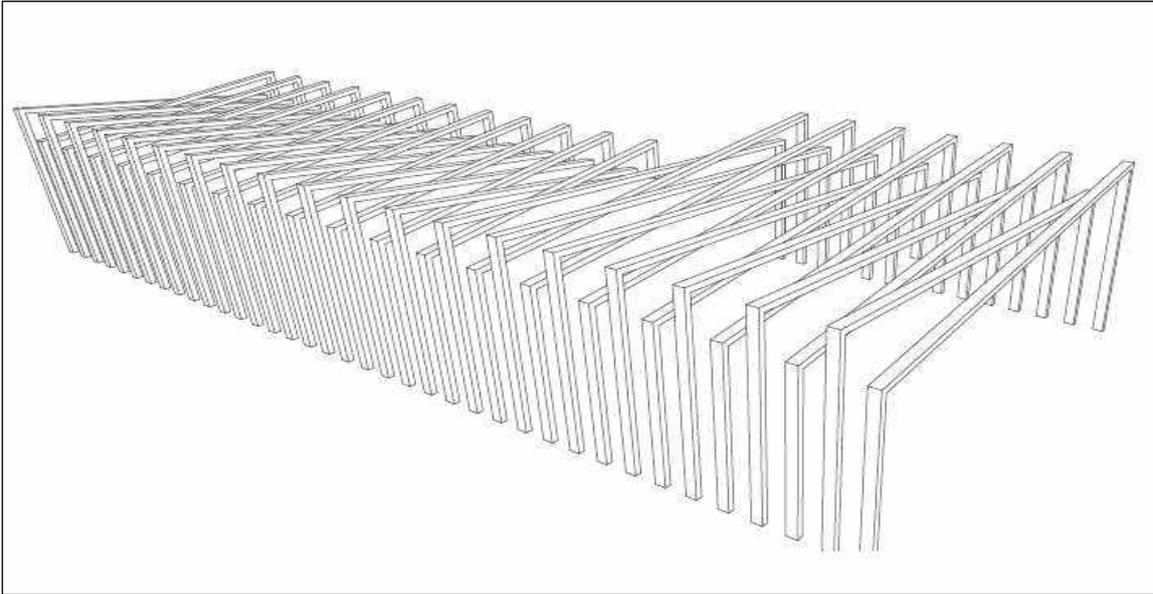
ZONA DE COMEDORES	PATIO DE COMIDAS	Alimentación de trabajador y visitantes	Trabajador, visitantes	1	módulo	50	500	-----
	CENTRO DE PAGO SERVICIOS	Servicio de PAGOS	Trabajador, visitantes	1	m2/pers.	10	50	-----
ZONA FINANCIERA	CAJEROS AUTOMÁTICOS	Servicio de tarjetas de débito	Trabajador, visitantes	10	módulo	20	30	-----
	ESTACIONAMIENTO	Estacionamiento de vehículos del visitante	Trabajador, visitantes	1	módulo	100	600	-----
ZONA DE ESTACIONAMIENTO	GARITA DE SEGURIDAD	controlar el ingreso de autos	vigilantes	1	módulo	2		-----
SUB TOTAL M2				34			1740	
ZONA DE ABASTECIMIENTO	PATIO DE MANIOBRAS	Estacionamiento vehículos de carga, descarga de mercadería	Personal encargado	1	-----	4	300	-----
	SEGURIDAD	control de ingreso de camiones	vigilantes	2	-----	4		
	DEPOSITO DE JABAS Y CARRETAS	almacenar	Personal encargado	1				
	CARGA Y DESCARGA	Carga y descarga de insumos	Personal encargado	1	m2/pers.		200	-----
	OFICINA DE CONTROL	Control de mercadería y pesaje	Trabajador	2	m2/pers.	2	16	-----
	CUARTO DE MONTACARGA	Uso de montacarga	Personal encargado	2	m2/pers.	2	16	-----
	ALMACEN DE INSUMOS	Almacenar Insumos	Personal encargado	4	m2/pers.	4	80	-----
	CAMARA FRIGORÍFICA DE FRUTAS Y VERDURAS	almacenar alimentos perecibles	Personal encargado	1				
	CAMARA FRIGORÍFICA PESCADOS Y MARISCOS	almacenar alimentos perecibles	Personal encargado	1				
	CAMARA FRIGORÍFICA CARNES ROJAS	almacenar alimentos perecibles	Personal encargado	1				
	CAMARA FRIGORÍFICA CARNES BLANDAS	almacenar alimentos perecibles	Personal encargado	1	m2/pers.	-----	150	-----
	ALMACEN DE PRODUCTOS	Almacenar productos	Personal encargado	1	m2/pers.	-----	60	-----
ALMACEN VESTIDOR DE PERSONAL	Almacenar pertenencias del trabajador	Personal encargado	2	m2/pers.	-----	60	-----	

	ALMACEN DE RECICLAJE	acopio de reciclaje	Personal encargado						
	CUARTO DE CONTENEDORES DE BASURA	Depositar los residuos	Personal encargado	1	m2/pers.	-----	40	-----	
ACOPIO DE RESIDUOS	ZONA DE LAVADO	lavado de contenedores	Personal encargado						
	CUBÍCULO DE LIMPIEZA	Guardar artículos de limpieza	Personal encargado	1	m2/pers.	-----	35	-----	
ZONA DE MANTENIMIENTO	CUARTO DE BOMBEO Y CISTERNA	Darle presión y fuerza al agua de consumo	Personal encargado	1	m2/pers.	-----	42	-----	
	CUARTO DE MAQUINA	Generación de energía	Personal encargado	1	m2/pers.	-----	42	-----	
	SS.HH DEL PERSONAL HOMBRES	Satisface las necesidades de servicios higiénicos en dicha zona	Empleados	1	módulo	25	30		Norma A.070, Art 23, RNE
	SS.HH DEL PERSONAL MUJERES			1	módulo	25	30		Norma A.070, Art 23, RNE
ZONA DE CONTROL DE CALIDAD	OFICINA	emitir resultados y documentos de certificación	secretaria y personal	1	m2/pers.	4	25		Norma A.070, Art 23, RNE
	SALA DE RECEPCION DE PRODCUTOS	recibir y pesar los productos	personal de soporte	1	m2/pers.	3			
	LABORATORIO DE MICROBIOLOGÍA	hacer pruebas y analisis	jefe de laboratorio	1	m2/pers.	4	25		Norma A.070, Art 23, RNE
SUB TOTAL M2								1151	

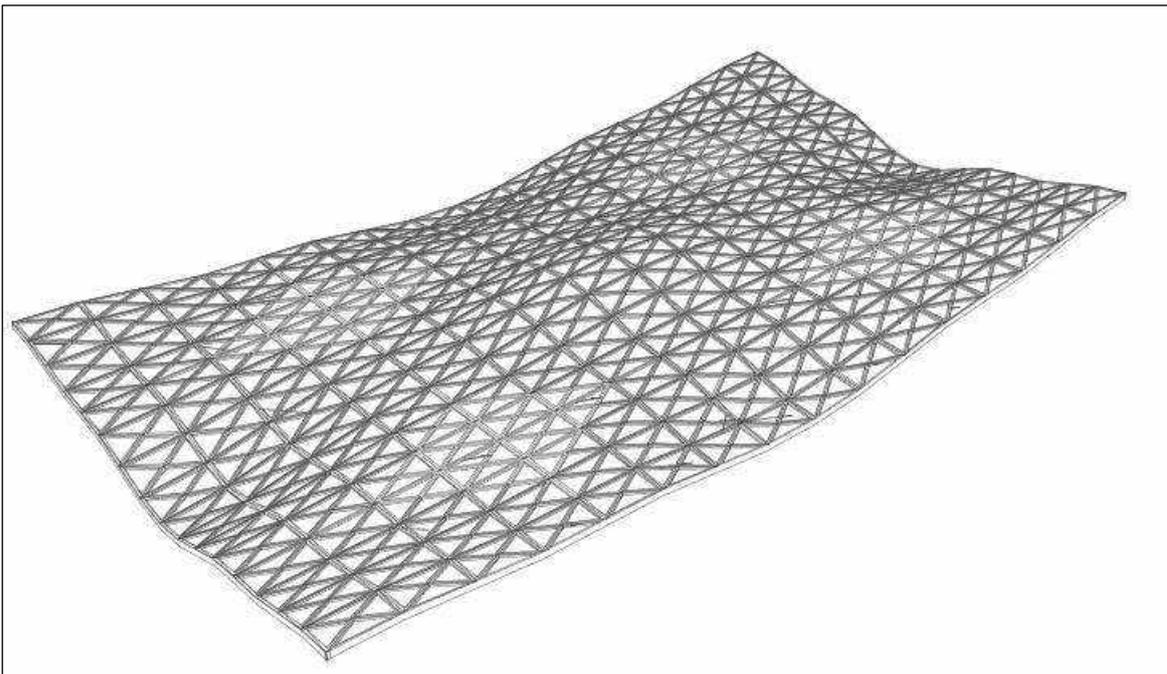
ZONA DE ACCESO	INGRESOS PEATONALES	Acceder	Personal	8	-----	-----	400	-----
	JUEGOS GENERALES	Recreación del visitante	publico en general	1	-----	-----	200	-----
	JUEGOS PARA NIÑOS	Recreación del visitante	niños	1	-----	-----	200	-----
	CINEMA AL AIRE LIBRE	mirar, escuchar, observar	publico en general	1	m2/pers.	40	80	
	PUESTOS DE VENTA	Venta mixta	Visitantes y vendedores	1	m2/pers.		100	
	BULEVAR	Recreación del visitante	publico en general	1	-----	-----	200	
	ANFITEATRO	Recreación del visitante	publico en general	1	-----	-----	200	-----
	ESPACIOS MULTIUSOS	Recreación del visitante	publico en general	2	-----	20	40	-----
	PLATAFORMAS	Recreación del visitante	publico en general	2	-----	30	60	-----
	CICLOPARQUEO	estacionar	publico en general	1				
	ZONA LIBRE	Recreación del visitante	publico en general	1	-----	-----	600	-----
SUB TOTAL M2							2080	
ÁREA PARCIAL							2188	
ÁREA CONSTRUIDA								
ÁREA DE CIRCULACIÓN 30%							3202	
TOTAL GENERAL							1905.9	

1.6.3 Formales (ritmo y repetición)

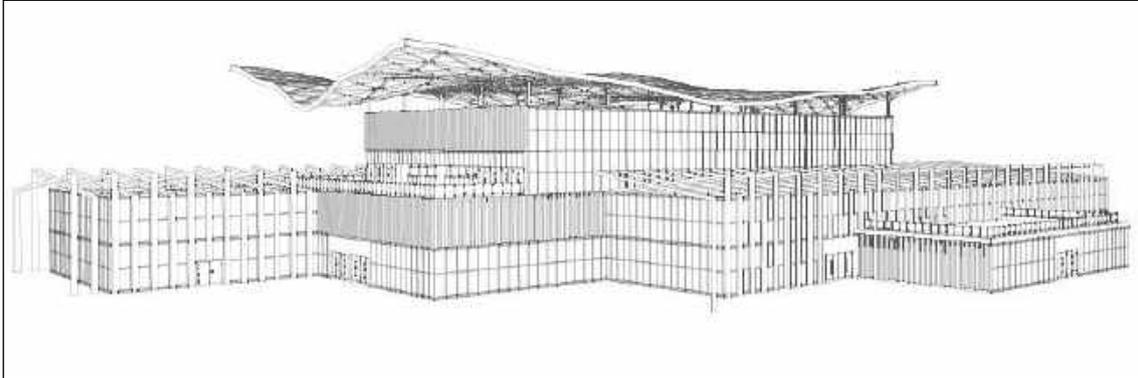
En la fachada se maneja un patrón que se repite y envuelve los volúmenes este patrón simula al tejido de la estera, el propósito de estos elementos funciona como control visual y solar, así mismo se genera una cobertura tipo sol y sombra, que agrega carácter al proyecto.



En la cobertura también se maneja un lenguaje repetitivo, donde se maneja la flexibilidad, esto tratando de generar equilibrio y fluidez, muy común en la estera.



El proyecto en conjunto maneja un mismo lenguaje en todas las fachadas, creando un solo patrón que aporta un carácter imponente pero no agresivo, repetitivo, pero no del todo simétrico.

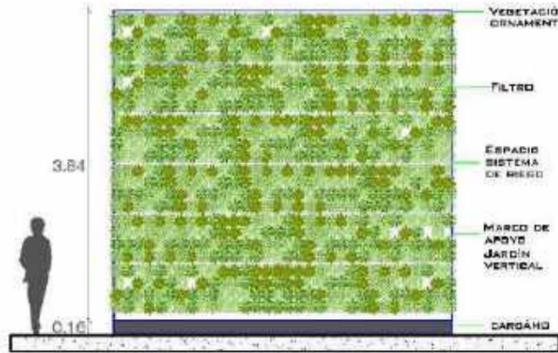


1.6.4 Tecnológico - Ambientales

Para la sustentabilidad del proyecto se estará utilizando diferentes métodos que permitan ser amigables con el medio ambiente y generar un impacto positivo en el entorno, por eso se plantea usar muros verdes, áreas verdes dentro y fuera para dar un respiro, cabe resaltar que se plantea una propuesta paisajista coherente para no hacer consumo indebido del agua. Por otro lado, también se usa módulos arquitectónicos llamados prosolve 370e, estos módulos utilizan un sistema de purificación del aire, se activan con el aire o con los rayos del sol, se colocan en zonas estratégicas como el estacionamiento y la zona de carga y descarga para disminuir la contaminación que expulsan los carros, además de ser un elemento decorativo que aporta textura a los ambientes, donde se colocan.

En la lámina inferior se especifica de manera mas grafica como funciona y como se plantea todo lo mencionado en lo tecnológico ambiental.

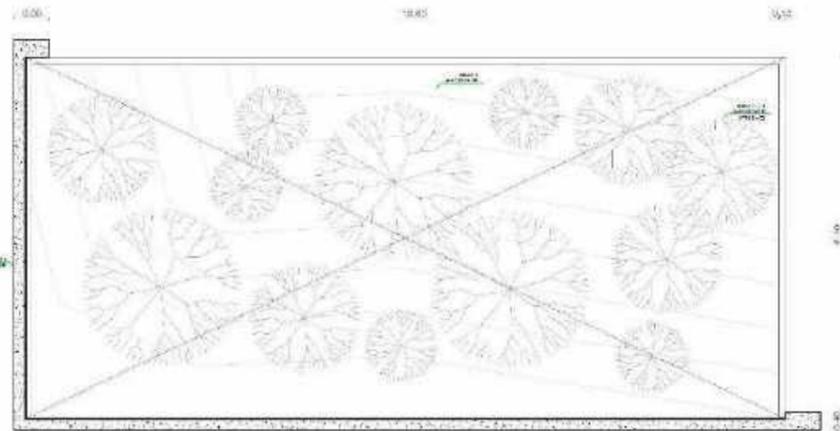
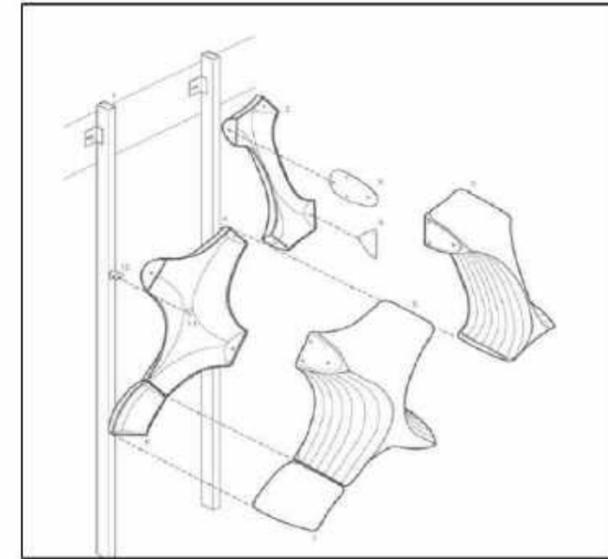
TECNOLÓGICO - AMBIENTALES



MURO VERDE VERTICAL

ESCALA : 1/50

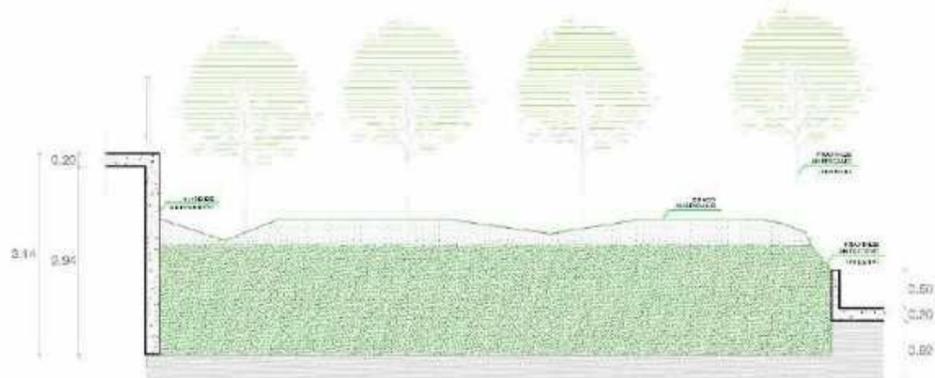
EL PROYECTO CUENTA CON DIFERENTES AREAS VERDES, TANTO EN EL EXTERIOR Y EN EL INTERIOR, EN EL SOTANO EN DIFERENTES PUNTOS COMERCIALES. QUE APORTAN CON LOS METROS CUADRADOS DE AREAS VERDES, POR OTRO LADO AYUDAN A DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN DE LOS CARROS EN EL AREA DEL SOTANO, SIN NECESIDAD DE USAR DUCTOS DE VENTILACION Y EXTRACCIÓN DE MOXIDO.



JARDINERAS EN EL SOTANO COMO SISTEMA DE VENTILACIÓN NATURAL

ESCALA : 1/50

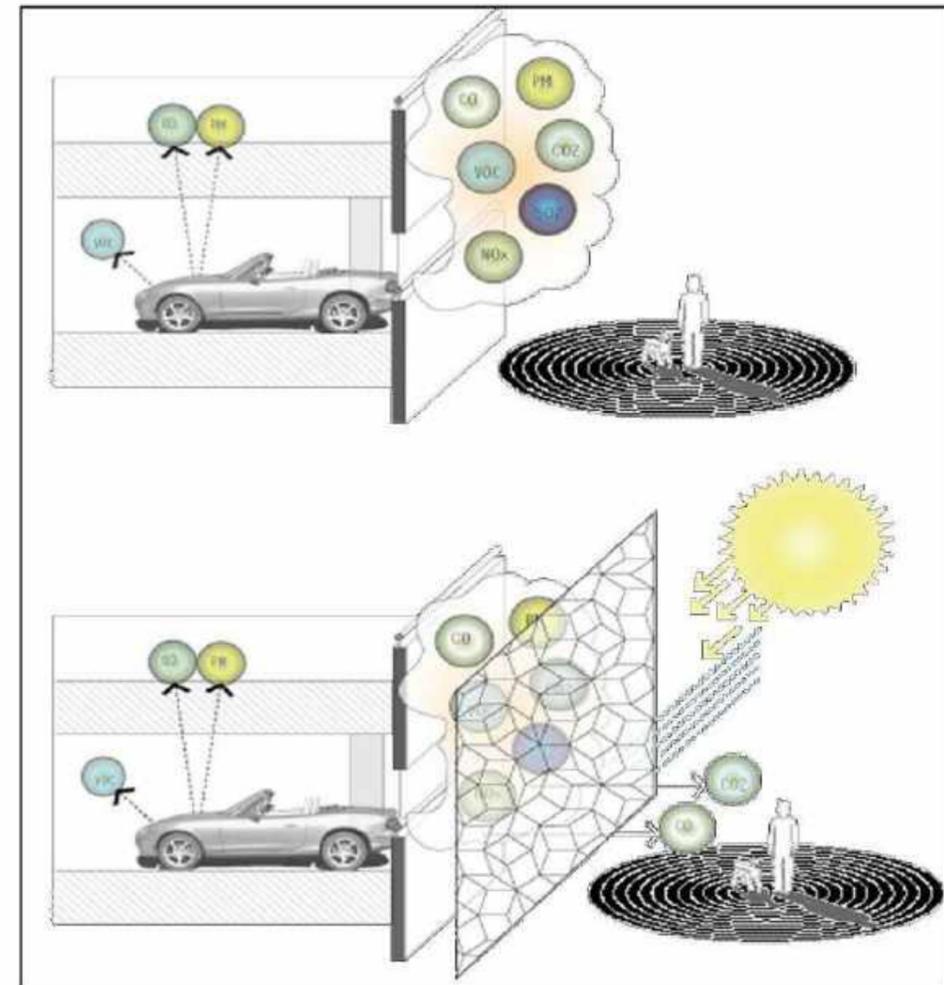
EL PROYECTO CUENTA CON DIFERENTES AREAS VERDES, TANTO EN EL EXTERIOR Y EN EL INTERIOR, EN EL SOTANO EN DIFERENTES PUNTOS COMERCIALES. QUE APORTAN CON LOS METROS CUADRADOS DE AREAS VERDES, POR OTRO LADO AYUDAN A DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN DE LOS CARROS EN EL AREA DEL SOTANO, SIN NECESIDAD DE USAR DUCTOS DE VENTILACION Y EXTRACCIÓN DE MOXIDO.



JARDINERAS EN EL SOTANO COMO SISTEMA DE VENTILACIÓN NATURAL

ESCALA : 1/50

SE COLOCARA EN LOS MUROS DEL PATIO DE MANERAS LOS MODULOS PROSOLVE370E ES UN MÓDULO ARQUITECTÓNICO DECORATIVO QUE PUEDE REDUCIR EFICAZMENTE LA CONTAMINACIÓN DEL AIRE EN LAS CIUDADES CUANDO SE INSTALA CERCA DE VÍAS DE TRÁFICO O EN FACHADAS DE EDIFICIOS. POR ELLO SE COLOCARA EN ESA ZONA EN ESPECIFICO PARA PODER ABSORBER TODA LA CONTAMINACIÓN DE LOS AUTOS DE ABASTECIMIENTO.



1.7 descripción del proyecto

El proyecto es un mercado municipal categoría B, este mercado será un mercado diferente a los mercados que conocemos, sin perder la esencia de los mercados tradicionales, puesto que será el primer mercado de Villa el Salvador con espacios públicos que complementen las necesidades urbanas del distrito, es decir contará con espacios didácticos, donde se puedan realizar actividades, sociales, culturales, comunales, estos espacios están integrados al proyecto pero están diferenciados, en el exterior se propone la parte urbana y en el interior las actividades comerciales, para complementar estas actividades en la parte superior cuenta con un salón de actividades múltiples, donde se puede realizar actividades comunales, así mismo se puede dar un uso comercial para la prestaciones de eventos privados, de esta manera se puede generar ingresos, para el mantenimiento y pago de los diferentes trabajadores que laboren dentro del mercado.

1.7.1 planeamiento urbano

en la parte urbana se esta planteando zonas recreativas como la plaza, el anfiteatro principal, plataformas y el cinema al aire libre, se podrá realizar diferentes actividades, sociales, culturales y recreativas, complementándose con la parte comercial del mercado, por otro lado se esta haciendo un planteamiento de renovación de la parte urbana del entorno para potenciar las cualidades que tiene el entorno inmediato y poder complementarse a la propuesta, la propuesta arquitectónica se logra integrar al entorno sin deformar la traza urbana e imagen urbana, con esto se mejora la calidad de la imagen urbana del entorno , por ende aumenta su valor, tanto económico como urbanista.



**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO
ARQUITECTONICO LOCALIZADO EN EL SECTOR
7, GRUPO 30, MANZANA A, LOTE 01, EN EL
DISTRITO DE VILLLA EL SALVADOR, PROVINCIA
DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.**

I PARTE: GENERALIDADES

La presente memoria descriptiva se refiere Al diseño y construcción de un mercado municipal tipo B, ubicada en Distrito de Villa el Salvador / Lima.

Ubicación. -

Sector 7 Grupo 30 Manzana A Lote 01 – Villa el Salvador – Lima

II PARTE: DEL TERRENO

2.1 Linderos y medidas perimétricas

Por el norte limita con: la liga de futbol de V.E.S



Por el sur limita con: La avenida Talara



Por el este limita con: la liga de futbol de V.E.S



Por el oeste limita con: La avenida Mariano Pastor Sevilla



- Por el frente: 81.118 ml
- Por el fondo: 80.862 ml
- Por la derecha: 130.76 ml
- Por el lado izquierda: 132.92 ml

2.2 Áreas del proyecto

Área del terreno: 14724.83 m².

Área del sótano: 5136.87 m².

Área del primer nivel: 5436.15 m².

Área del segundo nivel: 5436.15 m².

Área del tercer nivel: 2558.14 m².

Área techada: 16859.44 m².

Área libre: 9288.68 m².

III PARTE: DEL INMUEBLE

3.1 DISTRIBUCION. -

El proyecto en mención es un mercado municipal tipo B, tiene 3 ingresos principales, además de tener un gran espacio público antes de entrar a la edificación.

En el Sótano. -

- a) En la zona de servicio se puede encontrar el estacionamiento general para los usuarios, junto con la garita de seguridad y las escaleras y ascensor de discapacitados.
- b) En la zona privada contamos con la sub estación, grupo electrógeno y el cuarto de máquinas.

En el Primer nivel. -

- c) En la zona pública contamos con un boulevard junto con un anfiteatro especialmente para el uso social de las personas, también contaremos con 2 plataformas, usos múltiples y un cinema al aire libre que tienen contacto directo con los 3 ingresos principales del mercado.

- d) En la zona comercial se encuentran los puestos comerciales de tipo húmedo y semi húmedo, donde mas destacan los alimentos de verduras, frutas, carnes y abarrotes.
- e) En la zona de servicios contamos con una guardería junto con su patio de juegos, además tenemos los servicios higiénicos generales y cajeros automáticos.
- f) En la zona privada contamos con el estacionamiento de carga y descarga para los proveedores comerciales, también se encuentran las cámaras frigoríficas, el acopio de basura y el almacén general.

En el Segundo nivel. -

- a) En la zona comercial se ubican los puestos comerciales de tipo seco, donde más destacan las galerías de ropas, calzados y comida regionales.
- b) En la zona de servicios se pueden encontrar los servicios higiénicos generales y la guardería.
- c) En la zona administrativa se cuenta con los ambientes de secretaria, contabilidad, logística y tópico.

En el Tercer nivel. -

- a) En este nivel se encuentran 2 salones de eventos, junto con los servicios generales, cocinas, organizador de eventos y la terraza.

3.2 PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA. -

PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA – MERCADO DE MUNICIPAL TIPO B						
ZONA	SUBZONA	AMBIENTE	N° AMB.	UNIDAD	AFORO	ÁREA
ZONA ADMINISTRATIVA	RECEPCIÓN	SALA DE ESPERA	3	m2/pers.	18	8.4
		SECRETARÍA	1	m2/pers.	3	9.5
	GERENCIA	OFICINA DE ADMINISTRACIÓN	1	m2/pers.	3	19
		CONTABILIDAD	1	m2/pers.	3	19
		MARKETING	1	m2/pers.	3	19
		TÓPICO	1	m2/pers.	3	19
		OFICINA DE CONTROL DE VIGILANCIA	1	m2/pers.	3	6
	ZONA TECNICA	OFICINA DE RADIO Y MULTIMEDIA	1	m2/pers.	2	6
		SALA DE REUNIONES	1	m2/pers.	10	36
	REUNIONES	SALA DE REUNIONES	1	m2/pers.	10	36
	SERVICIOS SANITARIOS	SS. HH DE PERSONAL MUJERES	1	módulo	25	12
		SS. HH DE PERSONAL VARONES	1	módulo	25	12
	SUB TOTAL M2					
ZONA COMERCIAL	ÁREA HÚMEDA	AVES + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	13	m2/pers.	2	91
		CARNES ROJAS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	13	m2/pers.	2	91
		PESCADOS Y MARISCOS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	12	m2/pers.	2	84
		AHUMADOS + CONGELADOR INDUSTRIAL	12	m2/pers.	2	84
		EMBUTIDOS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	15	m2/pers.	2	105
		LÁCTEOS Y DERIVADOS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	15	m2/pers.	2	105
		ZONA DE PESO SEGURO	1	m2/pers.	6	
	ÁREA SEMI-HUMEDA	FRUTAS + DEPOSITO 25 %	14	m2/pers.	2	98
		VERDURAS + DEPOSITO 25%	14	m2/pers.	2	98
		TUBERCULOS + DEPOSITO 25%	14	m2/pers.	2	98
		LEGUMBRES Y SEMILLAS + DEPOSITO 25 %	14	m2/pers.	2	98
		PASTELERIAS + REFRIGERADORA INDUSTRIAL	5	m2/pers.	2	35
		HERBOLARIA + DEPOSITO 25%	4	m2/pers.	2	28

		AGROPECUARIA + DEPOSITO 25%	4	m2/pers.	2	28
		FLORERÍA + DEPOSITO 25%	4	m2/pers.	2	28
		ZONA DE PESO SEGURO	1	m2/pers.	6	
	ÁREA SECA	PAPELERÍA + DEPOSITO 25%	3	m2/pers.	2	21
		ELECTRODOMESTICOS + 25% ALMACEN	5	m2/pers.	2	35
		ZAPATERO	5	m2/pers.	2	35
		RELOJERÍA	5	m2/pers.	2	35
		TIENDA TEGNOLOGICA + ALMACEN 25% ALMACEN	5	m2/pers.	2	35
		JUGUETERÍA + DEPOSITO 25%	5	m2/pers.	2	35
		BISUTERÍA + DEPOSITO 25%	5	m2/pers.	2	35
		OPTICA	2	m2/pers.	2	14
		BAZAR + DEPOSITO 25%	4	m2/pers.	2	28
		LICORERÍA + DEPOSITO 25 %	5	m2/pers.	2	35
		CALZADOS + DEPOSITO 25 %	18	m2/pers.	2	126
		GALERIA DE ROPA + DEPOSITO 25%	18	m2/pers.	2	126
		TEXTILERÍA + DEPOSITO 25 %	4	m2/pers.	2	28
		SASTRERÍA + DEPOSITO 25%	4	m2/pers.	2	28
		BARBERÍA	5	m2/pers.	2	35
		SALON DE BELLEZA	5	m2/pers.	2	35
		PRODUCTOS DESCARTABLES + DEPOSITO 25%	5	m2/pers.	2	35
		ARTICULOS DE LIMPIEZA + DEPOSITO 25%	5	m2/pers.	2	35
		ABARROTES Y GRANOS + DEPOSITO 25%	15	m2/pers.	2	105
		CONDIMENTOS	8	m2/pers.	2	56
		MERCERÍA	5	m2/pers.	2	35
		DULCERÍA + DEPOSITO 25%	4	m2/pers.	2	28
		UTENSILLOS COCINA +DEPOSITO 25%	5	m2/pers.	2	35
		PLÁSTICOS + DEPOSITO 25%	5	m2/pers.	2	35
		COSMÉTICOS	7	m2/pers.	2	49
		VIDRIERÍA	2	m2/pers.	2	14
		MUEBLERIA	4	m2/pers.	2	28
		ESTUDIO FOTOGRAFICO	2	m2/pers.	2	14
		FERRETERIAS	5	m2/pers.	2	35

		SERVICIO TÉCNICO	2	m2/pers.	2	14	
		PIÑATERIA	3	m2/pers.	2	21	
		SNACK	4	m2/pers.	2	28	
	ZONA DE COMIDA PREPARADA	JUGUERÍA	10	m2/pers.	2	70	
		COMIDA REGIONAL	21	m2/pers.	4	147	
		VENTA DE ARTESANÍA	5	m2/pers.	2	35	
	ZONA CULTURAL	EXPOSICIÓN CULTURAL	1	m2/pers.	20	14	
	ZONA DE COMERCIO EN MODULOS	CERRAJERÍA	3	m2/pers.	2	21	
		VENTAS AL PASO	20	MODULOS	-----	80	
	HALL	ZONA DE RECIBIMIENTO	1	m2/pers.			
	SUB TOTAL M2			395			2691
ZONA DE SERVICIOS	SS.HH.	SS.HH. VARONES	5	módulo	25	150	
		SS.HH. DISCAP.	5	módulo	5	150	
		RECEPCIÓN		m2/pers.			
	GUARDERÍA	ADMINISTRACIÓN	1	m2/pers.			
		ASISTENTA SOCIAL	1	m2/pers.			
		SALON DE JUEGOS	1	m2/pers.			
		SALAS DE CUNAS/ LACTANCIA	1	m2/pers.			
		COCINA	1	m2/pers.			
		COMEDOR	1	m2/pers.			
		SS. HH HIGIENICOS INFANTILES	2	m2/pers.			
		SS. HH HIGIENICOS PERSONAL	1	m2/pers.	20	60	
		USOS MÚLTIPLES	1	m2/pers.	50	500	
	ZONA DE COMEDORES	PATIO DE COMIDAS	1	módulo	50	500	
		CENTRO DE PAGO SERVICIOS	1	m2/pers.	10	50	
	ZONA FINANCIERA	CAJEROS AUTOMÁTICOS	10	módulo	20	30	
		ESTACIONAMIENTO	1	módulo	100	600	
	ZONA DE ESTACIONAMIENTO	GARITA DE SEGURIDAD	1	módulo	2		
	SUB TOTAL M2			34			1740
	ZONA PRIVADA	ZONA DE ABASTECIMIENTO	PATIO DE MANIOBRAS	1	-----	4	300
SEGURIDAD			2	-----	4		
DEPOSITO DE JABAS Y CARRETAS			1				

	CARGA Y DESCARGA	1	m2/pers.		200
	OFICINA DE CONTROL	2	m2/pers.	2	16
	CUARTO DE MONTACARGA	2	m2/pers.	2	16
	ALMACEN DE INSUMOS	4	m2/pers.	4	80
	CAMARA FRIGORÍFICA DE FRUTAS Y VERDURAS	1			
	CAMARA FRIGORÍFICA PESCADOS Y MARISCOS	1			
	CAMARA FRIGORÍFICA CARNES ROJAS	1			
	CAMARA FRIGORÍFICA CARNES BLANDAS	1	m2/pers.	-----	150
	ALMACEN DE PRODUCTOS	1	m2/pers.	-----	60
	ALMACEN VESTIDOR DE PERSONAL	2	m2/pers.	-----	60
	ALMACEN DE RECICLAJE				
	CUARTO DE CONTENEDORES DE BASURA	1	m2/pers.	-----	40
ACOPIO DE RESIDUOS	ZONA DE LAVADO				
	CUBÍCULO DE LIMPIEZA	1	m2/pers.	-----	35
ZONA DE MANTENIMIENTO	CUARTO DE BOMBEO Y CISTERNA	1	m2/pers.	-----	42
	CUARTO DE MAQUINA	1	m2/pers.	-----	42
	SS. HH DEL PERSONAL HOMBRES	1	módulo	25	30
	SS. HH DEL PERSONAL MUJERES	1	módulo	25	30
ZONA DE CONTROL DE CALIDAD	OFICINA	1	m2/pers.	4	25
	SALA DE RECEPCION DE PRODCUTOS	1	m2/pers.	3	
	LABORATORIO DE MICROBIOLOGÍA	1	m2/pers.	4	25
SUB TOTAL M2					1151
ZONA DE ACCESO	INGRESOS PEATONALES	8	-----	-----	400
	JUEGOS GENERALES	1	-----	-----	200
	JUEGOS PARA NIÑOS	1	-----	-----	200
	CINEMA AL AIRE LIBRE	1	m2/pers.	40	80
	PUESTOS DE VENTA	1	m2/pers.		100
	BULEVAR	1	-----	-----	200
	ANFITEATRO	1	-----	-----	200
	ESPACIOS MULTIUSOS	2	-----	20	40
	PLATAFORMAS	2	-----	30	60

		CICLOPARQUEO	1			
		ZONA LIBRE	1	-----	-----	600
	SUB TOTAL M2					2080

3.3 VOLUMETRÍA, TIPOLOGÍA Y ENTORNO. -

La altura de la edificación es de 3 niveles, con una altura promedio de 21.40m. En el primer nivel de piso a techo la altura es 4.00m, en el segundo 4.00m y en el tercer nivel 8.00m y la cobertura 4.80m. Las losas son de 0.20m.

En general el proyecto, además de resolver los aspectos funcionales pertinentes, busca proponer tanto espacial como formalmente elementos arquitectónicos.

VI PARTE: MATERIALES

I. REVOQUES Y ENLUCIDOS:

Comprende tarrajeos simples en muros interiores y exteriores con morteros, cemento arena fina 1:5 tarrajeo rayado en baños, puestos comerciales y demás ambientes.

Todos los revoques y vestiduras serán terminados con nitidez en superficies planas y ajustándose los perfiles a las mediadas terminadas indicadas en los planos.

Todos los ambientes que lleven tarrajeo acabado deberán ser entregados listos para recibir directamente la pintura, se acabarán paños completos el mismo día, no pudiendo ser para el mismo paño revoques parciales.

Antes de iniciar los trabajos se humedecerá convenientemente la superficie que va a recibir el revoque y llenar todos los vacíos y grietas. El acabado del tarrajeo será plano y derecho, sin ondulaciones ni defectos.

Los tubos de instalación empotrados deberán colocarse a más tardar al terminar el tarrajeo, luego se resanará la superficie dejándolas perfectamente al ras sin que ninguna deformidad marque el lugar en que se ha picado la pared para este trabajo.

La arena para el mortero deberá ser limpia, exenta de sales nocivas y material orgánico, así mismo, no deberá tener arcilla con exceso del 4%; para la mezcla final del mortero debe zarandearse por seguridad.

II. ZOCALOS Y CONTRAZOCALOS:

Los zócalos serán de porcelanato (según formato – ver cuadro de acabados) en baños y cocina, con terminales y esquineros. En los servicios higiénicos irán de piso a techo. Se fraguará con porcelana del color del porcelanato.

Se correrá una nivelación para que la altura del zócalo sea perfecto y constante.

El mortero empleado para el asentamiento del porcelanato será con pegamento blanco para porcelanato de marca Celima o similar.

Una vez mojado el porcelanato se colocará la carga de mortero en toda la parte de cada una de estas fijándola en su posición y teniendo cuidado de no dejar tras porcelanato. Antes de fraguar la mezcla, las juntas deben ser saturadas en agua limpia, aplicado a presión una mezcla en caso de polvo de porcelana hasta la superficie con el porcelanato.

La unión del zócalo con el piso se hará en ángulos rectos.

III. PISOS:

El acabado será de acuerdo a cuadro de acabados en los distintos ambientes.

La superficie a obtenerse será plana, nivelada, pulida, lisa y dura.

IV. CARPINTERÍA METÁLICA Y CARPINTERÍA DE MADERA:

Se pondrá puertas metálicas con vidrio, las ventanas serán de vidrio con soporte de base en aluminio color negro, para más especificaciones ver cuadro de vanos.

V. VIDRIOS:

Los vidrios serán simples y templados donde corresponda. En las ventanas de los baños los vidrios serán opacos. Dichos vidrios serán de tamaño exacto a fin de que encaje perfectamente en los lugares para los cuales han sido habilitados.

VI. PINTURA:

Este capítulo se refiere a la pintura en muros, columnas, vigas, etc. en la forma siguiente:

Látex en los muros interiores y exteriores; barniz en carpintería de madera; esmalte en contrazócalos exteriores de h=0.30 previa limpieza, lijado y masillado, una base y dos de pintura.

IV PARTE: NORMATIVIDAD Y BIBLIOGRAFIA. -

EL proyecto se ha basado en las siguientes normas técnicas existentes:

-REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES. -RNE,

-REGLAMENTO DE INSPECCIONES TECNICAS DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL VIGENTE

**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO
ARQUITECTONICO LOCALIZADO EN EL
SECTOR 7, GRUPO 30, MANZANA A, LOTE 01,
EN EL DISTRITO DE VILLLA EL SALVADOR,
PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE
LIMA.**

A. CONSIDERACIONES GENERALES

El Proyecto es una obra nueva de un mercado municipal tipo B.

El desarrollo del proyecto de estructuras está basado en la concepción arquitectónica, la misma que contempla 6 bloques de edificación con un total de tres niveles.

B. DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA

Se ha planteado una estructura de concreto reforzado conformada por pórticos, la elección de esta estructura se debe a la forma del planeamiento arquitectónico y como consecuencia de los requerimientos sísmicos establecidos por la norma E-030 Diseño Sismo resistente y las normas técnicas de edificación E-020, E-050, E-060 Y E-070.

La configuración estructural, compatible con el proyecto arquitectónico es de naturaleza irregular con dos esquinas entrantes, sobre la base de columnas, vigas, y entrepisos de losas aligeradas.

Las columnas, vigas, losas y escaleras serán de concreto reforzado formando los pórticos planteados.

Los entrepisos estarán formados por una losa aligerada de concreto la cual se apoyará en vigas, las escaleras serán también de concreto reforzadas según disposición mostrada en los planos respectivos.

C. BASES DE CÁLCULO

Para el diseño de la estructura de concreto armado se ha considerado los siguientes datos técnicos:

CONCRETO

Resistencia	210 kg/cm ²
Módulo de elasticidad	217 000.00 kg/cm ² ($f' c=210$ kg/cm ²)
Poisson	(ν)=0.20
Peso específico	2300 kg/m ³

ACERO DE REFUERZO

Resistencia de la fluencia	4200 kg/cm ²
Módulo de elasticidad	2 038 901.00 kg/cm ²

Características del planeamiento estructural:

Tipo de estructura : "C"

Regularidad : Irregular

Elementos portantes : Pórticos regulares con columnas de C° A°.

Esquema estructural.

Pórticos de diseño formado por columnas, y vigas de concreto, con losas aligeradas como elementos de transmisión de fuerzas.

Parámetros para definir la fuerza sísmica.

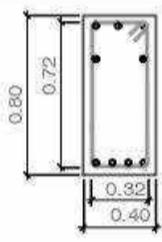
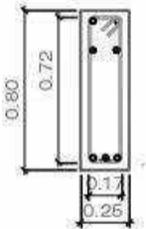
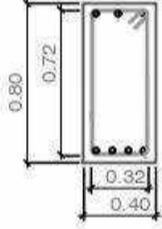
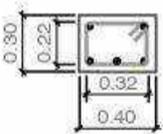
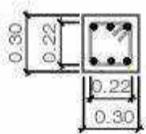
Zona sísmica		4,5
Categoría de edificación	B	
Factor U	U	1,00
Factor de zona	Z	0,45
Factor de Amplificación Sísmica	C	2,5
Periodo Suelo	Tp	0,6seg.
Parámetro de suelo	S	1,2
Periodo fundamental de vibración	T	0.22
Coeficiente de Reducción	R	8

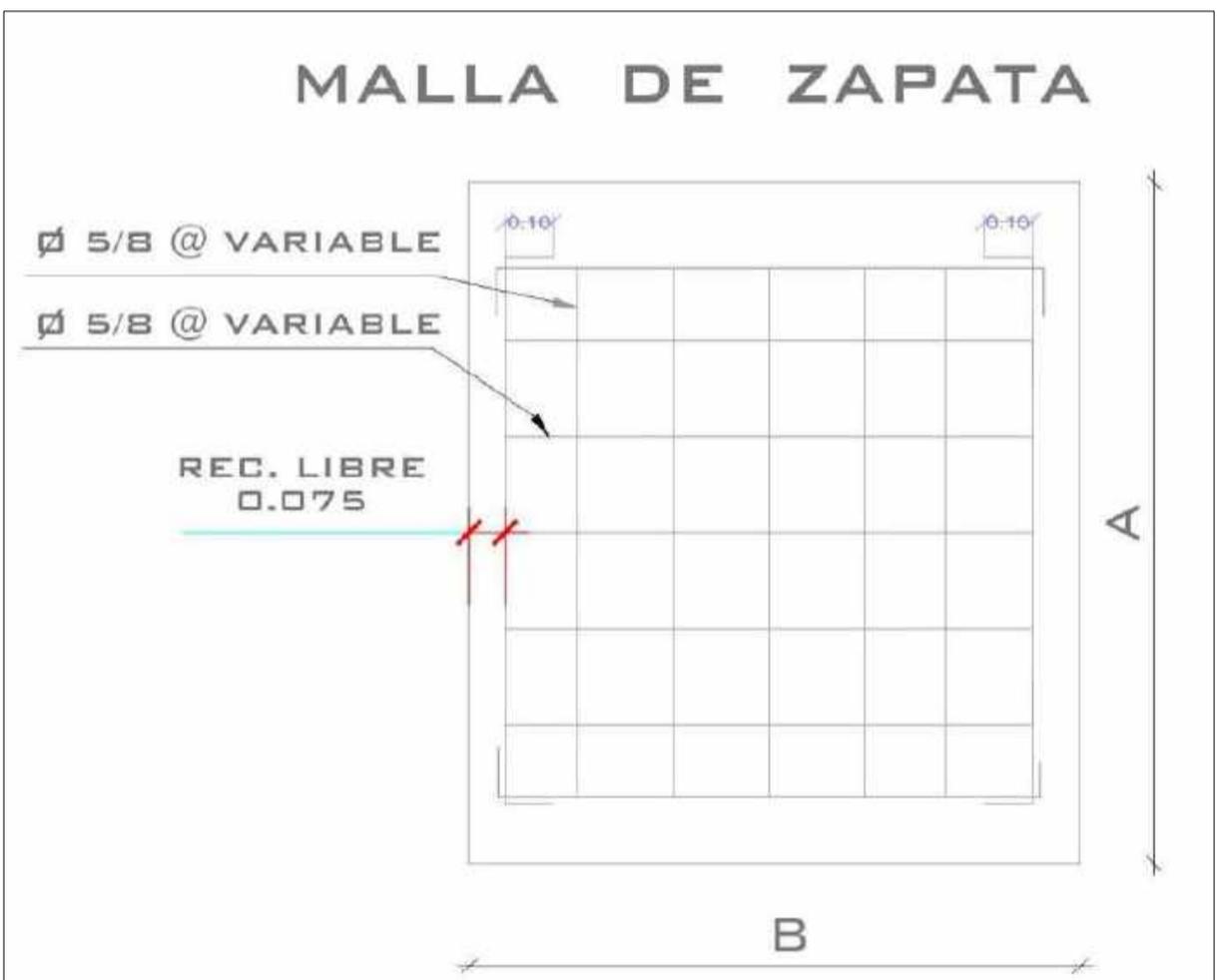
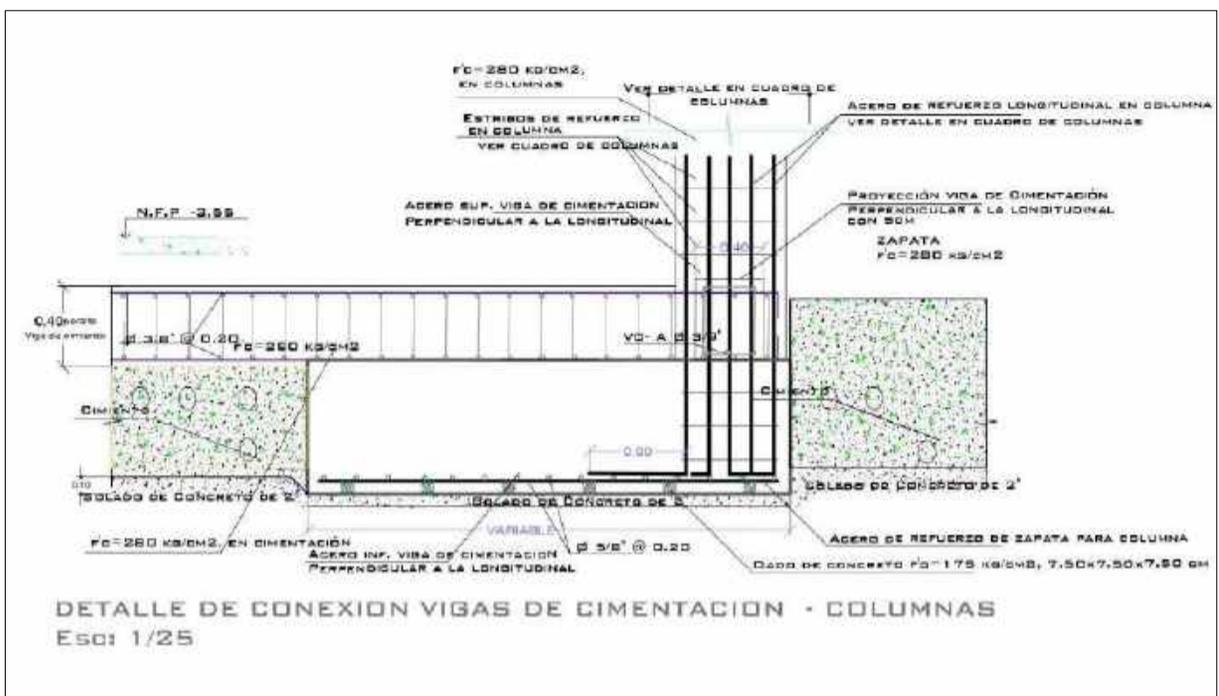
D. PROCEDIMIENTO CONSTRUCTIVO

El procedimiento constructivo seguirá la siguiente secuencia:

1. Construcción de cimentaciones, incluye colocación de acero de refuerzo de columnas y muros.
2. Construcción de columnas.
3. Construcción de vigas.
4. Construcción de entresijos.
5. Construcción de escaleras.

E. DETALLES CONSTRUCTIVOS

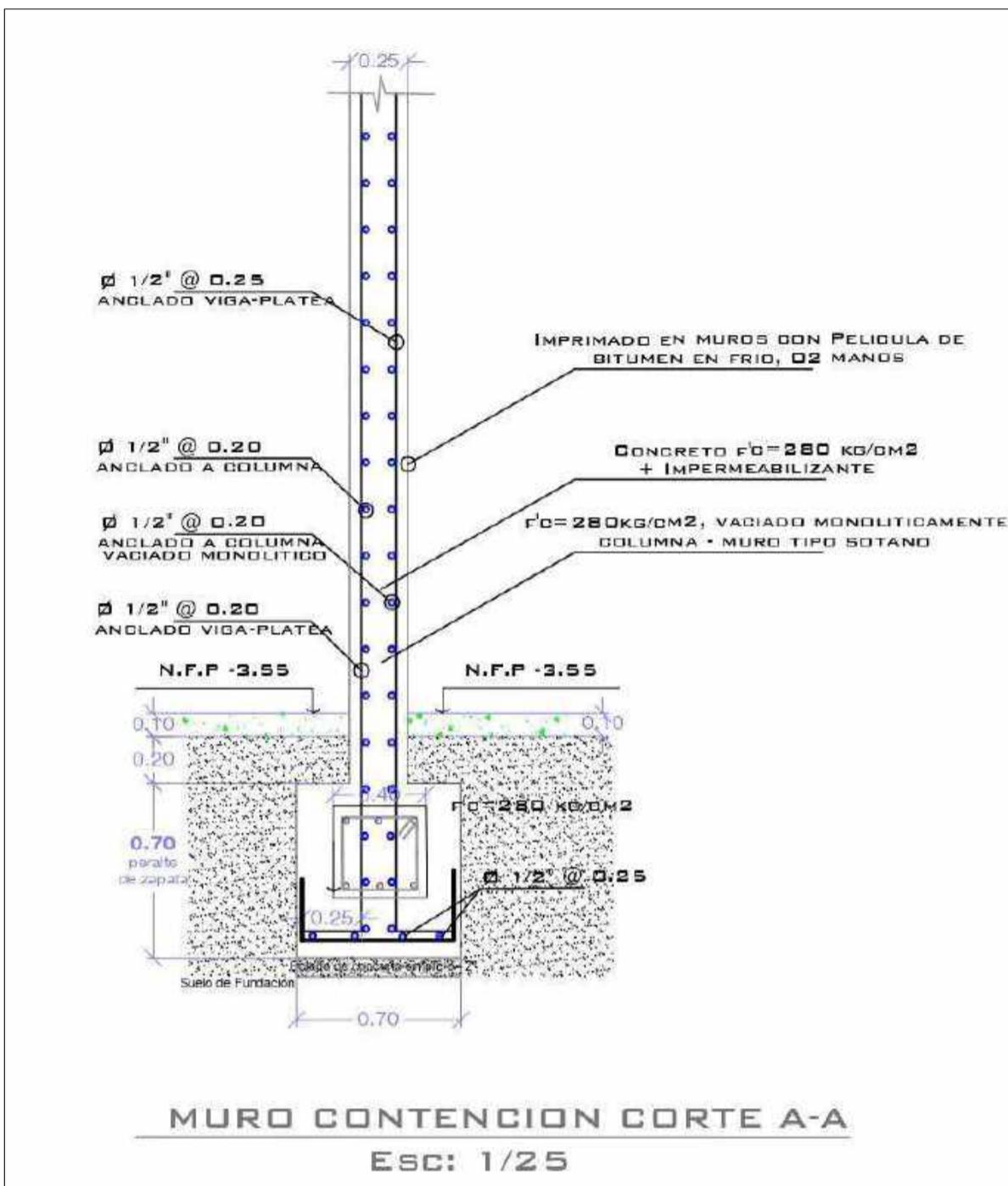
CUADRO DE COLUMNAS Y DISPOSICION DE ARMADO DE ACERO LONGITUDINAL		
NIVEL	TIPO	V-P1
SÓTANO PRIMER SEGUNDO TERCERO	SECCION	0.40 x 0.80
	CUANTIA	● 2 \varnothing 5/8" + 7 \varnothing 3/4"
	RESISTENCIA	$F'c=280$ KG/CM ²
	ESTRIBOS	ESTRIBOS \varnothing 3/8"; 2 @ 0.05, 8 @ 0.10, 4 @ 0.15 RTO. @ 0.20
	SECCION	
	V-P2	V-P3
	0.25 x 0.80	0.40 x 0.80
	● 3 \varnothing 5/8" + 4 \varnothing 3/4"	7 \varnothing 3/4"
	$F'c=280$ KG/CM ²	$F'c=280$ KG/CM ²
	ESTRIBOS \varnothing 3/8"; 2 @ 0.05, 8 @ 0.10, 3 @ 0.15 RTO. @ 0.20	ESTRIBOS \varnothing 3/8"; 2 @ 0.05, 8 @ 0.10, 4 @ 0.15 RTO. @ 0.20
		
	V-CH1	V-CH2
	0.40 x 0.30	0.30 x 0.30
	● 1 \varnothing 5/8" + 4 \varnothing 3/4"	● 5 \varnothing 5/8" + 1 \varnothing 3/4"
	$F'c=280$ KG/CM ²	$F'c=280$ KG/CM ²
	ESTRIBOS \varnothing 3/8"; 2 @ 0.05, 6 @ 0.10, 3 @ 0.15, RTO. @ 0.20	ESTRIBOS \varnothing 3/8"; 2 @ 0.05, 6 @ 0.10, 3 @ 0.15, RTO. @ 0.20
		



CUADRO DE ZAPATAS

TIPO	DIMENSION A x B	H	PARRILLA
Z-1	2.20 x 2.60	0.70	\varnothing 5/8 @ 0.15 \varnothing 5/8 @ 0.15
Z-2	1.90 x 2.60	0.70	\varnothing 5/8 @ 0.15 \varnothing 5/8 @ 0.15





**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO
ARQUITECTONICO LOCALIZADO EN EL SECTOR 7,
GRUPO 30, MANZANA A, LOTE 01, EN EL DISTRITO DE
VILLA EL SALVADOR, PROVINCIA DE LIMA,
DEPARTAMENTO DE LIMA.**

1.1 GENERALIDADES

La presente memoria descriptiva comprende las Instalaciones Eléctricas Interiores para un Mercado Municipal tipo B.

