



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FFACULTAD DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

Recuperación de espacio público para revitalizar y potenciar el  
Mercado Tupac Amaru de Juliaca 2024

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

Arquitecto

**AUTOR:**

Miranda Zela, Cristian Mario (orcid.org/0009-0002-9974-1652)

**ASESOR:**

Mg. Teran Flores, Carlos Eliberto (orcid.org/0000-0003-0345-916X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

**LÍNEA DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD UNIVERSITARIA:**

Desarrollo sostenible y adaptación al cambio climático

**LIMA - PERÚ**

**2024**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, TERAN FLORES CARLOS ELIBERTO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Recuperación de espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca 2024", cuyo autor es MIRANDA ZELA CRISTIAN MARIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 de Agosto del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
TERAN FLORES CARLOS ELIBERTO <b>DNI:</b> 80686925 <b>ORCID:</b> 0000-0003-0345-916X	Firmado electrónicamente por: CTERANF el 02-09- 2024 16:06:38

Código documento Trilce: TRI - 0863866



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, MIRANDA ZELA CRISTIAN MARIO estudiante de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Recuperación de espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA <b>DNI:</b> 70498407 <b>ORCID:</b> 0009-0002-9974-1652	Firmado electrónicamente por: CMIRANDAZE el 28- 08-2024 14:14:15

Código documento Trilce: TRI - 0863865

## DEDICATORIA

A mis padres, por su amor incondicional y apoyo inquebrantable en cada paso de nuestro camino.

A mi asesor, por guiarnos con sabiduría y paciencia en este viaje académico.

A mis amigos, por su constante ánimo y compañerismo, especialmente en los momentos más desafiantes.

Al mercado Tupac Amaru y su comunidad, fuente de inspiración y centro de nuestra investigación.

A todos los que creen en la importancia de los espacios públicos y su poder para transformar vidas y comunidades.

Con gratitud, **Miranda Zela, Cristian Mario**



## AGRADECIMIENTO

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo y la contribución de muchas personas e instituciones a las cuales deseamos expresar nuestro más profundo agradecimiento.

A mis padres, por su amor incondicional y constante apoyo durante todo este proceso.

A mi asesor de la carrera de Arquitectura, por su invaluable orientación, conocimientos compartidos y por inspirarnos a seguir adelante.

A mis compañeros por el apoyo que me brindaron en los momentos más difíciles.

A la comunidad del mercado Tupac Amaru de Juliaca, por su colaboración y disposición para participar en nuestra investigación, brindándonos valiosa información y experiencias.

A la Universidad, por proporcionarnos los recursos y el entorno necesario para llevar a cabo este proyecto.

Con sincera gratitud, **Miranda Zela, Cristian Mario.**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	ii
Declaratoria de Originalidad del Autor.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de Contenidos.....	vi
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Figuras.....	ix
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA.....	26
III. RESULTADOS.....	46
IV. DISCUSIÓN.....	69
V. CONCLUSIONES.....	72
VI. RECOMENDACIONES.....	73
VII. PROPUESTA.....	83
REFERENCIAS.....	96
ANEXOS.....	100

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Cuadro De Síntesis Del Caso Estudiado.....	13
Tabla N°2. Cuadro De Síntesis Del Caso Estudiado .....	15
Tabla N°3. Cuadro De Síntesis Del Caso Estudiado .....	17
Tabla N°4. Matriz Comparativa De Aportes De Casos.....	20
Tabla N°5. Operacionalización De La Variable Independiente.....	29
Tabla N°6. Operacionalización De La Variable Dependiente.....	30
Tabla N°7. Certificado De Parámetros Urbanísticos Y Edificatorios.....	40
Tabla N°8. ¿La Mejora De La Infraestructura Del Mercado Tupac Amaru En Juliaca Revitalizará El Espacio Público, Promoviendo Una Experiencia De Compra Más Satisfactoria?.....	47
Tabla N°9. ¿Conoce Usted La Teoría De La Imagen Urbana, Está De Acuerdo?.....	49
Tabla N°10. ¿La Distribución De Espacios De Circulación En El Mercado Tupac Amaru Facilita El Movimiento De Comerciantes Y Clientes?.....	51
Tabla N°11. ¿Los Comerciantes Del Mercado Tupac Amaru Se Sienten Seguros En Sus Puestos De Trabajo?.....	54
Tabla N°12. ¿Ha Escuchado Usted La Teoría De Las Ventanas Rotas, Esta De Acuerdo?.....	56
Tabla N°13. ¿Los Servicios Disponibles En El Mercado Tupac Amaru, Como Estacionamiento Y Áreas De Descanso, Satisfacen Las Necesidades De Comerciantes Y Clientes?.....	58
Tabla N°14. ¿Conoce Usted La Teoría Del Espacio Público, Está De Acuerdo?.....	60

Tabla N°15. ¿Sería Efectivo Un Programa Basado En Casos Análogos Para La Recuperación Del Mercado Tupac Amaru?.....	62
Tabla N°16. ¿Una Propuesta De Renovación De La Infraestructura Del Mercado Tupac Amaru Mejoraría Las Necesidades De Comerciantes Y Clientes?.....	65
Tabla N°17. ¿La Renovación Propuesta Del Mercado Tupac Amaru Mejora Tanto Su Funcionalidad Como Su Estética Para Revitalizarlo Y Atraer Más Visitantes?.....	67
Tabla N°18. Cuadro De Necesidades.....	74

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1. Demarcación Territorial Del Mercado Tupac Amaru.....	31
Figura N°2. Rol De Vías Principales, Secundarias Y Peatonales.....	32
Figura N°3. Leyenda.....	32
Figura N°4. Uso De Suelos De La Ciudad De Juliaca.....	33
Figura N°5. Zonificación Comercial De La Ciudad De Juliaca.....	34
Figura N°6. Resumen De Norma De Zonificación Comercial - Ciudad De Juliaca...	35
Figura N°7. Niveles De Viviendas.....	35
Figura N°8. Material De Las Viviendas.....	36
Figura N°9. Ilustración De Tipo De Vivienda A.....	36
Figura N°10. Ilustración De Tipo De Vivienda B.....	36
Figura N°11. Ilustración De Tipo De Vivienda C.....	37
Figura N°12. Ubicación Del Mercado Tupac Amaru.....	38
Figura N°13. Extensión Del Mercado Tupac Amaru.....	38
Figura N°14. Zonas Del Mercado Tupac Amaru.....	39
Figura N°15. Corte A-A Del Mercado Tupac Amaru.....	39
Figura N°16. Corte B-B Del Mercado Tupac Amaru.....	39
Figura N°17. Corte C-C Del Mercado Tupac Amaru.....	39
Figura N°18. Área De Estudio.....	40
Figura N°19. Viabilidad Y Accesibilidad.....	42
Figura N°20. ¿La Mejora De La Infraestructura Del Mercado Tupac Amaru En Juliaca Revitalizará El Espacio Público, Promoviendo Una Experiencia De Compra Más Satisfactoria?.....	48
Figura N°21. ¿Atraer Nuevos Comerciantes Y Visitantes Fortalecerá El Mercado Tupac Amaru De Juliaca, Impulsando El Crecimiento Económico Local Y La Vitalidad Comunitaria?.....	50

Figura N°22. ¿La Distribución De Espacios De Circulación En El Mercado Tupac Amaru Facilita El Movimiento De Comerciantes Y Clientes?.....	52
Figura N°23. ¿Los Comerciantes Del Mercado Tupac Amaru Se Sienten Seguros En Sus Puestos De Trabajo?.....	54
Figura N°24. ¿El Diseño Y Ambientación Del Mercado Tupac Amaru Contribuyen A Mejorar La Experiencia De Compra De Los Clientes?.....	57
Figura N°25. ¿Los Servicios Disponibles En El Mercado Tupac Amaru, Como Estacionamiento Y Áreas De Descanso, Satisfacen Las Necesidades De Comerciantes Y Clientes?.....	59
Figura N°26. ¿La Experiencia De Otros Mercados Con Programas De Recuperación De Zonas Públicas Es Relevante Para Planificar La Revitalización Del Mercado Tupac Amaru?.....	61
Figura N°27. ¿Sería Efectivo Un Programa Basado En Casos Análogos Para La Recuperación Del Mercado Tupac Amaru?.....	63
Figura N°28. ¿Una Propuesta De Renovación De La Infraestructura Del Mercado Tupac Amaru Mejoraría Las Necesidades De Comerciantes Y Clientes?.....	65
Figura N°29. ¿La Renovación Propuesta Del Mercado Tupac Amaru Mejora Tanto Su Funcionalidad Como Su Estética Para Revitalizarlo Y Atraer Más Visitantes?.....	67
Figura N°30. Referencia De Las Actividades De Comercio.....	75
Figura N°31. Referencias De Las Actividades De Cultura.....	75
Figura N°32. Referencia De Los Elementos De Cultura.....	75
Figura N°33. Referencias De Las Necesidades De La Población.....	76
Figura N°34. Necesidades Ambientales Y Culturales.....	76
Figura N°35. Referencias De Las Necesidades De La Población.....	77
Figura N°36. Necesidades Socio – Comerciales.....	77
Figura N°37. Programaciones Arquitectónicas Del Mercado Parte 1.....	78
Figura N°38. Programaciones Arquitectónicas Del Mercado Parte 2.....	79
Figura N°39. Programaciones Arquitectónicas Del Mercado Parte 3.....	80

Figura N°40. Programaciones Arquitectónicas Del Mercado Parte 4.....	81
Figura N°41. Programaciones Arquitectónicas Del Mercado Parte 5.....	82
Figura N°42. Diagrama De Unión Entre El Comercio Y La Cultura.....	84
Figura N°43. Geometrización.....	85
Figura N°44. Imagen De Emplazamiento.....	86
Figura N°45. Imagen De Accesibilidad.....	87
Figura N°46. Imagen De Conexione De Espacios.....	88
Figura N°47. Imagen Climatológica.....	89
Figura N°48. Intencionalidades Arquitectónicas.....	90
Figura N°49. Zonificación Del Primer Nivel.....	91
Figura N°50. Zonificación Del Segundo Nivel.....	92

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo recuperar y revitalizar el mercado Tupac Amaru de Juliaca en 2024, mediante mejoras en la infraestructura y la atracción de nuevos comerciantes y visitantes. Se empleó un enfoque cualitativo y un diseño no experimental de corte transversal. La población consistió en comerciantes del mercado, con una muestra de los participantes seleccionados por conveniencia. Se utilizó la técnica de la encuesta con un cuestionario como instrumento principal para la recolección de datos. El análisis de los resultados mostró un fuerte apoyo a la mejora de la infraestructura y la atracción de nuevos actores para fortalecer el mercado y la comunidad. Se destaca la importancia de considerar las opiniones diversas y las necesidades específicas de la comunidad en la planificación de intervenciones de revitalización urbana.

**Palabras clave:** Revitalización urbana, mercado Tupac Amaru, mejora de infraestructura, calidad de vida, espacio público.



## ABSTRACT

The research aimed to recover and revitalize the Tupac Amaru Market in Juliaca in 2024, through infrastructure improvements and attracting new traders and visitors. A qualitative approach and a non-experimental cross-sectional design were employed. The population consisted of market traders, with a sample of participants selected for convenience. The survey technique with a questionnaire as the main instrument was used for data collection. The analysis of results showed strong support for infrastructure improvement and attracting new actors to strengthen the market and the community. The importance of considering diverse opinions and the specific needs of the community in planning urban revitalization interventions is highlighted.

**Keywords:** Urban revitalization, Tupac Amaru Market, infrastructure improvement, quality of life, public space.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El mercado Tupac Amaru de Juliaca ha sido un centro neurálgico de comercio y vida social desde su creación, desempeñando un papel esencial en la economía local y en la cohesión social de la comunidad. Sin embargo, en los últimos años, el deterioro de sus espacios públicos alrededor del mercado ha afectado negativamente su funcionalidad y atractivo. Este deterioro ha generado una serie de problemas que no solo comprometen la experiencia de los usuarios y comerciantes, sino que también impactan en la imagen urbana y la dinámica económica del área.

La necesidad de investigar la recuperación del espacio público para revitalizar el mercado Tupac Amaru se sustenta en diversas evidencias científicas y estudios precedentes. Según Gehl (2010), la calidad de los espacios públicos tiene un impacto inmediato en la vitalidad de las áreas comerciales y en la calidad de vida de los residentes. La revitalización urbana a mediante de la recuperación de espacio público no solo mejora la funcionalidad y estética del entorno, sino que también promueve la seguridad, la inclusión social y el desarrollo económico (Jacobs, 1961).

En el contexto de Juliaca, la problemática de los espacios públicos en el mercado Tupac Amaru se manifiesta en la congestión, el desorden y la inseguridad. Estos problemas no son únicos de Juliaca, sino que reflejan desafíos comunes en muchas ciudades de América Latina, en el cual el crecimiento urbano rápido y desorganizado ha llevado al deterioro de áreas públicas críticas (Montgomery, 1998).

Estudios epidemiológicos indican que la falta de espacios públicos adecuados está asociada con niveles más altos de estrés y comportamientos antisociales (Kuo, 2001).

La formulación del problema central de esta investigación se basa en la pregunta: ¿Con la recuperación del espacio público se podrá revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca en 2024? Para abordar esta cuestión, es esencial analizar la problemática existente en los espacios públicos del mercado, identificar los factores influyentes en su recuperación y revitalización, y elaborar programas y planes basados en casos análogos exitosos.

El objetivo general de esta investigación es la recuperación del espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca en 2024.

Para alcanzar este objetivo, se plantearon los siguientes objetivos específicos: analizar la problemática existente con relación al espacio público del mercado, identificar los factores influyentes que contribuyan a su recuperación y revitalización, elaborar un programa basado en casos análogos y proponer la renovación de la infraestructura acorde con las necesidades del mercado.

La hipótesis general que guía esta investigación es que recuperando el espacio público se logrará la revitalización del mercado, generando una imagen urbana más limpia y potenciando el mercado Tupac Amaru de Juliaca en 2024. Esta hipótesis se desglosa en las siguientes hipótesis específicas: existe una problemática que puede ser analizada en relación con los espacios públicos del mercado, existen factores influyentes que pueden contribuir a la recuperación y revitalización mediante nuevos formatos, se puede elaborar un programa basado en casos análogos que permitan entender los planes de recuperación de las zonas públicas y se puede proponer la renovación de la infraestructura acorde con las necesidades del mercado.

La justificación de esta investigación radica en la necesidad e importancia de mejorar la calidad de vida de los usuarios de Juliaca y de los usuarios del mercado Tupac Amaru. La revitalización del mercado no solo tiene el potencial de mejorar las condiciones comerciales y de seguridad, sino que también puede transformar el mercado en un espacio de encuentro comunitario, promoviendo la cohesión social y el bienestar colectivo. Además, la implementación de un proyecto de recuperación del espacio público puede servir como modelo para otras intervenciones urbanas en contextos similares.

En síntesis, la recuperación del espacio público en el mercado Tupac Amaru de Juliaca es una intervención necesaria y justificada que puede generar beneficios significativos en términos de vitalidad urbana, desarrollo económico y cohesión social. Esta investigación se fundamenta en una sólida base teórica y empírica que respalda cuán importante es el espacio público en la vida urbana y su potencial para transformar positivamente las comunidades.

Planteamiento del problema, la configuración y calidad de los espacios públicos en torno a los mercados son decisivos para el desarrollo económico y social de las áreas urbanas. Estos espacios no solo facilitan la interacción social y la

cohesión comunitaria, sino que también pueden mejorar la seguridad y potenciar la actividad comercial (Gehl, 2011). Sin embargo, la falta de espacios públicos adecuados es un problema persistente en muchas ciudades del mundo. Este problema es particularmente relevante en Perú y, de manera específica, en la región de Puno y la ciudad de Juliaca, donde el mercado Tupac Amaru enfrenta desafíos significativos de términos en infraestructura y uso del espacio público.

A nivel global, la urbanización acelerada y desorganizada ha provocado la reducción y deterioro del espacio público en áreas de mercados. La falta de planificación y mantenimiento adecuados de estos espacios puede resultar en mercados congestionados, inseguros y poco atractivos, lo que afecta negativamente tanto a los comerciantes como a los clientes (Jacobs, 1961). En muchas ciudades, los mercados tradicionales son el corazón de la vida urbana, pero a menudo están rodeados de espacios públicos insuficientes o mal diseñados.

Por ejemplo, el mercado de Camden en Londres, antes de su revitalización, enfrentaba problemas de congestión y deterioro. La intervención en el espacio público ha transformado esta área en un atractivo centro turístico y comercial, lo que demuestra el impacto positivo de la planificación urbana cuidadosa (Carmona, 2010). Similarmente, el mercado de La Boquería en Barcelona ha experimentado una revitalización significativa mediante la mejora de los espacios públicos, lo que ha aumentado la afluencia de visitantes y mejorado la experiencia de compra (Montgomery, 2013).

En Perú, los mercados tradicionales son fundamentales para la economía y la cultura local, pero a menudo enfrentan problemas similares a los observados a nivel mundial. La falta de espacios públicos adecuados en los mercados peruanos contribuye a la congestión, inseguridad y falta de higiene, lo que afecta tanto a comerciantes como a clientes (Pajuelo, 2018). Estos problemas se agravan en las ciudades de rápido crecimiento, donde la infraestructura no ha podido seguir el ritmo de la expansión urbana.

El mercado de San Pedro en Cusco es un ejemplo donde la intervención en espacios públicos ha sido limitada, resultando en problemas de accesibilidad y seguridad que impactan negativamente la experiencia de compra y la salud pública (Salvador, 2017). En Lima, el mercado de La Parada ha sido históricamente un

centro de conflictos debido a la carencia de planificación urbana adecuada y a la ausencia de espacios públicos funcionales (Vásquez, 2015).

En la región de Puno, los mercados son centros vitales de actividad económica y social. Sin embargo, la falta de planificación adecuada ha llevado a situaciones donde los espacios públicos alrededor de los mercados son insuficientes o mal mantenidos. Según un estudio realizado por la Universidad Nacional del Altiplano, la falta de espacios públicos en los mercados de Puno contribuye significativamente a problemas de tráfico, inseguridad y falta de atractivo visual (Quispe, 2020). Estos problemas no solo perturban la calidad de vida de los residentes, sino que también limitan el potencial económico de los mercados.

El mercado central de Puno es un ejemplo claro donde la congestión y la falta de espacios públicos adecuados han resultado en un entorno comercial caótico y poco seguro. Las áreas circundantes están saturadas de vehículos y vendedores informales, lo que reduce la accesibilidad y la seguridad para los compradores y comerciantes (Gonzales, 2019).

El mercado Tupac Amaru de Juliaca es un ejemplo emblemático de estos problemas a nivel local. La ausencia de espacios públicos adecuados alrededor del mercado ha generado una serie de desafíos que incluyen la congestión vehicular, inseguridad, y una experiencia de compra subóptima tanto para los comerciantes como para los usuarios. La falta de áreas de descanso, zonas verdes y espacios de interacción social limita la capacidad del mercado para atraer a más visitantes y mejorar la calidad de vida de los usuarios (Municipalidad Provincial de San Román, 2021).

Un estudio reciente indicó que la revitalización de los espacios públicos en el mercado Tupac Amaru podría mejorar significativamente la seguridad, la accesibilidad y la estética del área, promoviendo un entorno más saludable y atractivo para todos los usuarios (Chura, 2022). La intervención en el diseño urbano y la implementación de políticas públicas efectivas son esenciales para abordar estos desafíos y potenciar el desarrollo económico y social del mercado.

En síntesis, la falta de espacios públicos adecuados en los mercados es un problema global que se manifiesta de manera aguda a nivel nacional, regional y local. En el mercado Tupac Amaru de Juliaca, la revitalización de los espacios

públicos es crucial para mejorar la calidad de vida del usuario, la seguridad y la actividad económica de la zona. Abordar estos desafíos a través de un diseño urbano cuidadoso y la implementación de políticas públicas efectivas es esencial para lograr un desarrollo urbano sostenible y equitativo.

El Problema General de esta investigación se centra en la pregunta: **¿Con la recuperación del espacio público se podrá revitalizar y potenciar el Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?** Este interrogante surge de la observación de que los espacios públicos juegan un papel vital en la calidad de vida urbana, la cohesión social y el dinamismo económico. La falta de mantenimiento y el uso inadecuado de estos espacios han reducido significativamente su efectividad e imagen urbana.

La investigación pretende demostrar que la recuperación del espacio público no solo revitalizará y potenciará el mercado Tupac Amaru, sino que también contribuirá a una imagen urbana más limpia y ordenada, mejorando la calidad de vida de los habitantes de Juliaca y promoviendo el desarrollo económico local. La elaboración de un diagnóstico preciso de la problemática, la identificación de factores influyentes, el estudio de casos análogos y la propuesta de un plan de renovación integral constituyen los pasos esenciales para abordar y resolver los desafíos actuales del mercado Tupac Amaru y sus espacios públicos.

Justificación del estudio, la presente investigación se realiza con el objetivo de abordar la problemática del deterioro de los espacios públicos alrededor del mercado Tupac Amaru en la ciudad de Juliaca, con el fin de revitalizar y potenciar este importante centro de comercio y vida social. Las razones que motivan esta investigación son tanto personales como institucionales, y responden a la necesidad de atender las demandas y necesidades de la población de Juliaca, así como a contribuir al avance del conocimiento en el campo de la arquitectura y el desarrollo urbano sostenible.

Razones Personales e Institucionales, como egresado de la carrera profesional de Arquitectura, la realización de esta investigación responde a un compromiso personal con la mejora del entorno urbano y la calidad de vida de los habitantes de Juliaca. La formación recibida en la Universidad César Vallejo ha inculcado en el investigador la importancia de aplicar los conocimientos y

habilidades adquiridas para resolver problemas concretos de la comunidad, promoviendo el desarrollo sostenible y la innovación tecnológica.

A nivel institucional, esta investigación se alinea con las líneas de investigación de la Universidad César Vallejo, específicamente en las áreas de Arquitectura y Responsabilidad Social Universitaria, con un enfoque en Innovación Tecnológica y Desarrollo Sostenible. La universidad promueve activamente proyectos que no solo generan conocimiento, sino que también tienen un impacto positivo y tangible en la sociedad. Esta investigación busca contribuir a estos objetivos institucionales mediante el desarrollo de propuestas concretas para la recuperación de espacios públicos, que son vitales para la cohesión social y el dinamismo económico de Juliaca.

Atención a las Demandas y necesidades de la población, la investigación se justifica, en primer lugar, por la necesidad urgente de mejorar los espacios públicos alrededor del mercado Tupac Amaru. Estos espacios han experimentado un notable deterioro debido a la falta de mantenimiento, planificación urbana deficiente y una creciente demanda comercial que no ha sido adecuadamente gestionada. La revitalización de estos espacios es esencial para mejorar la seguridad, accesibilidad y estética del área, lo cual, a su vez, potenciará el mercado y beneficiará a los comerciantes y usuarios.

Además, la investigación responde a la necesidad de promover el desarrollo sostenible en Juliaca. Según Montgomery (1998), la revitalización de los espacios públicos puede mejorar significativamente la calidad de vida urbana y fomentar un sentido de comunidad. La recuperación de estos espacios públicos no solo abordará problemas inmediatos de desorden y deterioro, sino que a su vez también contribuirá a la creación de un entorno urbano más sostenible y resiliente.

Contribución al conocimiento y resolución del problema esta investigación tiene el potencial de llenar vacíos de conocimiento en el campo de la arquitectura y el urbanismo, específicamente en la recuperación de espacios públicos en contextos urbanos complejos como Juliaca. Existen numerosos estudios que demuestran el impacto positivo de los espacios públicos bien diseñados en la vida urbana (Gehl, 2010; Jacobs, 1961), pero hay una escasez de investigaciones específicas que

aborden cómo estas intervenciones pueden ser implementadas de manera efectiva en mercados urbanos en ciudades medianas de América Latina.

Mediante un enfoque basado en el análisis de casos análogos, esta investigación pretende desarrollar un programa de recuperación de espacios públicos que sea aplicable no solo al mercado Tupac Amaru, sino también a otros contextos similares. Este programa se fundamentará en principios de diseño sostenible y participación comunitaria, asegurando que las soluciones propuestas sean tanto efectivas como inclusivas.

Relevancia para la línea de investigación y responsabilidad social universitaria, la investigación se enmarca en la línea de investigación de Arquitectura, enfocándose en el diseño y recuperación de espacios públicos urbanos. Además, se alinea con la línea de Responsabilidad Social Universitaria, promoviendo la innovación tecnológica y el desarrollo sostenible. La propuesta de recuperación del mercado Tupac Amaru integra principios de sostenibilidad ambiental, como el uso de materiales ecológicos y la creación de áreas verdes, y de sostenibilidad social, mediante la inclusión del entorno urbano en el proceso de diseño y mejorar el flujo, accesibilidad y seguridad del área.

En conclusión, esta investigación es relevante y necesaria tanto a nivel personal como institucional. Busca no solo mejorar un aspecto crucial del entorno urbano de Juliaca, sino también contribuir al avance del conocimiento en arquitectura y urbanismo sostenible. Al abordar un problema concreto con soluciones innovadoras y sostenibles, la investigación tiene el potencial de generar un impacto positivo duradero en la comunidad y servir como modelo para futuras intervenciones urbanas.

Los objetivos que se han planteado en la investigación son las siguientes:

General:

- Recuperar el espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.



### Específico:

- Analizar la problemática existente con relación a los espacios públicos del Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.
- Identificar los factores influyentes en los espacios públicos a fin de poder recuperar y revitalizar mediante nuevos formatos el Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.
- Elaborar un programa basado en los casos análogos que me permitan entender los planes de recuperación de las zonas públicas que han sido tomadas en el Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.
- Proponer la renovación de la infraestructura acorde con las necesidades y actividades del mercado para crear espacios públicos y así revitalizar el Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.

La hipótesis que se ha planteado en la investigación es la siguiente:

La **recuperación del espacio público** en torno al mercado contribuirá significativamente a **revitalizar y potenciar** su actividad comercial, atraer a más visitantes, mejorar la seguridad y la calidad de vida del mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.

En cuando a los antecedentes a nivel internacional tenemos a: Un estudio realizado en 2023 por Custodio González, Ortiz Salazar y Medina Pérez analizó la segregación socioespacial en el acceso a los bienes socioambientales otorgados por los espacios verdes públicos (EVP) en Durango, México. A través de métodos de análisis y estadística espacial, se identificaron patrones que reflejan una distribución desigual de estos bienes entre diferentes grupos sociales, con implicaciones significativas para la equidad urbana y la calidad de vida. Los resultados revelaron una relación entre el nivel socioeconómico y el acceso a los EVP, subrayando la importancia de abordar la importancia del espacio público en la planificación urbana. Este antecedente es relevante para la investigación sobre la revitalización del mercado Tupac Amaru de Juliaca, proporcionando un marco teórico y metodológico para entender la importancia del espacio público en la cohesión social y el desarrollo urbano, así como lecciones valiosas para abordar problemas similares en otro contexto urbano (Custodio et al., 2024).

(Martínez Salvador & Alvarado Ramírez, 2020)

Un estudio llevado a cabo por Zumba Llango, Ruiz Ortiz y Cepeda Godoy se centró en la reactivación de espacios urbanos convertidos en vacíos públicos en la ciudad de Riobamba, Ecuador. La investigación empleó métodos exploratorios, descriptivos, cualitativos y de estudio de casos, utilizando tanto enfoques teóricos como empíricos, así como consultas a expertos. El artículo propone el diseño de un espacio urbano integrado en el entorno, destacando la relevancia y la necesidad de este tipo de propuestas para la reactivación urbana y la mejora de la calidad de vida ciudadana. Se sugiere la generalización de este procedimiento a otros espacios urbanos en futuras intervenciones de reactivación urbana realizadas por entidades públicas. Este estudio proporciona una visión valiosa sobre cómo la arquitectura y la planificación urbana pueden contribuir a revitalizar y mejorar los espacios públicos, promoviendo la cohesión social y el bienestar de la comunidad. (Zumba Llango, et al., 2019).

En cuando a los antecedentes a nivel nacional tenemos a: El estudio realizado por Takayama Bravo examinó la recuperación de espacios públicos degradados en la ciudad de Pimentel, centrándose en estrategias basadas en infraestructura verde. Esta investigación cualitativa de tipo básico, con diseño de estudio de caso, se apoyó en teorías de sostenibilidad, sistemas y específicas de espacio público, acupuntura urbana, ecosistémica e infraestructura verde. Los resultados se obtuvieron a través de entrevistas, observaciones y análisis documental. Se descubrió que la criminalidad y una percepción elevada de inseguridad, lo cual tiene como un impacto negativo en la unión social. La expansión urbana descontrolada también daña los ecosistemas costeros debido a la falta de áreas verdes y la limitada intervención estatal. Se llegó a la conclusión de que una colaboración integral entre la comunidad local y el gobierno es crucial para abordar tanto los aspectos físicos como los sociales, asegurando así el éxito y la sostenibilidad en la recuperación y preservación de los ecosistemas espacio públicos (Takayama Bravo, 2024).

La investigación realizada por Inga Llatas y Guerrero Ramírez se enfoca en la recuperación del borde ribereño de Bagua, con énfasis en sus características y valor territorial y urbano. A pesar de su importancia histórica y cultural, este borde

riberaño se encuentra en deterioro, con su malecón infrautilizado para diferentes actividades como la cultura y el ocio. El objetivo principal del estudio es revitalizar este espacio mediante una infraestructura arquitectónica vinculada al ocio y la cultura, integrando el espacio público y en respuesta al análisis se aplican estrategias proyectuales sobre el borde riberaño. Se llevaron a cabo análisis de vegetación, estudios de casos y el diseño de un edificio malecón como propuesta arquitectónica, considerando el plan maestro y el programa arquitectónico. Las etapas de investigación se desarrollaron mediante técnicas de observación y análisis teóricos, con cartografías y planimetrías como herramientas principales. Este estudio ofrece un enfoque integral para revitalizar el borde riberaño de Bagua, destacando la importancia de la arquitectura como facilitadora de la relación entre la ciudad y el río, y subrayando la necesidad de recuperar y aprovechar adecuadamente estos espacios públicos (Inga Llatas, 2024).

La investigación llevada a cabo por Checa Correa y De La Cruz Roa se enfoca en abordar el crecimiento poblacional y territorial acelerado del Distrito de Sullana, que ha generado una demanda insatisfecha de equipamientos comerciales, especialmente mercados, lo que ha propiciado el surgimiento del comercio informal y la ocupación indebida del espacio público, principalmente en el sector Buenos Aires. El objetivo principal del estudio fue proponer estrategias de solución para la recuperación de estos espacios públicos mediante la implementación de un mercado. Se empleó una metodología cualitativa básica que permitió una investigación enriquecedora, comparando teorías, opiniones de experto y observaciones de campo. Los resultados destacaron que el mercado mayorista contribuyó significativamente a la renovación urbana del sector, satisfaciendo las necesidades de los usuarios y generando a su vez un sentido de identidad social en la comunidad, tanto a nivel de infraestructura interna como de espacios externos (Checa Correa & De La Cruz Roa, 2024).

En cuando a los antecedentes a nivel regional o local tenemos a: El proyecto de investigación desarrollado por Huanca Anara y Roque Mamani tiene como objetivo plantear una propuesta esquemática para un espacio público metropolitano en torno al río Juliaca, con el propósito de reparar la calidad de vida urbana para el año 2042. Se emplearon la teoría de los puntos centrales para la ubicación espacial de los equipamientos, el método prospectivo de Michel Godet, el

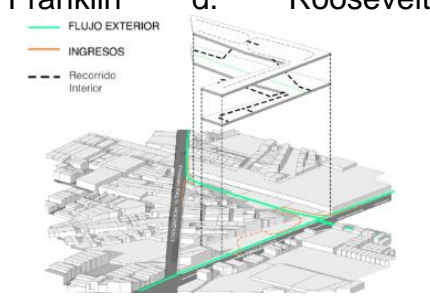
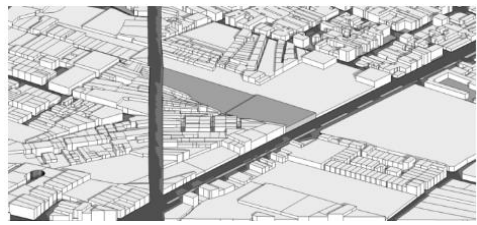
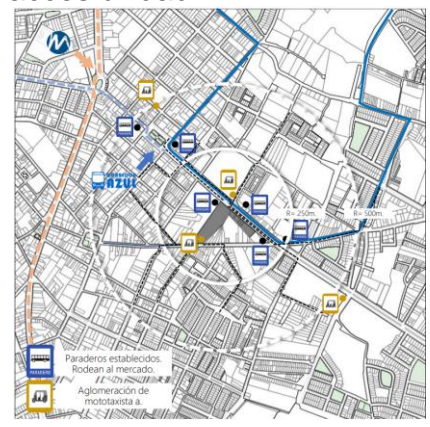
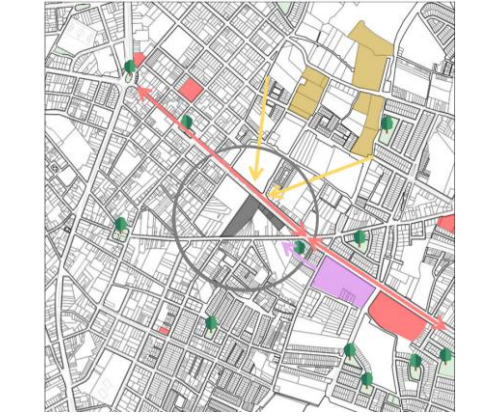
análisis estructural y la matriz IGO. La propuesta se centra en la recuperación y protección de áreas vulnerables alrededor del río, considerando su interrelación con el espacio urbano a través de conexiones viales y espaciales. Se incorporan aspectos sociales relevantes, como expresiones culturales y actividades destacadas de la ciudad, dotándolas de espacios y equipamientos adecuados. Se concluye que la prospectiva permitió identificar potencialidades y problemáticas ambientales, así como la necesidad de mejorar la interacción social y aumentar las áreas verdes, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida urbana según los estándares del INVIERTE.PE y la OMS (Huanca Anara & Roque Mamani, 2023).

El proyecto liderado por Condori Maquera y Jaliri Ccuno surge como respuesta a la desatención actual hacia la provisión del espacio público, áreas verdes y el patrimonio cultural y natural de Puno. Se propone la Regeneración Urbana como medio para vincular el entorno natural, cultural y urbano, buscando la recuperación funcional, social y natural de un entorno degradado. Se plantea concebir estos espacios como lugares libres y democráticos que integren a sus usuarios. Para lograrlo, se realiza un análisis exhaustivo de las causas que determinan la calidad de estos espacios, considerando tanto factores físicos de la configuración urbana como factores emocionales relacionados con la sensibilidad local del usuario. Esa propuesta se centra en la creación de espacios públicos abiertos, como alamedas, corredores y senderos peatonales, así como en infraestructura recreativa, con el objetivo de satisfacer las necesidades de la población y preservar el medio ambiente. Se focaliza en el malecón de Puno, la bahía interior y la avenida Costanera para recuperar espacios públicos deteriorados y mejorar la imagen urbana, preservando la identidad cultural y arquitectónica. Se espera que estas acciones no solo mejoren la calidad de vida de los usuarios, sino que también contribuyan a impulsar lo económico y social de la población. En última instancia, se busca poner en valor espacios que alguna vez fueron admirados y que representan el patrimonio cultural y natural de la región, fomentando la conciencia y participación ciudadana en el proceso de regeneración urbana (Condori Maquera & Jaliri Ccuno, 2020).


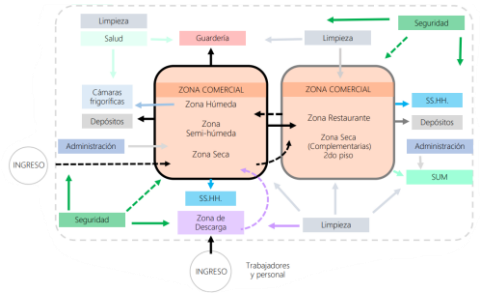
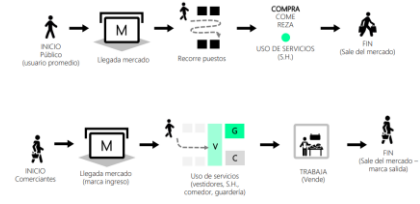
El desarrollo de esta investigación, liderada por Arteta Morante y Huerta Espinoza, surge de la falta de espacios de integración orientados hacia la gerontología en el distrito de Arapa, lo cual es un índice negativo en las condiciones

de vida de personar mayores. Se plantea la necesidad de espacios que garanticen seguridad física y accesibilidad, permitiendo que los adultos mayores sigan siendo una parte activa de la sociedad, compartiendo conocimiento y adquiriendo nuevos saberes sin perder su valor social. La realidad del adulto mayor es un tema de relevancia nacional, dada la creciente población en esta etapa de la vida y la falta de servicios adecuados para satisfacer sus necesidades. La investigación revela un panorama desalentador, marcado por el abandono y la indolencia hacia esta población vulnerable. Ante esta situación, se plantea la creación de un centro de refugio, rehabilitación física y recreación como una medida necesaria y factible para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores en el distrito. Esta iniciativa busca abrir nuevas posibilidades para quienes enfrentan esta etapa de la vida, fomentando su integración social y su bienestar físico y emocional. Se resalta la importancia de concientizar a la sociedad sobre la inevitabilidad del envejecimiento y la necesidad de prepararse para esta etapa de la vida con seriedad y empatía (Arteta Morante & Huerta Espinoza, 2020).

**Tabla N°1. Cuadro de síntesis del caso estudiado 1**

<b>Cuadro de síntesis de casos estudiados</b>		
<b>Caso N°1</b>	<b>Cuadro síntesis de casos estudiados</b>	
<b>Mercado de abastos en surco</b>		
<b>Datos generales</b>		
Ubicación: surco Año: 2021	Autoras: Rocío Alejandra Pedraza Julca Romina Pía Villanes Chacón	
<b>Análisis contextual</b>		<b>Conclusión</b>
<b>Emplazamiento</b>	<b>Morfología del terreno</b>	
<p>Está ubicado entre la Av. Jorge Chávez con Jr. Franklin d. Roosevelt</p>  <p>FLUJO EXTERIOR INGRESOS Recorrido Interior</p>	<p>Este proyecto se localiza en un área abierta e implica la intervención de la infraestructura nueva del mercado y los puestos ubicados frente a él.</p> 	
<p>toma los puestos del frente para formar un solo lenguaje en el volumen</p>		
<b>Análisis Vial</b>	<b>Relación con el entorno</b>	<b>Aportes</b>
<p>En la Av. Jorge Chávez circulan 4 líneas de transporte público. Obteniendo una buena accesibilidad.</p>  <p>Paraderos establecidos. Rodean al mercado. Aglomeración de mototaxista a.</p>	<p>Unifica la manzana, por la diversidad de usos que hay en el sector buscando promover a una ciudad dinámica y sostenible.</p> 	<p>la forma de emplazar el mercado es favorable</p>

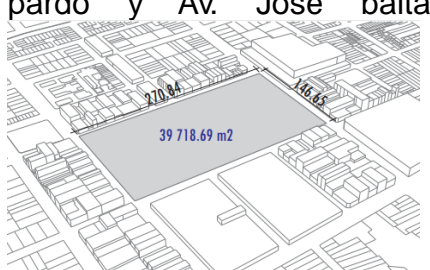
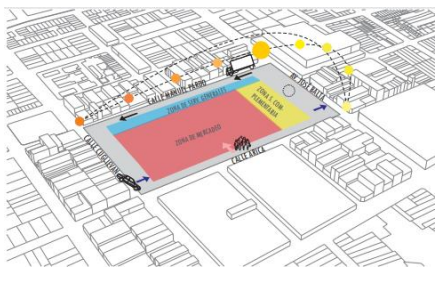
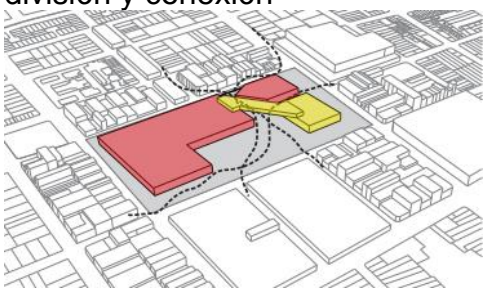
<b>Análisis Bioclimático</b>		<b>Conclusión</b>
<p>Clima</p> <p>Temperatura: Este distrito tiene un clima agradable, no cuenta con cambios remarcables. La temperatura llega entre los 19.4° C y 24.8 hasta 27.1° C como máximo</p> <p>Radiación Solar: Por la mañana la fachada principal recibirá más iluminación solar.</p>	<p>Humedad: Tiene una humedad relativa esta varia 78.3% y 88.7% como máximo y en los meses de verano disminuye los valores.</p> <p>Precipitaciones: La precipitación mensual promedio para la zona es baja variando entre 0.3 a 2.5 milímetros.</p> <p>Vientos: Llegan a una velocidad de 6 m/seg. mayormente provienen del suroeste.</p>	<p>aprovecha las aguas pluviales para generar pequeñas áreas verdes</p>
<b>Análisis formal</b>		
<b>Ideograma conceptual</b>	<b>Principios Formales</b>	<b>Conclusión</b>
<p>Para su diseño íntegro 2 volúmenes, los cuales contrastan entre sí con el fin de darle equilibrio visual al volumen. Generando contraste entre estas dos partes interpretadas de diferentes formas y a la vez conviviendo en el mismo espacio. La cual es "DUALIDAD"</p>	<p>busca equilibrar el volumen perdido con elementos ligeros, envolventes para la protección del interior, ventilación e iluminación. reforzar la idea de la dualidad</p>	<p>la unión de dos partes para crear un punto de unión</p>
<b>Características de la forma</b>	<b>Materialidad</b>	<b>Aportes</b>
<p>Integrarse al entorno toma la creación de pequeñas plazuelas, propone estacionamientos, sótanos. ensanchar la vía para la ganancia de espacio.</p>	<p>Usará materiales metálicos, concreto y ladrillo. Para los exteriores muros de ladrillo expuesto.</p>	<p>envolventes y elementos ligeros para alivianar el volumen</p>
<b>Análisis funcional</b>		
<b>Zonificación</b>	<b>Organigramas</b>	<b>Conclusión</b>

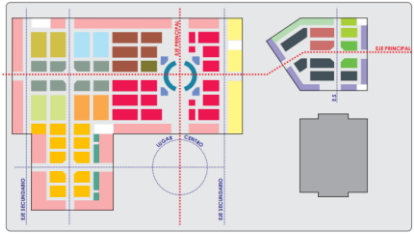
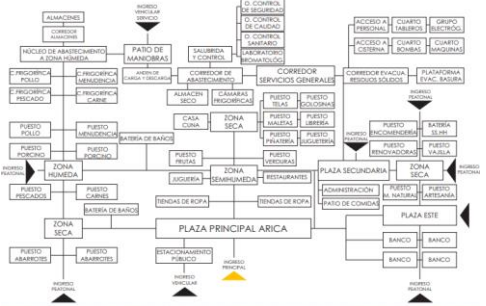
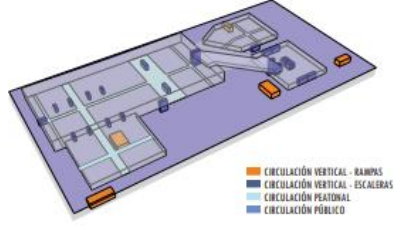
<p>cuenta con espacio que prolongan su horario de atención que continúen con otros tipos de actividades generando conexión entre la calle la idea es invitar al usuario a recorrer el mercado</p> 	<p>Toman en cuenta el flujo que realizan los usuarios y los ambientes necesarios para un mercado, optimiza los recorridos y la organización general, toma la normativa en cuenta.</p> 	<p>las actividades internas con las externas forman como una invitación al usuario a ingresar al mercado.</p>
<p><b>Flujogramas</b></p>	<p><b>Programa Arquitectónico</b></p>	<p><b>Aportes</b></p>
	<p>Sus ambientes fueron agrupados en zonas según la relación que tenían los productos divididos en zona seca, semi húmeda y húmeda.</p>	<p>generar ambientes con actividades compatibles entre internas y externas</p>
<p>Fuente: elaboración propia.</p>		

**Tabla N°2. Cuadro de síntesis del caso estudiado 2**

<p><b>caso N°2</b></p>	<p><b>Cuadro de síntesis de casos estudiados</b></p>	
<p><b>Mercado de abastos, para mejorar el abastecimiento de productos de primera necesidad</b></p>		
<p><b>Datos generales</b></p>		
<p>Ubicación: Chiclayo Año: 2018</p>	<p>Autor: Yasmin Nayari Miranda Bardales</p>	
<p><b>Análisis contextual</b></p>		<p><b>Conclusión</b></p>
<p>Emplazamiento</p>	<p>Morfología del terreno</p>	<p>toma las características del entorno para la accesibilidad del proyecto</p>
<p>Se ubica entre los jirones: Arica, cuglievan, manuel</p>	<p>propuso un volumen sólido emplazado a la forma del terreno.</p>	

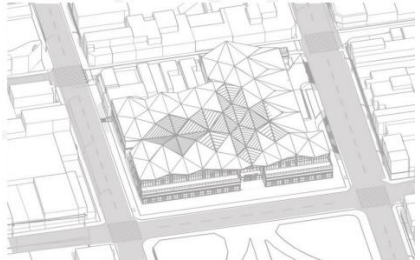

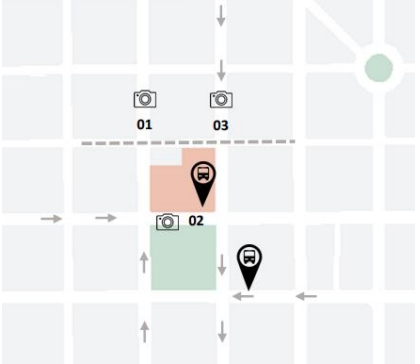



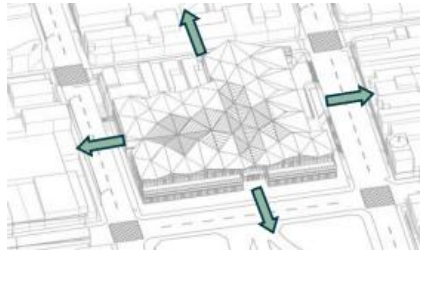


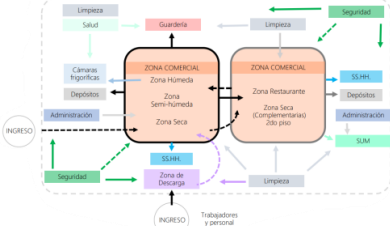

<p>pardo y Av. José balta</p> 		
<p><b>Análisis vial</b></p>	<p><b>Relación con el entorno</b></p>	<p><b>Aportes</b></p>
<p>Cuenta con flujo vehicular por tres lados colindantes lo que favorece diferentes puntos de acceso.</p>	<p>La carencia de las áreas verdes y el déficit de áreas de esparcimiento.</p>	<p>Toma a favor el entorno logrando puntos de accesibilidad facilitando el recorrido y flujo y usuarios</p>
<p><b>Análisis Bioclimático</b></p>		<p><b>Conclusión</b></p>
<p>Clima</p> <p>Temperatura: la temperatura más alta es en febrero con 28.8°C y la más baja en septiembre con 15.4°C</p>	<p>en cuanto a las precipitaciones en la zona la lluvia no se presenta con prioridad.</p> <p>Vientos: tiene una predominancia del suroeste hasta el noreste</p>	<p>tiene un estado subtropical con temperatura agradable</p>
<p><b>Análisis formal</b></p>		
<p><b>Ideograma conceptual</b></p>	<p><b>Principios Formales</b></p>	<p><b>Conclusión</b></p>
<p>la armonía entre lo comercial y el espacio público.</p>	<p>busca la armonía de los elementos entre niveles y retiros, división y conexión</p> 	<p>uso de la forma diagonal para la circulación peatonal</p>
<p><b>Características de la forma</b></p>	<p><b>Materialidad</b></p>	<p><b>Aportes</b></p>
<p>Cuenta con forma lineal</p>	<p>Usará materiales metálicos,</p>	<p>usar las</p>

favoreciendo y dando lugar al espacio público.	concreto y ladrillo. pieles como fajas metálicas tejidas	características del entorno.
<b>Análisis funcional</b>		
<b>Zonificación</b>	<b>Organigramas</b>	<b>Conclusión</b>
<p>establece la ubicación de los usos mediante el análisis de accesibilidad del usuario y la permeabilidad a los volúmenes</p> 	<p>teniendo en cuenta el flujo que recorren los usuarios y cuales ambientes son importantes y necesarios.</p> 	<p>la conexión de los ingresos creando una plaza interna principal</p>
<b>Flujogramas</b>	<b>Programa Arquitectónico</b>	<b>Aportes</b>
	<p>Sus ambientes y áreas obtenidas mediante el análisis de diferentes referentes y normativas, por la prioridad del usuario dando un programa de acuerdo con las necesidades del usuario</p>	<p>la organización en cuadrícula que forma para la circulación.</p>
Fuente: elaboración propia.		