El proyecto se ha elaborado teniendo en cuenta la siguiente información:

- Proyecto de Arquitectura, Instalaciones Sanitarias y Estructuras.
- Código Nacional de Electricidad – Utilización.
- Reglamento Nacional de Edificaciones.

1.2 CONTENIDO DEL PROYECTO

- ❖ Memoria descriptiva.
- ❖ Planos del Proyecto: Instalaciones Eléctricas

1.3 DESCRIPCION DEL PROYECTO

La energía eléctrica será suministrada a través de un banco de medidores monofásicos, desde donde parten los alimentadores hacia los tableros de distribución TD-01, de este tablero se derivan los circuitos derivados que llegan a los diferentes puntos de utilización de energía. A continuación, se muestra el detalle de dichos circuitos:

Tablero de distribución: TD1

- | | | |
|----|---|----------------|
| C1 | : | Iluminación |
| C2 | : | Tomacorrientes |

1.4 ALIMENTADOR

Desde cada medidor parte el cable alimentador al tablero de distribución TD:
ALIMENTADOR (NH-80) 2-1x10mm²+1x6mm²

En el cálculo se ha tenido en cuenta las cargas totales, así como el chequeo de la caída de tensión. El tablero de distribución eléctrica será de material aislante, del tipo para empotrar, ubicados en lugares convenientes y de fácil acceso según se indica en los planos.

De acuerdo al CNE – Utilización Sección 030-036 el aislamiento del conductor de protección a tierra será de color verde o verde con una o más franjas amarillas.

1.4 CIRCUITOS DE DISTRIBUCIÓN

Desde el tablero de distribución se alimentarán las salidas de alumbrado, tomacorrientes y motores, así como de otros usos requeridos en los distintos ambientes de la vivienda, indicados en los planos. Los circuitos derivados, estarán constituidos por conductores de cobre con aislamiento TW tuberías de PVC – SEL y cajas de fierro galvanizado pesadas, empotrados en paredes y techos salvo otras indicaciones en los planos.

Para los circuitos de Iluminación se usará conductor TW de 2.5 mm² de sección.

Se realizará con artefactos tipo fluorescentes lineales con difusor. Para el conexionado de los circuitos se utilizará conductor TW 2.5 mm².

Las salidas para los artefactos de alumbrado son: Caja octogonal tipo plástica para artefactos adosados en techo o pared. 100 x 40 mm. Los artefactos de iluminación que se han adoptado se basan en las necesidades de niveles de iluminación mínimo requerido en locales de este tipo.

Para los tomacorrientes se ha considerado circuito 2-1x4mm²+1x2.5mm² (NH-80) Ø=20 mm PVC SAP, se instalará tomacorrientes con espiga a tierra en todos los puntos, desde el tablero hacia el punto donde va a alimentar.

Para abastecer un número de salidas para artefactos que no superen como carga instalada un promedio de 2,500 watts; se usará dos conductores de calibre 4.0 mm² para las líneas vivas y una línea adicional de tierra de 4.0 mm²

color verde con una franja amarilla. Las salidas para tomacorrientes serán cajas rectangulares pesadas.

2.0 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE MATERIALES

2.1 CONDUCTORES

Para las instalaciones eléctricas del presente proyecto se utilizará básicamente los siguientes conductores:

Conductor del tipo TW de cobre suave – sólido con Aislamiento de Cloruro de Polivinilo (PVC); de uso general para instalaciones en tubo, no propaga la llama y resiste a la humedad.

TIPOS DE CONDUCTORES mm	SECCION mm ²	DIAMETRO mm (pulg)						
		13 (5/8)	15 (1/2)	20 (3/4)	25 (1)	35 (1¼)	40 (1½)	50 (2)
NH-80	1.5	4	6	10	17	30	41	67
	2.5	4	5	8	14	25	34	56
	4	3	4	7	11	20	28	46
	6	1	1	3	6	10	14	24
	10	1	1	3	5	9	12	20
	16	1	1	1	4	7	9	15
	25	1	1	1	2	4	6	11

DECRETO SUPREMO N° 187-2005-EF

Reglamento Técnico sobre Conductores y Cables Eléctricos de consumo masivo y uso general (2005-12-30)

Art. 2°.- Carácter obligatorio

Requisitos y especificaciones técnicas mínimas que deben cumplir todo tipo de conductores y cables eléctricos de consumo masivo y uso general, sean de procedencia nacional o importada, siendo su cumplimiento de carácter obligatorio.

2.2 ARTEFACTOS DE ILUMINACION

a) Spots Light LED de 7 a 9 watts marca Phillips o similar con base aluminizada y revestida de acrílico para evitar oxidación del soporte
Su montaje será adosado al techo.

b) Focos ahorradores, los cuales irá en las salidas de iluminación, de los exteriores en pared h= 2.20 y en la Terraza Azotea dentro de caja de protección adosados en pared h= 0.20m.

2.3 TOMACORRIENTES

Se usarán tomacorrientes para empotrar, de contactos tipo Magic Universal Bticino o similar, con placa de aluminio anodizado de capacidad 15 amp. – 220 voltios.

Todos los tomacorrientes deberán llevar espiga para puesta a tierra.

2.4 INTERRUPTORES

Los interruptores serán de palanca del tipo empotrar y tendrán el mecanismo encerrado por una cubierta fenólica de composición estable, con terminales de tornillo para conexión lateral. La capacidad nominal será de 5 amp. para 220 voltios. Similares a los Bticino serie Magic.

2.5 CAJAS

Las cajas tendrán las siguientes medidas:

-Para tomacorrientes o interruptores, salida TV, serán rectangulares de las siguientes medidas: 100 x 55 x 50 mm.

-Para salida de luz en techo, braquetes, y cajas de pase interiores, se usarán cajas octogonales de las siguientes medidas: 100 x 40 mm.

Las cajas serán fabricadas de PVC. Las orejas para la fijación de los accesorios estarán mecánicamente aseguradas a las mismas o mejor

aún serán de una sola pieza con el cuerpo de la caja. No se aceptarán orejas soldadas.

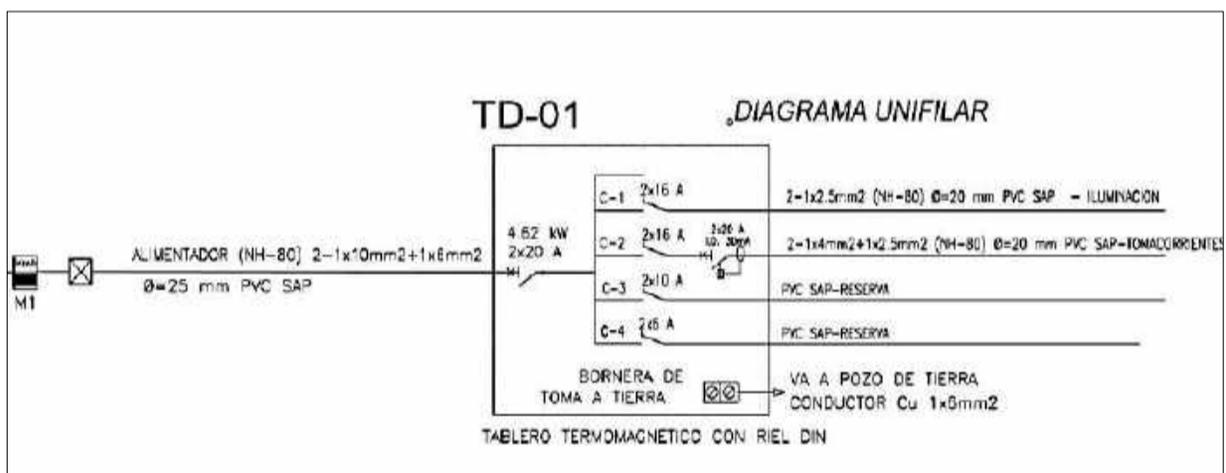
2.6 TABLEROS DE DISTRIBUCION

El tablero de distribución será monofásico del tipo para empotrar, de 4 circuitos (TD01), de caja fabricada en material aislante aprobado, de resina con huecos preformados para facilitar la instalación de tuberías.

El marco y puerta está fabricado en material termoplástico; en la parte interna el tablero lleva tarjetero con el directorio de los circuitos.

El mandil que sirve para cubrir los interruptores de los cuales solo quedan visibles las manijas de operación manual.

El panel de interruptores termo magnéticos está montado en riel din sobre una plancha de fibra aislante.



3.0 ESPECIFICACIONES TECNICAS DE MONTAJE

3.1 CONDICIONES GENERALES

- La ubicación de las salidas eléctricas que aparecen en los planos trata de ser exactas, por efecto de escala, dibujo, y conjunción de detalles, algunas salidas son aproximadas. El constructor hará las coordinaciones del caso para definir en obra las ubicaciones exactas.
- Las salidas en lo posible deben ser simétricas respecto a los ambientes; no colocar salidas en sitios inaccesibles; cualquier salida cuya posición no esté definida deberá consultarse a la inspección.

- c) Antes de proceder al llenado de pisos el inspector de la obra procederá a la revisión del entubado asegurándose que haya quedado unidas rígidamente las tuberías, así como la hermeticidad de las uniones entre tubo y tubo.

3.2 INSTALACION DE CONDUCTORES

- a) Los conductores tipo TW serán continuos entre caja y caja a través de los ductos; no se permiten empalmes dentro de las tuberías; los empalmes se realizan en la caja y se protege con cinta aislante de reconocida calidad. El conductor de tierra de los circuitos será del tipo TW color verde con franja amarilla para diferenciarlo de los demás.

En los tomacorrientes deberá dejarse una longitud de 20 cm. a la salida por polo.

En las cajas que ingresen dos o más circuitos, los conductores se ordenarán y se mantendrán agrupados por medio de sujetadores de nylon resistente a la temperatura de funcionamiento permitido por los conductores.

- b) El cable de tierra deberá extenderse a través de los Electroductos y cajas en forma continua.

3.3 CAJAS

- a) Las cajas empotradas en techo o pared deberán instalarse al ras del cielo raso y en las paredes se deberá tener cuidado que el borde frontal de la misma no esté embutido más de 1 / 4 "dentro de la superficie acabada.
- b) En las cajas Standard los tubos se instalarán solo en los lugares previstos removibles (K.O).
- c) La entrada del tubo a la caja se realizará en sentido perpendicular a las paredes de las mismas, nunca en sentido oblicuo.
- d) Las cajas destinadas a salidas de alumbrado deberán dotarse para la fijación adecuada de aparatos de alumbrado.
- e) Todas las tapas de las cajas de pase serán de plancha de fierro galvanizado de espesor mínimo 1/16".

3.4 PRUEBAS

Se deberá realizar las siguientes pruebas:

- a) Prueba de medición de aislamiento de los conductores, alimentador y circuitos de distribución; la prueba se realizará entre fases y entre cada fase y tierra.
- b) Prueba de medición de resistencia del pozo a tierra.

- c) Pruebas de funcionamiento de los artefactos de iluminación por 24 horas continuas.

3.5 APLICACIÓN DE CODIGO Y REGLAMENTO

Para todo lo no especificado, es válido el Código Nacional de Electricidad – Utilización y/o el Reglamento Nacional de Edificaciones.

**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO
ARQUITECTONICO LOCALIZADO EN EL
SECTOR 7, GRUPO 30, MANZANA A, LOTE 01,
EN EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR,
PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE
LIMA.**

1. GENERALIDADES

El proyecto comprende el cálculo y diseño de las Instalaciones Sanitarias Interiores de un Mercado Municipal tipo B.

Ha sido realizada cumpliendo con las siguientes normas:

- Reglamento Nacional de Edificaciones
- Norma Técnica – I.S. 010
- Normas técnicas de la empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Lima.
- Normas Técnicas sobre los tipos de tuberías

2. OBJETIVO

Diseñar un sistema de redes Interiores de agua fría, con abastecimiento de red pública.

Diseñar las redes interiores de desagüe, montantes, de agua fría y pluvial.

FACTIBILIDAD DE SERVICIOS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO

- **Servicio de Agua Potable y Alcantarillado**

En el entorno de la edificación proyectada se ubican el sistema existente de redes de distribución de agua de la ciudad y la red de colectores. Las redes primarias de la red de distribución de agua potable son de Ø4" de diámetro y la red general de colectores públicos son de Ø8".

- **Conexión Domiciliaria de Agua**

La conexión domiciliaria existente para el abastecimiento de agua de la edificación es mediante una tubería de alimentación existente de Ø3/4".

- **Evacuación de Aguas Residuales**

La factibilidad para la evacuación de las aguas residuales de la edificación será mediante una conexión domiciliaria existente hacia el colector público existente de Ø4".

3. ALIMENTADORES Y RED DE DISTRIBUCIÓN

Las tuberías de distribución de agua fría en toda la edificación se han dimensionado con el método de gastos probables. El sistema de redes interiores de distribución de agua fría comprende la instalación de tuberías de

diámetros $\varnothing 1''$, $\varnothing 3/4''$, y $1/2''$, de material de PVC SAP y sus respectivos accesorios.

4. DESAGÜE:

El sistema de eliminación de desagües es por gravedad, con descarga al colector principal existente de $\varnothing 4''$.

El sistema de desagüe ha sido diseñado con la suficiente capacidad para conducir la contribución de la máxima demanda simultánea.

Todas las tuberías de desagüe serán de PVC tipo S.A.L. y las tuberías de Ventilación serán de PVC tipo SAL.

Los diámetros de las tuberías y cajas de registro existentes se indican en +los planos respectivos, la pendiente mínima de las tuberías del desagüe serán de 1% para $\varnothing 4''$ y 1.5%

5. SISTEMA DE VENTILACIÓN

Se han provisto de puntos de ventilación a los diversos aparatos sanitarios mediante tuberías de PVC de $\varnothing 2''$ de diámetro, distribuidos de manera que impidan la formación de vacíos o alzas de presión, que pudieran hacer descargar los sellos hidráulicos y evitar la presencia de malos olores en los ambientes de la edificación.

Los montantes se prolongarán hasta 0.30 m.s.n.t.t con el mismo diámetro para funcionar como tuberías de ventilación primaria.

Las tuberías de ventilación serán de material PVC tipo SAL.

6. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

GENERALIDADES

Estas especificaciones corresponden al proyecto de instalaciones sanitarias que, con los planos y Memoria Descriptiva, establecen las condiciones y forma en que se llevará a cabo las obras, de la misma manera la calidad y características de los materiales y equipos a usarse.

MATERIALES Y EQUIPOS

Los materiales y equipos deberán ser nuevos, de primera calidad, según lo especificado y previamente a su adquisición se consultará con el propietario para su aprobación, en caso de no ser aprobados, esto deberán ser retirados y reemplazados por los especificados, sin costo alguno para el Propietario.

Todos los equipos y accesorios sanitarios principales deberán ser listados por el proveedor, además el contratista adjuntará el certificado de calidad correspondiente de los mismos expedido por una Institución debidamente acreditada para tal efecto.

MATERIALES

Tuberías y Accesorios de Tuberías

Tubería y Accesorio de Tubería-Agua Fría

Las tuberías serán de PVC-SAP clase 10 con uniones y accesorios roscados para tuberías de $\frac{1}{2}$ " ϕ hasta 2"; de embone las tuberías de más de 2 $\frac{1}{2}$ " ϕ .

Los codos de 90° en los extremos de las salidas de conexión a aparatos sanitarios serán de fierro galvanizado 125 Lbs.

Desagüe y Ventilación

Las tuberías para las instalaciones interiores, serán de PVC SAL, con uniones y accesorios de espiga y campana. Las tuberías de ventilación serán PVC media presión.

Redes Exteriores de Desagüe

Las tuberías para las instalaciones de desagüe exterior, serán de PVC SAL, como se indica en los planos de diseño.

Válvulas

Las válvulas de interrupción serán del tipo compuerta, de bronce, de extremos roscados, 125 Lbs. Las válvulas llevarán dos uniones universales de Fo Go asiento de bronce que servirán para desmontaje de las válvulas.

Registros

Serán de bronce con tapa roscada, del tipo ranura. La tapa irá a ras del piso terminado y antes de colocarse serán engrasadas.

Cajas de Registro

Serán de albañilería y se construirán de acuerdo a las dimensiones señaladas en los planos.

Desinfección

Desinfección de las Redes de Agua

Después que se ha probado las redes de agua, se procederá a desinfectar todas las tuberías con agente desinfectante en una proporción de 50 p.p.m. La solución del desinfectante será dosificada en las tuberías mediante equipos de bombeo de prueba; el periodo de retención será por lo menos de 3 horas, al final de la prueba se deberá tener un cloro residual de 5 p.p.m. como mínimo. Una vez terminada la prueba el agua con cloro será evacuada y volverá a ser llenado con agua limpia destinada al consumo.

**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL
PROYECTO ARQUITECTONICO
LOCALIZADO EN EL SECTOR 7,
GRUPO 30, MANZANA A, LOTE 01, EN
EL DISTRITO DE VILLA EL
SALVADOR, PROVINCIA DE LIMA,
DEPARTAMENTO DE LIMA.**

GENERALIDADES

Esta Memoria Descriptiva se formula con la finalidad de dar alcances a los revisores, propietarios, usuarios, autoridad Municipal y autoridad competente sobre los medios de evacuación y la implementación de los sistemas contraincendios en la integridad del local.

MARCO NORMATIVO

En el presente proyecto se ha trabajado bajo los alcances del Reglamento Nacional de Edificaciones, RNE

Con criterio General y no limitativo serán de aplicación en el desarrollo del presente proyecto también los siguientes Dispositivos Legales, Reglamentos y Códigos que se detallan a continuación:

- Norma INDECOPI NTP 350.043-1 Extintores Portátiles
- Norma INDECOPI NTP 399.010-1 Señales de Seguridad
- Código Nacional de Electricidad - Utilización
- NFPA 72 Sistema de Detección y Alarma Centralizado

SEGURIDAD

Plan de seguridad y plan de contingencia correspondiente, teniendo en cuenta los requerimientos exigidos por la INDECI (Instituto Nacional de Defensa Civil) y el CGBV (Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú), para lo que deberá presentar entre otros:

- Memorias Descriptivas
- Planos con las rutas de evacuación indicando tiempos, distancias máximas y número de personas que evacuan el local. (En caso de presentar más de una ruta de evacuación, estas serán diferenciadas por colores).
- Planos de señalización de seguridad indicando flechas direccionales de salida, ubicación de los extintores y su tipo, ubicación de las luces de emergencia, zonas seguras en caso de sismos, puertas de evacuación (salidas), detectores de humo, sensores de temperatura, gabinetes contra incendios (GCI), pulsadores de alarma contra incendio y luces estroboscópicas, entre otros que sean exigidos por INDECI o CGBV.

TIPO DE OCUPACION Y ANALISIS DE POSIBLES RIESGOS

Tratándose de un local dedicado al Rubro de Comercio, oficinas en donde la mayoría de los ambientes tienen una mínima Carga Combustible el tipo de riesgo corresponde a la **Clasificación de Riesgo Ordinario**. El equipamiento de seguridad contra incendios del local será implementado de acuerdo a las exigencias del Reglamento Nacional de Edificaciones y demás aspectos normativos citados líneas arriba.

SISTEMA DE PROTECCION CONTRA INCENDIOS.

El edificio contará con un Sistema de Detección y Alarma Centralizado con cobertura integral, los mismos que estarán estratégicamente ubicados en todas las áreas de los diferentes niveles del local todos los cuales estarán conectados y monitoreados desde la Central de Alarma Contra Incendios ubicada en la secretaria del cuarto nivel; La ubicación de cada uno de estos elementos se encuentra graficado en los planos de señalización.

EXTINTORES PORTÁTILES

Los extintores estarán instalados en soportes metálicos adosados a la pared a una altura no mayor a 1.50 medidos desde el piso hasta la parte superior del extintor de acuerdo a la NTP de INDECOPI 350.043-1. Estarán ubicados en lugares estratégicos según lo estipulado en la Norma Técnica Peruana de INDECOPI 350.043-1.

ILUMINACION DE EMERGENCIA

Estos equipos serán instalados con especial énfasis en los corredores, escalera, salida y demás componentes de evacuación tal como se muestra en planos de señalización; Cada equipo de iluminación a baterías deberán ser listadas UL, FM o equivalente con capacidad de autonomía para 90 minutos como mínimo. Cada equipo de iluminación a batería se diseñará para proveer iluminación inicial en promedio mínimo de 10 lux a lo largo de las rutas de evacuación medidos en el nivel del piso (NFPA 101 5, 9.2-1)

DESCRIPCION DEL SISTEMA DE EVACUACION

CORREDOR DE ESCAPE

La evacuación del total de ocupantes se efectuará hacia la Puerta de Ingreso Principal, por una escalera que se encuentra integrada cerca al ingreso de cada nivel tal como se puede apreciar en los planos de evacuación y permite la evacuación fluida de los integrantes de cada nivel, el acceso a la escalera se realiza por una puerta de 2.00m.desde cada nivel, la escalera cumple con las medidas establecidas por el reglamento de edificaciones, es continua y directa a la salida principal , para tal caso es considerada como escalera de evacuación por la distancia de su recorrido es permitido.

SEÑALIZACIÓN

El local estará completamente señalizado con los pictogramas aprobados en la NTP 399.010-2004, las señales tienen un tamaño congruente con el lugar en que se colocan de tal manera que el símbolo sea identificado desde una distancia segura, entre estas tenemos:

Señales direccionales, Salida, Escaleras

Zona Segura en caso de Sismos

Botiquín

Extintores

Riesgo Eléctrico

Alarma Contra Incendios

Acceso restringido

Zona de reunión

LONGITUDES DE RECORRIDO

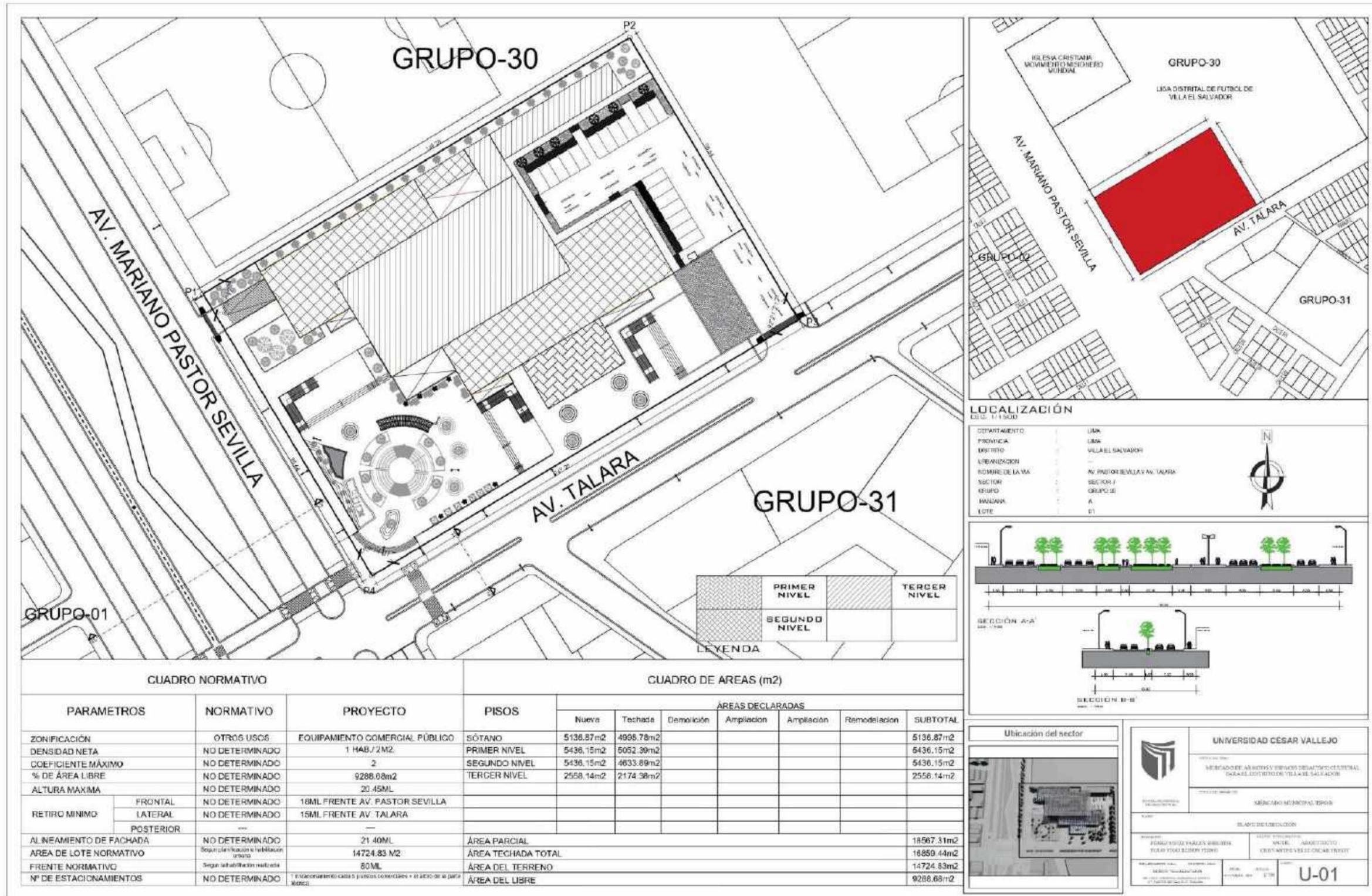
Bajo la metodología especificada en el RNE y la NFPA 101, el local cumple con los requisitos establecidos, tal como se indica a continuación:

La máxima distancia de recorrido desde cualquier punto de la edificación hasta una zona segura no excede de los 45 m., lo que se puede verificar en planos de Evacuación; en este sentido se cumple con esta exigencia ya que la máxima distancia está por debajo de este recorrido, tal como se puede apreciar en los planos.

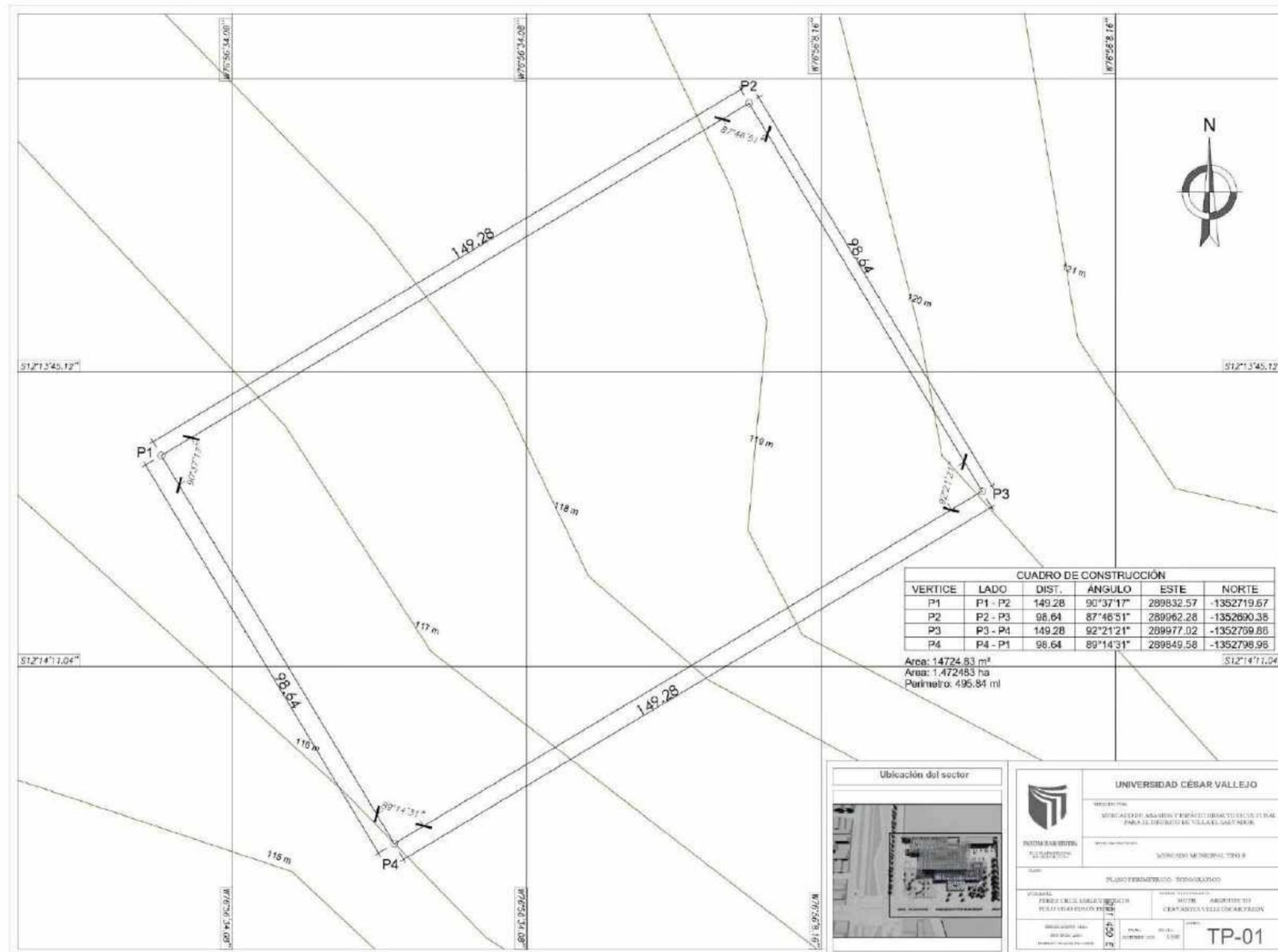
CAPITULO II: ANTEPROYECTO

2.1 PLANTEAMIENTO INTEGRAL

2.1.1 Plano de ubicación y localización



2.1.2 Plano perimétrico – topográfico



2.1.3 Plan maestro



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDACTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

HASTER PLAN

ARQUITECTURA

PÉREZ CRUZ JARLEY BRITH
 POLO VID EDDON PERU

NOTA: ARQUITECTO
 SERVANTES VELAZ OSCAR FREDY

NOVIEMBRE 2020

MP-1

MASTER PLAN 2025 AV PASTOR
SEVILLA EJE RECREATIVO COMERCIAL



1. MERCADO DE ABASTOS TIPO B



2. ALAMEDA CENTRAL (PUESTOS MOVILES)



3. VIVIENDA COMERCIO



5. PARADADERO DE AUTOBUSES



4. CIRCUITO DE CICLOVIA



7. DISTRITO



6. SITUACIÓN ACTUAL

LEYENDA

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	ALAMEDA
	PARADA DE AUTOBUS
	BENEFICOR
	CICLOVIA
	CANCHA DE FUTBOL
	AREA VERDE
	PROYECTO MERCADO
	COMERCIO LOCAL

PROPOSITO:

LA PROPUESTA DE RENOVACIÓN DEL ENTORNO TIENE LA INTENCIÓN DE POTENCIAR LAS DIFERENTES CUALIDADES URBANAS Y ARQUITECTNICAS DE LA ZONA ESTO A TRAVES DE LA POTENCIACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REDREATVAS/ SOCIALES Y ECONOMICAS QUE SE HAN PLANTEADO MEDIANTE LA RENOVACIÓN.

2.1.4 Plot plan

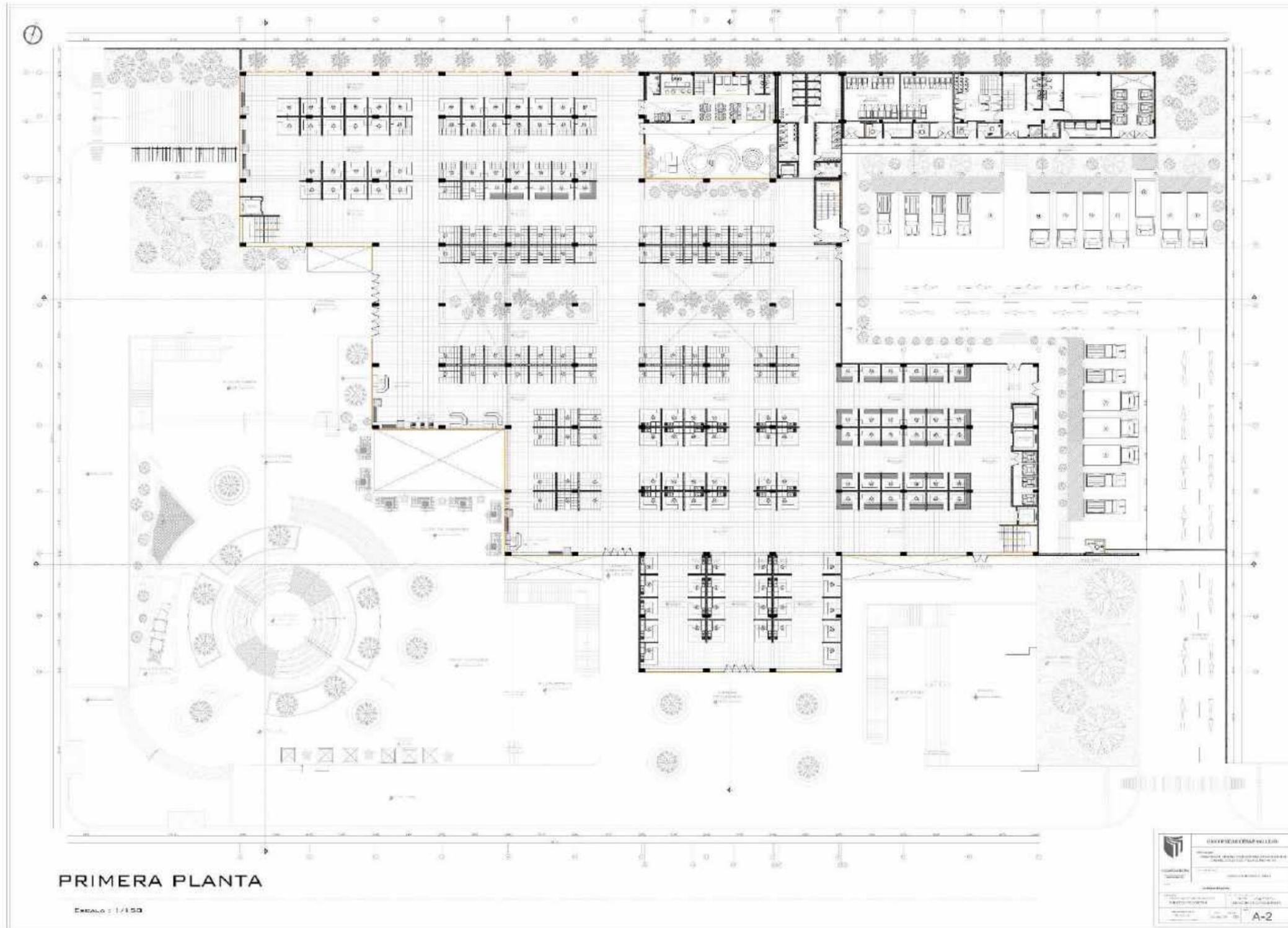


2.2 ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO

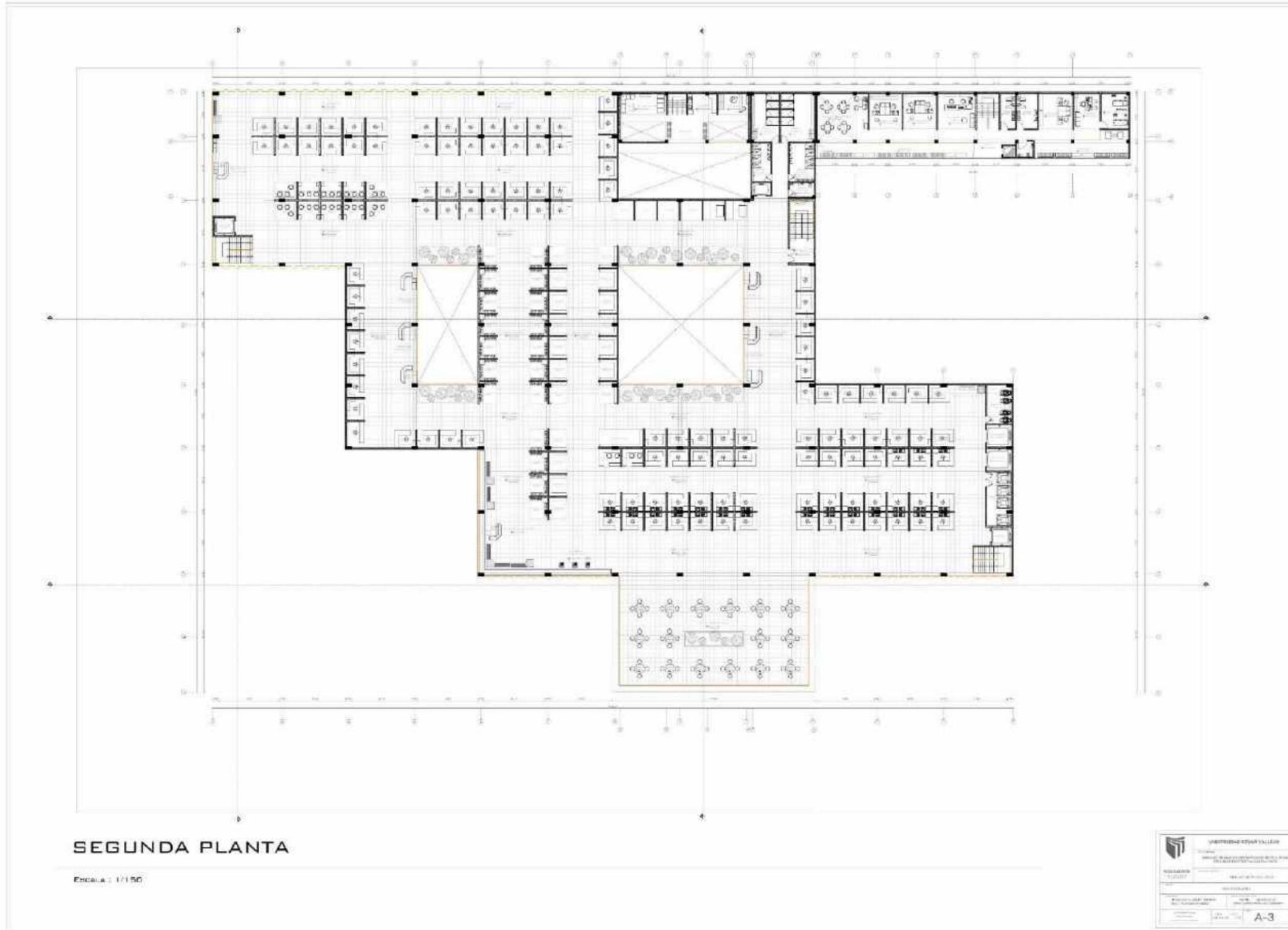
2.1 Plano de distribución (sótano)



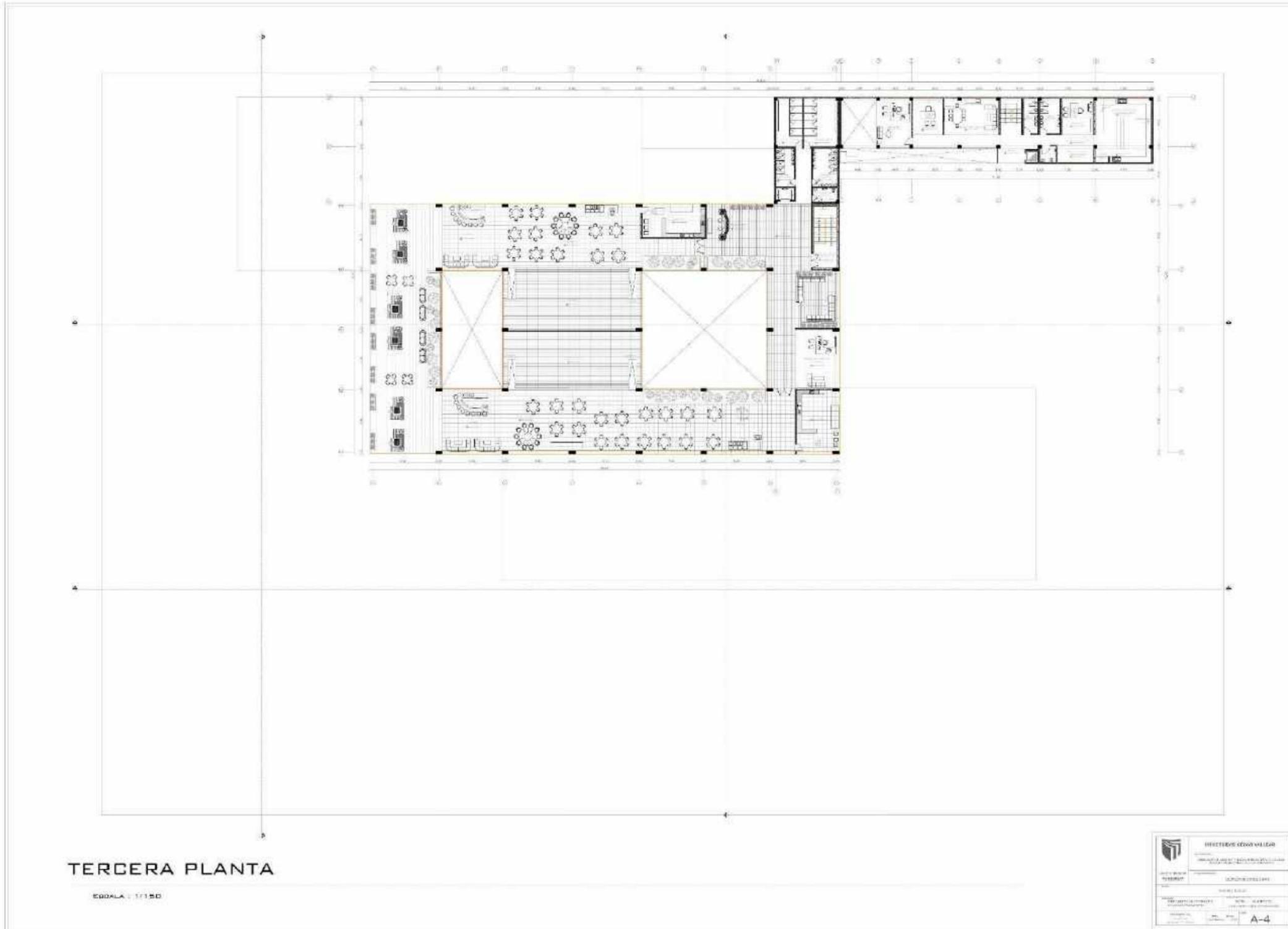
Primer nivel



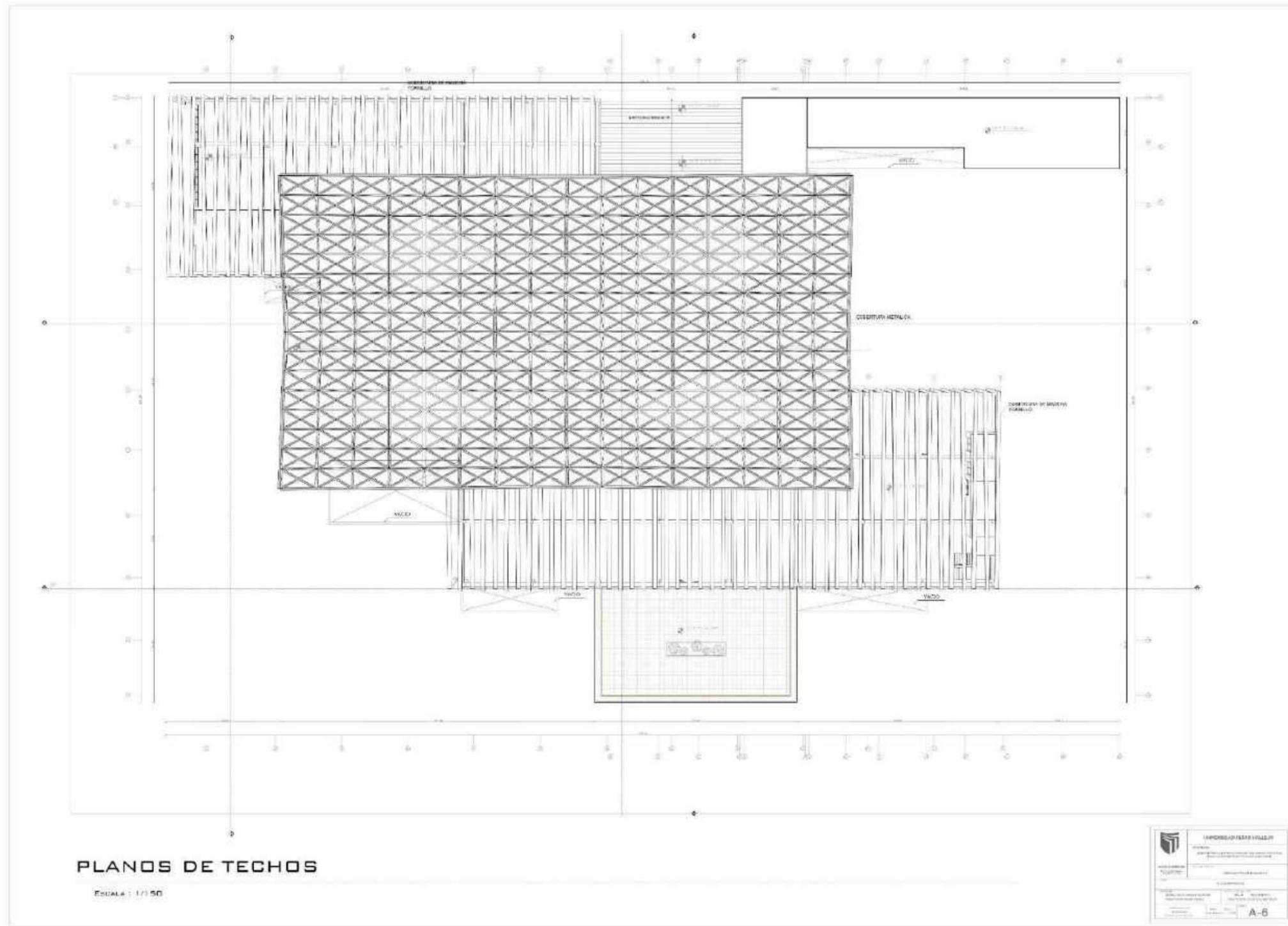
Segundo nivel



Tercer nivel



2.2.2 Plano de Techos

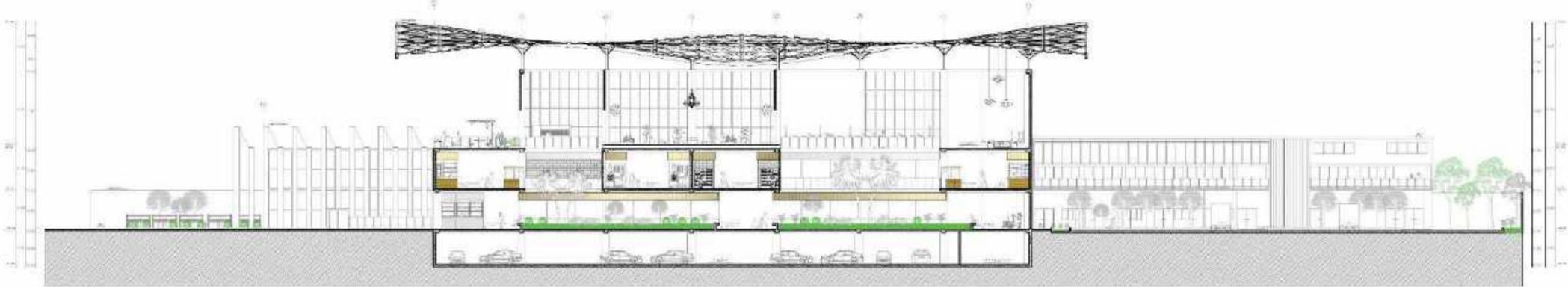


2.2.3 Plano de Elevaciones



Plano de cortes

SECCIONES



SECCIÓN A-A'

ESCALA : 1/150



SECCIÓN B-B'

ESCALA : 1/150

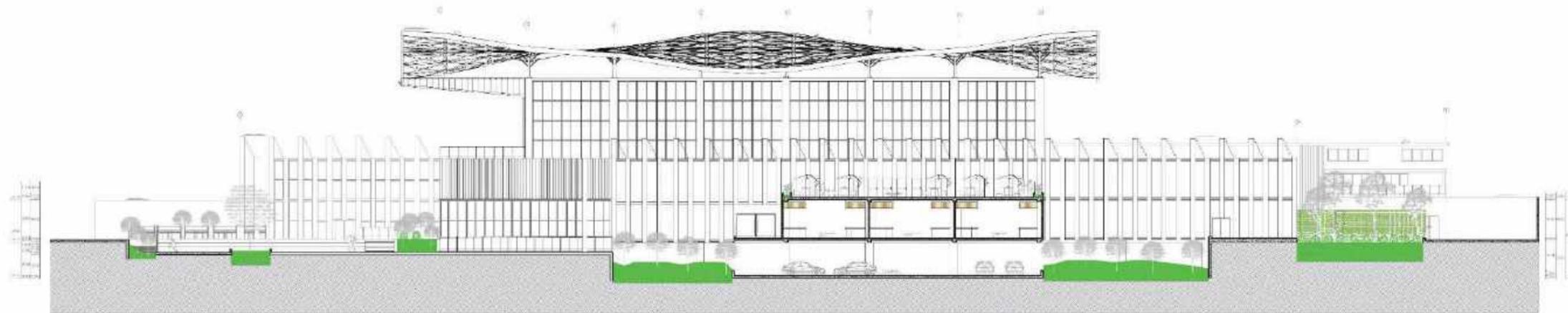
		UNIVERSIDAD CESAR VALDES	
FACULTAD DE INGENIERIA		INGENIERIA EN INGENIERIA CIVIL	
CARRERA DE INGENIERIA CIVIL		PROYECTO DE GRADUACION	
AUTOR: [Name]		FECHA: [Date]	
TITULO: [Title]		ESCALA: 1/150	
PROYECTO: [Project Name]		FOLIO: A-6	

SECCIONES



SECCIÓN C-C'

ESCALA : 1/150



SECCIÓN D-D'

ESCALA : 1/150

	
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS Y ELECTRONICA	
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS Y ELECTRONICA	
PROYECTO	SECCIONES
FECHA	2018-08-14
PROFESOR	ING. ANDRÉS
ESTUDIANTE	ING. ANDRÉS
GRUPO	A-7

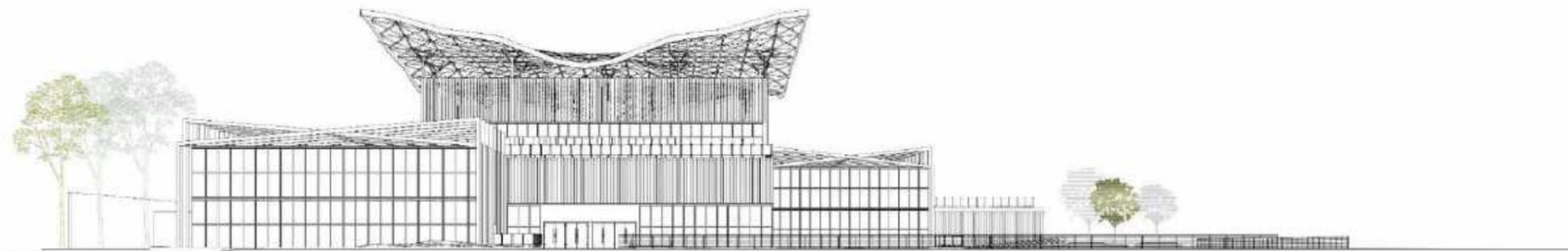
Esquemas tridimensionales

VISTAS ISOMÉTRICAS



VISTA LATERAL

ESCALA : 1/150



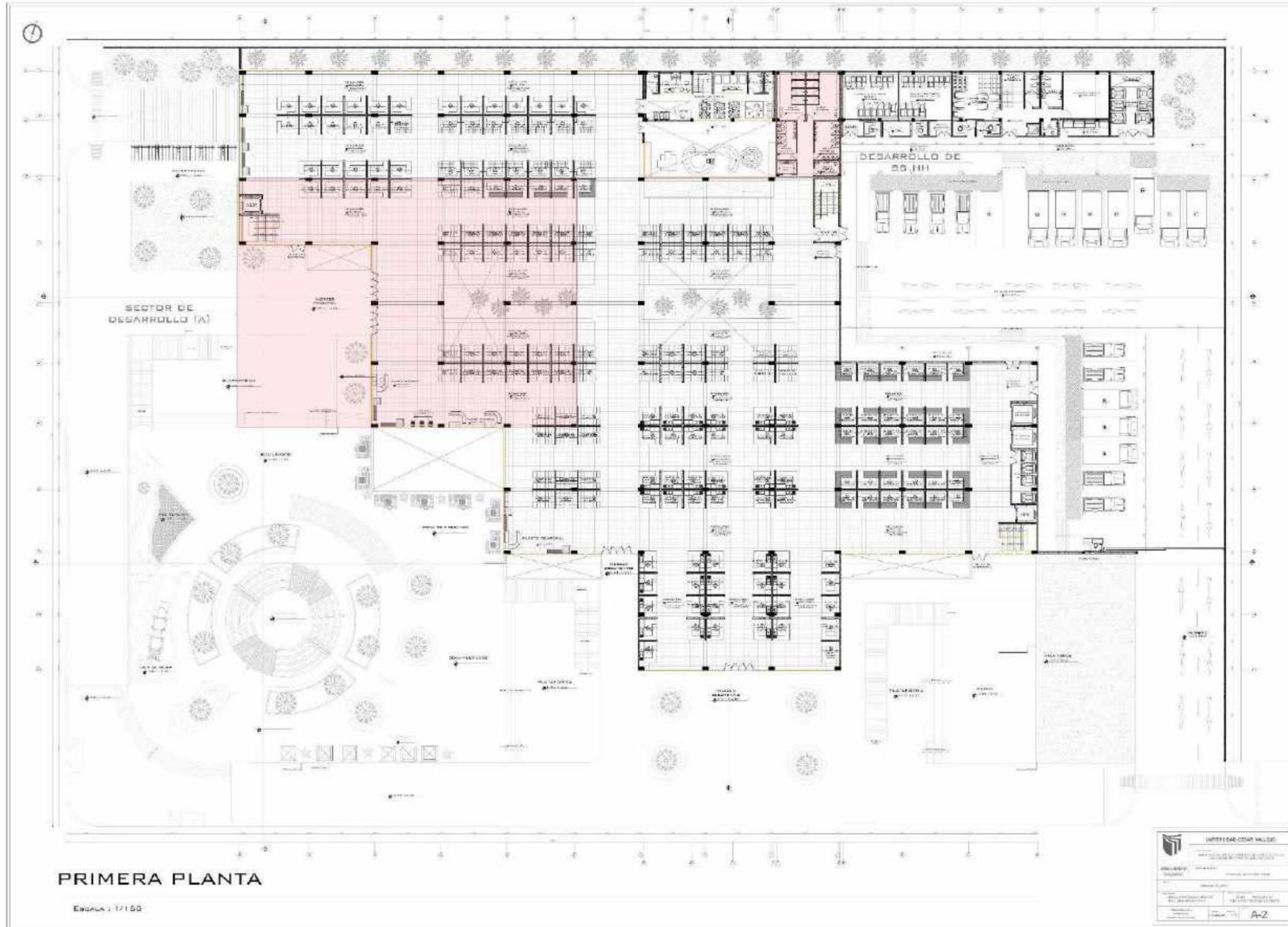
VISTA FRONTAL

ESCALA : 1/150

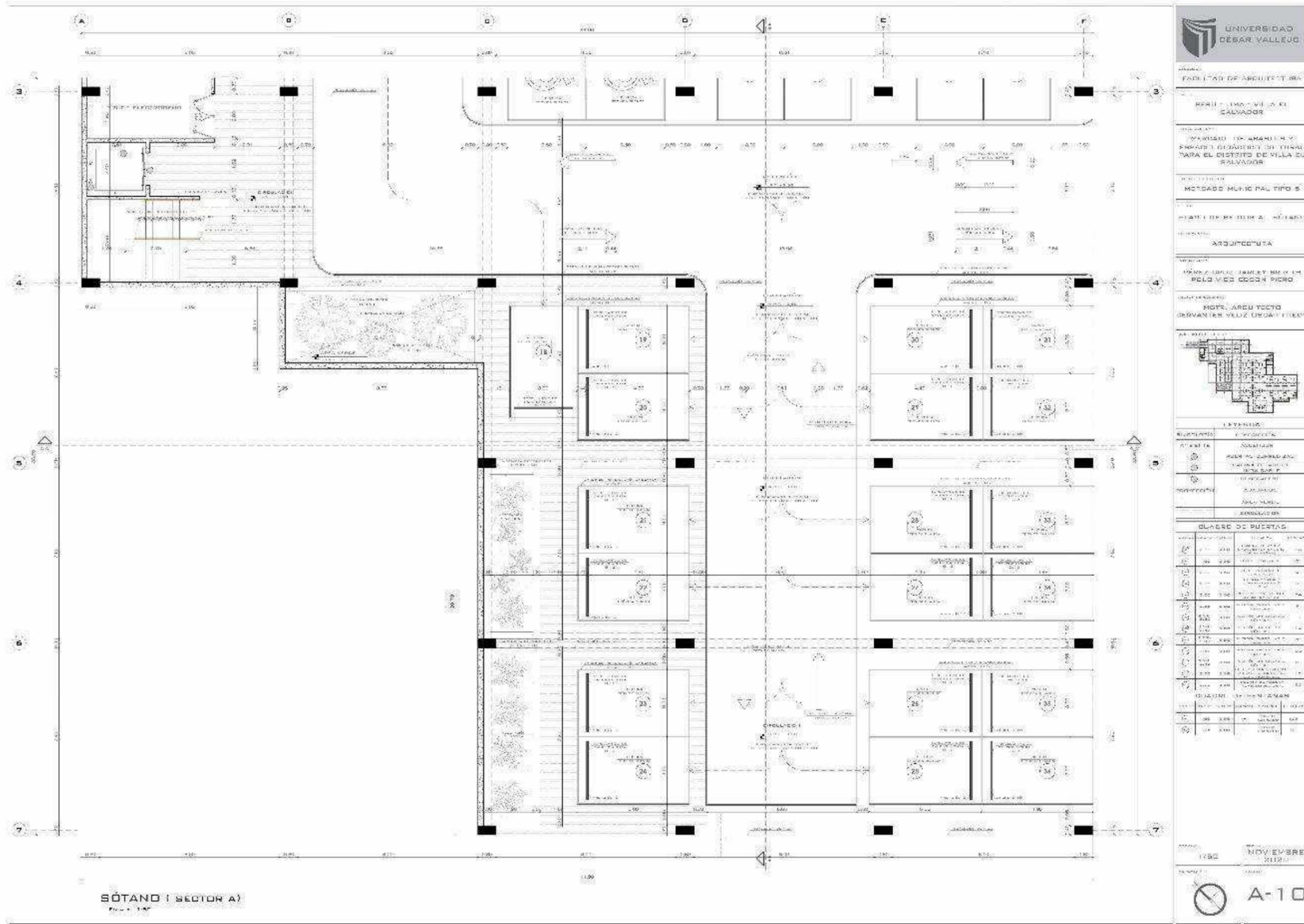
	UNIVERSIDAD DE VALLECAJALCO	
	FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	
CARRERA DE INGENIERÍA EN ARQUITECTURA		
PROYECTO DE GRADUACIÓN		
TÍTULO: []		
AUTOR: []		
FECHA: []		
ESCALA: []		
A-9		

CAPITULO III: PROYECTO

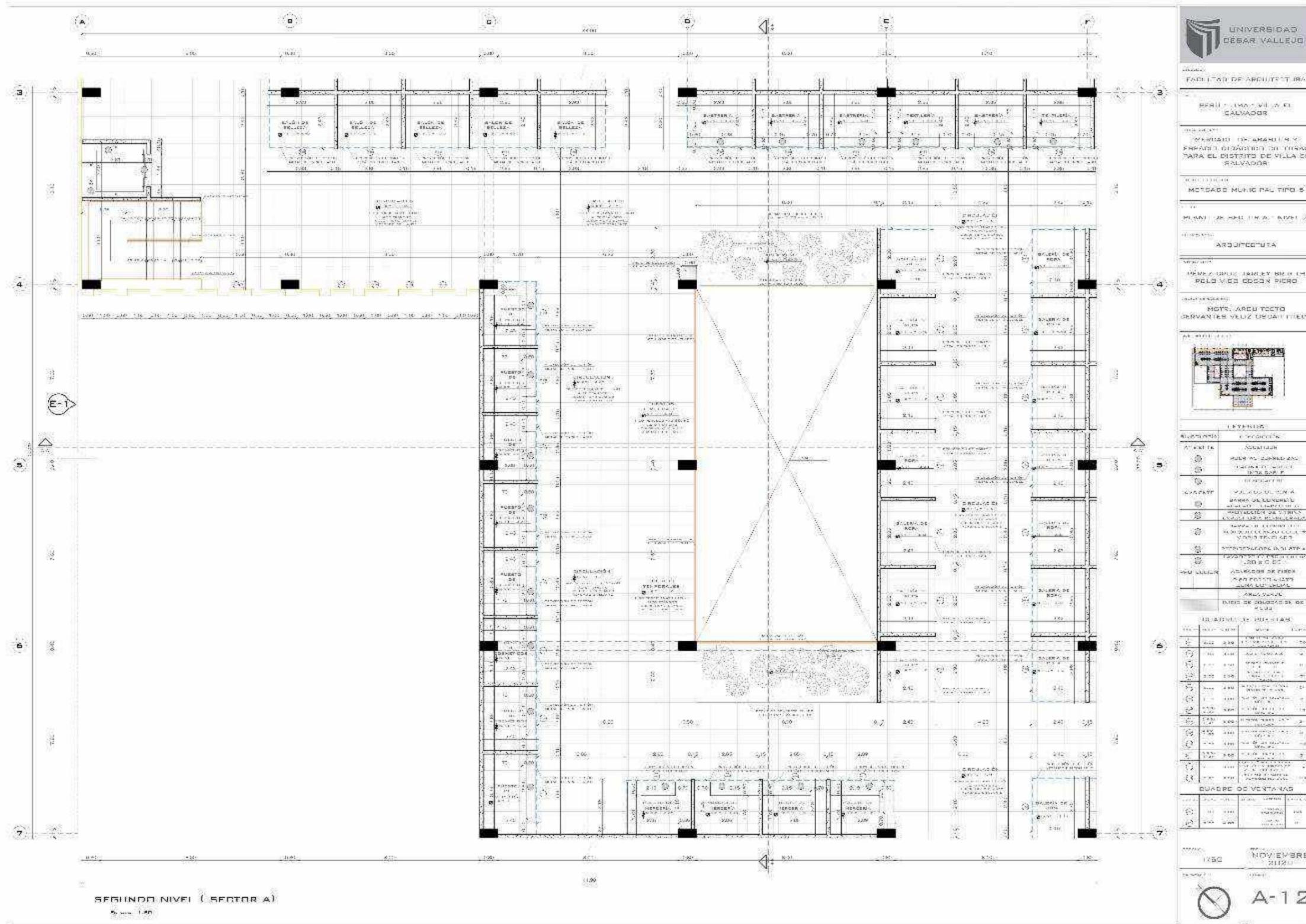
3.1 PROYECTO ARQUITECTÓNICO
(Plano clave sector A)



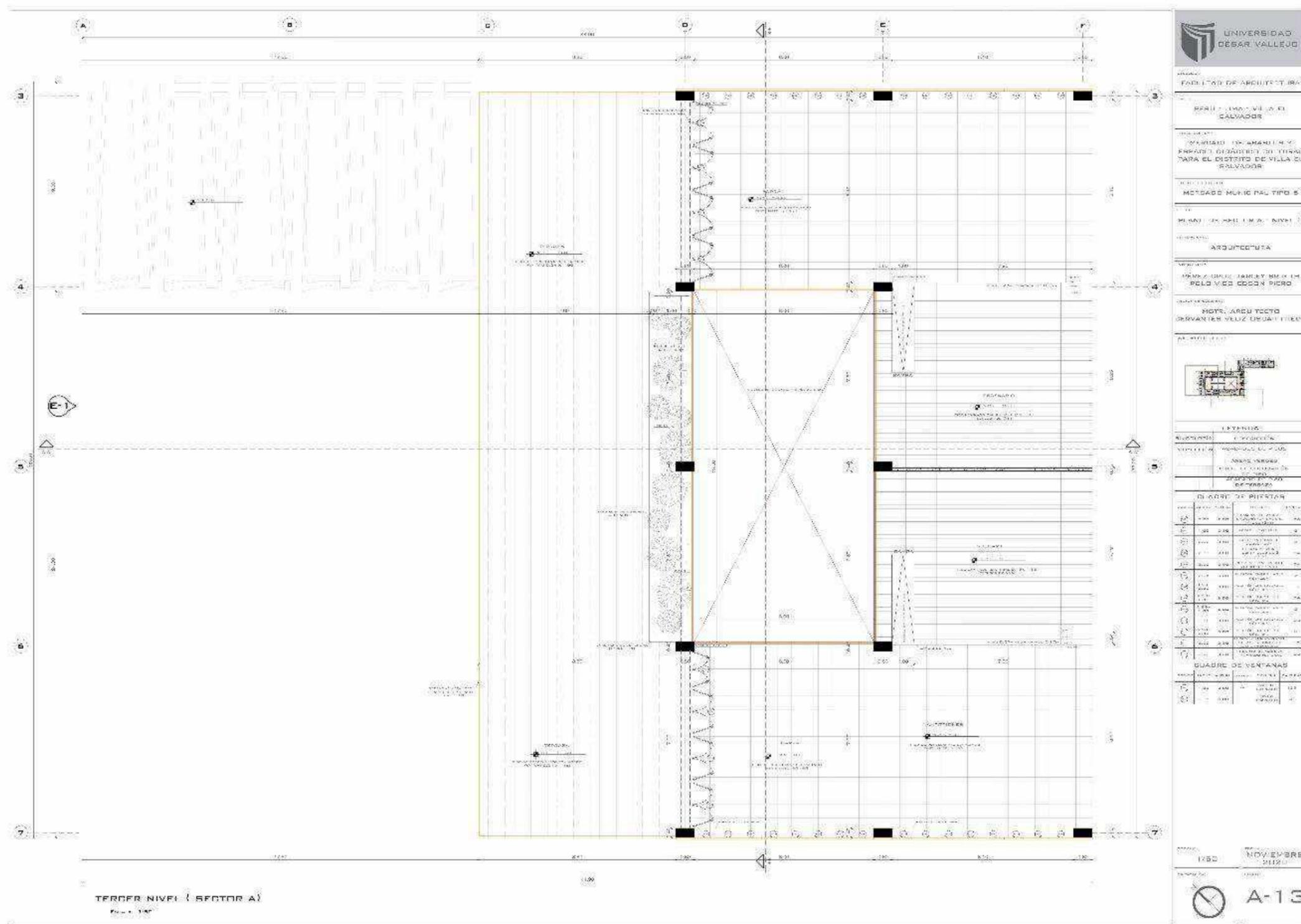
3.1.1 sector A (sótano)



Segundo nivel

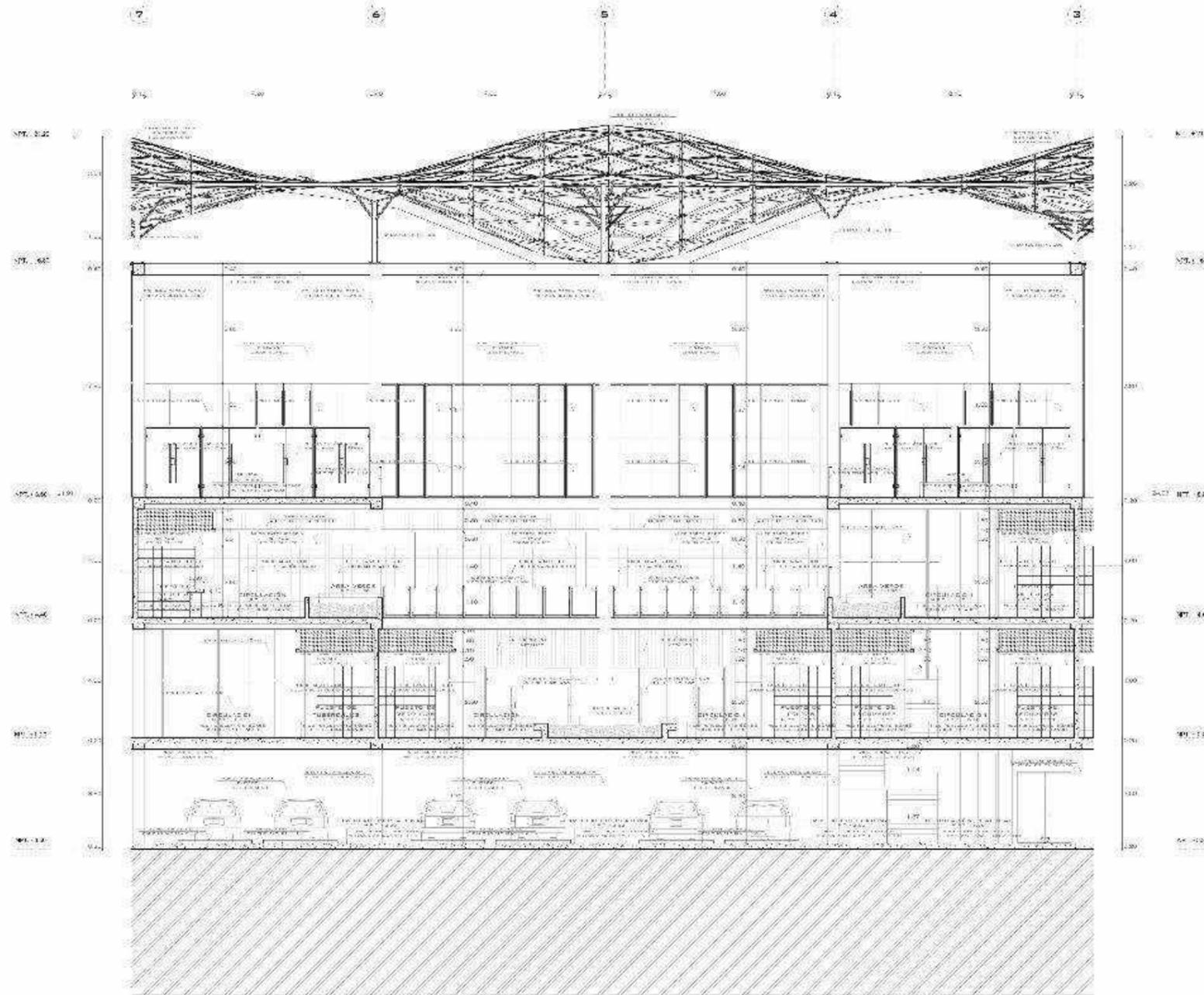


Tercer nivel



Plano de techos

cortes (sección B)



SECCIÓN B (SECTOR A)
Escala: 1/50



FACULTAD DE ARQUITECTURA

PRUEBA DE CALIFICACIÓN EN EL CALVADOR

PROYECTO DE AMPLIACIÓN Y REPARO DE LA RED DE SERVICIOS PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

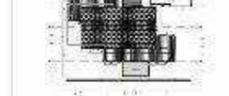
CANALIZACIÓN DE SERVICIOS

ARQUITECTURA

PROFESOR: DR. CARLOS RAMÍREZ BARRERA

PROFESOR: DR. CARLOS RAMÍREZ BARRERA

PROFESOR: DR. CARLOS RAMÍREZ BARRERA



CUADRO DE PUERTAS

PUERTA	TIPO	ANCHO	ALTO	NOTAS
P1	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P2	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P3	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P4	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P5	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P6	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P7	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P8	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P9	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	
P10	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	

CUADRO DE VENTANAS

VENTANA	TIPO	ANCHO	ALTO	NOTAS
V1	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V2	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V3	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V4	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V5	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V6	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V7	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V8	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V9	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	
V10	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	1.50	

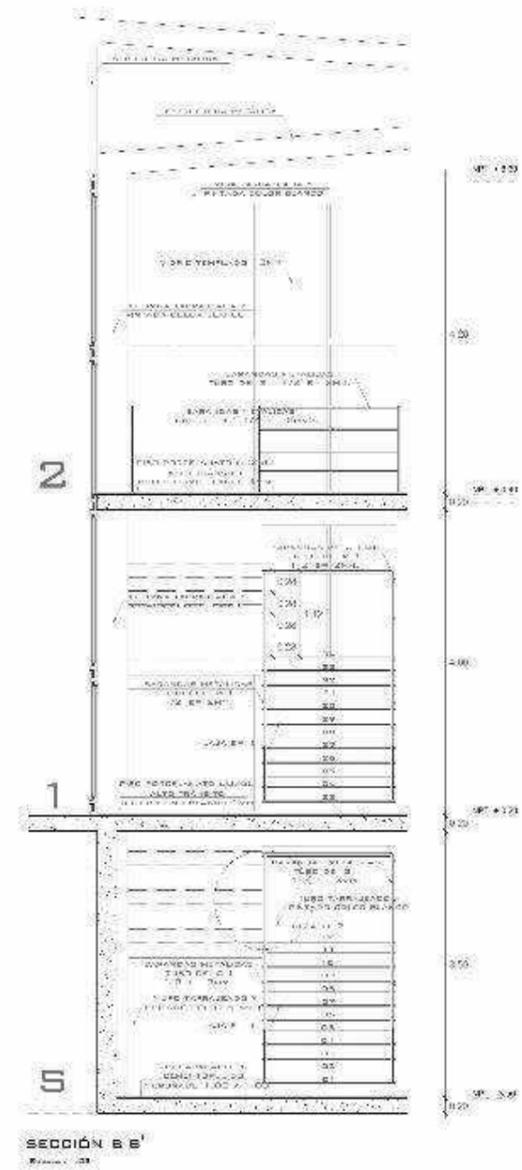
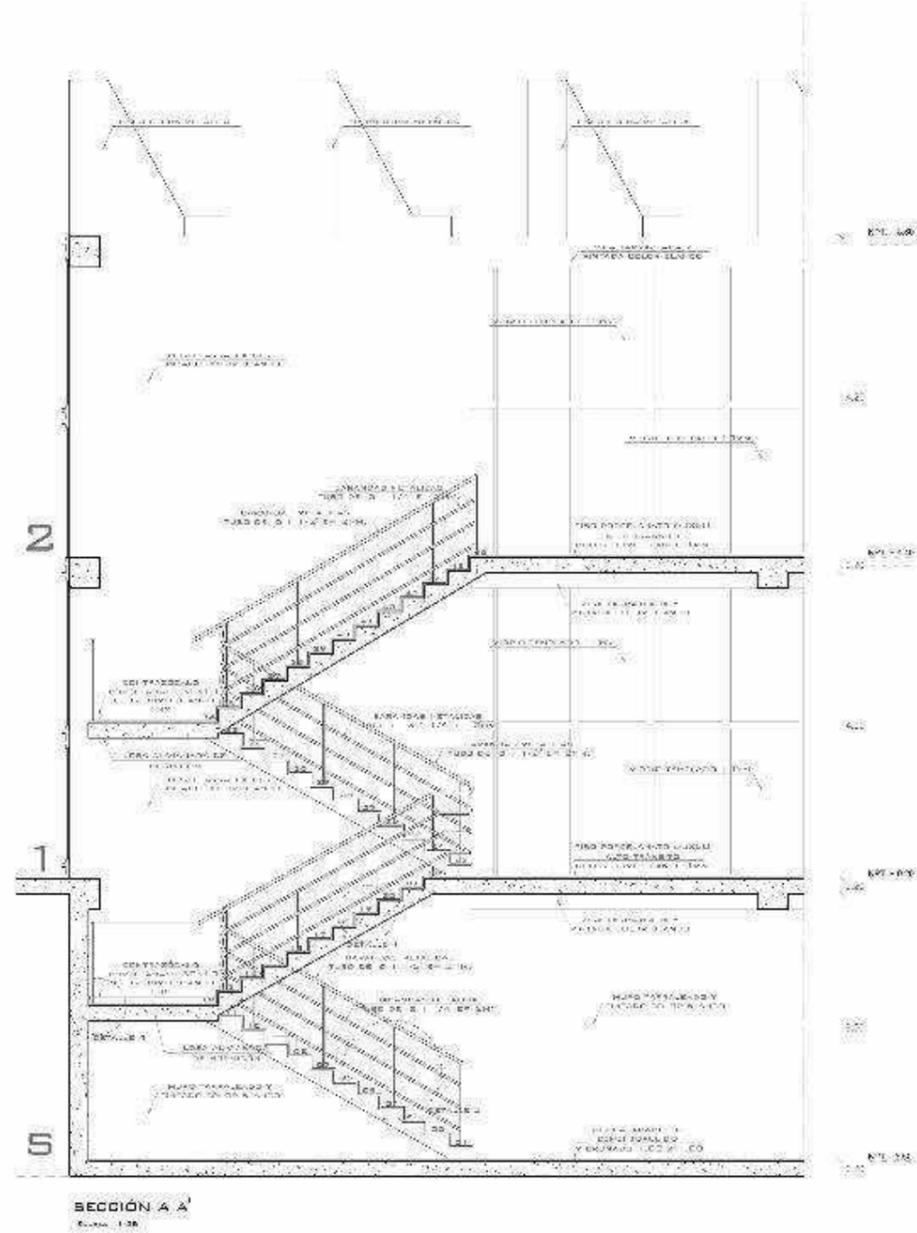
1750 NOVIEMBRE 2020

A-16

3.1.4 plano de detalles de escaleras



Corte de detalles de escaleras



UNIVERSIDAD
DE SAN MARCOS

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y PROYECTOS DE ARQUITECTURA

PERÚ - CHAY - VILLA EL MARVAL DE

MERCADO DE ABASTOS Y EMPAQUE DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS PARA EL DISTRITO DE VILLA EL MARVAL DE

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y PROYECTO DE ARQUITECTURA

ANEXO DE RECONSTRUCCIÓN DE ESCALERA - BOCALONES

ARQUITECTURA

PROYECTISTA: PÉRCZ CARLOS BRIGITTE
PROYECTISTA: PÉRCZ CARLOS BRIGITTE

PROYECTISTA: PÉRCZ CARLOS BRIGITTE
PROYECTISTA: PÉRCZ CARLOS BRIGITTE

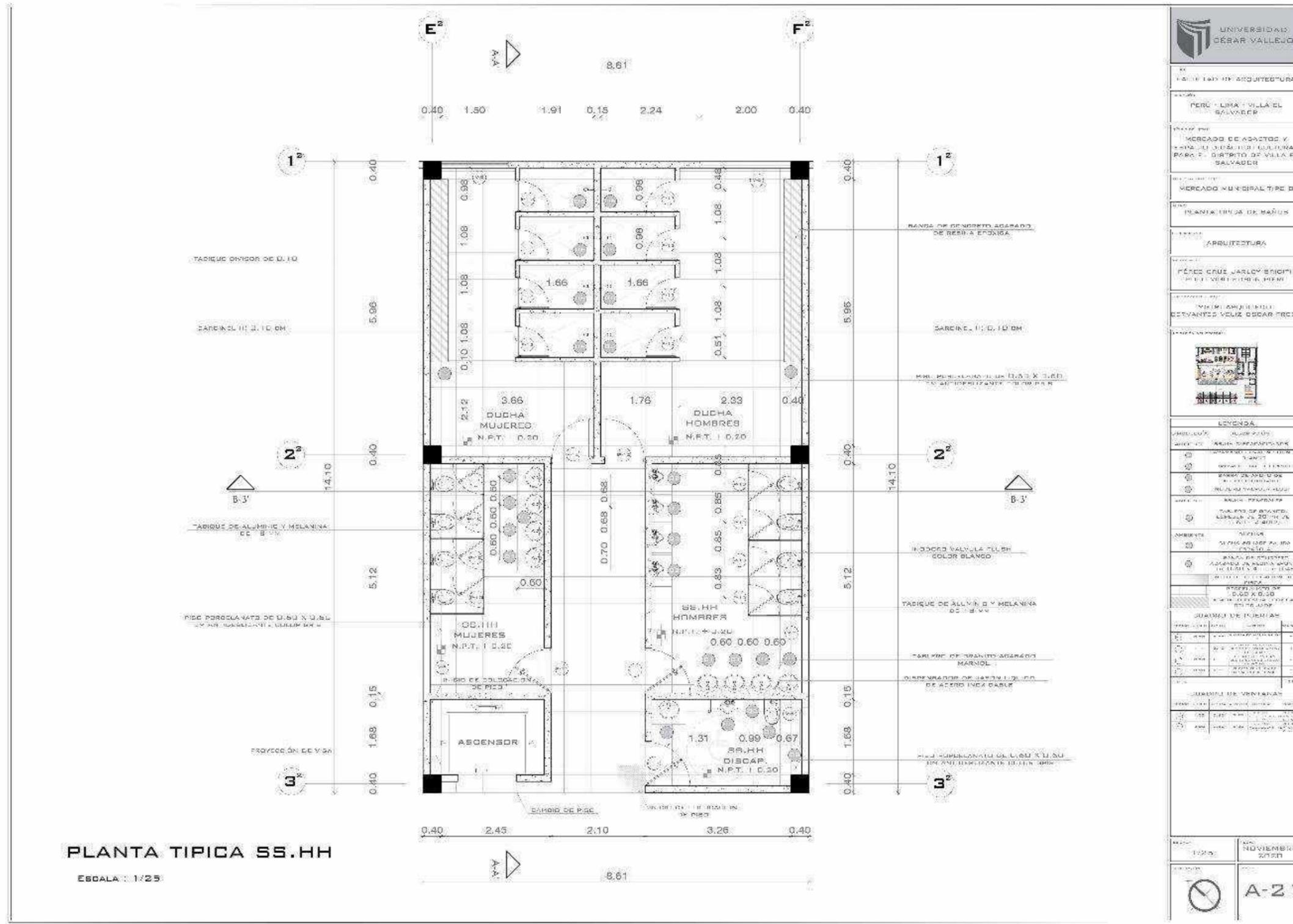
INDICADOR DE PRECIOS			
ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50

FECHA: 12/09/2024

NOVEMBRE 2024

A-19

3.1.5 plano de detalles de SS. HH



Cortes de SS. HH

Detalles constructivos de SS. HH

PENDIENTE S=2%

CANTO BOLEADO .10

CANTO BOLEADO .10

CONTRAZOCALO TERRAZO COLOR BLANCO

DUCHA INTERIOR

PISO PORCELANATO

PISO DE DUCHA ANTIDESLIZANTE

SARDINEL DE DUCHA

ESCALA : 1/5

ESCALA : 1/10

ESCALA : 1/10

ESCALA : 1/2

PERFIL DE ALUMINIO 0.04 x 0.04 M.

CANOPLA DE ACERO INOXIDABLE DIAMETRO .075 CM

MONTAJE CON BROCAS METALICAS

DETALLE DE ANCLAJE

ESCALA : 1/2

UNIVERSIDAD OCCIDENTAL DEL ECUADOR

ESCUELA DE INGENIERIA CIVIL

PROFESOR: DR. OSCAR VILLALBA

ESTUDIANTE: JUAN CARLOS ESPINOSA

PROYECTO: DISEÑO DE UN BAÑO PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

BAÑO - PLANTA TIPO

ARQUITECTURA

PROFESOR: DR. OSCAR VILLALBA

ESTUDIANTE: JUAN CARLOS ESPINOSA

PROYECTO: DISEÑO DE UN BAÑO PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

CUADRO DE PUERTAS			
NO.	DESCRIPCION	TIPO	CANTIDAD
01	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO	01	1
02	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO	01	1
03	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO	01	1
04	PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO	01	1

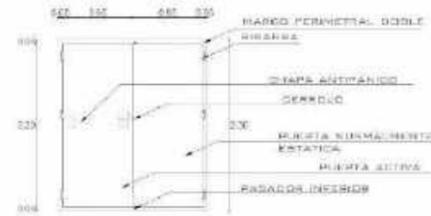
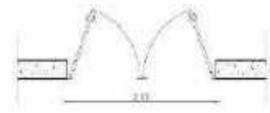
CUADRO DE VENTANAS			
NO.	DESCRIPCION	TIPO	CANTIDAD
01	VENTANA DE ALUMINIO Y VIDRIO	01	1
02	VENTANA DE ALUMINIO Y VIDRIO	01	1

INDICADA

NOVIEMBRE 2020

A-23

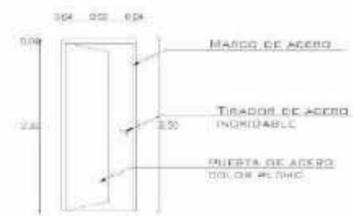
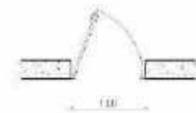
Detalles de vanos



PUERTA 01 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTA DE ACERO
DISTANCIADO DE
2 HOJAS

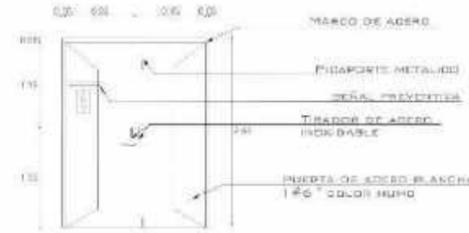
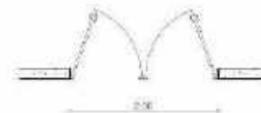
ZOTANO	01
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	01
TERCER PISO	01



PUERTA 02 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTA DE ACERO
INOXIDABLE

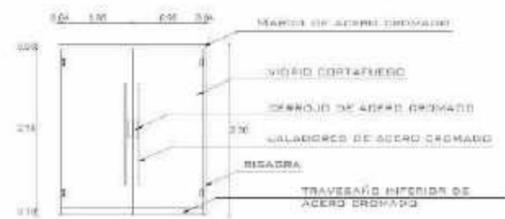
ZOTANO	01
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	00
TERCER PISO	00



PUERTA 03 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTA DE ACERO
INOXIDABLE
DOBLE HOJA

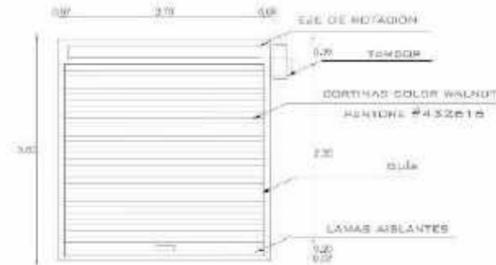
ZOTANO	01
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	00
TERCER PISO	00



PUERTA 04 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTA DE VIDRIO
CORTAFUEGO DE 2 HOJAS

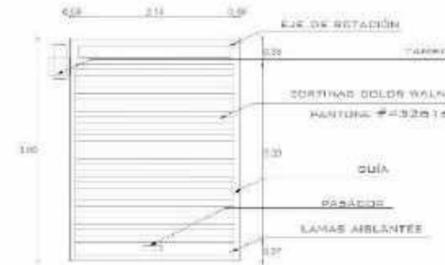
ZOTANO	00
PRIMER PISO	01
SEGUNDO PISO	00
TERCER PISO	00



PUERTA 06 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTÓN DESROLLABLE
METÁLICO

ZOTANO	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	41
TERCER PISO	00



PUERTA 07 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTÓN DESROLLABLE
METÁLICO

ZOTANO	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	00
TERCER PISO	00

DETALLES DE PUERTAS

ESCALA: 1/25

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PROYECTO: PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

UBICACIÓN: MERCADO DE ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TÍTULO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

SECTOR: DETALLE DE PUERTAS - SECTOR A

PROFESOR: ARQUITECTA

PROFESOR AYUDANTE: PÉREZ CRUZ JARLEY KRISTIN ROLO VIBO EDSON PERU

PROFESOR AYUDANTE: MORA, ARQUITECTO INDEPENDIENTE VILLALBA FREYD

PROFESOR AYUDANTE: [Diagrama de planta]

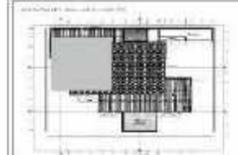
PUERTA	TIPO	ESPECIFICACIONES	CANTIDAD
01	ACERO	PUERTA DE ACERO DISTANCIADO DE 2 HOJAS	04
02	ACERO	PUERTA DE ACERO INOXIDABLE	01
03	ACERO	PUERTA DE ACERO INOXIDABLE DOBLE HOJA	02
04	VIDRIO	PUERTA DE VIDRIO CORTAFUEGO DE 2 HOJAS	02
05	ACERO	PUERTÓN DESROLLABLE METÁLICO	02
06	ACERO	PUERTÓN DESROLLABLE METÁLICO	02

VENTANA	TIPO	ESPECIFICACIONES	CANTIDAD
01	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
02	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
03	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
04	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
05	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
06	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
07	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
08	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
09	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
10	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
11	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
12	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
13	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
14	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
15	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
16	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
17	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
18	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
19	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04
20	VIDRIO	VENTANA DE VIDRIO CORTAFUEGO	04

ESCALA: 1/25

FECHA: NOVIEMBRE 2020

PROYECTO: A-24



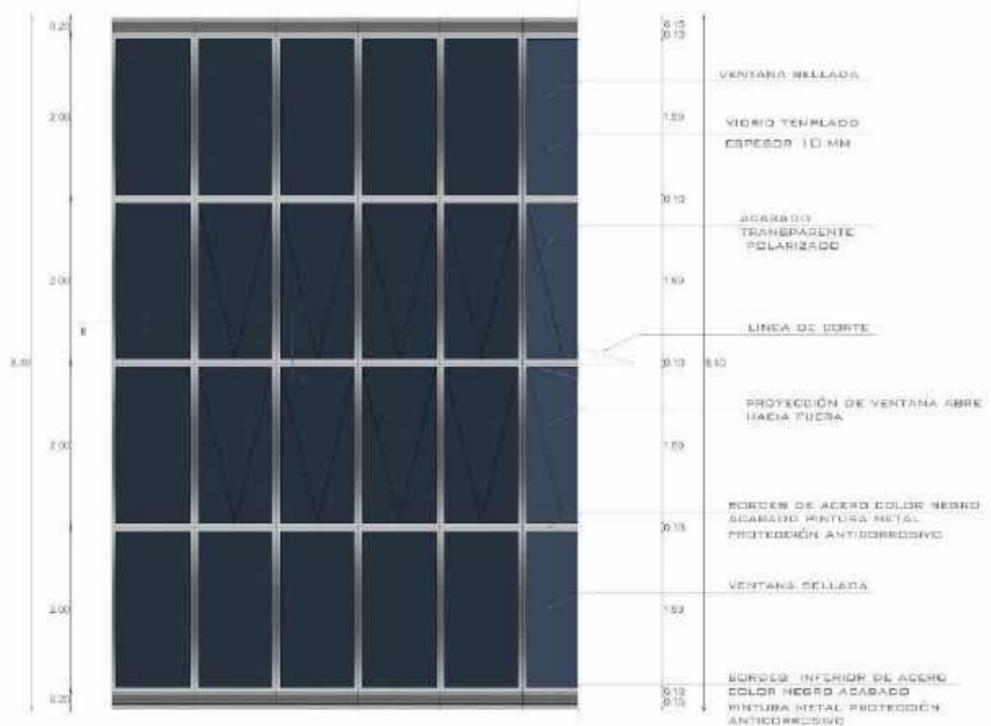
CUADRO DE PUERTAS

PUERTA	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO
01	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
02	1.20	0.80	0.80	0.80	0.80
03	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
04	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
05	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
06	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
07	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
08	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
09	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
10	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
11	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
12	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
13	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
14	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
15	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
16	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
17	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
18	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
19	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
20	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80

CUADRO DE VENTANAS

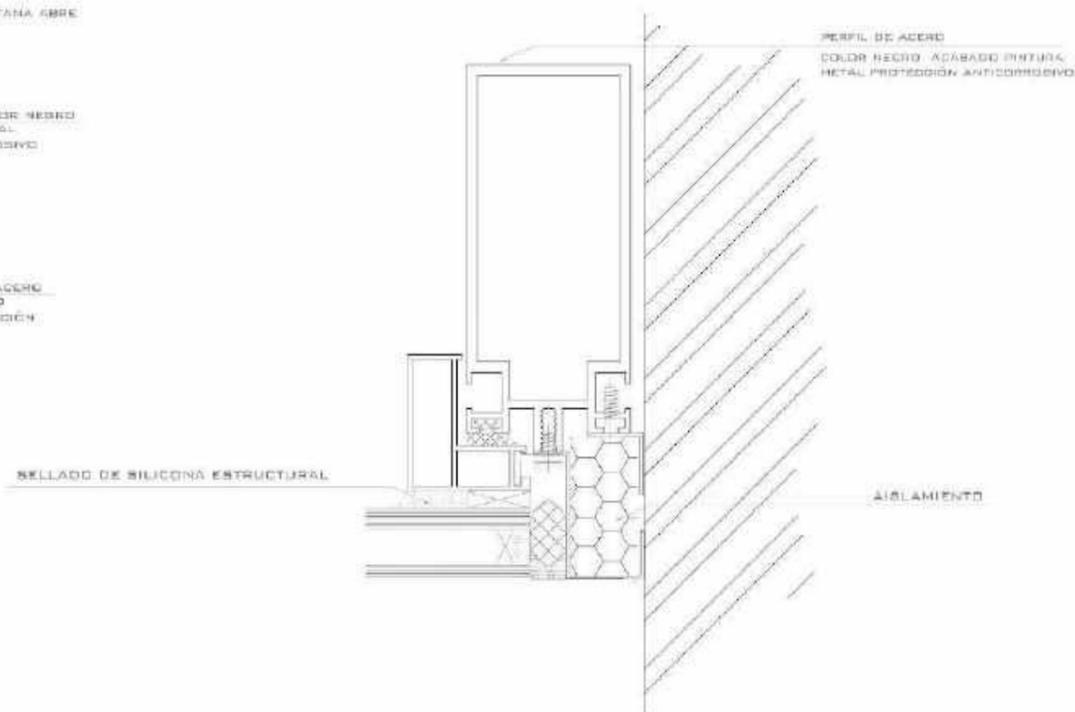
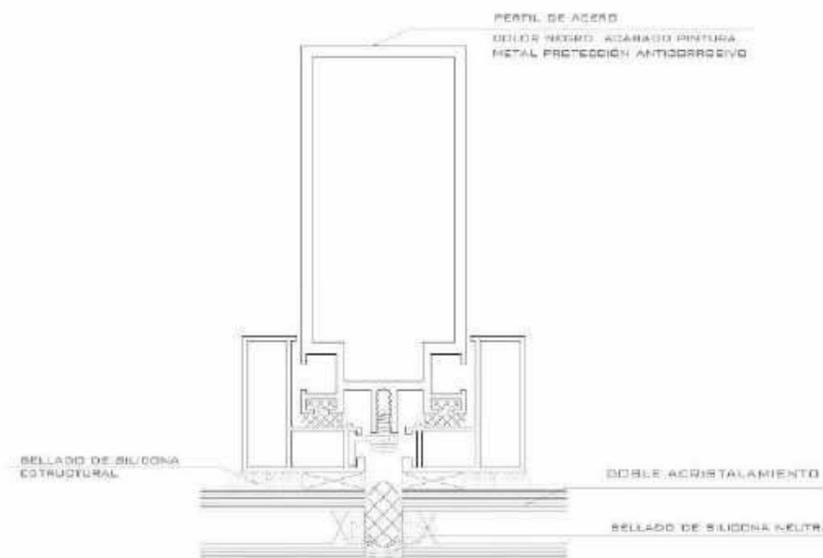
VENTANA	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO	TIPO
01	1.20	0.80	0.80	0.80	0.80
02	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80

VENTANA D1 PLANTA
ESCALA 1/200

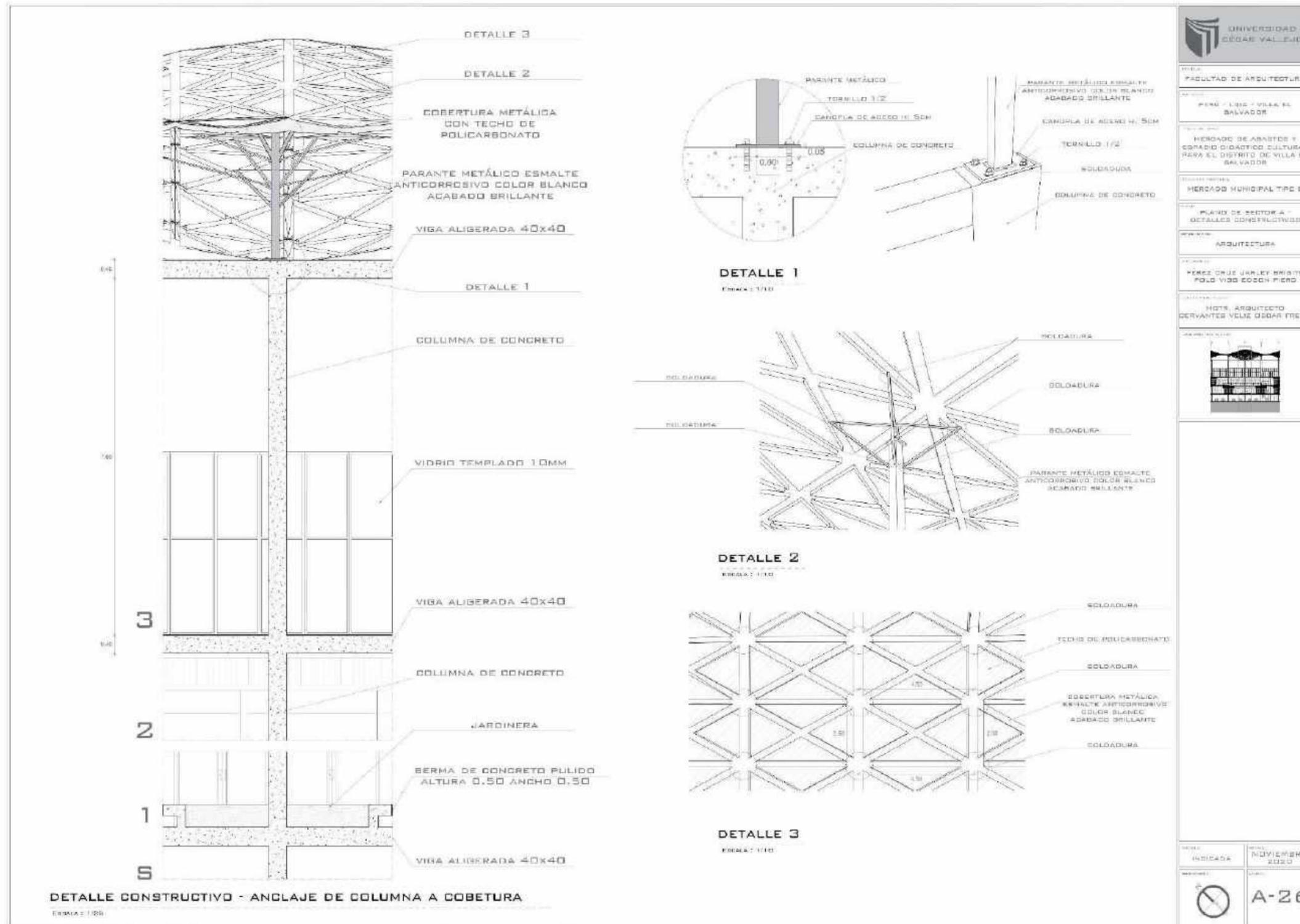


DETALLES DE VENTANAS

INDICADA



3.1.4 Detalles constructivos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y COMERCIO DIDACTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TPO B

PLANO DE SECTOR A - DETALLES CONSTRUCTIVOS

ARQUITECTURA

PEREZ CRUZ JARLEY BRISTH FOLG VISO EDSON FIEDO

NOTA: ARQUITECTO DERRVANTES VELIZ OSOAR FREDY

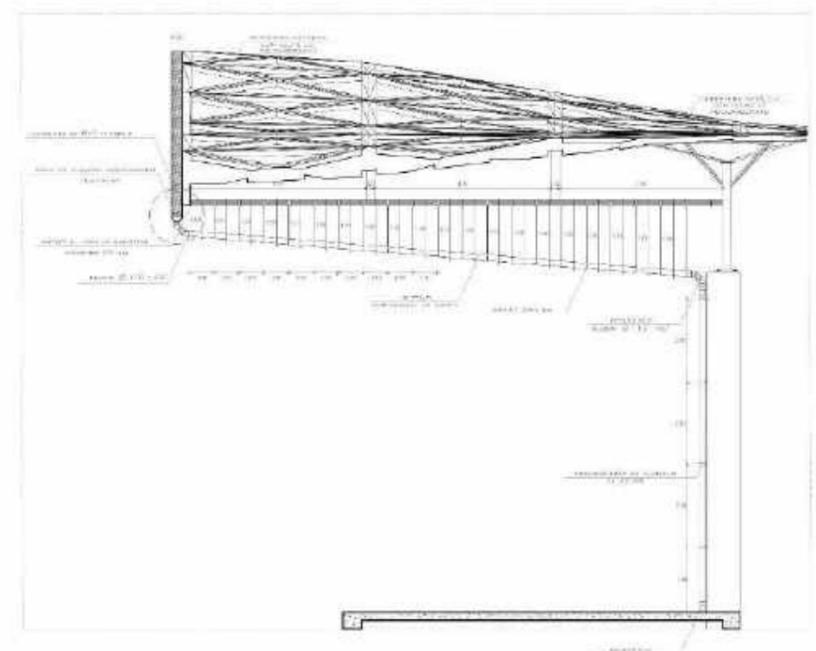
INDICADA: NOVIEMBRE 2020

A-26

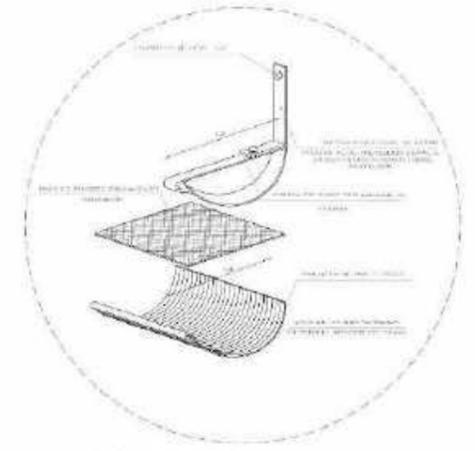


LEYENDA

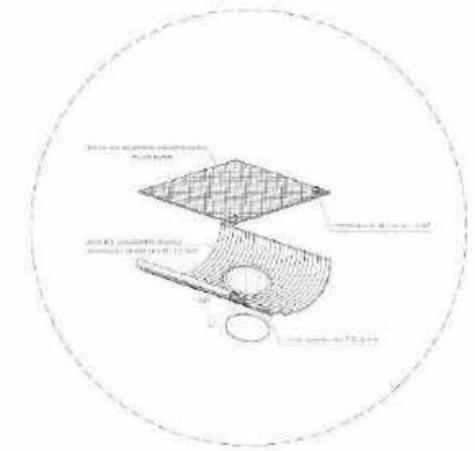
SÍMBOLO	EXPLICACIÓN
[Symbol]	SANILETS
[Symbol]	PROTECTOR PARA PROTECCIÓN SISTEMA SÓLIDO SÓLIDO PARTICIÓN # 0200 0
[Symbol]	PROTECTOR METAL PROTECCIÓN SISTEMA SÓLIDO SÓLIDO PARTICIÓN # 0200 0
[Symbol]	VALOR DE PROTECCIÓN Y EN CONEXIÓN CON LA PROTECCIÓN # 0200 0
[Symbol]	NOVA DE ALUMINIO SALVADORA