**Tabla N°3.** Cuadro de síntesis del caso estudiado 3

<b>caso N°3</b>	<b>cuadro síntesis de casos estudiados</b>	
<b>Nuevo mercado de abastos</b>		
<b>Datos generales</b>		
Ubicación: magdalena del mar Año: 2021	Autor: Lilian Alejandra Bartuen Aguilar Silvana Jazmín Guerra Cabrera	
<b>Análisis contextual</b>	<b>Conclusión</b>	

<p>Emplazamiento</p>	<p>Morfología del terreno</p>	<p>respondiendo a las vías aledañas se formaron 4 ingresos</p>
<p>Posee 4 frentes colinda con Jr. José Gálvez, Ramon castilla, jirón Bolognesi, Jr. Leoncio Prado.</p> 		
<p><b>Análisis Vial</b></p>	<p><b>Relación con el entorno</b></p>	<p><b>Aportes</b></p>
<p>Tiene vías en buen estado de conservación los cual favorece la accesibilidad al lugar.</p> 	<p>según el plano normativo el proyecto se encuentra en la zona de uso comercio, cerca de la zona se encuentra la zona residencial media.</p> 	<p>Tomar en cuenta la importancia de las vías para ubicar los puntos de acceso.</p>
<p><b>Análisis Bioclimático</b></p>		<p><b>Conclusión</b></p>
<p>Clima Temperatura: Con una máxima llega a los 26.5°C y la mínima es de 14.6°C.</p> <p>Radiación Solar: Por la mañana la fachada del Jr. Leonardo Prado y por la tarde el Jr. ramón castilla</p>	<p>Vientos: predominan hacia el suroeste.</p>	<p>El terreno tiene una orientación hacia el noreste por esa razón una protección en las fachadas oeste y este.</p>
<p><b>Análisis formal</b></p>		
<p><b>Ideograma conceptual</b></p>	<p><b>Principios Formales</b></p>	<p><b>Conclusión</b></p>
<p>Busca una representación de</p>	<p>usa como estrategias de diseño:</p>	<p>el uso de ambos</p>

mercado como “mercado como la diversidad de patrimonio alimentario”	la integración, potencializado, saturación y conexión.	ejes como ordenador
<b>Características de la forma</b>	<b>Materialidad</b>	<b>Aportes</b>
<p>Con la proposición de 2 ejes que marcan los ingresos con fin de ordenar la circulación y distribución.</p> 	<p>Usará materiales metálicos, concreto y ladrillo.</p> 	<p>se forma un volumen con armonía a su entorno dando lugar a áreas verdes.</p>
<b>Análisis funcional</b>		
<b>Zonificación</b>	<b>Organigramas</b>	<b>Conclusión</b>
<p>Los puestos se encuentran zonificados mediante las zonas húmedas, semihúmedas y secas</p> 	<p>de acuerdo con el frecuente flujo recorridos por los usuarios y zonas de acuerdo con las actividades compatibles.</p> 	<p>la forma del recorrido da un flujo amplio y libre.</p>
<b>Flujogramas</b>	<b>Programa Arquitectónico</b>	<b>Aportes</b>
	<p>Sus ambientes fueron agrupados en zonas según la relación que tenían los productos divididos en zona seca, semi húmeda y húmeda.</p>	<p>la ubicación de las zonas según las actividades</p>
Fuente: elaboración propia.		

**Tabla N°4.** Matriz comparativa de aportes de casos

<b>Matriz comparativa de aportes de casos</b>			
	<b>caso 1</b>	<b>caso 2</b>	<b>caso 3</b>
<b>Análisis contextual</b>	inclusión de espacio de comercio exterior en uno solo.	Tomar las características del entorno para que las actividades internas y externas sean compatibles	según el entorno y la colindancia con vías por los 4 lados se toman el número de ingresos
<b>Análisis bioclimático</b>	la reutilización de aguas pluviales para las áreas verdes	al contar con un estado subtropical con temperatura agradable opta por manejar una ventilación adecuada a la zona	Forma una protección en las fachadas debido a radiación solar, y cuenta con la ventilación adecuada.
<b>Análisis formal</b>	la unión de dos partes para lograr la dualidad crea envolventes para aligerar el volumen	uso de volumen diagonal para favorecer la circulación peatonal	a partir de 2 ejes como ordenador logra conformar armonía con su entorno
<b>Análisis funcional</b>	compatibiliza las actividades internas con las externas.	crea como punto de concentración una plaza interna y otra externa	forma recorridos amplios y libres favorece el flujo de los usuarios

Fuente: elaboración propia.

En las teorías tenemos a: “La imagen de la ciudad de Kevin Lynch”, La obra de Kevin Lynch sobre la imagen de la ciudad ofrece una perspectiva fundamental para comprender la dinámica urbana y su evolución a lo largo del tiempo (Lynch, 2018). Lynch plantea que las ciudades no son estáticas, sino efímeras, y que su aspecto cambia constantemente debido a diversos factores, como el uso del espacio público, los flujos de personas y la interacción entre los habitantes y su entorno urbano (Lynch, 2018). En este sentido, la imagen ambiental de una ciudad no es simplemente una representación estática del paisaje urbano, sino el resultado de la

percepción y experiencia individual de cada espectador en relación con su entorno (Lynch, 2018).

Lynch destaca que la percepción de la ciudad varía significativamente entre diferentes observadores, ya que cada persona elige lo que ve y le otorga significado a su entorno urbano de manera única (Lynch, 2018). Esta diversidad de interpretaciones hace que la imagen de la ciudad sea un concepto multifacético y subjetivo, donde cada individuo puede tener una visión diferente según su origen, situación e intereses personales (Lynch, 2018). Por lo tanto, Lynch enfatiza la importancia de reconocer esta diversidad de perspectivas al intervenir en el diseño y planificación urbana (Lynch, 2018).

Para Lynch, comprender la imagen de la ciudad implica analizarla desde múltiples puntos de vista, teniendo en cuenta las necesidades y preferencias de diferentes tipos de usuarios urbanos (Lynch, 2018). Esto requiere adoptar un enfoque holístico que integre la experiencia sensorial, social y cultural de los habitantes en el proceso de diseño urbano (Lynch, 2018). En este sentido, Lynch propone estrategias para crear entornos urbanos que sean inclusivos, accesibles y significativos para toda la comunidad (Lynch, 2018).

En síntesis, la obra de Kevin Lynch ofrece una valiosa reflexión sobre la naturaleza dinámica y compleja de la imagen de la ciudad, destacando la importancia de considerar la diversidad de perspectivas y experiencias individuales al intervenir en el diseño y desarrollo urbano (Lynch, 2018). Su enfoque holístico y multidisciplinario proporciona un marco teórico sólido para abordar los desafíos contemporáneos en la planificación y gestión urbana, promoviendo la creación de entornos urbanos más vibrantes, inclusivos y sostenibles (Lynch, 2018).

La "Teoría de las Ventanas Rotas" del psicólogo Philip Zimbardo, desarrollada por el psicólogo Philip Zimbardo en 1969, plantea cómo un descuido o abandono en algún aspecto de un entorno puede desencadenar un deterioro creciente, lo que a su vez propicia el desarrollo de actividades delictivas y vandálicas (Zimbardo, 1969). Según esta teoría, el control social se ejerce a través de los mensajes que transmiten las acciones u objetos en un entorno determinado; por ejemplo, una ventana rota puede sugerir descuido y abandono, lo que socava el respeto social y favorece el aumento de conductas destructivas (Zimbardo, 1969).

Desde una perspectiva arquitectónica, el descuido o abandono de los espacios públicos puede generar una serie de problemas en la ciudad, como el aumento de la contaminación y la delincuencia (Zimbardo, 1969). Los elementos arquitectónicos, como las fachadas, también desempeñan un papel crucial en la configuración del espacio urbano, ya que definen el límite entre los espacios internos y externos y contribuyen a la identidad visual de la ciudad (Zimbardo, 1969).

En este sentido, la "Teoría de las Ventanas Rotas" resalta la importancia de mantener un entorno urbano ordenado, limpio y cuidado, ya que esto no solo mejora la calidad de vida de los ciudadanos, sino que también contribuye a prevenir la proliferación de conductas antisociales y delictivas (Zimbardo, 1969).

“El espacio público es la ciudad”, según Jordi Borja y Zaida Muxi, constituye el tejido mismo de la ciudad, siendo esencial para comprender su historia y dinámica (Borja & Muxi, s.f.). En este contexto, las interacciones entre los ciudadanos y el gobierno se reflejan en la creación y configuración de calles, plazas, parques, y otros lugares de reunión y esparcimiento (Borja & Muxi, s.f.). La ciudad se concibe como un sistema complejo, compuesto por una red interconectada de elementos, que incluyen tanto espacios físicos como infraestructuras de comunicación (Borja & Muxi, s.f.). Estos espacios públicos, utilizados de manera colectiva, son fundamentales para la vida urbana, permitiendo que la población se reúna, interactúe y dé significado al entorno urbano (Borja & Muxi, s.f.).

El espacio público no solo cumple una función física, sino que también posee una carga simbólica y política significativa (Borja & Muxi, s.f.). Es el escenario donde se manifiestan las distintas expresiones culturales y sociales de la ciudad, siendo un reflejo de su diversidad y vitalidad (Borja & Muxi, s.f.). Además, constituye el principal objeto de la planificación urbana y un componente central de la cultura cívica y la ciudadanía (Borja & Muxi, s.f.).

En síntesis, el espacio público es mucho más que meramente áreas físicas; es el corazón de la vida urbana, donde se entrelazan las historias individuales y colectivas de una comunidad, y donde se forja la identidad y el sentido de pertenencia de sus habitantes (Borja & Muxi, s.f.).

En marco conceptual tenemos a: La imagen urbana es un concepto que engloba la percepción visual y simbólica de una ciudad, influida por elementos

físicos como caminos, bordes, distritos, nodos e hitos (Lynch, 1960), así como por la experiencia estética y secuencial del entorno (Cullen, 1961) y la vitalidad social en los espacios públicos (Jacobs, 1961). Esta percepción se ve afectada por la identidad, la memoria colectiva y el sentido de pertenencia de los habitantes, siendo esencial para la calidad de vida urbana y la diferenciación de la ciudad en un contexto globalizado.

Las plazas urbanas son espacios públicos esenciales en la estructura y vida de las ciudades, sirviendo como puntos de encuentro, interacción social y expresión cultural. Según Carr et al. (1992), las plazas fomentan la cohesión comunitaria y ofrecen un espacio para actividades recreativas y eventos públicos, mientras que Gehl (2011) destaca su importancia en la promoción de la vida urbana y el bienestar de los habitantes. La configuración y el diseño de las plazas influyen en su accesibilidad, uso y percepción, convirtiéndolas en elementos clave para la identidad y vitalidad urbana.

El espacio público se refiere a áreas accesibles a todos los ciudadanos, incluyendo calles, plazas, parques y otros lugares de uso común, esenciales para la interacción social, la recreación y el ejercicio de derechos cívicos. Según Jacobs (1961), estos espacios fomentan la cohesión social y la seguridad urbana, mientras que Gehl (2011) resalta su papel en la promoción de una vida urbana activa y saludable.

Los mercados locales son centros de comercio donde se venden productos frescos y bienes locales, desempeñando un papel crucial en la economía y la cultura urbana. Según Watson y Studdert (2006), los mercados locales fortalecen la economía local y fomentan la cohesión social al servir como

El comercio minorista se refiere a la venta directa de bienes y servicios al consumidor final, contribuyendo significativamente a la vitalidad económica y social de las áreas urbanas. Levy (2012) destaca la importancia del comercio minorista en la generación de empleo y su capacidad para atraer y retener a residentes y visitantes en los centros urbanos.

El comercio mayorista implica la venta de grandes cantidades de bienes a minoristas y otros negocios, facilitando la distribución eficiente de productos en la economía urbana. Según Kotler y Keller (2016), el comercio mayorista es vital para



la cadena de suministro, reduciendo costos y mejorando la disponibilidad de productos en los mercados minoristas.

La revitalización urbana es un proceso dirigido a la renovación y mejora de áreas urbanas deterioradas o subutilizadas, buscando impulsar su desarrollo económico y social. Roberts y Sykes (2000) explican que este proceso involucra intervenciones físicas, económicas y sociales para mejorar la calidad de vida, la sostenibilidad y la cohesión comunitaria en las ciudades.

El comercio informal comprende actividades comerciales no reguladas que operan fuera del marco legal y fiscal formal. De Soto (1989) argumenta que el comercio informal es una respuesta a las barreras burocráticas y económicas, y aunque proporciona ingresos y empleo, también presenta desafíos en términos de regulación y planificación urbana.

El desarrollo urbano se refiere a la expansión y mejora de las áreas urbanas mediante procesos de planificación, construcción y renovación. Hall (2002) describe el desarrollo urbano como esencial para gestionar el crecimiento poblacional y económico, asegurando que las ciudades sean sostenibles, habitables y eficientes en el uso de recursos.

La planificación urbana es la disciplina que se ocupa del diseño y organización del uso del suelo en las ciudades, buscando armonizar el desarrollo urbano con la sostenibilidad y el bienestar social. Lynch (1981) sostiene que una planificación urbana efectiva debe integrar aspectos sociales, económicos y ambientales para crear entornos urbanos funcionales y atractivos.

La participación ciudadana implica la involucración activa de los habitantes en los procesos de toma de decisiones sobre el desarrollo y la gestión urbana. Arnstein (1969) introduce el "ladder of citizen participation" para describir los niveles de influencia que los ciudadanos pueden tener, desde la mera información hasta el control ciudadano completo, destacando su importancia para una gobernanza democrática y efectiva.

El análisis socioeconómico estudia la relación entre los factores económico-sociales en un contexto urbano, proporcionando información crucial y de esta manera toma de decisiones en planificación y desarrollo urbano. Sen (1999) señala

que comprender las dinámicas socioeconómicas es vital para abordar la pobreza, la desigualdad y promover el desarrollo inclusivo y sostenible en las ciudades.

Las estrategias de revitalización son enfoques planificados para la renovación y reactivación de áreas urbanas deterioradas, buscando mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo económico. Roberts y Sykes (2000) enfatizan que estas estrategias incluyen intervenciones físicas, económicas y sociales, y deben ser integrales y sostenibles para ser efectivas a largo plazo.

El comercio informal tiene un impacto significativo en la economía y la dinámica urbana, proporcionando empleo y acceso a bienes, pero también presentando desafíos como la falta de regulación y la competencia desleal. De Soto (1989) destaca que, aunque el comercio informal es una fuente vital de ingresos para muchas personas, también puede dificultar la planificación urbana y la recaudación de impuestos.

La gestión de espacios públicos implica la planificación, diseño, mantenimiento y regulación de áreas accesibles a todos los ciudadanos, para asegurar que sean seguros, inclusivos y funcionales. Carr et al. (1992) afirman que una gestión efectiva de los espacios públicos fomenta la cohesión social, la interacción comunitaria y mejora la calidad de vida.

## II. METODOLOGÍA

La presente investigación se define de **tipo básica**, teniendo un enfoque cualitativo llevara un nivel de investigación descriptivo.

Según Niglas (2010), el enfoque cualitativo analiza los hechos y revisa estudios previos de manera simultánea, lo que permite generar una teoría basada en las observaciones. Aunque se plantea un problema, este no está específico como en el enfoque cualitativo. En lugar de seguir un proceso lineal, el enfoque cualitativo construye los eventos mientras se lleva a cabo el estudio, operando de manera “circular” y flexible, sin un orden secuencial estricto.

Lincoln y Denzin (1994:576) describen la investigación cualitativa como un campo que barca y trasciende múltiples disciplinas, e incluso en ocasiones se opone a ellas. Se extiende a través de las humanidades, las ciencias sociales y las ciencias físicas, siendo al mismo tiempo interdisciplinaria, transdisciplinaria y contradisciplinaria. La investigación cualitativa adopta múltiples paradigmas en su enfoque y los investigadores que practicas valoran el uso de métodos diversos. Estos investigadores se guían por una perspectiva naturalista y buscan comprender la experiencia humana de manera interpretativa. Además, el campo de la investigación cualitativa es intrínsecamente político y está formado por diversas posiciones éticas y políticas.

El investigador cualitativo enfrenta la doble tensión simultánea. Por un lado, es atraído por una amplia sensibilidad, interpretativa y crítica. Por otro lado, puede sentirse atraído por concepciones más positivas, de experiencia humana y su análisis.

Esta investigación fue de diseño no experimental de corte transversal. Para definir el diseño no experimental, Fuentes-Doria et al. (2020) “la investigación no experimental se caracteriza por no manipular intencionalmente las variables. Este enfoque se centra en la observación de los fenómenos en su entorno natural, con el propósito de analizarlos posteriormente” (p. 59). De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), “los estudios no experimentales se dividen en transversales y longitudinales, según el factor tiempo” (p. 150). “Los diseños transeccionales o transversales recolectan datos en un único momento, en un solo tiempo único” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 176). En este contexto, la

presente investigación observó y analizó fenómenos urbanos como las plazas urbanas, el comercio informal y la revitalización urbana en su contexto natural, recolectando datos en un único momento para comprender su impacto y dinámica en la estructura y vida urbana.

La **investigación descriptiva** puede realizarse utilizando un enfoque cuantitativo o cualitativo; sin embargo, en este texto nos centramos en el enfoque cualitativo. Desde esta perspectiva, nos dedicaremos a describir detalladamente una realidad educativa específica, una situación determinada, o las acciones, sentimientos y percepciones de un grupo de personas en contexto particular. Según Guevara et al., (2020, p. 171) “el propósito de la investigación descriptiva es comprender las situaciones, costumbres y actitudes predominantes mediante la descripción detallada de actividades, objetos, procesos y personas”.

Las categorías, subcategorías y matriz de categorización son las siguientes: La variable considerada fue la "Recuperación del Espacio Público", abordada a través de dimensiones sociales, económicas y culturales. Los indicadores contemplados fueron la reducción de la inseguridad, la regulación del tránsito vehicular, la promoción de una mayor dinámica social y la creación de áreas para la socialización. Además, se evaluaron aspectos como la situación económica, la calidad de vida, la presencia de comercio formal, la diversidad de tipos de tiendas según el producto y la preservación de tradiciones y culturas locales. (**Tabla 05**)

La variable considerada fue "Revitalizar y Potenciar", abordada a través de dimensiones arquitectónicas, tecnológicas y comerciales. Se contempló la zonificación arquitectónica, la implementación de innovaciones tecnológicas en la infraestructura y estrategias para potenciar la comercialización. Los indicadores evaluados incluyeron la distribución de zonas de ventas, áreas administrativas y de servicios, así como la presencia de locales comerciales y agencias bancarias. Además, se consideraron sistemas de seguridad, verificación de temperaturas, sensores inteligentes para reducción de consumo de energía y cámaras frigoríficas. La zonificación de los puestos comerciales según su naturaleza (húmedo, semi húmedo y seco), la estructuración comercial basada en la identidad cultural juliaqueña y el orden para facilitar el acceso a los puntos de venta fueron también elementos evaluados en esta investigación. (**Tabla 06**)

Se elaboró la matriz de consistencia de la investigación, considerando los elementos fundamentales como el medio temático, la problemática identificada, los objetivos generales y específicos, el marco teórico, las hipótesis proyectuales, las variables de la investigación y la metodología del estudio. Esta matriz proporcionó un marco estructurado que permitió organizar de manera coherente y sistemática todos los aspectos relevantes de la investigación arquitectónica. **(anexo 01)**

**Tabla N°5.** Operacionalización de la variable independiente

Operacionalización de la variable independiente							
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategorías	Indicadores	Pregunta o afirmación	Escala de medición	Instrumento
RECUPERAR EL ESPACIO PUBLICO (VARIABLE INDEPENDIENTE)	"Recuperar el espacio público" tiene como definición el proceso de restauración y reacondicionamiento de áreas urbanas destinadas al uso comunitario, con el objetivo de revitalizar la vida urbana y mejorar la calidad del entorno urbano (Gehl, 2010).	"Recuperar el espacio público" se refiere al proceso de rehabilitación y reacondicionamiento físico de áreas urbanas destinadas al uso colectivo, con el objetivo de mejorar su accesibilidad, seguridad y atractivo visual, fomentando así su uso activo y participativo por parte de la comunidad.	Revitalización del Espacio Público	Infraestructura Mejorada	La revitalización del espacio público mediante una infraestructura mejorada en el mercado Tupac Amaru de Juliaca proporcionará un entorno más atractivo y funcional, promoviendo así una experiencia de compra más satisfactoria para los comerciantes y los clientes	Nominal	Cuestionario
			Importancia de espacios publico	Atracción de Nuevos Comerciantes y Visitantes	Teoría del espacio publico	Nominal	Cuestionario
			Infraestructura y Distribución Espacial	Disponibilidad de Espacios de Circulación	La distribución de los espacios de circulación dentro del Mercado Tupac Amaru es adecuada para facilitar el movimiento de los comerciantes y los clientes.	Nominal	Cuestionario
			Seguridad y condiciones sanitarias	percepción de Seguridad	Los comerciantes del Mercado Tupac Amaru se sienten seguros mientras trabajan en sus puestos.	Nominal	Cuestionario
			forma y función	Atractivo Visual	Teoría de la imagen urbana	Nominal	Cuestionario
			Servicios y Comodidades	Variedad de Servicios	La variedad de servicios disponibles en el Mercado Tupac Amaru, como estacionamiento, áreas de descanso y servicios sanitarios, satisfacen las necesidades de los comerciantes y los usuarios.	Nominal	Cuestionario

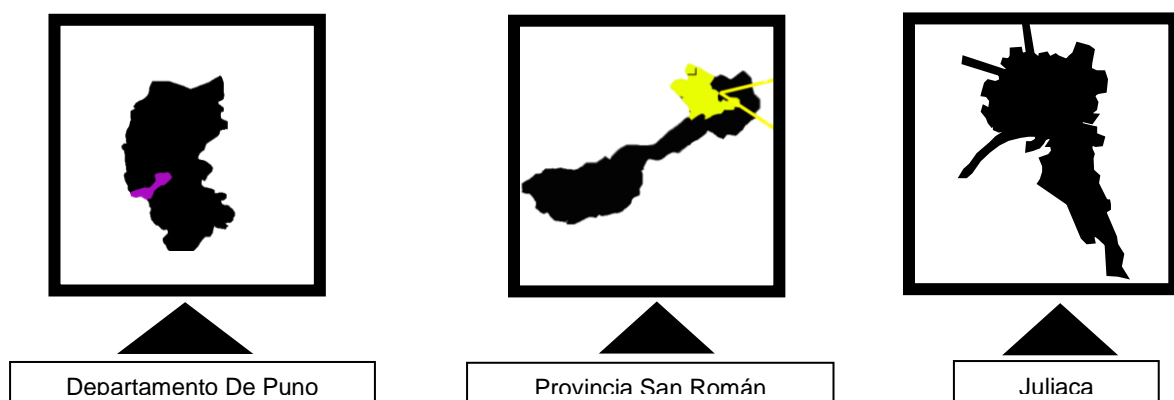
Fuente: elaboración propia.

**Tabla N°6.** Operacionalización de la variable dependiente

Operacionalización de la variable dependiente							
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategorías	Indicadores	Pregunta o afirmación	Escala de medición	Instrumento
REVITALIZAR Y POTENCIAR (VARIABLE INDEPENDIENTE)	"Revitalizar y Potenciar" se define como el conjunto de acciones orientadas a revitalizar y fortalecer áreas urbanas, mediante la implementación de estrategias arquitectónicas, tecnológicas y comerciales que mejoren su funcionalidad y atractivo para la comunidad (Gehl, 2010).	"Revitalizar y Potenciar" implica implementar acciones dirigidas a revitalizar y fortalecer la actividad comercial y comunitaria en el mercado, mediante la mejora de la infraestructura, la promoción de actividades culturales y comerciales, y la atracción de nuevos comerciantes y visitantes, con el fin de reactivar su dinamismo y contribuir a su desarrollo sostenible.	Conservar para revitalizar	Concientización de la importancia de espacios de esparcimiento	Teoría de las ventanas rotas	Nominal	Cuestionario
			Planificación y Ejecución	Utilización de Casos Análogos	¿Un programa basado en casos análogos serio efectivo en la planificación y ejecución de las acciones de recuperación de zonas públicas en el Mercado Tupac Amaru?	Nominal	Cuestionario
			Diseño y Distribución de Espacios	Adecuación a las Necesidades del Mercado	¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del Mercado Tupac Amaru mejoraría de manera efectiva a las necesidades y actividades de los comerciantes y los clientes?	Nominal	Cuestionario
			Atractivo y Funcionalidad	Mejora en la Funcionalidad y Estética	¿La renovación propuesta mejora tanto la funcionalidad como la estética del Mercado Tupac Amaru, lo que contribuirá a revitalizar el mercado y atraer a más visitantes?	Nominal	Cuestionario
Fuente: elaboración propia.							

En el contexto urbano se analizó la categoría involucrada con el contexto urbano que logro ampliar el análisis de la demarcación territorial donde se realizó la propuesta de la recuperación de espacio públicos para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru que se localizó en el departamento de Puno en la provincia de San Román distrito Juliaca, ubicado en el cercado de la ciudad.

**Figura N°1.** Demarcación territorial del mercado Tupac Amaru



Sistema vial, rol de vías principales, secundarias y peatonales.

Av. MANUEL NÚÑEZ BUTRÓN: comercio vivienda, ferretería

Av. CIRCUNVALACIÓN: comercio vivienda, talleres, ferretería

Jr. RAMON CASTILLA: vivienda comercio

Jr. HUANCANÉ: comercio vivienda

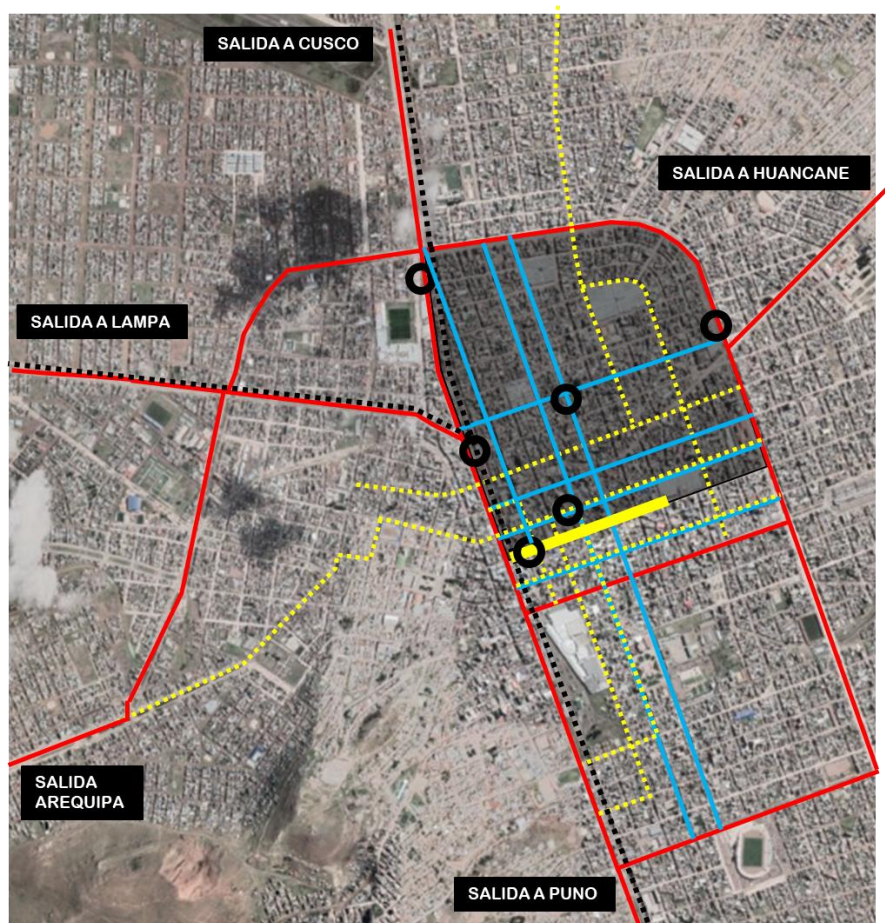
Jr. MOQUEGUA: comercio vivienda, comercio ambulatorio

Jr. RAÚL PORRAS: comercio vivienda, comercio ambulatorio

Jr. 8 DE NOVIEMBRE: ferretería, comercio vivienda



**Figura N°2.** Rol de vías principales, secundarias y peatonales



**Figura N°3.** Leyenda

- AVENIDAS PRINCIPALES
- - - TRANSPORTE URBANO
- VIAS SECUNDARIAS
- - - VIAS FERREA
- VIA PEATONAL

Fuente: elaboración propia.

Las condiciones climáticas: es importante organizar los espacios del proyecto tomando en cuenta el clima que tienes la ciudad de Juliaca.

Con esto aprovechar los recursos y energía natural a través de un análisis de orientación, asoleamiento, ventilación, vegetación, inundaciones del terreno.

En la orientación: La iluminación será aprovechada en las zonas requeridas de iluminación natural y también para las zonas públicas y de áreas verdes.

En promedio el mes más caluroso del año llega a 11.3 °C de noviembre. Siendo junio el mes más frío, con temperaturas bajas promediando 6.6 °C.

Los vientos en la ciudad de Juliaca encontramos dos vientos: uno proveniente del sureste (brisas del lago Titicaca), y estos vientos provenientes del oeste (sobresalientes de la cordillera de los andes). Esto nos puede ayudar en cuanto al temas de ventilación natural y para la protección de zonas exteriores mediante árboles.

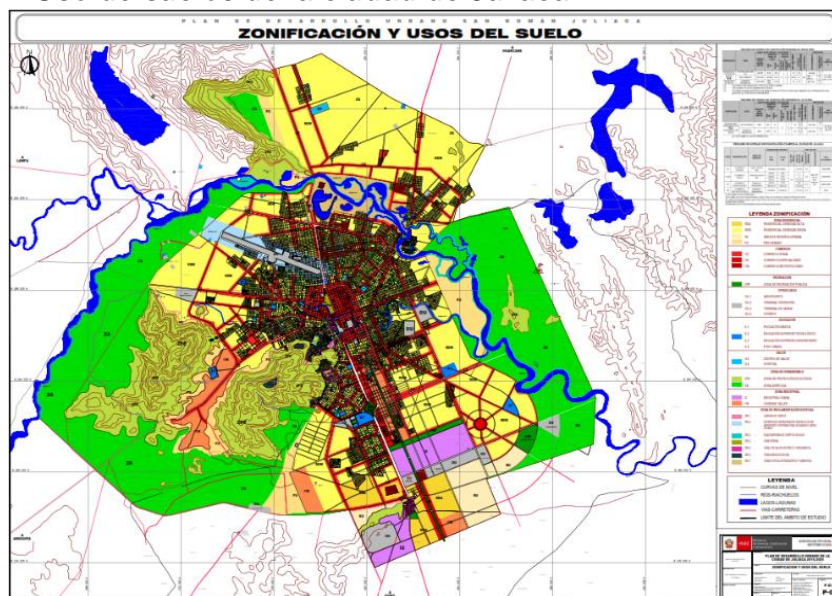
La topografía de la ciudad de Juliaca es plana con una inclinación levemente donde se asienta la mayor parte del área urbana.

Un tipo de inundación ocurre debido a la acumulación de agua de lluvia en diversas áreas de la ciudad, ocasionada por las condiciones topográficas y la falta de sistemas de drenaje pluvial.

Estas inundaciones se generan tras las lluvias intensas que persisten en los suelo hondos y poco permeables y formas charcos, lagunas.

El uso de suelos en la ciudad de Juliaca refleja un patrón espacial que corresponde a su base económica, en el cual el sector comercial y sus usos mixtos están presentes en la configuración de los usos de suelo.

**Figura N°4.** *Uso de suelos de la ciudad de Juliaca*

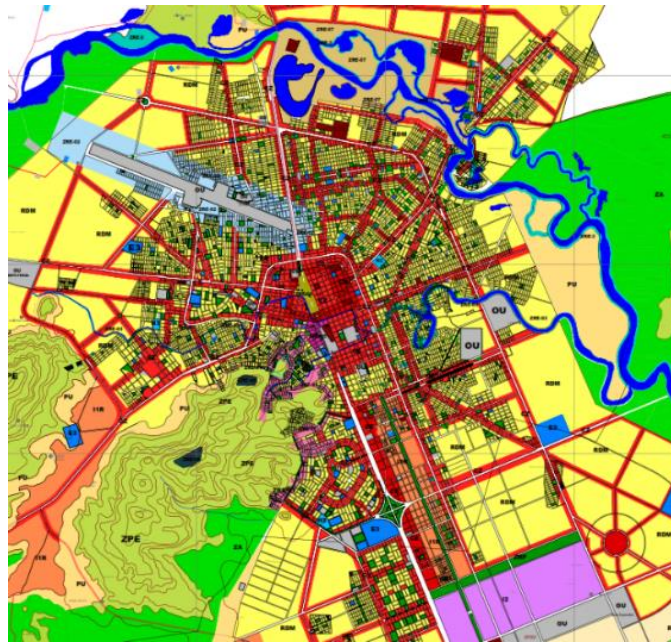


Fuente: PDU

De acuerdo con el análisis realizado, los datos del PDU parecen no incluir comercio informal porque Juliaca parece tener más uso comercial.

El 85% de las empresas en Juliaca son informales. Según Francisco Olivero Vargas, gerente de la cámara de comercio de Juliaca, de las más de 40 mil pequeñas y medianas empresas que operan en la ciudad de los vientos, al menos el 85 % son empresas informales.

**Figura N°5.** Zonificación comercial de la ciudad de Juliaca



Fuente: PDU

COMERCIAL (C): Son áreas comerciales dedicadas principalmente a la instalación y operación de tiendas de compra y venta de bienes y servicios en la ciudad de Juliaca. El plan de zonificación establece las siguientes categorías de comercio: Zona de Comercio Metropolitano (CM), Zona de Comercio Zonal (CZ) en torno a las principales arterias, como avenidas y centralidades; Zona de Comercio Especializado (CE), Zona de Comercio Vecinal (CV) y Comercio Local. El comercio local no se especifica en los planos de zonificación y su ubicación se determina en los planos de habilitaciones urbanas. (PDU)



**Figura N°6.** Resumen de norma de zonificación comercial - ciudad de Juliaca

**Resumen de Normas de Zonificación Comercial-Ciudad de Juliaca**

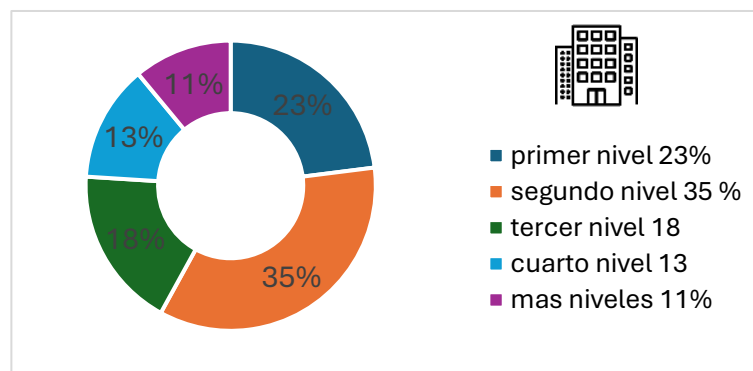
ZONIFICACIÓN	NIVEL DE SERVICIO	LOTE MÍNIMO m2	MÁXIMA ALTURA DE EDIFICACIÓN (Pisos)	USO RESIDENCIAL COMPATIBLE
COMERCIO METROPOLITANO CM	REGIONAL Y METROPOLITANO	Según Proyecto	1.5 (a+r)	RDA
COMERCIO ZONAL CZ	HASTA 300,000 HAB.			RDA/RDM
COMERCIO VECINAL CV	HASTA 7,500 HAB.			RDM/RDB
COMERCIO ESPECIALIZADO CE COMERCIO INTENSIVO CI	REGIONAL Y METROPOLITANO			RDA

Fuente: PDU

En su morfología el entorno del mercado actual tiene estructuras sólidas, optaremos por El uso de sólidos en movimiento y transparencias en el edificio mejorará el flujo de aire y la iluminación, y lo hará más dinámico y atractivo.

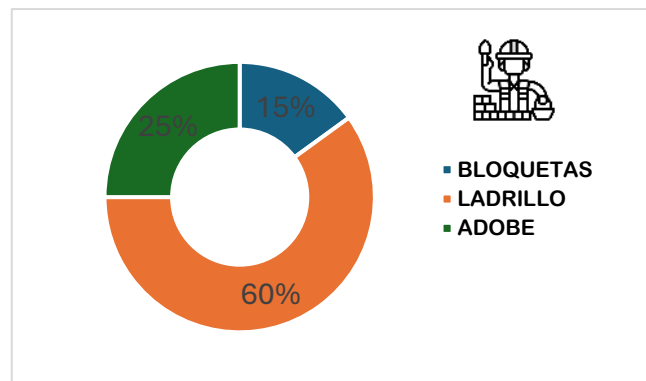
El perfil urbano del área de estudio tiene la mayor fluidez de viviendas dominantes en el centro de la ciudad en el primer anillo(cercado), que se caracterizan por viviendas en buen estado, y en algunas en mal estado y tiene los servicios que lo contemplan.

**Figura N°7.** Niveles de viviendas



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°8.** Material de las viviendas



Fuente: elaboración propia.

Perfil alto de la zona de estudio

**Figura N°9.** Ilustración de tipo de vivienda A



Fuente: elaboración propia.

Tipo de vivienda A

Podemos encontrar incluso viviendas con más de 6 piso de altura en su mayoría están con un acabado trajeado, cerámica y vidrio

**Figura N°10.** Ilustración de tipo de vivienda B



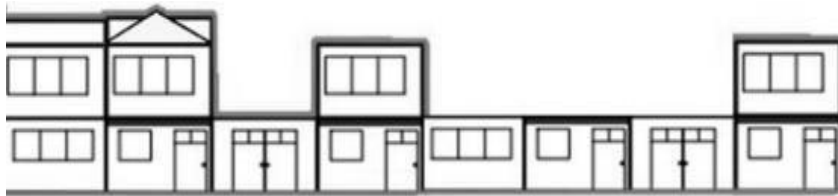
Fuente: elaboración propia.

Tipo de vivienda B

Perfil medio de la zona de estudio

Podemos encontrar casas con acabado de ladrillo y otras con cemento algunas sin mantenimiento o en mal estado

**Figura N°11.** ilustración de tipo de vivienda C



Fuente: elaboración propia.

Tipo de vivienda C

Perfil más bajo de la zona de estudio

La mayoría de las casas de de1 nivel están construidas con ladrillo o cemento estas mayamente se encuentran en un estado deplorable

El escenario de estudio: para la localización del terreno se ha tomado en tiene los lineamientos de emplazamiento, accesibilidad, contexto urbano, forma y uso, estas son indispensables para un buen funcionamiento del equipamiento, considero la elección del terreno basado en las recomendaciones dadas por los casos análogos estudiados, al igual que la viabilidad en la propuesta arquitectónica y su perspectiva visual con su entorno.

Ubicado en la ciudad de Juliaca – cercado – barrio Tupac Amaru Entre Jr. Raúl porras – Jr. Benigno Ballón Y Jr. Huancané - Jr. Moquegua

El mercado Tupac Amaru está ubicado en el centro de la ciudad, específicamente al noreste de la plaza de Armas. Teniendo un área de 17,506.15 m<sup>2</sup>

Limita con los Jirones: por el este con el Jirón Benigno Ballón, por el oeste con el Jirón Raúl Porras, por el norte con el Jirón Huancané, por el sur con Jirón Moquegua.

El mercado Tupac Amaru está ubicado en la ciudad de Juliaca, a una altitud de 3824 metros sobre el nivel del mar en la meseta del Collao, al noroeste del lago Titicaca. Siendo el principal centro de economía de la región de Puno y una de las áreas comerciantes más importantes del Perú.

**Figura N°12.** Ubicación del mercado Tupac Amaru



Fuente: elaboración propia.

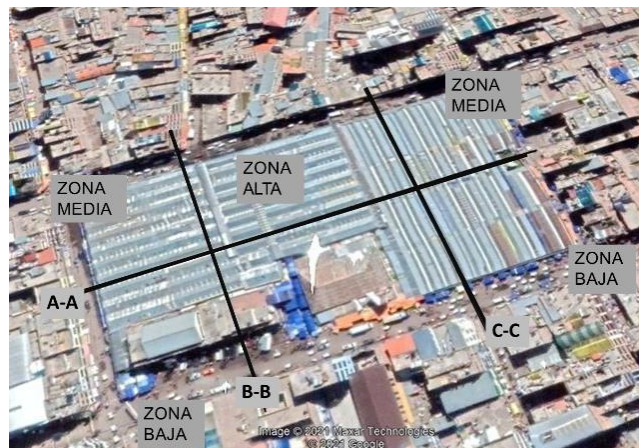
El mercado Tupac Amaru tiene una topografía natural con una pequeña pendiente, pero con el tiempo, se ha nivelado debido a la construcción de edificios y calles cercanas, lo que hace que la topografía del mercado sea ligeramente plana.

**Figura N°13.** Extensión del mercado Tupac Amaru



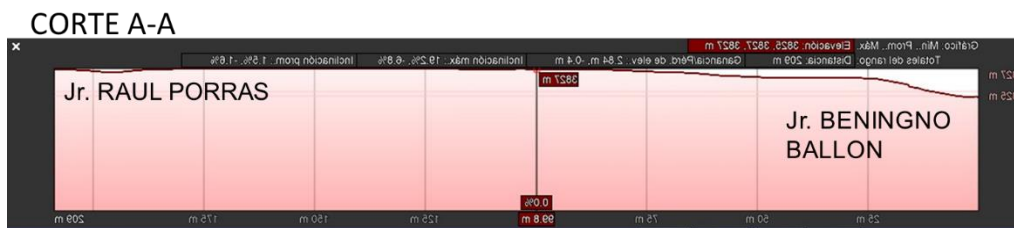
Fuente: elaboración propia.