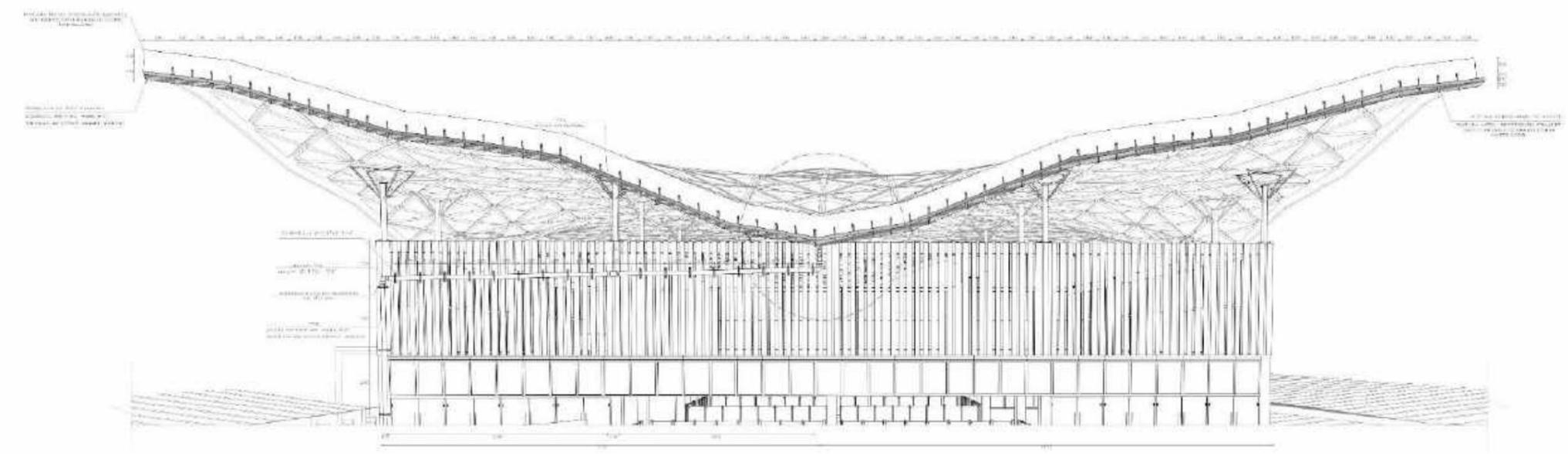
DETALLE 1 DE CANALETAS



DETALLE 2 DE CANAL

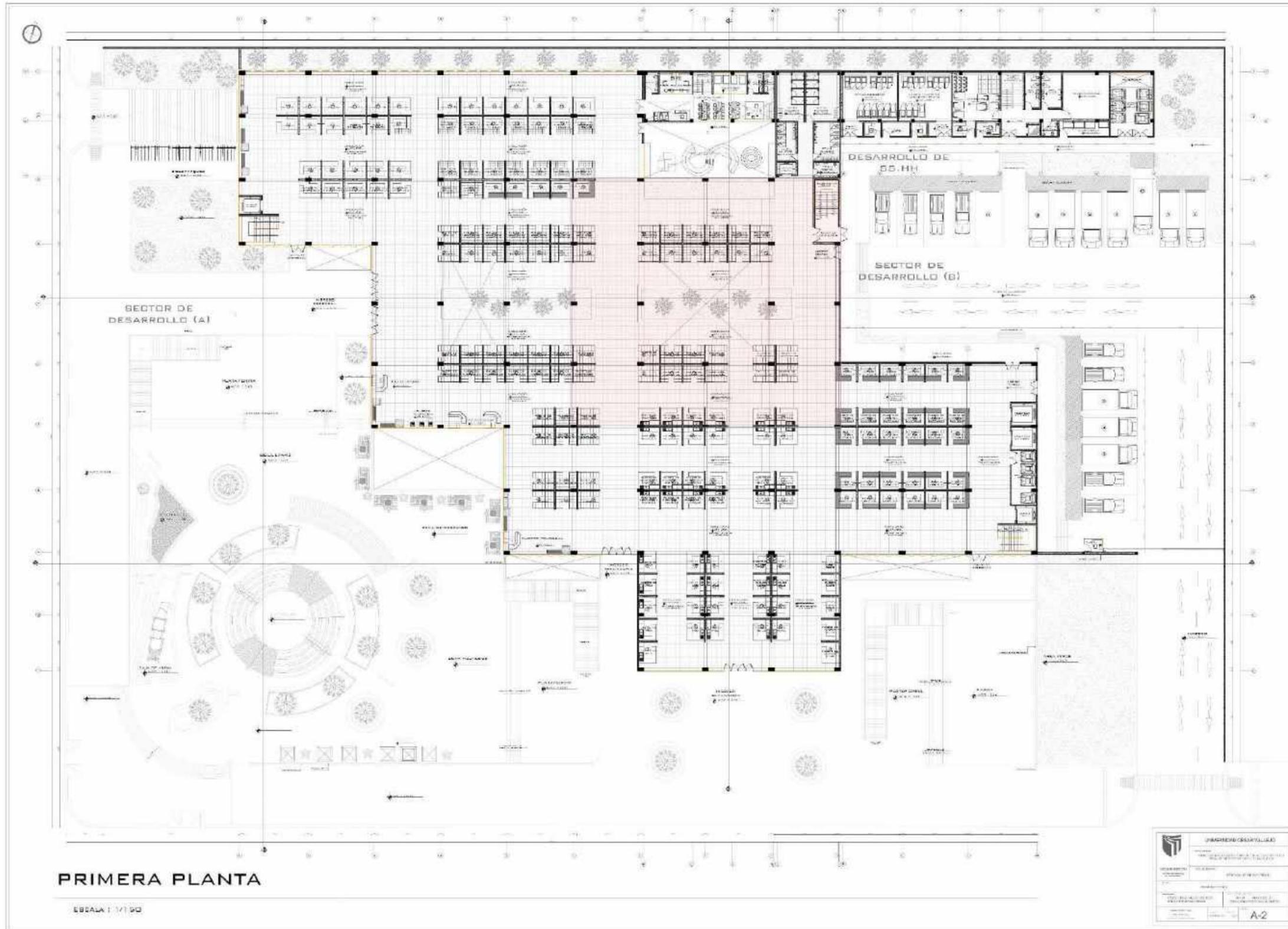


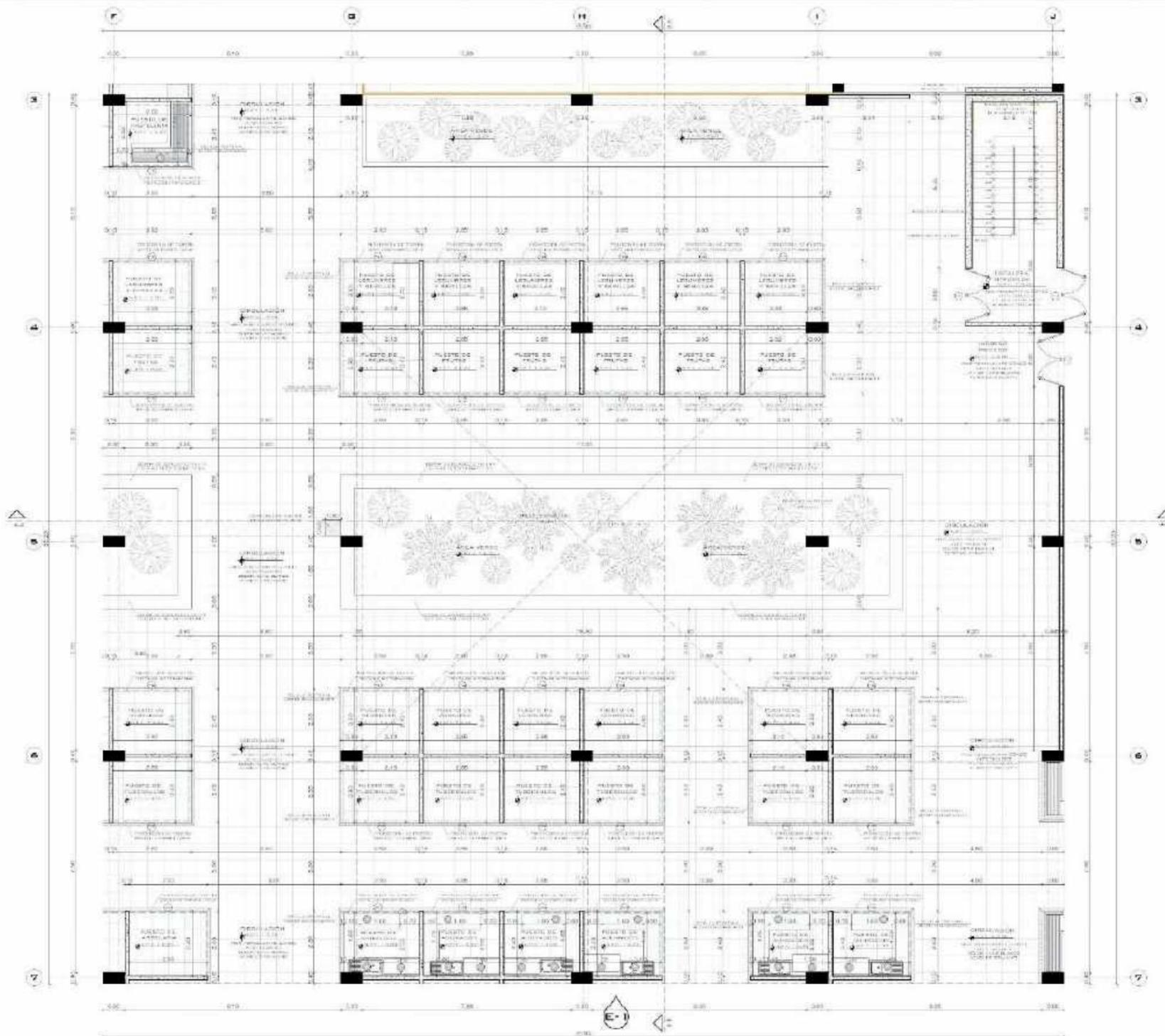
DETALLE 3 DE DRENAJE



DETALLES CONSTRUCTIVOS (SECTOR A)
Escala: INDICADA

(Plano clave sector B)





PRIMERA PLANTA (SECTOR)
 0804.4 / 1:50



UNIVERSIDAD
CESAR VALLEJO

REGULAR DE ARQUITECTURA

PROYECTO: MERCADO - LIMA - VILLA EL SALVADOR

OBJETIVO: MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO CIBACULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TIPO DE PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - ANEXO 1

ARQUITECTURA

PROYECTO: MÉNIZ GONZÁLEZ JARLEY BRUNO / MOLLO VERA EDISON PEREZ

FECHA: 10/11/2019

PROYECTISTA: ESTUDIO ARQUITECTONICO SERVANTES VALLE CESAR FREYRE



LEYENDA

CONEXIONES	DESCRIPCION
	ALBERCA
	ALBERCA DE AGUAS CALIENTES
	ALBERCA DE AGUAS CÁLIDAS

QUADRO DE PUESTOS

TIPO	AREA (M ²)	CANTIDAD	AREA TOTAL (M ²)
1	1.00	10	10.00
2	2.00	5	10.00
3	3.00	3	9.00
4	4.00	2	8.00
5	5.00	1	5.00
6	6.00	1	6.00
7	7.00	1	7.00
8	8.00	1	8.00
9	9.00	1	9.00
10	10.00	1	10.00
11	11.00	1	11.00
12	12.00	1	12.00
13	13.00	1	13.00
14	14.00	1	14.00
15	15.00	1	15.00
16	16.00	1	16.00
17	17.00	1	17.00
18	18.00	1	18.00
19	19.00	1	19.00
20	20.00	1	20.00
21	21.00	1	21.00
22	22.00	1	22.00
23	23.00	1	23.00
24	24.00	1	24.00
25	25.00	1	25.00
26	26.00	1	26.00
27	27.00	1	27.00
28	28.00	1	28.00
29	29.00	1	29.00
30	30.00	1	30.00
31	31.00	1	31.00
32	32.00	1	32.00
33	33.00	1	33.00
34	34.00	1	34.00
35	35.00	1	35.00
36	36.00	1	36.00
37	37.00	1	37.00
38	38.00	1	38.00
39	39.00	1	39.00
40	40.00	1	40.00
41	41.00	1	41.00
42	42.00	1	42.00
43	43.00	1	43.00
44	44.00	1	44.00
45	45.00	1	45.00
46	46.00	1	46.00
47	47.00	1	47.00
48	48.00	1	48.00
49	49.00	1	49.00
50	50.00	1	50.00
51	51.00	1	51.00
52	52.00	1	52.00
53	53.00	1	53.00
54	54.00	1	54.00
55	55.00	1	55.00
56	56.00	1	56.00
57	57.00	1	57.00
58	58.00	1	58.00
59	59.00	1	59.00
60	60.00	1	60.00
61	61.00	1	61.00
62	62.00	1	62.00
63	63.00	1	63.00
64	64.00	1	64.00
65	65.00	1	65.00
66	66.00	1	66.00
67	67.00	1	67.00
68	68.00	1	68.00
69	69.00	1	69.00
70	70.00	1	70.00
71	71.00	1	71.00
72	72.00	1	72.00
73	73.00	1	73.00
74	74.00	1	74.00
75	75.00	1	75.00
76	76.00	1	76.00
77	77.00	1	77.00
78	78.00	1	78.00
79	79.00	1	79.00
80	80.00	1	80.00
81	81.00	1	81.00
82	82.00	1	82.00
83	83.00	1	83.00
84	84.00	1	84.00
85	85.00	1	85.00
86	86.00	1	86.00
87	87.00	1	87.00
88	88.00	1	88.00
89	89.00	1	89.00
90	90.00	1	90.00
91	91.00	1	91.00
92	92.00	1	92.00
93	93.00	1	93.00
94	94.00	1	94.00
95	95.00	1	95.00
96	96.00	1	96.00
97	97.00	1	97.00
98	98.00	1	98.00
99	99.00	1	99.00
100	100.00	1	100.00

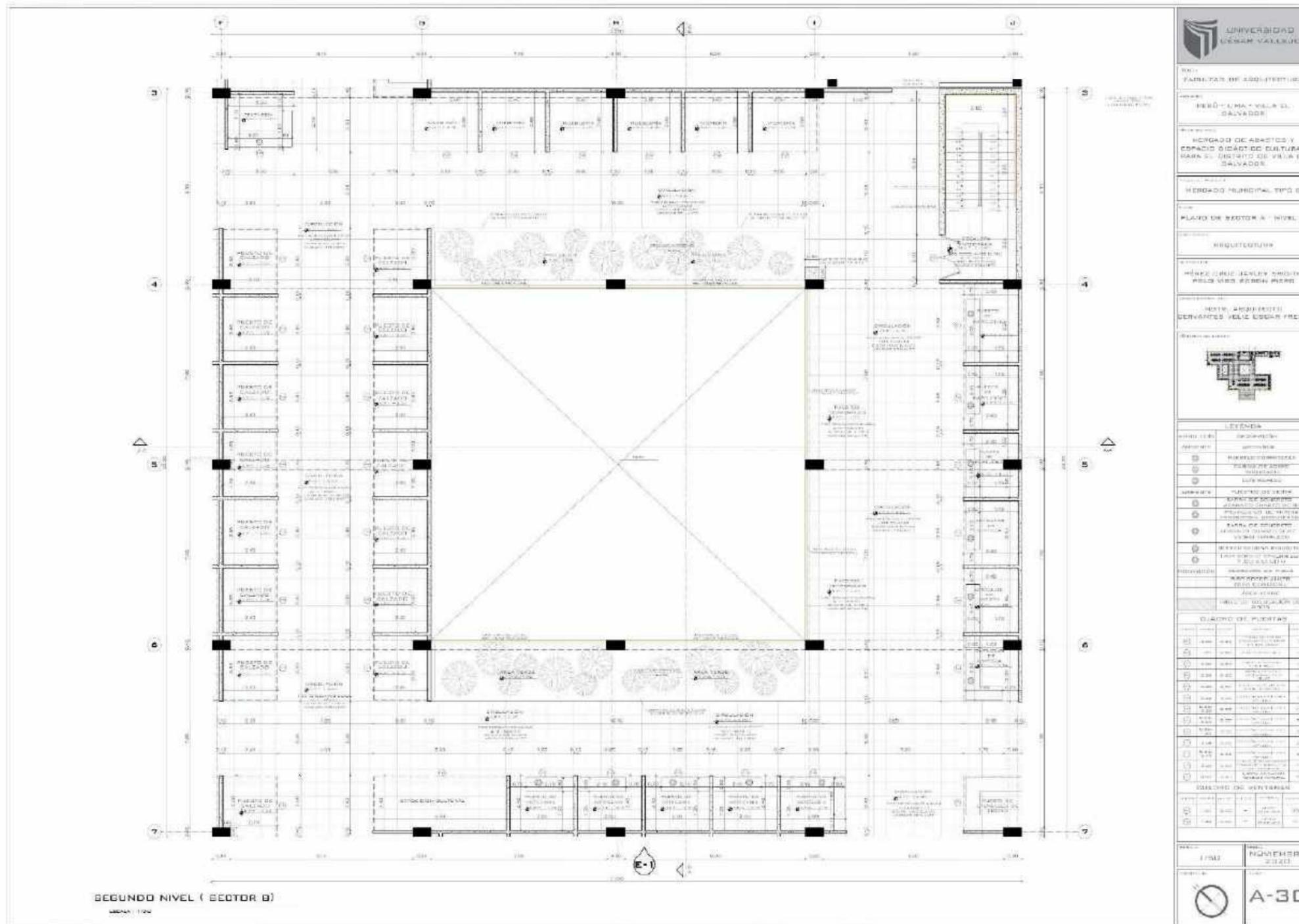
QUADRO DE UNIDADES

TIPO	AREA (M ²)	CANTIDAD	AREA TOTAL (M ²)
1	1.00	10	10.00
2	2.00	5	10.00
3	3.00	3	9.00
4	4.00	2	8.00
5	5.00	1	5.00
6	6.00	1	6.00
7	7.00	1	7.00
8	8.00	1	8.00
9	9.00	1	9.00
10	10.00	1	10.00
11	11.00	1	11.00
12	12.00	1	12.00
13	13.00	1	13.00
14	14.00	1	14.00
15	15.00	1	15.00
16	16.00	1	16.00
17	17.00	1	17.00
18	18.00	1	18.00
19	19.00	1	19.00
20	20.00	1	20.00
21	21.00	1	21.00
22	22.00	1	22.00
23	23.00	1	23.00
24	24.00	1	24.00
25	25.00	1	25.00
26	26.00	1	26.00
27	27.00	1	27.00
28	28.00	1	28.00
29	29.00	1	29.00
30	30.00	1	30.00
31	31.00	1	31.00
32	32.00	1	32.00
33	33.00	1	33.00
34	34.00	1	34.00
35	35.00	1	35.00
36	36.00	1	36.00
37	37.00	1	37.00
38	38.00	1	38.00
39	39.00	1	39.00
40	40.00	1	40.00
41	41.00	1	41.00
42	42.00	1	42.00
43	43.00	1	43.00
44	44.00	1	44.00
45	45.00	1	45.00
46	46.00	1	46.00
47	47.00	1	47.00
48	48.00	1	48.00
49	49.00	1	49.00
50	50.00	1	50.00
51	51.00	1	51.00
52	52.00	1	52.00
53	53.00	1	53.00
54	54.00	1	54.00
55	55.00	1	55.00
56	56.00	1	56.00
57	57.00	1	57.00
58	58.00	1	58.00
59	59.00	1	59.00
60	60.00	1	60.00
61	61.00	1	61.00
62	62.00	1	62.00
63	63.00	1	63.00
64	64.00	1	64.00
65	65.00	1	65.00
66	66.00	1	66.00
67	67.00	1	67.00
68	68.00	1	68.00
69	69.00	1	69.00
70	70.00	1	70.00
71	71.00	1	71.00
72	72.00	1	72.00
73	73.00	1	73.00
74	74.00	1	74.00
75	75.00	1	75.00
76	76.00	1	76.00
77	77.00	1	77.00
78	78.00	1	78.00
79	79.00	1	79.00
80	80.00	1	80.00
81	81.00	1	81.00
82	82.00	1	82.00
83	83.00	1	83.00
84	84.00	1	84.00
85	85.00	1	85.00
86	86.00	1	86.00
87	87.00	1	87.00
88	88.00	1	88.00
89	89.00	1	89.00
90	90.00	1	90.00
91	91.00	1	91.00
92	92.00	1	92.00
93	93.00	1	93.00
94	94.00	1	94.00
95	95.00	1	95.00
96	96.00	1	96.00
97	97.00	1	97.00
98	98.00	1	98.00
99	99.00	1	99.00
100	100.00	1	100.00

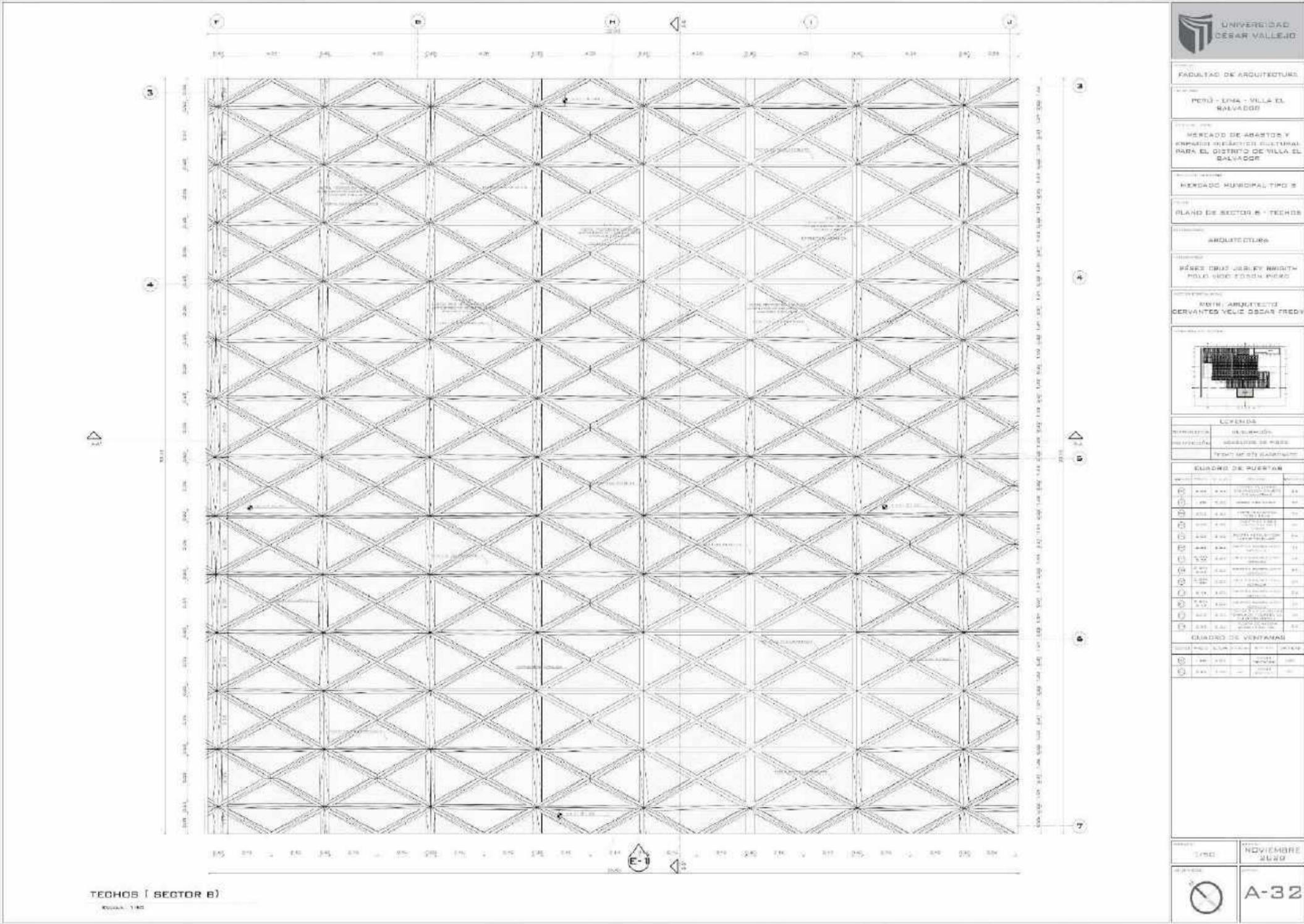
NOVIEMBRE 2019

A-29

Segundo nivel



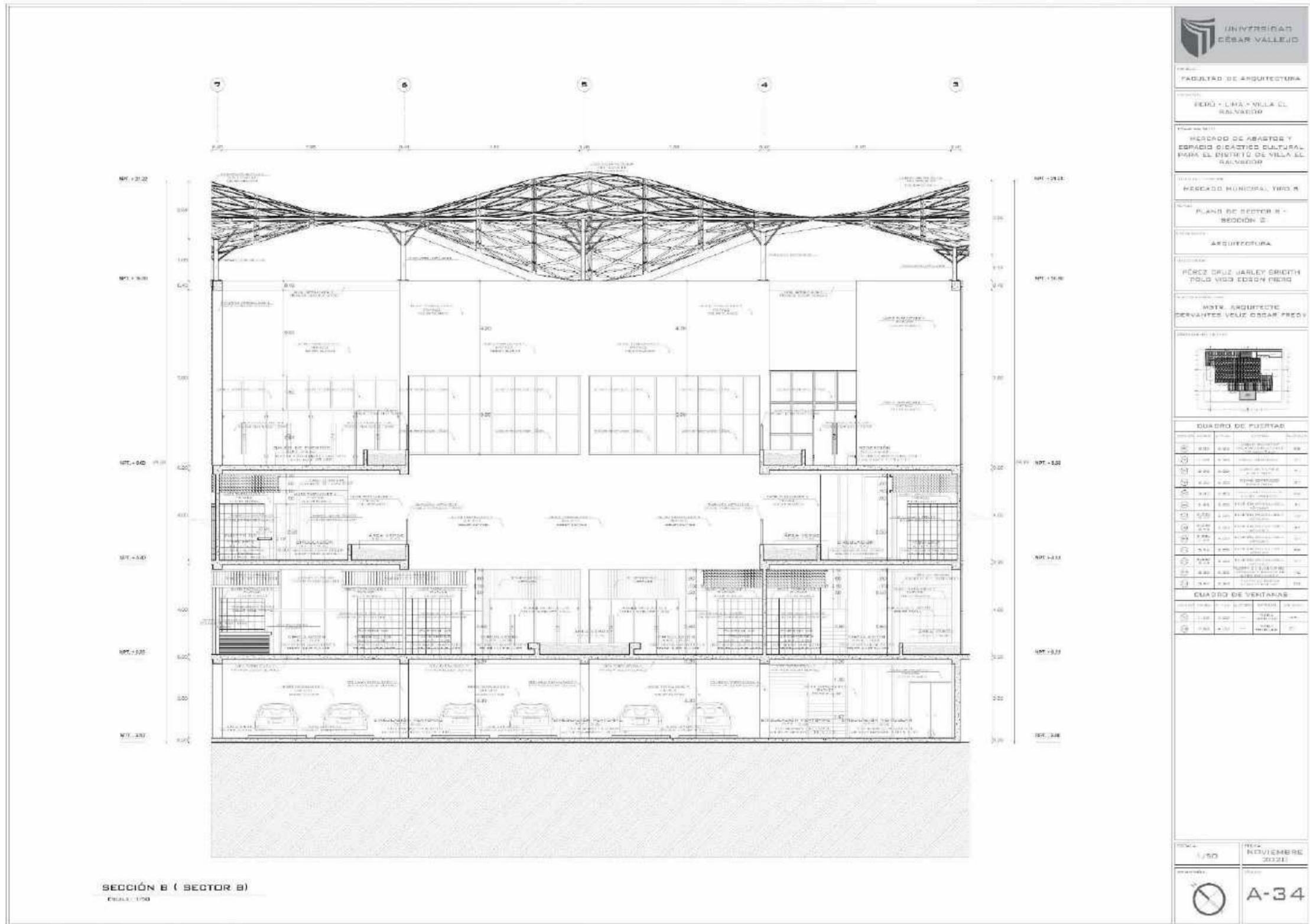
Plano de techos



Cortes seccionales (A)



Cortes seccionales (B)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

SECCIÓN: SECCIÓN B - LÍNEA A - VILLA EL SALVADO

PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADO

UBICACIÓN: MERCADO MUNICIPAL, VILLA EL SALVADO

PLAN DE SECTOR B - SECCIÓN B

ARQUITECTURA

DISEÑADOR: PÉREZ DRUZ JARLEY SMITH
POLO VIGO EDSON PERAZ

INSTR. ARQUITECTO: SERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

CUADRO DE PUERTAS

PUERTA	TIPO	ANCHO	ALTO	OTRO	CANTIDAD
P1	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P2	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P3	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P4	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P5	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P6	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P7	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P8	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P9	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P10	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P11	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P12	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P13	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P14	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P15	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P16	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P17	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P18	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P19	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P20	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P21	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P22	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P23	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P24	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P25	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P26	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P27	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P28	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P29	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P30	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P31	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P32	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P33	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P34	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P35	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P36	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P37	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P38	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P39	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P40	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P41	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P42	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P43	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P44	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P45	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P46	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P47	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P48	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P49	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
P50	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01

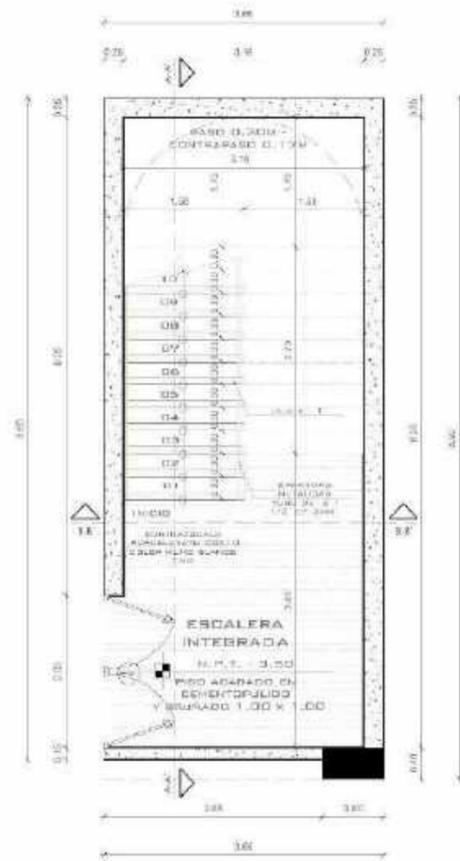
CUADRO DE VENTANAS

VENTANA	TIPO	ANCHO	ALTO	OTRO	CANTIDAD
V1	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V2	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V3	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V4	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V5	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V6	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V7	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V8	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V9	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V10	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V11	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V12	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V13	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V14	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V15	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V16	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V17	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V18	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V19	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V20	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V21	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V22	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V23	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V24	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V25	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V26	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V27	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V28	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V29	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V30	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V31	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V32	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V33	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V34	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V35	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V36	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V37	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V38	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V39	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V40	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V41	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V42	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V43	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V44	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V45	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V46	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V47	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V48	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V49	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01
V50	VENTANA DE ALUMINIO	1.20	2.10	---	01

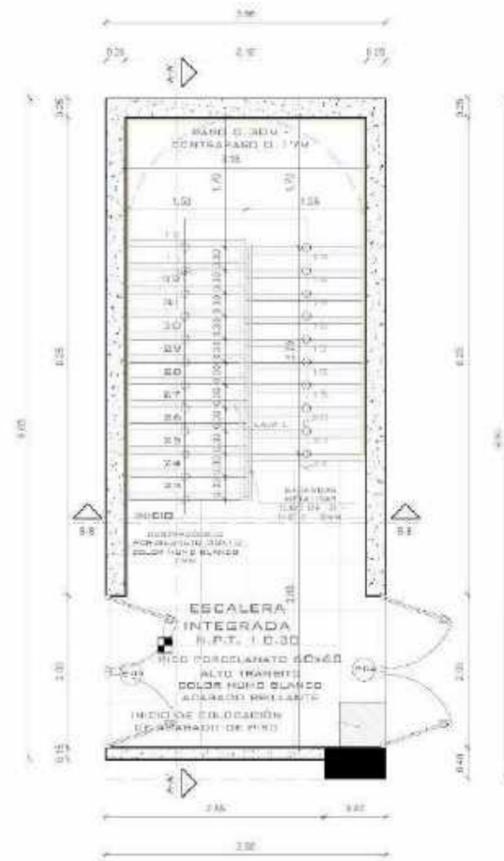
REVISOR: J/SO
NOVIEMBRE 2022

PROYECTO: A-34

Detalle de escaleras



SÓTANO
Escala: 1:25



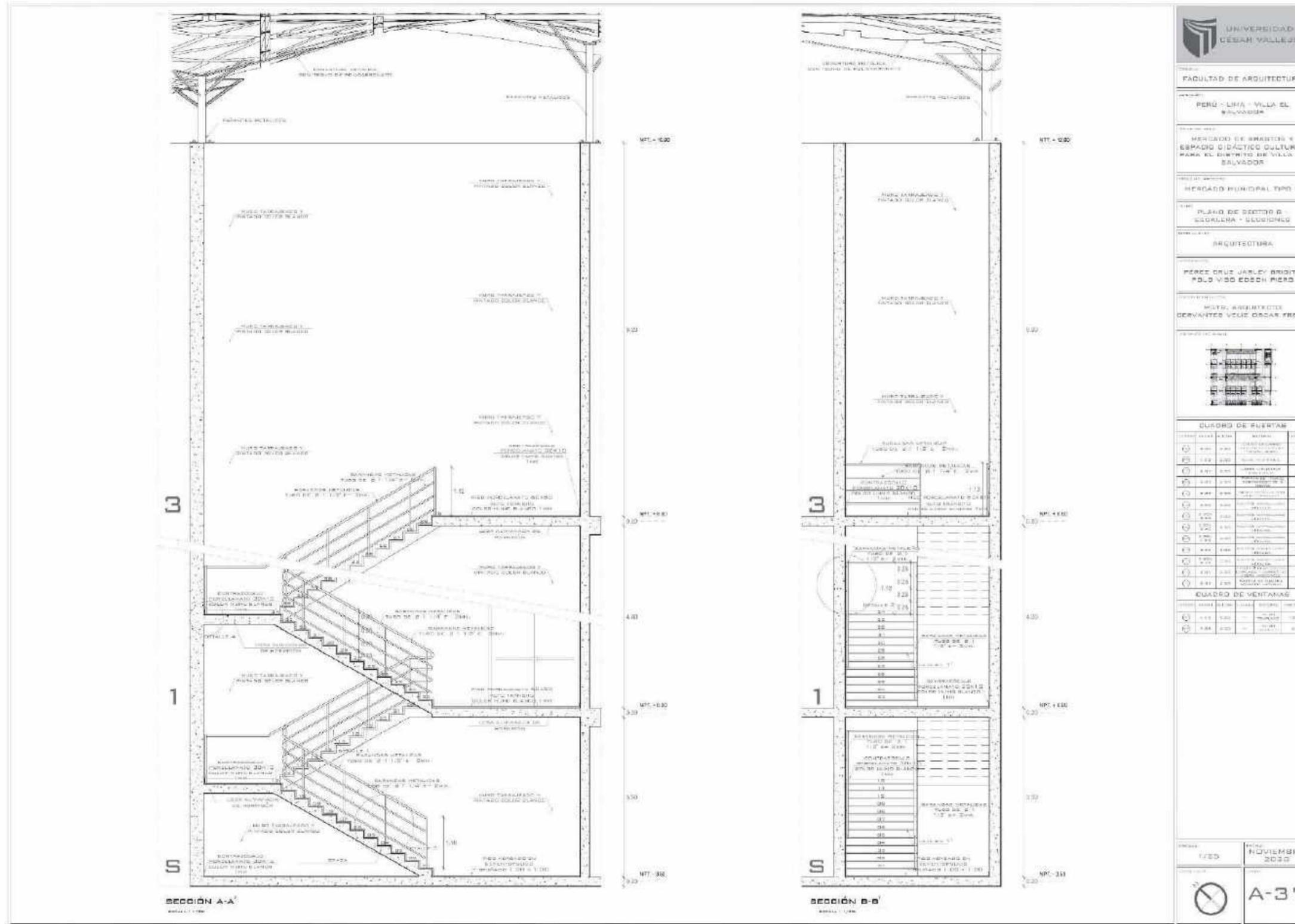
PLANTA 1 - 2
Escala: 1:25



PLANTA 3
Escala: 1:25

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR
MÉTODO DE ANÁLISIS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR
MERCADO MUNICIPAL TIPO B
PLANO DE SECTOR B ESCALERA - PLANTAS
ARQUITECTURA
PÉREZ ORUE USKLEY BRUNTH POLD V.S.O ESCOBAR PEREZ
INSTR. ARQUITECTO DERIVANTES VILLIC USKLEY FREYD
CUADRO DE PUERTAS
CUADRO DE VENTANAS
FECHA: 1/25
MES: NOVIEMBRE 2020
A-36

Corte de detalles de escaleras



Detalles constructivos de escaleras

DETALLE 1
ESCALA 1/10

DETALLE 2
ESCALA 1/10

DETALLE 3
ESCALA 1/10

DETALLE 4
ESCALA 1/10

CUADRO DE PUERTAS

PUERTA	ALTO	ANCHO	TIPO	REMARKS
P1	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P2	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P3	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P4	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P5	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P6	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P7	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P8	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P9	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P10	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P11	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P12	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P13	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P14	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P15	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P16	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P17	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P18	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P19	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	
P20	2.00	0.80	PUERTA DE ALUMINIO	

CUADRO DE VENTANAS

VENTANA	ALTO	ANCHO	TIPO	REMARKS
V1	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V2	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V3	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V4	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V5	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V6	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V7	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V8	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V9	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V10	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V11	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V12	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V13	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V14	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V15	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V16	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V17	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V18	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V19	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	
V20	1.50	1.00	VENTANA DE ALUMINIO	

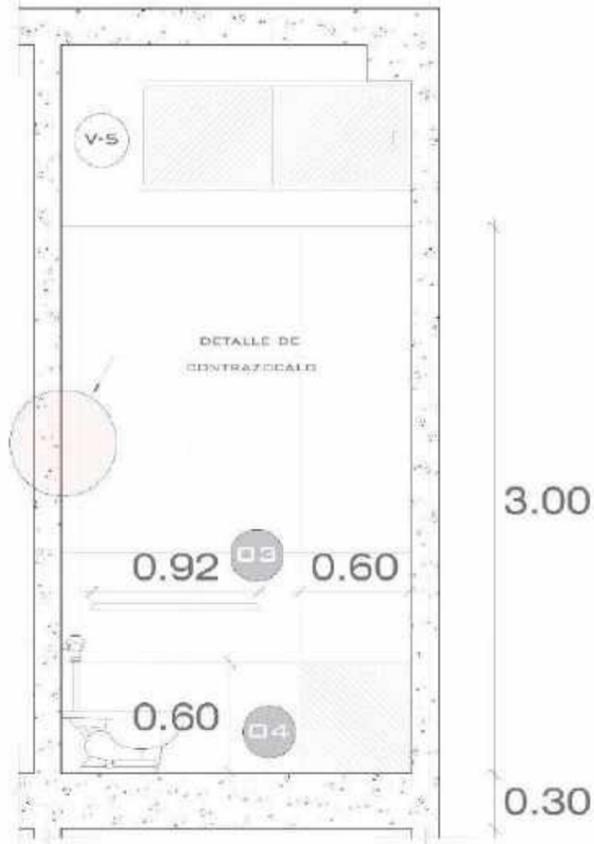
INDICADA: NOVIEMBRE 2020

A-38

Cortes SS. HH + vestidores



Detalles constructivos de SS. HH + vestidores

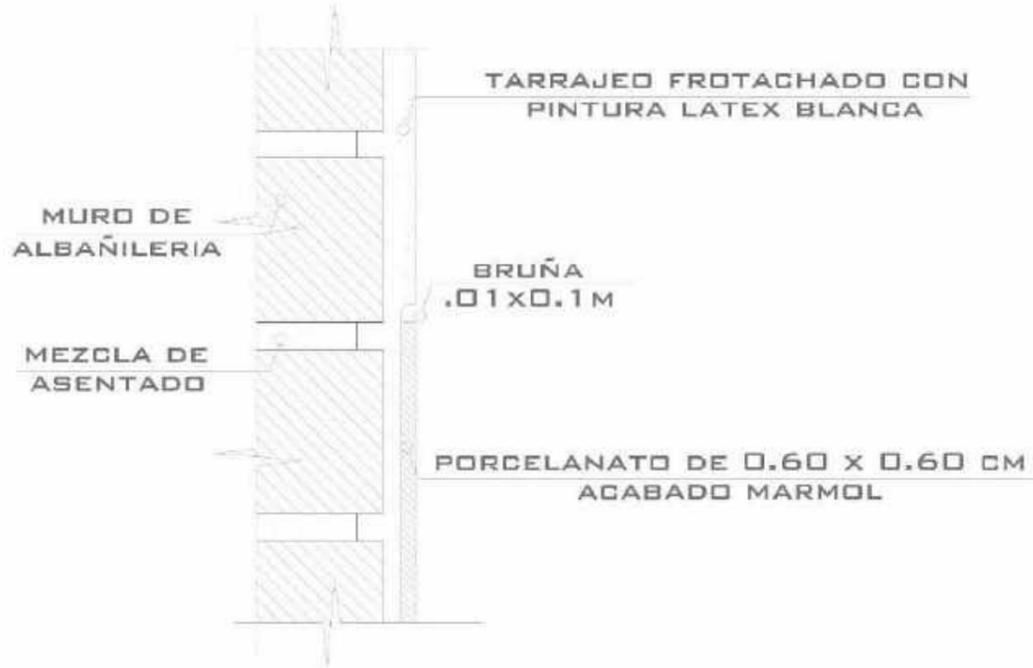


S.H. DISCAGITADOS
ESCALA : 1/10



VENTANA DE CRISTAL SISTEMA MODUGLAS CORREDIZA

VENTANA DE SS.HH
ESCALA : 1/10



DETALLE DE CONTRAZOCALO
ESCALA : 1/5



VENTANA DE SS.HH
ESCALA : 1/10

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

PROYECTO: MERCADO DE ADAPTO Y SERVICIO DIÁCTIBO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

PROYECTISTA: MERCADO MUNICIPAL TIPO D

PROYECTO: DETALLES CONSTRUCTIVOS SS.HH - TERCER NIVEL

DISCIPLINA: ARQUITECTURA

PROFESOR: PÉREZ CRUZ CAROL BRUNO POLO VIGO KOBON PÉREZ

ALUMNO: MOTE, ARQUITECTO CERVANTES YOUSI OSCAR FREDY

LEYENDA

1	ALBAÑILERIA
2	MEZCLA DE ASENTADO
3	BRUÑA
4	VIDRIO TEMPLADO
5	ALUMINIO
6	PORCELANATO

QUADRO DE PUERTAS

PUERTA	TIPO	ANCHO	ALTO	OTRO
1	1	0.90	2.00	
2	2	0.90	2.00	
3	3	0.90	2.00	
4	4	0.90	2.00	

QUADRO DE VENTANAS

VENTANA	TIPO	ANCHO	ALTO	OTRO
1	1	0.90	2.00	
2	2	0.90	2.00	
3	3	0.90	2.00	
4	4	0.90	2.00	

PROYECTADA: NOVIEMBRE 2020

ESCALA: A-41

Detalles de vanos

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PROYECTO: MERCADO LIMA - VILLA EL SALVADOR

UBICACIÓN: MERCADO DE ABASTOS Y EXPOSICIÓN DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TÍTULO DEL PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

DETALLE DE PUERTAS - SECTOR A

DISCIPLINA: ARQUITECTURA

PROFESOR: PÉREZ CRUZ JARLEY BRITH
POLO VICO EDSON P. PERO

ALUMNO: MORA, ARQUITECTO
DE VANTER VILLI (CÉSAR FRANCIS)

CUADRO DE PUERTAS

PUERTA	TIPO	MATERIA	UBICACIÓN
P01	01	ACERO	01
P02	02	ACERO	02
P03	03	ACERO	03
P04	04	ACERO	04
P05	05	ACERO	05
P06	06	ACERO	06
P07	07	ACERO	07
P08	08	ACERO	08
P09	09	ACERO	09
P10	10	ACERO	10
P11	11	ACERO	11
P12	12	ACERO	12
P13	13	ACERO	13
P14	14	ACERO	14
P15	15	ACERO	15
P16	16	ACERO	16
P17	17	ACERO	17
P18	18	ACERO	18
P19	19	ACERO	19
P20	20	ACERO	20
P21	21	ACERO	21
P22	22	ACERO	22
P23	23	ACERO	23
P24	24	ACERO	24
P25	25	ACERO	25
P26	26	ACERO	26
P27	27	ACERO	27
P28	28	ACERO	28
P29	29	ACERO	29
P30	30	ACERO	30

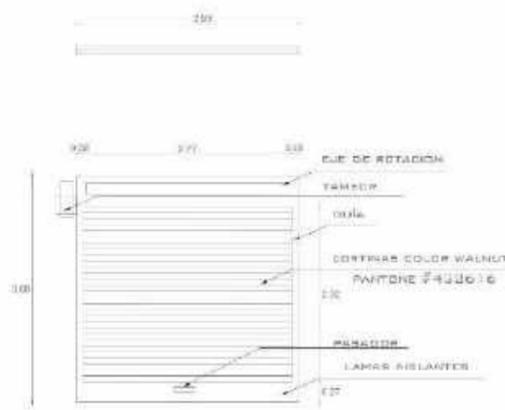
CUADRO DE VENTANAS

VENTANA	TIPO	MATERIA	UBICACIÓN
V01	01	ACERO	01
V02	02	ACERO	02
V03	03	ACERO	03
V04	04	ACERO	04
V05	05	ACERO	05
V06	06	ACERO	06
V07	07	ACERO	07
V08	08	ACERO	08
V09	09	ACERO	09
V10	10	ACERO	10
V11	11	ACERO	11
V12	12	ACERO	12
V13	13	ACERO	13
V14	14	ACERO	14
V15	15	ACERO	15
V16	16	ACERO	16
V17	17	ACERO	17
V18	18	ACERO	18
V19	19	ACERO	19
V20	20	ACERO	20
V21	21	ACERO	21
V22	22	ACERO	22
V23	23	ACERO	23
V24	24	ACERO	24
V25	25	ACERO	25
V26	26	ACERO	26
V27	27	ACERO	27
V28	28	ACERO	28
V29	29	ACERO	29
V30	30	ACERO	30

ESCALA: 1/25

FECHA: NOVIEMBRE 2020

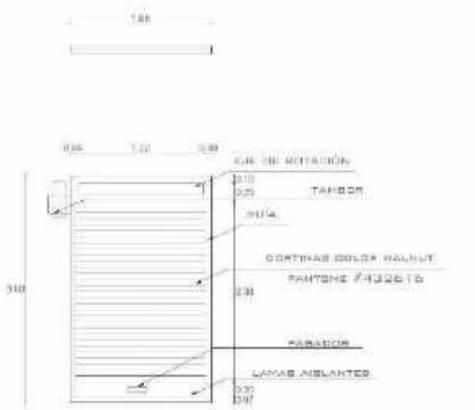
PROYECTO: A-42



PUERTA 08 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTÓN ENROLLABLE METÁLICA

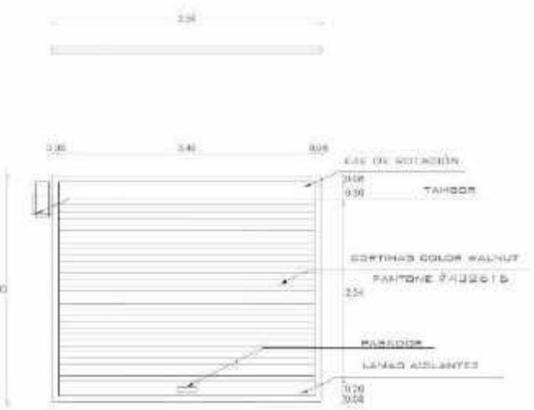
ZOTANG	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	01
TERCER PISO	00



PUERTA 09 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTÓN ENROLLABLE METÁLICA

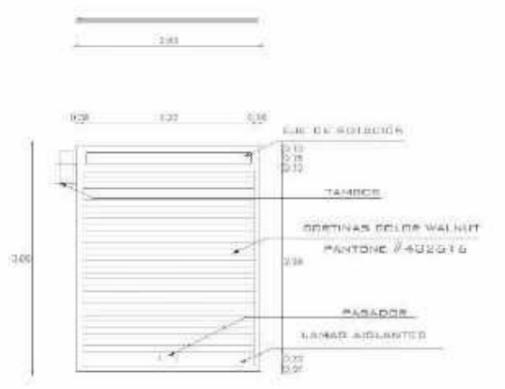
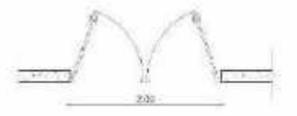
ZOTANG	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	01
TERCER PISO	00



PUERTA 10 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTÓN ENROLLABLE METÁLICA

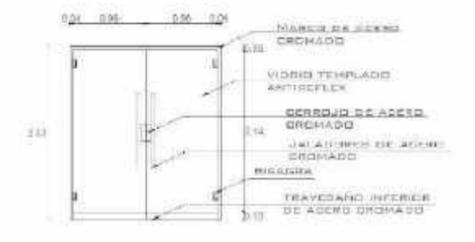
ZOTANG	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	02
TERCER PISO	00



PUERTA 11 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTÓN ENROLLABLE METÁLICA

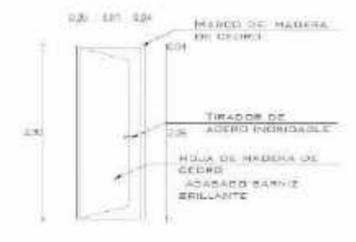
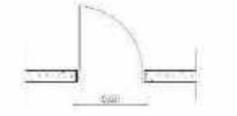
ZOTANG	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	01
TERCER PISO	00



PUERTA 12 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTA DE MADERA ACABADA NATURAL

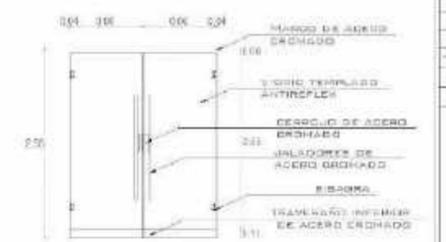
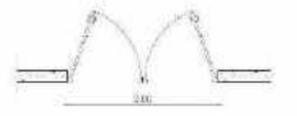
ZOTANG	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	00
TERCER PISO	01



PUERTA 13 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTA DE MADERA ACABADA NATURAL

ZOTANG	00
PRIMER PISO	00
SEGUNDO PISO	00
TERCER PISO	02

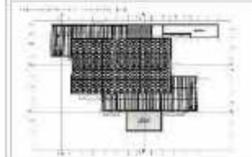


PUERTA 05 ELEVACIÓN
ESCALA: 1/25

PUERTA METÁLICA CON VIDRIO TEMPLADO

ZOTANG	00
PRIMER PISO	04
SEGUNDO PISO	00
TERCER PISO	00

DETALLES DE PUERTAS
ESCALA: 1/25

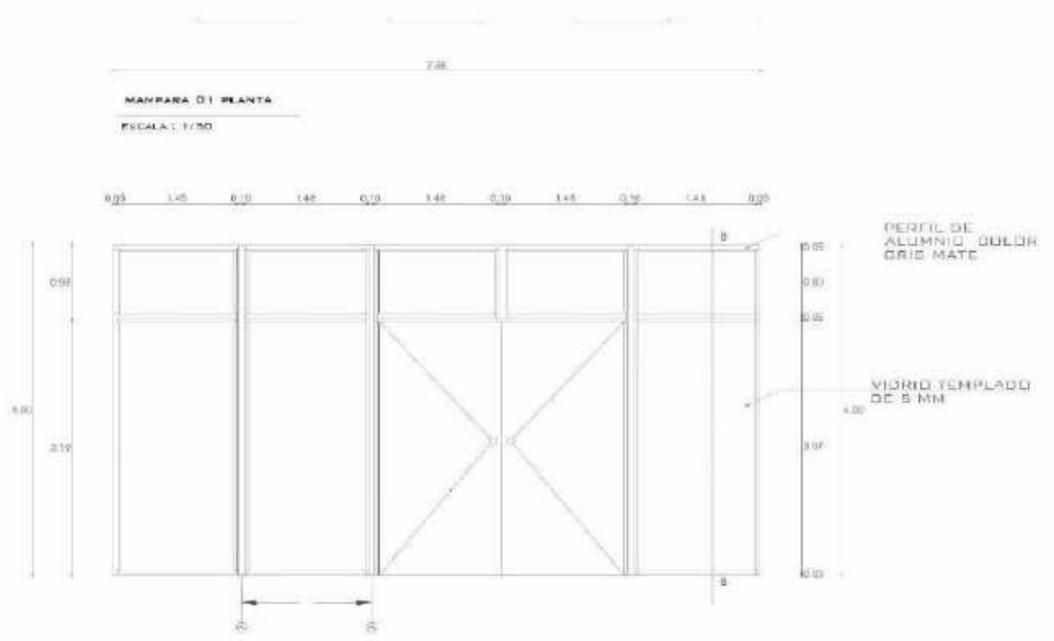


CUADRO DE PUERTAS

PUERTA	TIPO	ALCANTARILLO	ANCHO	ALTO	REQUISITOS
1	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
2	1.20	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
3	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
4	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
5	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
6	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
7	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
8	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
9	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
10	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
11	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
12	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
13	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
14	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
15	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
16	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
17	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
18	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
19	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
20	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO

CUADRO DE VENTANAS

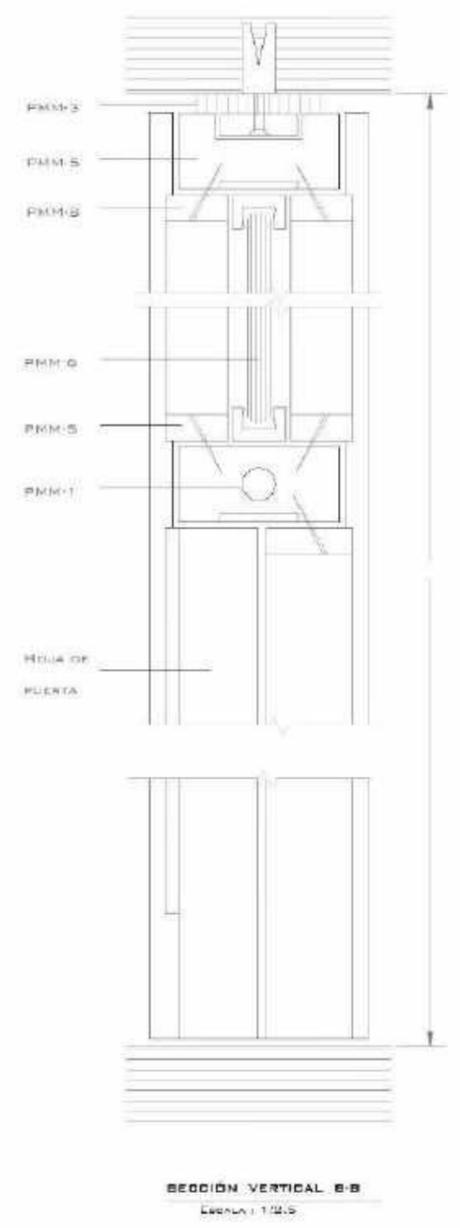
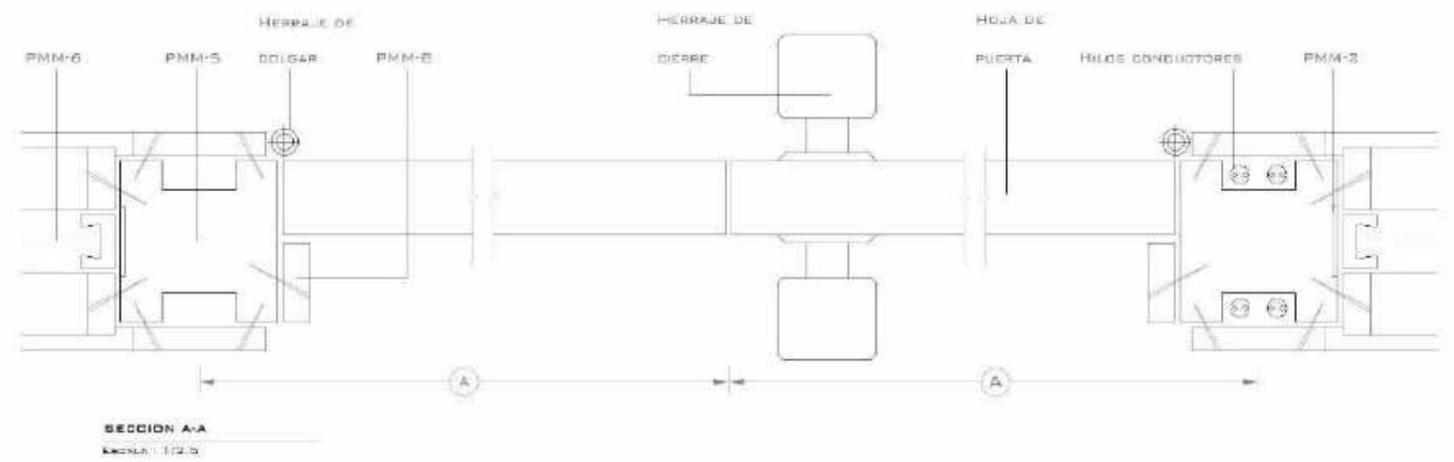
VENTANA	TIPO	ALCANTARILLO	ANCHO	ALTO	REQUISITOS
1	1.20	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
2	1.20	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO
3	0.90	0.90	0.90	2.10	PUERTA DE ALUMINIO CON VIDRIO



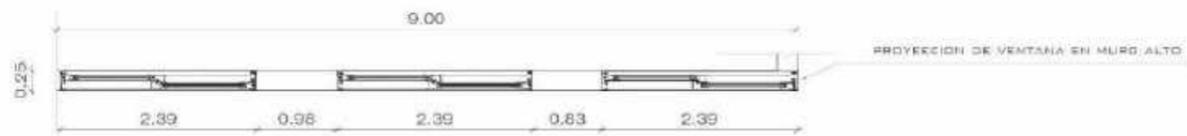
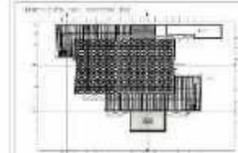
VENTANA 01 ELEVACION

ESCALA: 1/25

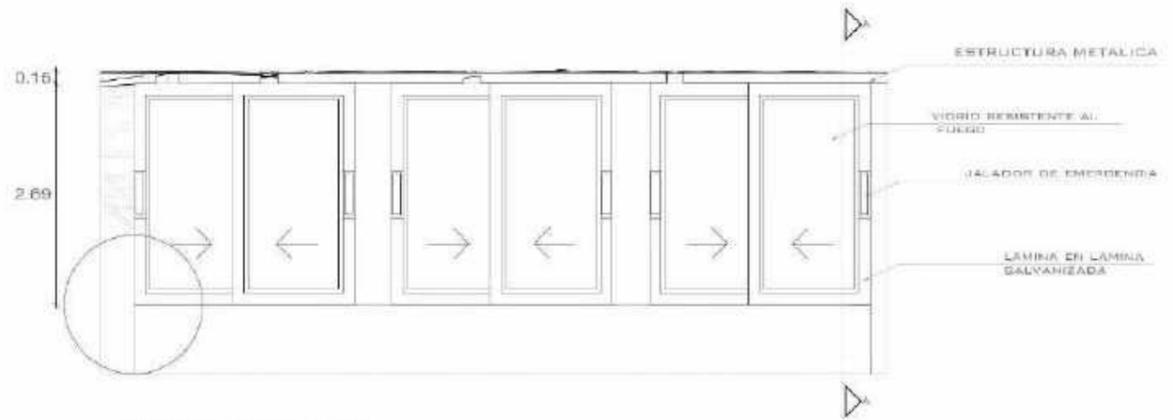
- MANRERA DE VIDRIO TEMPLADO
- SEGUNDO PISO
- TERCER PISO



DETALLES DE VENTANAS
ESCALA: INDICADA



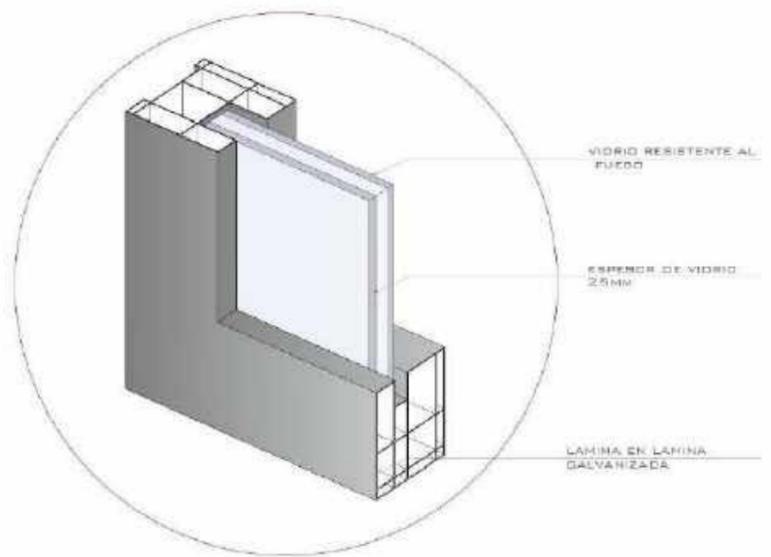
VENTANA CORTAFUEGO
ESCALA : 1/25



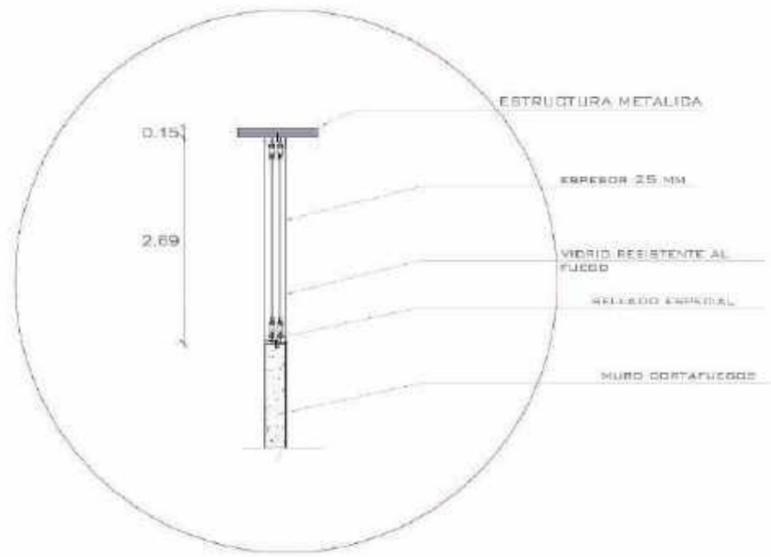
VENTANA 02 ELEVACION
ESCALA : 1/25

ESPECIFICACIONES TECNICAS :

LAS VENTANAS CORTAFUEGOS SERAN SOLLGADOS SOBRE EL MURD DE LAS ESCALERAS INTERADAS. CON EL FIN DE REFORZAR LA SEGURIDAD. ESTAS VENTANAS SERAN RESISTENTES AL FUEGO UN APROXIMACION DE 120 MINUTOS. ADENAS DE DETENER LA PROPAGACION DEL HUMD Y EL FUEGO EN CASO DE UN SINIESTRO. LAS VENTANAS SE PODRAN ABRIE EN CASO DE EMERGENCIA, O SI LA SITUACION LO REQUIERE. DE SER EL CASO LA LLAVE ESPECIAL ESTARA SOLLGADA EN EL CABINTE CONTRA INCENDIOS. PERO POR SEGURIDAD PERMANECERAN SELLADAS.