**Figura N°14.** Zonas del mercado Tupac Amaru



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°15.** Corte A-A del mercado Tupac Amaru



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°16.** Corte B-B del mercado Tupac Amaru



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°17.** Corte C-C del mercado Tupac Amaru



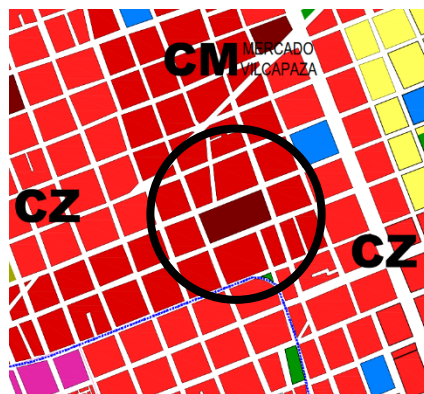
Fuente: elaboración propia.



Por último, cuenta con un perímetro de 559.36 ml teniendo 4 lados entre la superficie, de manera que su entorno y accesibilidad establecen ingresos principales y secundarios al terreno, de igual manera se relaciona con el contexto urbano.

Según el Plan de Desarrollo Urbano de Juliaca, al ser Juliaca una zona comercial nuestra área de estudio se encuentra con el uso de suelo comercio metropolitano (CM) que indica, es la zona donde el comercio se encuentra frente a vías principales, destinada a actividades comerciales clave como los restaurantes, hoteles, reparación de vehículos, estaciones de servicio, centros comerciales, tiendas, entre otros.

**Figura N°18.** Área de Estudio



Fuente: elaboración propia.

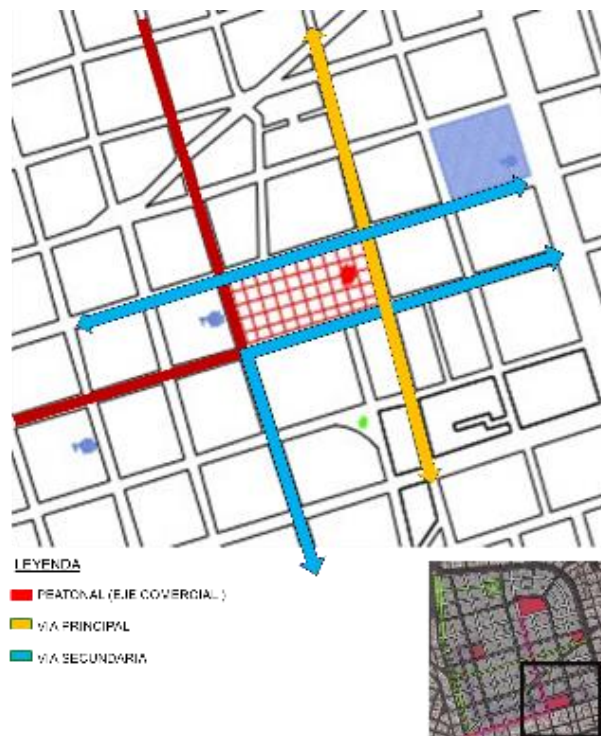
**Tabla N°7.** Certificado de parámetros urbanísticos y edificatorios.

PARÁMETROS	NORMATIVO
Área del lote del proyecto	-
Área de lote normativo	Existente.
Zonificación	Comercio metropolitano (cm).
Usos compatibles	Rda.
Densidad neta máxima / nivel de servicio	Regional y metropolitano.
Frente de lote normativo	Existente.

<b>% de área libre</b>	No es exigible para el uso comercial (tiendas, oficinas) siempre que se solucione adecuadamente la iluminación y ventilación de los ambientes respectivos. Para el uso residencial se dejará el 30% del área de lote.
<b>Altura de edificación máxima</b>	1.5 (a+r) 5 pisos – 16.10 ml.
<b>Coefficiente de edificación</b>	6.0
<b>Sección vial</b>	Respetar la sección del jr. Huancané que es variable*, jr. Benigno Ballón que es variable*, jr. Moquegua que es variable*, y jr. Raúl porras que es variable*. (respetar la sección vial consolidada).
<b>Retiro frontal</b>	-
<b>Estacionamiento</b>	Se considerará dentro del área para uso comercial un estacionamiento por cada 75 m2 de área techada.
<b>Alineamiento fachado</b>	Mantener la sección vial del jr. Huancané, jr. Benigno Ballón, jr. Moquegua, y jr. Raúl porras.
<b>Otros</b>	Para los casos de usos mixtos, se aplicará los siguientes criterios: Los parámetros comerciales se aplicarán solo a la parte de la edificación destinada a usos comerciales. Los parámetros residenciales compatibles se aplicarán a la propuesta de uso residencial. Se permite el uso residencial sin la obligatoriedad del uso comercial siempre y cuando se respeten los parámetros normativos de densidad y área libre correspondiente a la zona residencial compatible (porcentaje de área libre 30% para uso RDM).
Fuente: certificado de parámetros urbanísticos y edificatorios brindados por la municipalidad.	

De igual modo, la vialidad y accesibilidad de la zona a intervenir cuenta con facilidad de accesibilidad vehicular, Jr. Moquegua es conocido por ser una vía peatonal lo que contrae bastante flujo peatonal, Jr. Raúl Porras y Jr. Huancané ejes comerciales con flujo vehicular y peatonal, Jr. Benigno Ballón vendría ser una de las vías principales por su mayor flujo vehicular, mayor transporte pública.

**Figura N°19.** Viabilidad y accesibilidad



Fuente: elaboración propia.

Como técnicas e instrumentos de recolección de datos: en la investigación empleó la técnica de la encuesta como método de recolección de datos. Según Arias (2020), "la técnica de la encuestase emplea para recopilar datos en una investigación científica, obteniendo información de un grupo de personas, lo que permite al investigador alcanzar los objetivos de su estudio" (p. 19). Esta elección metodológica permitió obtener información directa de los comerciantes del Mercado Tupac Amaru de Juliaca, facilitando así la comprensión de su percepción y experiencias en relación con la recuperación y revitalización del espacio público.

La investigación se valió de la encuesta como instrumento principal. Según Ñaupas et al. (2018), el cuestionario "consiste en crear una serie de estructura de preguntas escritas, vinculadas a las hipótesis y, por lo tanto, a las variables e indicadores de la investigación" (p. 291). Este enfoque metodológico permitió estructurar de manera organizada las preguntas dirigidas a los comerciantes del Mercado Tupac Amaru de Juliaca, facilitando la recolección de

datos necesarios para abordar la problemática de recuperación y revitalización del espacio público en el contexto del mercado.

#### Técnicas e instrumentos utilizados

<b><i>Técnicas e instrumentos utilizados</i></b>	
Técnicas	Instrumentos
Encuestas	Cuestionario, se formula una serie de preguntas.
Fuente: elaboración propia	

El procedimiento comenzó con la recolección de información mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a los comerciantes y usuarios del Mercado Tupac Amaru de Juliaca. Este cuestionario abordó diferentes aspectos relacionados con la recuperación y revitalización del espacio público en el mercado. Las respuestas obtenidas fueron categorizadas en base a las categorías predefinidas, que incluían aspectos como infraestructura, seguridad, actividades comunitarias, entre otros. Estas categorías a su vez se subdividieron en subcategorías específicas para una mejor comprensión de los datos. Luego de la recolección de datos, se implementaron intervenciones basadas en los hallazgos obtenidos del análisis del cuestionario. Estas intervenciones incluyeron mejoras en la infraestructura, promoción de actividades comunitarias y estrategias para aumentar la seguridad en el mercado. Posteriormente, se llevó a cabo un proceso de triangulación de datos, donde se compararon y contrastaron los resultados obtenidos del cuestionario con otras fuentes de información, como observaciones directas y entrevistas a stakeholders relevantes. Este proceso permitió validar los hallazgos y obtener una comprensión más acertada de la situación del mercado en términos de recuperación y revitalización del espacio público.

Este procedimiento se diseñó con el objetivo de garantizar la validez y confiabilidad de los datos recopilados, así como para proporcionar una base sólida para la implementación de intervenciones efectivas en el Mercado Tupac Amaru de Juliaca.

En rigor científico tenemos.: La confiabilidad del instrumento de la investigación se evaluó utilizando el coeficiente alfa de Cronbach, una prueba que permite determinar si un instrumento con valoración Likert es confiable o no. Según Durán-Pérez y Lara-Abad (2021), "El coeficiente de alfa de Cronbach para escalas politómicas" (p. 52) proporciona información sobre la coherencia interna de las respuestas de los participantes. Esta medida asegura la confiabilidad de los datos recogidos mediante el cuestionario administrado a los comerciantes del mercado Tupac Amaru de Juliaca ofreciendo una base sólida para el análisis de la investigación.

La validez del instrumento de investigación se determinó a través del juicio de expertos, una técnica que evalúa en qué medida un instrumento mide efectivamente la variable de interés, según la opinión de especialistas en el tema. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), esta validez se refiere al "grado en que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema" (p. 235). Esta metodología garantizó que el cuestionario utilizado en la investigación abordara de manera adecuada los aspectos relevantes relacionados con la recuperación y revitalización de espacio público en el Mercado Tupac Amaru de Juliaca, asegurando la calidad y pertinencia de los datos recopilados.

Método de análisis de datos: El procedimiento de tratamiento de datos se llevará a cabo mediante el uso de la estadística descriptiva, que implica analizar y presentar los resultados obtenidos de manera gráfica y a través de tablas de frecuencia. Según Quesada et al. (2018), la estadística descriptiva es un método que permite organizar y clasificar los datos cualitativos obtenidos en la medición, con el propósito de mostrar mediante valores numéricos las características, relaciones y tendencias del objeto o fenómeno estudiado. Esta presentación de datos se realiza mediante tablas de distribución de frecuencias, gráficos (de barras, sectores circulares, histogramas) y medidas de tendencia central (promedio o media, mediana y moda) (p. 30). Este enfoque metodológico facilitará la comprensión y la interpretación de los resultados obtenidos a partir del cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Tupac Amaru de Juliaca, proporcionando una visión clara y detallada de las características y tendencias observadas en relación con la recuperación y revitalización de espacios públicos.

Aspectos éticos: En la investigación, se aplicaron criterios éticos tanto a nivel nacional como internacional para garantizar la calidad ética del estudio. Para asegurar la beneficencia, se consideraron los principios de respeto a la dignidad humana y protección de los participantes. En este sentido, se obtuvo el consentimiento informado de los comerciantes del Mercado Tupac Amaru de Juliaca, según lo establecido en el Anexo N.º 6, antes de su participación en la investigación. Además, se respetó la autonomía de los participantes al garantizar su derecho a retirarse en cualquier momento sin consecuencias negativas. Para asegurar la no maleficencia, se diseñó el estudio de manera que no se causara ningún daño físico o psicológico a los participantes. Asimismo, se aplicaron medidas para la confiabilidad de proteger la privacidad de la información recolectada, siguiendo los principios éticos establecidos en el Anexo N.º 7 sobre el asentimiento informado. Para garantizar la justicia, se aseguró la igualdad de oportunidades para participar en el estudio, evitando cualquier forma de discriminación o exclusión. Se aplicaron medidas para asegurar que los participantes comprendieran plenamente los objetivos y procedimientos del estudio, así como los posibles beneficios y riesgos asociados. En resumen, se siguieron rigurosamente los principios éticos de beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia para garantizar la calidad de ética y la integridad de la investigación.

### **III. RESULTADOS**

Los resultados fueron presentados en tablas con sus respectivas figuras, siguiendo un orden coherente con los objetivos de la investigación. Las tablas se diseñaron de manera clara y concisa, mostrando los datos recopilados de manera sistemática y organizada. Posteriormente, se llevó a cabo un análisis exhaustivo e interpretación de los resultados obtenidos, centrándose en los objetivos de la investigación. Se identificaron patrones, tendencias y relaciones significativas entre las variables estudiadas, utilizando métodos estadísticos apropiados. Se destacaron los hallazgos más relevantes y se relacionaron con la literatura existente, con el fin de proporcionar una comprensión más profunda y contextualizada de los resultados. Este proceso permitió obtener conclusiones significativas y proporcionar recomendaciones pertinentes para abordar la problemática investigada en el Mercado Tupac Amaru de Juliaca.

Para cumplir con el objetivo general de **recuperar el espacio público en el mercado Tupac Amaru de Juliaca**, se llevó a cabo una encuesta entre 30 vendedores del mercado. Las preguntas formuladas en la encuesta se centraron en dos aspectos clave: la percepción sobre la importancia de la revitalización del espacio público mediante una infraestructura mejorada y el impacto del fortalecimiento del mercado en términos de atracción de nuevos comerciantes y visitantes. Los resultados obtenidos de estas preguntas proporcionarán una comprensión detallada de las opiniones y expectativas de los comerciantes con respecto a la revitalización del mercado. A continuación, se presentarán los resultados de cada pregunta o afirmación, lo que permitirá identificar áreas de oportunidad y guiar la implementación de estrategias efectivas para lograr revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca.

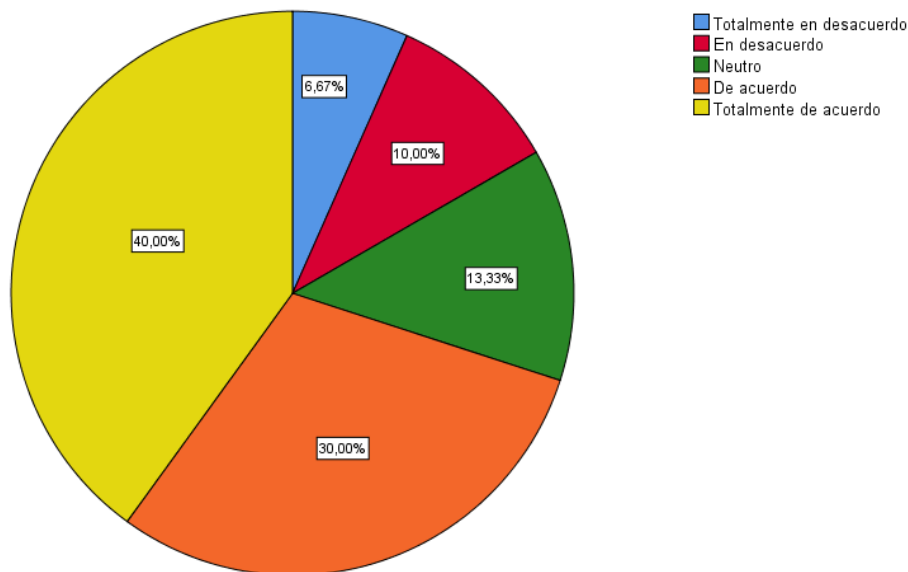
**Tabla N°8.** *¿La mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca revitalizará el espacio público, promoviendo una experiencia de compra más satisfactoria?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	3	10	10	16,7
	Neutro	4	13,3	13,3	30
	De acuerdo	9	30	30	60
	Totalmente de acuerdo	12	40	40	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.



**Figura N°20.** ¿La mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca revitalizará el espacio público, promoviendo una experiencia de compra más satisfactoria?



Fuente: elaboración propia.

El análisis y la interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta muestran que existe una percepción mayoritariamente positiva sobre el impacto que la mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca tendría en la revitalización del espacio público y en la promoción de una experiencia de compra más satisfactoria.

Al observar los datos, se destaca que el 70% de los encuestados (correspondiente a los porcentajes de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") expresaron su apoyo a la afirmación de que la mejora de la infraestructura del mercado contribuiría positivamente a la revitalización del espacio público y a mejorar la experiencia de compra. Este hallazgo sugiere un fuerte consenso entre los participantes en relación con la importancia de invertir en mejoras físicas en el mercado para mejorar su atractivo y funcionalidad.

Por otro lado, un 16.7% de los encuestados indicaron estar "En desacuerdo" o "Totalmente en desacuerdo" con la afirmación, lo que indica que existe una minoría que no está convencida de que la mejora de la infraestructura del mercado tenga un impacto significativo en la revitalización del espacio público y en la experiencia de compra.

Este análisis sugiere que, si bien la mayoría de los encuestados ven positivamente la relación entre la mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru y la revitalización de este, es importante considerar las opiniones y preocupaciones de aquellos que expresaron desacuerdo. Esto podría implicar la necesidad de investigar más a fondo las razones detrás de sus opiniones y trabajar en estrategias para abordar esas preocupaciones.

En relación con la literatura existente, estos descubrimientos son consistentes con la idea de que la mejora de la infraestructura urbana, como los mercados, puede tener un impacto positivo en la revitalización de los espacios públicos y en la promoción de una experiencia de compra más satisfactoria para los residentes y visitantes. Sin embargo, también se destaca la importancia de considerar las particularidades del contexto local y las necesidades específicas de la comunidad de Juliaca al planificar e implementar tales intervenciones.

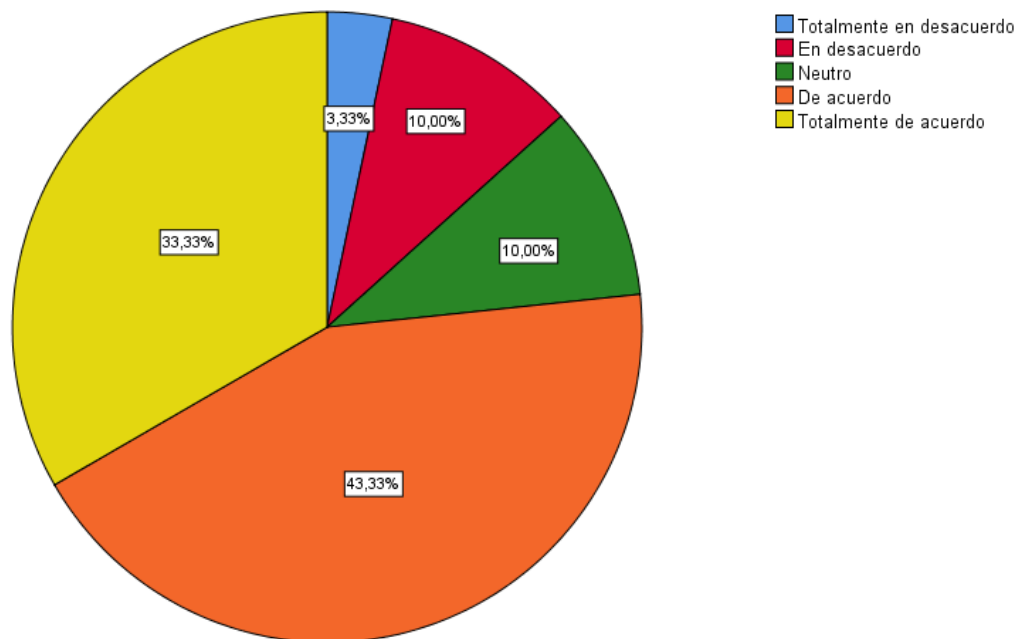
En conclusión, los resultados de la encuesta sugieren que la mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca tiene el potencial de revitalizar el espacio público y promover una experiencia de compra más satisfactoria, lo que respalda la relevancia de continuar explorando y trabajando en esta dirección. Sin embargo, se debe tener en cuenta la diversidad de opiniones y considerar cuidadosamente las preocupaciones de aquellos que expresaron desacuerdo.

**Tabla N°9.** ¿Conoce usted la Teoría de la Imagen Urbana, está de acuerdo?

<i>¿Conoce usted la Teoría de la Imagen Urbana, está de acuerdo?</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	3	10	10	13,3
	Neutro	3	10	10	23,3
	De acuerdo	13	43,3	43,3	66,7
	Totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°21.** ¿Conoce usted la Teoría de la Imagen Urbana, está de acuerdo?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos obtenidos sugiere que hay un fuerte apoyo a la Teoría de espacio público, impulsando la revitalización del mercado Tupac Amaru.

El 76.7% de los encuestados (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") expresaron su acuerdo con la afirmación, lo que indica una percepción mayoritariamente positiva sobre la Teoría de la imagen urbana. Este hallazgo sugiere que existe un consenso significativo entre los participantes sobre la importancia de fomentar el crecimiento económico y la revitalización el equipamiento a través del conocimiento de la Teoría de la Imagen Urbana.

Solo el 13.3% de los encuestados indicaron estar "En desacuerdo" o "Totalmente en desacuerdo" con la afirmación, lo que representa una minoría que cuestiona la Teoría de la Imagen urbana debido a la falta de conocimiento de esta. Sin embargo, esta minoría es considerablemente más pequeña en comparación con aquellos que expresaron acuerdo, lo que sugiere un amplio respaldo a la idea de que esta estrategia puede ser beneficiosa.

Estos hallazgos están en línea con la literatura existente, que destaca la importancia de la imagen urbana para la revitalización del mercado Tupac Amaru. La atracción de nuevos comerciantes y visitantes puede no solo aumentar la oferta y la

demanda en el mercado, sino también mejorar su función y atractivo, lo que a su vez puede contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad.

En conclusión, los resultados de la encuesta respaldan la idea sobre la Teoría de la Imagen Urbana, es importante para la revitalización del mercado Tupac Amaru de Juliaca, impulsando el crecimiento económico local y la vitalidad comunitaria. Estos hallazgos sugieren la importancia de continuar explorando y promoviendo estrategias para el mejoramiento de la infraestructura del mercado como parte de un enfoque integral para su revitalización y desarrollo.

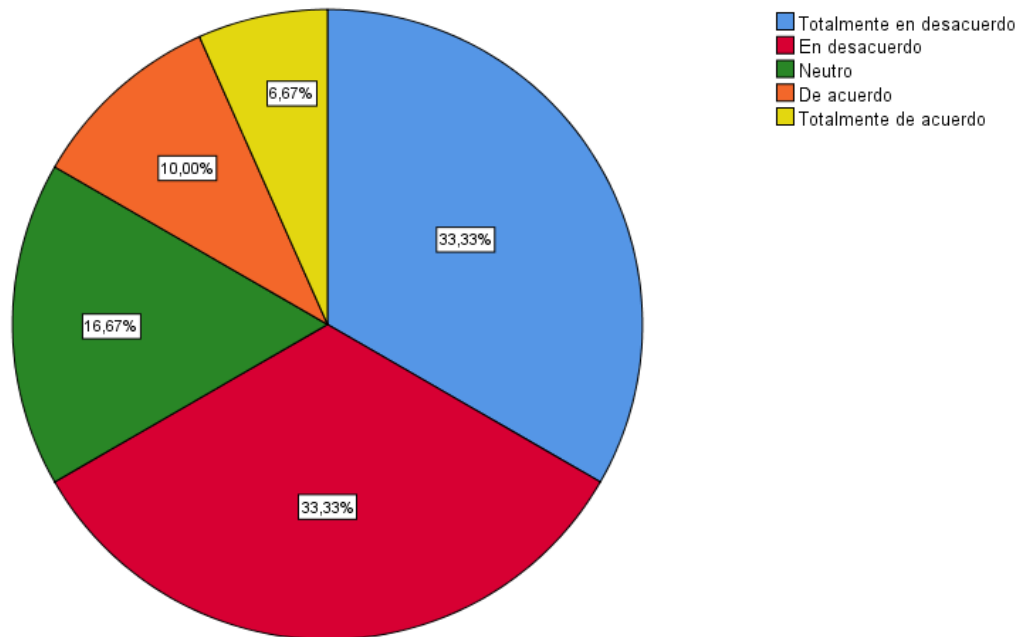
Para abordar el primer objetivo específico de **analizar la problemática existente en los espacios públicos del Mercado Tupac Amaru de Juliaca**, se aplicó una encuesta a 30 vendedores del mercado. Las preguntas formuladas se centraron en dos aspectos clave: la distribución de los espacios de circulación dentro del mercado y la percepción de seguridad de los comerciantes mientras trabajan en sus puestos. Estas preguntas proporcionarán información detallada sobre las principales dificultades y preocupaciones relacionadas con la infraestructura y la seguridad en el mercado. A continuación, se presentarán los resultados de cada pregunta o afirmación, lo que permitirá identificar áreas de mejora y poner las acciones destinadas a abordar la problemática existente en los espacios públicos del Mercado Tupac Amaru de Juliaca.

**Tabla N°10.** *¿La distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru facilita el movimiento de comerciantes y clientes?*

<i>¿La distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru facilita el movimiento de comerciantes y clientes?</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	33,3	33,3	33,3
	En desacuerdo	10	33,3	33,3	66,7
	Neutro	5	16,7	16,7	83,3
	De acuerdo	3	10	10	93,3
	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°22.** ¿La distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru facilita el movimiento de comerciantes y clientes?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos revela una percepción mayoritariamente negativa sobre la distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru en cuanto a facilitar el movimiento de comerciantes y clientes.

La mayoría de los encuestados, el 66.7% (suma de "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo"), expresaron desacuerdo con la afirmación, indicando que la distribución actual de los espacios de circulación no facilita el movimiento dentro del mercado. Esto sugiere que existe una preocupación generalizada entre los participantes sobre la eficacia de la distribución espacial en términos de flujo de personas y mercancías.

Un porcentaje considerable de encuestados, el 16.7%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre la distribución de espacios de circulación. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en las experiencias individuales de los encuestados dentro del mercado o a la falta de una percepción clara sobre este aspecto específico.

Solo un pequeño porcentaje de encuestados, el 16.7% (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo"), expresaron acuerdo con la afirmación,

sugiriendo que algunos participantes perciben que la distribución de espacios de circulación actual sí facilita el movimiento de comerciantes y clientes dentro del mercado. Sin embargo, este porcentaje es significativamente menor en comparación con aquellos que expresaron desacuerdo.

Estos hallazgos indican la necesidad de revisar y posiblemente reformar la distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru para mejorar la experiencia tanto de comerciantes como de clientes. Una distribución más eficiente y funcional podría contribuir a aumentar la comodidad, la seguridad y la eficiencia dentro del mercado, lo que a su vez podría fomentar un ambiente más atractivo y dinámico.

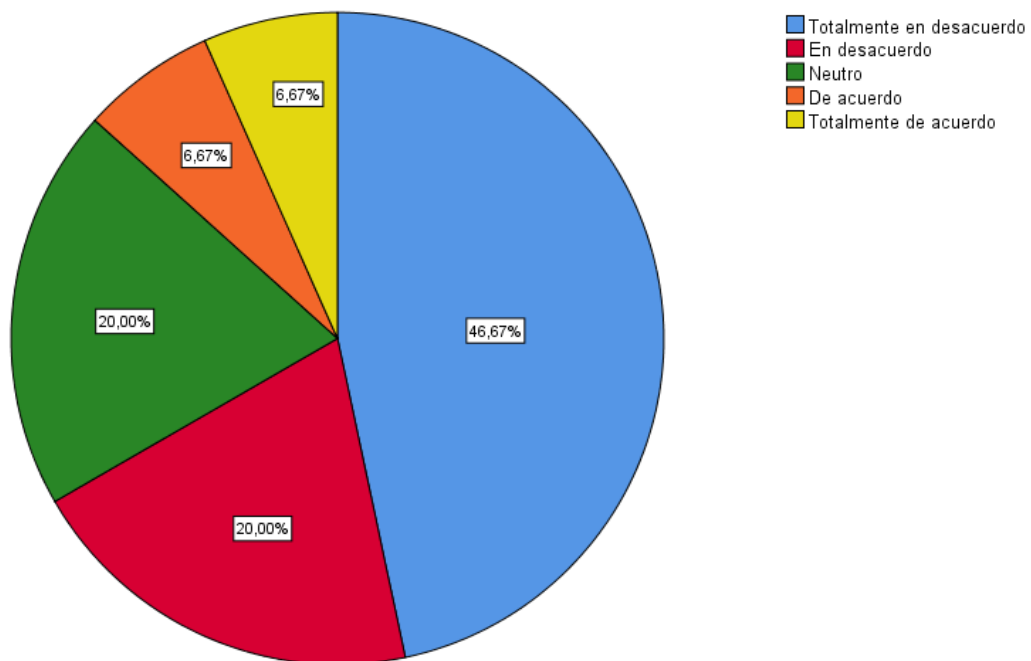
En conclusión, los resultados de la encuesta sugieren que la distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru no facilita de manera efectiva el movimiento de comerciantes y usuarios. Estos hallazgos destacan la importancia de abordar esta cuestión como parte de los esfuerzos para mejorar la infraestructura y la funcionalidad del mercado, con el fin de promover una experiencia más satisfactoria y productiva para todos los involucrados.

**Tabla N°11.** ¿Los comerciantes del mercado Tupac Amaru se sienten seguros en sus puestos de trabajo?

¿Los comerciantes del mercado Tupac Amaru se sienten seguros en sus puestos de trabajo?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	46,7	46,7	46,7
	En desacuerdo	6	20	20	66,7
	Neutro	6	20	20	86,7
	De acuerdo	2	6,7	6,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°23.** ¿Los comerciantes del mercado Tupac Amaru se sienten seguros en sus puestos de trabajo?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos revela una percepción mayoritariamente negativa entre los comerciantes del mercado Tupac Amaru en cuanto a sentirse seguros en sus puestos de trabajo.

El 66.7% de los encuestados (suma de "Totalmente en desacuerdo" y "En desacuerdo") expresaron desacuerdo con la afirmación, indicando que no se sienten seguros en sus puestos de trabajo dentro del mercado. Esto sugiere que existe una preocupación significativa entre los comerciantes sobre la seguridad en el mercado, lo que podría estar afectando su bienestar y su capacidad para operar de manera efectiva.

Un porcentaje considerable de encuestados, el 20%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre este aspecto específico. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en las experiencias individuales de los comerciantes o a la falta de una percepción clara sobre su seguridad en el mercado.

Solo un pequeño porcentaje de encuestados, el 13.4% (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo"), expresaron estar de acuerdo con la afirmación, indican que se sienten seguros en sus puestos de trabajo. Sin embargo, este porcentaje es significativamente menor en comparación con aquellos que expresaron desacuerdo.

Estos hallazgos indican la necesidad de abordar las preocupaciones de seguridad de los comerciantes del mercado Tupac Amaru. Mejorar la seguridad en el mercado no solo puede contribuir al bienestar de los comerciantes, sino que también puede fomentar un ambiente más favorable para el comercio y mejorar la experiencia de los clientes.

En conclusión, los resultados de la encuesta sugieren que la mayoría de los comerciantes del mercado Tupac Amaru no sienten la seguridad que deberían en sus puestos de trabajo. Esta preocupación subraya la importancia de implementar medidas efectivas para mejorar la seguridad en el mercado, con el fin de promover un ambiente más seguro y propicio para el comercio y la actividad económica en general.



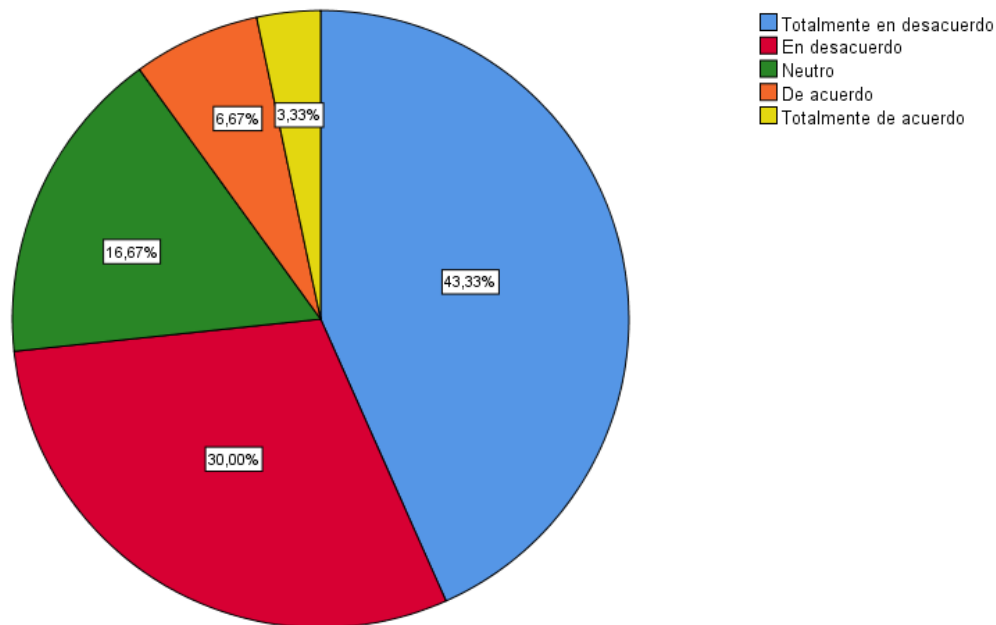
Para cumplir con el segundo objetivo específico de **identificar los factores influyentes en los espacios públicos del Mercado Tupac Amaru de Juliaca**, se llevó a cabo una encuesta a 30 vendedores del mercado. Las preguntas formuladas se centraron en dos aspectos clave: el diseño y la ambientación del mercado, así como la variedad de servicios disponibles. Estas preguntas proporcionarán información valiosa sobre los aspectos que favorecen a mejorar la experiencia de compra de los clientes y satisfacer las necesidades de los comerciantes. se presentarán los resultados de cada pregunta o afirmación, lo que permitirá identificar los factores influyentes en los espacios públicos del Mercado Tupac Amaru y guiar la implementación de estrategias para su recuperación y revitalización mediante nuevos formatos.

**Tabla N°12.** *¿Ha escuchado usted la Teoría de las Ventanas Rotas, está de acuerdo?*

<i>¿Ha escuchado usted la Teoría de las Ventanas Rotas, está de acuerdo?</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	43,3	43,3	43,3
	En desacuerdo	9	30	30	73,3
	Neutro	5	16,7	16,7	90
	De acuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Totalmente de acuerdo	1	3,3	3,3	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°24.** ¿Ha escuchado usted la Teoría de las Ventanas Rotas, esta de acuerdo?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos muestra una percepción mayoritariamente negativa entre los vendedores del mercado Tupac Amaru en cuanto a si escucharon la Teoría de las Ventanas Rotas.

El 73.3% de los encuestados (suma de "Totalmente en desacuerdo" y "En desacuerdo") expresaron desacuerdo con la afirmación, indicando que no tiene conocimiento sobre dicha Teoría. Esto sugiere que existe una preocupación significativa entre los usuarios sobre el conocimiento de esta Teoría ya que desconocen la importancia de conservar el espacio público del mercado para satisfacer sus necesidades y expectativas durante su visita.

Un porcentaje considerable de encuestados, el 16.7%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre este aspecto específico. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en las preferencias individuales de los usuarios o a la falta de una percepción clara sobre cómo la conservación e importancia del espacio público afectan su experiencia de compra.

Solo un bajo porcentaje de encuestados, el 10% (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo"), expresaron acuerdo con la afirmación, indicando que

perciben que la Teoría de las Ventana Rotas contribuyen a mejorar su experiencia en el mercado. Sin embargo, este porcentaje es significativamente menor en comparación con aquellos que expresaron desacuerdo.

Lo hallazgos sugieren la necesidad de revisar y posiblemente reformar la infraestructura del mercado Tupac Amaru para mejorar la experiencia de compra de los usuarios. Un diseño más atractivo, funcional y orientado al cliente podría contribuir a incrementar la satisfacción de los usuarios, animar la conservación del espacio Publico y mejorar el rendimiento general del mercado.

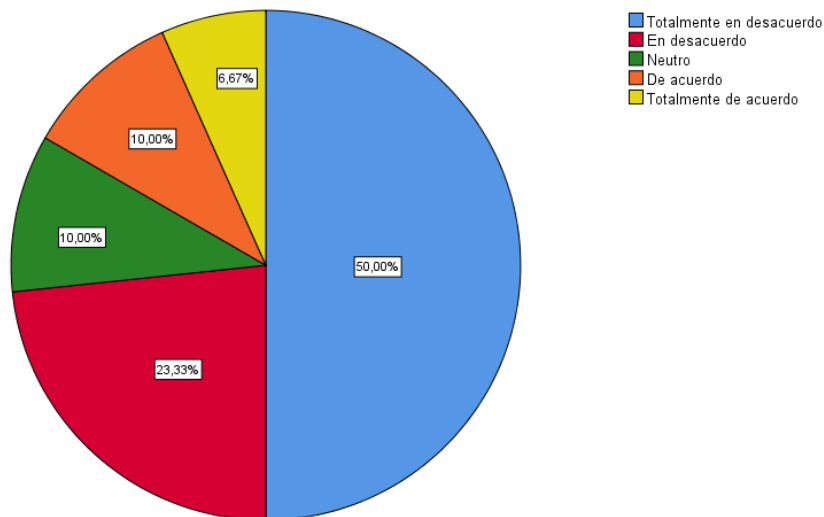
En conclusión, los resultados de la encuesta sugieren que la mayoría de los usuarios del mercado Tupac Amaru por la falta de conocimiento no perciben que la Teoría de las Ventanas Rotas contribuyan a mejorar su calidad de vida. Esta preocupación destaca la importancia concientizar a los usuarios sobre cómo influye conservar los espacios públicos para revitalizar el mercado y mejorar el equipamiento de acuerdo con la necesidad de los usuarios.

**Tabla N°13.** *¿Los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru, como estacionamiento y áreas de descanso, satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes?*

<i>¿Los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru, como estacionamiento y áreas de descanso, satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes?</i>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	50	50	50
	En desacuerdo	7	23,3	23,3	73,3
	Neutro	3	10	10	83,3
	De acuerdo	3	10	10	93,3
	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°25.** ¿Los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru, como estacionamiento y áreas de descanso, satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos revela una percepción mayoritariamente negativa en cuanto a si los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes.

El 73.3% de los encuestados (suma de "Totalmente en desacuerdo" y "En desacuerdo") expresaron desacuerdo con la afirmación, indicando que no perciben que los servicios disponibles en el mercado satisfagan sus necesidades. Esto sugiere que existe una preocupación significativa entre comerciantes y clientes sobre la adecuación y calidad de los servicios en el mercado.

Un porcentaje considerable de encuestados, el 10%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre este aspecto específico. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en las experiencias individuales de los encuestados o a la falta de una percepción clara sobre cómo los servicios afectan sus necesidades.

Solo un pequeño porcentaje de encuestados, el 16.7% (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo"), expresaron acuerdo con la afirmación, indicando que perciben que los servicios disponibles en el mercado satisfacen sus necesidades. Sin embargo, este porcentaje es significativamente menor en comparación con aquellos que expresaron desacuerdo.

Estos hallazgos sugieren la necesidad de mejorar y aumentar los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru para satisfacer mejor las necesidades de comerciantes y clientes. La falta de servicios adecuados puede afectar negativamente la experiencia de los usuarios y reducir la competitividad y atracción del mercado.

En conclusión, los resultados de la encuesta indican que la mayoría de los encuestados no perciben que los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru satisfagan sus necesidades. Esta preocupación subraya la importancia de mejorar y ampliar la capacidad de servicios en el mercado para aumentar la satisfacción y la satisfacción de los usuarios.

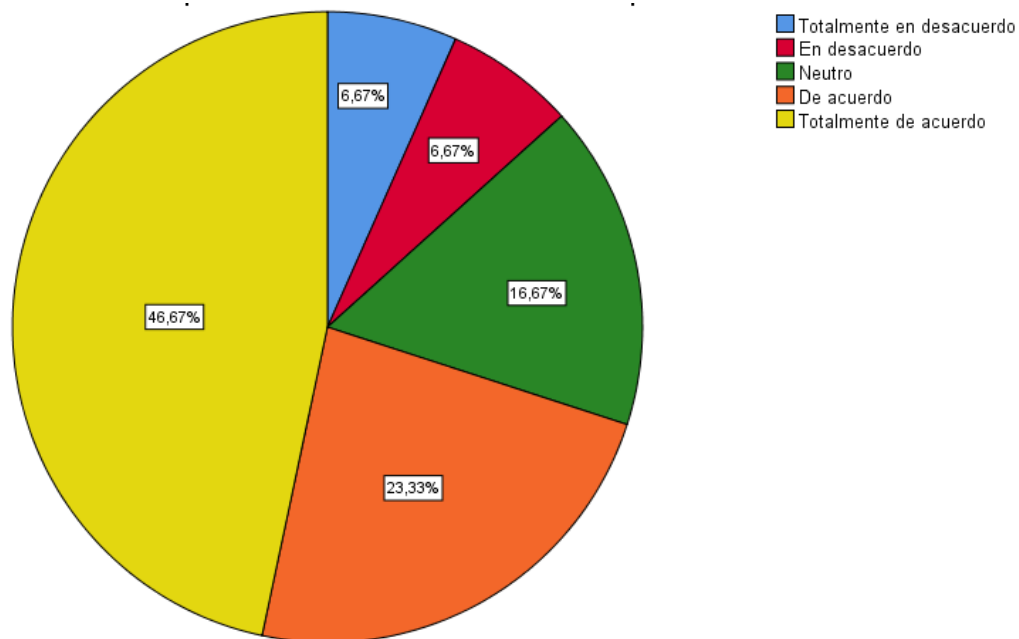
Para abordar el tercer objetivo específico de elaborar un programa basado en casos análogos para comprender los planes de recuperación de zonas públicas en el Mercado Tupac Amaru de Juliaca, se aplicó una encuesta a 30 vendedores del mercado. Las preguntas formuladas se enfocaron en dos aspectos clave: la utilidad de la experiencia de otros mercados en la comprensión y planificación de acciones de revitalización, así como la efectividad de un programa basado en casos análogos en la ejecución de estas acciones. Estas preguntas proporcionarán información valiosa sobre la viabilidad y pertinencia de aplicar estrategias similares a las utilizadas en otros mercados para la recuperación de zonas públicas en el Mercado Tupac Amaru. A continuación, se presentarán los resultados de cada pregunta o afirmación, lo que permitirá evaluar la pertinencia de elaborar un programa basado en casos análogos como parte de las acciones de revitalización del mercado.

**Tabla N°14.** *¿Conoce Usted la Teoría del espacio público, está de acuerdo?*

Fuente: elaboración propia.

<i>¿Conoce Usted la Teoría del Espacio Público, está de acuerdo?</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	13,3
	Neutro	5	16,7	16,7	30
	De acuerdo	7	23,3	23,3	53,3
	Totalmente de acuerdo	14	46,7	46,7	100
	Total	30	100	100	

**Figura N°26.** ¿Conoce usted la Teoría del espacio público, esta de acuerdo?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos revela una percepción mayoritariamente positiva sobre la Teoría del espacio público.

El 70% de los encuestados (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") expresaron acuerdo con la afirmación, indicando que consideran relevante la Teoría del espacio público. Esto sugiere que existe una aprobación significativa entre los encuestados sobre la importancia del espacio público para mejorar los esfuerzos de revitalización en el mercado Tupac Amaru.

Un porcentaje menor de encuestados, el 23.3%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre este aspecto específico. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en la familiaridad o el conocimiento de los encuestados sobre la Teoría de espacio público.

Solo un pequeño porcentaje de encuestados, el 13.3% (suma de "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo"), expresaron desacuerdo con la afirmación, indicando que no tienen conocimiento sobre la teoría de espacio público

para la revitalización del mercado Tupac Amaru. Sin embargo, este porcentaje es significativamente menor en comparación con aquellos que expresaron acuerdo.

Estos hallazgos sugieren que gran parte de los encuestados reconocen la importancia de aprender de la Teoría de espacio público y mejorar los esfuerzos de revitalización en el mercado Tupac Amaru. Esto destaca la necesidad de concientizar a los usuarios sobre esta teoría para demostrar la importancia del espacio público y obtener conocimientos útiles y orientación en la planificación de la revitalización del mercado Tupac Amaru.

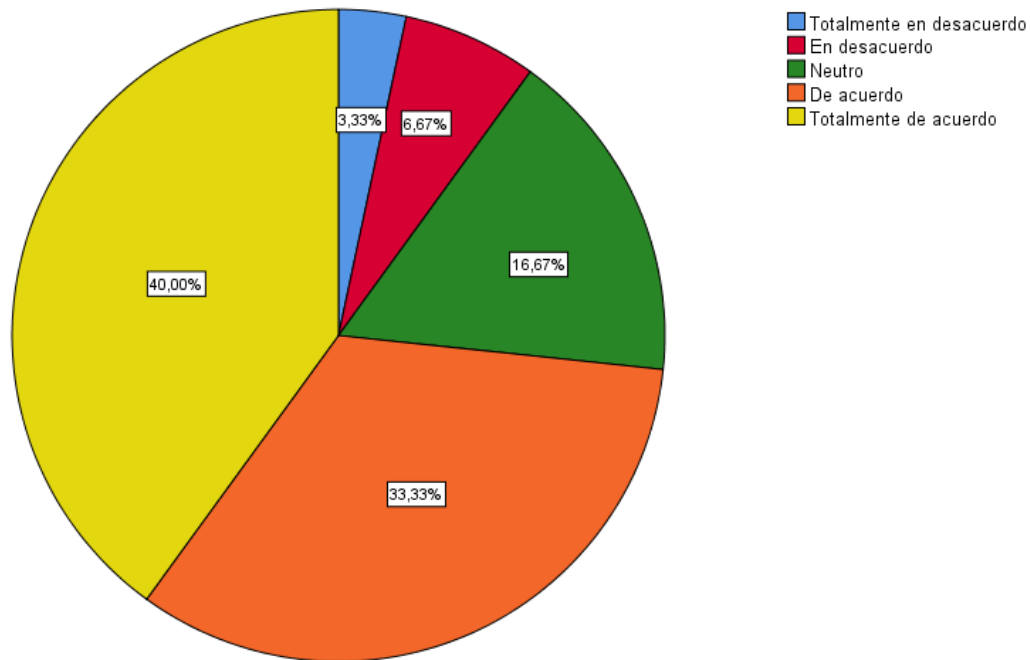
En conclusión, los resultados de la encuesta indican que la mayor parte de los encuestados consideran relevante la Teoría del espacio público para planificar la revitalización del mercado Tupac Amaru. Esto reitera la importancia de los espacios públicos para los usuarios para mejorar la revitalización y promover la repotenciación del mercado Tupac Amaru.