VIDRIO RESISTENTE AL FUEGO
ESPESOR DE VIDRIO 25MM
LAMINA EN LAMINA GALVANIZADA



SECCION VERTICAL A-A
ESCALA : 1/25

CUADRO DE PUERTAS

PUERTA	TIPO	ANCHO	ALTO	QUANTIDAD	NOTAS
P01	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P02	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P03	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P04	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P05	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P06	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P07	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P08	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P09	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	
P10	PUERTA DE ALUMINIO	1.20	2.10	02	

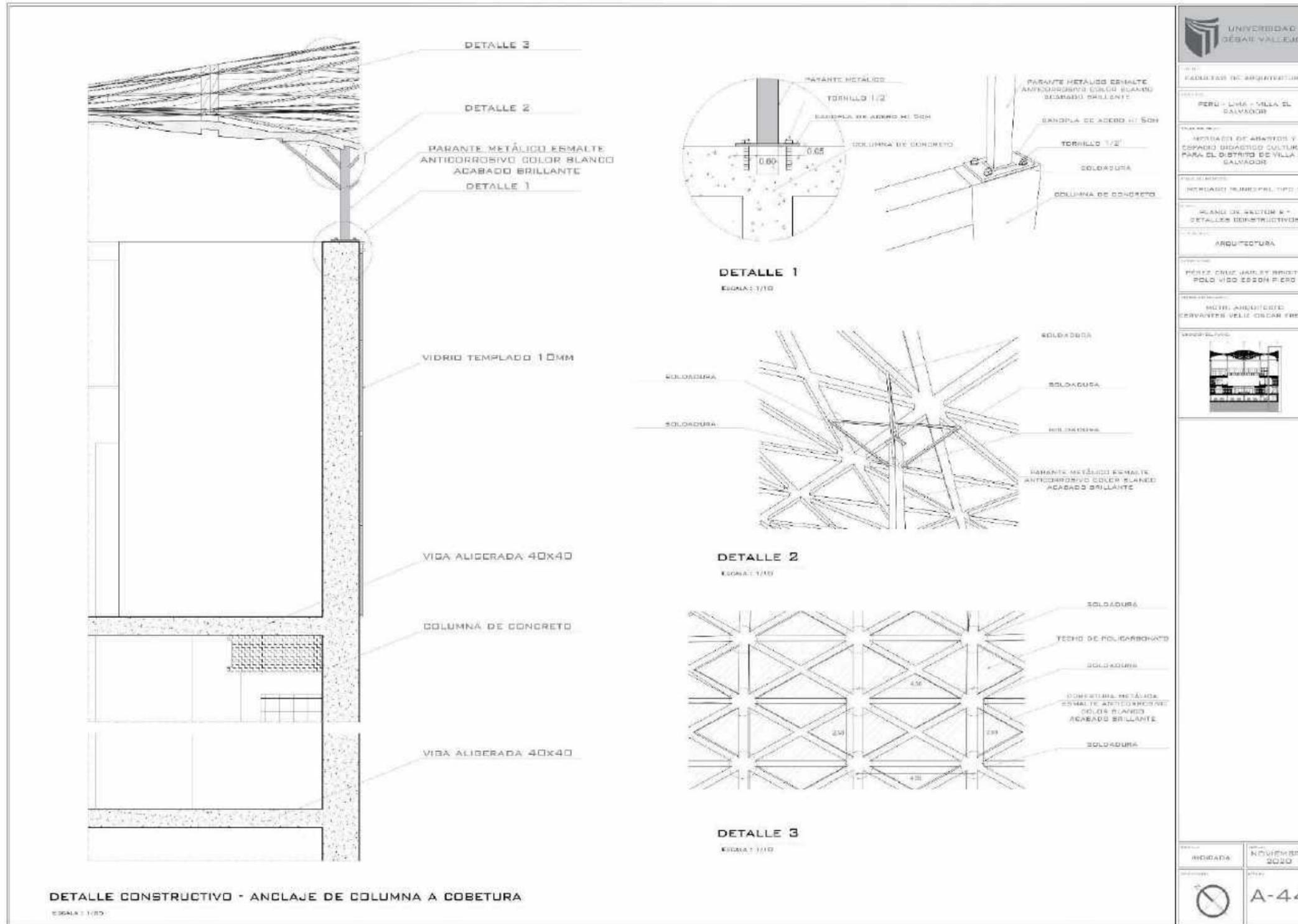
CUADRO DE VENTANAS

VENTANA	TIPO	ANCHO	ALTO	QUANTIDAD	NOTAS
V01	VENTANA CORTAFUEGO	2.39	2.69	05	
V02	VENTANA CORTAFUEGO	2.39	2.69	05	
V03	VENTANA CORTAFUEGO	2.39	2.69	05	
V04	VENTANA CORTAFUEGO	2.39	2.69	05	
V05	VENTANA CORTAFUEGO	2.39	2.69	05	

DETALLES DE VENTANAS
ESCALA : INDICADA

INDICADA
NOVIEMBRE 2020
A-44

Detalles constructivos



UNIVERSIDAD
DESAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERU - LIMA - VILLA EL SALVADOR

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y ESPACIO URBANO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

PROYECTO: INTERIOR NUMEROS 1 Y 2

PLANO DE SECCION A - DETALLES CONSTRUCTIVOS

ARQUITECTURA

PROYECTO: PEREZ CRUZ JAMES Y BRISTON POLO VICO EDDON PIERO

PROYECTISTA: MITHI ARQUITECTOS CERVANTES VELLE OSCAR FREDY

FECHA: 2020

BOCADA: NOVIEMBRE 2020

A-44

3.1.6 Cuadro de acabados

CUADRO DE ACABADOS

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PINTURA		ACABADO		CERAMICA		PULIDO		PULIDO		PULIDO		PULIDO	
		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
001	ESTRUCO														
002	ACABADO														
003	ACABADO														
004	ACABADO														
005	ACABADO														
006	ACABADO														
007	ACABADO														
008	ACABADO														
009	ACABADO														
010	ACABADO														
011	ACABADO														
012	ACABADO														
013	ACABADO														
014	ACABADO														
015	ACABADO														
016	ACABADO														
017	ACABADO														
018	ACABADO														
019	ACABADO														
020	ACABADO														
021	ACABADO														
022	ACABADO														
023	ACABADO														
024	ACABADO														
025	ACABADO														
026	ACABADO														
027	ACABADO														
028	ACABADO														
029	ACABADO														
030	ACABADO														
031	ACABADO														
032	ACABADO														
033	ACABADO														
034	ACABADO														
035	ACABADO														
036	ACABADO														
037	ACABADO														
038	ACABADO														
039	ACABADO														
040	ACABADO														
041	ACABADO														
042	ACABADO														
043	ACABADO														
044	ACABADO														
045	ACABADO														
046	ACABADO														
047	ACABADO														
048	ACABADO														
049	ACABADO														
050	ACABADO														

CUADRO DE PUERTAS

CODIGO	ANCHO	ALTURA	MATERIAL	CANTIDAD
001	3.00	2.20	PUERTA EN ALUMINIO CORRIDA 470 x 2400 (2000)	02
002	1.00	2.20	ACERO INOXIDABLE	01
003	2.00	2.50	ACERO INOXIDABLE CORTE PUERTA	01
004	3.00	3.00	PUERTA DE VIDRO CORRIDA DE 2 PANELES	01
005	3.00	2.50	PUERTA HERRAJES VIDRO TEMPLADO	04
006	2.65	3.00	PUERTÓN ENROLLABLE METALICO	01
007	2.93x 2.20	3.00	PUERTÓN ENROLLABLE METALICO	10
008	2.93x 2.43	3.00	PUERTÓN ENROLLABLE METALICO	04
009	2.65x 1.80	3.00	PUERTÓN ENROLLABLE METALICO	01
010	3.64	3.00	PUERTÓN ENROLLABLE METALICO	02
011	3.93x 2.43	3.00	PUERTÓN ENROLLABLE METALICO	01
012	3.00	3.00	PUERTA DE MADERA CORRIDA (2000)	02

CUADRO DE VENTANAS

CODIGO	ANCHO	ALTURA	ALVELOS	MATERIAL	CANTIDAD
001	1.00	2.00	-	VIDRO TEMPLADO	125
002	7.85	4.00	-	VIDRO TEMPLADO	01

ESPECIFICACIONES :

A.-DEBERA USARSE PINTURA A BASE DE LATEX FORMULADA CON RESINAS ACRILICAS Y PIGMENTOS DE ALTA CALIDAD, TALES COMO VENCELATEX, EXCELLO LATEX, TECKNOMATE O DE SIMILARES ESPECIFICACIONES TECNICAS. A LAS SUPERFICIES QUE LLEVARAN PINTURA LATEX SE LES APLICARA PREVIAMENTE SELLADOR BLANCO PARA MUROS (GLN.) PREFERENTEMENTE DE LA MISMA CALIDAD DE LA PINTURA A USAR.

B.-LA CARPINTERIA DE MADERA LLEVARA DOS MANOS DE BARNIZ NORMAL SINTETICO DEL TIPO ALQUIDICO.

UNIVERSIDAD
CESAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - ICA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDACTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

COLECCION DE ACABADOS

ARQUITECTURA

DISEÑO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDACTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MSTR. ARQUITECTO
CROVENTER VELIZ GARCIA GONZALEZ

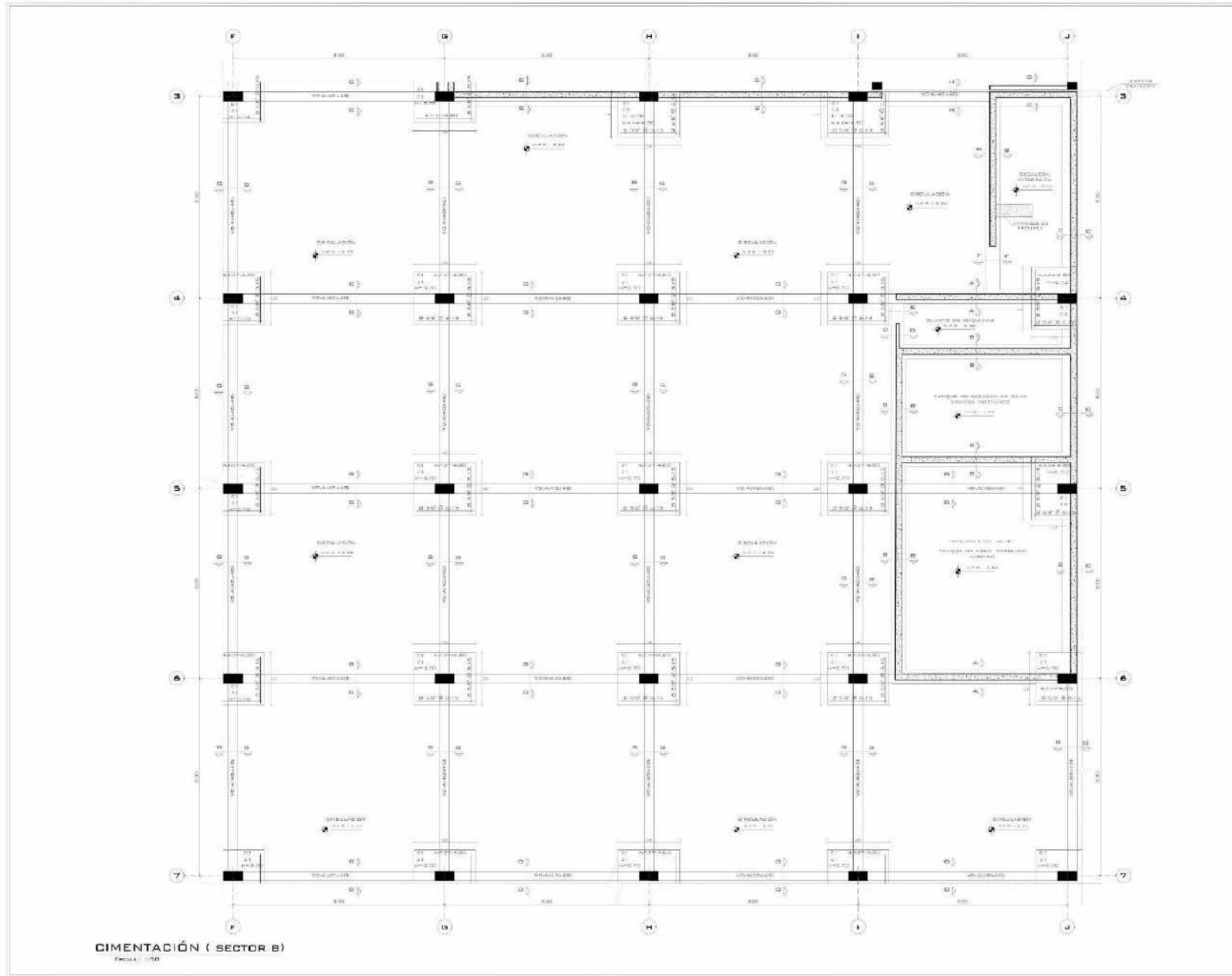
NOTA:
EL CUADRO DE ACABADO SE APLICARA EN FUNCIÓN AL DESARROLLO DE AMBOS SECTORES (A Y B), EN LA MAYORÍA DE SUPERFICIES SE ACABARAN POR NIVELADO Y AMBIENTES DEL PROYECTO.

Fecha: 1/80

Escala: 1/80

Fecha: NOVIEMBRE 2020

Hoja: A-45



CIMENTACIÓN (SECTOR B)

ESCALA: 1/50

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ • LIMA • VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - CIMENTACIÓN

ESTRUCTURA

PERSE CRUZ JARLEY DRICHTI / POLD WOOD EDSON PIERO

MSTR. ARQUITECTO / CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

CUADRO DE COLUMNAS Y DISPOSICIÓN DE ARMADO DE ACERO LONGITUDINAL

SECTOR	2, 10 y 10, 12
GRILLA	10 x 20' + 20 x 20'
RESISTENCIA	10-1000 kg/cm ²
ARMADO	ARMADO 20 x 20' 2 Ø 20, 10 x 20' 2 Ø 16, 10 x 20' 2 Ø 16
ARMADO	ARMADO 20 x 20' 2 Ø 20, 10 x 20' 2 Ø 16, 10 x 20' 2 Ø 16

CUADRO DE VIGA DE CIMENTACIÓN

SECTOR	10-10
GRILLA	10 x 20' + 20 x 20'
RESISTENCIA	10-1000 kg/cm ²
ARMADO	ARMADO 20 x 20' 2 Ø 20, 10 x 20' 2 Ø 16, 10 x 20' 2 Ø 16
ARMADO	ARMADO 20 x 20' 2 Ø 20, 10 x 20' 2 Ø 16, 10 x 20' 2 Ø 16

ESCALA: 1/50

NOVEMBRE 2020

E-02



CUADRO DE COLUMNAS Y
DISTRIBUCION DE ARMADO DE
ACERO LONGITUDINAL

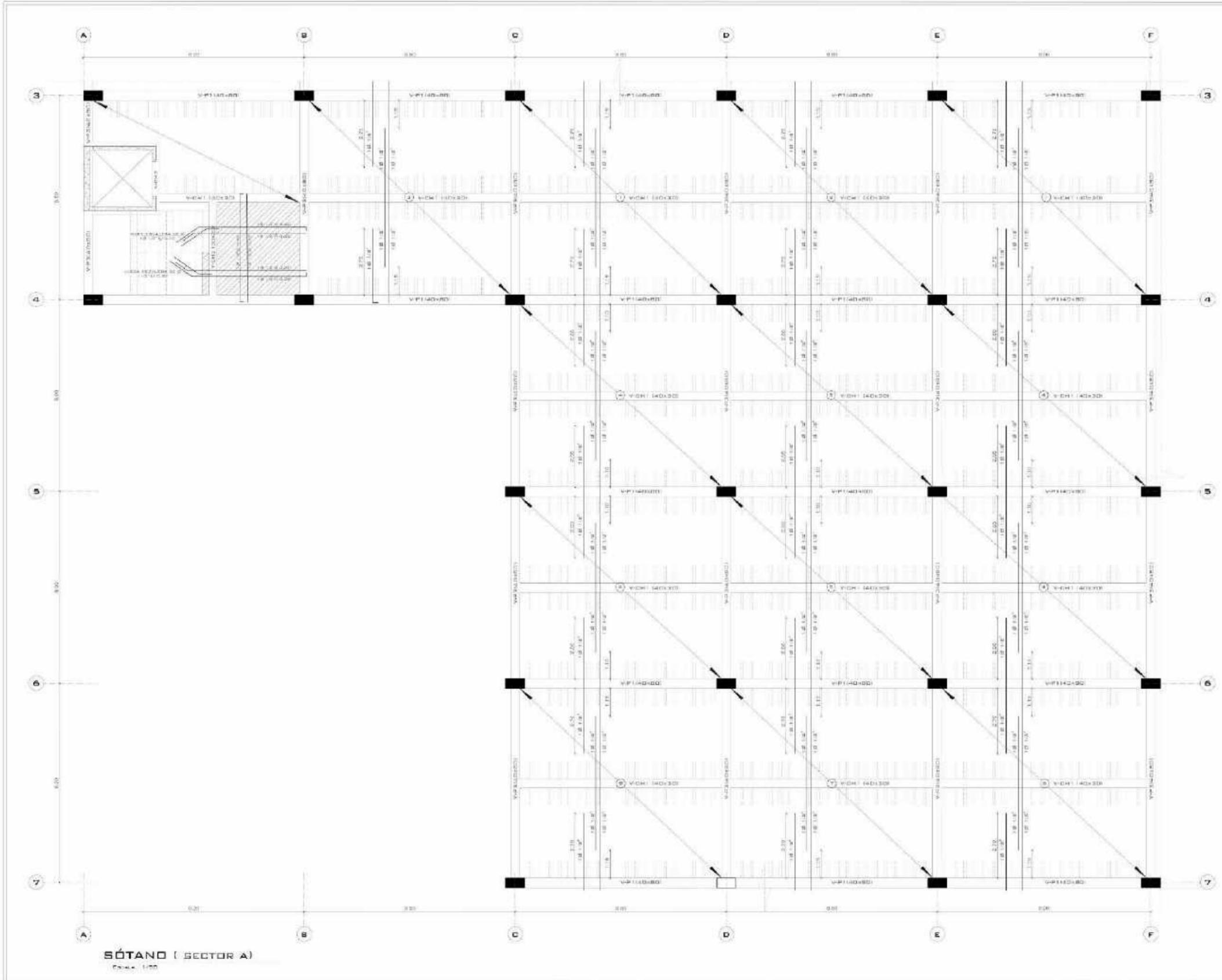
V.P.1	
SECCION	0.40 x 0.80
ARMADO	4 Ø 2.0" + 1 Ø 2.5"
ESPESOR	7.0" (180 mm)
ESPESOR	ESPESOR Ø 3.0"
ARMADO	4 Ø 2.0" + 1 Ø 2.5"
ESPESOR	Ø 1.0" + Ø 0.80"

V.P.2	V.P.3
SECCION	0.80 x 0.80
ARMADO	4 Ø 2.0" + 1 Ø 2.5"
ESPESOR	7.0" (180 mm)
ESPESOR	ESPESOR Ø 3.0"
ARMADO	4 Ø 2.0" + 1 Ø 2.5"
ESPESOR	Ø 1.0" + Ø 0.80"

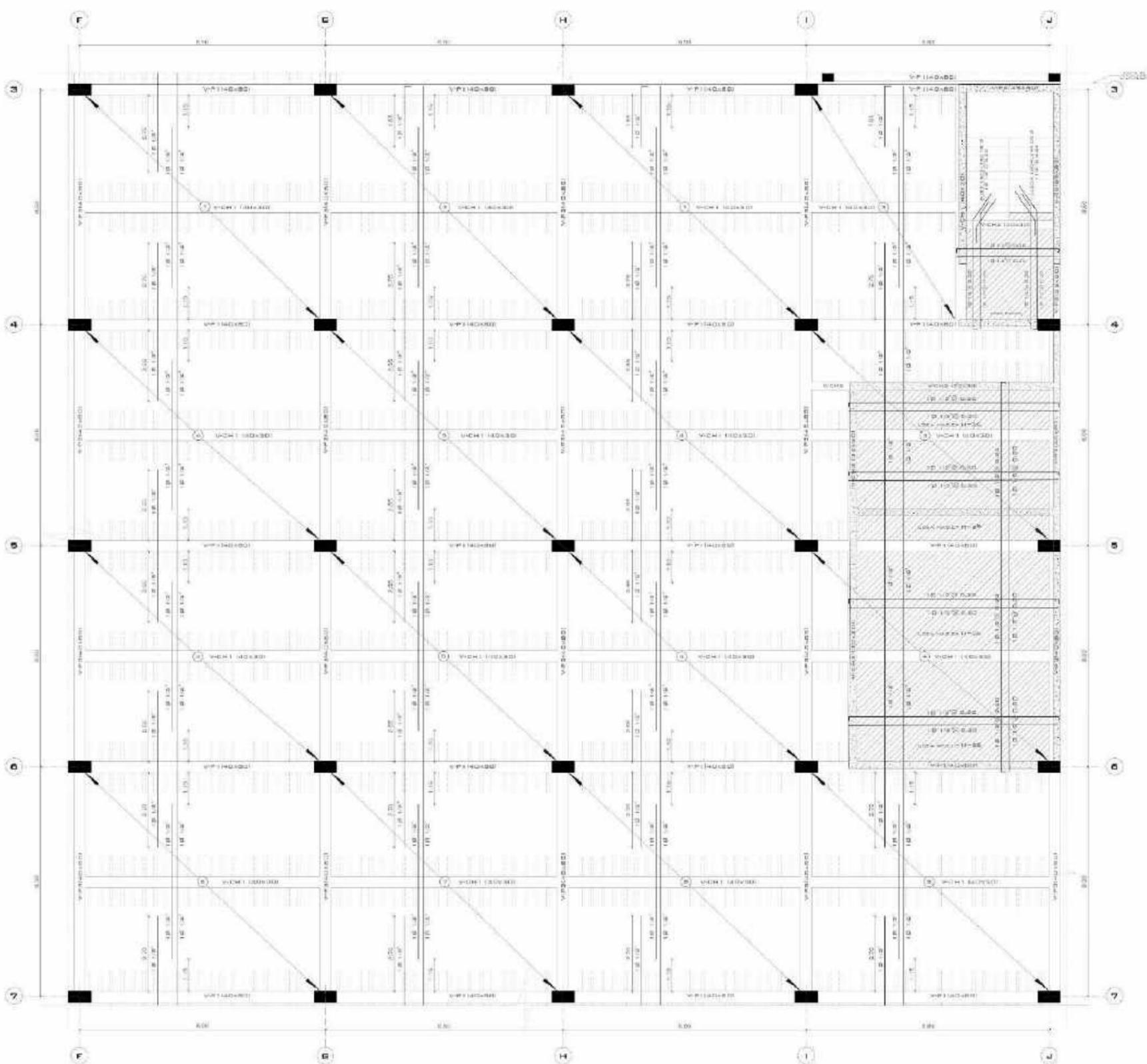
V.P.4	V.P.5
SECCION	0.80 x 0.80
ARMADO	4 Ø 2.0" + 1 Ø 2.5"
ESPESOR	7.0" (180 mm)
ESPESOR	ESPESOR Ø 3.0"
ARMADO	4 Ø 2.0" + 1 Ø 2.5"
ESPESOR	Ø 1.0" + Ø 0.80"

ESCALA: 1/50

NOVIEMBRE 2020



SÓTANO (SECTOR A)
Escala: 1/50



SÓTANO (SECTOR B)
ESCALA 1/50

UNIVERSIDAD DEGAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDACTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - SÓTANO - ALBERGADO

ESTRUCTURA

PÉREZ CRUZ JARLEY CRISTH
PELO VIGO EDSON PIERO

MSTH, ARQUITECTO
CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

CUADRO DE COLUMNAS Y DISPOSICIÓN DE ARMADO DE ACERO LONGITUDINAL

SECCION	VPH1
SECCION	0.40 x 0.80
DIMENSIÓN	0.40 x 0.80
RESISTENCIA	25-280 MPa
ARMADO	ARMADO 2-10 2 @ 0.10 2 @ 0.10 2 @ 0.10 2 @ 0.10
ARMADO	ARMADO 2-10 2 @ 0.10 2 @ 0.10 2 @ 0.10
TABLA	SECCION

VPH2	VPH3
0.40 x 0.80	0.40 x 0.80
0.40 x 0.80	0.40 x 0.80
RESISTENCIA	RESISTENCIA
ARMADO	ARMADO
TABLA	TABLA

VCH1	VCH2
0.40 x 0.80	0.40 x 0.80
0.40 x 0.80	0.40 x 0.80
RESISTENCIA	RESISTENCIA
ARMADO	ARMADO
TABLA	TABLA

FECHA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

E-04

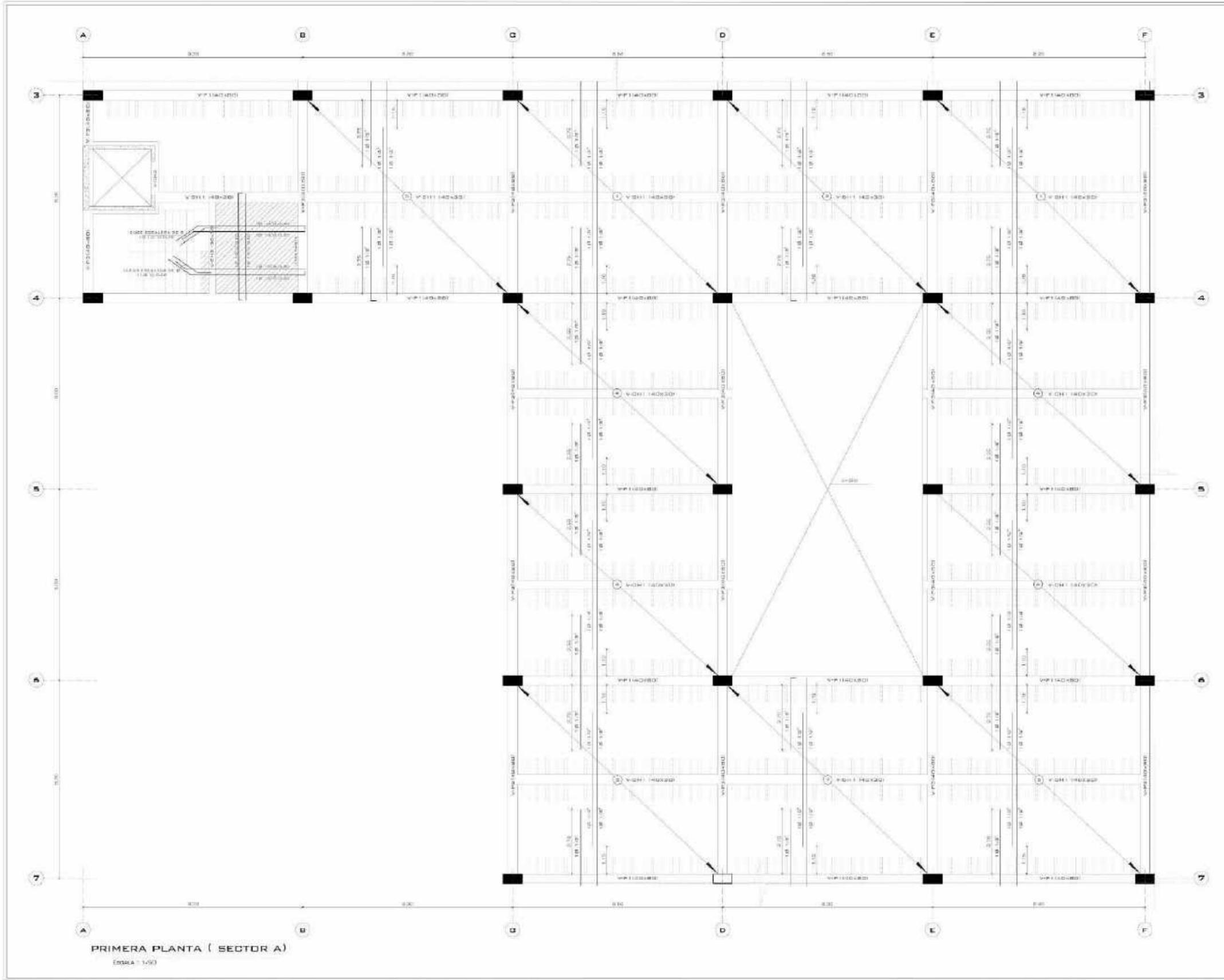


CUADRO DE COLUMNAS Y DISTRIBUCIÓN DE ARMADO DE ACERO LONGITUDINAL

V-P1		V-P2	
SECCION	0.26 x 0.80	SECCION	0.40 x 0.80
AREA	0.208 m ² = 2.32 m ²	AREA	0.32 m ² = 3.84 m ²
ARMADO	4 Ø 10	ARMADO	4 Ø 10
EXTENSION	Ø 10 @ 200	EXTENSION	Ø 10 @ 200
PERIFERICO	Ø 10 @ 150	PERIFERICO	Ø 10 @ 150
TRANSVERSAL	Ø 10 @ 200	TRANSVERSAL	Ø 10 @ 200

V-CH1		V-CH2	
SECCION	0.40 x 0.80	SECCION	0.40 x 0.80
AREA	0.32 m ² = 3.84 m ²	AREA	0.32 m ² = 3.84 m ²
ARMADO	4 Ø 10	ARMADO	4 Ø 10
EXTENSION	Ø 10 @ 200	EXTENSION	Ø 10 @ 200
PERIFERICO	Ø 10 @ 150	PERIFERICO	Ø 10 @ 150
TRANSVERSAL	Ø 10 @ 200	TRANSVERSAL	Ø 10 @ 200

V-CH1		V-CH2	
SECCION	0.40 x 0.80	SECCION	0.40 x 0.80
AREA	0.32 m ² = 3.84 m ²	AREA	0.32 m ² = 3.84 m ²
ARMADO	4 Ø 10	ARMADO	4 Ø 10
EXTENSION	Ø 10 @ 200	EXTENSION	Ø 10 @ 200
PERIFERICO	Ø 10 @ 150	PERIFERICO	Ø 10 @ 150
TRANSVERSAL	Ø 10 @ 200	TRANSVERSAL	Ø 10 @ 200



PRIMERA PLANTA (SECTOR A)

ESCALA 1:50



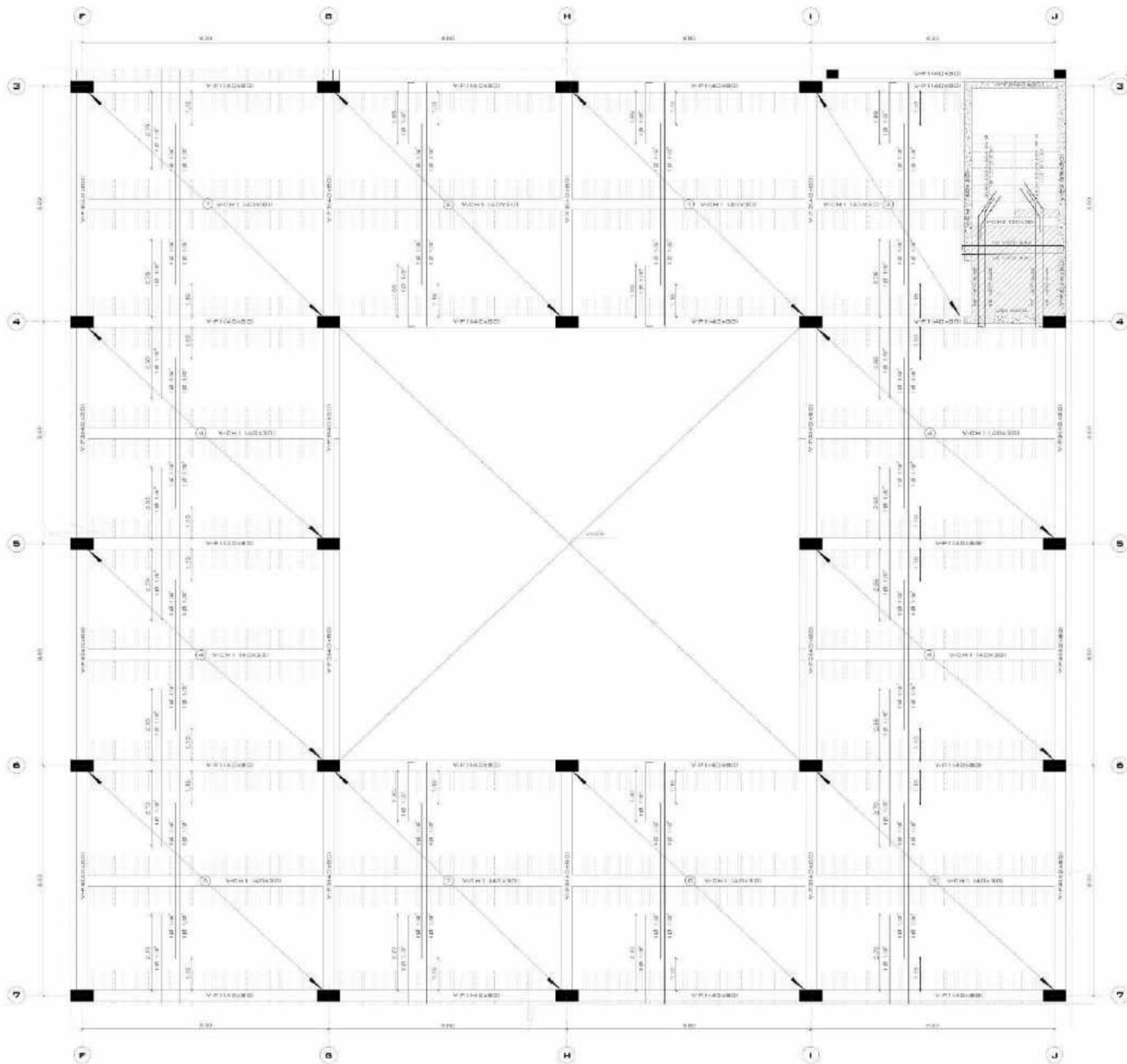
CUADRO DE COLUMNAS Y
DISTRIBUCIÓN DE ARMADO DE
ACERO LONGITUDINAL

Columna	Sección
V-P1	6.40 x 6.80
V-P2	2.00 x 3.00 + 4.00 x 4.00
V-P3	4.00 x 4.00
V-P4	4.00 x 4.00
V-P5	4.00 x 4.00
V-P6	4.00 x 4.00
V-P7	4.00 x 4.00
V-P8	4.00 x 4.00
V-P9	4.00 x 4.00
V-P10	4.00 x 4.00
V-P11	4.00 x 4.00
V-P12	4.00 x 4.00
V-P13	4.00 x 4.00
V-P14	4.00 x 4.00
V-P15	4.00 x 4.00
V-P16	4.00 x 4.00
V-P17	4.00 x 4.00
V-P18	4.00 x 4.00
V-P19	4.00 x 4.00
V-P20	4.00 x 4.00
V-P21	4.00 x 4.00
V-P22	4.00 x 4.00
V-P23	4.00 x 4.00
V-P24	4.00 x 4.00
V-P25	4.00 x 4.00
V-P26	4.00 x 4.00
V-P27	4.00 x 4.00
V-P28	4.00 x 4.00
V-P29	4.00 x 4.00
V-P30	4.00 x 4.00
V-P31	4.00 x 4.00
V-P32	4.00 x 4.00
V-P33	4.00 x 4.00
V-P34	4.00 x 4.00
V-P35	4.00 x 4.00
V-P36	4.00 x 4.00
V-P37	4.00 x 4.00
V-P38	4.00 x 4.00
V-P39	4.00 x 4.00
V-P40	4.00 x 4.00
V-P41	4.00 x 4.00
V-P42	4.00 x 4.00
V-P43	4.00 x 4.00
V-P44	4.00 x 4.00
V-P45	4.00 x 4.00
V-P46	4.00 x 4.00
V-P47	4.00 x 4.00
V-P48	4.00 x 4.00
V-P49	4.00 x 4.00
V-P50	4.00 x 4.00

Columna	Sección
V-P1	6.40 x 6.80
V-P2	2.00 x 3.00 + 4.00 x 4.00
V-P3	4.00 x 4.00
V-P4	4.00 x 4.00
V-P5	4.00 x 4.00
V-P6	4.00 x 4.00
V-P7	4.00 x 4.00
V-P8	4.00 x 4.00
V-P9	4.00 x 4.00
V-P10	4.00 x 4.00
V-P11	4.00 x 4.00
V-P12	4.00 x 4.00
V-P13	4.00 x 4.00
V-P14	4.00 x 4.00
V-P15	4.00 x 4.00
V-P16	4.00 x 4.00
V-P17	4.00 x 4.00
V-P18	4.00 x 4.00
V-P19	4.00 x 4.00
V-P20	4.00 x 4.00
V-P21	4.00 x 4.00
V-P22	4.00 x 4.00
V-P23	4.00 x 4.00
V-P24	4.00 x 4.00
V-P25	4.00 x 4.00
V-P26	4.00 x 4.00
V-P27	4.00 x 4.00
V-P28	4.00 x 4.00
V-P29	4.00 x 4.00
V-P30	4.00 x 4.00
V-P31	4.00 x 4.00
V-P32	4.00 x 4.00
V-P33	4.00 x 4.00
V-P34	4.00 x 4.00
V-P35	4.00 x 4.00
V-P36	4.00 x 4.00
V-P37	4.00 x 4.00
V-P38	4.00 x 4.00
V-P39	4.00 x 4.00
V-P40	4.00 x 4.00
V-P41	4.00 x 4.00
V-P42	4.00 x 4.00
V-P43	4.00 x 4.00
V-P44	4.00 x 4.00
V-P45	4.00 x 4.00
V-P46	4.00 x 4.00
V-P47	4.00 x 4.00
V-P48	4.00 x 4.00
V-P49	4.00 x 4.00
V-P50	4.00 x 4.00

Columna	Sección
V-P1	6.40 x 6.80
V-P2	2.00 x 3.00 + 4.00 x 4.00
V-P3	4.00 x 4.00
V-P4	4.00 x 4.00
V-P5	4.00 x 4.00
V-P6	4.00 x 4.00
V-P7	4.00 x 4.00
V-P8	4.00 x 4.00
V-P9	4.00 x 4.00
V-P10	4.00 x 4.00
V-P11	4.00 x 4.00
V-P12	4.00 x 4.00
V-P13	4.00 x 4.00
V-P14	4.00 x 4.00
V-P15	4.00 x 4.00
V-P16	4.00 x 4.00
V-P17	4.00 x 4.00
V-P18	4.00 x 4.00
V-P19	4.00 x 4.00
V-P20	4.00 x 4.00
V-P21	4.00 x 4.00
V-P22	4.00 x 4.00
V-P23	4.00 x 4.00
V-P24	4.00 x 4.00
V-P25	4.00 x 4.00
V-P26	4.00 x 4.00
V-P27	4.00 x 4.00
V-P28	4.00 x 4.00
V-P29	4.00 x 4.00
V-P30	4.00 x 4.00
V-P31	4.00 x 4.00
V-P32	4.00 x 4.00
V-P33	4.00 x 4.00
V-P34	4.00 x 4.00
V-P35	4.00 x 4.00
V-P36	4.00 x 4.00
V-P37	4.00 x 4.00
V-P38	4.00 x 4.00
V-P39	4.00 x 4.00
V-P40	4.00 x 4.00
V-P41	4.00 x 4.00
V-P42	4.00 x 4.00
V-P43	4.00 x 4.00
V-P44	4.00 x 4.00
V-P45	4.00 x 4.00
V-P46	4.00 x 4.00
V-P47	4.00 x 4.00
V-P48	4.00 x 4.00
V-P49	4.00 x 4.00
V-P50	4.00 x 4.00

Escala:	1/50
Fecha:	NOVIEMBRE 2020



PRIMERA PLANTA (SECTOR B)
ESCALA 1/50

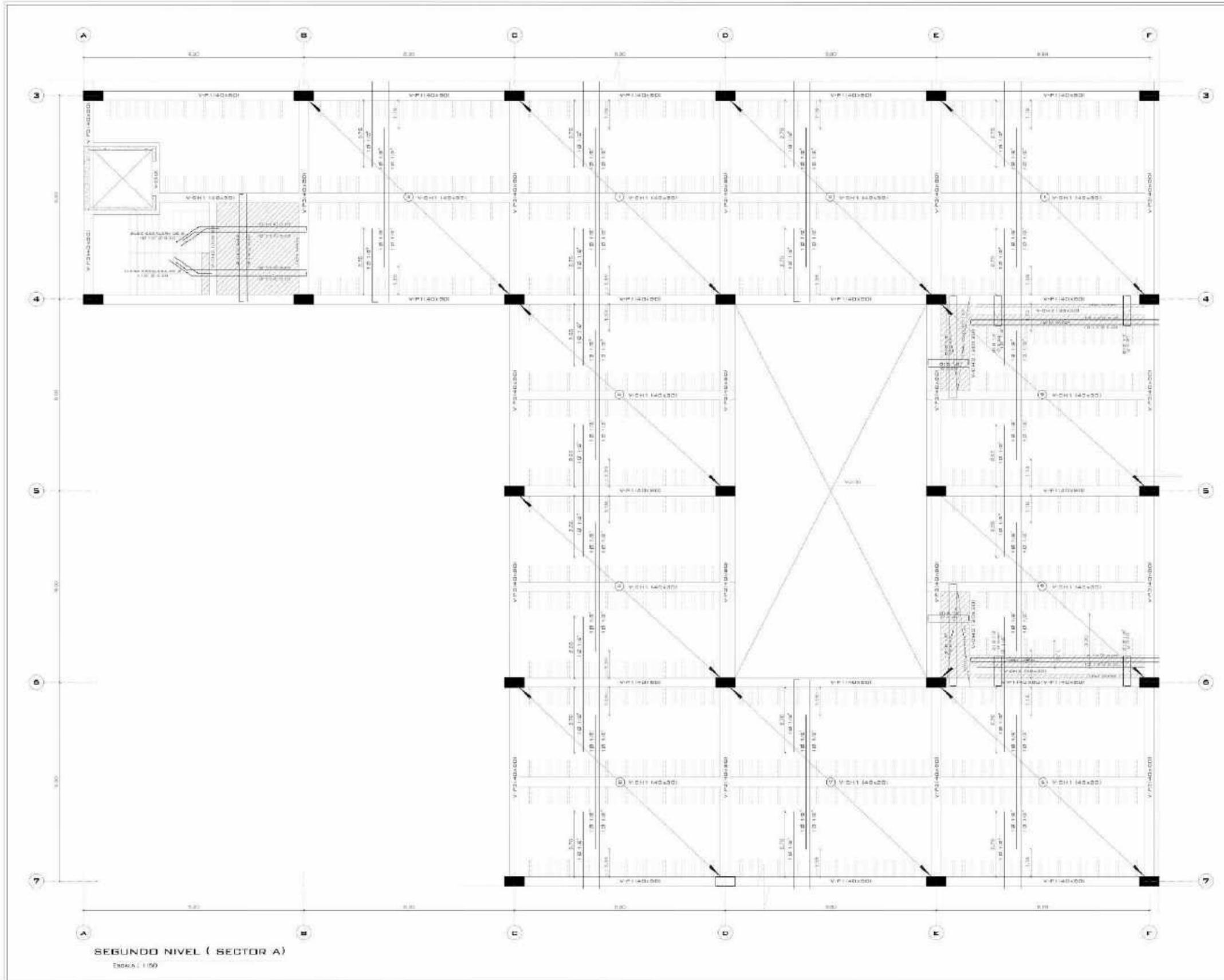


CUADRO DE COLUMNAS Y DISPOSICIÓN DE ARMADO DE ACERO LONGITUDINAL

SECCION	V-M1
SECCION	0.40 x 0.60
ARMADO	2 Ø 20' + 1 Ø 24'
REINFORZAMIENTO	7/100000000
SECCION	V-M2
SECCION	0.40 x 0.60
ARMADO	2 Ø 20' + 1 Ø 24'
REINFORZAMIENTO	7/100000000
SECCION	V-M3
SECCION	0.40 x 0.60
ARMADO	2 Ø 20' + 1 Ø 24'
REINFORZAMIENTO	7/100000000

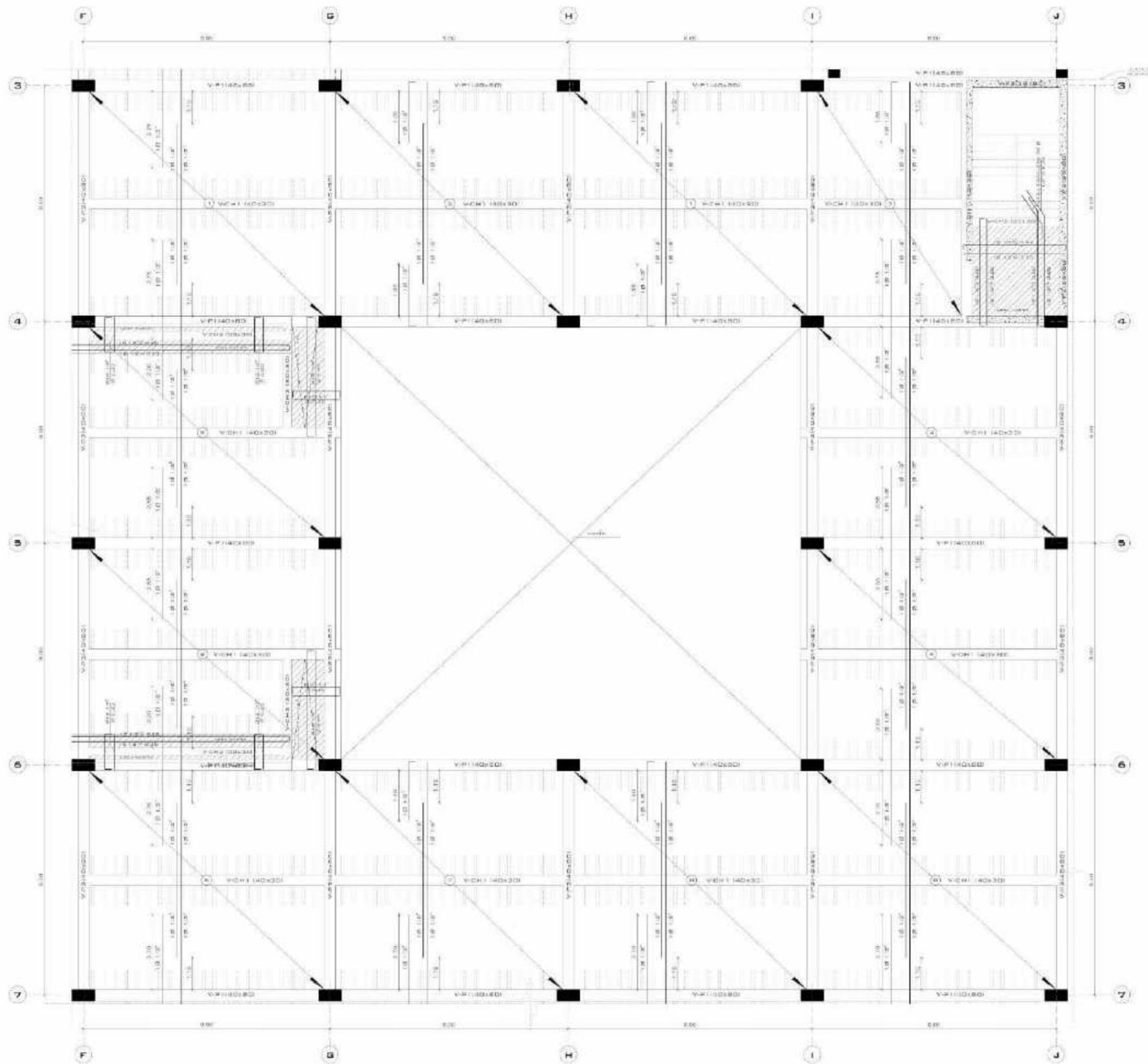
SECCION	V-M4	V-M5
SECCION	0.40 x 0.60	0.40 x 0.60
ARMADO	2 Ø 20' + 1 Ø 24'	2 Ø 20' + 1 Ø 24'
REINFORZAMIENTO	7/100000000	7/100000000
SECCION	V-M6	V-M7
SECCION	0.40 x 0.60	0.40 x 0.60
ARMADO	2 Ø 20' + 1 Ø 24'	2 Ø 20' + 1 Ø 24'
REINFORZAMIENTO	7/100000000	7/100000000