**Tabla N°15.** *¿Sería efectivo un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru?*

<i>¿Sería efectivo un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru?</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	10
	Neutro	5	16,7	16,7	26,7
	De acuerdo	10	33,3	33,3	60
	Totalmente de acuerdo	12	40	40	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°27.** ¿Sería efectivo un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos sugiere que hay una percepción mayoritariamente positiva sobre la efectividad de un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru.

El 73.3% de los encuestados (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") expresaron acuerdo con la afirmación, indicando que consideran que un programa basado en casos análogos sería efectivo para la recuperación del mercado Tupac Amaru. Esto sugiere que existe un consenso significativo entre los encuestados sobre la viabilidad y utilidad de utilizar casos análogos como base para informar y guiar los esfuerzos de recuperación en el mercado.

Un porcentaje menor de encuestados, el 26.7%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre este aspecto específico. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en la familiaridad o el conocimiento de los encuestados sobre la efectividad de los programas basados en casos análogos.

Solo un pequeño porcentaje de encuestados, el 10% (suma de "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo"), expresaron desacuerdo con la



afirmación, indicando que no consideran que un programa basado en casos análogos sería efectivo para la recuperación del mercado Tupac Amaru. Sin embargo, este porcentaje es significativamente menor en comparación con aquellos que expresaron acuerdo.

Estos hallazgos indican que gran parte de los encuestados ven la utilidad de utilizar casos análogos como base para informar y guiar los esfuerzos de recuperación en el mercado Tupac Amaru. Esto destaca la importancia de realizar un análisis detallado de casos similares exitosos y de aplicar lecciones aprendidas para aumentar las probabilidades de éxito en la revitalización del mercado.

En conclusión, los resultados de la encuesta indican que la mayor parte de los encuestados consideran que sería efectivo implementar un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru. Esto sugiere que existe un respaldo significativo a la idea de utilizar experiencias pasadas similares como guía para informar y mejorar los esfuerzos de recuperación en el mercado.

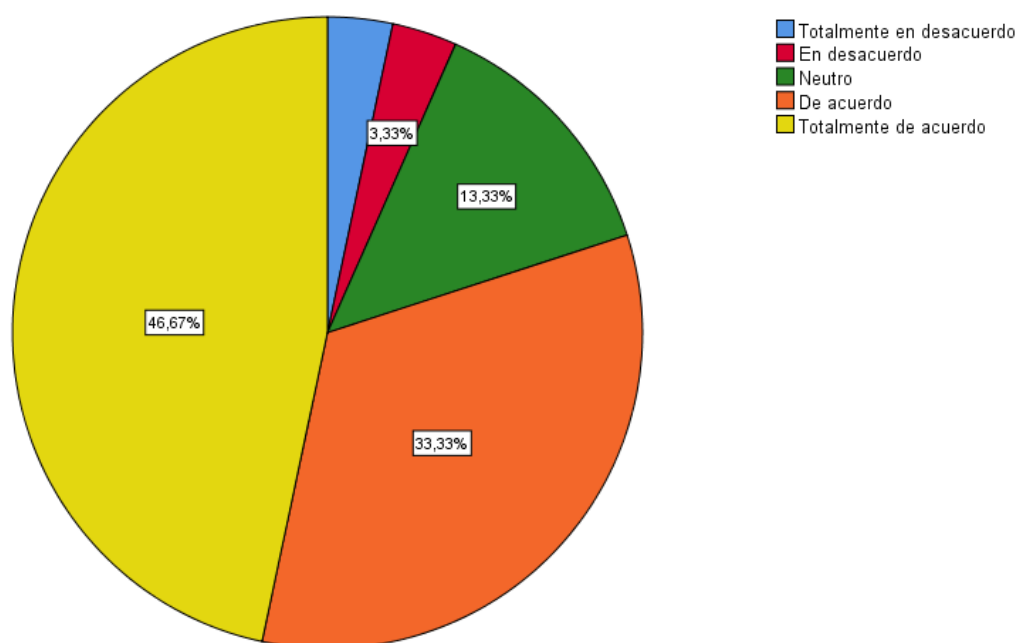
Para abordar el cuarto objetivo específico de **proponer la renovación de la infraestructura del Mercado Tupac Amaru de Juliaca** acorde con las necesidades y actividades del mercado para crear espacios públicos y revitalizarlo, se aplicó una encuesta a 30 vendedores del mercado. Las preguntas formuladas se centraron en dos aspectos clave: la efectividad de una propuesta de renovación para mejorar las necesidades y actividades de comerciantes y clientes, así como la contribución de esta renovación a la funcionalidad y estética del mercado para su revitalización y atracción de más visitantes. Estas preguntas proporcionarán información valiosa sobre la viabilidad y pertinencia de una propuesta de renovación de infraestructura para revitalizar el Mercado Tupac Amaru, lo que permitirá identificar acciones concretas para mejorar su espacio público y fortalecer su papel como centro comercial y social en la ciudad de Juliaca.

**Tabla N°16.** ¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes?

¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	6,7
	Neutro	4	13,3	13,3	20
	De acuerdo	10	33,3	33,3	53,3
	Totalmente de acuerdo	14	46,7	46,7	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°28.** ¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos muestra una percepción mayoritariamente positiva sobre si una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejorarían las necesidades de comerciantes y clientes.

El 80% de los encuestados (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") expresaron acuerdo con la afirmación, indicando que consideran que una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes. Esto sugiere un consenso significativo entre los encuestados sobre la importancia de la renovación de la infraestructura para abordar las necesidades existentes tanto de los comerciantes como de los clientes.

Solo un mínimo porcentaje de encuestados, el 6.7% (suma de "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo"), expresaron desacuerdo con la afirmación, indicando que no creen que una propuesta de renovación de la infraestructura sea efectiva para satisfacer las necesidades de comerciantes y clientes. Sin embargo, este porcentaje es muy bajo en comparación con aquellos que expresaron acuerdo.

Un porcentaje considerable de encuestados, el 13.3%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre este aspecto específico. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en las opiniones individuales sobre la efectividad y la viabilidad de una propuesta de renovación de la infraestructura.

Estos hallazgos sugieren que la mayoría de los encuestados reconocen la importancia de la renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru para satisfacer las necesidades de comerciantes y clientes. Esto destaca la necesidad de considerar seriamente la implementación de medidas de renovación para mejorar la funcionalidad, la seguridad y la experiencia general en el mercado.

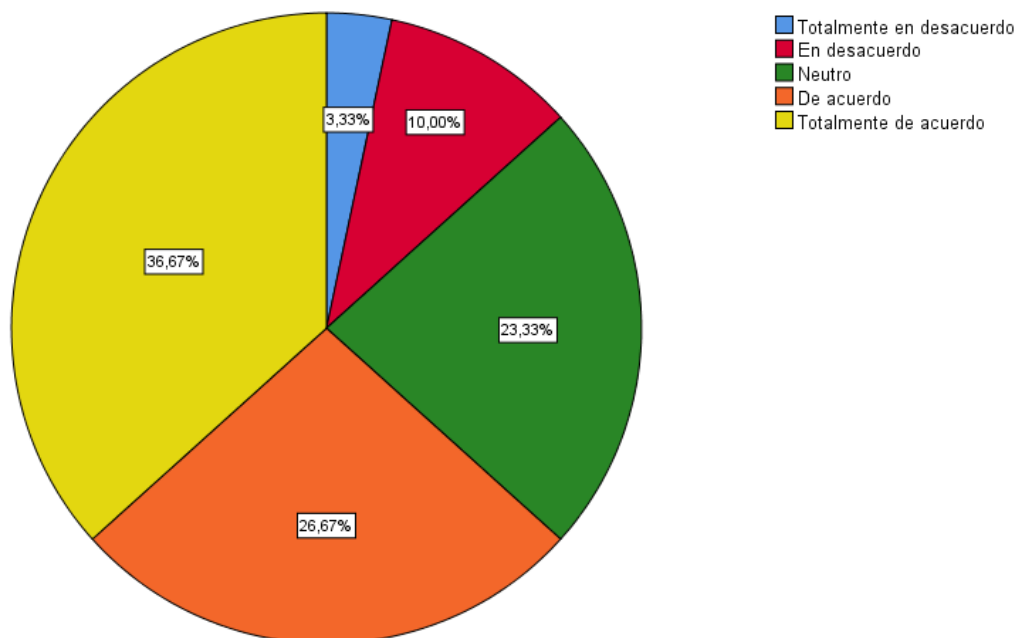
En conclusión, los resultados de la encuesta indican un fuerte respaldo a la idea de que una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes. Esto subraya la importancia de considerar la renovación como una estrategia integral para mejorar la calidad y el rendimiento del mercado.

**Tabla N°17.** ¿La renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejora tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes?

¿La renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejora tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	3	10	10	13,3
	Neutro	7	23,3	23,3	36,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100
	Total	30	100	100	

Fuente: elaboración propia.

**Figura N°29.** ¿La renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejora tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes?



Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos muestra una percepción mayoritariamente positiva sobre si la renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejoraría tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes.

El 63.3% de los encuestados (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") expresaron acuerdo con la afirmación, indicando que consideran que la renovación propuesta del mercado mejoraría tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes. Esto sugiere un consenso significativo entre los encuestados sobre la efectividad de la renovación propuesta para mejorar tanto la utilidad como la apariencia del mercado con el objetivo de aumentar su atractivo y atraer a más visitantes.

Un porcentaje menor de encuestados, el 13.3% (suma de "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo"), expresaron desacuerdo con la afirmación, indicando que no creen que la renovación propuesta logre mejorar tanto la funcionalidad como la estética del mercado para revitalizarlo y atraer más visitantes. Sin embargo, este porcentaje es relativamente bajo en comparación con aquellos que expresaron acuerdo.

Un porcentaje considerable de encuestados, el 23.3%, se mostraron neutrales en su opinión, lo que indica una falta de consenso o una percepción mixta sobre este aspecto específico. Esta variabilidad en las respuestas puede deberse a diferencias en las opiniones individuales sobre la efectividad y la viabilidad de la renovación propuesta.

Estos hallazgos sugieren que la mayoría de los encuestados perciben que la renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejoraría tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes. Esto destaca la importancia de considerar la renovación como una estrategia integral para mejorar la calidad y el atractivo del mercado y así aumentar su competitividad y su capacidad para atraer a más visitantes.

En conclusión, los resultados de la encuesta indican un fuerte respaldo a la idea de que la renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejoraría tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes. Esto reitera la importancia de considerar la renovación tomando como estrategia los criterios arquitectónicos para lograr renovar una la infraestructura acorde a las necesidades del usuario.

#### **IV. DISCUSIÓN**

La discusión entre los resultados obtenidos en la investigación sobre la recuperación del espacio público en el mercado Tupac Amaru de Juliaca y los antecedentes de investigación se centra en la validación y comparación de los hallazgos con estudios previos a nivel internacional, nacional y regional.

Los resultados de la encuesta realizada en Juliaca muestran que el 70% de los encuestados apoya la afirmación de que la mejora de la infraestructura del mercado contribuiría positivamente a la revitalización del espacio público y a mejorar la experiencia de compra. Esta percepción mayoritariamente positiva resuena con los estudios previos, como el de Custodio et al. (2023) en Durango, México, que subrayaron la importancia de los espacios verdes públicos (EVP) en la cohesión social y la calidad de vida urbana. Aunque la investigación en Durango se enfocó en EVP, la relevancia de la infraestructura urbana y su impacto en la equidad y la calidad de vida urbana proporciona un marco teórico robusto que apoya los hallazgos en Juliaca. La mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru podría desempeñar un papel similar al de los EVP en términos de equidad urbana y cohesión social.

Por otro lado, el estudio de Zumba Llango et al. (2019) sobre la reactivación de espacios urbanos vacíos en Riobamba, Ecuador, utiliza métodos exploratorios y cualitativos para proponer el diseño de un espacio urbano integrado. Este enfoque es congruente con los hallazgos de Juliaca, donde la revitalización del mercado no solo se percibe como una mejora física, sino también como un medio para fomentar la cohesión social y mejorar la calidad de vida. La experiencia en Riobamba demuestra la importancia de las intervenciones arquitectónicas y urbanísticas en la reactivación de espacios públicos, lo cual es directamente aplicable a la situación en Juliaca.

A nivel nacional, la investigación de Takayama Bravo (2024) sobre la recuperación de espacios públicos degradados en Pimentel destaca la necesidad de una colaboración integral entre la comunidad y el gobierno, un aspecto que también se revela crucial en el contexto de Juliaca. La percepción positiva de los encuestados respecto a la mejora de la infraestructura del mercado sugiere un

potencial para movilizar esfuerzos comunitarios y gubernamentales conjuntos para la revitalización del espacio público.

El estudio de Inga Llatas y Guerrero Ramírez (2024) sobre la revitalización del borde ribereño de Bagua mediante infraestructura arquitectónica vinculada al ocio y la cultura ofrece otro ejemplo relevante. Este enfoque integral de la recuperación de espacios públicos subraya la importancia de considerar las características históricas y culturales en las intervenciones urbanas. Aplicando esta perspectiva a Juliaca, la mejora del mercado Tupac Amaru podría beneficiarse de integrar elementos culturales y de ocio que refuercen su atractivo y funcionalidad, alineándose con las necesidades y expectativas de la comunidad local.

Checa Correa y De La Cruz Roa (2024) abordaron el crecimiento poblacional y territorial en Sullana mediante la implantación de un mercado mayorista para recuperar espacios públicos ocupados por el comercio informal. Este enfoque resalta la relevancia de la planificación y estructuración del comercio para revitalizar el entorno urbano, una estrategia que podría ser replicada en Juliaca para abordar problemas similares de ocupación indebida y comercio informal.

A nivel regional, los estudios de Huanca Anara y Roque Mamani (2023) sobre la recuperación de áreas alrededor del río Juliaca y la regeneración urbana propuesta por Condori Maquera y Jaliri Ccuno (2020) en Puno, ambos enfatizan la necesidad de considerar la interrelación entre el espacio urbano y sus componentes naturales y culturales. Estos enfoques holísticos son pertinentes para Juliaca, donde la revitalización del mercado Tupac Amaru podría integrarse con una planificación urbana más amplia que incluya espacios verdes y culturales, mejorando la calidad de vida urbana en general.

Finalmente, la investigación de Arteta Morante y Huerta Espinoza (2020) sobre la creación de espacios de integración para adultos mayores en Arapa sugiere la importancia de diseñar espacios públicos que sean accesibles y seguros para todas las edades, un principio que puede aplicarse en Juliaca para asegurar que la revitalización del mercado beneficie a toda la comunidad, incluyendo a los sectores más vulnerables.

En conclusión, los resultados de la encuesta en Juliaca se alinean bien con los antecedentes de investigación a diferentes niveles, reforzando la idea de que la

mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru puede contribuir significativamente a la revitalización del espacio público, la cohesión social y el crecimiento económico local. Sin embargo, es esencial considerar las preocupaciones de la minoría de encuestados que no ven esta relación positivamente y trabajar en estrategias que aborden sus inquietudes, asegurando un enfoque inclusivo y participativo en el proceso de revitalización.



## **V. CONCLUSIONES**

Se concluye la carencia y el deterioro del espacio público producto de falta de cumplimiento y aceptación por parte de las autoridades que no se viene trabajando en los planes de ordenamientos municipales

Se concluye que mediante los instrumentos de recolección de datos nos permitió identificar los diversos factores influyentes en la recuperación de los espacios públicos del mercado.

Se concluye que se debe resaltar y vitalizar la utilidad de los mercados tomando como antelación los casos análogos en estudio para la planificación y ejecución de la recuperación de los espacios públicos del mercado Túpac amaru

Se concluye que al renovar la infraestructura del mercado y adaptarla a un a sus nuevos formatos estratégicos esta responderá a las necesidades de los usuarios, con el fin de lograr recuperar los espacios públicos para revitalizar, repotenciando su función y su forma.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda que las autoridades implementen un programa de gestión y mantenimiento del espacio público.

Se recomienda al equipo de gestión del mercado Túpac Amaru evaluar la reforma del mercado, así como sus funciones y servicios, con el objetivo de mejorar la satisfacción y experiencia tanto de comerciantes como de usuarios, basándose en los datos obtenidos de los resultados que identificaron los diversos factores influyentes.

se recomienda a las autoridades municipales y al equipo de planificación urbana de Juliaca que mediante casos análogos desarrollar programas que permitan la recuperación de espacios públicos y la revitalización del mercado.

Se recomienda optar de elementos y espacios basados en la normativa tomando como referencia el programa de recuperación de espacios públicos y las necesidades del usuario nos permitirá repotenciar el mercado Tupac Amaru.

**Tabla N°18. Cuadro de necesidades**

<b>CUADRO DE NECESIDADES</b>			
<b>Usuario</b>	<b>Necesidad</b>	<b>Actividad</b>	<b>Espacios</b>
Comerciante	Puestos	Vender productos carnes, frutas, verduras, flores, golosinar, ropa, zapatos entre otros.	Áreas de exhibición, puestos según al tipo de producto, lavadero, congeladora.
Comerciante-consumidor	Complementarios	Venta de alimentos, consumos de alimentos,	Patios de comida, terrazas, puestos de comida, nevería, jugos y licuados, tópico.
Comerciante-consumidor-hijos	lactario	Cuidar, educar niños	Dirección, área de lactantes, aula, juegos infantiles
Trabajadores	Agencia bancaria	Realizar retiros y depósitos	Ventanillas, gerencia, almacén, sala de espera
Comerciante-consumidor-hijos	Zonas publicas	Descansar, socializar, agruparse	Caminerías, plazas, áreas verdes
Trabajadores	Administración	Administrar, atención al cliente	Sala de reuniones, seguridad y monitoreo, secretaria.
Trabajadores-comerciantes-consumidor	Servicios generales	Necesidades fisiológicas, almacenamiento, controlar.	Depósito seco, frio, cuarto se cisterna, baños, cuartos de, monitoreo, estacionamientos
Fuente: Elaboración propia			

Se reconocieron dos actividades de la población del sector.

- **COMERCIO:** Las personas del sector se identifican como comerciantes
- **CULTURAL:** El lugar tiene como actividades los carnavales, corta monte, desfiles, entro otros.

**Figura N°30.** Referencia de las actividades de comercio



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°31.** Referencias de las actividades de cultura

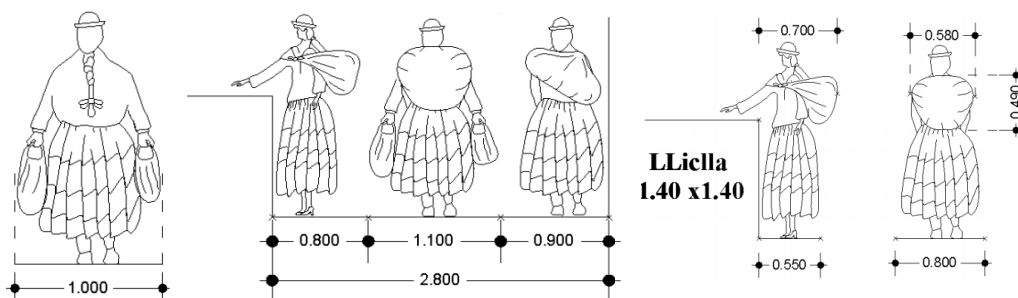


Fuente: elaboración propia.

Usuario: Las áreas de venta deben los criterios arquitectónicos de acuerdo con cada necesidad y a cada actividad que se realiza en ellas según el tipo de productos.

Para el diseño de los puestos de venta, es esencial considerar todos los factores que afectan la funcionalidad para nuestro caso, deben tenerse en cuenta elementos culturales como la conversación, el regateo y el quepe.

**Figura N°32.** Referencia de los elementos de cultura



Fuente: elaboración propia.

Pude notar que el sector no solo necesitaba un espacio cultural, ordenamiento como se dedujo al principio, pues se refirieron a un mejoramiento de espacios más modernos, servicios en mal funcionamiento, espacio de paseo, espacios para socializar, también que los comerciantes y compradores suelen conversar mientras se realiza esta actividad, áreas verdes, espacios más amplios.

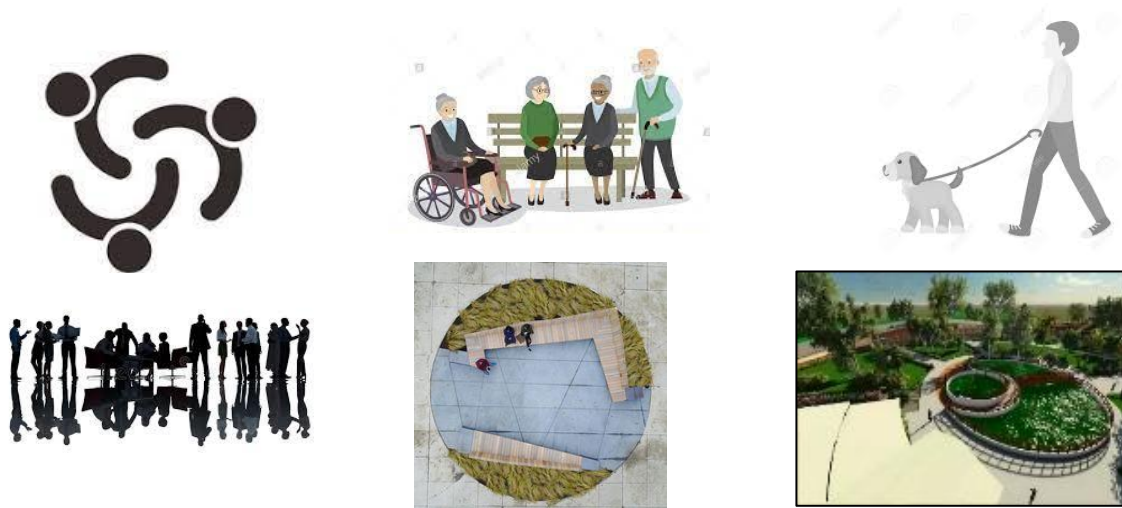
la mayoría de las necesidades de estas personas son de carácter recreativo y paso fortaleciendo el aspecto cultural

**Figura N°33.** Referencias de las necesidades de la población



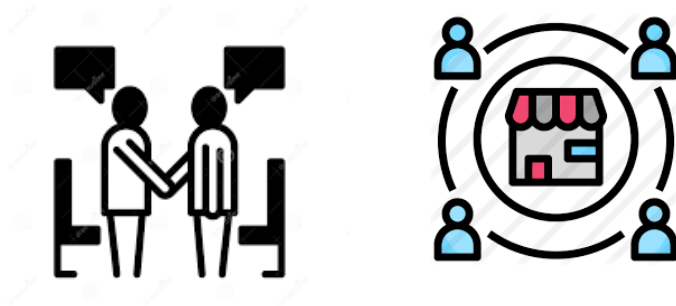
Fuente: elaboración propia.

**Figura N°34.** Necesidades ambientales y culturales



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°35.** Referencias de las necesidades de la población



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°36.** Necesidades socio – comerciales

En lo socio comercial: La mayoría de las personas suelen tener un tema de conversación entre vendedor y comprador esto también es por el regateo o “la yapita”



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°37. Programaciones arquitectónicas del mercado parte 1**

PROGRAMACION ARQUITECTONICAS MERCADO																	
ZONA	AMBIENTE	ESPACIO	SUB ESPACIO	ACTIVIDAD	USUARIO/CAPACIDAD		MOBILIARIO Y EQUIPO	DOMINIO	VENTILACION		ILUMINACION		CANTIDAD DE ESPACIOS	AREA DE ESPACIO	PARCIAL	AREA DE SUB ESPACIO	AREADE ZONA
					TIPO	NUMERO			NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL					
ADMINISTRACION	ADMINISTRACION	GERENCIA	OFICINA	ADMINISTRAR, CONVERSAR	ADMINISTRADOR	1	MESA, SILLA, STANTE	PRIVADO	X		X	X	1	12,00	12,00	18,00	154,75
			ARCHIVO	ALMACENAR	PERSONAL AUTORIZADO	1	ESTANTES, ARCHIVADORES				X	X	1	6,00	6,00		
		SECRETARIA		INFORMAR, ATENDER	SECRETARIA	1	MESA, SILLA, STANTE	PUBLICO	X		X	X	1	15,00	15,00	136,75	
		HALL		ESPERAR	PUBLICO EN GENERAL	8	SILLAS		X		X	X	1	54,75	54,75		
		ALMACEN DE LIMPIEZA		ALCENAR UTENCILIOS DE LIMPIEZA	PERSONAL AUTORIZADO	1	ESTANTES, UTENCILIOS DE LIMPIEZA	PRIVADO			X	X	1	5,00	5,00		
		S.S.H.H.		NECESIDADES FISIOLOGICAS	USUARIOS	2	LAVAMANOS, INODOROS		X		X	X	1	9,00	9,00		
		SALA DE REUNIONES		REUNIRSE, REUNIONES	PERSONAL AUTORIZADO	10	MESA, SILLA, STANTE		X		X	X	1	22,00	22,00		
		SEGURIDAD Y MONITOREO		OBSERVAR,	PERSONAL AUTORIZADO	4	MESA, SILLA, STANTE		X		X	X	1	31,00	31,00		

**Figura N°38. Programaciones arquitectónicas del mercado parte 2**

COMERCIO	PUESTOS COMERCIALES	ZONA SECA	JUGUETERIA	VENTA Y EXHIBICION DE JUGUETES	VENDEDOR-COMPRADOR	4	VITRINAS DE EXHIBICION, REPISAS, SILLAS	PUBLICO	X		X	X	15	12,00	180,00	3493,00	4366,00
			DULCES-GOLOCINAS	VENTA Y EXHIBICION DE DULCES		4			X		X	X	15	12,00	180,00		
			TIENDA-ROPA	VENTA Y EXHIBICION DE ROPA		4			X		X	X	80	12,00	960,00		
			TIENDA-ZAPATOS	VENTA Y EXHIBICION DE ZAPATOS		4			X		X	X	80	12,00	960,00		
			TIENDA-ELECTRODOMESTICOS	VENTA Y EXHIBICIONS DE ELECTRODOMESTICOS		4			X		X	X	20	25,00	500,00		
			TIENDA-TECNOLOGIA	VENTA Y EXHIBICION DE APARTOS TECNOLOGICOS		4			X		X	X	20	25,00	500,00		
			TIENDA-GENERAL	VENTA DE PRODUCTOS VARIADOS		4			X		X	X	11	12,00	132,00		
			CASETA DE VENTAS	VENTAS DE PRODUCTOS DE PASO		4			X		X	X	9	9,00	81,00		
		ZONA SEMIHUMEDA	GRANOS Y SEMILLAS	COMPRA-VENTA	VENDEDOR-COMPRADOR	4	ESTANTES, MOSTRADOR, MESAS, SILLAS	PUBLICO	X		X	X	8	9,00	72,00	603,00	
			ABARROTES			4			X		X	X	12	9,00	108,00		
			FLORERIA			4			X		X	X	12	9,00	108,00		
			CREMERIA			4			X		X	X	8	9,00	72,00		
			FRUTAS			4			X		X	X	15	9,00	135,00		
			VERDURAS			4			X		X	X	12	9,00	108,00		
		ZONA HUMEDA	CARNES BLANCAS	COMPRA-VENTA	VENDEDOR-COMPRADOR	4	MOSTRADOS, FRIGORIFICO, SILLAS	PUBLICO	X		X	X	13	9,00	117,00	270,00	
			CARNES ROJAS			4			X		X	X	17	9,00	153,00		



Figura N°39. Programaciones arquitectónicas del mercado parte 3

COMPLEMENTARIO	ZONA DE COMIDAS	MODULO DE COMIDAS	JUGOS Y LICUADOS	COMPRA-VENTA DE ALIMENTOS PREPARADOS	CONSUMIDOS-VENDEDOR	5	MESA, SILLA, STANTE	PUBLICO	X		X	X	10	14,00	140,00	2108,00	2494,00		
			NEVERIA			6	MESA, SILLA, STANTE, FRIGORIFICO		X		X	X	4	24,00	96,00				
			PANADERIA			5	MOSTRADOR, VITRINAS		X		X	X	4	14,00	56,00				
			ALIMENTOS			5	COCINA, MESA, SILLAS, LAVADERO		X		X	X	10	24,00	240,00				
		PATIO DE COMIDAS	VENTA DE COMIDAS, CONSUMIR, DESCANSAR	CONSUMIDOS-VENDEDOR	150	SILLAS, MESAS	X		X	X	1	900,00	900,00						
		TERRAZA			20	SILLAS, MESAS	X		X	X	1	630,00	630,00						
		S.S.H.H. MUJERES	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	USUARIOS	4	INODORO, LAVAMANOS	X		X	X	1	20,00	20,00						
		S.S.H.H. VARONES			4	INODORO, LAVAMANOS URINARIO	X		X	X	1	20,00	20,00						
		S.S.H.H. PARA PERSONAS CON HABILIDADES ESPECIALES			1	INODORO, LAVAMANOS	X		X	X	1	6,00	6,00						
	AGENCIA BANCARIA	VENTAINLLAS	ENDER, CONTABILIZ	PERSONAL AUTORIZA	4	MOSTRADOR, SILLAS, COMPUTADORA	PUBLICO	X		X	X	3	3,00	9,00	70,50				
					ESPERA	ESPERAR		VISITANTE	5	SILLAS	X		X	X		1		30,00	30,00
					ALMACEN	MACENAR GUARD		PERSONAL AUTORIZA	1	ESTANTES	X		X	X		1		3,50	3,50
					GERENCIA	MINISTRAR, CONVER		GERENTE	2	MESA, SILLA	X		X	X		1		10,00	10,00
					S.H.H. EMPLEAD	SIDADES FISIOLÓG		USUARIO	1	INODORO, LAVAMANOS	X		X	X		1		4,00	4,00
					HALL	CIRCULAR		USUARIO	1	X	X		X	X		1		14,00	14,00
	LACTARIO	AREA DE LACTANTES	ALIMENTAR, CUIDAR NIÑOS	NIÑOS, PADRES, CUIDANTES	10	SILLAS, MESAS	PUBLICO	X		X	X	2	31,00	62,00	256,00				
		AREA DE JUEGOS	JUGAR, SOCIALIZAR		23	JUEGOS INFANTILES		X		X	X	1	106,00	106,00					
		HALL	ESPERAR		8	SILLAS		X		X	X	1	30,00	30,00					
		COCINA	PREPARAR ALIMENTOS	PADRES, CUIDANTES	4	COCINETA, MESAS, SILLAS, ESTANTE	PRIVADO	X		X	X	1	16,00	16,00					
		DIRECCION	ADMINISTRAR, CONVERSAR	DIRECTOR	2	MESA, SILLAS		X		X	X	1	20,00	20,00					
		S.S.H.H. NIÑAS	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	USUARIOS	1	INODORI,		X		X	X	1	5,00	5,00					
		S.S.H.H. NIÑOS	1		LAVAMANOS	X			X	X	1	5,00	5,00						
		ALMACEN	ALMACENAR	PERSONAL AUTORIZADO	1	ESTANTE		X		X	X	1	12,00	12,00					
	TOPICO	CONSULTORIO	ATENDER, CONSULTAR	USUARIOS	1	MESA, SILLAS	PUBLICO	X		X	X	1	8,00	8,00	59,50				
		ESPERA	ESPERAR		8	SILLAS		X		X	X	1	30,00	30,00					
		ENFERMERIA	TRATAR, CURAR, MEDICAR		2	CAMILLAS, MESAS, SILLAS, ESTANTE	PRIVADO	X		X	X	2	9,00	18,00					
S.S.H.H.		NECESIDADES FISIOLÓGICAS	1		INODORI, LAVAMANOS	X			X	X	1	3,50	3,50						

**Figura N°40. Programaciones arquitectónicas del mercado parte 4**

SERVICIOS GENERALES	GENERAL	DEPOSITO SECO		ALMACENAR PRODUCTOS PERECIBLES	PERSONAL AUTORIZADO	2	ESTANTES	PRIVADO	X		X	X	1	64,00	64,00	452,00	576,00	
		DEPOSITO FRIO				2	CONGELADORAS		X	X	X	X	1	64,00	64,00			
		AREA DE ABASTESIMIENTO		LLEGADA Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS		2	ESTANTES		X		X	X	1	20,00	20,00			
		AREA DE LAVADO DE VERDURAS		LAVAR		4	LAVADEROS		X		X	X	1	34,00	34,00			
		CUARTO DE BOMBEO Y SISTEMNA		CONTROLAR		2	SISTERNA, MAQUINARIA		X		X	X	1	20,00	20,00			
		CUARTODE MANTENIMIENTO, LIMPIEZA Y BASURA				1	ESTANTE		X		X	X	1	20,00	20,00			
		SALA DE MAQUNIAS,		CONTROLAR		2	MAQUINAS		X		X	X	1	18,00	18,00			
		CUARTO DE CONTROL TV				4	TV, MONITORES, MESAS SILLAS		X		X	X	1	34,00	34,00			
		CUARTO DE MAQUINAS Y TABLEROS				2	TABLEROS, MAQUINAS, MESAS SILLAS		X		X	X	1	34,00	34,00			
		RESIDUOS SOLIDOS				ALMACENAR	2		ESTANTES	X		X	X	1	30,00			30,00
		SSHH Y VESTUARIOS DAMAS		NESECIDADES FISILOGICAS		USUARIO	2		INODOROS, LAVAMANOS	X		X	X	1	26,00			26,00
		SSHH Y VESTUARIO VARONES					2		INODOROS, URINARIO, LAVAMANOS	X		X	X	1	26,00			26,00
		SSHH GENERALES	DAMAS				4		INODORO, LAVAMANOS	X		X	X	3	28,00			84,00
			VARONES				4		INODOROS, URINARIO, LAVAMANOS	X		X	X	3	28,00			84,00
INVALIDOS	1		INODORO. LAVAMANOS		X			X	X	3	6,00	18,00						

**Figura N°41. Programaciones arquitectónicas del mercado parte 5**

ESTACIONAMIENTO	ESTACIONAMIENTO DE CARROS	ESTACIONAR	USUARIO	125	VEHICULOS SEÑALIZACION	PUBLICO	X		X	X	125	13,00	1625,00	2079,00	9850,40			
	ESTACIONAMIENTO DE CAMIONES	ESTACIONAR		3			X		X	X	4	28,00	112,00					
	PATIO DE MANIOBRAS	LLEGADA, DESCARGA		20			X		X	X	1	300,00	300,00					
	CASETA DE CONTROL	CONTROLAR		1	MESA. SILLA		X		X	X	3	4,00	12,00					
	ESTACIONAMIENTO DE MONTACARGAS	ESTACIONAR		2	VEHICULOS SEÑALIZACION		X		X	X	2	15,00	30,00					
	ZONA PUBLICA	AREAS DE ESPARCIMIENTO		CAMINERIAS	CAMINAR		X	PERGOLAS, BANCAS, LUMINARIAS	PUBLICO GENERAL	X		X	X	X		7769,40	7770,40	7771,40
				PLAZAS	CAMINAR, SOCIALIZAR, AGRUPARSE		X			X		X	X	X				
				AREAS VERDES	AMBIENTAR, REFRESCAR		X			X		X	X	X				
	TOTAL															17441,15		

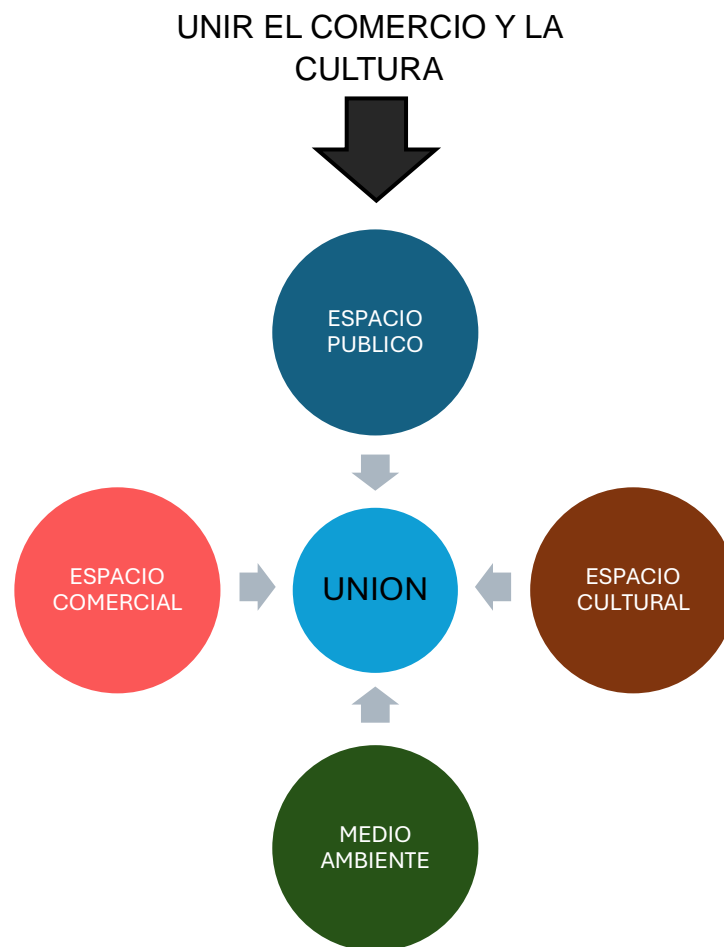
Fuente: elaboración propia.

## **VII. PROPUESTA**

El proyecto es un mercado de abastos que se desarrolló como solución a los problemas existentes, desarrollando una arquitectura sostenible de acuerdo a las necesidades del usuario, también mediante diversos puntos de espacios públicos como estrategias de recuperación del espacio públicos, esto a su vez ayuda a crear recorridos y dar dinámica al mercado potenciando las visitas y las actividades comerciales. También se tomó en cuenta el análisis del contexto del terreno siendo Juliaca una ciudad de rol comercial, se tomó en cuenta características de diseño.

El concepto de revitalización del mercado de abastos surge de la necesidad imperante de restaurar y enaltecer el espacio público como un elemento fundamental en la configuración del entorno urbano. Este proceso implica la organización meticulosa, la limpieza y la integración armoniosa de los aspectos comerciales con el entorno medioambiental circundante. La unión simbiótica entre el comerciante juliaqueño y el medio ambiente se erige como un principio rector, en el cual se busca fomentar una relación mutuamente beneficiosa que promueva la preservación del entorno natural mientras se fortalece la actividad comercial local. Esta propuesta aspira a no solo revitalizar físicamente el mercado de abastos, sino también a enriquecer su papel como un espacio de intercambio cultural y social arraigado en la identidad colectiva de la comunidad.

**Figura N°42.** Diagrama de unión entre el comercio y la cultura



Fuente: elaboración propia.

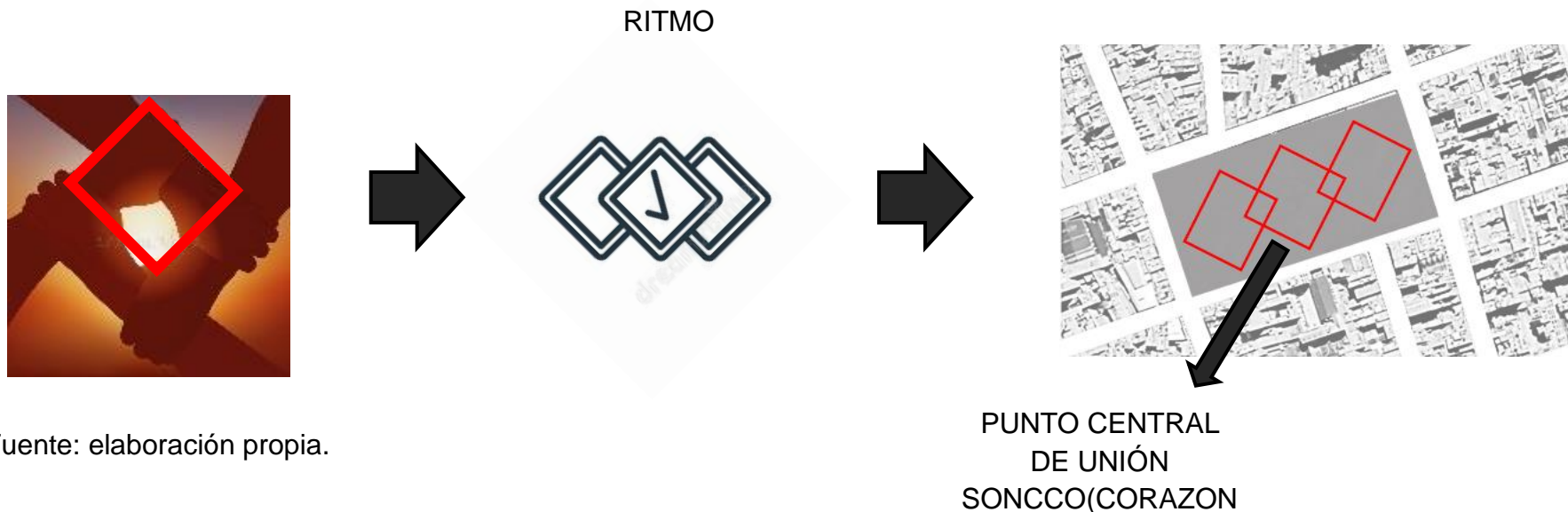
Concepto de unión:

UNIÓN: Acción de unir o unirse

UNIÓN EN ARQUITECTURA:

articulación: Método o forma de unión entre dos o más elementos manteniendo la individualidad de cada uno. También como junta de pasador, rótula, unión articulada. junta de pasador: Método o forma de unión entre dos o más elementos manteniendo cada uno.

**Figura N°43. Geometrización**



Fuente: elaboración propia.

## Emplazamiento

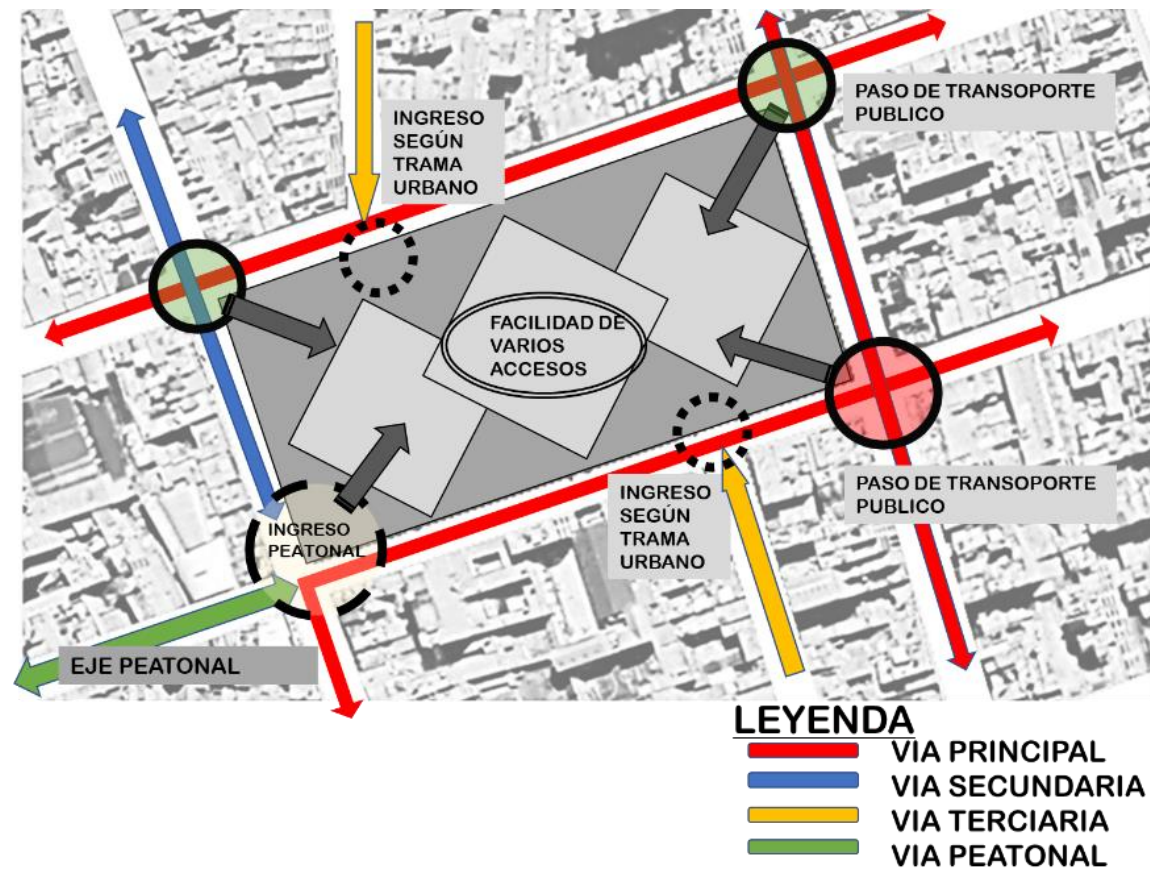
El mercado como tal pertenece a un eje comercial conectado mediante el jirón Moquegua, integrándose una circulación fluida que invita y permite a los visitantes no solo en frente sino también recorrer el mercado.

**Figura N°44.** Imagen de emplazamiento



Fuente: elaboración propia.

Figura N°45. Imagen de accesibilidad

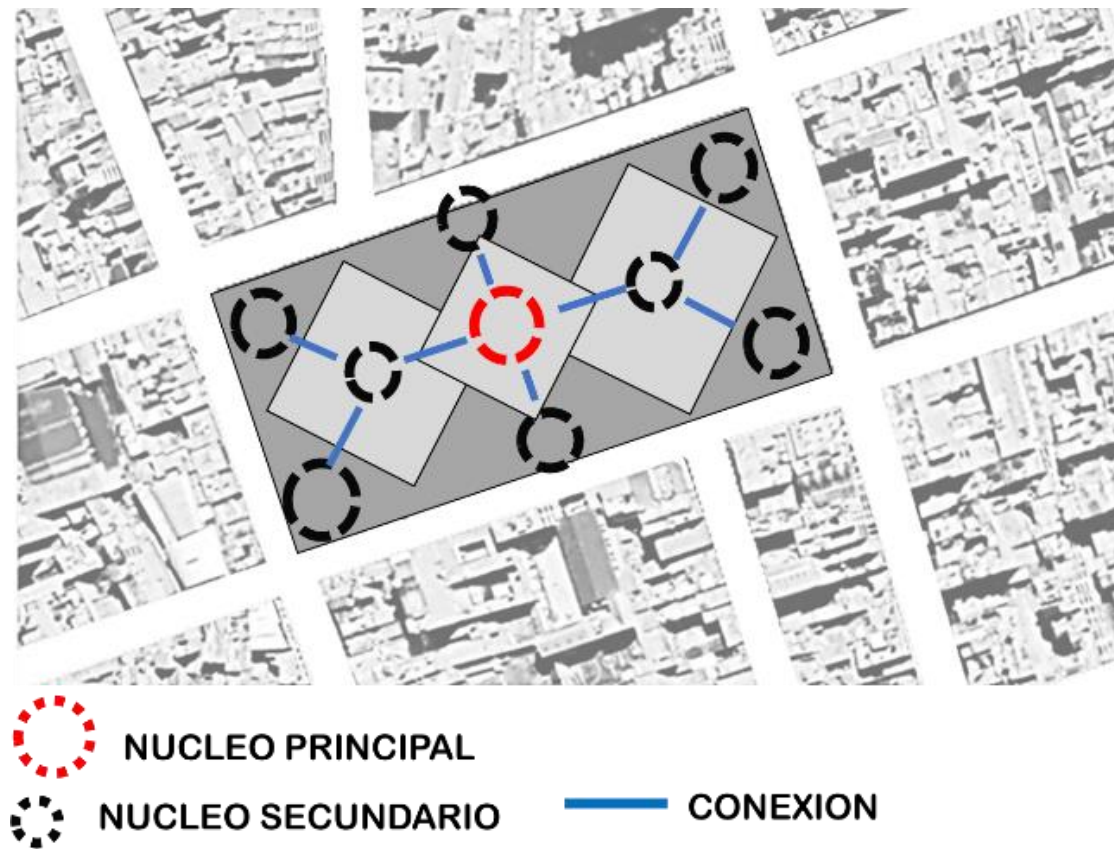


Fuente: elaboración propia.

Conexión de los espacios Internos y externos Generando recorridos, dando facilidad a los visitantes de recorrer el mercado.



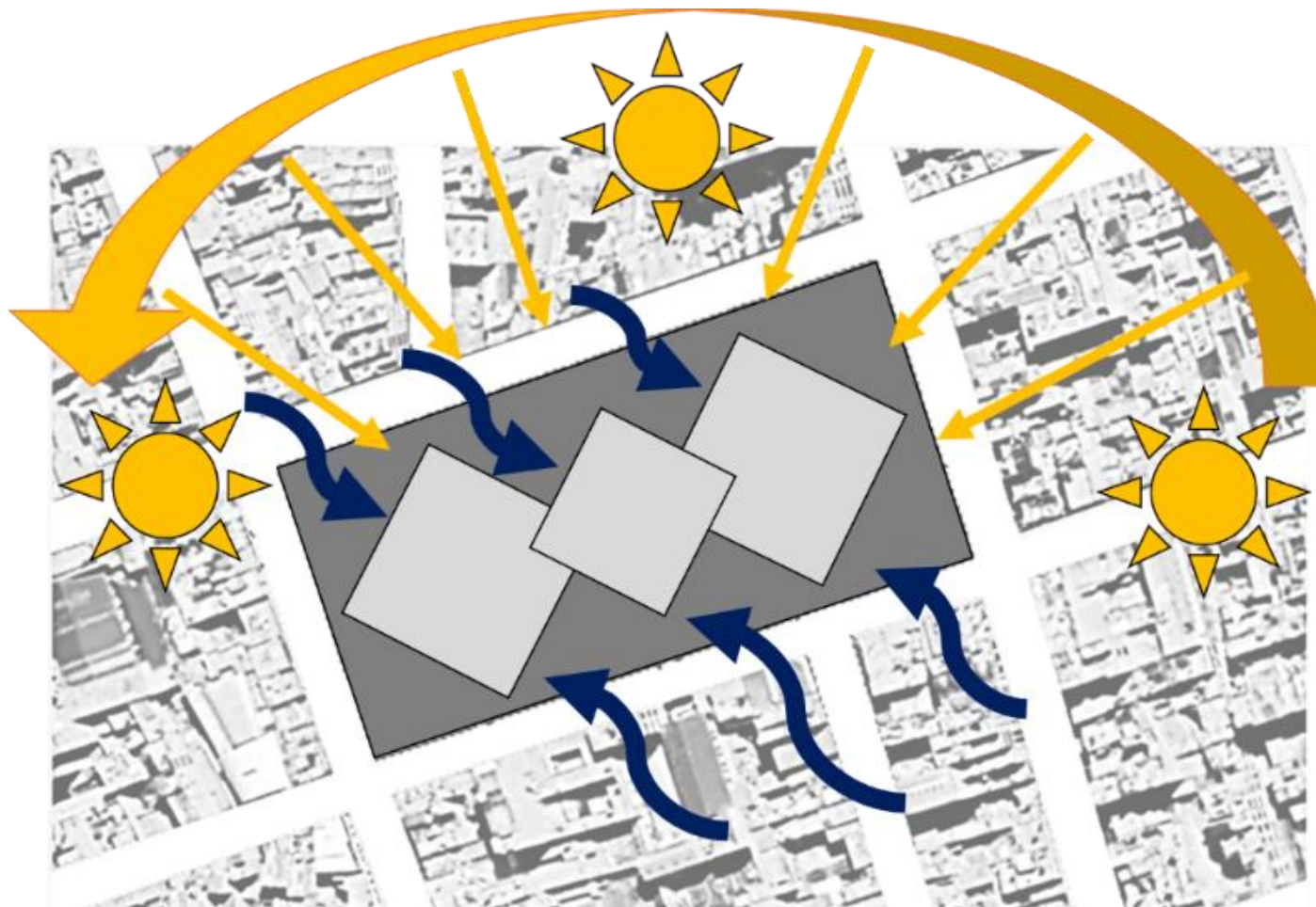
**Figura N°46.** Imagen de conexione de espacios



Fuente: elaboración propia.

Aspecto climatológico: Para ello creo espacio en forma escalonada para aprovechar los vientos de tal manera obtenemos una ventilación natural eficiente

**Figura N°47.** Imagen climatológica



Fuente: elaboración propia.

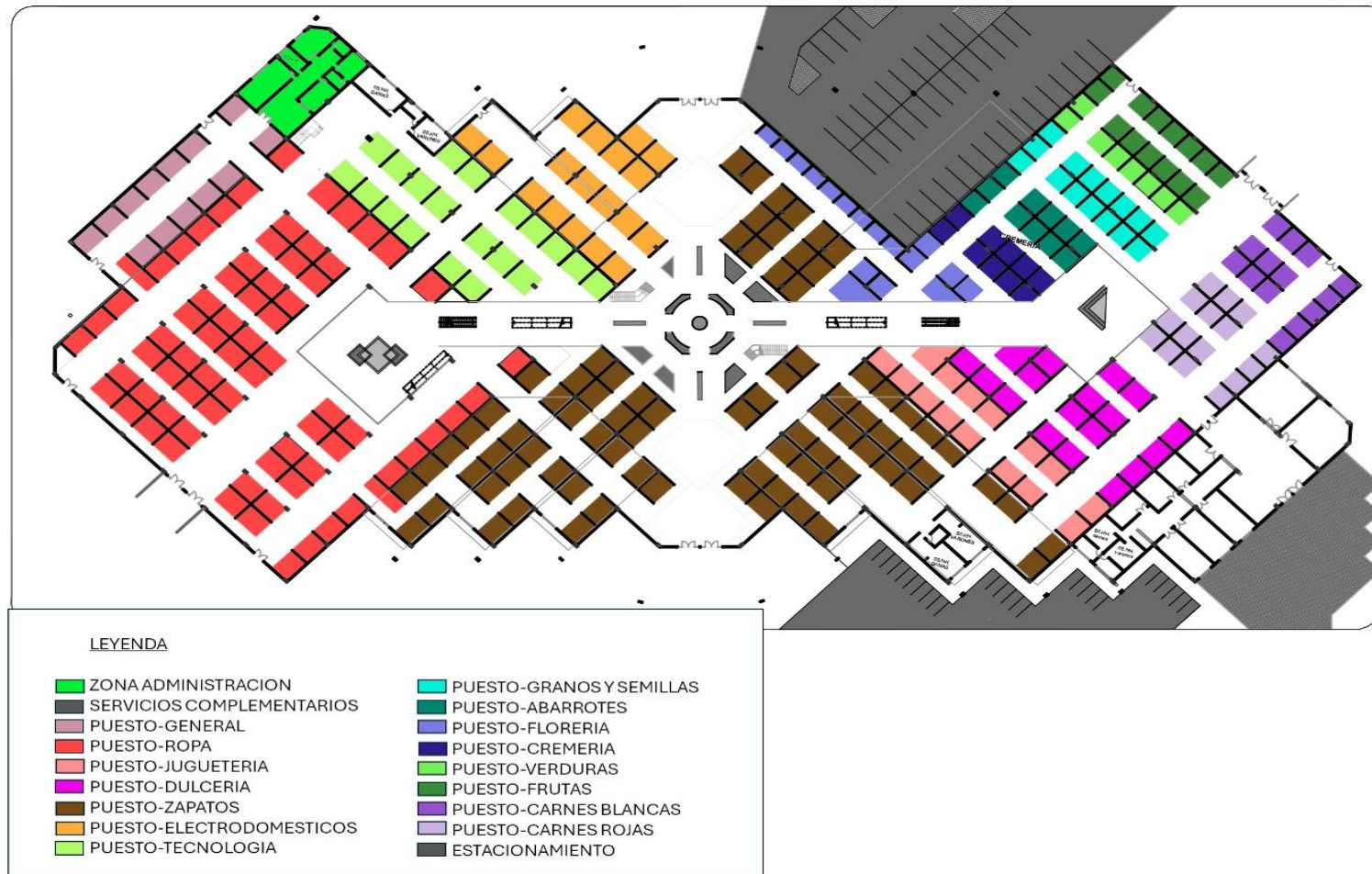
**Figura N°48.** Intencionalidades arquitectónicas



Fuente: elaboración propia.

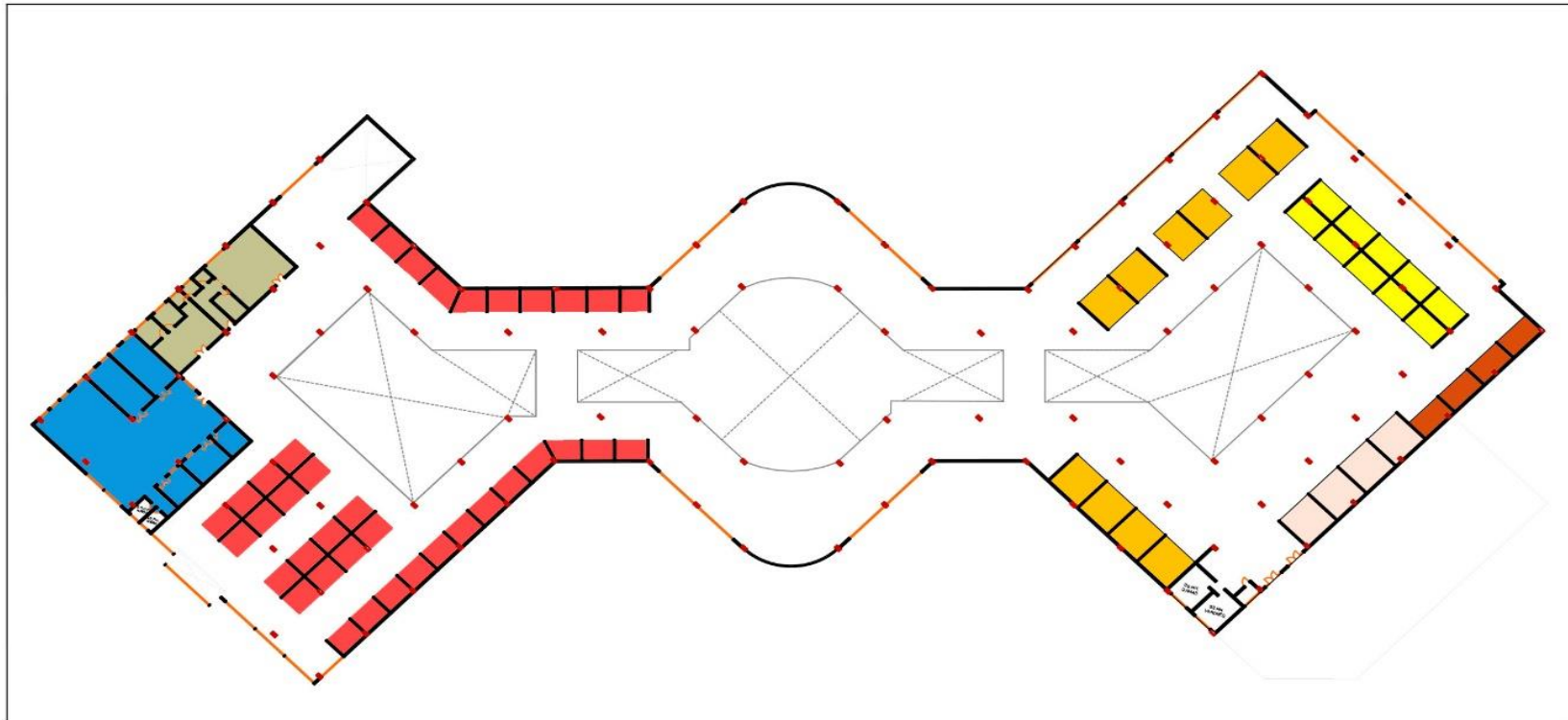


Figura N°49. Zonificación del primer nivel



Fuente: elaboración propia.

**Figura N°50.** Zonificación del segundo nivel



LEYENDA

- FINANCIERA
- LACTARIO
- PUESTO-ROPA
- PUESTO-COMIDA
- PUESTO-LICUADOS
- PUESTO-PANADERIA
- PUESTO-NEVERIA

Fuente: elaboración propia.



## PROYECTO



Fuente: elaboración propia.





Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia



## REFERENCIAS

- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Planning Association*, 35 (4), 216-224.
- Arteta Morante, S. S., & Huerta Espinoza, M. del P. (2020). Espacio de refugio, recuperación y confort para el adulto mayor en el distrito de Arapa [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano Puno]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/14025>
- Arias, F. G. (2020). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica*. Editorial Episteme.
- Borja, J., & Muxi, Z. (s.f.). *El espacio público es la ciudad*. [Folleto]. Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid.
- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L. G., & Stone, A. M. (1992). *Public space*. Cambridge University Press.
- Checa Correa, B. I., & De La Cruz Roa, K. A. (2024). Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana - 2023 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/132704>
- Condori Maquera, K., & Jaliri Ccuno, E. V. (2020). Regeneración de los espacios públicos abiertos en la Av. Costanera, Bahía Interior y Malecón de la ciudad de Puno basada en la sensibilidad local [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano Puno]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/15884>
- Cullen, G. (1961). *The concise townscape*. Routledge.

Custodio, C., Ortiz, T., & Medina, P. (2024). Segregación socioespacial a los bienes socioambientales de los espacios verdes públicos de la ciudad de Durango, México. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 33 (65), 4–21. <https://doi.org/10.20983/noesis.2024.1.1>

De Soto, H. (1989). *The other path: The invisible revolution in the Third World*. Harper & Row.

Durán-Pérez, J. M., & Lara-Abad, J. M. (2021). Análisis de datos en Ciencias Sociales y de la Salud. Editorial Universitaria Ramón Areces.

Fuentes-Doria, R., González-Pérez, C., & Martínez-Rivera, L. (2020). *Metodología de la investigación social*. Editorial Académica.

Gehl, J. (2010). *Ciudades para la gente*. Ediciones Infinito.

Gehl, J. (2010). *Cities for people*. Island Press.

Gehl, J. (2011). *Life between buildings: Using public space*. Island Press.

Hall, P. (2002). *Cities of tomorrow: An intellectual history of urban planning and design in the twentieth century*. Blackwell Publishing.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

Huanca Anara, L. I., & Roque Mamani, E. P. (2023). Propuesta esquemática de un espacio público metropolitano entorno al río Juliaca para mejorar la calidad de

- vida urbana al 2042 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano Puno]. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/20243>
- Inga Llatas, C. A. (2024). Recuperación del borde ribereño de Bagua mediante un edificio malecón vinculado al ocio y cultura [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/7185>
- Jacobs, J. (1961). *The death and life of great American cities*. Random House.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *\*Marketing Management\**. Pearson.
- Kuo, F. E. (2001). Coping with poverty: Impacts of environment and attention in the inner city. *Environment and Behavior*, 33 (1), 5-34.
- Levy, M. (2012). *Retailing Management*. McGraw-Hill/Irwin.
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. MIT Press.
- Lynch, K. (1981). *A theory of good city form*. MIT Press.
- Lynch, K. (2018). *La imagen de la ciudad*. MIT Press.
- Martínez Salvador, L. E., & Alvarado Ramírez, D. F. (2020). Parques de bolsillo: Un análisis desde la percepción de usuarios en la ciudad de México. *\*Economía Sociedad y Territorio*, 20\*(63), 489–511. <https://doi.org/10.22136/est20201585>
- Montgomery, J. (1998). Making a city: Urbanity, vitality and urban design. *Journal of Urban Design*, 3 (1), 93-116.
- Quesada, M., Pujadas, R., & González, M. (2018). *Metodología de la investigación: Diseño y ejecución*. Editorial Científica.
- Roberts, P., & Sykes, H. (2000). *Urban Regeneration: A Handbook*. SAGE Publications.

Roberts, P., & Sykes, H. (2000). *Urban Regeneration: A Handbook*. SAGE Publications.

Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford University Press.

Takayama Bravo, E. N. (2024). La infraestructura verde como estrategia de recuperación de espacios públicos degradados en la ciudad de Pimentel, 2023 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/137791>

Watson, S., & Studdert, D. (2006). Markets as sites for social interaction: Spaces of diversity. *Policy Press*.

Zimbardo, P. (1969). *La "Teoría de las Ventanas Rotas"*. [Revista: Stanford Law Review].

Zumba Llango, E. R., Ruiz Ortiz, F. M., Cepeda Godoy, H. M., & Moreno Estrada, M. E. (2021). Reactivación de espacios públicos desde la visión arquitectónica urbanística. *Arquitectura y Urbanismo*, XLII (1), 127-145.

Ñaupas, H., Sánchez, A., & González, M. (2018). *Metodología de la Investigación: El proceso y sus técnicas*. Editorial Científica.

## **ANEXOS**

Anexo N° 1. Tabla de categorización de variables

<b>Recuperación de espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca 2024</b>							
<b>Categoría</b>	<b>Definición</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
RECUPERAR EL ESPACIO PUBLICO (VARIABLE DEPENDIENTE)	"Recuperar el espacio público" se define como el proceso de restauración y reacondicionamiento de áreas urbanas destinadas al uso comunitario, con el objetivo de revitalizar la vida urbana y mejorar la calidad del entorno urbano (Gehl, 2010).	Recuperación del espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Revitalización del Espacio Público	Infraestructura Mejorada	La revitalización del espacio público mediante una infraestructura mejorada en el mercado Tupac Amaru de Juliaca proporcionará un entorno más atractivo y funcional, promoviendo así una experiencia de compra más satisfactoria para los comerciantes y los clientes	Encuesta	Cuestionario
			Potenciación del Mercado	Atracción de Nuevos Comerciantes y Visitantes	Teoría del espacio publico		
		Analizar la problemática existente con relación a los espacios públicos del Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Infraestructura y Distribución Espacial	Disponibilidad de Espacios de Circulación	La distribución de los espacios de circulación dentro del Mercado Tupac Amaru es adecuada para facilitar el movimiento de los comerciantes y los clientes.	Encuesta	Cuestionario
			Seguridad y Condiciones Sanitarias	Percepción de Seguridad	Los comerciantes del Mercado Tupac Amaru se sienten seguros mientras trabajan en sus puestos.		
			Identificar los factores influyentes en los espacios públicos que contribuyan a recuperar y revitalizar mediante nuevos formatos el Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Diseño y Ambientación	Atractivo Visual		
Servicios y Comodidades	Variedad de Servicios	La variedad de servicios disponibles en el Mercado Tupac Amaru, como estacionamiento, áreas de descanso y servicios sanitarios, satisfacen las necesidades de los comerciantes y los clientes.					
Revitalizar y Potenciar (VARIABLE INDEPENDIENTE)	"Revitalizar y Potenciar" se define como el conjunto de acciones orientadas a revitalizar y fortalecer áreas urbanas, mediante la implementación de estrategias arquitectónicas, tecnológicas y comerciales que mejoren su funcionalidad y atractivo para la comunidad (Gehl, 2010).	Elaborar un programa basado en los casos análogos que me permitan entender los planes de recuperación de las zonas públicas que han sido tomadas en el Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Experiencias Exitosas	Concientización de la importancia de espacios de esparcimiento	Teoría de las ventanas rotas	Encuesta	Cuestionario
			Planificación y Ejecución	Utilización de Casos Análogos	¿Un programa basado en casos análogos sería efectivo en la planificación y ejecución de las acciones de recuperación de zonas públicas en el Mercado Tupac Amaru?		
		Proponer la renovación de la infraestructura acorde con las necesidades y actividades del mercado para crear espacios públicos y así revitalizar el Mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Diseño y Distribución de Espacios	Adecuación a las Necesidades del Mercado	¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del Mercado Tupac Amaru mejoraría de manera efectiva a las necesidades y actividades de los comerciantes y los clientes?	Encuesta	Cuestionario
			Atractivo y Funcionalidad	Mejora en la Funcionalidad y Estética	¿La renovación propuesta mejora tanto la funcionalidad como la estética del Mercado Tupac Amaru, lo que contribuirá a revitalizar el mercado y atraer a más visitantes?		

Fuente: elaboración propia

Anexo N° 2. Instrumento de recolección de datos.

**ENCUESTA N°1**  
**SOBRE RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y**  
**POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Investigador: MIRANDA ZELA CRISTIAN MARIO

INSTRUCCIONES: a continuación, le presentamos 10 ítems, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código:

1.- Totalmente de acuerdo	2.- En desacuerdo	3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.- En acuerdo	5.- Totalmente en acuerdo
---------------------------	-------------------	------------------------------------	----------------	---------------------------

N.	ÍTEMS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1	¿La mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca revitalizará el espacio público, promoviendo una experiencia de compra más satisfactoria?					
2	¿La distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru facilita el movimiento de comerciantes y clientes?					
3	¿Conoce la Teoría de la imagen urbana, está de acuerdo?					
4	¿Conoce usted la Teoría del espacio público, está de acuerdo?					
5	¿ha escuchado usted la Teoría de las ventanas rotas, está de acuerdo?					
6	¿Los comerciantes del mercado Tupac Amaru se sienten seguros en sus puestos de trabajo?					
7	¿Los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru, como estacionamiento y áreas de descanso, satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes?					
8	¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes?					
9	¿La renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejora tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes?					
10	¿Sería efectivo un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru?					

## VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO EXPERTO

### TESIS:

#### RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024

Investigador: MIRANDA ZELA CRISTIAN MARIO

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de entrevista, responda conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Instrumento:

#### Entrevista N. 1 SOBRE RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024

1.- totalmente en desacuerdo	2.- En desacuerdo	3.- Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4.- De acuerdo	5.- Totalmente de acuerdo
------------------------------	-------------------	------------------------------------	----------------	---------------------------

N.	ÍTEMS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1	¿La mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca revitalizará el espacio público, promoviendo una experiencia de compra más satisfactoria?					X
2	¿La distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru facilita el movimiento de comerciantes y clientes?				X	
3	¿Conoce la Teoría de la imagen urbana, está de acuerdo?					X
4	¿Conoce usted la Teoría del espacio público, está de acuerdo?					X
5	¿ha escuchado usted la Teoría de las ventanas rotas, está de acuerdo?					X
6	¿Los comerciantes del mercado Tupac Amaru se sienten seguros en sus puestos de trabajo?					X
7	¿Los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru, como estacionamiento y áreas de descanso, satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes?					X
8	¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes?				X	
9	¿La renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejora tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes?					X
10	¿Sería efectivo un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru?				X	



Recomendaciones:

.....

.....

.....

.....

Nombres y apellidos	Carlos A. Seclen Ramos	DNI N°	41058060
Dirección domiciliaria	Ca. Fco. Cabrera 328	Teléfono/celular	
Grado académico	Maestro en Arquitectura		
Mención	Maestro en Arquitectura		



**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO EXPERTO**  
**TESIS:**

**RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL  
MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Investigador: MIRANDA ZELA CRISTIAN MARIO

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de entrevista, responda conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Instrumento:

**Entrevista N. 1 SOBRE RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA  
REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA  
2024**

	1.- totalmente en desacuerdo	2.- En desacuerdo	3.- Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4.- De acuerdo	5.- Totalmente de acuerdo					
<b>N.</b>	<b>ÍTEMS</b>				<b>Puntuación</b>					
						<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	¿La mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca revitalizará el espacio público, promoviendo una experiencia de compra más satisfactoria?								X	
2	¿La distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru facilita el movimiento de comerciantes y clientes?									X
3	¿Conoce la Teoría de la imagen urbana, está de acuerdo?									X
4	¿Conoce usted la Teoría del espacio público, está de acuerdo?									X
5	¿ha escuchado usted la Teoría de las ventanas rotas, está de acuerdo?									X
6	¿Los comerciantes del mercado Tupac Amaru se sienten seguros en sus puestos de trabajo?								X	
7	¿Los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru, como estacionamiento y áreas de descanso, satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes?								X	
8	¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes?								X	
9	¿La renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejora tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes?							X		
10	¿Sería efectivo un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru?								X	

Recomendaciones:

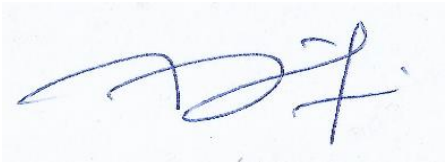
.....

.....

.....

.....

Nombres y apellidos	Aguilar Zavaleta Jorge Pablo	DNI N°	18901780
Dirección domiciliaria	Pacaes 436 San Eloy, distrito de Trujillo	Teléfono/celular	995 985 053
Grado académico	MDI Maestro en dirección de empresas constructoras e inmobiliarias		
Mención	MDI Maestro en dirección de empresas constructoras e inmobiliarias		



Lugar y fecha: 08 de julio del 2024 – distrito de Trujillo

## VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO EXPERTO

TESIS:

### RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024

Investigador: MIRANDA ZELA CRISTIAN MARIO

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de entrevista, responda conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Instrumento:

#### Entrevista N. 1 SOBRE RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024

1.- totalmente en desacuerdo	2.- En desacuerdo	3.- Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4.- De acuerdo	5.- Totalmente de acuerdo
------------------------------	-------------------	------------------------------------	----------------	---------------------------

N.	ÍTEMS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1	¿La mejora de la infraestructura del mercado Tupac Amaru en Juliaca revitalizará el espacio público, promoviendo una experiencia de compra más satisfactoria?				X	
2	¿La distribución de espacios de circulación en el mercado Tupac Amaru facilita el movimiento de comerciantes y clientes?					X
3	¿Conoce la Teoría de la imagen urbana, está de acuerdo?					X
4	¿Conoce usted la Teoría del espacio público, está de acuerdo?					X
5	¿ha escuchado usted la Teoría de las ventanas rotas, está de acuerdo?					X
6	¿Los comerciantes del mercado Tupac Amaru se sienten seguros en sus puestos de trabajo?					X
7	¿Los servicios disponibles en el mercado Tupac Amaru, como estacionamiento y áreas de descanso, satisfacen las necesidades de comerciantes y clientes?				X	
8	¿Una propuesta de renovación de la infraestructura del mercado Tupac Amaru mejoraría las necesidades de comerciantes y clientes?				X	
9	¿La renovación propuesta del mercado Tupac Amaru mejora tanto su funcionalidad como su estética para revitalizarlo y atraer más visitantes?			X		
10	¿Sería efectivo un programa basado en casos análogos para la recuperación del mercado Tupac Amaru?				X	

Recomendaciones:

.....

.....

.....

.....

Nombres y apellidos	Mario Uldarico Vargas Salazar	DNI N°	17612481
Dirección domiciliaria	7 de enero 257 - Chiclayo centro	Teléfono/celular	969006672
Grado académico	Maestro en Gestión Urbano Ambiental		
Mención	Maestro en Gestión Urbano Ambiental		



**Ficha de observación N. 1 SOBRE RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de entrevista, marque con un aspa el casillero que cree conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Nota: para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde:

1.- muy poco	2.- poco	3.- regular	4.- aceptable	5.- muy aceptable
--------------	----------	-------------	---------------	-------------------

N.	ÍTEMS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1	Análisis planimétrico					X
2	Panel fotográfico					X
3	Leyenda				X	
4	Descripción				X	
5	Análisis					X
6	Estadística					X
7	Tipo de identifica				X	
8	Objetivo del identifica				X	
9	Membrete				X	

Recomendaciones:

.....

.....

---

---

Nombres y apellidos	Carlos A. Seclen Ramos	DNI N°	41058060
Dirección domiciliaria	Ca. Fco. Cabrera 328	Teléfono/celular	
Grado académico	Maestro en Arquitectura		
Mención	Maestro en Arquitectura		



**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**JUICIO DE EXPERTO**

**RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Responsables: Miranda Zela Cristian Mario

**Instrucción**

Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación, "Entrevista", con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.- Muy poco	2.- Poco					3.- Regular	4.- Aceptable	5.- Muy Aceptable
Criterio de Validez	Puntuación					Argumento	Observaciones y/o sugerencias	
	1	2	3	4	5			
Validez de contenido					X			
Validez de criterio Metodológico					X			
Validez de intención y objetividad de medición y observación					X			
Presentación y formalidad del instrumento				X				
Total, Parcial				1	9			
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>							


Puntuación:

De 4 a 11: No válida, reformular

De 12 a 14: No válido, modificar

De 15 a 17: Válido, mejorar

De 18 a 20: Válido, aplicar

Apellidos y Nombres	Carlos A. Seclen Ramos	 CARLOS ARMANDO SECLEM RAMOS ARCHITECTO C.A.P. N° 12066
Grado Académico	Ca. Fco. Cabrera 328	
Mención	Maestro en Arquitectura	

Firma



**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

JUICIO DE EXPERTO

**RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Responsables: Miranda Zela Cristian Mario

Instrucción

Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación, "Ficha de observación", con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.- Muy poco	2.- Poco					3.- Regular	4.- Aceptable	5.- Muy Aceptable
Criterio de Validez	Puntuación					Argumento	Observaciones y/o sugerencias	
	1	2	3	4	5			
Validez de contenido					X			
Validez de criterio Metodológico				X				
Validez de intención y objetividad de medición y observación				X				
Presentación y formalidad del instrumento					X			

Total Parcial				1	8
TOTAL	18				


Puntuación:

De 4 a 11: No válida, reformular

De 12 a 14: No válido, modificar

De 15 a 17: Válido, mejorar

De 18 a 20: Válido, aplicar

Apellidos y Nombres	Carlos A. Seclen Ramos	 <b>CARLOS ARMANDO SECLEN RAMOS</b> ARCHITECTO C.A.P. Nº 12066
Grado Académico	Ca. Fco. Cabrera 328	
Mención	Maestro en Arquitectura	

**Ficha de observación N. 1 SOBRE RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de entrevista, marque con un aspa el casillero que cree conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Nota: para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde:

1.- muy poco	2.- poco	3.- regular	4.- aceptable	5.- muy aceptable
--------------	----------	-------------	---------------	-------------------

N.	ÍTEMS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1	Análisis planimétrico					X
2	Panel fotográfico					X
3	Leyenda				X	
4	Descripción					X
5	Análisis					X
6	Estadística					X
7	Tipo de identifica				X	
8	Objetivo del identifica					x
9	Membrete				X	

Recomendaciones:


.....

.....

.....

.....

Nombres y apellidos	Aguilar Zavaleta Jorge Pablo	DNI N°	18901780
Dirección domiciliaria	Pacaes 436 San Eloy, distrito de Trujillo	Teléfono/celular	995 985 053
Grado académico	MDI Maestro en dirección de empresas constructoras e inmobiliarias		
Mención	MDI Maestro en dirección de empresas constructoras e inmobiliarias		



Lugar y fecha: 08 de julio del 2024 – distrito de Trujillo

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN****JUICIO DE EXPERTO****RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Responsables: Miranda Zela Cristian Mario

## Instrucción

Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación, "Entrevista", con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.- Muy poco	2.- Poco					3.- Regular	4.- Aceptable	5.- Muy Aceptable
Criterio de Validez	Puntuación					Argumento	Observaciones y/o sugerencias	
	1	2	3	4	5			
Validez de contenido					X			
Validez de criterio Metodológico				X				
Validez de intención y objetividad de medición y observación					X			
Presentación y formalidad del instrumento				X				
Total Parcial				1	8			
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>							

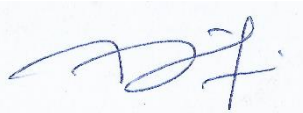
Puntuación:

De 4 a 11: No válida, reformular

De 12 a 14: No válido, modificar

De 15 a 17: Válido, mejorar

De 18 a 20: Válido, aplicar

Apellidos y Nombres	Aguilar Zavaleta Jorge Pablo	
Grado Académico	Maestro en dirección de empresas constructoras e inmobiliarias	
Mención	Pacaes 436 San Eloy, distrito de Trujillo 995 985 053 - 18901780	
		Firma

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

JUICIO DE EXPERTO

**RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO  
TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Responsables: Miranda Zela Cristian Mario

## Instrucción

Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación, "Ficha de observación", con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.


Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.- Muy poco	2.- Poco					3.- Regular	4.- Aceptable	5.- Muy Aceptable
Criterio de Validez	Puntuación					Argumento	Observaciones y/o sugerencias	
	1	2	3	4	5			
Validez de contenido					X			
Validez de criterio Metodológico					X			
Validez de intención y objetividad de medición y observación				X				
Presentación y formalidad del instrumento					X			

Total Parcial				1	9
TOTAL	19				

Puntuación:

De 4 a 11: No válida, reformular De 12 a 14: No válido, modificar De 15 a 17: Válido, mejorar De 18 a 20: Válido, aplicar 

Apellidos y Nombres	Aguilar Zavaleta Jorge Pablo	
Grado Académico	Maestro en dirección de empresas constructoras e inmobiliarias	
Mención	Pacaes 436 San Eloy, distrito de Trujillo 995 985 053 - 18901780	
		Firma

**Ficha de observación N. 1 SOBRE RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de entrevista, marque con un aspa el casillero que cree conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Nota: para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde:

1.- muy poco	2.- poco	3.- regular	4.- aceptable	5.- muy aceptable
--------------	----------	-------------	---------------	-------------------

N.	ÍTEMS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1	Análisis planimétrico					X
2	Panel fotográfico				x	
3	Leyenda				X	
4	Descripción				x	
5	Análisis					X
6	Estadística					X
7	Tipo de identifica				X	
8	Objetivo del identifica					x
9	Membrete				X	

Recomendaciones:

.....

.....

.....

.....

Nombres y apellidos	Mario Uldarico Vargas Salazar	DNI N°	17612481
Dirección domiciliaria	7 de enero 257 - Chiclayo centro	Teléfono/celular	969006672
Grado académico	Maestro en Gestión Urbano Ambiental		
Mención	Maestro en Gestión Urbano Ambiental		



**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**JUICIO DE EXPERTO**

**RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Responsables: Miranda Zela Cristian Mario

**Instrucción**

Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación, "Entrevista", con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.- Muy poco	2.- Poco					3.- Regular	4.- Aceptable	5.- Muy Aceptable
Criterio de Validez	Puntuación					Argumento	Observaciones y/o sugerencias	
	1	2	3	4	5			
Validez de contenido					X			
Validez de criterio Metodológico				X				
Validez de intención y objetividad de medición y observación				X				
Presentación y formalidad del instrumento					X			
Total Parcial				1	8			
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>							


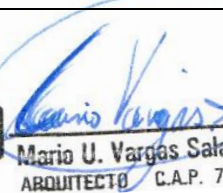
**Puntuación:**

De 4 a 11: No válida, reformular

De 12 a 14: No válido, modificar

De 15 a 17: Válido, mejorar

De 18 a 20: Válido, aplicar

Apellidos y Nombres	Mario Uldarico Vargas Salazar	  <b>Mario U. Vargas Salazar</b> ARQUITECTO C.A.P. 7064
Grado Académico	Maestro en Gestión Urbano Ambiental	
Dirección - celular - DNI	7 de enero 257 - Chiclayo centro 969006672 - 17612481	

Firma



**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

JUICIO DE EXPERTO

**RECUPERACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

Responsables: Miranda Zela Cristian Mario

## Instrucción

Luego de analizar y cotejar el instrumento de investigación, "Ficha de observación", con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.


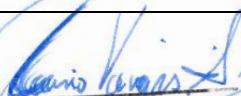
Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.- Muy poco	2.- Poco		3.- Regular		4.- Aceptable	5.- Muy Aceptable	Argumento	Observaciones y/o sugerencias
Criterio de Validez	Puntuación							
	1	2	3	4	5			
Validez de contenido					X			
Validez de criterio Metodológico				X				
Validez de intención y objetividad de medición y observación			X					
Presentación y formalidad del instrumento			X					

Total Parcial				1	8
TOTAL	18				

Puntuación:

De 4 a 11: No válida, reformular De 12 a 14: No válido, modificar De 15 a 17: Válido, mejorar De 18 a 20: Válido, aplicar 

Apellidos y Nombres	Mario Uldarico Vargas Salazar	  <b>Mario U. Vargas Salazar</b> ARQUITECTO C.A.P. 7064
Grado Académico	Maestro en Gestión Urbano Ambiental	
Dirección - celular - DNI	7 de enero 257 - Chiclayo centro 969006672 - 17612481	
		Firma

## Anexo N° 4. Resultado de similitud del programa Turnitin.

feedback studio    CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA    Recuperación de espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca 2024    /100    2 de 29



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

"Recuperación de espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca 2024"

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

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR:**  
Miranda Zela, Cristian Mario (0009-0002-9974-1652)

**ASESOR:**  
Mg. Arq. Terán Flores, Carlos Edilberto (orcid.org/0000-0003-0345-916X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Arquitectura

**JULIACA-PERÚ**  
2024

**Resumen de coincidencias** ✕

**20 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés

**Coincidencias**

1	hdl.handle.net	Fuente de Internet	3 %
2	Entregado a Universid...	Trabajo del estudiante	2 %
3	Entregado a Universid...	Trabajo del estudiante	1 %
4	repositorio.ucv.edu.pe	Fuente de Internet	1 %
5	es.scribd.com	Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.urp.edu.pe	Fuente de Internet	1 %
7	repositorio.utesup.ed...	Fuente de Internet	1 %
8	repositorio.unap.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
9	repositorio.unsa.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
10	vsp.info	Fuente de Internet	<1 %
11	www.repositorio.uancv...	Fuente de Internet	<1 %

Anexo N°5. Autorización para para el desarrollo del proyecto



MUNICIPALIDAD DE SAN ROMÁN  
**JULIACA**  
GESTIÓN DEL CENTENARIO



100  
JULIACA

**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN-JULIACA**  
**SUB GERENCIA DE AUTORIZACIONES URBANAS**

**AUTORIZACION DE EJECUCION DEL**  
**PROYECTO DE INVESTIGACION**

**Exp. Adm. N°00035341-2024**

Visto, el expediente presentado por: Sr, CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA, Bachiller en Arquitectura y Urbanismo, quien ha llevado a cabo exitosamente el proyecto de investigación de titulado:

**“Recuperación de espacio público para revitalizar y potenciar el mercado Tupac Amaru de Juliaca 2024”**

Este proyecto de investigación se desarrolló durante el periodo: fecha de inicio: 05 de octubre del 2023 y fecha de término: 09 de julio del 2024.