SECCION	V-M8	V-M9
SECCION	0.40 x 0.60	0.40 x 0.60
ARMADO	2 Ø 20' + 1 Ø 24'	2 Ø 20' + 1 Ø 24'
REINFORZAMIENTO	7/100000000	7/100000000
SECCION	V-M10 <td>V-M11 </td>	V-M11
SECCION	0.40 x 0.60	0.40 x 0.60
ARMADO	2 Ø 20' + 1 Ø 24'	2 Ø 20' + 1 Ø 24'
REINFORZAMIENTO	7/100000000	7/100000000



SEGUNDO NIVEL (SECTOR A)

ESCALA: 1/50



SEGUNDO NIVEL (SECTOR B)
Escala: 1/50

UNIVERSIDAD DECAR VALLERIO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - NIVEL 2 - ALBERGUES

ESTRUCTURA

PÉREZ CRUZ JARLEY BRITH
POLD VIBO EDSON PERO

MGTH. ARQUITECTO
CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

CUADRO DE COLUMNAS Y DIMENSIONES DE ARMAZO DE ACERO LONGITUDINAL

SECCION	V-P1
SECCION	0.40 x 0.80
ARMAZO	2 Ø 8.00 + 1 Ø 8.00
SECCION	0.40 x 0.80
ARMAZO	2 Ø 8.00 + 1 Ø 8.00

V-P2	V-P3
SECCION	0.80 x 0.80
ARMAZO	2 Ø 8.00 + 1 Ø 8.00
SECCION	0.80 x 0.80
ARMAZO	2 Ø 8.00 + 1 Ø 8.00

V-H1	V-H2
SECCION	0.80 x 0.80
ARMAZO	2 Ø 8.00 + 1 Ø 8.00
SECCION	0.80 x 0.80
ARMAZO	2 Ø 8.00 + 1 Ø 8.00

FECHA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

E-08



LEYENDA

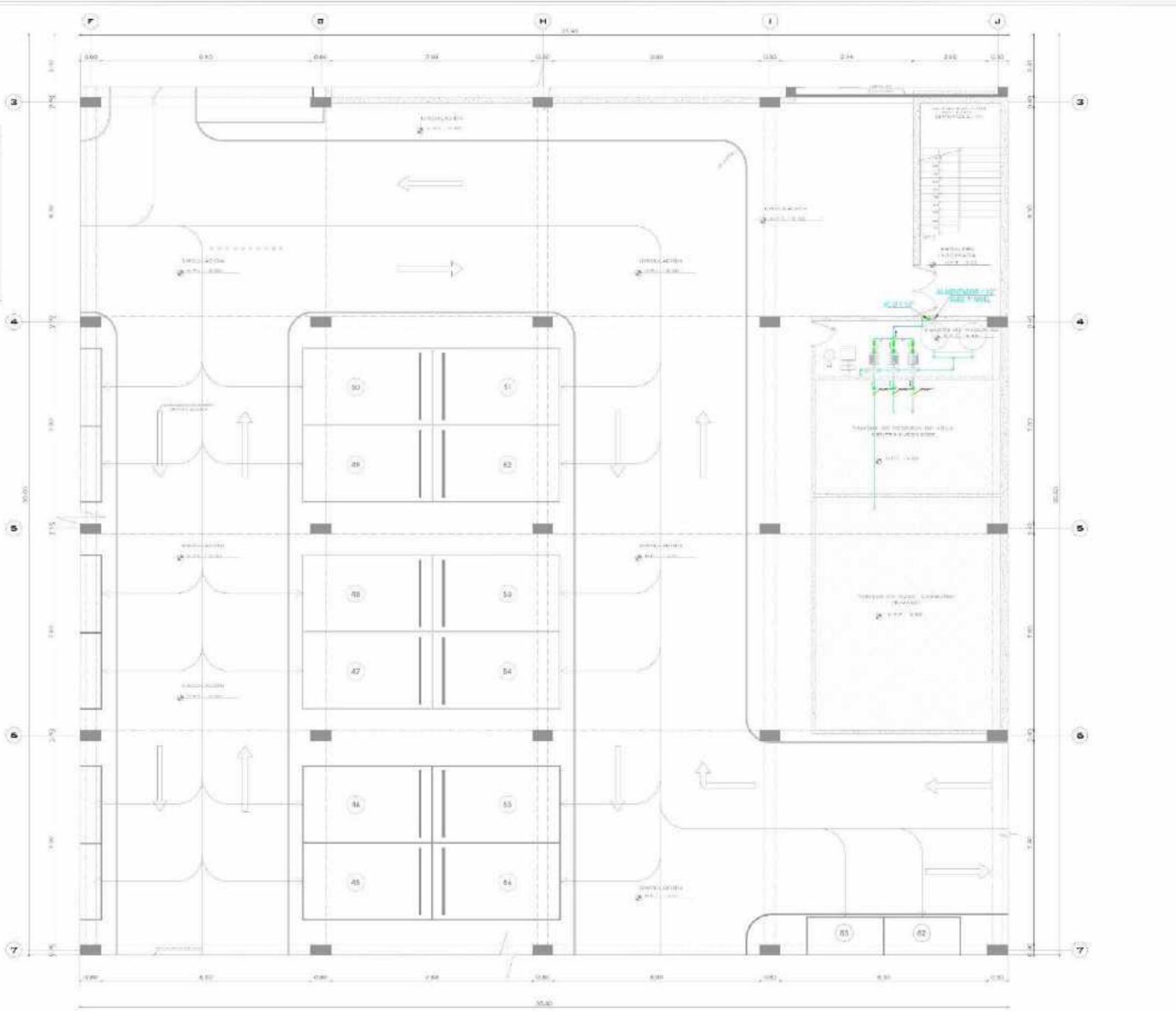
TIPO DE LÍNEA	DESIGNACIÓN
	ALICATA DE CIMENTACIÓN
	ALICATA DE RESTRICCIÓN (CERRILLO)
	ALICATA DE CIMENTACIÓN
	ALICATA DE ALICATA Y LÍNEA
	ORDEN DE SERVICIO + OTRA
	ORDEN DE SERVICIO
	PERÍMETRO
	ORDEN DE SERVICIO



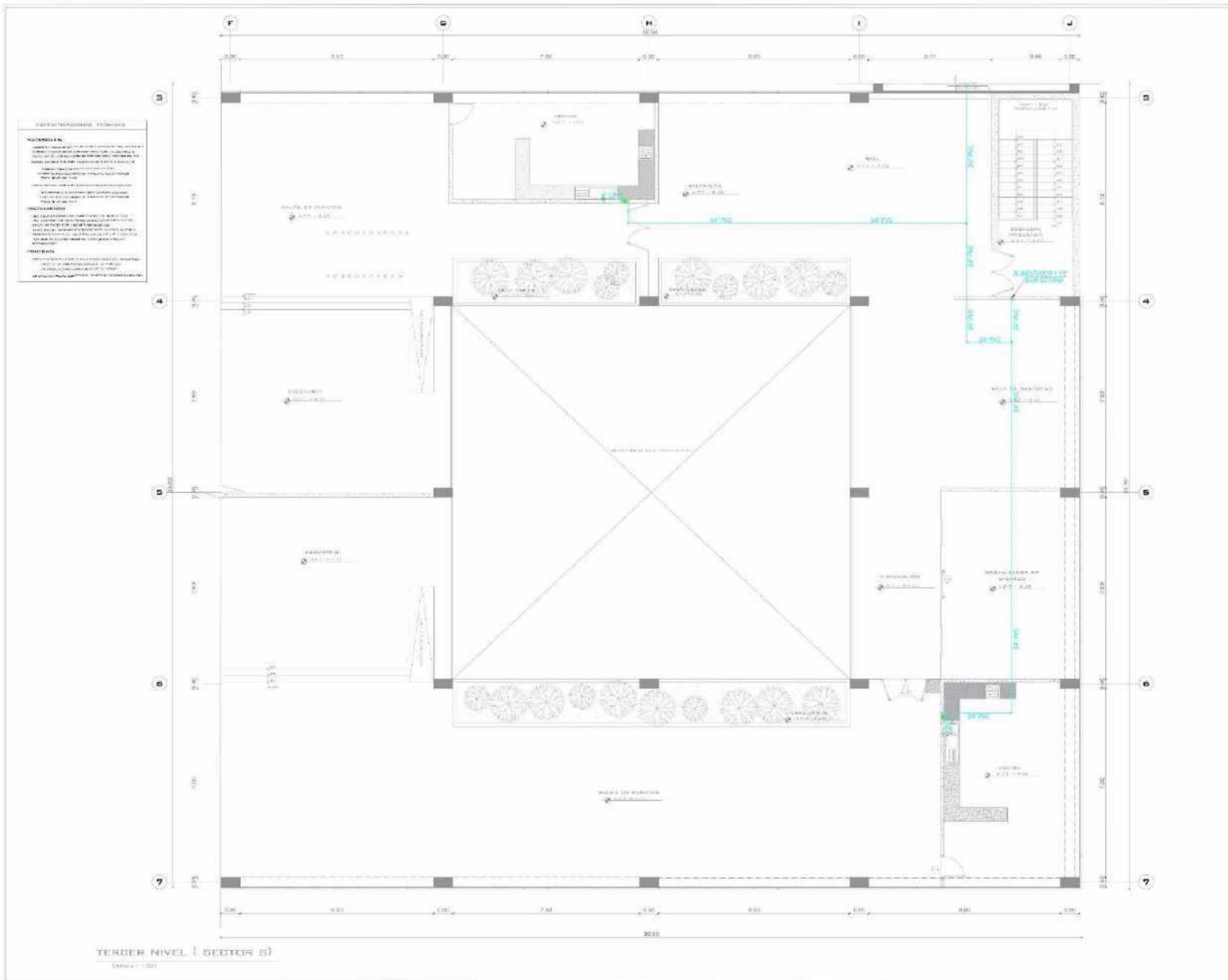
ESCALA: 1/50
NOVIEMBRE 2020

15-01

NOTIFICACIONES:
1. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
2. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
3. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
4. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
5. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
6. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
7. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
8. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
9. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.
10. EL PROYECTO SE ENCUENTRA EN ETAPA DE PROYECTO PRELIMINAR.



SÓTANO (SECTOR B)
ESCALA: 1/50



REPRESENTACIONES TIPOLOGICAS

NOTAS:

1. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

2. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

3. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

INDICACIONES:

1. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

2. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

3. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

PREVISIONES:

1. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

2. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

3. SE DEBE CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE REALICE UN TRAZADO DE CIMENTACION EN EL FONDO DEL TERRENO PARA LA CONSTRUCCION DEL PISO DE LA PLANTA BAJA.

UNIVERSIDAD
DÉGAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERU - LIMA - VILLA EL SALVADOR

PROYECTO:
MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDACTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TITULO:
MERCADO MUNICIPAL TIPO B

SECTOR B - LA RED DE AGUA NIVEL 3

INSTALACIONES SANITARIAS

PROFESOR:
PÉREZ DIEZ JAVIER BRUNO
PÉREZ VIGO EDISON PÉREZ

PROFESORADO:
MCTR. ARQUITECTO CERVANTES VELAZQUEZ OSCAR FREDY

LEGENDA:

SIMBOLO	DESCRIPCION
	VALVULA DE CONTROL
	VALVULA DE DETENCION (BOQUETE)
	VALVULA VENTILADAS
	RED DE AGUA NIVEL 3
	GRUA SOBRE AGUA
	COBO DE AGUA
	TRAY DE AGUA
	TRAY DE AGUA

ESCALA: 1:50

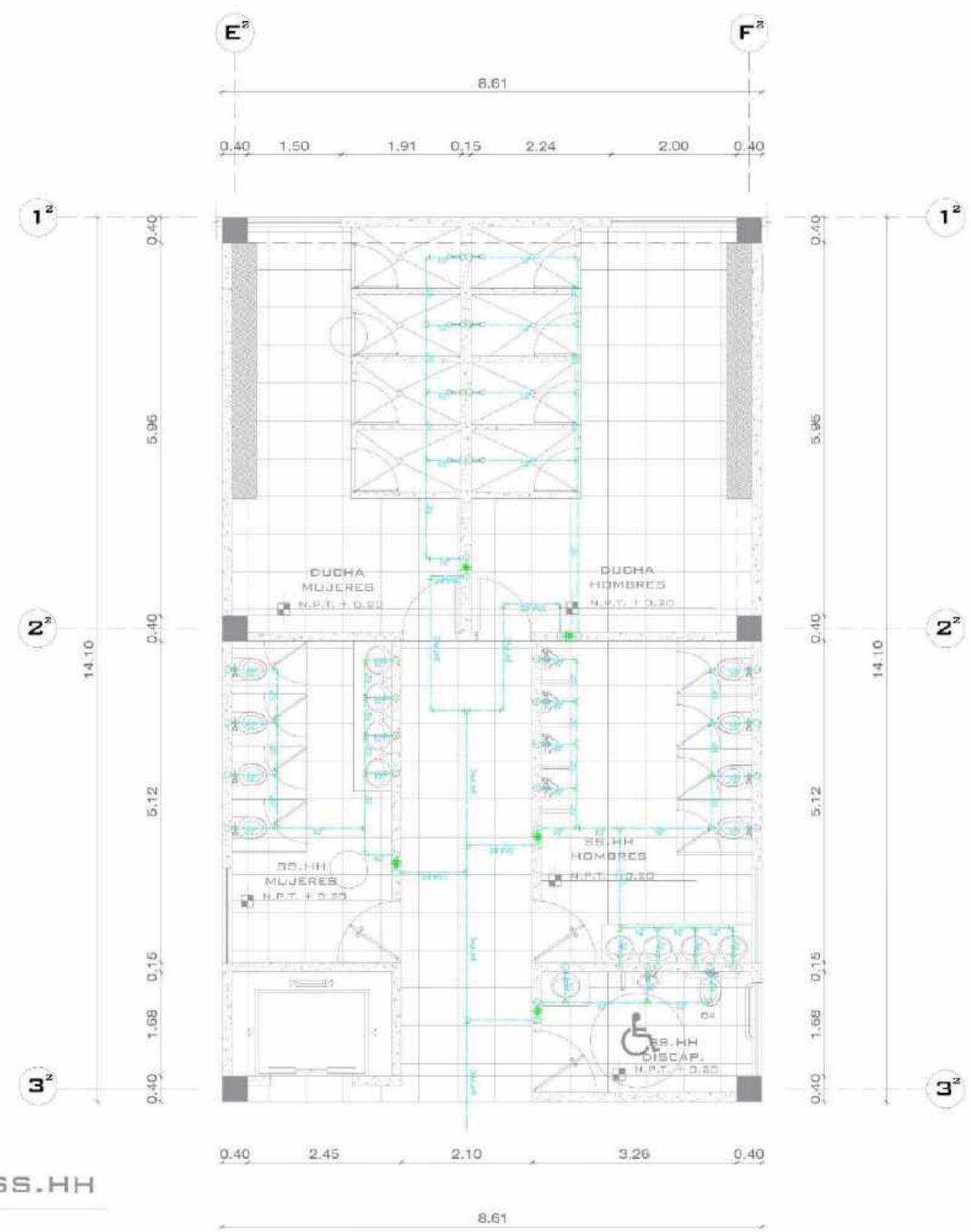
FECHA: NOVIEMBRE 2020

PROYECTO: 15-03

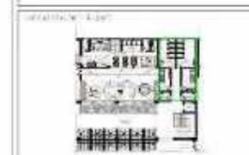


LEYENDA

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	VÁLVULA DE CONTROL
	VÁLVULA DE EXTENSIÓN (SUICIO)
	VÁLVULA COMPRESORA
	TUBERÍA DE PVC 2" x 1/2"
	BAÑO MUYE 4000
	WCCO DE 90
	TEX. SANITARIA
	WCCO DE 90 SUICIO



PLANTA TÍPICA SS.HH
ESCALA : 1/25

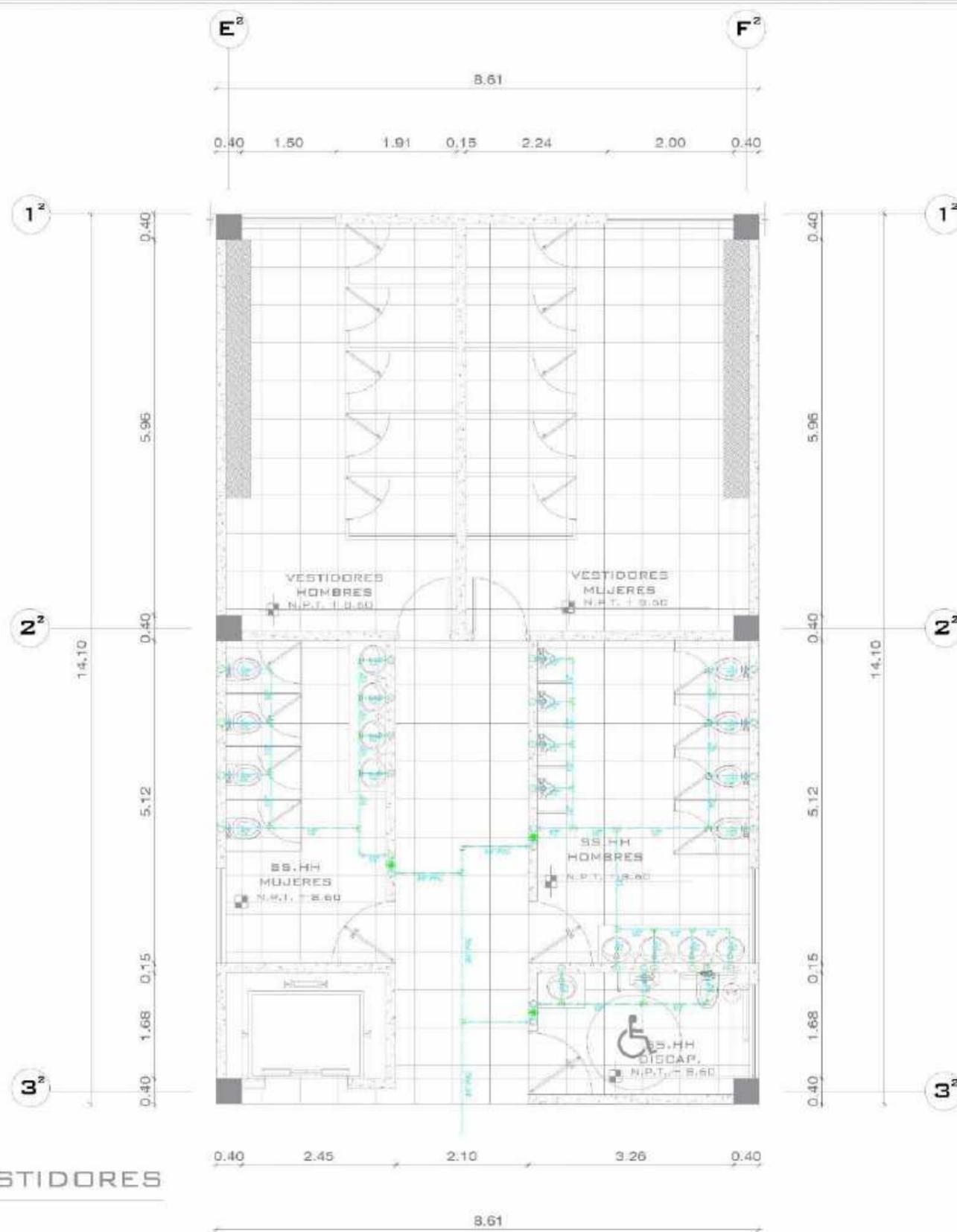


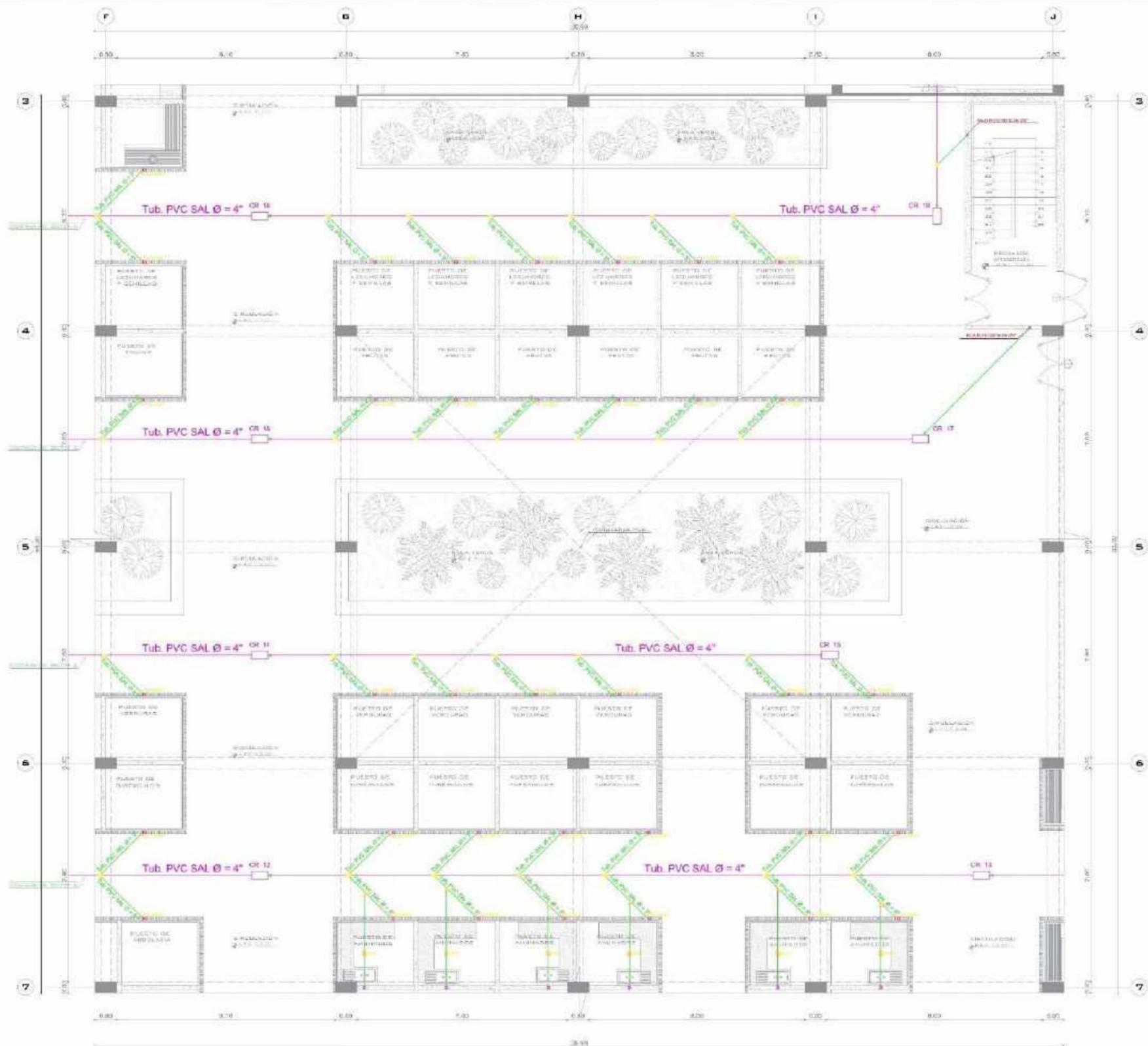
LEYENDA

SIMBOLO	DESCRIPCIÓN
	VÁLVULA DE CONTROL
	VÁLVULA DE RETENCIÓN (BARRERA)
	VÁLVULA COMPLETA
	TUBERÍA DE PVC Ø 1.5" Y 1.25"
	BRIDA BORNES ANILAS
	COCA DE RED
	TEE SANITARIA
	COCA DE 90 SUBC

SS.HH + VESTIDORES

ESCALA : 1/25





PRIMERA PLANTA (SECTOR)
Escala: 1:50



FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

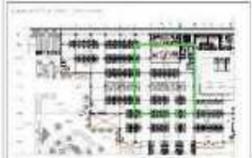
MERCADO MUNICIPAL TIPO E

SECTOR DE T. S. R. DE GENSABE - NIVEL 1

INSTALACIONES SANITARIAS

PÉREZ CRUZ JANLEY BRITH
ROLD VIGO EDREN PIERO

MGR. ARQUITECTO
SERVANTES VELIZ OSCAR FREDY



LEYENDA

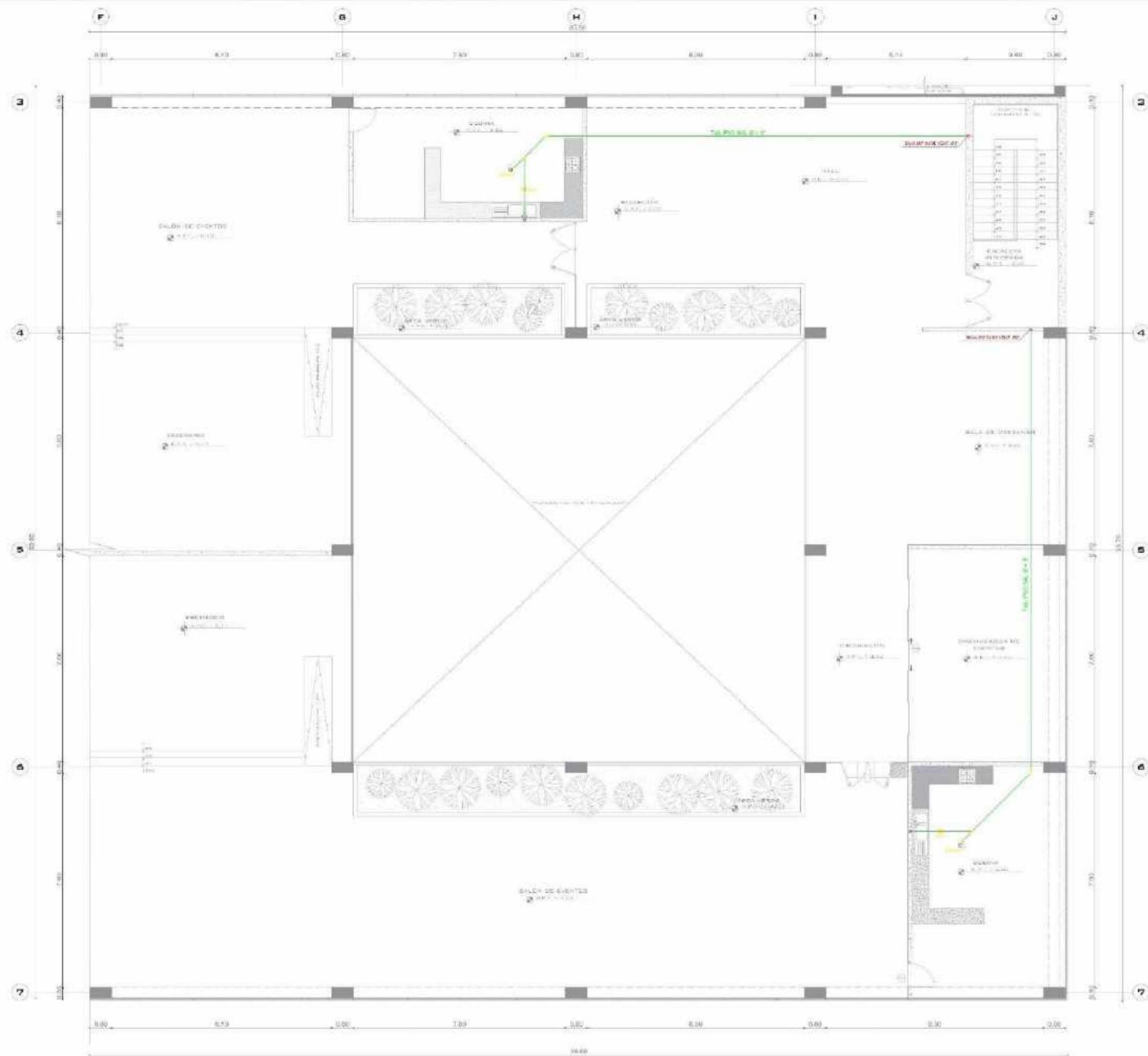
SÍMBOLO	DEFINICIÓN
	AGUA POTABLE
	TUBERÍA DE PVC Ø=4"
	TUBERÍA DE PVC Ø=2"
	VLV DOBLE
	VLV SIMPLE
	ELC 45°
	SUMO CON TRAMPA
	REJISTRO BORDADO

ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020



IS-07



TERCER NIVEL (SECTOR B)
Escala 1/50

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TÍTULO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

SECTOR: SECTOR B - LS RED DE DRENARIE - NIVEL 3

CONTENIDO: INSTALACIONES SANITARIAS

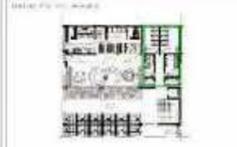
PROFESOR: PÉREZ CRUZ JARLEY SMITH
POLY VIGO EDDSON PERO

PROFESOR AYUDANTE: HGTB. ARQUITECTO
SERVANTES VELIZ DORIS FREDY

LEGENDA

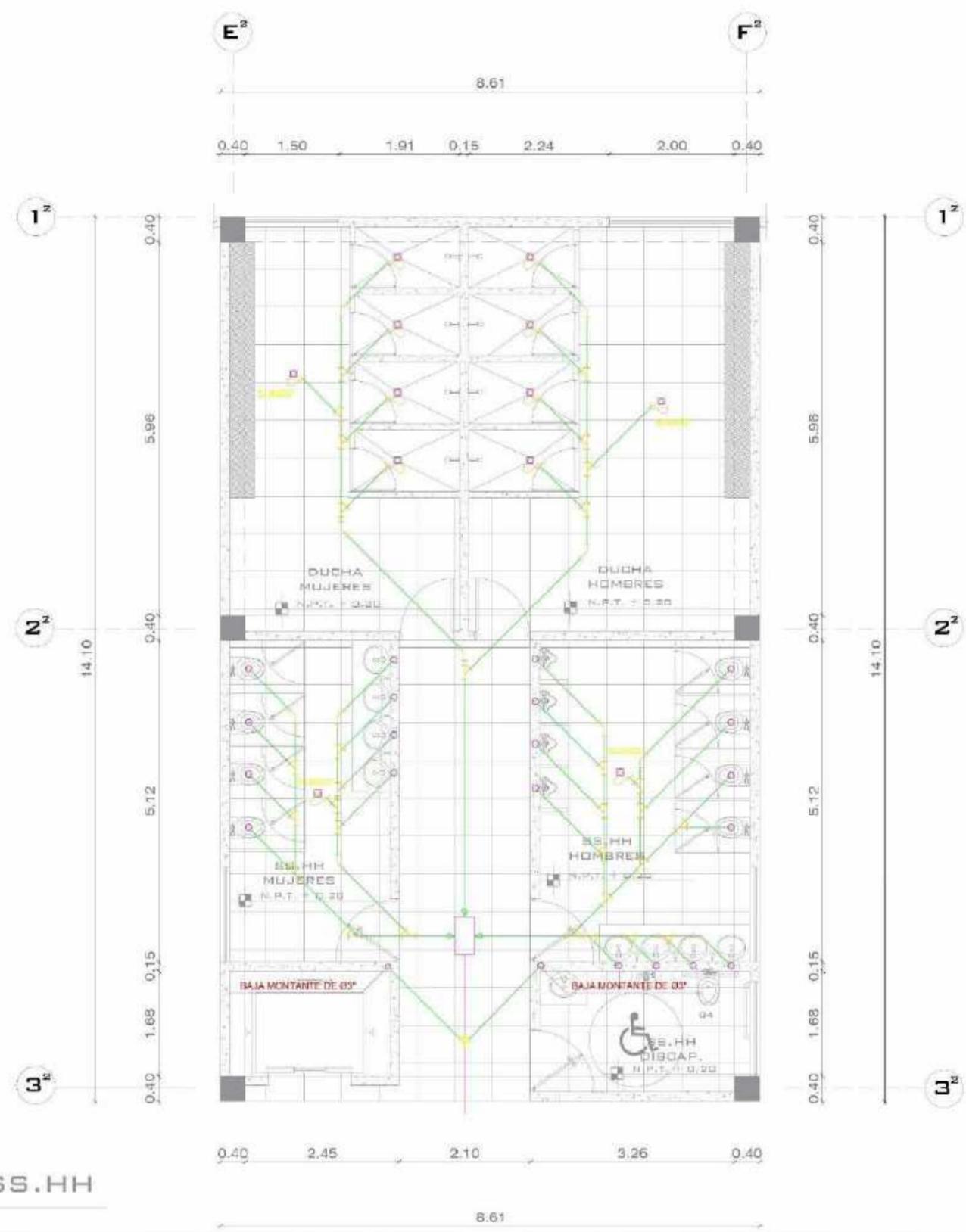
SIMBOLO	DESCRIPCION
[Linea roja]	CALLE DE DRENARIE
[Linea azul]	TUBERIA DE PVC 4"
[Linea verde]	TUBERIA DE PVC 2"
[Circulo amarillo]	ICC DOBLE
[Circulo verde]	ICC SIMPLE
[Circulo negro]	QUISO 45
[Circulo con X]	MUJERES CON TUBERIA
[Circulo con X]	DEBITOS RODADO

Hoja: 1/50
Fecha: NOVIEMBRE 2020
Escala: 1/50
ID: IS-08



LEYENDA

SÍMBOLO/COLORES	DESCRIPCIÓN
	CAJA DE REGISTRO
	TUBERÍA DE PVC 4"
	TUBERÍA DE PVC 3"
	VALV. PERD. 2
	DET. 90°/45°
	CONDU. 45°
	CUBIERTO CON TAPAJUNTA
	RECIPIENTE ROTACIONAL



PLANTA TIPICA SS.HH

ESCALA : 1/25

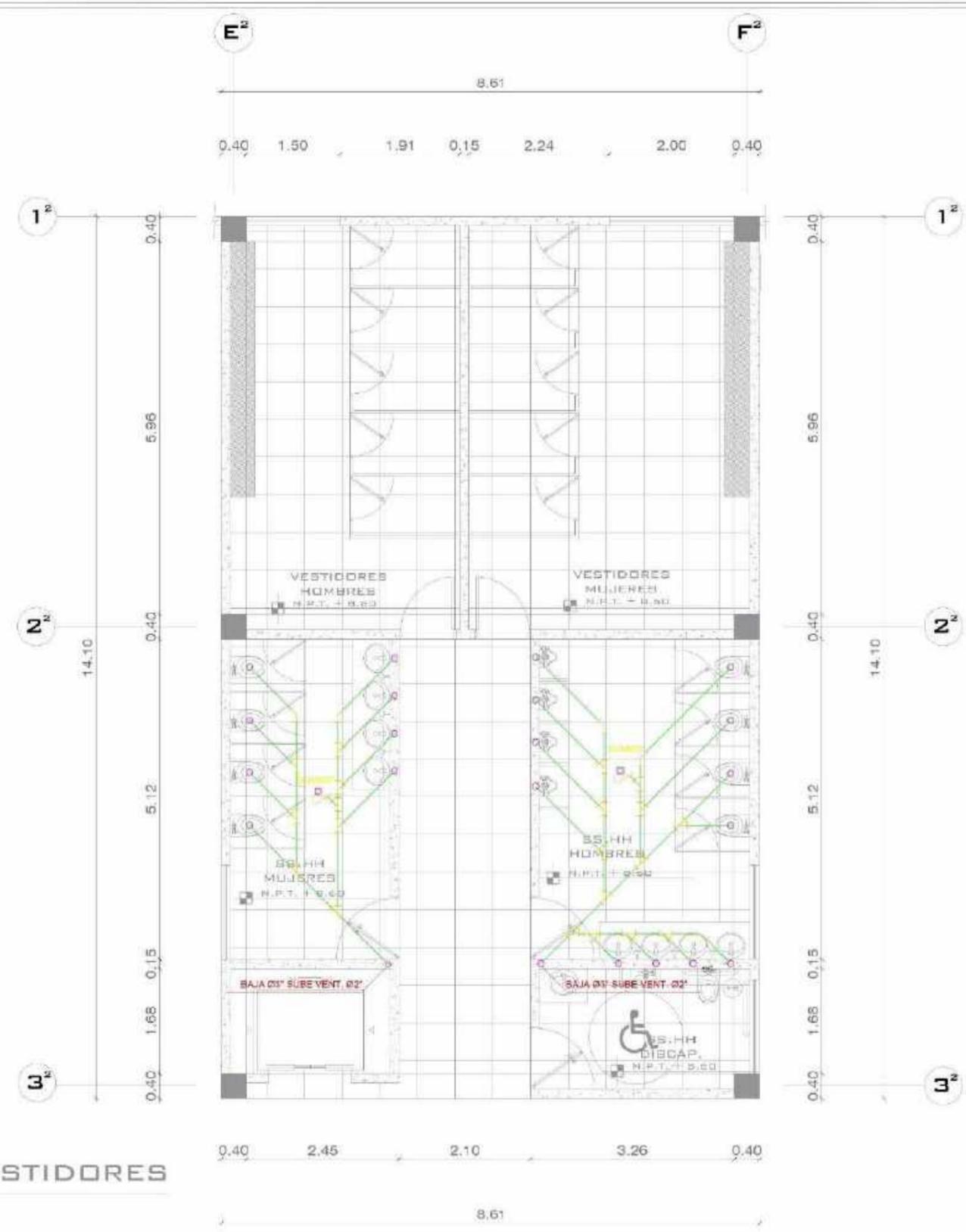


LEYENDA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	GRAP DE RESQUEO
	TUBERÍA DE 200 mm
	TUBERÍA DE 150 mm
	POZO SIMPLE
	POZO CON CUBETA
	MANHOLE CON TUBERÍA
	MANHOLE COMPLETO

SS.HH + VESTIDORES

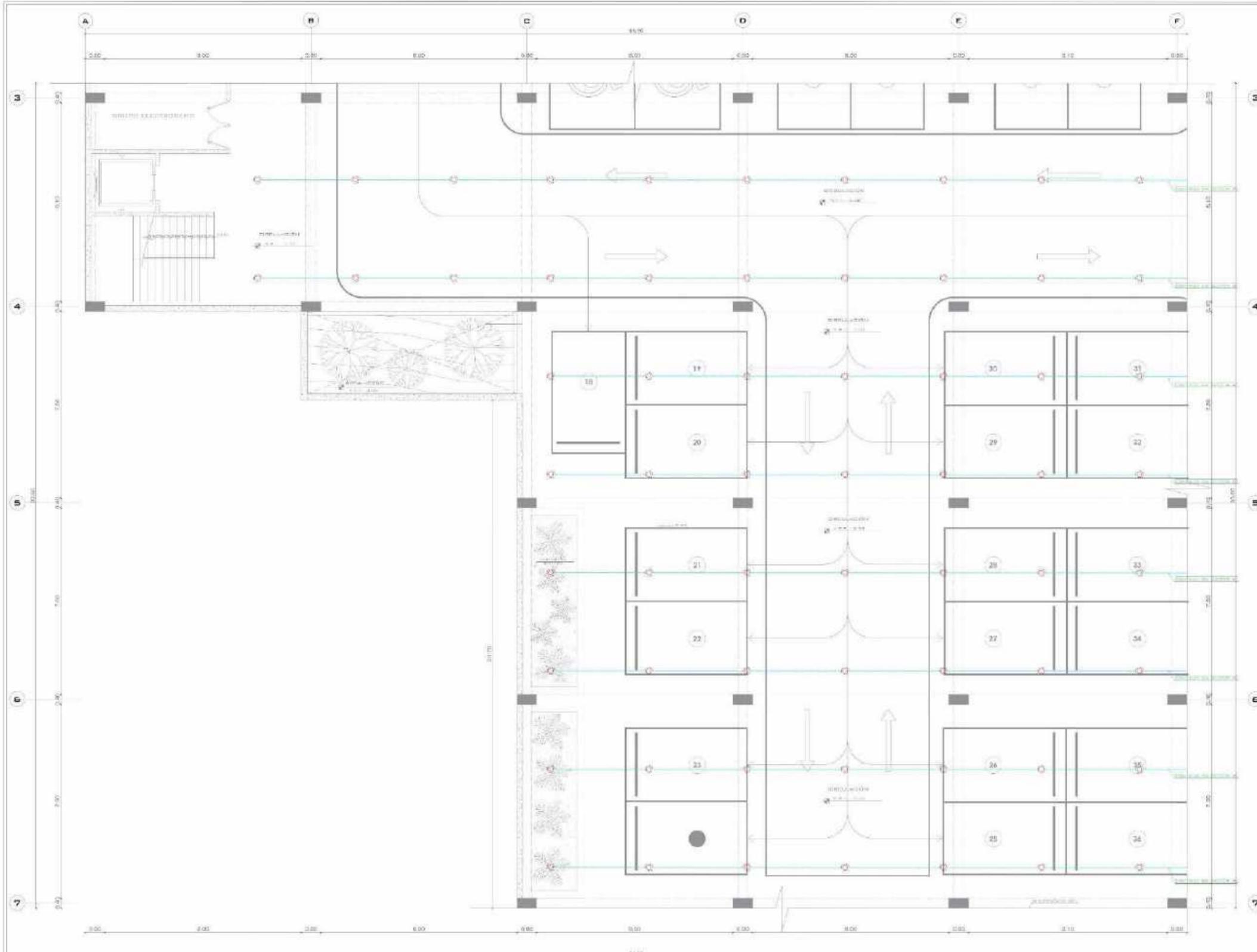
ESCALA : 1/25



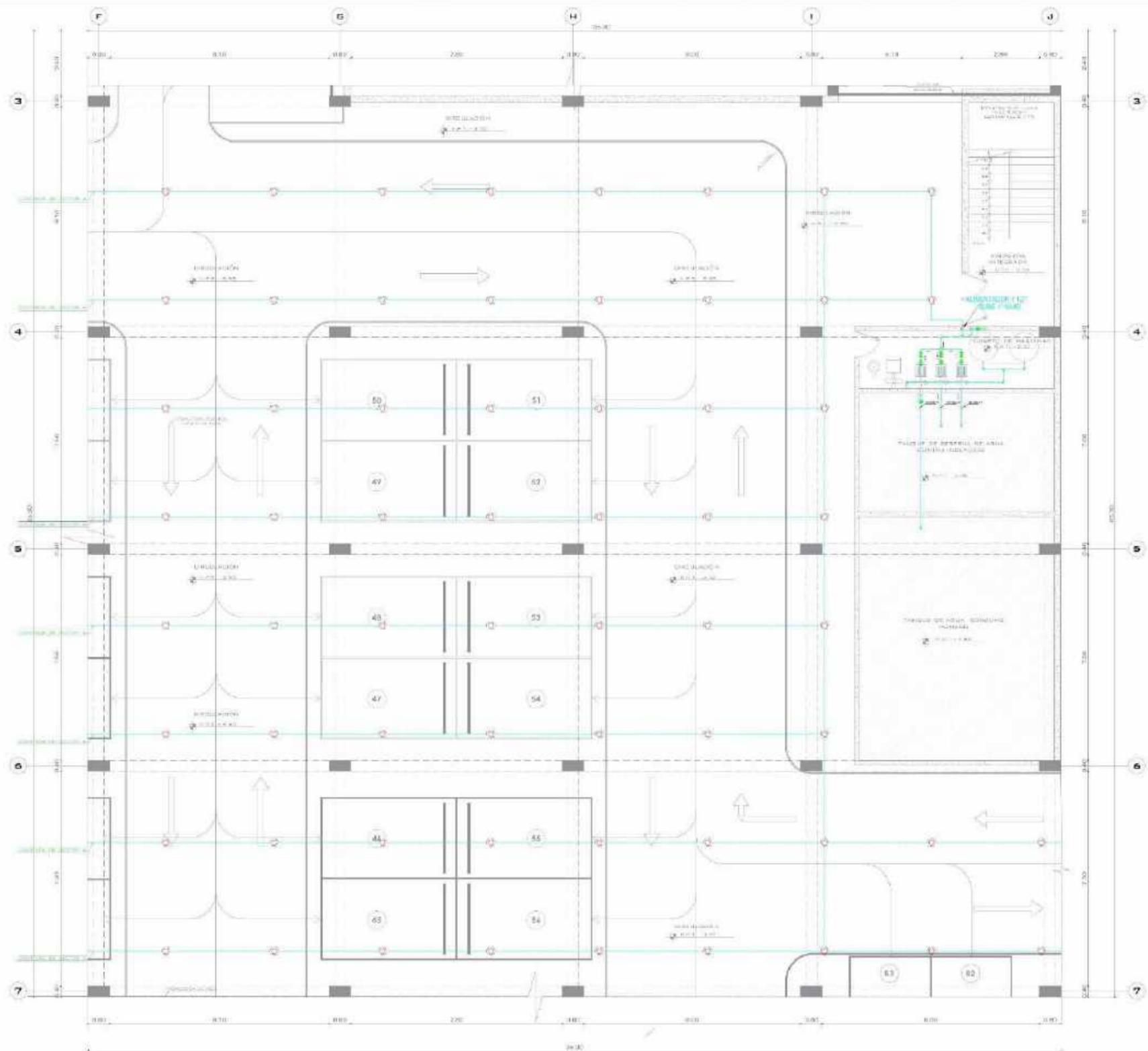


LEYENDA

Símbolo	Descripción
	VÁLVULA DE CONTROL
	VÁLVULA DE DETECCIÓN (SÍ/NO)
	VÁLVULA DE SERVICIO
	RED DE FUEGOS (1/2")
	RED DE SERVICIO
	BARRIO DE 90
	TEE SANITARIA
	BODO DE 90 GRADOS
	REGULADOR AUTOMÁTICO



SÓTANO (SECTOR A)
ESCALA 1/50



SÓTANO (SECTOR B)
 Escala: 1:50



UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TÍTULO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PROFESOR: REYES CRUZ JARLEY BRITH RODRÍGUEZ - BÓTANO

ASISTENTE: INSTALACIONES SANITARIAS

PROYECTANTE: INTR. ARQUITECTO DERRANTES VELIZ OSCAR FREY



LEYENDA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	VALVULA DE CONTROL
	VALVULA DE RESERVOIR (BOMB)
	VALVULA DE PUNTO
	TUBERIA DE PVC 2 1/2" x 1 1/2"
	BRIDA SUPLEN. 2000
	2000 (X) 30
	700 (X) 300
	1000 (X) 300
	1500 (X) 300

ESCALA: 1/50	FECHA: NOVIEMBRE 2020
	IS-12

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

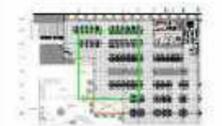
MERCADO MUNICIPAL TIPO E

SECTOR 4 - CONTRA INCENDIOS RODADORA - NIVEL 1

INSTALACIONES SANITARIAS

PÉREZ CRUZ JANLEY BRITH
POLO VIGO EDROD PISCO

MOTR. ARQUITECTO
SERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

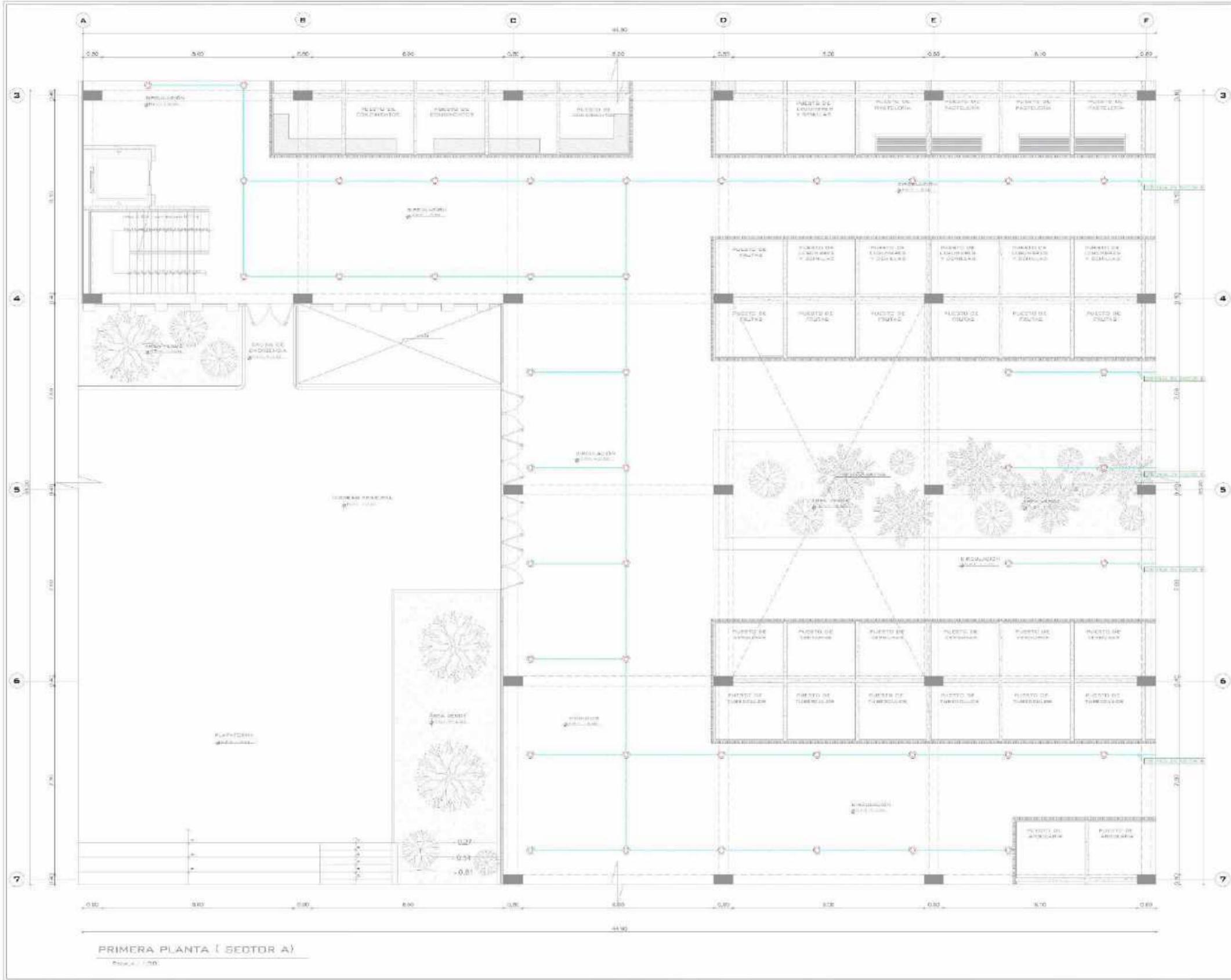


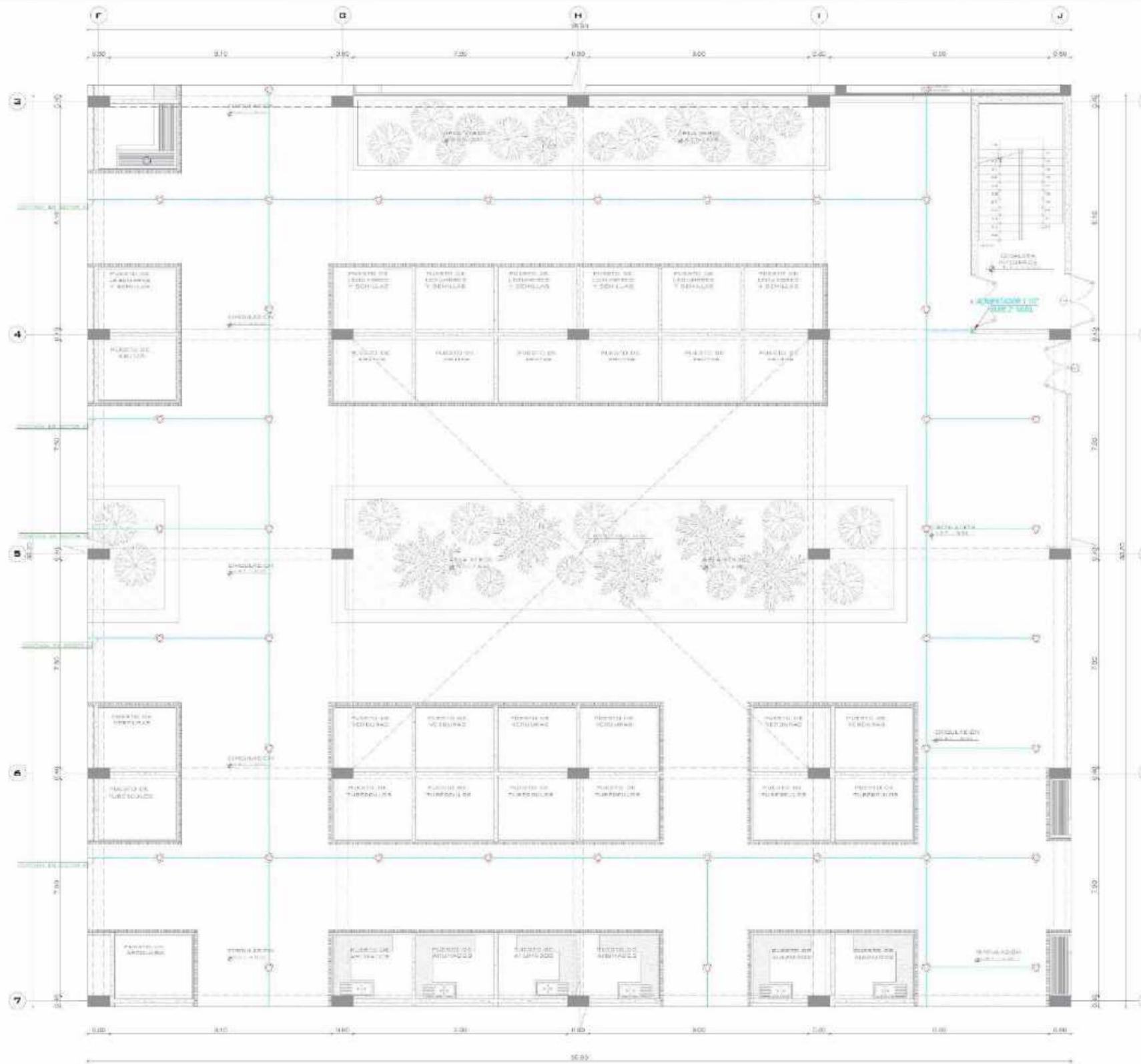
LEYENDA	
	ACER ENFERMEDAD
	VALVULA DE CERRAMIENTO
	VALVULA DE RETENCION (BIBOTA)
	VALVULA BOMBALETA
	REJILLA DE PUEBLO 1/2"
	BRIDA ROTACIONAL
	CIERRE DE VENTANA
	TRC SANITARIA
	BOBO DE VENTILACION
	RODADERA AUTOMÁTICA

ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

IS-13





PRIMERA PLANTA (SECTOR)
ESCALA 1:50



UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

SECTOR B - DENTRA INGENIEROS RODRIGUES - NIVEL 1

INSTALACIONES SANITARIAS

PÉREZ CRUZ JARLEY BRITH POLO VISO EDGAR PERU

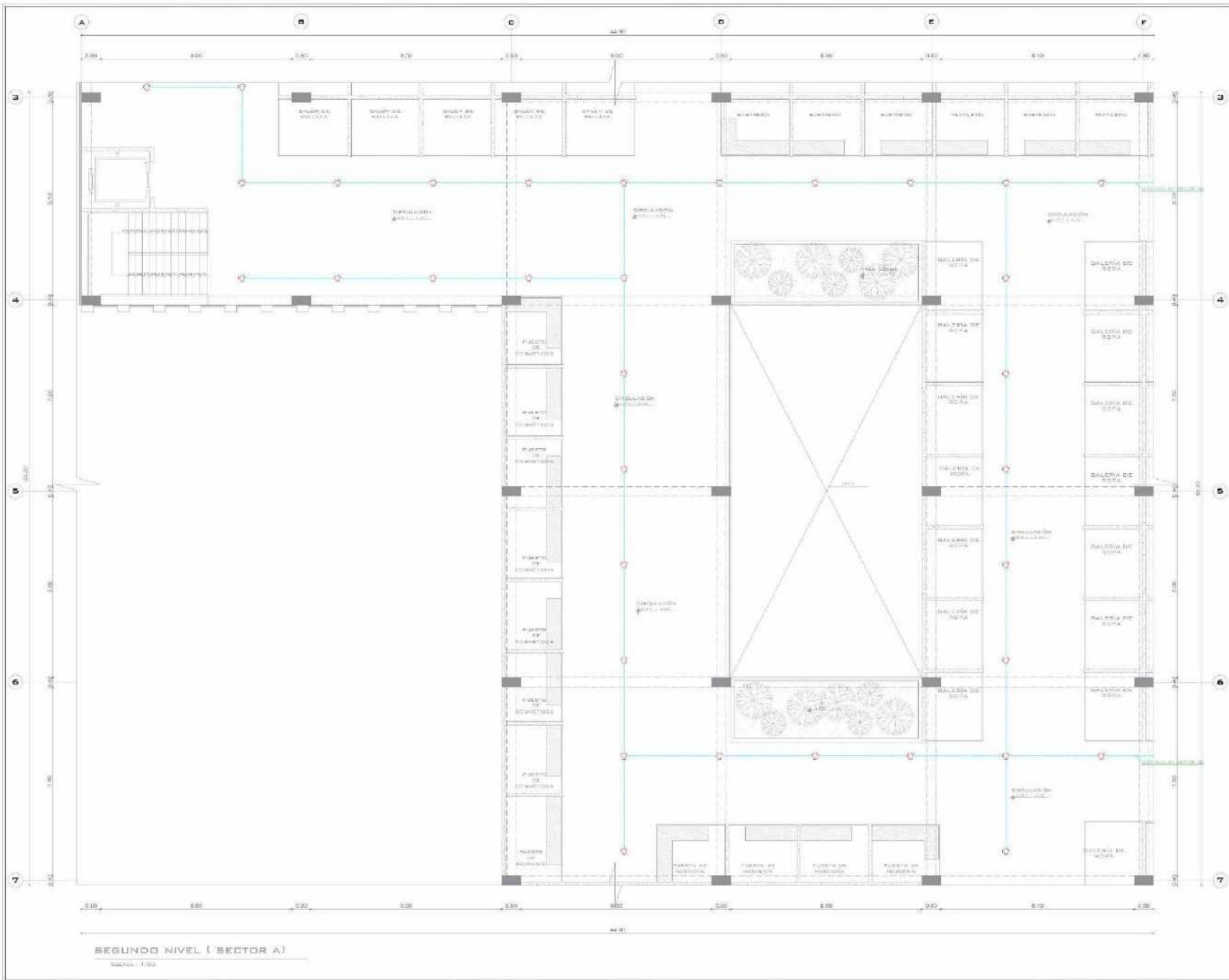
INSTR. ARQUITECTO CERVANTES VELIZ OSCAR PERU



LEYENDA

SIMBOLOGIA	DESCRIPCIÓN
	VÁLVULA DE CONTROL
	VÁLVULA DE RETENCIÓN (BARRIO)
	VÁLVULA COMPUESTA
	TUBERIA DE PVC Ø 110 x 1.02
	BRIDA ROSCA ABRA
	COBRE DE TUB.
	TRE SANITARIA
	EDUC. DE 90 GR.
	MODULO AUTOMATICO

ESCALA	1:50	FECHA	NOVIEMBRE 2020
PROYECTO	IS-14		



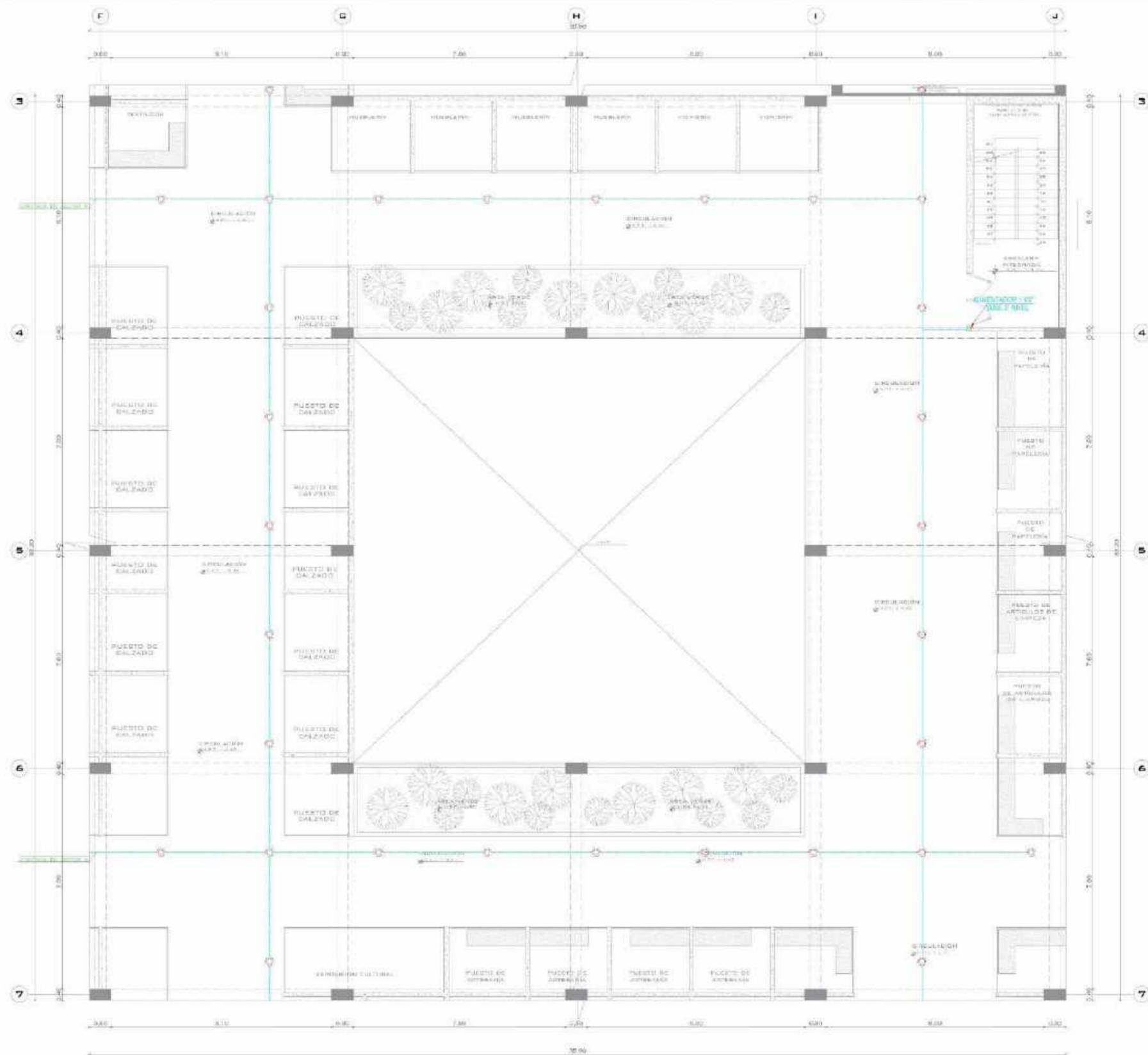
SEGUNDO NIVEL (SECTOR A)
ESCALA: 1/50

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR
MERCADO MUNICIPAL TIPO B
SECTOR A - CONTRA INCENDIOS
MODALIDADES - NIVEL 2
INSTALACIONES SANITARIAS
PÉREZ CRUZ JARLEY GRIBTH
FOLD VISO EDOEN PERÚ
INGENIERO ARQUITECTO
GERVANTES VELIZ OGDAR FREDY

LEYENDA

Símbolo	Descripción
	VALVULA DE CONTROL
	MÉQUILA DE RETENCIÓN (DISEÑO)
	VALVULA AUTOMÁTICA
	TUBERÍA DE PVC 3/4" x 1/2"
	GRACA ROMPE AGUA
	CAJÓN DE 90
	TEO SANITARIA
	BOQUILLO DE 90 SUELO
	REGISTRO AUTOMÁTICO

ESCALA: 1/50
 FECHA: NOVIEMBRE 2020
 NÚMERO: IS-15



SEGUNDO NIVEL (SECTOR B)
ESCALA: 1/50

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

SECTOR B - CONTRA INCENDIOS SOCIALES - NIVEL 2

INSTALACIONES SANITARIAS

PÉREZ CRUZ JARLEY BRIGITTE
POLCO VISO EDDSON RIERO

MTRO. ARQUITECTO
CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

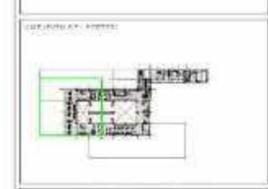
LEYENDA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	WALLA DE COMBATE
	WALLA DE RETENCIÓN (SINCO)
	WALLA CONVIERTE
	TUBERIA DE PVC 2.5" x 1.2"
	BOCA DE FUEGO
	CORDON DE FUEGO
	TEL SANITARIA
	WALLA DE 90° SINCO
	PROTECTOR AUTOMÁTICO

OTRO: USD

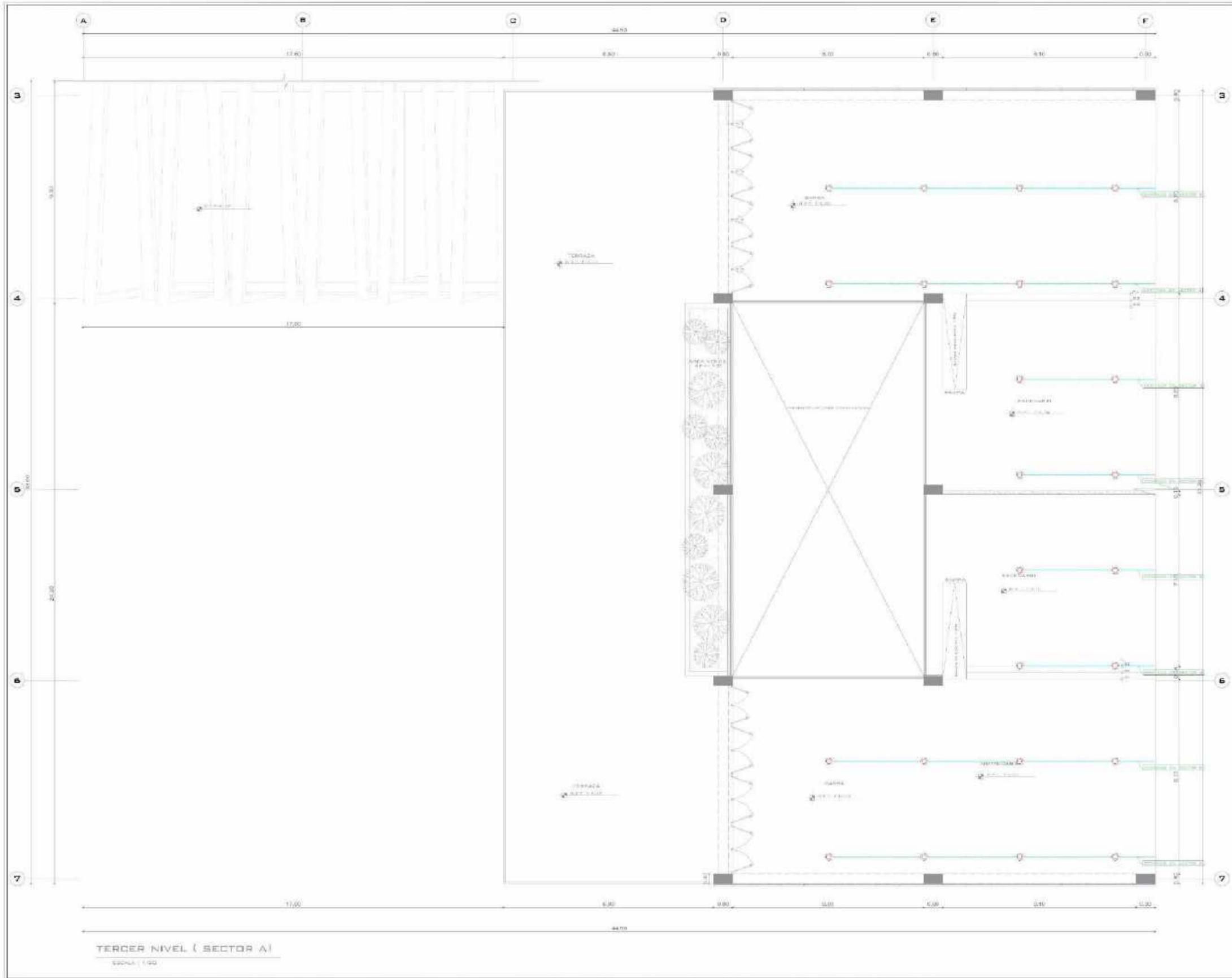
FECHA: NOVIEMBRE 2020

IS-16

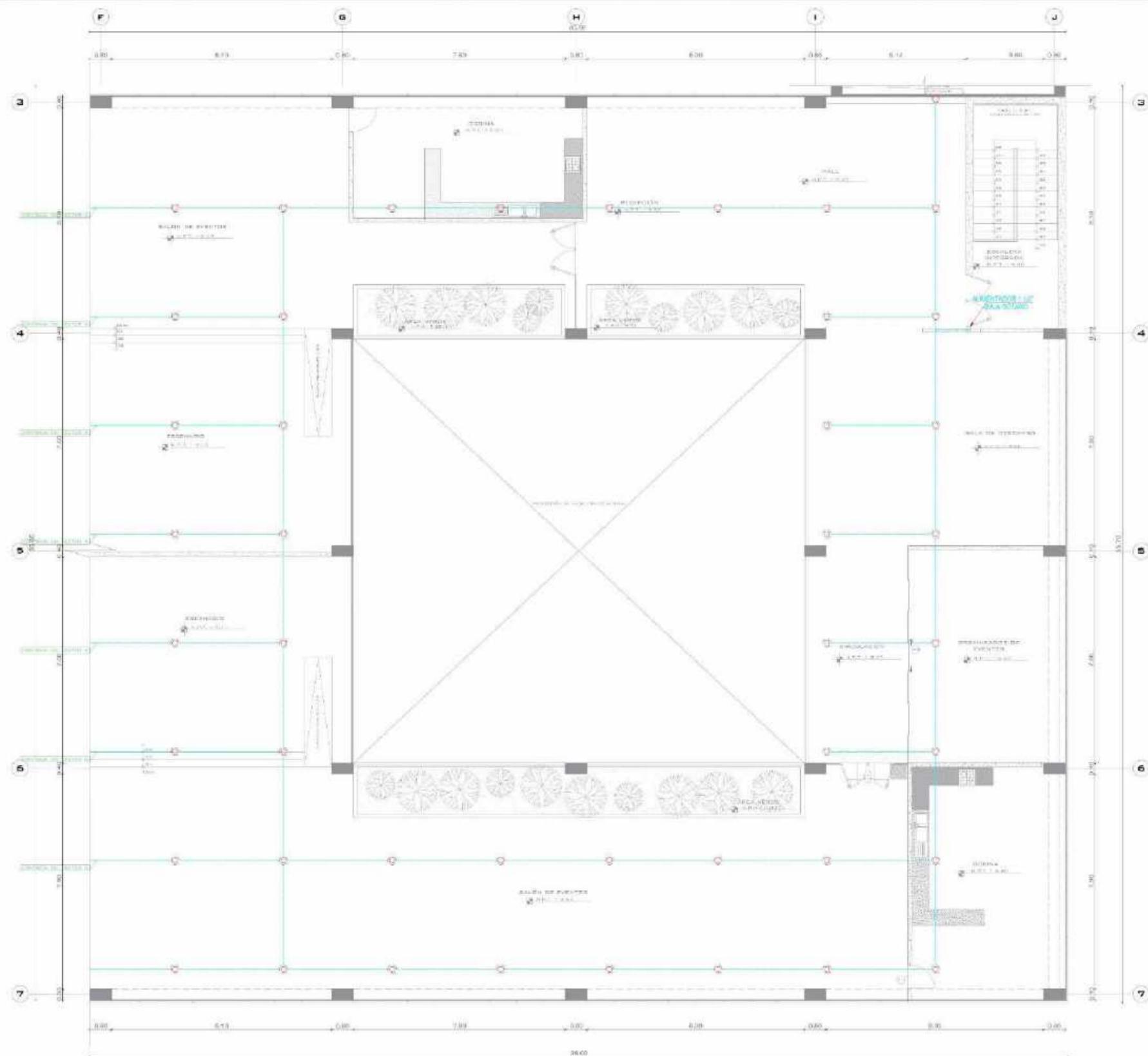


LEYENDA

Simbolos	Descripción
	REJILLA DE DRENAJE
	REJILLA DE SUCCIÓN (CHOCU)
	REJILLA COMPLETA
	TUBERIA DE 200 Ø x 1/2"
	200Ø SUPLEN 400Ø
	90º Ø 200
	TCE SANITARIA
	90º Ø 200 SUPLEN
	90º Ø 200 AUTOMATICO



TERCER NIVEL (SECTOR A)
ESCALA 1/50



TERCER NIVEL (SECTOR B)
ESCALA: 1:50

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

PROYECTO: MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TÍTULO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

UBICACIÓN: SECTOR B - CONTRA INCENDIOS RODADEROS - NIVEL 3

CONTENIDO: INSTALACIONES SANITARIAS

PROYECTISTA: PÉREZ ORUZ JARLEY GRIBITH FOLD VISO EDOSS PERÚ

PROYECTO: RCTO. ARQUITECTO GERVANTES VELIZ OGDAR FROY

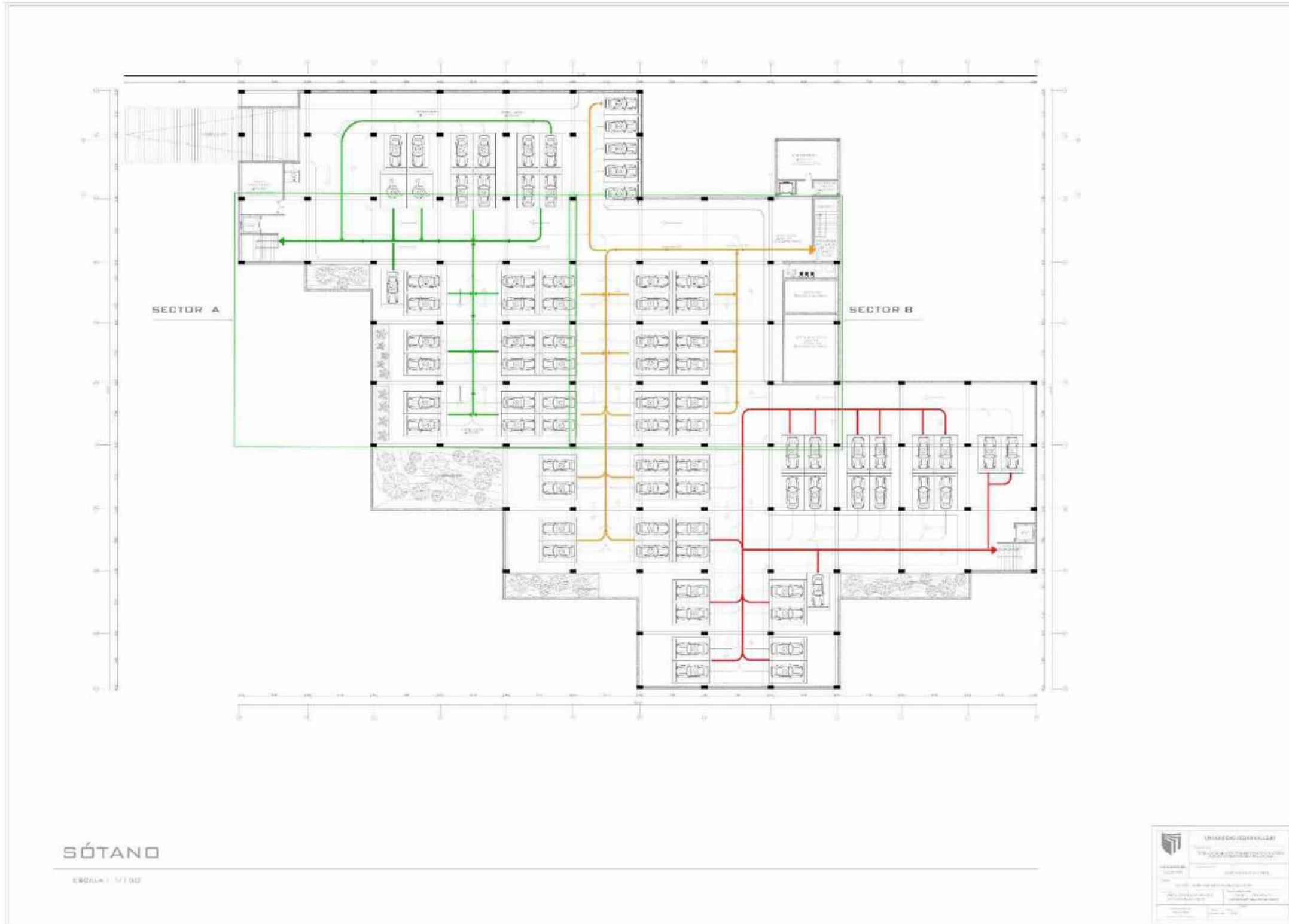
LEYENDA	
	VÁLVULA DE CONTROL
	VÁLVULA DE RETENCIÓN (DISEÑO)
	VÁLVULA COMpuNIBRE
	UBICACIÓN DE TUBO 2"x1/2" V
	UBICACIÓN DE TUBO 2"x1/2" S
	EL CODO DE 90°
	TEE SANITARIA
	EL CODO DE 90° EL C
	EQUIPO ADICIONADO

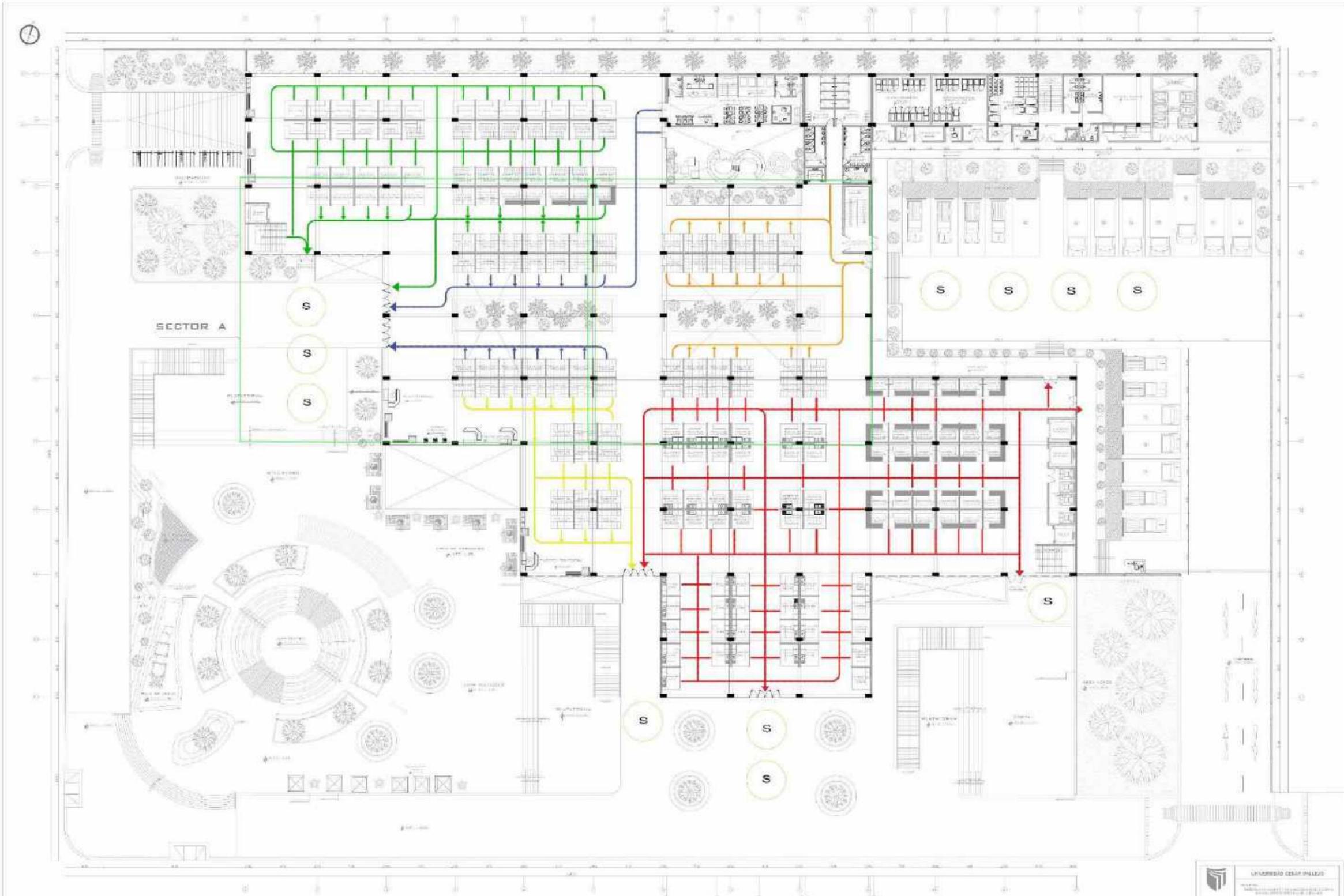
ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

NO: IS-18

3.3.1 PLANOS DE SEGURIDAD

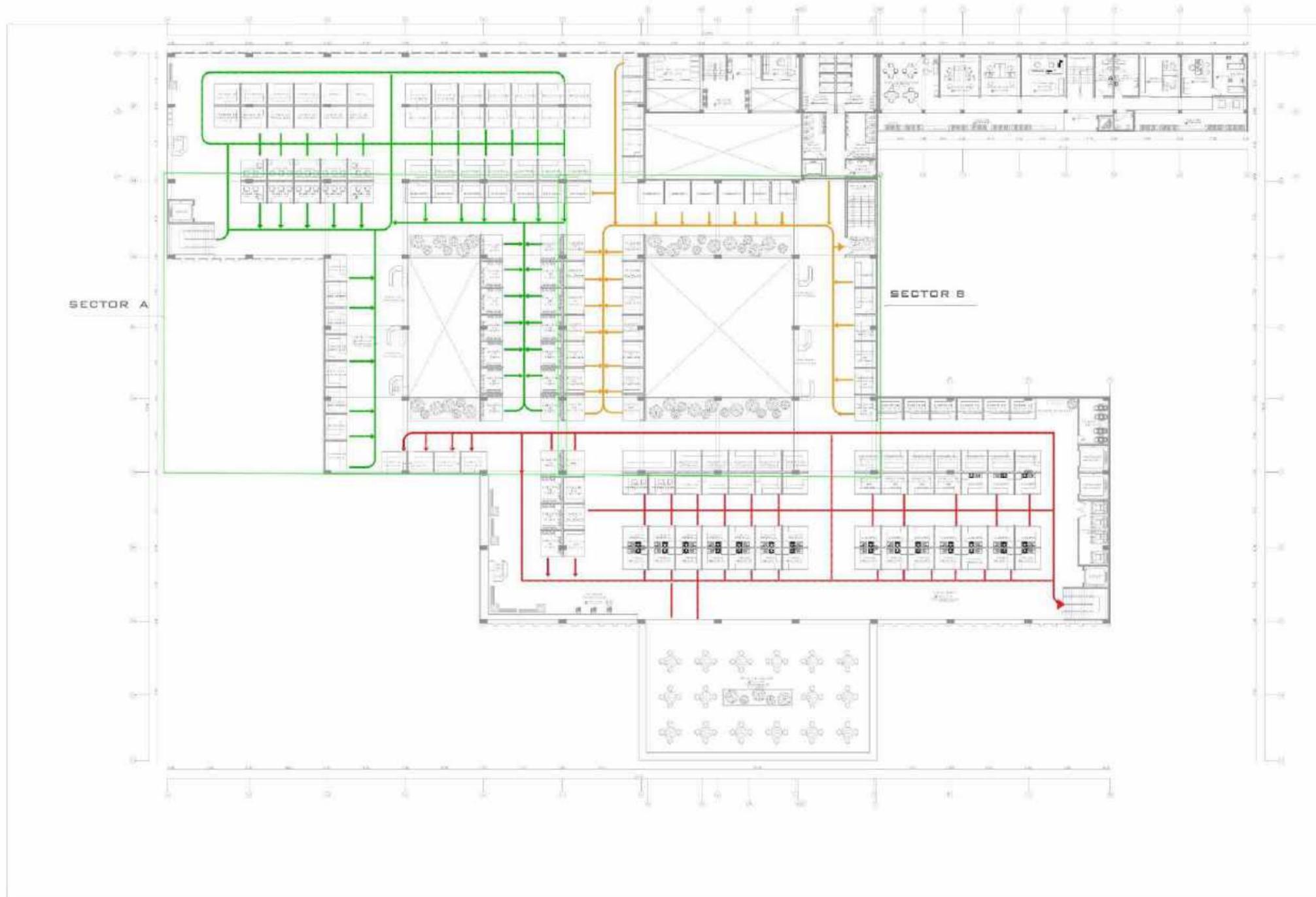




PRIMERA PLANTA

ESCALA: 1/1.00

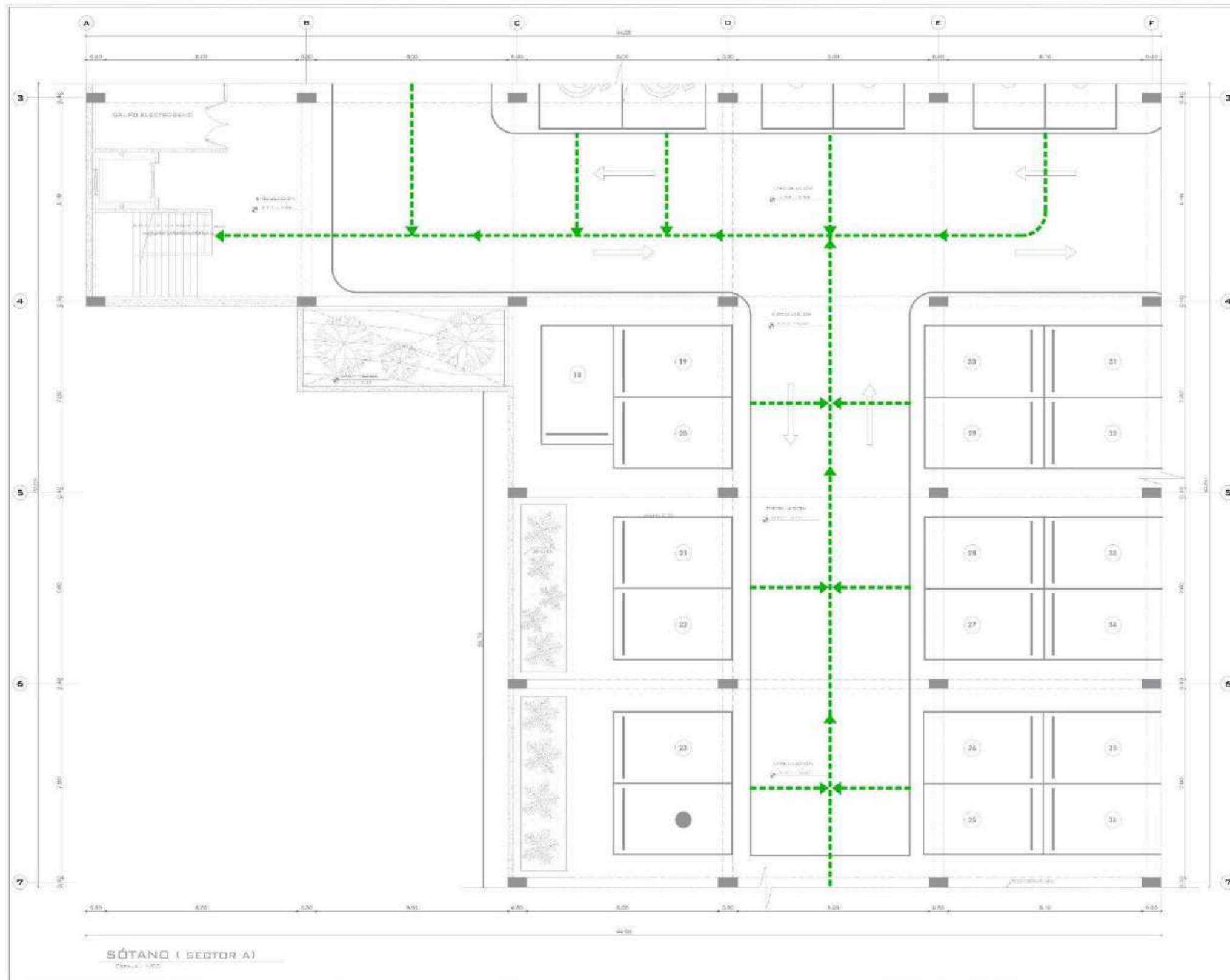
 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	
TÍTULO: <small>PROYECTO DE OBRAS DE RECONSTRUCCIÓN DEL COMPLEJO DE EDIFICIOS DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</small>	FECHA DE OBRAS: <small>2014</small>
AUTOR: <small>ING. JUAN CARLOS GARCÍA GARCÍA</small>	APROBADO POR: <small>ING. JUAN CARLOS GARCÍA GARCÍA</small>
INSTITUCIÓN: <small>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</small>	DIRECCIÓN: <small>AV. ALMAYORCA 101, LIMA, PERÚ</small>



SEGUNDA PLANTA

ESCALA: 1/150

	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
FACULTAD DE INGENIERÍA DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS	TÍTULO: INGENIERO EN SISTEMAS SEMESTRE: IV
NOMBRE DEL ALUMNO: [Blank] NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN: [Blank]	TÍTULO DEL DISEÑO: [Blank] FECHA DE ENTREGA: [Blank]
A-3	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTECIMIENTO Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR A - SÓTANO

INDECI - EVACUACIÓN

PÉREZ CRUZ JARLEY BRITTO
ROLD VIND FORON ENERO

METH. ARQUITECTO
SERVAJES VALLI. ORDAN FREDY

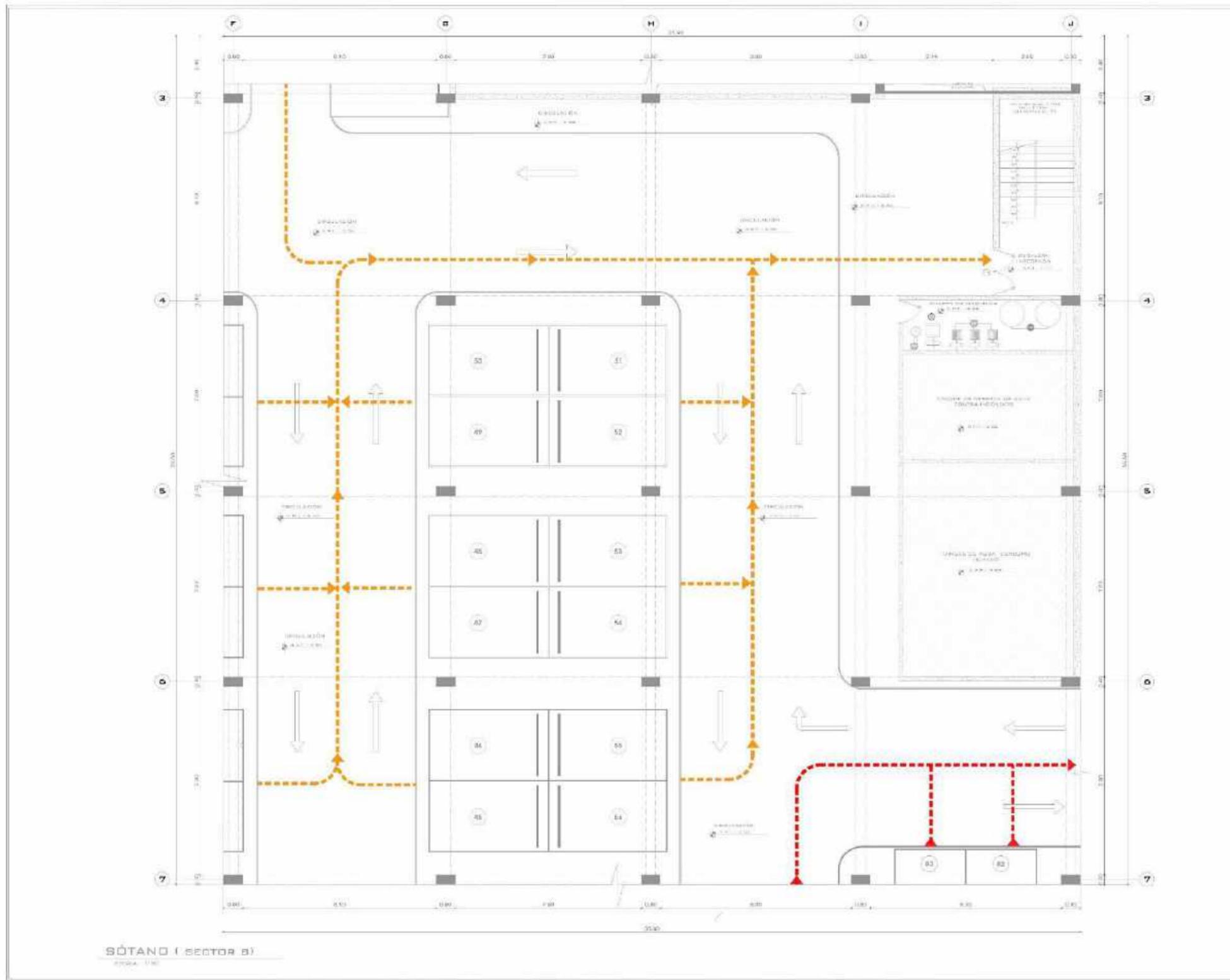
LEYENDA

- SEÑALACIÓN DE EVACUACIÓN
- RUTA DE EVACUACIÓN 1
- RUTA DE EVACUACIÓN 2
- RUTA DE EVACUACIÓN 3
- RUTA DE EVACUACIÓN 4
- RUTA DE EVACUACIÓN 5
- SEÑALACIÓN DE EVACUACIÓN
- SEÑAL DE EVACUACIÓN

ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

EV-01



SÓTANO (SECTOR B)
 ESCALA 1:50

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

PROYECTO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - SÓTANO

INDICE - EVACUACIÓN

PROFESOR: PÉREZ CRUZ JARLEY BRITH
 POLO VIGO EDSON PEREZ

ALUMNO: NOTI, ARQUITECTO
 CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

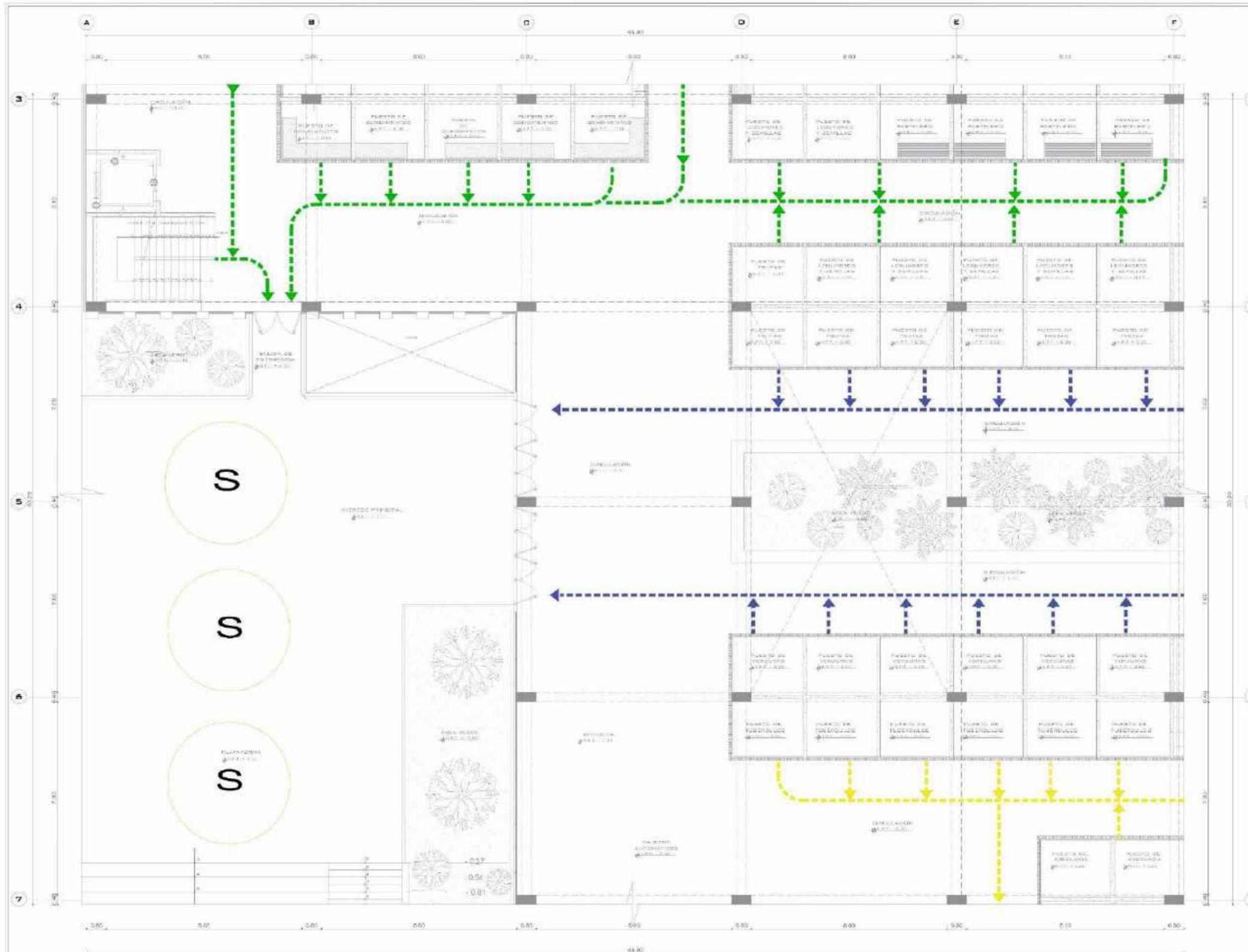
LEYENDA

VERDE	RESERVA DE
ROJO	SEÑAL DE EVACUACIÓN 1
ANARANJADO	SEÑAL DE EVACUACIÓN 2
AMARILLO	SEÑAL DE EVACUACIÓN 3
NEGRO	SEÑAL DE EVACUACIÓN 4
GRIS	SEÑAL DE EVACUACIÓN 5
BLANCO	SEÑAL DE EVACUACIÓN 6
TRIANGULO	DIRECCIÓN DE EVACUACIÓN
CÍRCULO	SEÑAL DE EVACUACIÓN

ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

EV-02



PRIMERA PLANTA (SECTOR A)
Escala: 1/100

UNIVERSIDAD DE SAN VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ • LIMA • VILLA EL SALVADOR

PROYECTO: MERCADO DE SECTORES Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

UBICACIÓN: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

TIPO: PLANO DE SECTOR A - NIVEL 1

INFORMACIÓN: INCEBI - EVALUACIÓN

PROYECTA: PEREZ CRUZ DARLEY BRIGITH, PÉREZ VIGO OSCAR FREDY

PROFESOR: MSTR. ARQUITECTO CERVANTES VELAZQUEZ OSCAR FREDY

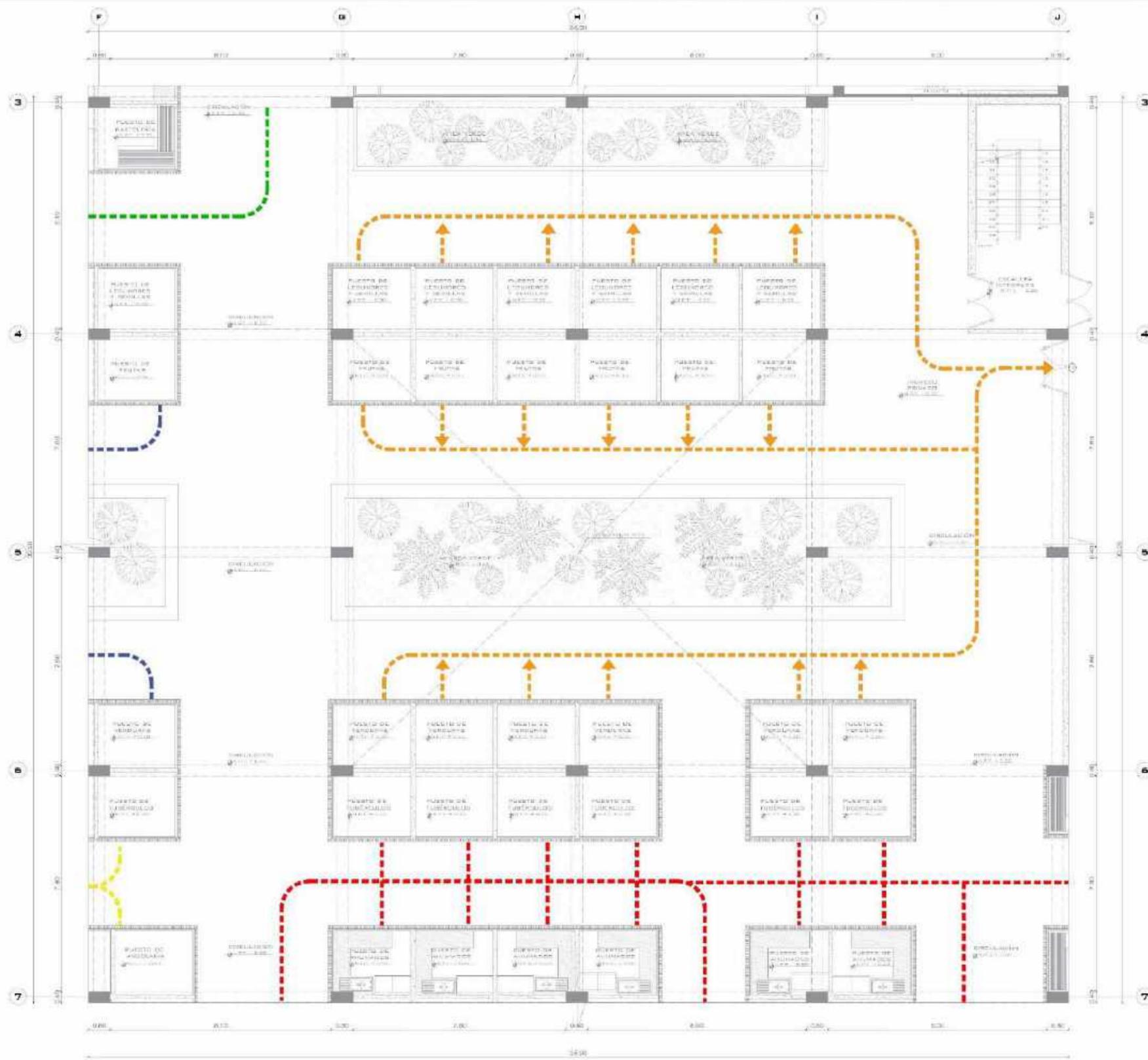
LEYENDA

LINEA DE COLOR	DESIGNACIÓN
(Green dashed line)	SETO DE CIRCULACIÓN 1
(Blue dashed line)	SETO DE CIRCULACIÓN 2
(Yellow dashed line)	SETO DE CIRCULACIÓN 3
(Black dashed line)	SETO DE CIRCULACIÓN 4
(Black dashed line)	SETO DE CIRCULACIÓN 5
(Black arrow)	DIRECCIÓN DE CIRCULACIÓN
(Circle with 'S')	SETO DE PARQUEANDO

ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

PROYECTO: EV-03



PRIMERA PLANTA (SECTOR)
Escala: 1/500

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ADAPTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - NIVEL 1

INDICE - EVACUACIÓN

PÉREZ CRUZ JARLEY BRITNEY
POLO VIGO EDSON PERU

MATE. ARQUITECTO
SERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

LEYENDA

INDICACIÓN	DESCRIPCIÓN
	RUTA DE EVACUACIÓN 1
	RUTA DE EVACUACIÓN 2
	RUTA DE EVACUACIÓN 3
	RUTA DE EVACUACIÓN 4
	RUTA DE EVACUACIÓN 5
	DIRECCIÓN DE EVACUACIÓN
	ZONA DE ENCUENTRO

1/500 NOVIEMBRE 2020

EV-04

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PROYECTO: PERÚ - UMA - VILLA EL SALVADOR

UBICACIÓN: MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

TIPO DE PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO: PLANO DE SECTOR A - NIVEL 2

CONTENIDO: INDECI - EVACUACIÓN

PROFESOR: DIEGO CÉSAR JARLEY BARRÓN ROLDÁN VIDAL EDSON PÉREZ

ALUMNO: MITHA ANGELOTTI DEBAYANES VELIZ OSCAR FREDY



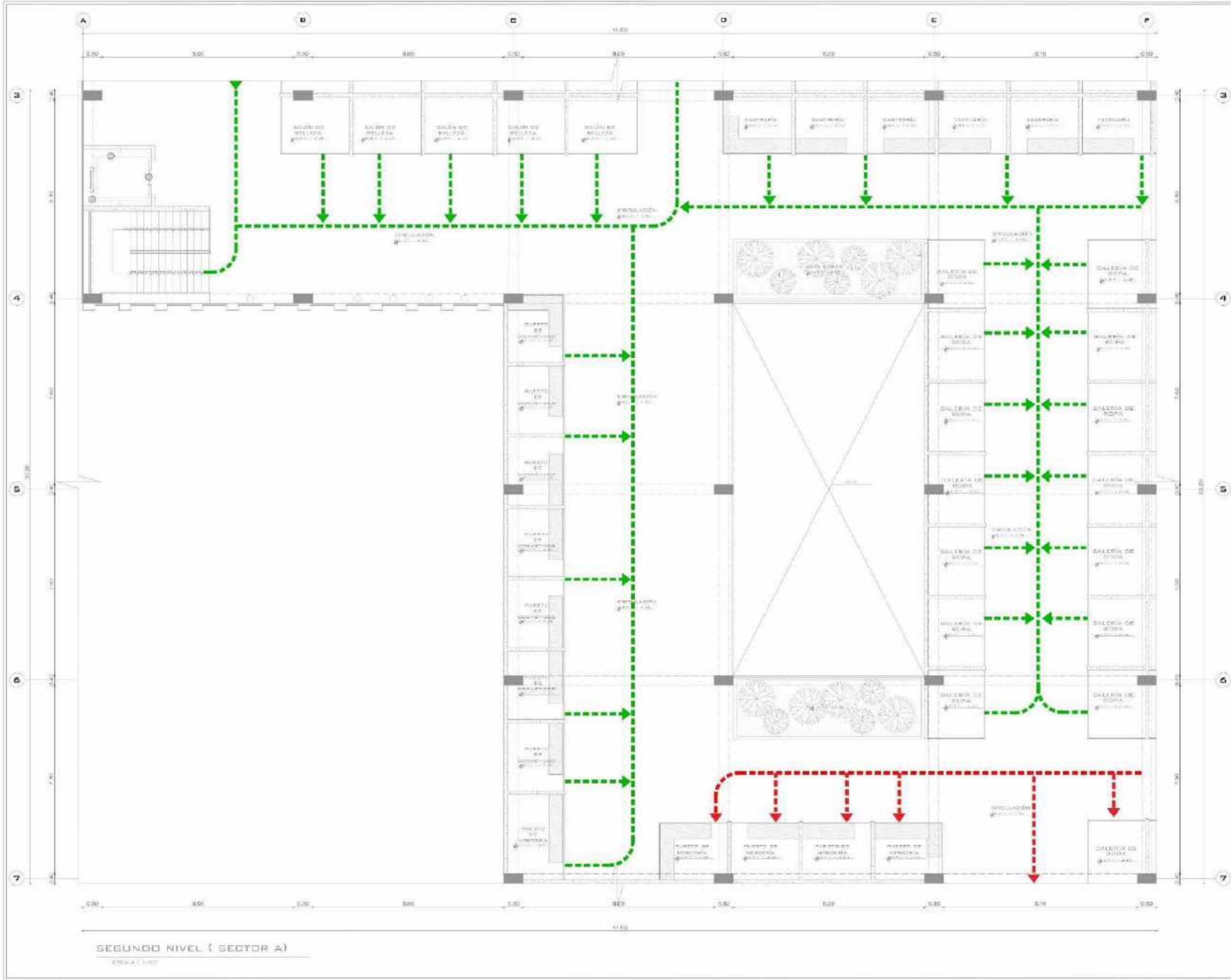
LEYENDA

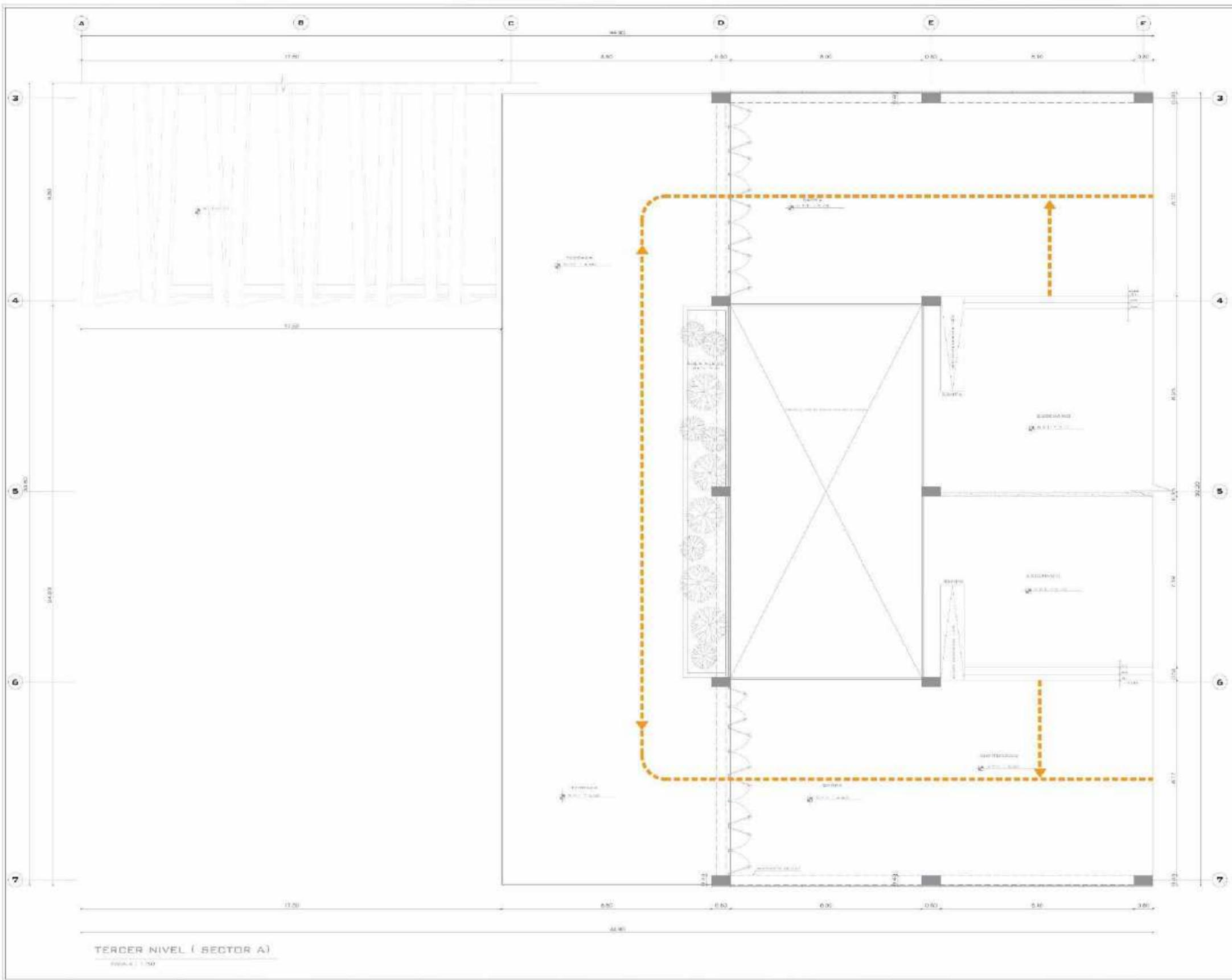
- LINEA VERDE: DIRECCIÓN DE EVACUACIÓN
- LINEA VERDE: RUTA DE EVACUACIÓN 1
- LINEA VERDE: RUTA DE EVACUACIÓN 2
- LINEA VERDE: RUTA DE EVACUACIÓN 3
- LINEA VERDE: RUTA DE EVACUACIÓN 4
- LINEA VERDE: RUTA DE EVACUACIÓN 5
- TRIANGULO NEGRO: DIRECCIÓN DE EVACUACIÓN
- CÍRCULO NEGRO: RUTA DE EVACUACIÓN

ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

EV-05





UNIVERSIDAD DE SAN VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR A - NIVEL 3

INDEC - EVACUACIÓN

PROFESOR: PÉREZ DRUZ JARLEY BRITH PÉREZ VIGO EDSON HERRERA

COMPLEMENTARIO: MOTA, ARQUITECTO DERVANTES VILLIZ OSCAR FREY

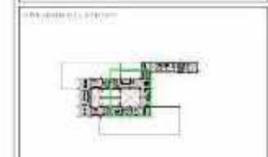
LEYENDA

SYMBOL	DESCRIPCIÓN
[Green dashed line]	RUTA DE EVACUACIÓN 1
[Orange dashed line]	RUTA DE EVACUACIÓN 2
[Red dashed line]	RUTA DE EVACUACIÓN 3
[Yellow dashed line]	RUTA DE EVACUACIÓN 4
[Blue dashed line]	RUTA DE EVACUACIÓN 5
[Black arrow]	DIRECCIÓN DE EVACUACIÓN
[Circle with 'S']	SEÑAL DE ASISTENTE

ESCALA: 1/50

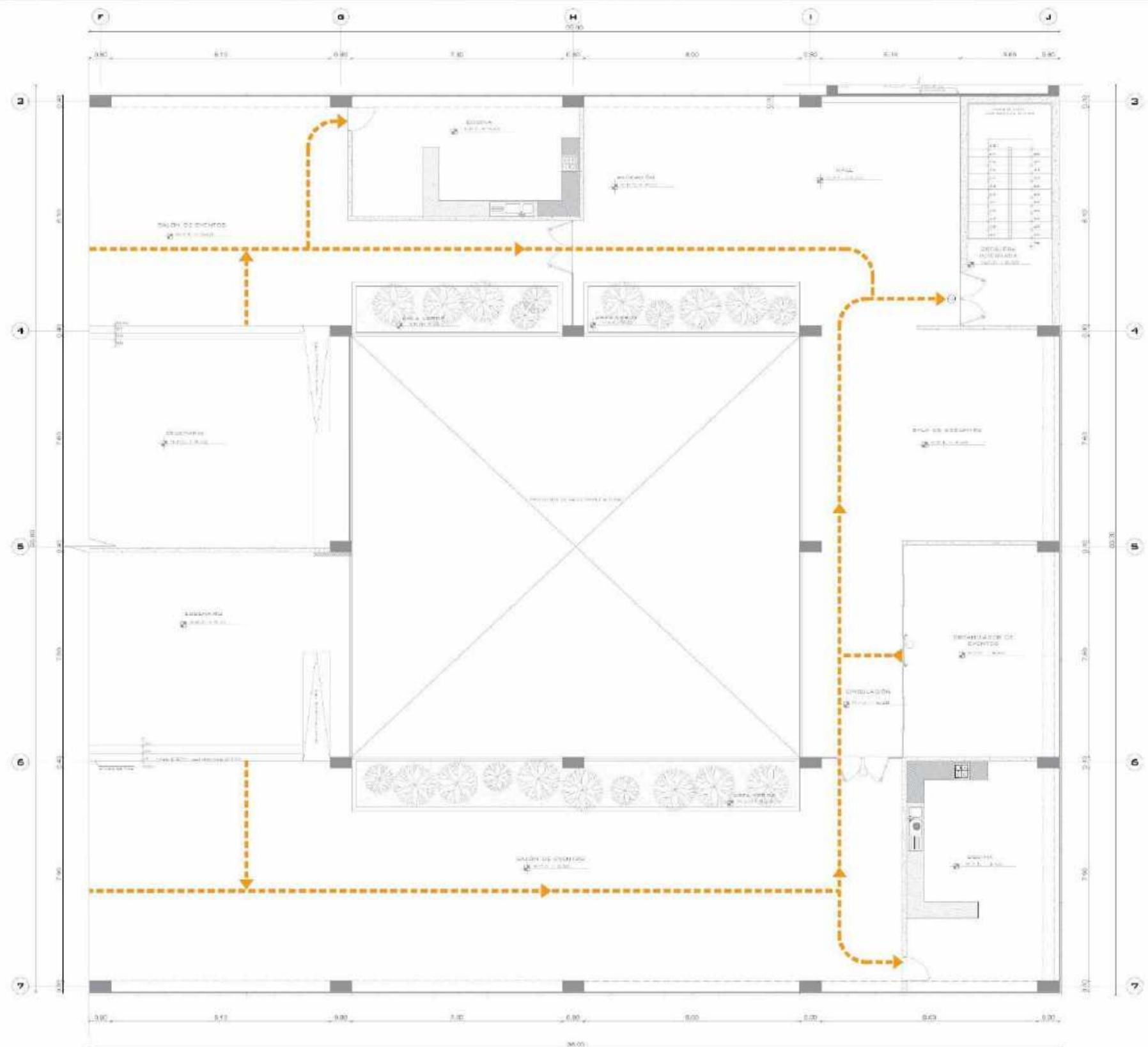
FECHA: NOVIEMBRE 2020

PROYECTO: EV-07



LEYENDA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	RUTA DE EVACUACIÓN 1
	RUTA DE EVACUACIÓN 2
	RUTA DE EVACUACIÓN 3
	RUTA DE EVACUACIÓN 4
	RUTA DE EVACUACIÓN 5
	DIRECCIÓN DE EVACUACIÓN
	SEÑAL DE EMERGENCIA



TERCER NIVEL (SECTOR B)
ESCALA: 1/50



LEYENDA

- ENTRADAS
- NO PASAR EN CASO DE FUEGO O INCENDIO
- GABINETE DE EMERGENCIAS
- FUEGOS Y BOMBAS DE ALARMA
- MURAL DE SEÑALES ILUMINADAS
- ZONA RESERVA EN CASO DE FUEGO
- FUMIGOS DE FUEGO
- RUTAS DE SALIDA
- ZONA DE REUNION
- METROTA DE HOMBRES
- LUJOS DE EMERGENCIA
- SALIDA DE EMERGENCIA
- ALERGO ELECTRICOS 220V
- PUERTA CON CERRAJE DERECHA
- CENTRAL DE ALARMA CONTRA INCENDIO
- SALIDA DE S. PARA MED. DEL EDIFICIO
- PUERTA CONTRA FUERZA CON SIERRA FUERTA
- MANDUCERA CONTRA FUEGO
- CAJILLA DE EMERGENCIA
- ZONA DE EMERGENCIA SIN CERRAJE
- BOTONES DE EMERGENCIA
- BOTON DE EMERGENCIA

ESCALA: 1/50

NOVIEMBRE 2020



S-2

SÓTANO I SECTOR B)
ESCALA: 1/50





PRIMERA PLANTA (SECTOR A)
Escala: 1:50

UNIVERSIDAD DESAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR A - NIVEL 1

INICIO - SERIALIZACIÓN

PÉREZ CRUZ JARLEY BRITH
ROLD VIGO EDWIN RIBCO

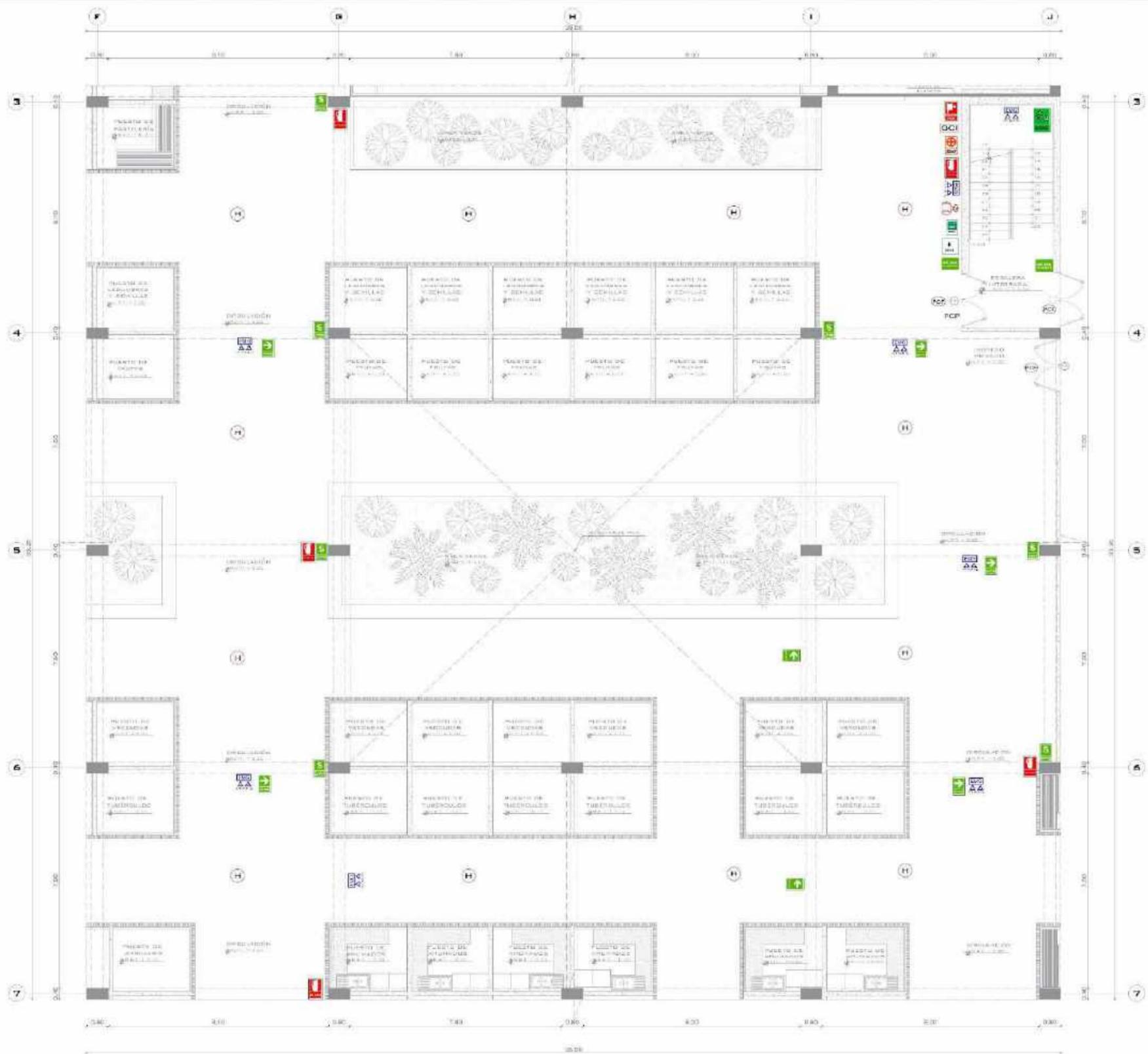
INSTR. ARQUITECTO
SERVANTES VEJZ OSCAR FREDY

LEYENDA

[Red square]	EXTINTOR
[Red circle with slash]	NO USAR EN CASO DE SISMO O INCENDIO
[Green square]	BARRERA CONTRA INCENDIOS
[Red square]	PULSADOR Y BOHO DE EMERGENCIAS
[Green square]	SEÑAL DE EMERGENCIAS
[Green square]	ZONA SEÑAL EN CASO DE SISMO
[Green square]	PARQUEO DE ROLLO
[Green square]	ALTA DE SALIDA
[Green square]	ZONA DE SEÑAL
[Green square]	SEÑAL DE EMERGENCIAS
[Green square]	LUZES DE EMERGENCIAS
[Green square]	SEÑAL DE EMERGENCIAS
[Green square]	RIESGO ELÉCTRICO 0.4-30
[Green square]	PUERTA CON SERRA PUERTA
[Green square]	DENTRAL DE ALABRA CONMUNICACION
[Green square]	SALIDA DE EMERGENCIAS
[Green square]	PUERTA CONTRA FUEGO
[Green square]	PUERTA CONTRA FUEGO
[Green square]	ZONA DE EMERGENCIAS
[Green square]	SEÑAL DE EMERGENCIAS
[Green square]	SEÑAL DE EMERGENCIAS

1/50 NOVIEMBRE 2020

 S-3



PRIMERA PLANTA (SECTOR)
Escala 1:100

UNIVERSIDAD DECAR VALLEJO
FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTECIMIENTO Y ESPACIO COMUNITARIO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - NIVEL 1

INDECI - SEÑALIZACIÓN

PÉREZ CRUZ JARLEY BRITISH
POLA VIGO ESOAN PIZO

MGTD. ARQUITECTO
DEBAYANOS VELIZ OSCAR FREDY

LEYENDA

[Red square]	EXISTENTE
[Red circle with slash]	NO USAR EN CASO DE SISMO O INCENDIO
[Green circle]	BARANDA CONTRA INCENDIOS
[Red square]	RELLENO Y BORNO DE ALARME
[Green square]	SEÑAL DE SALIDA DE EMERGENCIA
[Green square]	SEÑAL DE SALIDA EN CASO DE SISMO
[Green square]	NUMERO DE PISO
[Green square]	RUTAS DE SALIDA
[Green square]	ZONA DE RESERVA
[Green circle]	DETECTOR DE HUMO
[Green circle]	LUMEN DE EMERGENCIA
[Green circle]	SALIDA DE EMERGENCIA
[Green circle]	WALLBOX Y LEYENDA SOBRAS
[Green circle]	PUERTA SIN BORNO FUERA
[Green circle]	CENTRAL DE ALARMA CENTRAL INCENDIO
[Green circle]	SALIDA DE SISMO PARA LUGAR DEL CORPO
[Green circle]	PUERTA CONTRA INCENDIO CON SERRA PUERTA
[Green circle]	BARANDILLA CONTRA INCENDIO
[Green circle]	CAMILLA DE EMERGENCIA
[Green circle]	ZONA DE CAMERA O INACTIVIDAD
[Green circle]	BOQUIN DE EMERGENCIA
[Green circle]	SEÑAL DE EMERGENCIA

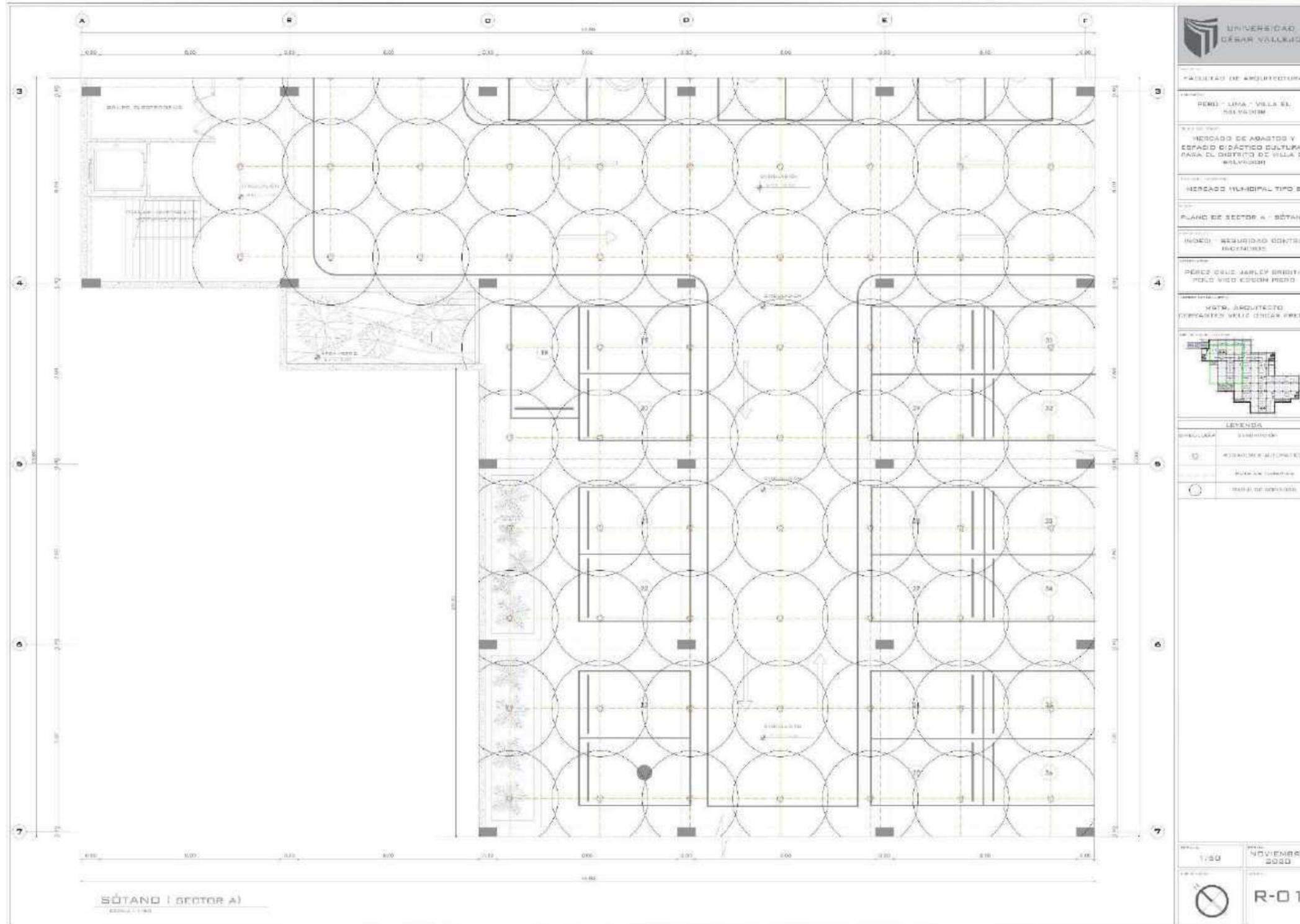
ESCALA: 1/50

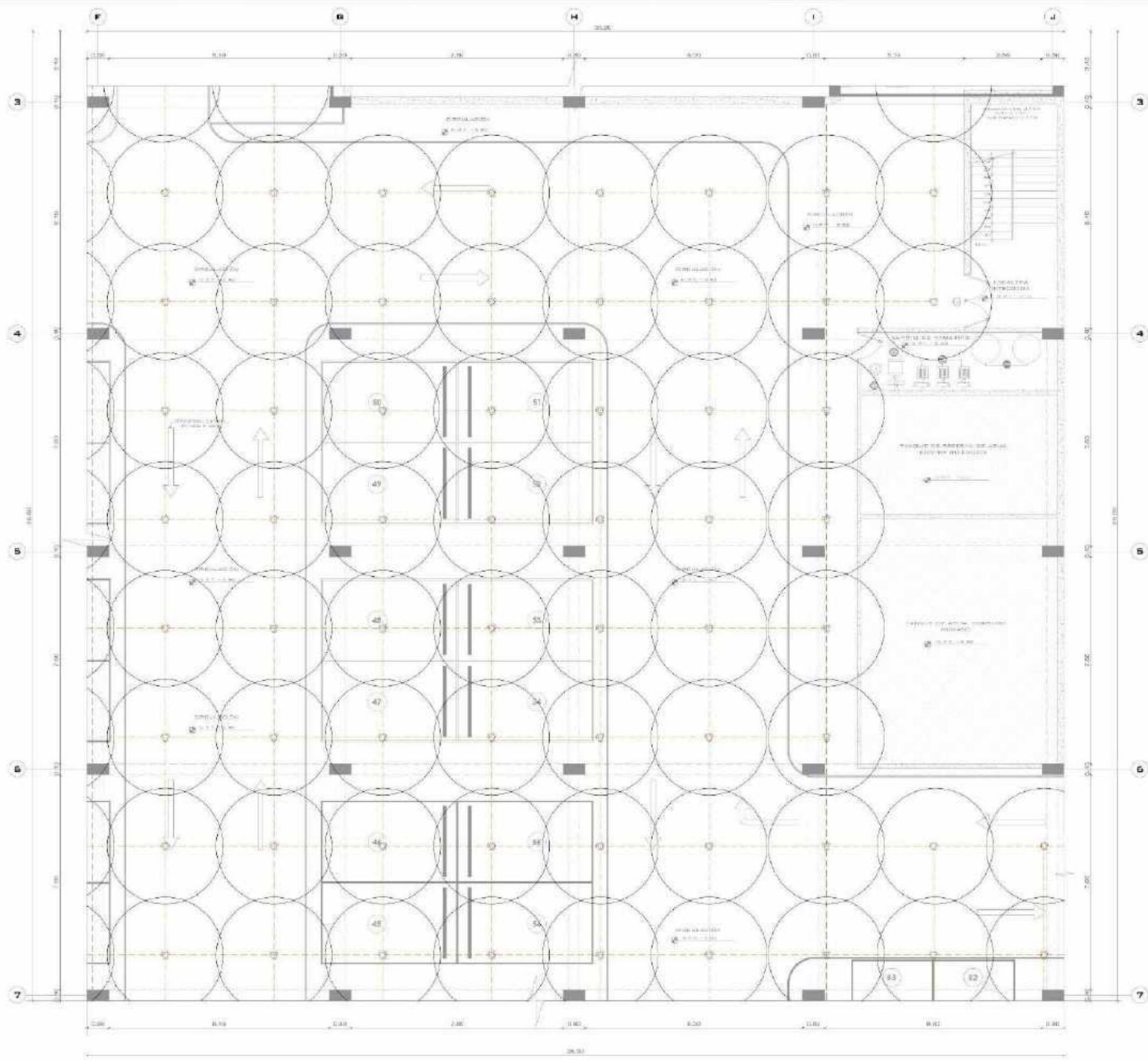
FECHA: NOVIEMBRE 2020

[North arrow symbol]

S-4

3.3.3 PLANOS DE SISTEMA CONTRA INCENDIOS





SÓTANO (SECTOR B)
ESCALA 1:50

UNIVERSIDAD DEBAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PROYECTO: **HERNÁNDEZ - LIMA - VILLA EL SALVADOR**

UBICACIÓN: **MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR**

PROYECTO: **MERCADO MUNICIPAL TIPO B**

PLANO: **PLANO DE SECTOR B - SÓTANO**

INDICE: **INDICE - SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS**

PROFESOR: **PÉREZ CRUZ JAVIER KRISTYER / ROLD VIGO EDSON NERO**

PROFESOR: **MÓTEL ARQUITECTO / ORVANTES VELIZ OSCAR FREDY**

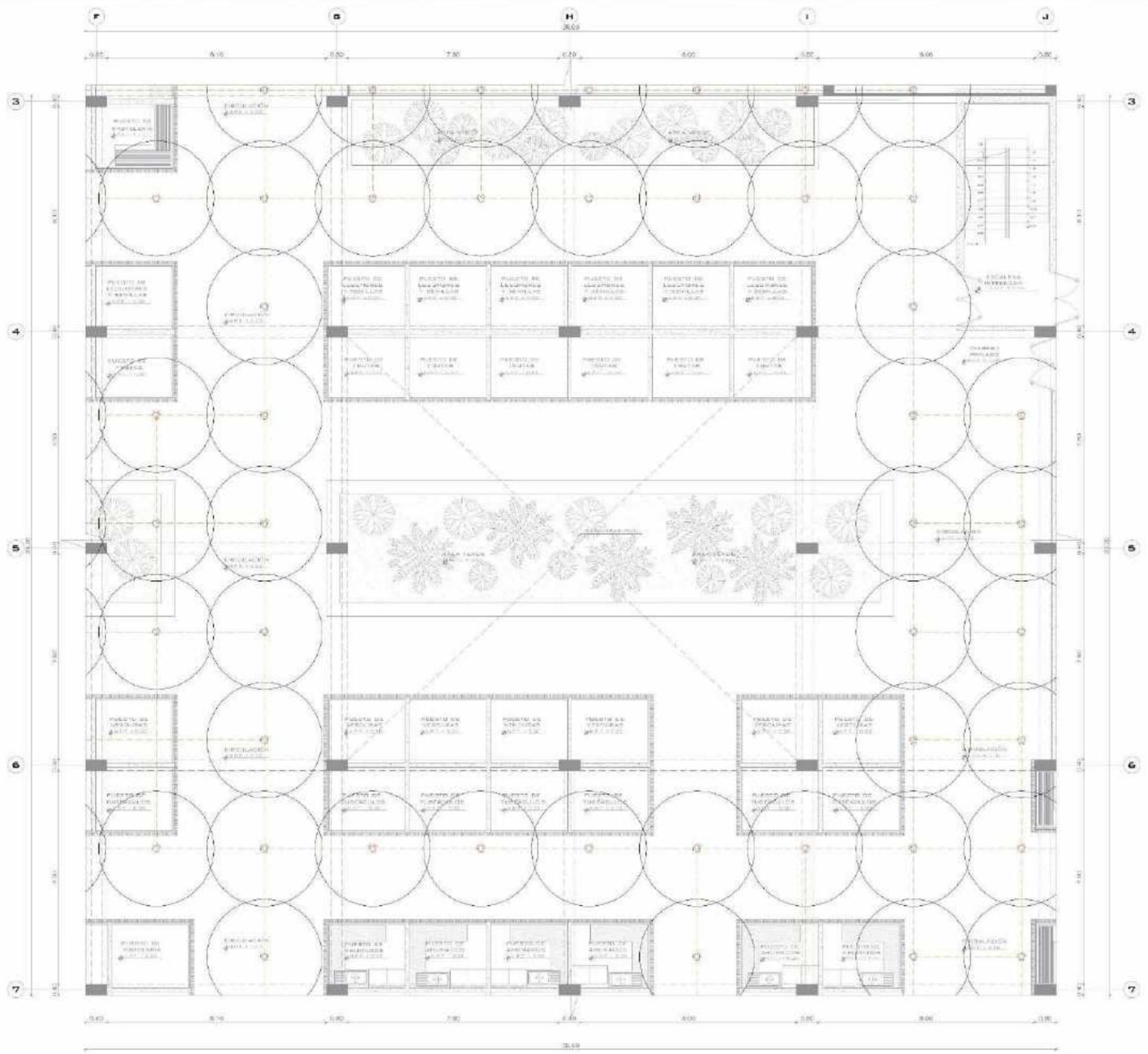
LEYENDA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	ACEROS DE ALIMENTACIÓN
	RUTA DE EVACUACIÓN
	BARRIO DE MECANOS

ESCALA: 1/50

FECHA: **NOVIEMBRE 2023**

R-02



PRIMERA PLANTA (SECTOR)
ESCALA 1:100



FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

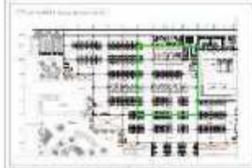
MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - NIVEL 1

INDECI - SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS

DÉCIMA CRUZ JARLEY BRIGITH POLO VIGO EDGON PERLO

ING. ARQUITECTO CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY



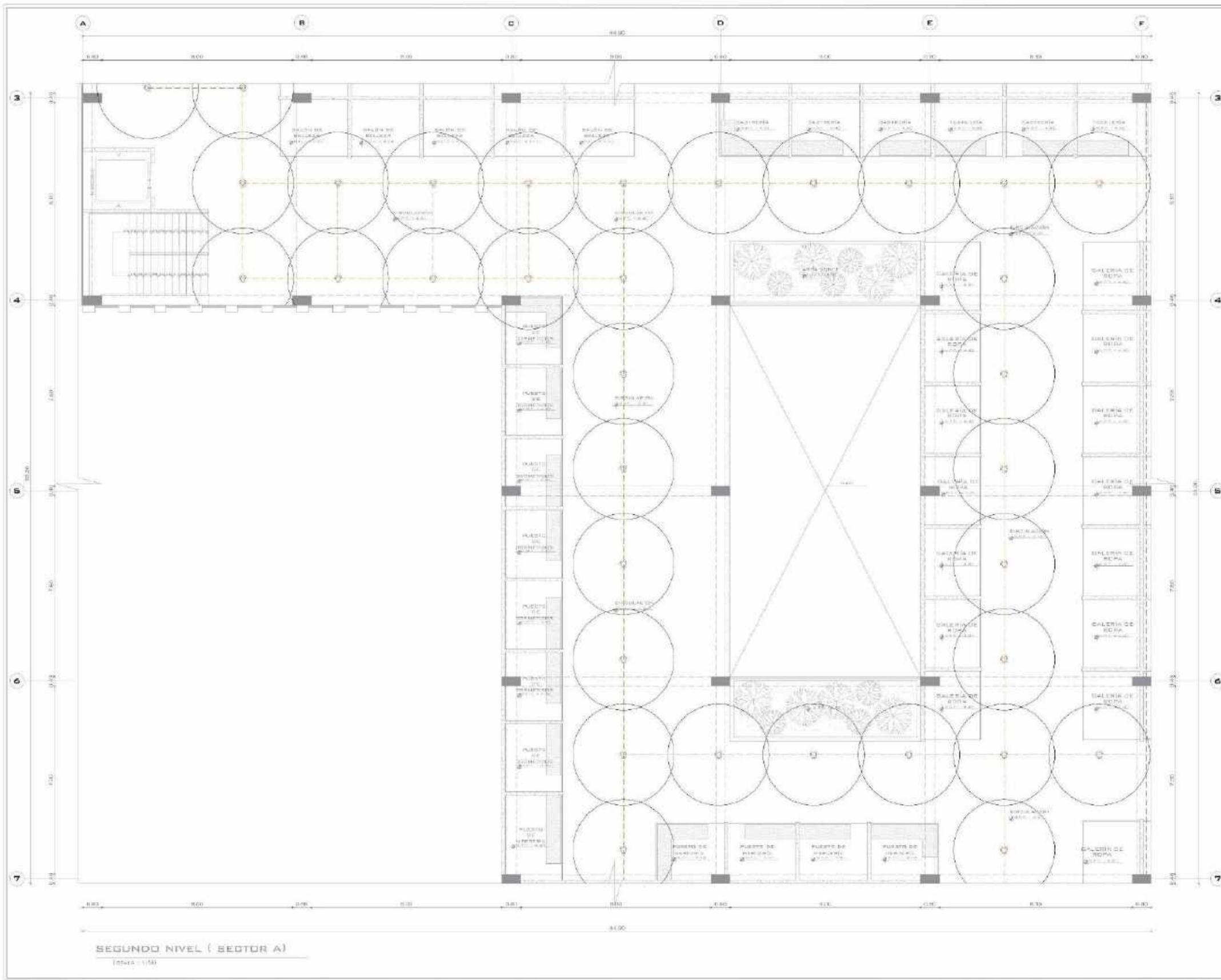
LEYENDA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEDIADORES AUTOMÁTICOS
	POSTA DE TUBERIAS
	SALIDA DE EMERGENCIAS

FECHA: 17/10/2020

NOVIEMBRE 2020

R-04



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y CERRADILLO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR 4 - NIVEL 2

INDECI - SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS

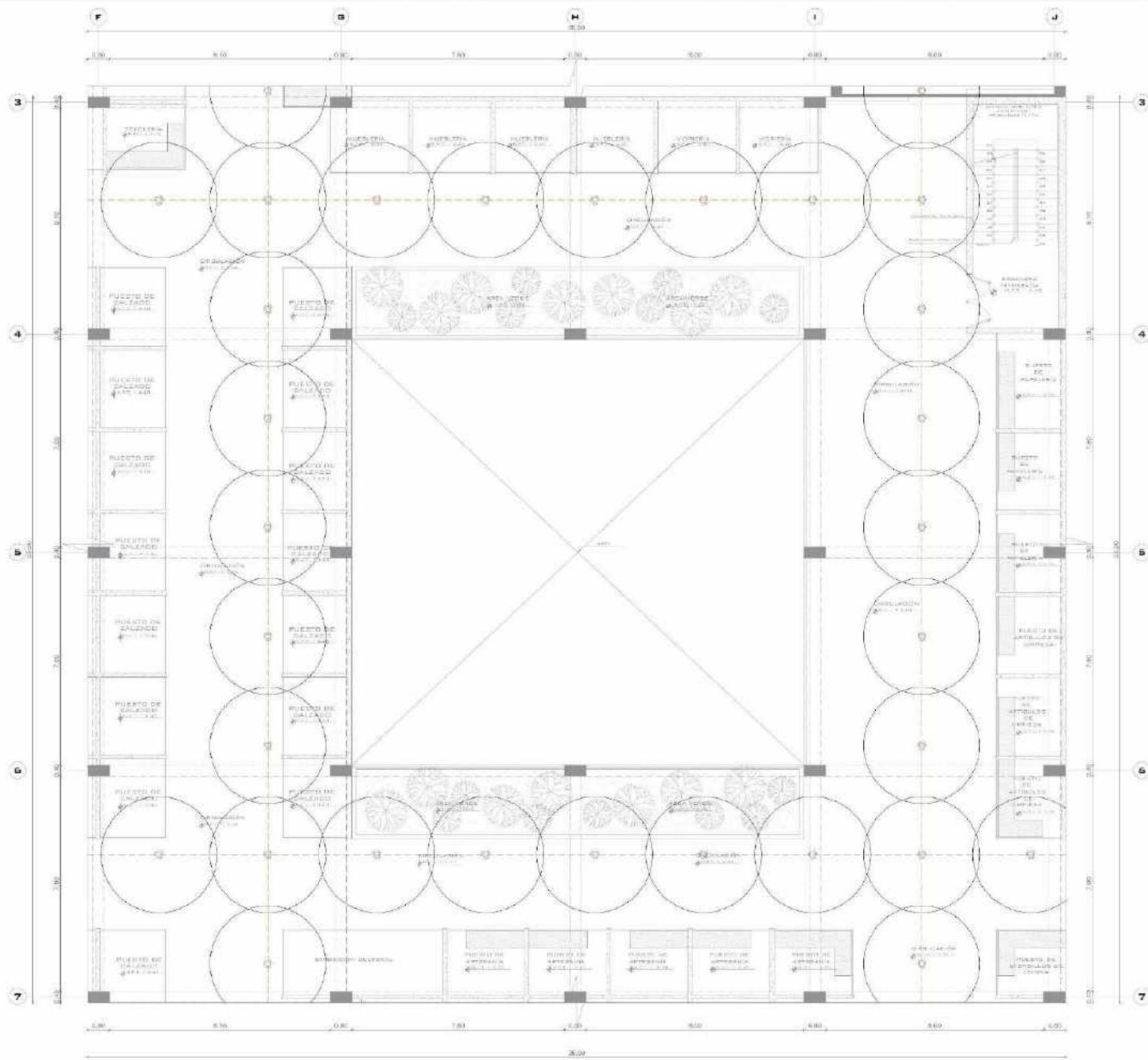
PERÚE CRUZ JARLEY BRITH POLO VIGO EDDON PICO

MSTR. ARQUITECTO CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

LEYENDA

□	SECCIONES
○	POSICIONES AUTOMÁTICAS
—	PUERTA DE EMERGENCIA
○	PIEDRO DE EQUILIBRIO

1/50	NOVIEMBRE 2020
	R-05



SEGUNDO NIVEL (SECTOR B)
Escala 1:50

UNIVERSIDAD DESAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR A - NIVEL 2

INVESTIGACIÓN: SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS

PROFESOR: PÉREZ CRUZ JARLEY BRITH WOLD VIGO KAREN PIERO

ALUMNOS: NOTR. ARQUITECTO CERVANTES VEJUZ OSCAR FREDY

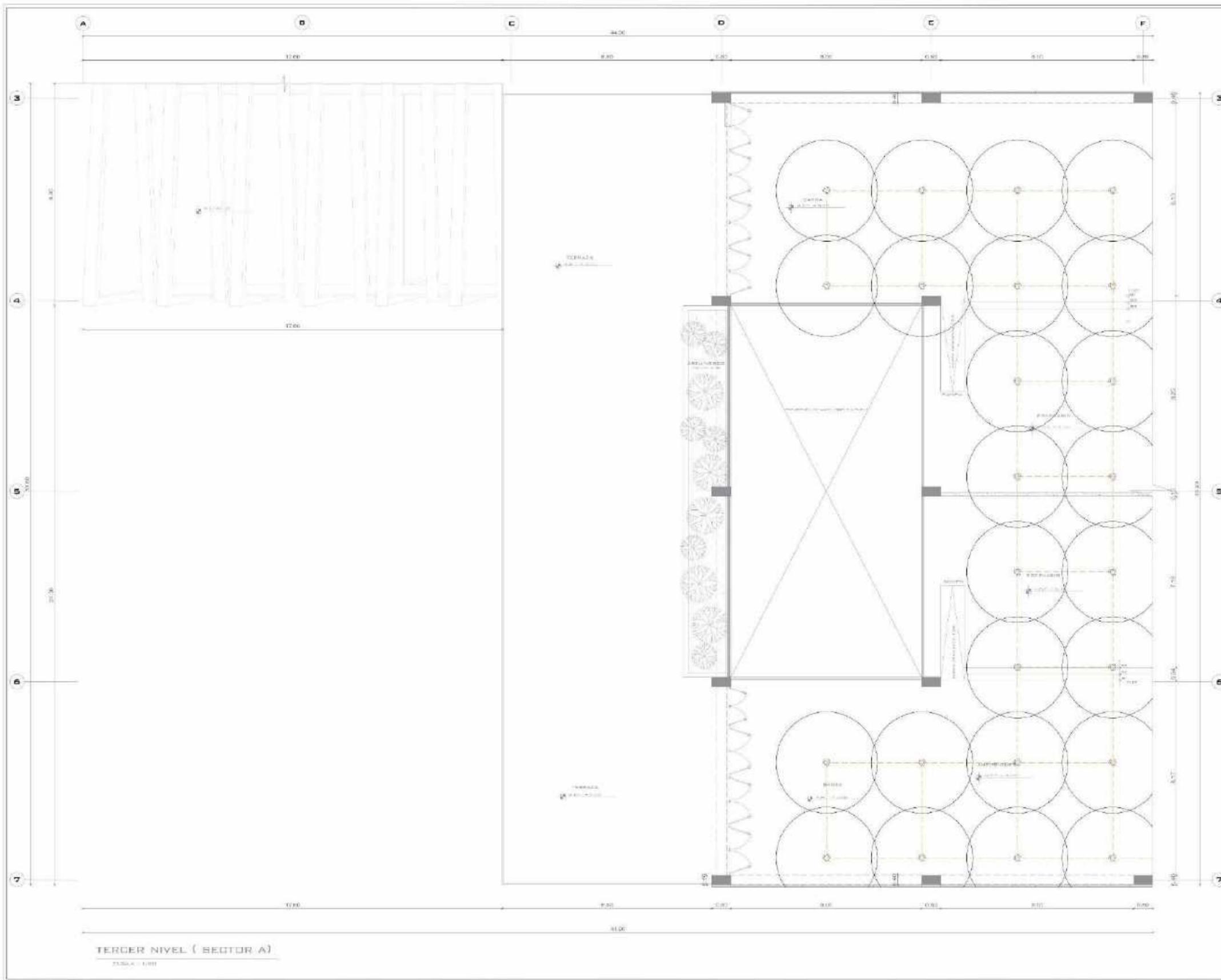
LEYENDA

SÍMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	EXTINGUIDORES AUTOMÁTICOS
	PUERTA DE EMERGENCIA
	PUERTO DE ALARME

1/50

NOVIEMBRE 2020

R-06



TERCER NIVEL (SECTOR A)
Escala: 1/50



UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTOS Y ESPACIO EDUCATIVO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO A

PLANO DE SECTOR A - NIVEL 3

INDECI - SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS

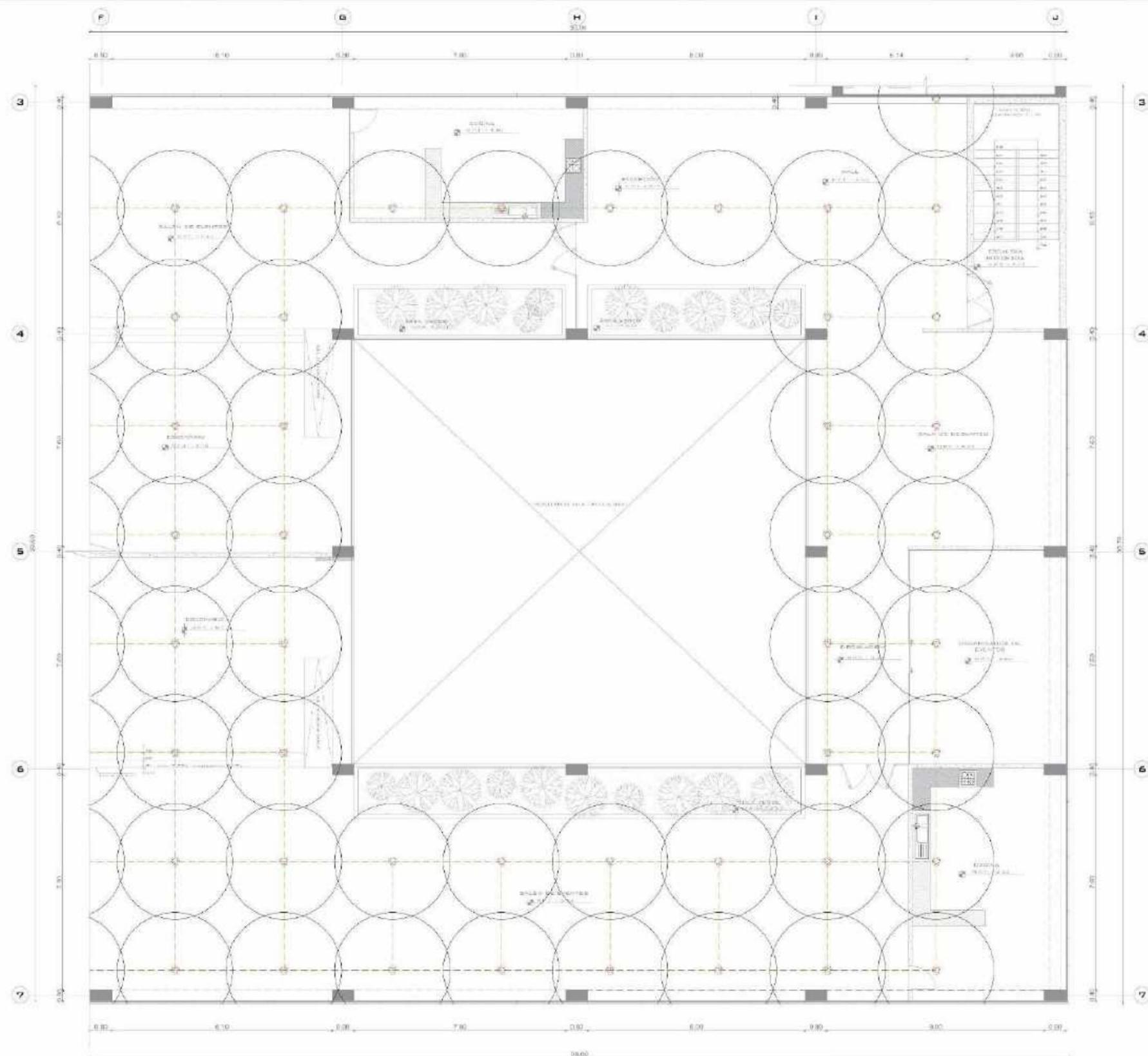
PROYECTA: PÉREZ CRUZ JARLEY BRISITH FOLG VIGO EDSON PIERO

PROYECTA EJECUTIVA: INGT. ARQUITECTO CERVANTES VELIZ OSCAR FREDY



LEYENDA	
	Columnas Automáticas
	Wells de Tunnels
	Muros de Acero

ESCALA: 1/50	FECHA: NOVIEMBRE 2020
	R-07



TERCER NIVEL (SECTOR B)
Escala: 1/50

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PERÚ - LIMA - VILLA EL SALVADOR

MERCADO DE ABASTECIMIENTO Y ESPACIO DIDÁCTICO CULTURAL PARA EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR

MERCADO MUNICIPAL TIPO B

PLANO DE SECTOR B - NIVEL 3

INDICE - SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS

PROYECTISTA:
RENZO CRUZ JARLEY BRIGHTE
ROLD VISO EDSON PIERO

PROYECTISTA:
MSTR. ARQUITECTO
SERVANTES VELIZ OSCAR FREDY

LEYENDAS

SECCIONES	SECCIONES
RECAJONES AUTOMÁTICOS	RECAJONES AUTOMÁTICOS
REDES DE TUBERÍAS	REDES DE TUBERÍAS
RAMO DE ESTRIBOS	RAMO DE ESTRIBOS

ESCALA: 1/50

FECHA: NOVIEMBRE 2020

PROYECTO: R-08

3.4 INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

3.4.1 RENDER EXTERIORES





















3.4.1 RENDERS INTERIORES



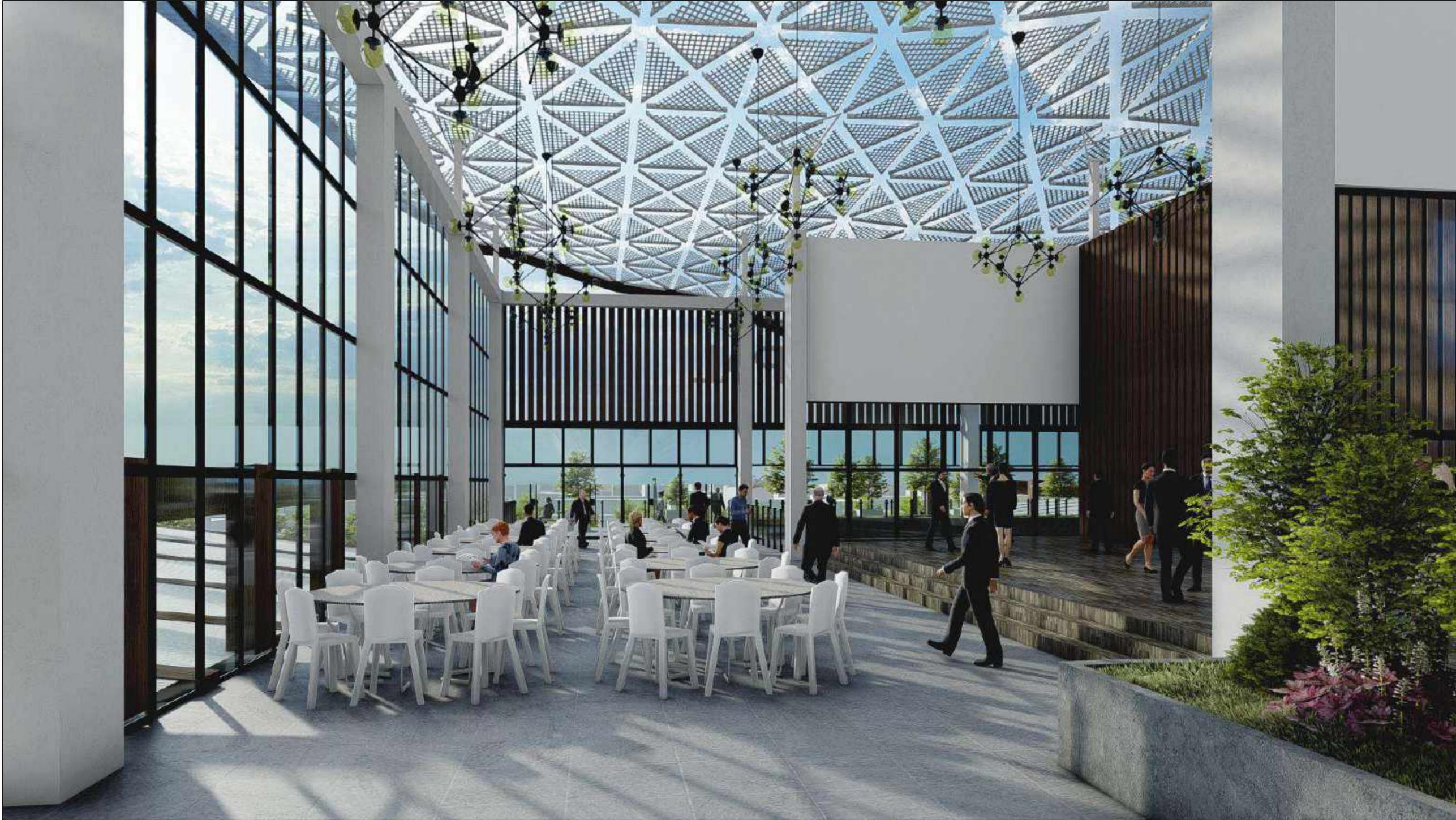












3.4.2 PRESUPUESTO

NIVEL	AREA	PRESUPUESTO EN DOLARES
SOTANO	9680 M2	14,520
PRIMER NIVEL	15000 M2	22.500,000
SEGUNDO NIVEL	9559 M2	14.338, 500
TERCER NIVEL	4888 M2	7,332,00
TECHO	10.080 M2	15,12000
TOTAL		2, 259,756.8385