La Sub Gerencia de Autorizaciones Urbanas Otorga la presente Autorización de esta investigación, la misma que cumplirá con la recuperación de espacios públicos, en la ciudad de juliaca, la cual contribuye al avance del conocimiento en el campo de la ARQUITECTURA Y URBANISMO.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

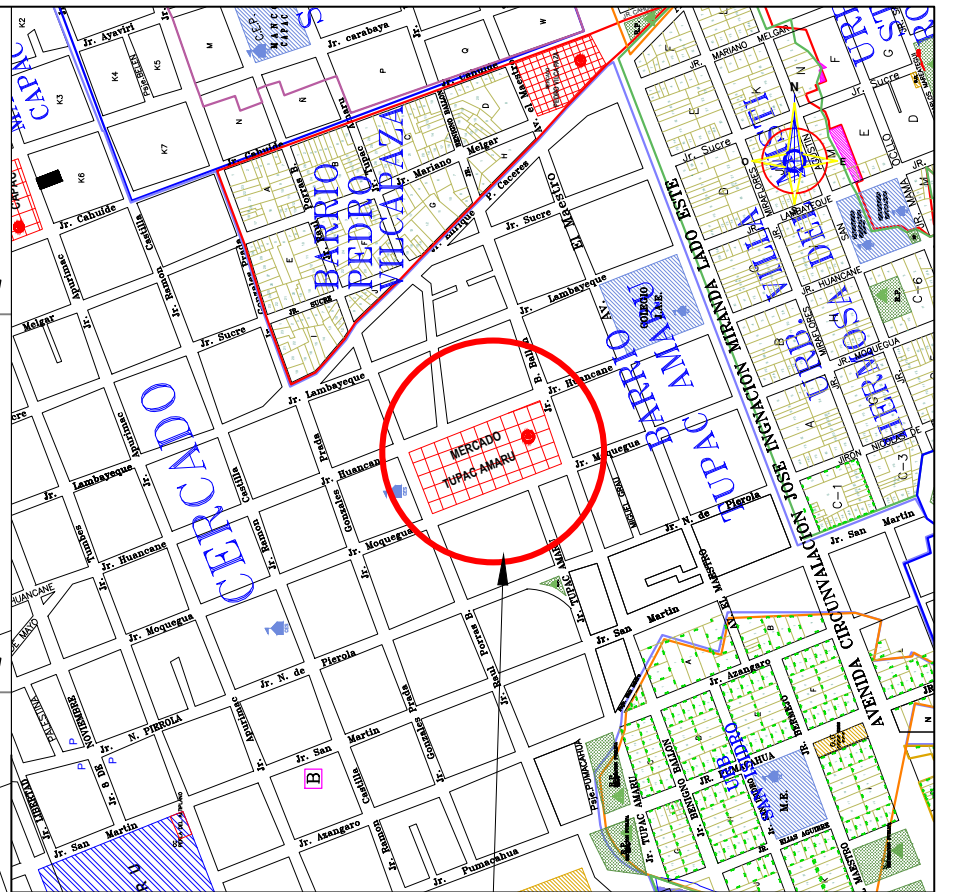
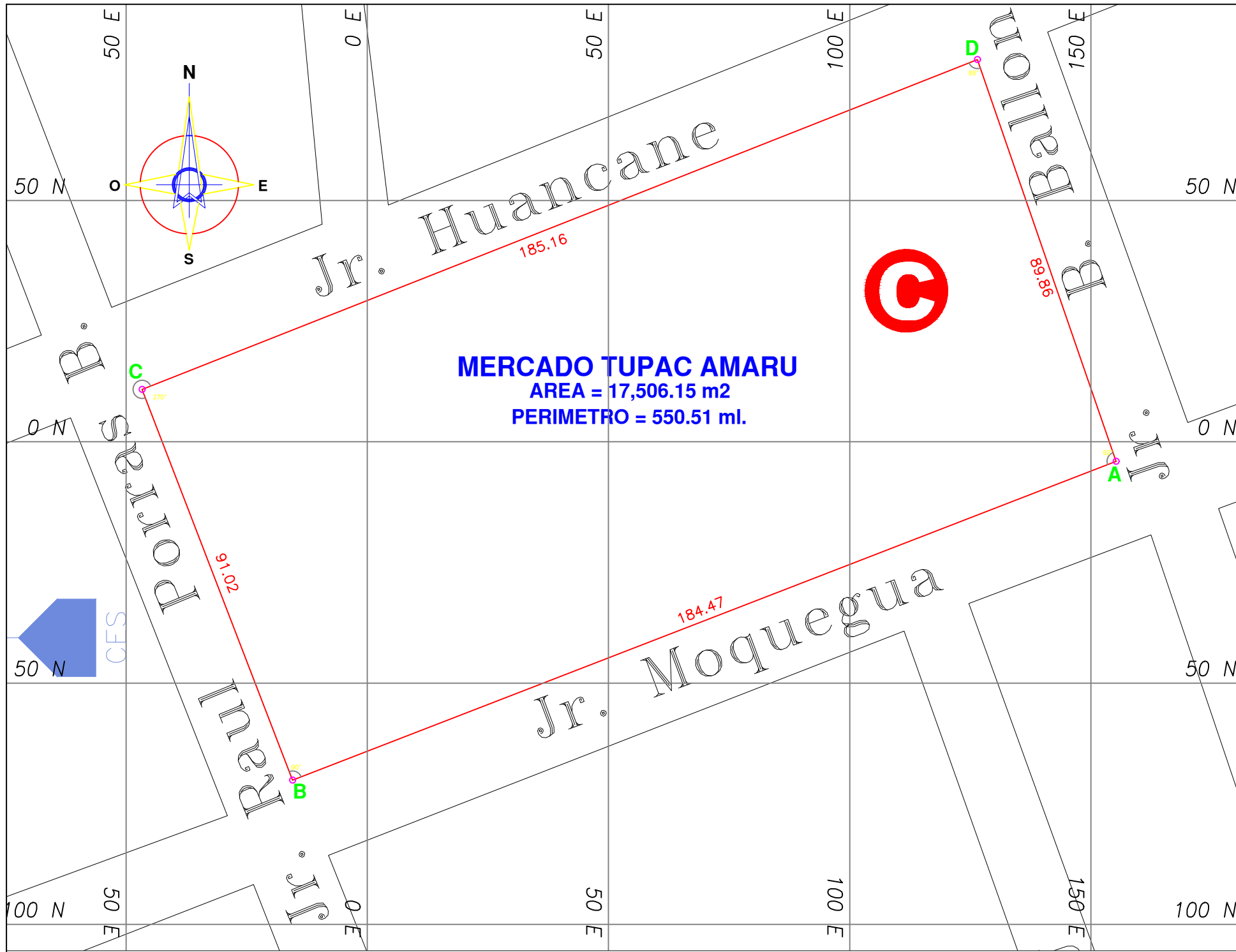
**Juliaca, 20 de agosto del 2024**



MUNICIPALIDAD DE SAN ROMÁN  
SUB GERENCIA DE AUTORIZACIONES URBANAS  
MIGUEL APAZA CABRERA  
CAP. 10441

Jr. Jáuregui N° 321 Centro Cívico - Plaza de Armas  
Central Telefónica: (051) 321201  
www.gob.pe/munisanroman  
mpsrij@munisanroman.gob.pe

GESTIÓN 2023 - 2026



**PLANO DE LOCALIZACIÓN**  
 ESC. 1/10000

**COORDENADAS UTM**

VERTICE	LADO	DISTANCIA	ANG. INTERNO	ESTE (X)	NORTE (Y)
A	A-B	184.47	92°6'28"	155.2251	-4.0666
B	B-C	91.02	89°54'42"	-15.4903	-70.1269
C	C-D	185.16	90°28'43"	-46.6734	10.8285
D	D-A	89.86	87°30'7"	126.4810	79.1917
TOTAL		550.51	360°0'0"		

Suma de ángulos (real) = 360°00'00"  
 Error acumulado = 00°00'00"

**PLANO DE UBICACION**  
 ESC. 1/1000

**CUADRO NORMATIVO**

PARÁMETROS	NORMATIVO	PROYECTO
ZONIFICACIÓN	COMERCIO METROPOLITANO	
USOS COMPATIBLES	RDA	
DENSIDAD NETA	REGIONAL Y METROPOLITANO	
COEF. EDIFICACION	6.0	
% AREA LIBRE	NO EXIGIBLE	
ALTURA MAXIMA	16.10	
RETIRO	NO EXIGIBLE	
Nº ESTACIONAMIENTO	1 ESTACIONAMIENTO POR 75M2	

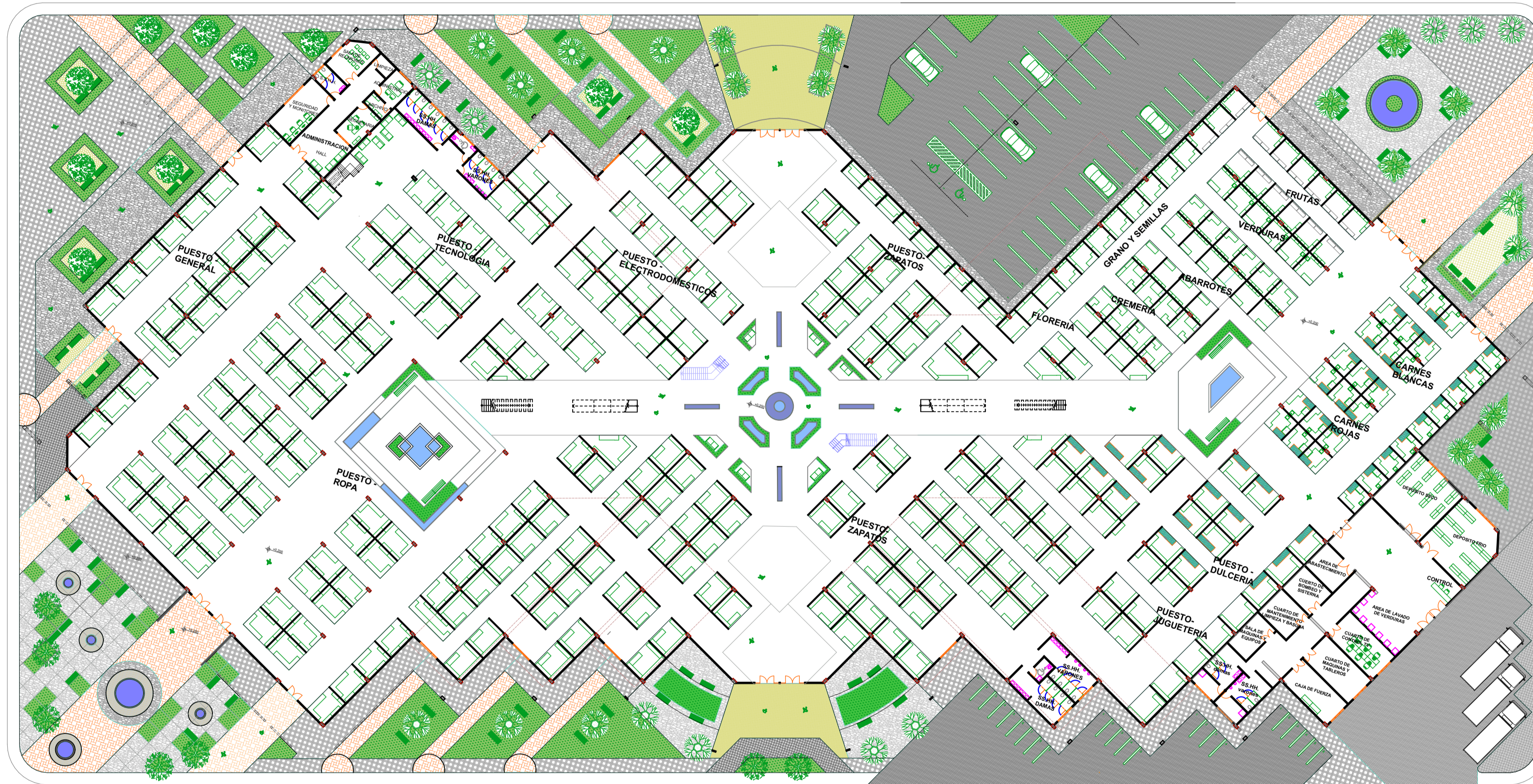
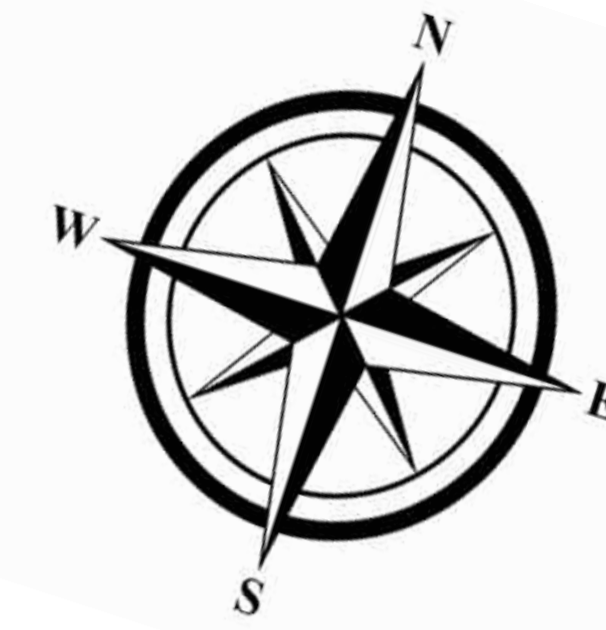
**CUADRO DE AREAS (m<sup>2</sup>)**

PISOS	AREAS DECLARADAS					TOTAL
	Existente	Demolición	Nueva	Amp./Rem.	Parcial	
AREA TECHADA						
PERÍMETRO						550.51 ml
AREA TOTAL DEL TERRENO						17,506.15m <sup>2</sup>

**PROYECTO DE TESIS "RECUPERACION DEL ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA - 2024"**

INVESTIGADOR: MIRANDA ZELA CRISTIAN MARIO	
UBICACIÓN: REGIÓN: PROVINCIA: DISTRITO:	LUGAR: <b>MERCADO TUPAC AMARU</b> PUNO SAN ROMÁN JULIACA
PLANO: <b>LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN</b>	LAMINA <b>U-1</b>
ESCALA: INDICADA	FECHA: ABRIL DEL 2024





**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA  
REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC  
AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO:

**PUNO**

DISTRITO:

**JULIACA**

PLANO:

PROVINCIA:

**SAN ROMAN**

LUGAR:

**JULIACA**

**PLANIMETRIA**

ASESOR:

**Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO**

PROYECTISTA:

**BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA**

LAMINA:

**A-01**

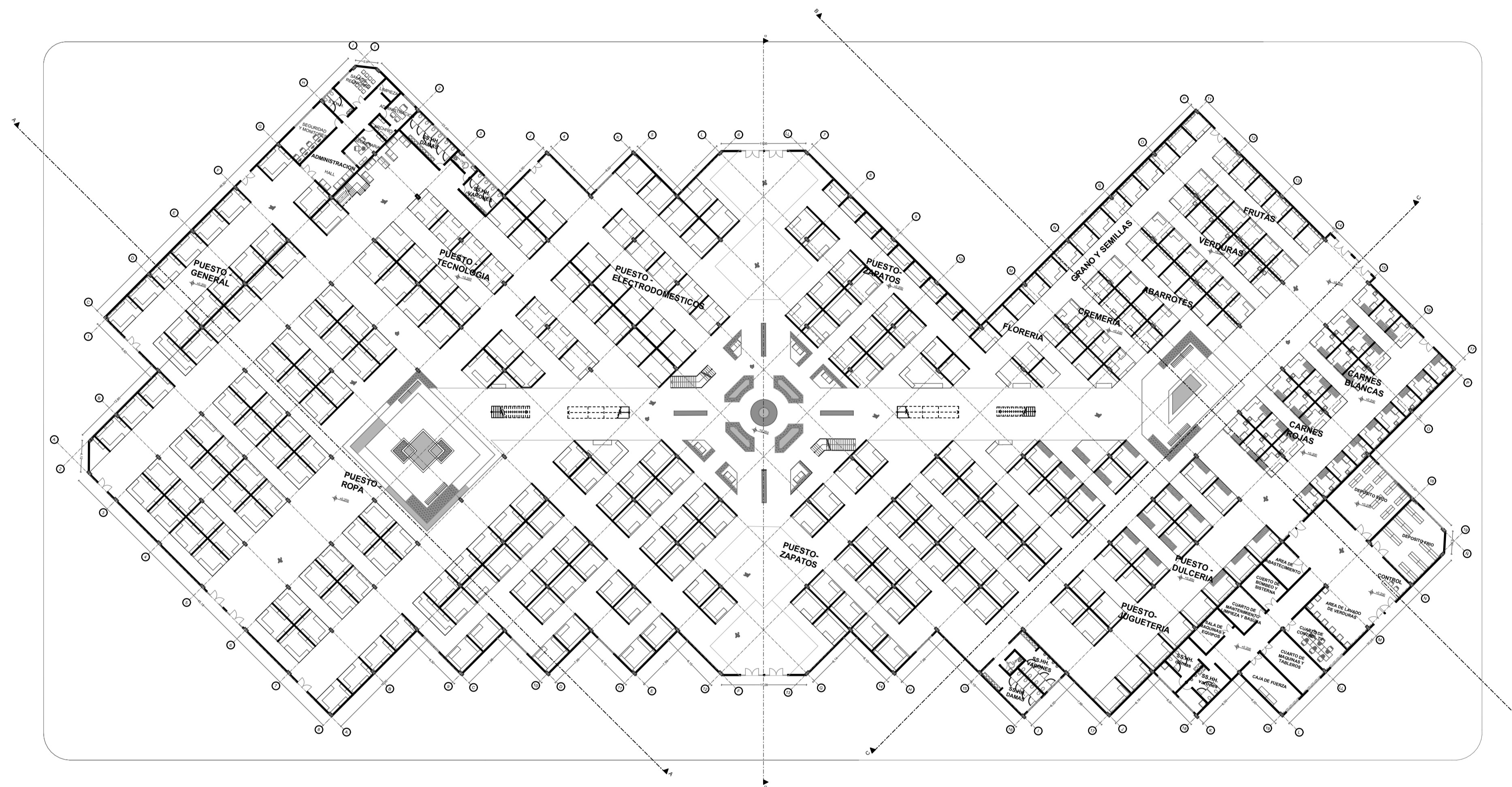
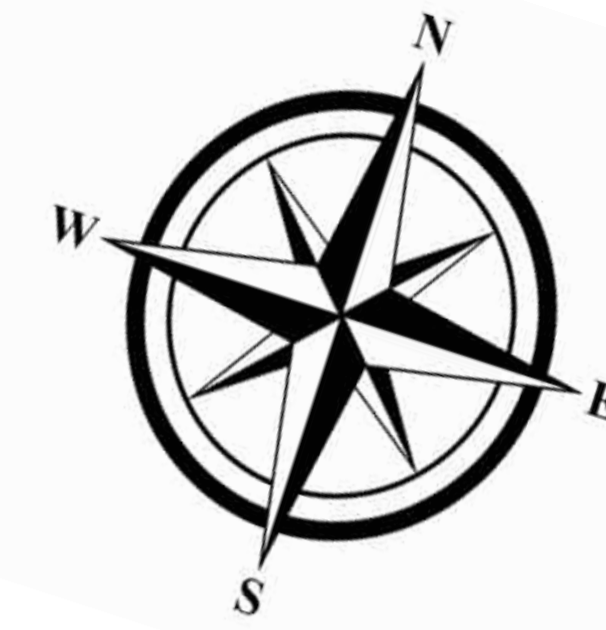
ESCALA:

**1/400**

FECHA:

**JUNIO DEL 2024**





**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
 FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA  
 REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC  
 AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: PUNO  
 PROVINCIA: SAN ROMAN  
 ASESOR:  
**Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO**

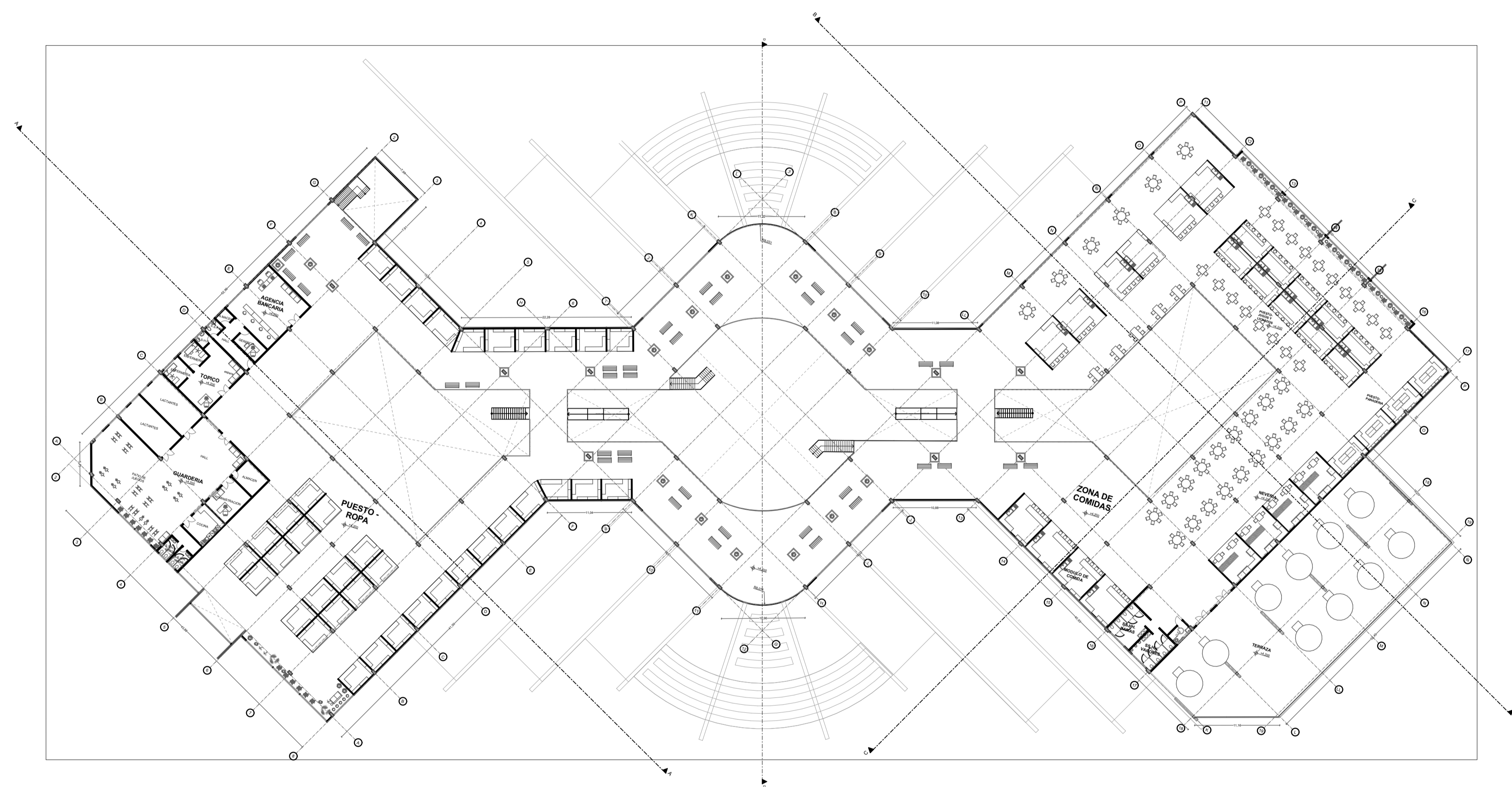
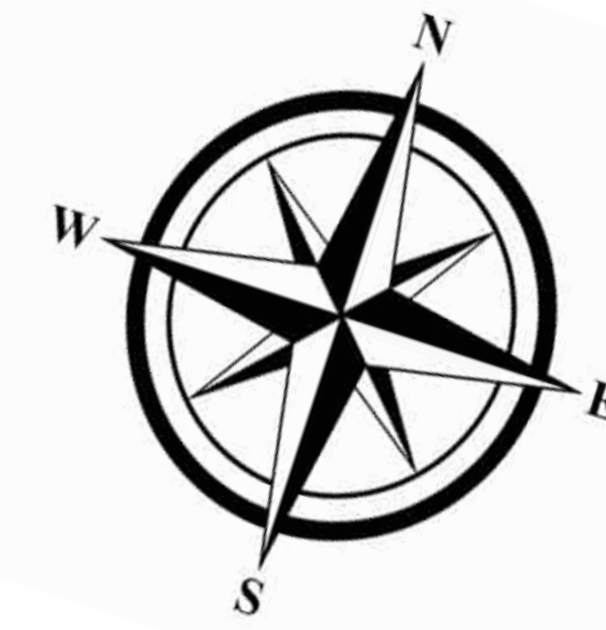
DISTRITO: JULIACA  
 LUGAR: JULIACA

PLANO:  
**PRIMER NIVEL  
 GENERAL**

PROYECTISTA:  
**BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA**

LAMINA:  
**A-02**

ESCALA: 1/400  
 FECHA: JUNIO DEL 2024



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA  
REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC  
AMARU DE JULIACA 2024**

DEPARTAMENTO:

**PUNO**

DISTRITO:

**JULIACA**

PLANO:

PROVINCIA:

**SAN ROMAN**

LUGAR:

**JULIACA**

**SEGUNDO NIVEL  
GENERAL**

ASESOR:

**Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO**

PROYECTISTA:

**BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA**

LAMINA:

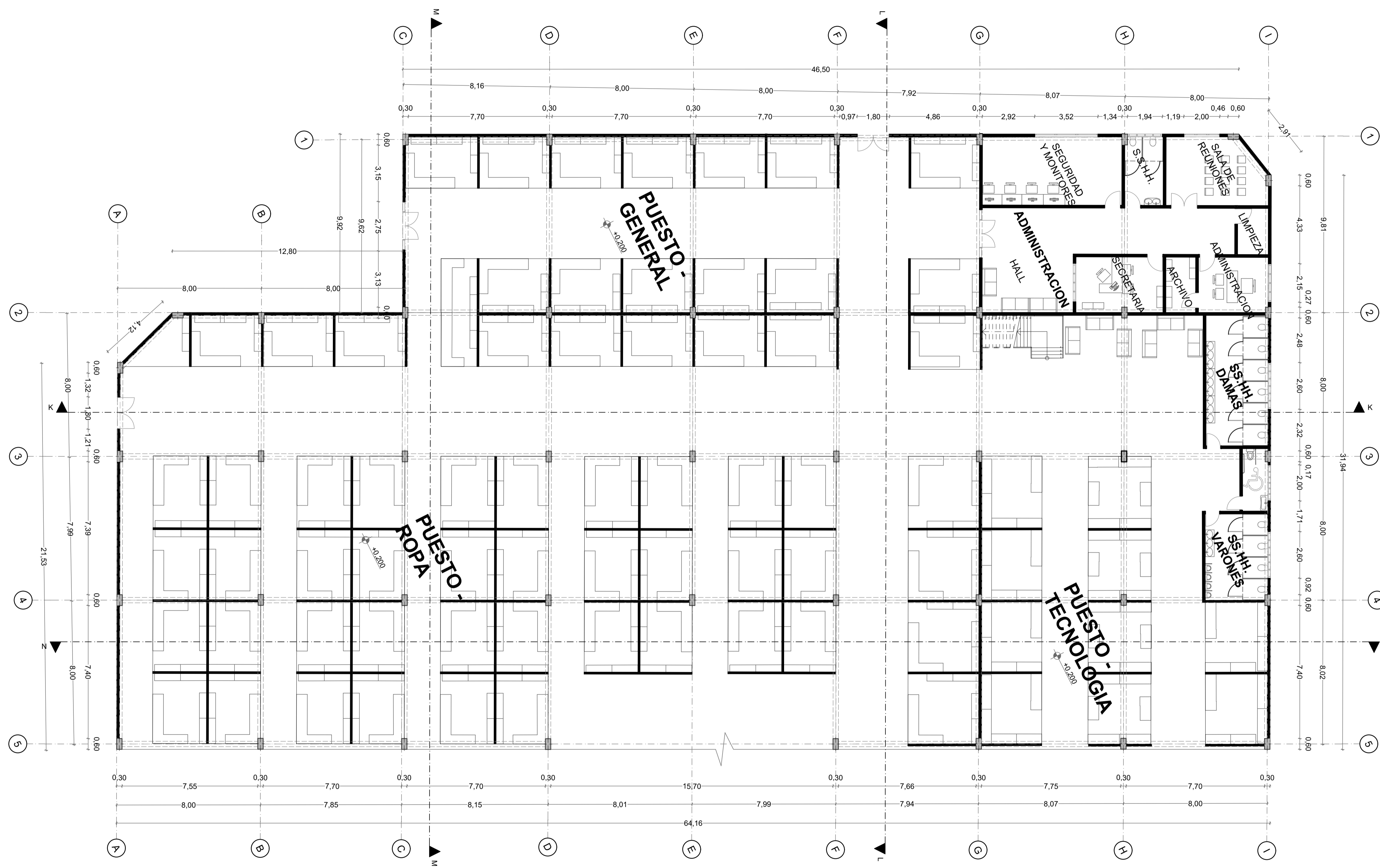
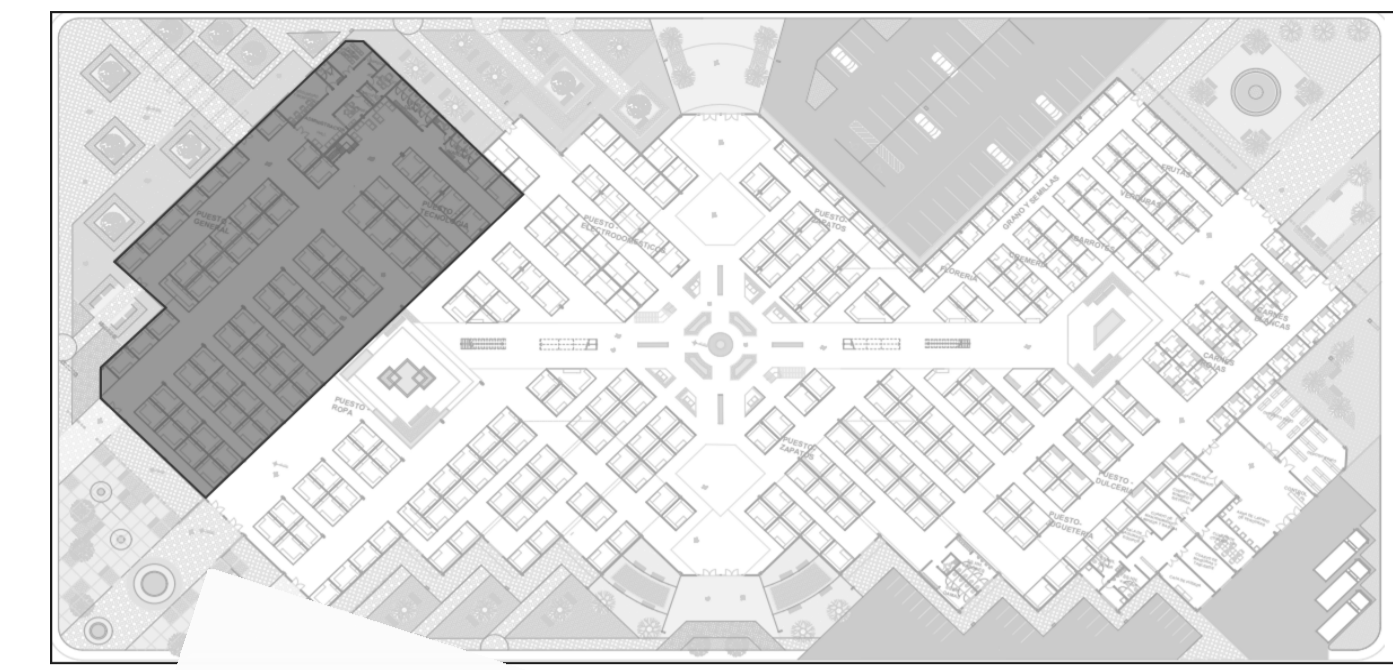
**A-03**

ESCALA:

**1/400**

FECHA:

**JUNIO DEL 2024**

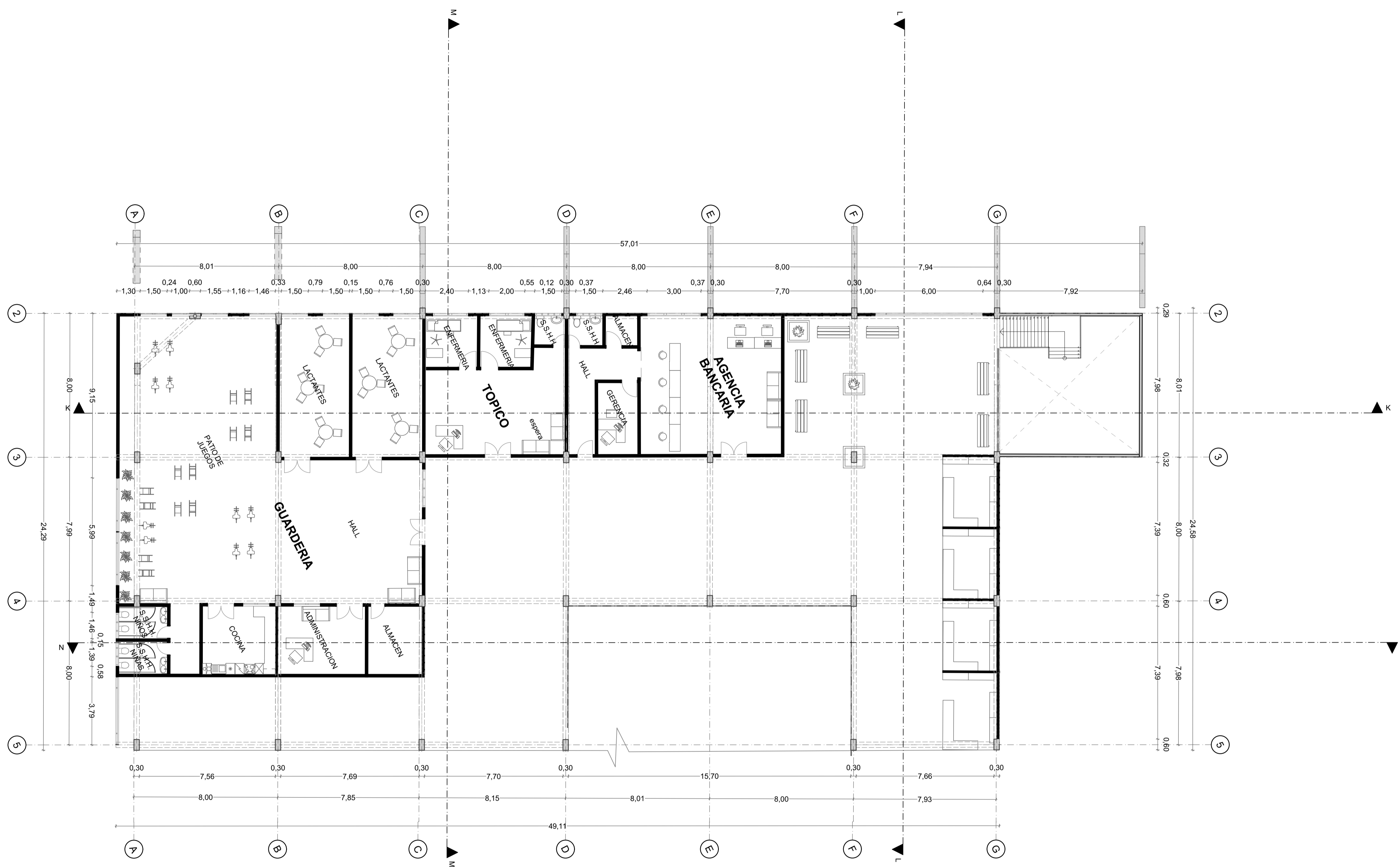
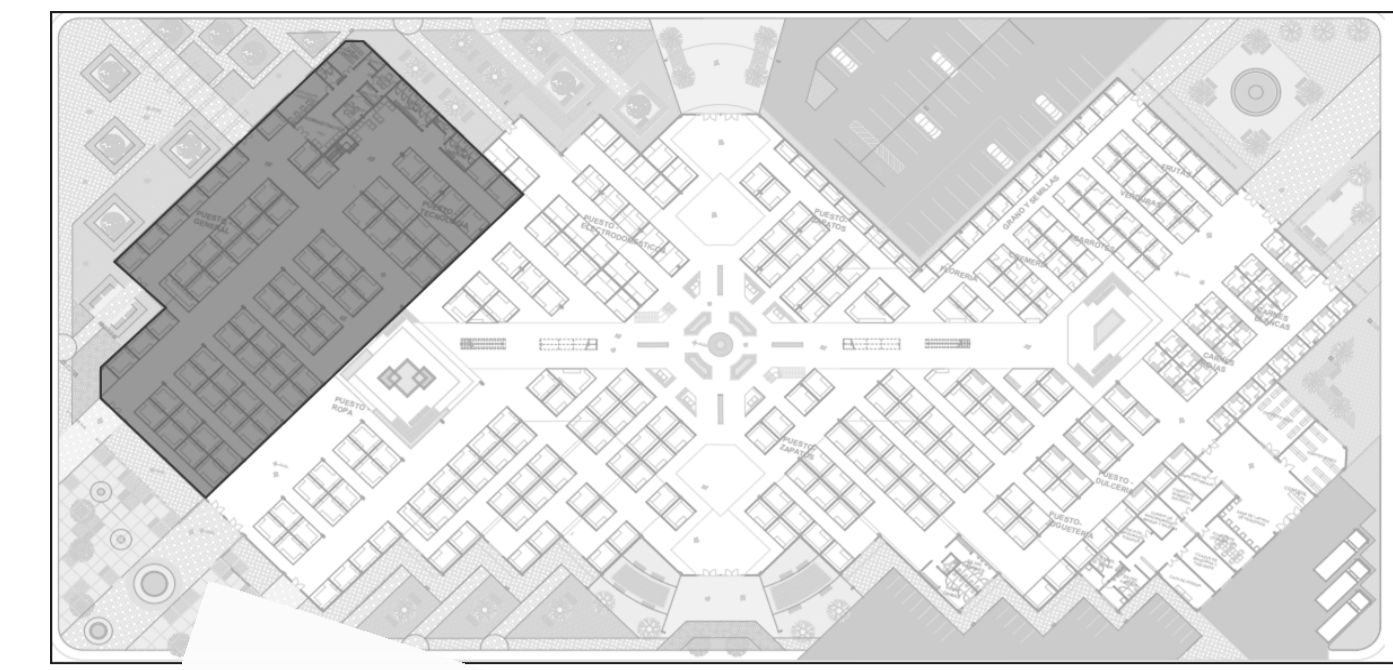


**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO  
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>PRIMER NIVEL SECTOR</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		LAMINA: <b>A-06</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>1/125</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

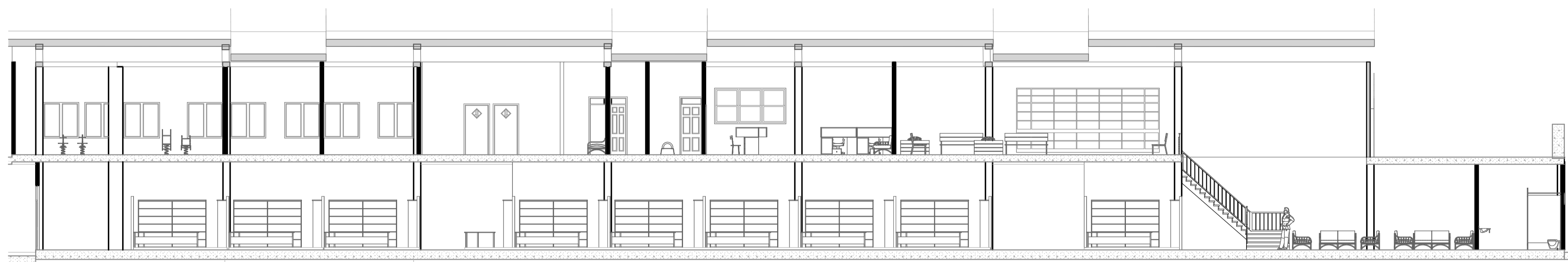




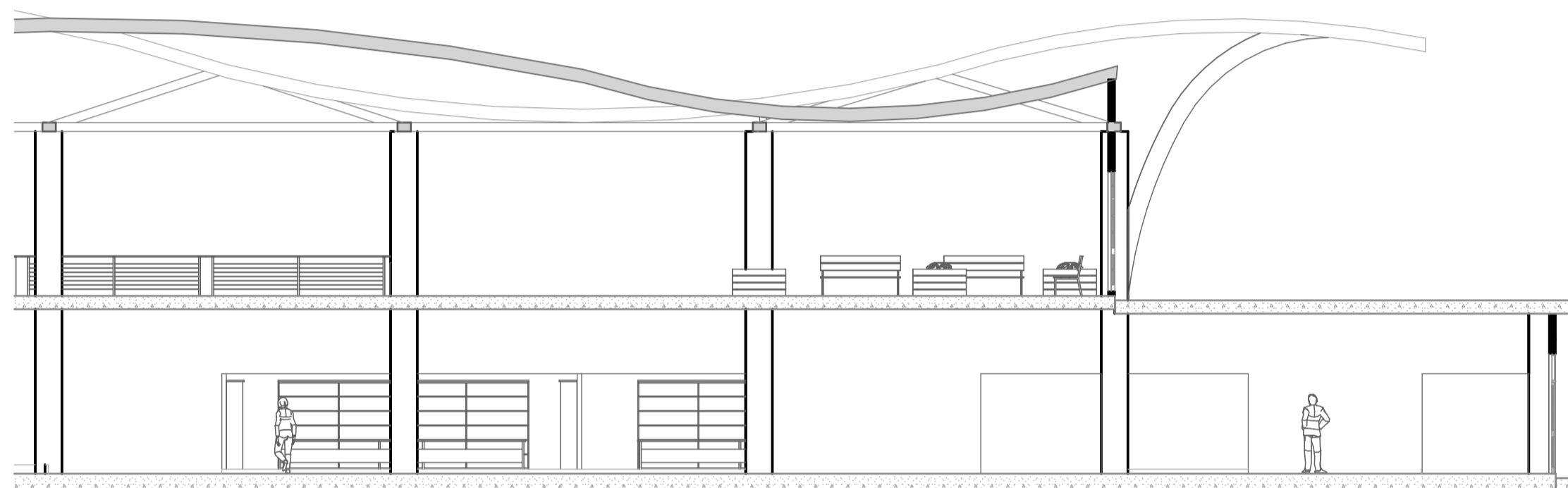
TITULO DEL PROYECTO  
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>SEGUNDO NIVEL SECTOR</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		LAMINA: <b>A-07</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>1/125</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

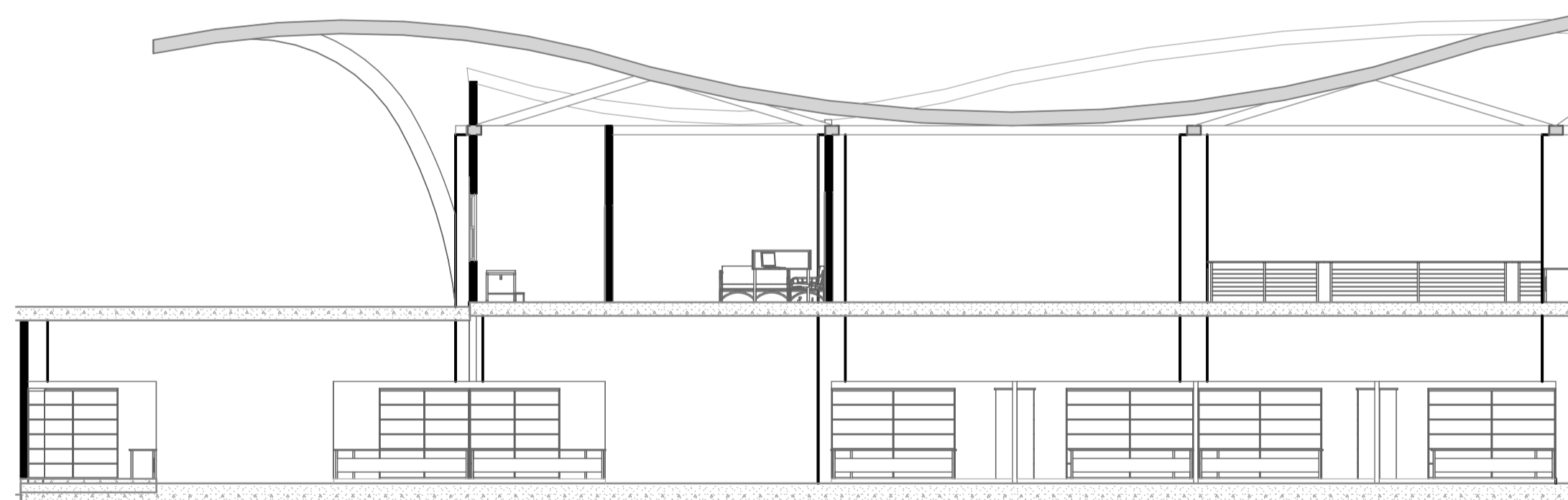
# CORTE K-K



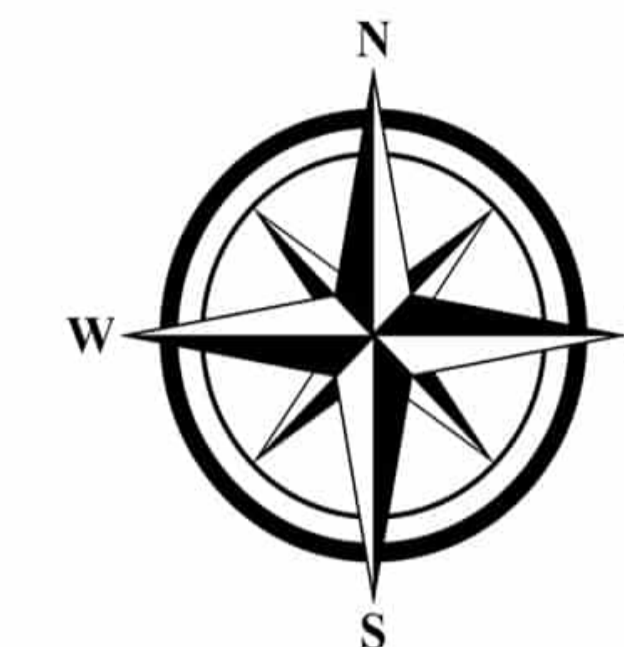
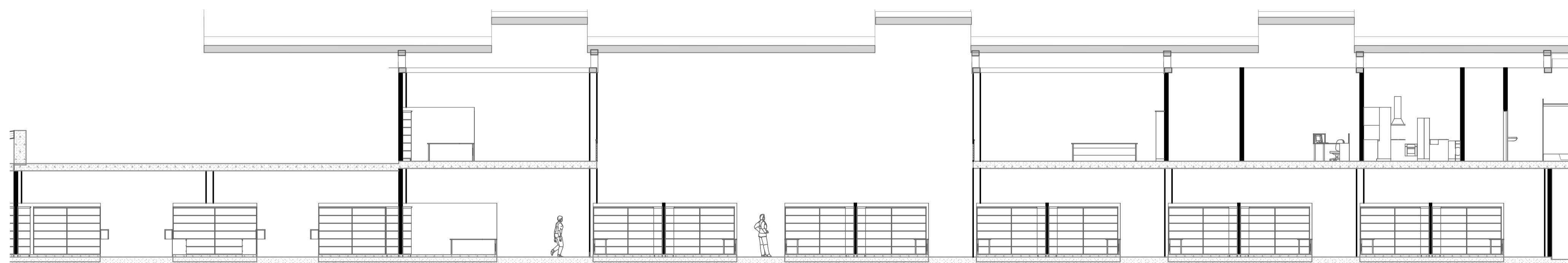
# CORTE L-L



# CORTE M-M



# CORTE N-N



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA  
REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC  
AMARU DE JULIACA 2024**

DEPARTAMENTO:

**PUNO**

DISTRITO:

**JULIACA**

PLANO:

**CORTES  
SECTOR**

PROVINCIA:

**SAN ROMAN**

LUGAR:

**JULIACA**

ASESOR:

**Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO**

PROYECTISTA:

**BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA**

LAMINA:

**A-08**

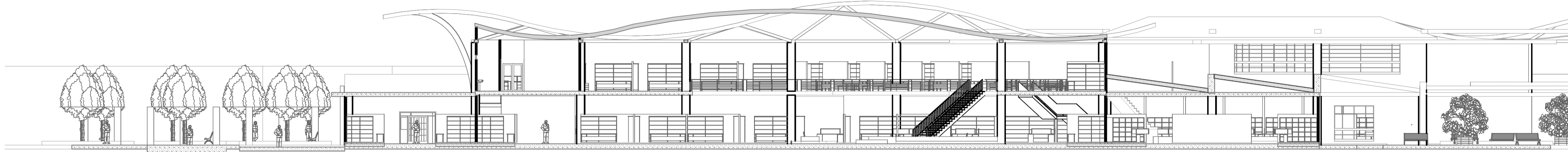
ESCALA:

**1/200**

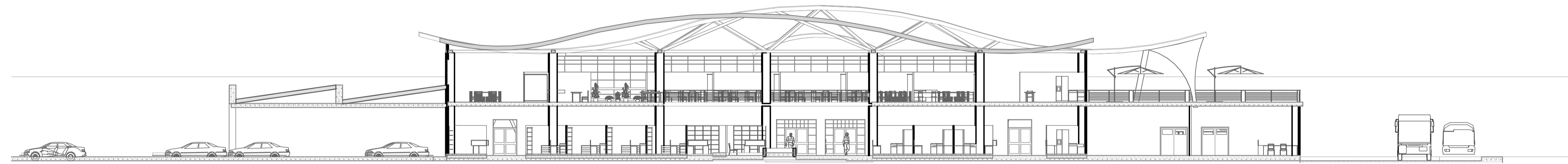
FECHA:

**JUNIO DEL 2024**

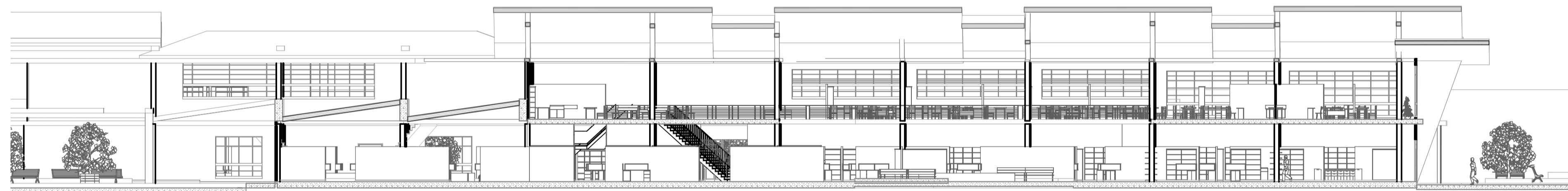
# CORTE A-A



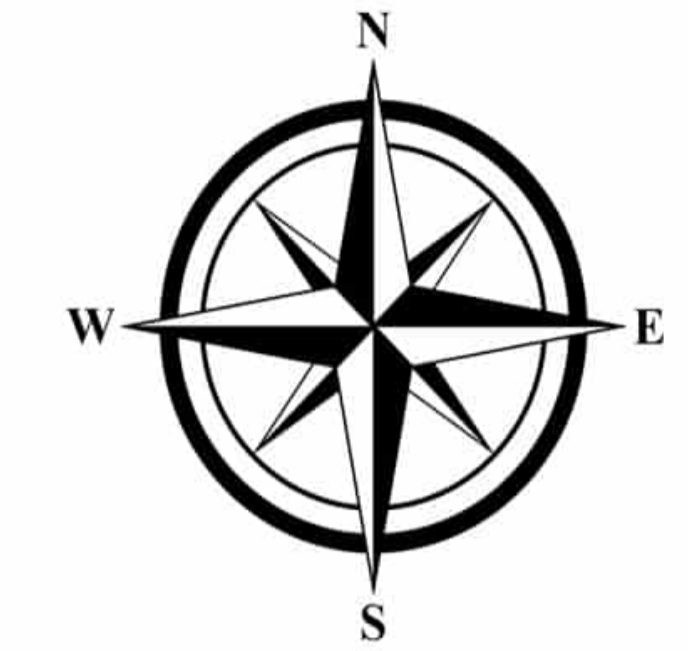
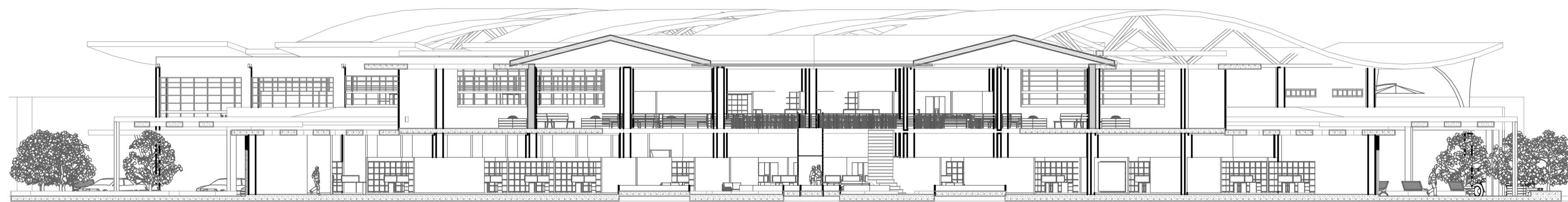
# CORTE B-B



# CORTE C-C



# CORTE D-D



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA  
REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC  
AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO:

PUNO

DISTRITO:

JULIACA

PLANO:

**CORTES  
GENERAL**

PROVINCIA:

SAN ROMAN

LUGAR:

JULIACA

ASESOR:

Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO

PROYECTISTA:

BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA

LAMINA:

**A-04**

ESCALA:

1/200

FECHA:

JUNIO DEL 2024



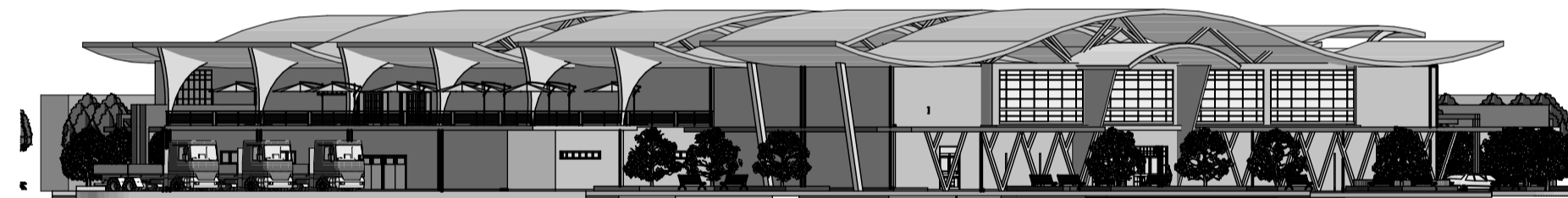
# ELEVACION NORTE



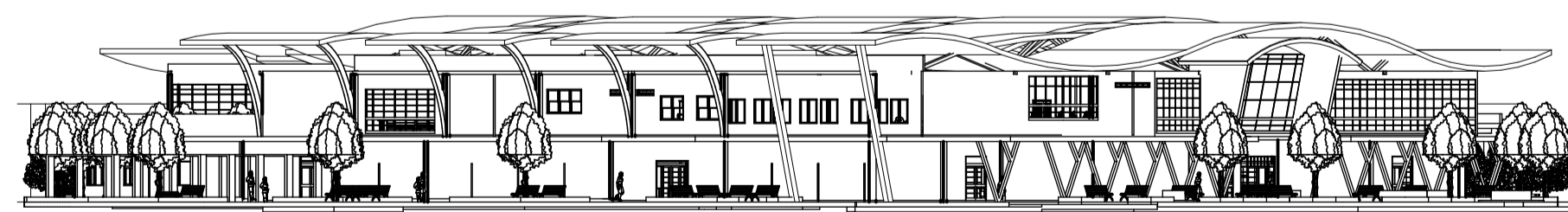
# ELEVACION SUR



# ELEVACION ESTE



# ELEVACION OESTE



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA  
REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC  
AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO:

**PUNO**

DISTRITO:

**JULIACA**

PLANO:

PROVINCIA:

**SAN ROMAN**

LUGAR:

**JULIACA**

**ELEVACIONES  
GENERAL**

ASESOR:

**Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO**

PROYECTISTA:

**BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA**

LAMINA:

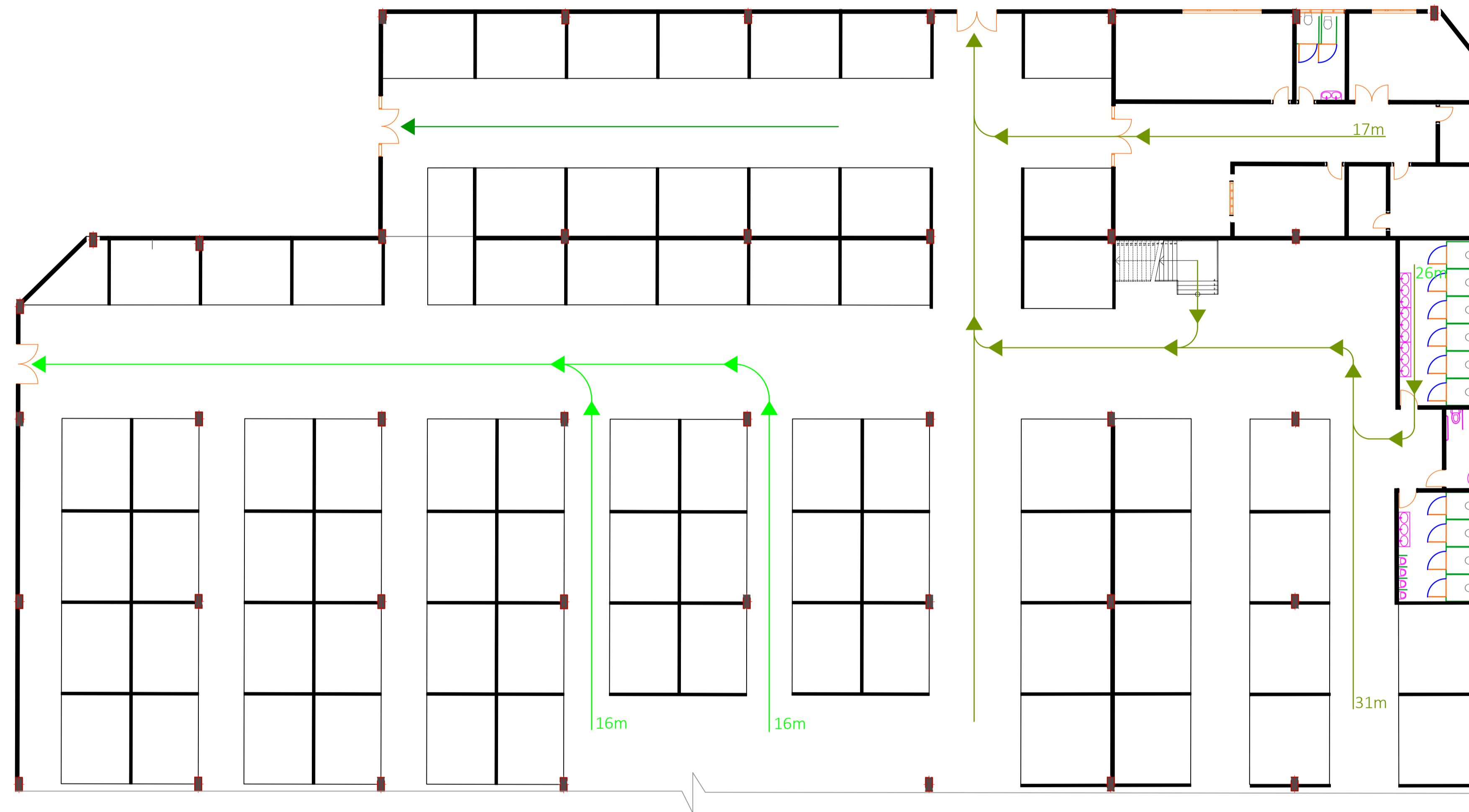
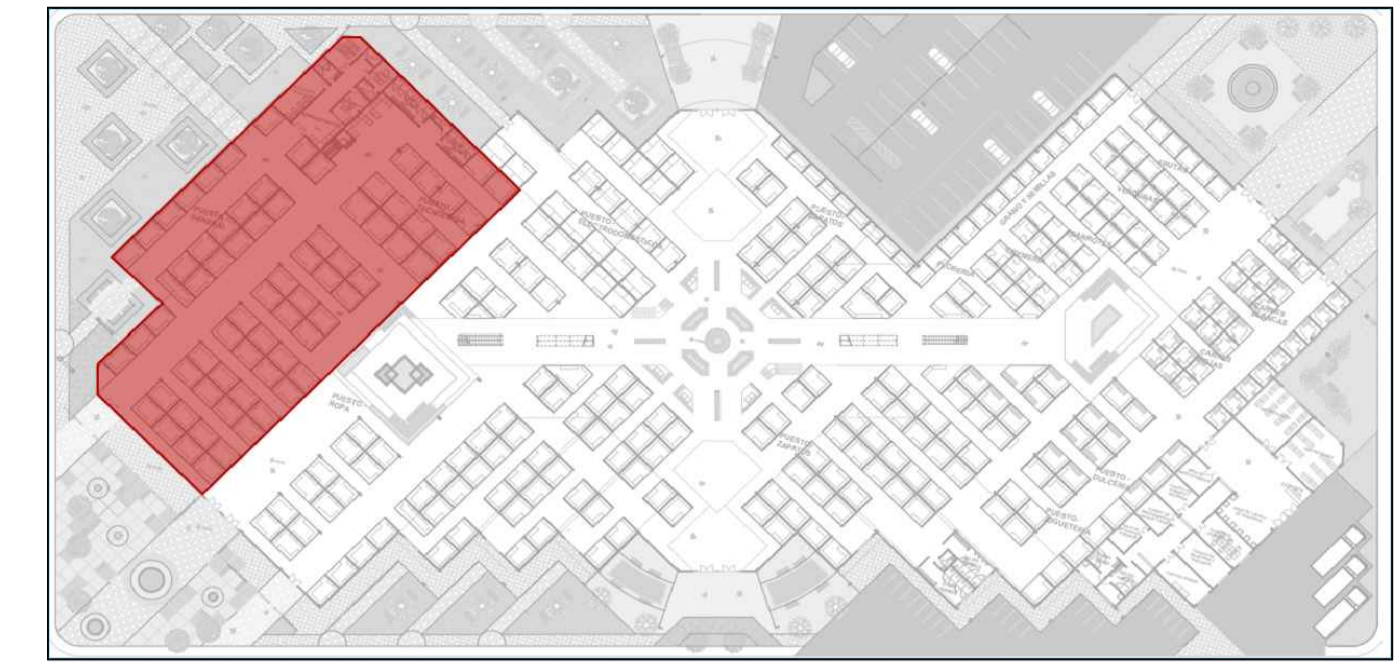
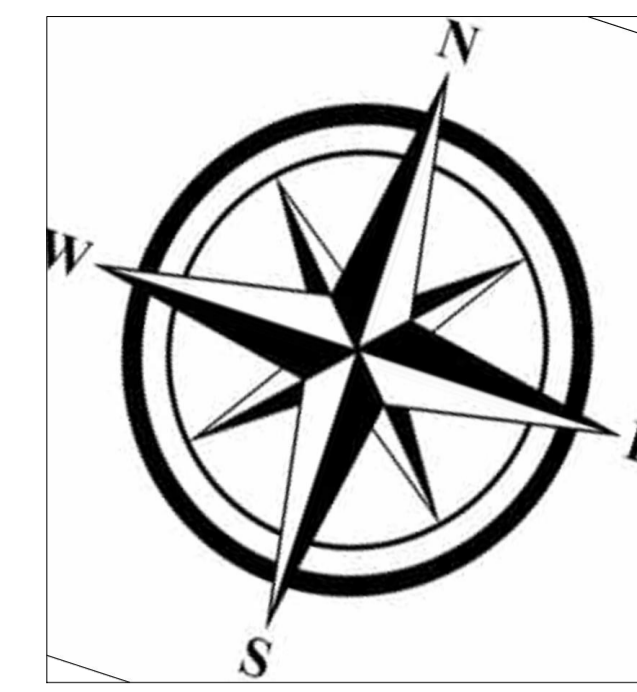
**A-05**

ESCALA:

**1/400**

FECHA:

**JUNIO DEL 2024**



- El sistema de evacuación propuesto se apoya en el uso de los siguientes sistemas de protección, los cuales podrán ser revisados en las especialidades respectivas; dentro de los siguientes parámetros y alcances:
  - Red de agua contra incendio y bomba de agua contraincendio diseñada bajo NFPA 20, NFPA 14 y RNE A.130.
  - Sistema de rociadores en la totalidad de las instalaciones (cobertura al 100%) diseñados bajo NFPA 13 y RNE A.130.
  - Extintores portátiles de incendios de acuerdo con la NTP 350.043-1 y NFPA 10.
  - Señalización iluminada de rutas de evacuación según NTP 399.010-1.
  - Compartimentación cortafuego de las escaleras de evacuación, áreas de riesgo y pasadizos de acceso a la salida.
  - Iluminación de emergencia de las rutas de evacuación bajo NFPA 101, RNE y Código Nacional Eléctrico, la cual debe brindar un nivel de iluminación mínima de 10 luxes medidos en el nivel del suelo. La ubicación de las luminarias de emergencia es referencial. Se confirmará mediante una fotometría que en todo el recorrido de rutas de evacuación se logre 10 lux al nivel de suelo en el proyecto definitivo.
  - Hidrantes de la red pública y conexión de bomberos según RNE A.130
- Se considerará que las puertas de evacuación, contarán con barra antipánico según la cantidad de ocupantes establecida en RNE Norma A.130 Art- 8.
- Los muros cortafuego de tabiquería indicados en planos son de drywall cortafuego y albañilería según RNE Norma A.130 Capítulo III.
- Las barandas y parapetos cumplen con lo establecido por el RNE Norma A.010.
- Se contará con un sistema de detección y alarma en el 100% de los ambientes. Este sistema estará conectado al panel central del sistema.
- Se ha considerado un área para personas con discapacidad con dimensiones de 1.22cm x 0.76cm en todas las escaleras de evacuación planteadas en el proyecto.
- Todas las puertas cortafuego consideradas en el proyecto, deben ser aprobadas y certificadas para uso cortafuego.
- En los estacionamientos los rociadores contra incendios funcionarán como detectores de temperatura. Según NFPA 88A, NFPA 72, NFPA 13, normas de diseño indicados por el RNE norma A130.
- Las escaleras de evacuación cuentan con un cerramiento cortafuego de 2 horas y poseen pase de manguera para bomberos.
- Los ascensores se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 30 de la norma A.010.
- Todos los sistemas de protección a la vida se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 56 de la norma A.130.
- Los ascensores contarán con un sistema de llave para uso exclusivo del CGBVP. Art. 30 de la norma A.010.
- Toda el área vidriada de las ventanas, mamparas y puertas ubicadas en la ruta de evacuación (locación de riesgos) cumplen los Art. 22 al 28 de la norma E.040.

LEYENDA DE EVACUACIÓN	
Rutas en base a distancias de recorrido ( RNE: A-010 Art.20-C) Máximo 45 metros sin rociadores. Máximo 60 metros con rociadores.	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Ruta de Evacuación SALIDA 1
	Ruta de Evacuación SALIDA 1
	Ruta de Evacuación SALIDA 1



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

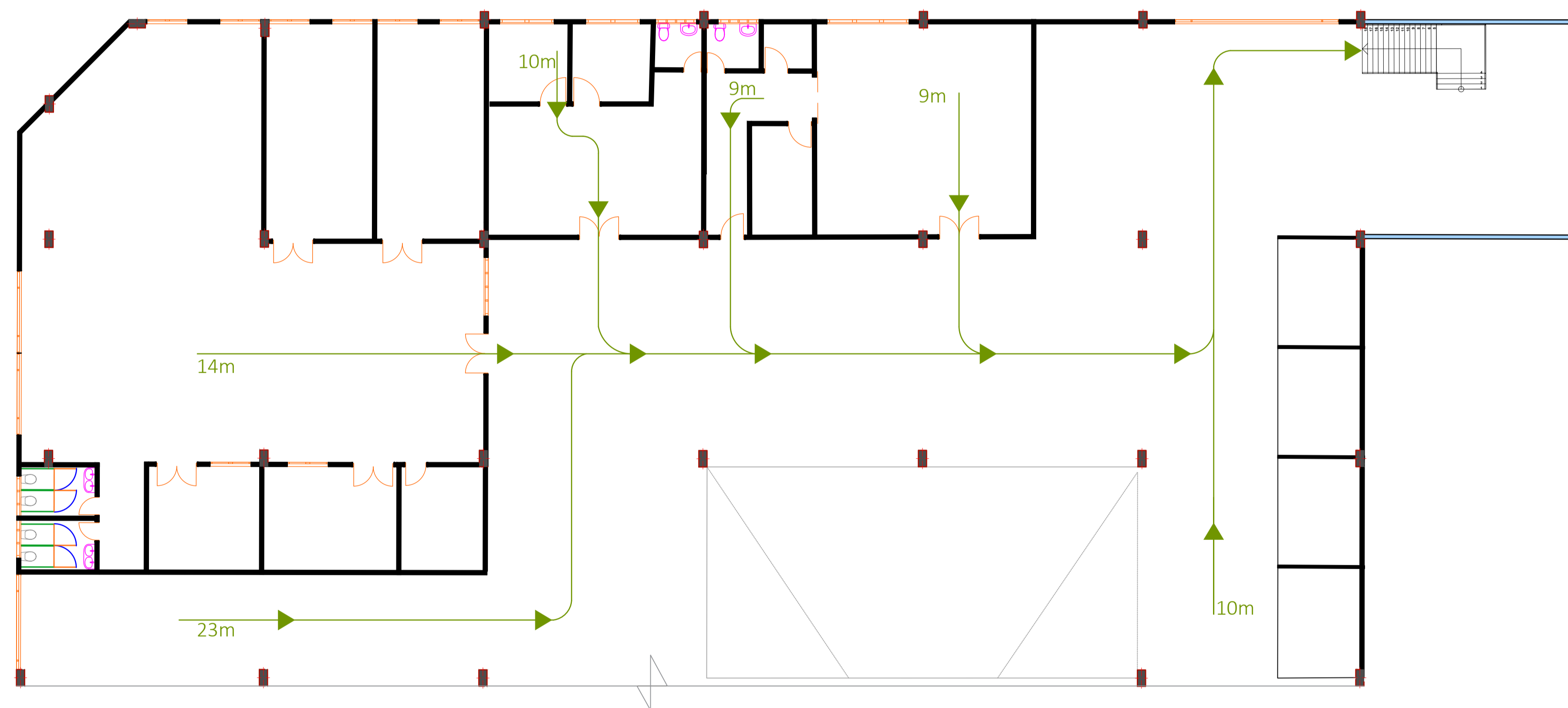
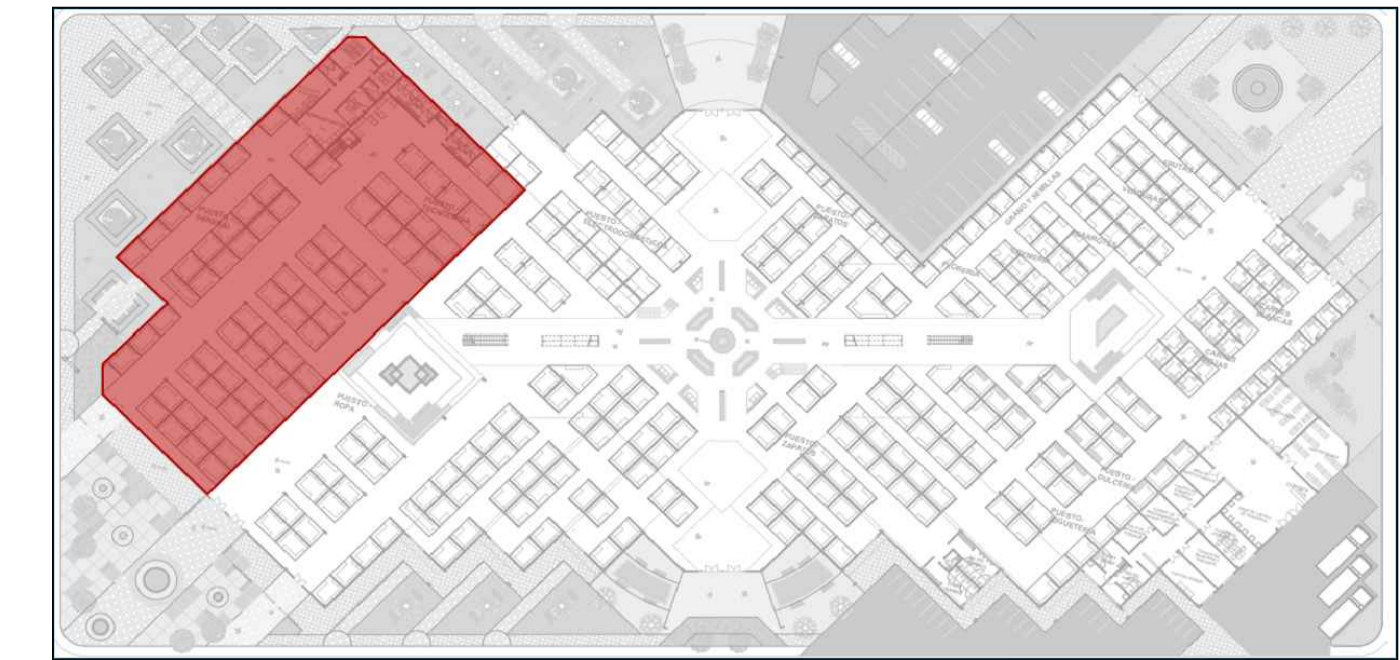
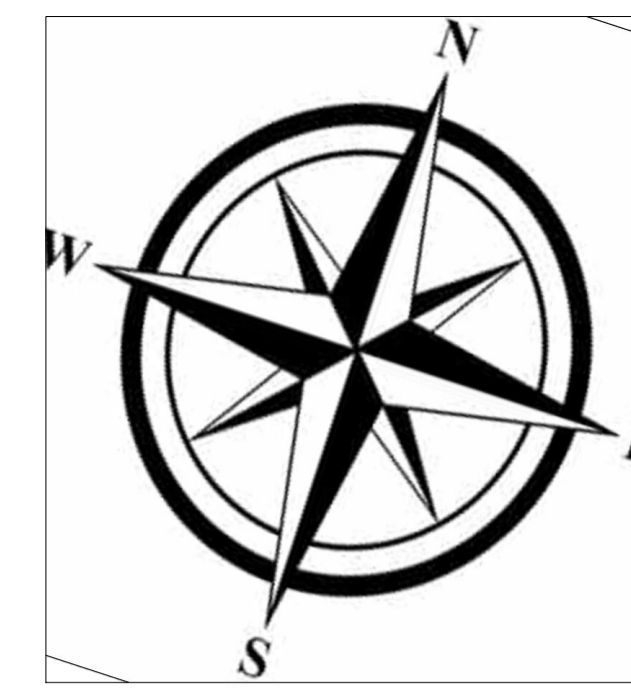
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO:  <b>EVACUACION</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		<b>EVA-01</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

**PLANO DE EVACUACION 1ER PISO**


ESC : 1/120





- El sistema de evacuación propuesto se apoya en el uso de los siguientes sistemas de protección, los cuales podrán ser revisados en las especialidades respectivas; dentro de los siguientes parámetros y alcances:
  - Red de agua contra incendio y bomba de agua contraincendio diseñada bajo NFPA 20, NFPA 14 y RNE A.130.
  - Sistema de rociadores en la totalidad de las instalaciones (cobertura al 100%) diseñados bajo NFPA 13 y RNE A.130.
  - Extintores portátiles de incendios de acuerdo con la NTP 350.043-1 y NFPA 10.
  - Señalización iluminada de rutas de evacuación según NTP 399.010-1.
  - Compartimentación cortafuego de las escaleras de evacuación, áreas de riesgo y pasadizos de acceso a la salida.
  - Iluminación de emergencia de las rutas de evacuación bajo NFPA 101, RNE y Código Nacional Eléctrico, la cual debe brindar un nivel de iluminación mínima de 10 luxes medidos en el nivel del suelo. La ubicación de las luminarias de emergencia es referencial. Se confirmará mediante una fotometría que en todo el recorrido de rutas de evacuación se logre 10 lux al nivel de suelo en el proyecto definitivo.
  - Hidrantes de la red pública y conexión de bomberos según RNE A.130
- Se considerará que las puertas de evacuación, contarán con barra antipánico según la cantidad de ocupantes establecida en RNE Norma A.130 Art. 8.
- Los muros cortafuego de tabiquería indicados en planos son de drywall cortafuego y albañilería según RNE Norma A.130 Capítulo III.
- Las barandas y parapetos cumplen con lo establecido por el RNE Norma A.010.
- Se contará con un sistema de detección y alarma en el 100% de los ambientes. Este sistema estará conectado al panel central del sistema.
- Se ha considerado un área para personas con discapacidad con dimensiones de 1.22cm x 0.76cm en todas las escaleras de evacuación planteadas en el proyecto.
- Todas las puertas cortafuego consideradas en el proyecto, deben ser aprobadas y certificadas para uso cortafuego.
- En los estacionamientos los rociadores contra incendios funcionarán como detectores de temperatura. Según NFPA 88A, NFPA 72, NFPA 13, normas de diseño indicados por el RNE norma A130.
- Las escaleras de evacuación cuentan con un cerramiento cortafuego de 2 horas y poseen pase de manguera para bomberos.
- Los ascensores se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 30 de la norma A.010.
- Todos los sistemas de protección a la vida se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 56 de la norma A.130.
- Los ascensores contarán con un sistema de llave para uso exclusivo del CGBVP. Art. 30 de la norma A.010.
- Toda el área vidriada de las ventanas, mamparas y puertas ubicadas en la ruta de evacuación (locación de riesgos) cumplen los Art. 22 al 28 de la norma E.040.

LEYENDA DE EVACUACIÓN	
Rutas en base a distancias de recorrido ( RNE A-010 Art.20-C) Máximo 45 metros sin rociadores Máximo 80 metros con rociadores.	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Ruta de Evacuación SALIDA 1
	Ruta de Evacuación SALIDA 1
	Ruta de Evacuación SALIDA 1



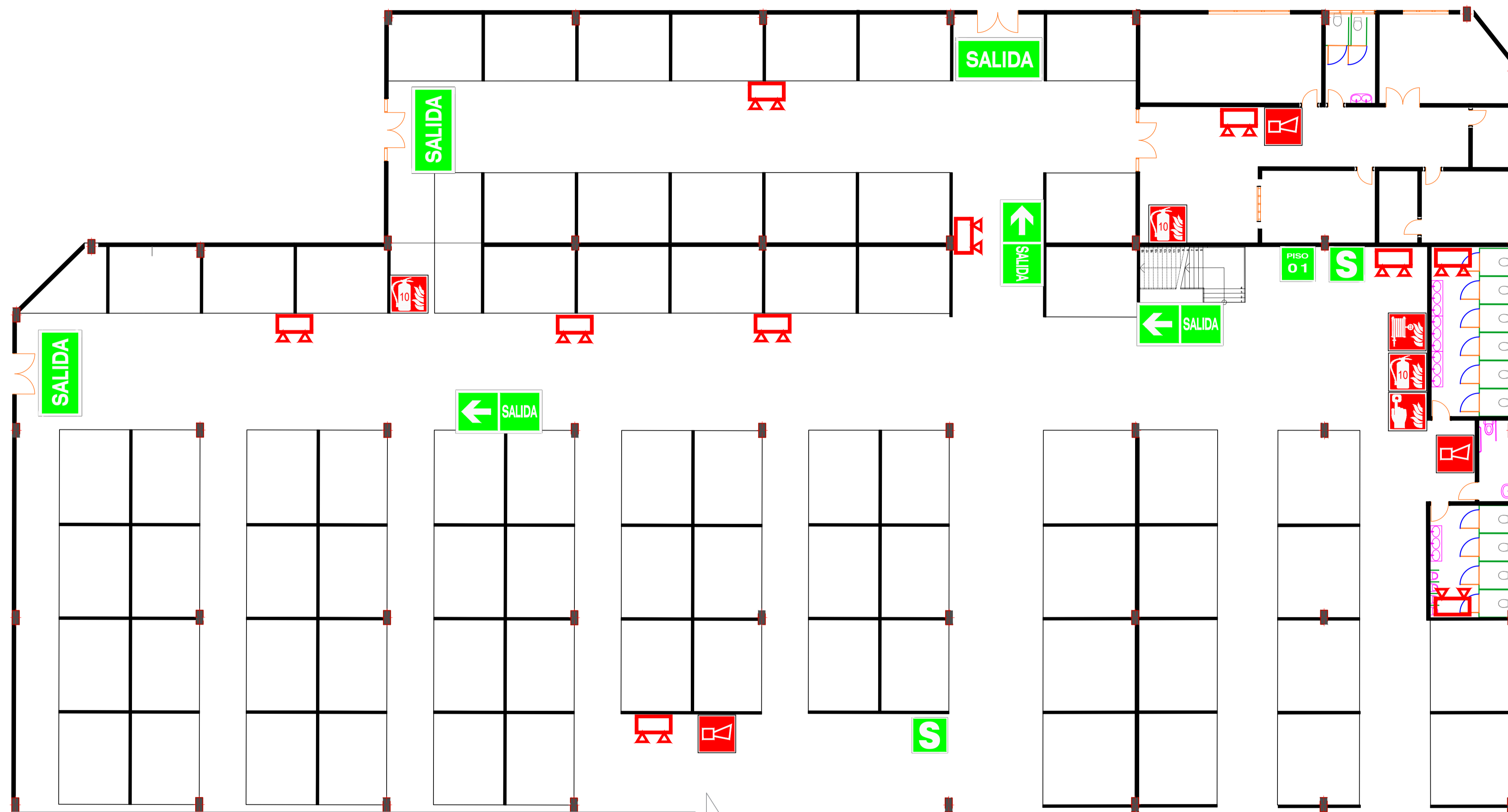
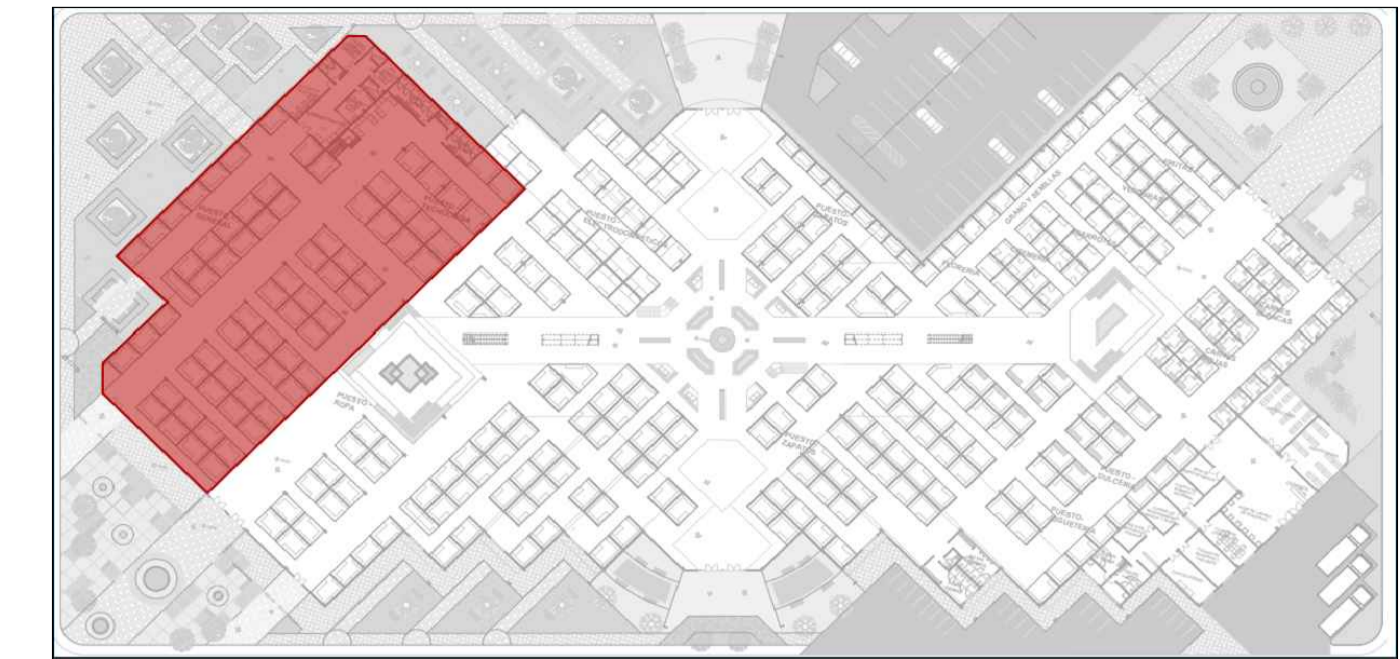
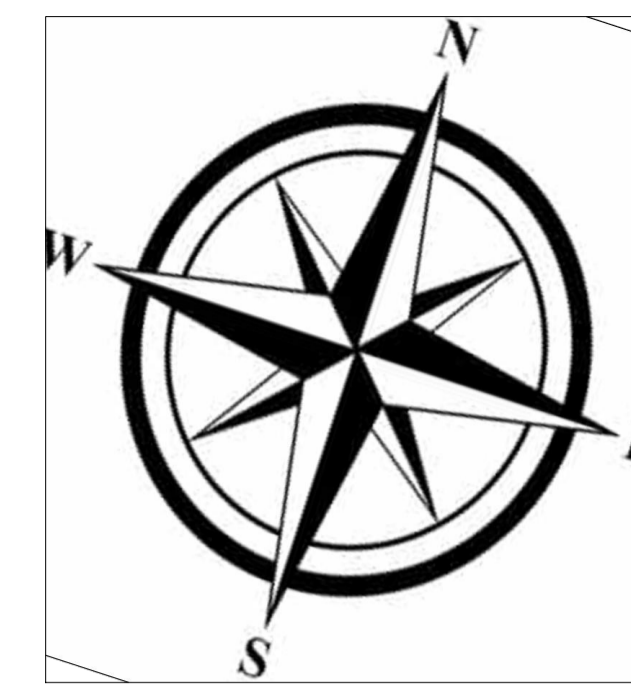
**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO  
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>EVACUACION</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		LAMINA: <b>EVA-02</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

**PLANO DE EVACUACION 1ER PISO**  
 ESC : 1/120





- El sistema de evacuación propuesto se apoya en el uso de los siguientes sistemas de protección, los cuales podrán ser revisados en las especialidades respectivas; dentro de los siguientes parámetros y alcances:
  - Red de agua contra incendio y bomba de agua contraincendio diseñada bajo NFPA 20, NFPA 14 y RNE A.130.
  - Sistema de rociadores en la totalidad de las instalaciones (cobertura al 100%) diseñados bajo NFPA 13 y RNE A.130.
  - Extintores portátiles de incendios de acuerdo con la NTP 350.043-1 y NFPA 10.
  - Señalización iluminada de rutas de evacuación según NTP 399.010-1.
  - Compartimentación cortafuego de las escaleras de evacuación, áreas de riesgo y pasadizos de acceso a la salida.
  - Iluminación de emergencia de las rutas de evacuación bajo NFPA 101, RNE y Código Nacional Eléctrico, la cual debe brindar un nivel de iluminación mínima de 10 luxes medidos en el nivel del suelo. La ubicación de las luminarias de emergencia es referencial. Se confirmará mediante una fotometría que en todo el recorrido de rutas de evacuación se logre 10 lux al nivel de suelo en el proyecto definitivo.
- Hidrantas de la red pública y conexión de bomberos según RNE A.130
- Se considerará que las puertas de evacuación, contarán con barra antipánico según la cantidad de ocupantes establecida en RNE Norma A.130 Art. 8.
- Los muros cortafuego de tabiquería indicados en planos son de drywall cortafuego y albañilería según RNE Norma A.130 Capítulo III.
- Las barandas y parapetos cumplen con lo establecido por el RNE Norma A.010.
- Se contará con un sistema de detección y alarma en el 100% de los ambientes. Este sistema estará conectado al panel central del sistema.
- Se ha considerado un área para personas con discapacidad con dimensiones de 1.22cm x 0.76cm en todas las escaleras de evacuación planteadas en el proyecto.
- Todas las puertas cortafuego consideradas en el proyecto, deben ser aprobadas y certificadas para uso cortafuego.
- En los estacionamientos los rociadores contra incendios funcionarán como detectores de temperatura. Según NFPA 88A, NFPA 72, NFPA 13, normas de diseño indicados por el RNE norma A.130.
- Las escaleras de evacuación cuentan con un cerramiento cortafuego de 2 horas y poseen pase de manguera para bomberos.
- Los ascensores se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 30 de la norma A.010.
- Todos los sistemas de protección a la vida se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 56 de la norma A.130.
- Los ascensores contarán con un sistema de llave para uso exclusivo del CGBVP. Art. 30 de la norma A.010.
- Toda el área vidriada de las ventanas, mamparas y puertas ubicadas en la ruta de evacuación (locación de riesgos) cumplen los Art. 22 al 28 de la norma E.040.

LEYENDA DE CONTRA INCENDIO	
Véase planos de "Especificaciones Técnicas" (Según N.T.P. 399.010-1)	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Gabinete contra incendios.
	Extintor de PQS - ABC - 6 lbs.
	Extintor de PQS - ABC - 10 lbs.

LEYENDA DE DETECCIÓN	
Véase planos de "Especificaciones Técnicas" (Según N.T.P. 399.010-1)	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Estación manual de alarma.
	Señal de dispositivo de alarma de incendios.
	Detector de humo en techo.

LEYENDA DE SEÑALIZACIÓN	
Véase planos de "Especificaciones Técnicas" (Según N.T.P. 399.010-1)	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Señal indicativa de salida. ILLUMINADA.
	Señal direccional de salida a la izquierda o derecha. ILLUMINADA.
	Señal direccional hacia el frente. ILLUMINADA.
	Señal de zona segura. NO ILLUMINADA.
	Señal de número de piso y nivel de evacuación. NO ILLUMINADA.
	Señal de no usar en caso de sismo o incendio. NO ILLUMINADA.
	Señal de riesgo eléctrico. NO ILLUMINADA.
	Unidad de iluminación a batería adosado. Certificada.
	Unidad de iluminación con kit integrado, batería de emergencia. Certificada.



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

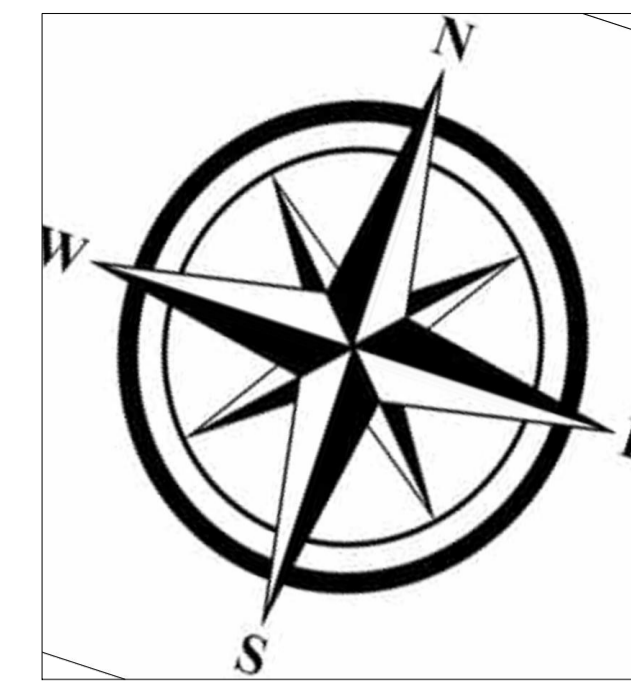
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>SEÑALIZACION</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		LAMINA: <b>SNZ-01</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

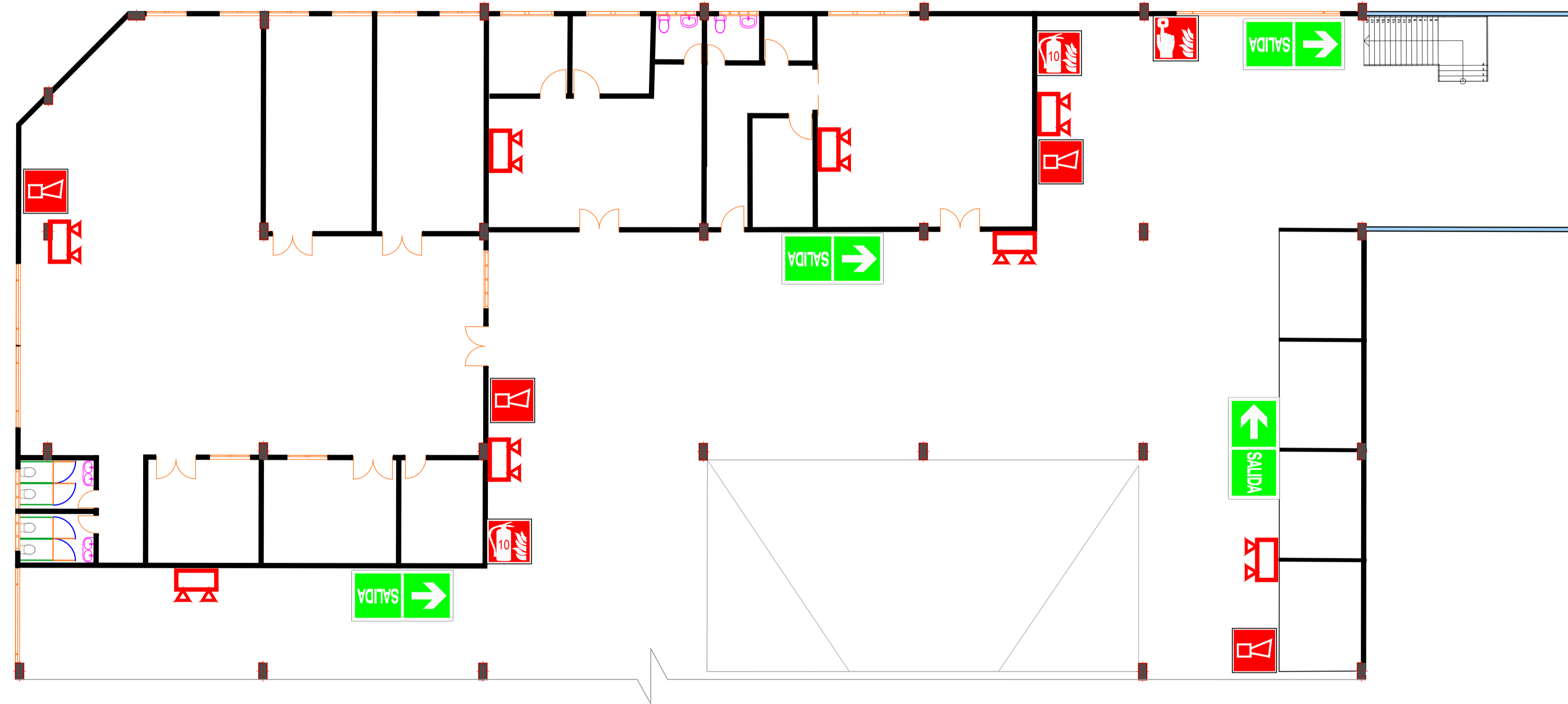
**PLANO DE SEÑALIZACION 1ER PISO**

ESC : 1/120





- El sistema de evacuación propuesto se apoya en el uso de los siguientes sistemas de protección, los cuales podrán ser revisados en las especialidades respectivas, dentro de los siguientes parámetros y alcances:
  - Red de agua contra incendio y bomba de agua contraincendio diseñada bajo NFPA 20, NFPA 14 y RNE A.130.
  - Sistema de rociadores en la totalidad de las instalaciones (cobertura al 100%) diseñados bajo NFPA 13 y RNE A.130.
  - Extintores portátiles de incendios de acuerdo con la NTP 330.043-1 y NFPA 10.
  - Señalización iluminada de rutas de evacuación según NTP 399.010-1.
  - Compartimentación cortafuego de las escaleras de evacuación, áreas de riesgo y pasadizos de acceso a la salida.
  - Iluminación de emergencia de las rutas de evacuación bajo NFPA 101, RNE y Código Nacional Eléctrico, la cual debe brindar un nivel de iluminación mínima de 10 luxes medidos en el nivel del suelo. La ubicación de las luminarias de emergencia es referencial. Se confirmará mediante una fotometría que en todo el recorrido de rutas de evacuación se logre 10 lux al nivel de suelo en el proyecto definitivo.
  - Hidrantes de la red pública y conexión de bomberos según RNE A.130.
- Se considerará que las puertas de evacuación, contarán con barra antipánico según la cantidad de ocupantes establecida en RNE Norma A.130 Art-8.
- Los muros cortafuego de tabiquería indicados en planos son de drywall cortafuego y albañilería según RNE Norma A.130 Capítulo III.
- Las barandas y parapetos cumplen con lo establecido por el RNE Norma A.010.
- Se contará con un sistema de detección y alarma en el 100% de los ambientes. Este sistema estará conectado al panel central del sistema.
- Se ha considerado un área para personas con discapacidad con dimensiones de 1.22m x 0.76m en todas las escaleras de evacuación planteadas en el proyecto.
- Todas las puertas cortafuego consideradas en el proyecto, deben ser aprobadas y certificadas para uso cortafuego.
- En los estacionamientos los rociadores contra incendios funcionarán como detectores de temperatura. Según NFPA 88A, NFPA 72, NFPA 13, normas de diseño indicados por el RNE norma A.130.
- Las escaleras de evacuación cuentan con un cerramiento cortafuego de 2 horas y poseen pase de manguera para bomberos.
- Los ascensores se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 30 de la norma A.010.
- Todos los sistemas de protección a la vida se encuentran interconectados al sistema de detección y alarma de incendios. Art. 56 de la norma A.130.
- Los ascensores contarán con un sistema de llave para uso exclusivo del CGBVP. Art. 30 de la norma A.010.
- Toda el área vidriada de las ventanas, mamparas y puertas ubicadas en la ruta de evacuación (locación de riesgos) cumplen los Art. 22 al 28 de la norma E.040.



LEYENDA DE CONTRA INCENDIO	
Véase planos de "Especificaciones Técnicas" (Según N.T.P. 399.010-1)	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Gabinete contra incendios.
	Extintor de PQS - ABC - 6 lbs.
	Extintor de PQS - ABC - 10 lbs.

LEYENDA DE DETECCIÓN	
Véase planos de "Especificaciones Técnicas" (Según N.T.P. 399.010-1)	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Estación manual de alarma.
	Señal de dispositivo de alarma de incendios.
	Detector de humo en techo.

LEYENDA DE SEÑALIZACIÓN	
Véase planos de "Especificaciones Técnicas" (Según N.T.P. 399.010-1)	
SÍMBOLOS	DESCRIPCIÓN
	Señal indicativa de salida. <b>ILUMINADA.</b>
	Señal direccional de salida a la izquierda o derecha. <b>ILUMINADA.</b>
	Señal direccional hacia el frente. <b>ILUMINADA.</b>
	Señal de zona segura. <b>NO ILUMINADA.</b>
	Señal de número de piso y nivel de evacuación. <b>NO ILUMINADA.</b>
	Señal de no usar en caso de sismo o incendio. <b>NO ILUMINADA.</b>
	Señal de riesgo eléctrico. <b>NO ILUMINADA.</b>
	Unidad de iluminación a batería adosado. Certificada.
	Unidad de iluminación con kit integrado, batería de emergencia. Certificada.



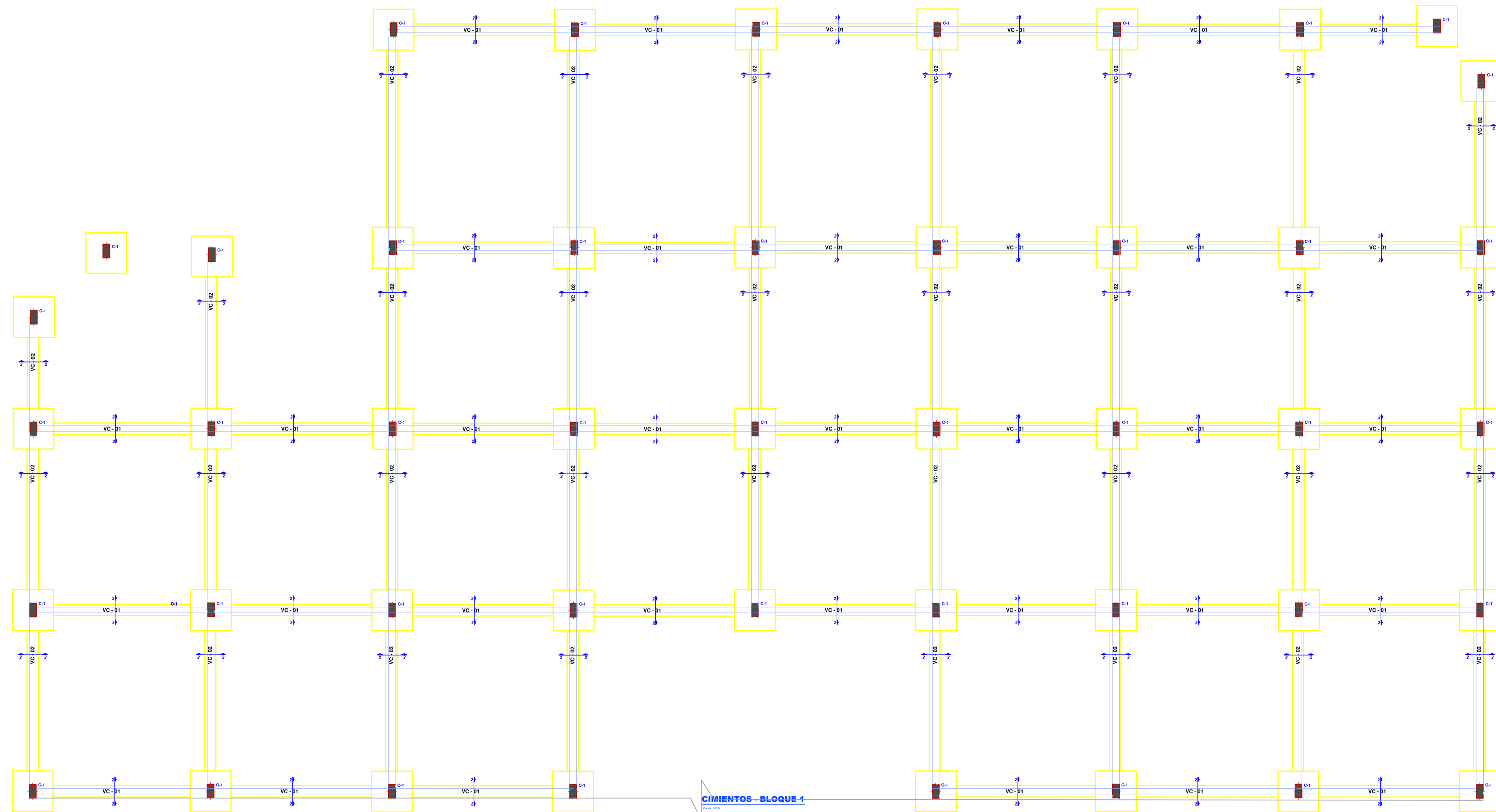
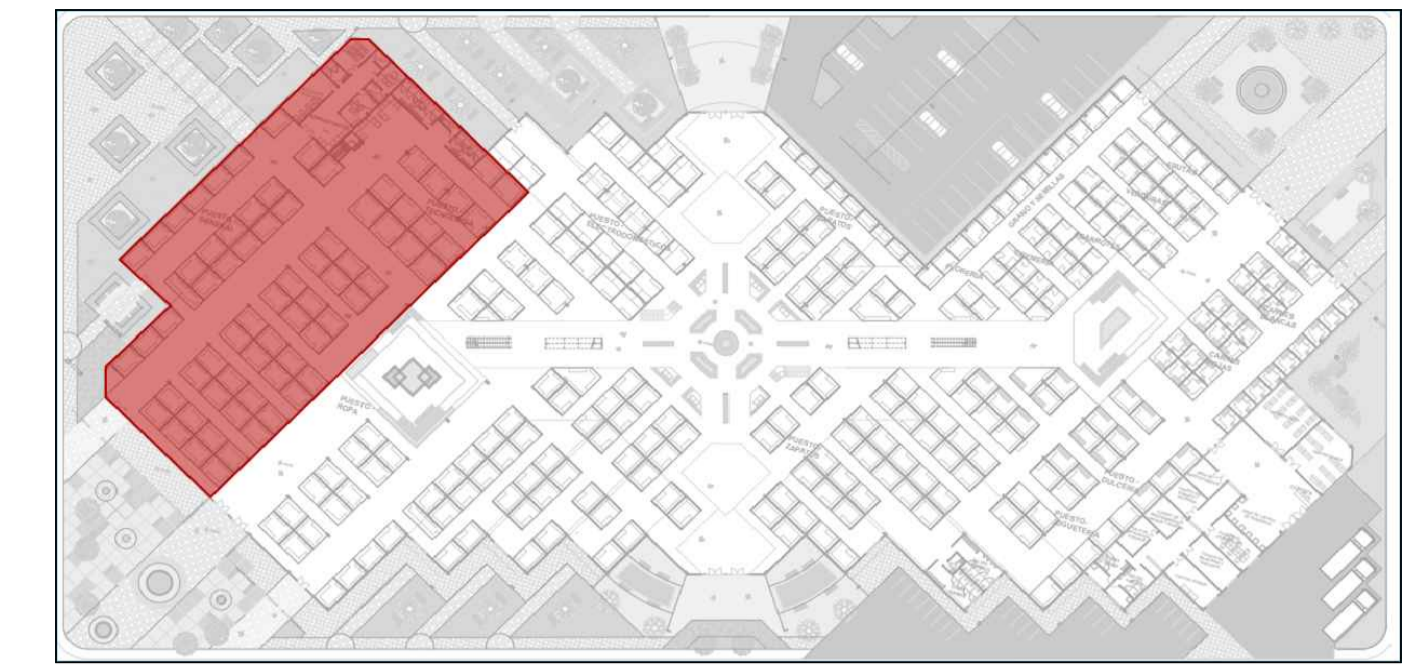
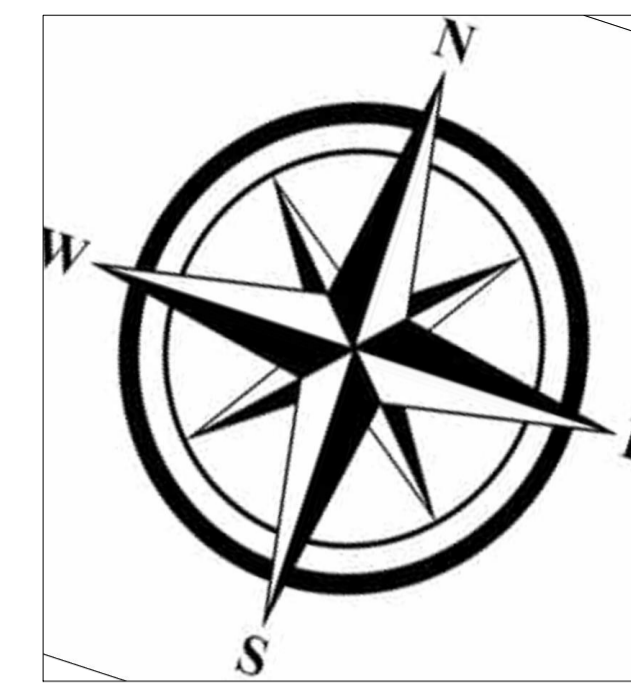
**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO  
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>SEÑALIZACION</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		LAMINA: <b>SNZ-02</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

**PLANO DE SEÑALIZACION 2DO PISO**



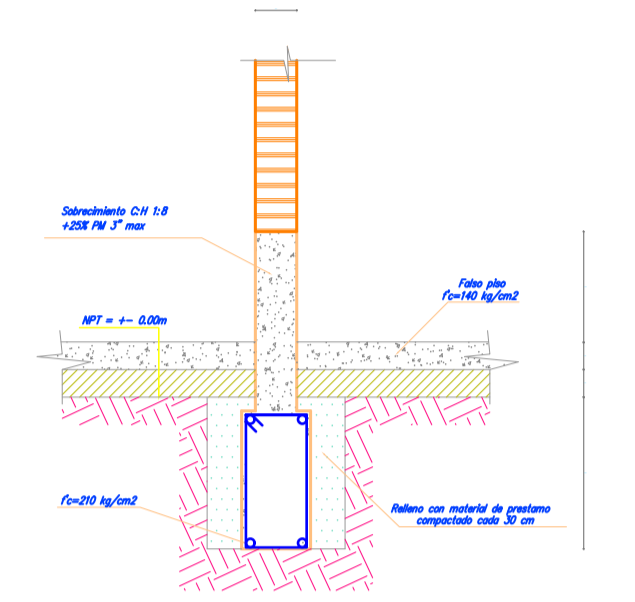


## PLANO DE CIMIENTOS

ESC : 1/120

### ESPECIFICACIONES TECNICAS

- 1.00.- DE LOS MATERIALES**
- 01.- CONCRETO SIMPLE**  
 CEMENTOS CORRIOS :  $f_c = 100 \text{ Kg/cm}^2$   
 (C/H=1:10-25%, P.G. Ø 6" max)
- SOBRECIMENTOS :  $f_c = 140 \text{ Kg/cm}^2$   
 (C/H=1:25%, P.M. Ø 4" max)
- Solado :  $f_c = 100 \text{ Kg/cm}^2$   
 FALSO PISO :  $f_c = 140 \text{ Kg/cm}^2$
- 02.- CONCRETO ARMADO**  
 ZAPATAS :  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$   
 VIGAS DE CIMENTACION :  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$   
 COLUMNAS ESTRUCTURALES :  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$   
 VIGAS PRINCIPALES :  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$   
 VIGAS CHATAS :  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$   
 LOSAS ALIGRADA :  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$
- 03.- ALBAÑILERIA**  
 - MORTERO : C : A = 1 : 5  
 - JUNTA : 1.5 cm  
 - UNIDAD : LADRILLOS KING KONG DE ARCILLA  
 - Compresión Albañilería :  $f_m = 70 \text{ kg/cm}^2$   
 - Peso Especifico Albañilería : 1,800.00 kg/m<sup>3</sup>  
 - Ladrillo Macizo KK arcilla : 10 x 14 x 24
- 2.00.- DEL SUELO**  
 - CAPACIDAD PORTANTE : 1.08 Kg/cm<sup>2</sup> ( estudio de suelos)  
 - FACTOR DE ZONAJE : 0.30  
 - PROF. DE CIMENTACION : 1.50 m. (ver detalle)
- 3.00.- DE LAS SOBRECARGAS**  
 SALA DE COMIDAS = 250 kg/m<sup>2</sup> ESCALERA = 400 kg/m<sup>2</sup>
- 4.00.- RECURTIMIENTOS**  
 ZAPATAS : = 5.00 cm.  
 COLUMNAS ESTRUCTURALES : = 3.00 cm.  
 VIGAS SOLERAS : = 3.00 cm.  
 COLUMNAS DE CONFINAMIENTO : = 2.50 cm.
- 5.00.- ACERO**  
 - ACERO CORRUGADO- Grado 60 :  $f_y = 4200 \text{ Kg/cm}^2$   
 - EMPALMES DE FIERRO :  
 - VIGAS : As (-) : Tercio Central  
 As (+) : a LA (ver detalle)  
 - COLUMNAS : A. Cruz (Tercio Central)
- 6.00.- NORMAS**  
 - R. N. E. ( Normas E-020, E-030, E-050, E-060)



CORTE 2-2  
200x4 1/2"

**ANALISIS ESPECTRAL PARA ASIGNAR EL ESPECTRO DE ACCELERACIONES POR REGLAMENTO**

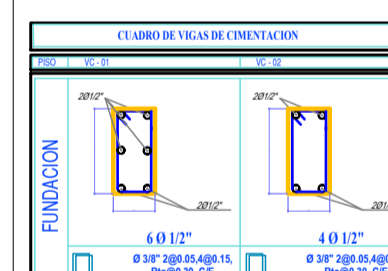
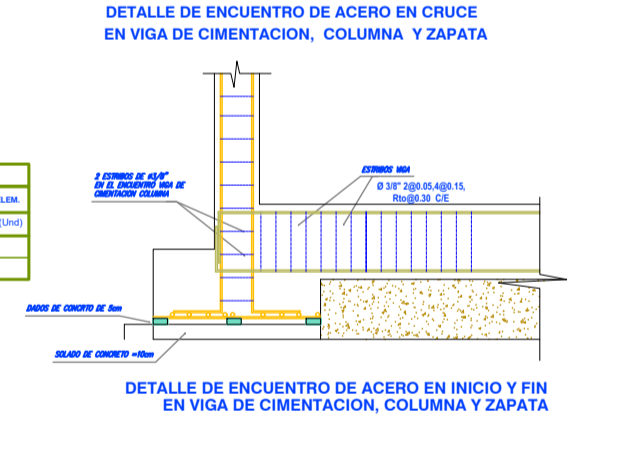
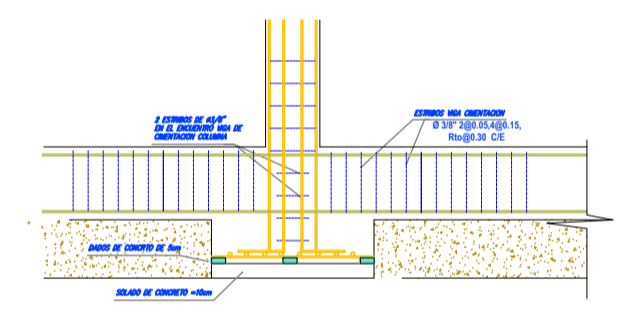
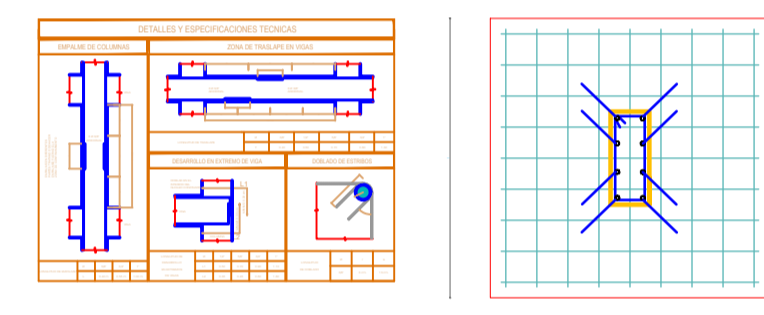
FORMULA :  $S_a = Z \cdot I \cdot S$

Donde:  
 Factor de Zona : Z = 0.3 (Zona 2)  
 Factor de Uso e Importancia : U = 1.5 ( Categoría A)  
 Factor de Suelo : S = 1.4 ( Suelo Flexible)  
 Periodo de Espectro Cada Tipo Suelo : T<sub>p</sub> = 0.9  
 Coeficiente de Amplificación Sísmica : C  
 Coeficiente Reducción Sollicitaciones Sísmicas : R = 10  
 Aceleración de la Gravedad : g = 9.81 m/s<sup>2</sup>

COEFICIENTE DE AMPLIFICACION SIMICA : C = 1.25  
 $C_R \geq 0.1$  :  $C = 2.5 \cdot \frac{T_p}{T}$  ;  $C \leq 2.5$

PERIODO ACCELERACION ESPECTRAL

Ts	Sa
0.00000001	1.545
0.05	1.545
0.70	1.545
0.80	1.545
0.90	1.545
1.00	1.304
1.10	1.202
1.20	1.078
1.30	0.976
1.40	0.889
1.50	0.816



NO.	DESCRIPCION	ANCHO	ALTO	AREA
1	ZAPATA DE COLUMNA C-1	1.00	1.00	1.00
2	ZAPATA DE VIGA VC-B1	0.50	0.50	0.25

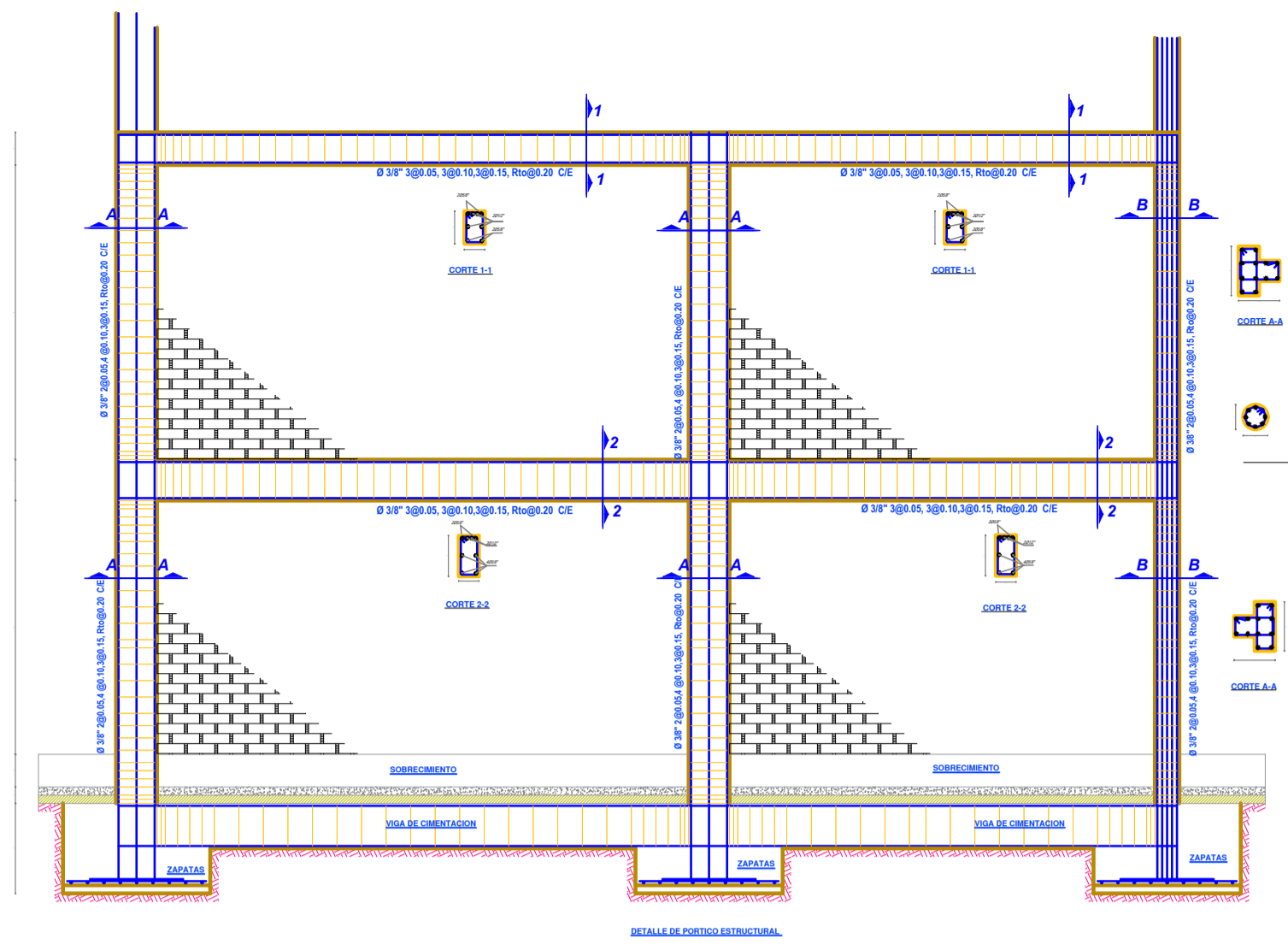


**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
 FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO  
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>CIMIENTOS</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		LAMINA: <b>E-01</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	



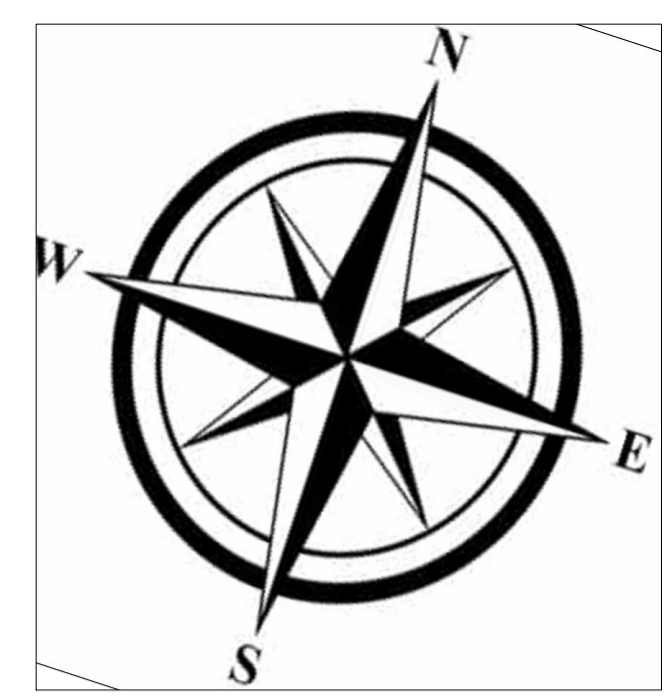
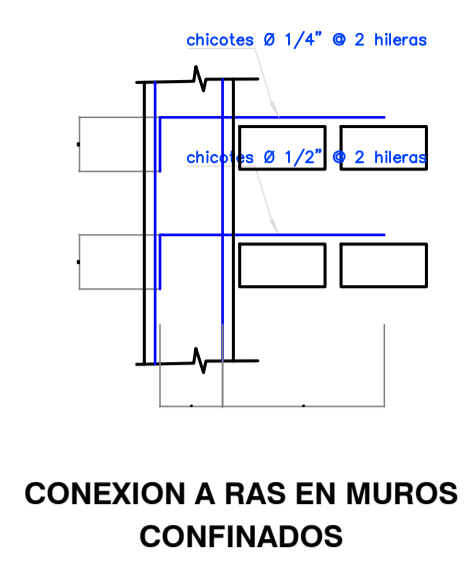


**GANCHOS A 90°**

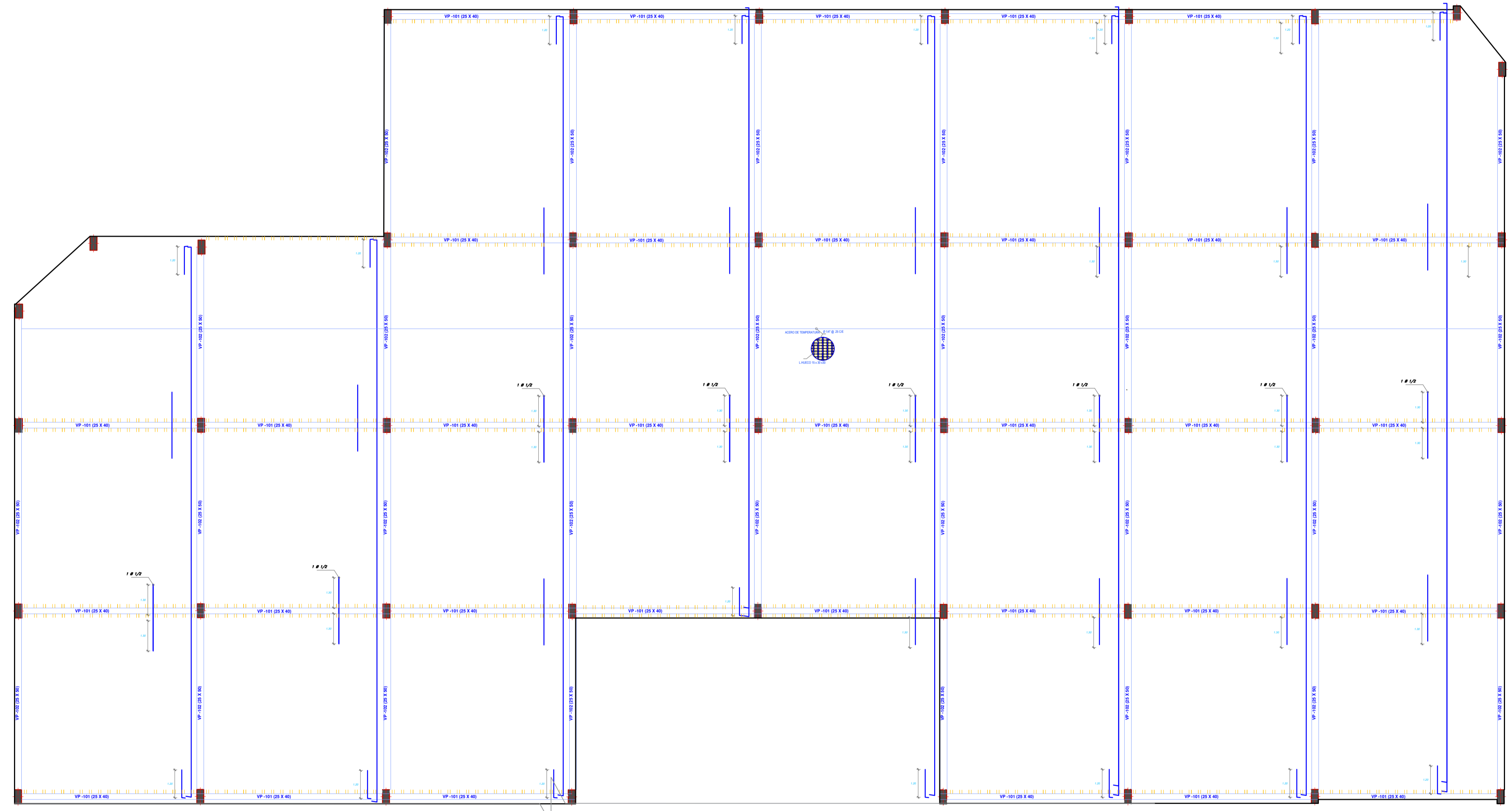
Ø	D(cm)	A(cm)	C(cm)	Longitud del Gancho
3/8"	5.71	5.23	14.77	20.00
1/2"	7.62	6.98	18.02	25.00
5/8"	9.54	8.74	21.26	30.00
3/4"	11.46	10.50	24.50	35.00
1"	15.24	13.96	31.04	45.00

**GANCHOS A 135°**

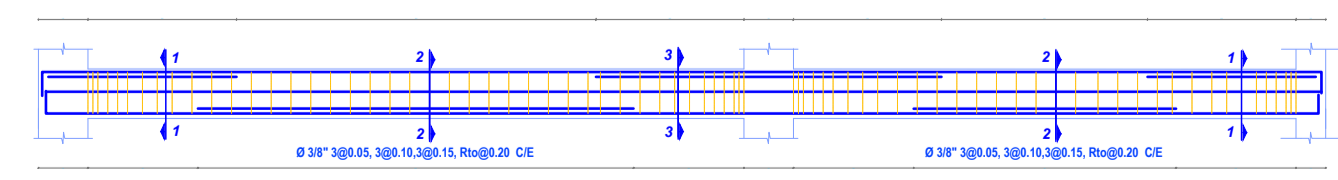
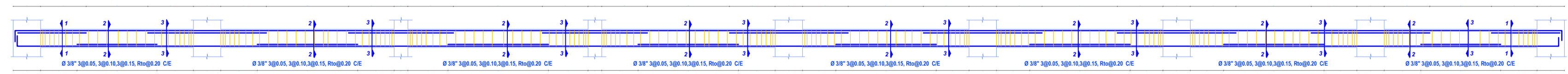
Ø	D(cm)	A(cm)	C(cm)	Longitud del Gancho
3/8"	3.81	6.73	9.53	17.50
1/2"	5.08	8.97	12.70	20.00
5/8"	6.35	11.22	15.88	27.50
3/4"	11.43	17.92	19.05	37.50
1"	15.24	23.02	25.40	50.00



**LONGITUDES DE DESARROLLO PARA BARRAS CORRUGADAS A TRACCION**



**LOSAS**  
ESC: 1/120



**ESPECIFICACIONES TECNICAS**

- 1.00.- DE LOS MATERIALES**
- 01. CONCRETO SIMPLE**
- CIMENTOS CORRIDOS  $f_c = 100 \text{ Kg/cm}^2$   
(C-H+10-25% P.G.D 4' max)
- SOBRECIMENTOS  $f_c = 140 \text{ Kg/cm}^2$   
(C-H+18-25% P.M Ø 4' max)
- Sabido  $f_c = 100 \text{ Kg/cm}^2$
- FALSO PISO  $f_c = 140 \text{ Kg/cm}^2$
- 02. CONCRETO ARMADO**
- ZAPATAS  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$
- VIGAS DE CIMENTACION  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$
- COLUMNAS ESTRUCTURALES  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$
- VIGAS PRINCIPALES  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$
- VIGAS CHAVAS  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$
- LOSA ALGERADA  $f_c = 210 \text{ Kg/cm}^2$
- 03. ALBANILERIA**
- MORTERO C/A = 1:5
- JUNTA 1.5 cm
- UNIDAD LADRILLOS KING KONG DE ARCILLA
- Comprimido Albañileria  $f_m = 70 \text{ kg/cm}^2$
- Peso Especifico Albañileria 1800.00 kg/m<sup>3</sup>
- Ladrillo Macizo KK arcilla 10 x 14 x 24
- 2.00.- DEL SUELO**
- CAPACIDAD PORTANTE 1.08 kg/cm<sup>2</sup> (estudio de suelos)
- FACTOR DE ZONAJE 0.30
- PROF. DE CIMENTACION 1.50 m (ver detalle)
- 3.00.- DE LAS SOBRECARGAS**
- SALA DE COMIDAS = 200 kg/cm<sup>2</sup>
- ESCALERA = 400 kg/cm<sup>2</sup>
- 4.00.- RECUBRIMIENTOS**
- ZAPATAS = 5.00 cm
- COLUMNAS ESTRUCTURALES = 3.00 cm
- VIGAS SOLERAS = 3.00 cm
- COLUMNAS DE CONFINAMIENTO = 2.50 cm
- 5.00.- ACERO**
- ACERO CORRUGADO- Grado 60:  $f_y = 4200 \text{ Kg/cm}^2$
- EMPALMES DE FIERRO
- VIGAS: As (-) : Tercio Central
- As (+) : 1/4 L (ver detalle)
- COLUMNAS : A 2/3 L (Tramo Central)
- 6.00.- NORMAS**
- R. N. E. (Normas E-020, E-030, E-050, E-060)

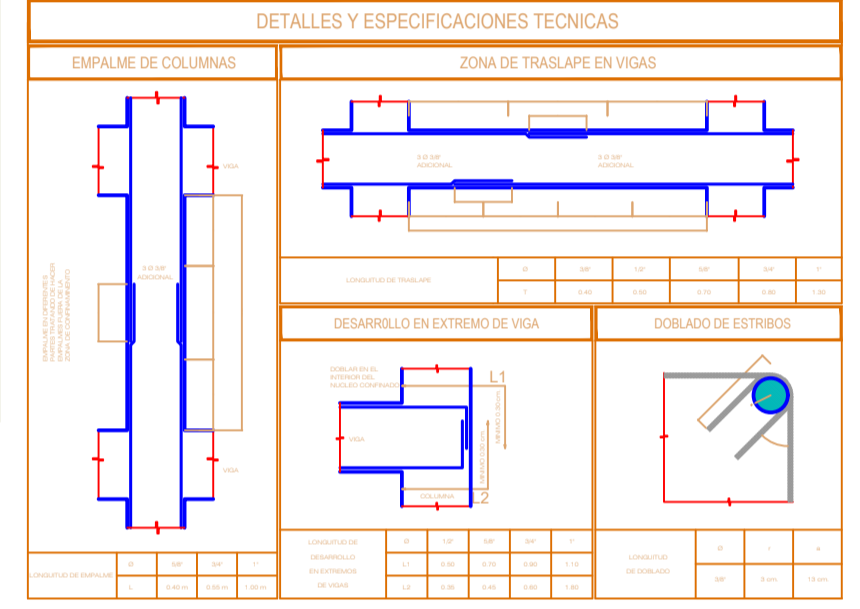
**VALORES DE m**

Ø	REFUERZO INTERIOR	H < 30	H > 30
3/8"	.40	.40	.45
1/2"	.40	.40	.50
5/8"	.50	.45	.60

**NOTA**

a- No empalmar más del 50% del Área total en una misma sección.

b- En caso de no empalmar en las zonas indicadas, se con los porcentajes especificados, aumentar la longitud de empalme en un 30% o, consultar al proyectista.



**ANÁLISIS ESPECTRAL PARA ASIGNAR EL ESPECTRO DE ACCELERACIONES POR REGLAMENTO**

FORMULA  $S_a = \frac{Z \cdot I \cdot S \cdot g}{R}$

Donde:

Factor de Zona  $Z = 0.3$  (Zona 2)

Factor de Uso e Importancia  $I = 1.5$  (Categoría A)

Factor de Suelo  $S = 1.4$  (Suelo Flexible)

Periodo de Suelo Cada Tipo Suelo  $T_p = 0.9$

Coefficiente de Amplificación Sísmica  $C = 10$

Coefficiente Reducción Soluciones Sísmicas  $R = 10$

Amplificación de la Gravedad  $g = 9.81 \text{ m/s}^2$

COEFICIENTE DE AMPLIFICACION SISMICA:  $C = 1.25$

$CIR = 0.1$   $C = 2.5 \times \frac{T_p}{T_c}$   $C \leq 2.5$

PERIODO ACCELERACION ESPECTRAL

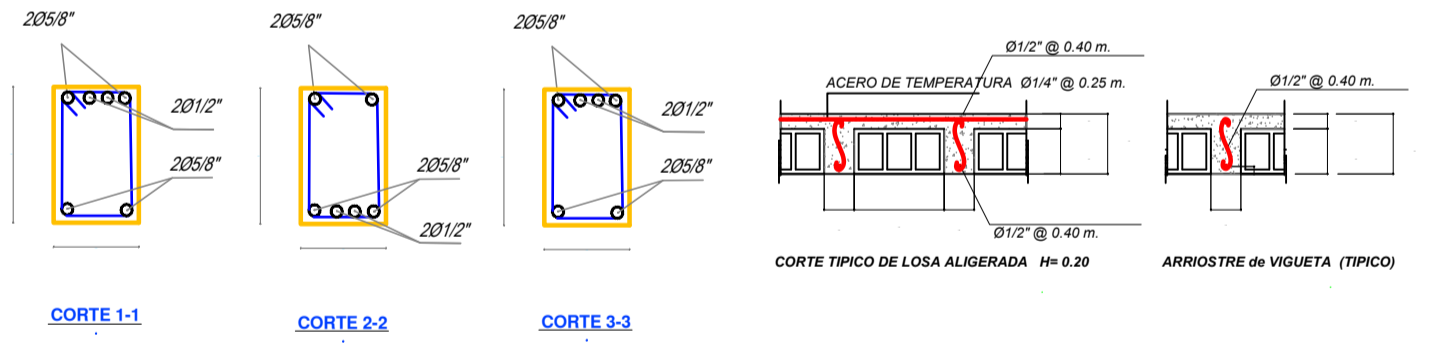
Ts	Sa
0.00000001	1.545
0.00	1.545
0.10	1.545
0.20	1.545
0.30	1.545
0.40	1.545
0.50	1.545
0.60	1.545
0.70	1.545
0.80	1.545
0.90	1.545
1.00	1.545
1.10	1.202
1.20	1.078
1.30	0.976
1.40	0.889
1.50	0.816

**BARRAS INFERIORES**  $f_y = 4200 \text{ kg/cm}^2$

$f_c$	Ø	3/8"	1/2"	5/8"
175.00	30.00	35.00	45.00	
210.00	30.00	35.00	45.00	

**BARRAS SUPERIORES**  $f_y = 4200 \text{ kg/cm}^2$

$f_c$	Ø	3/8"	1/2"	5/8"	3/4"	1"
175.00	35.00	45.00	60.00			
210.00	30.00	45.00	60.00			

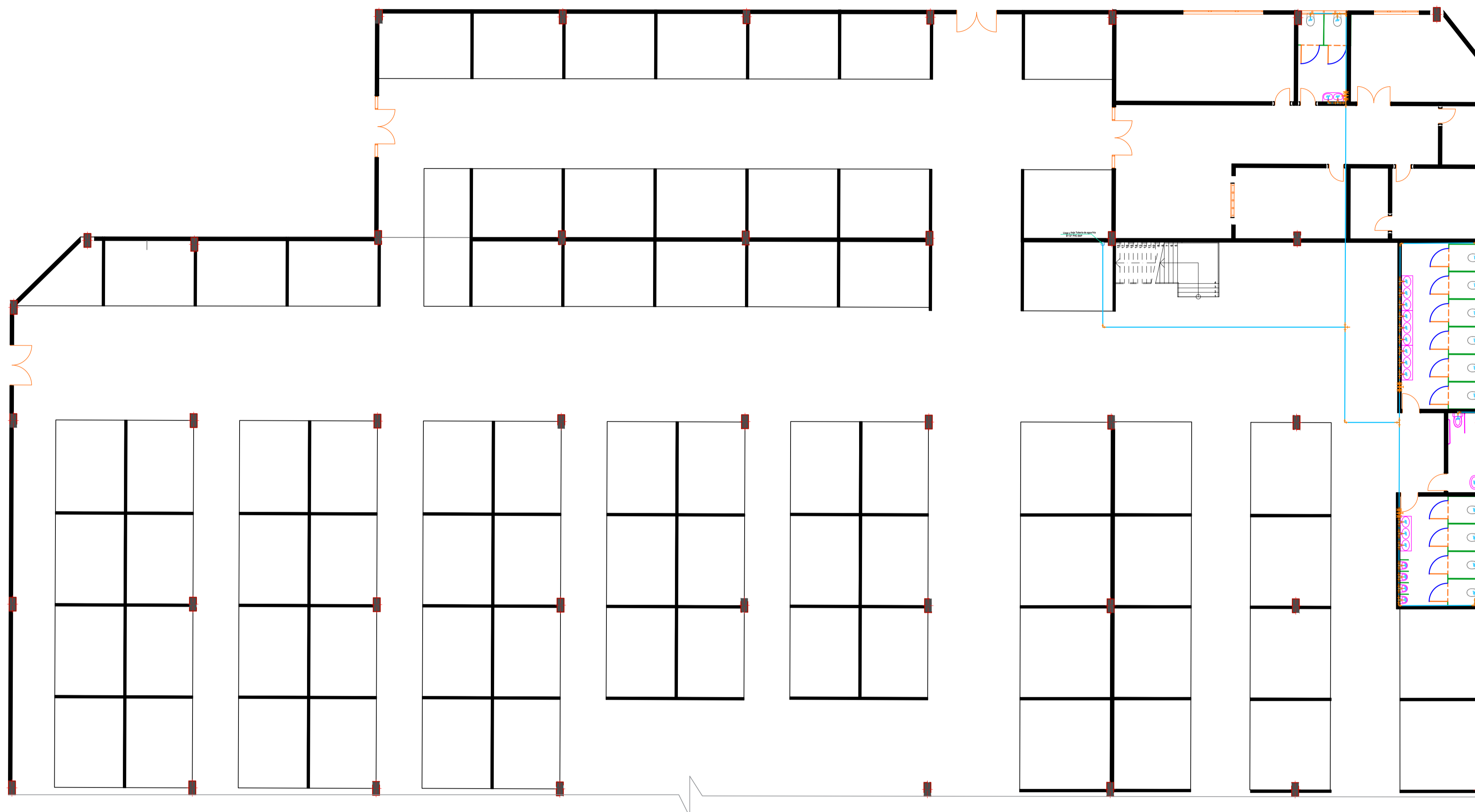
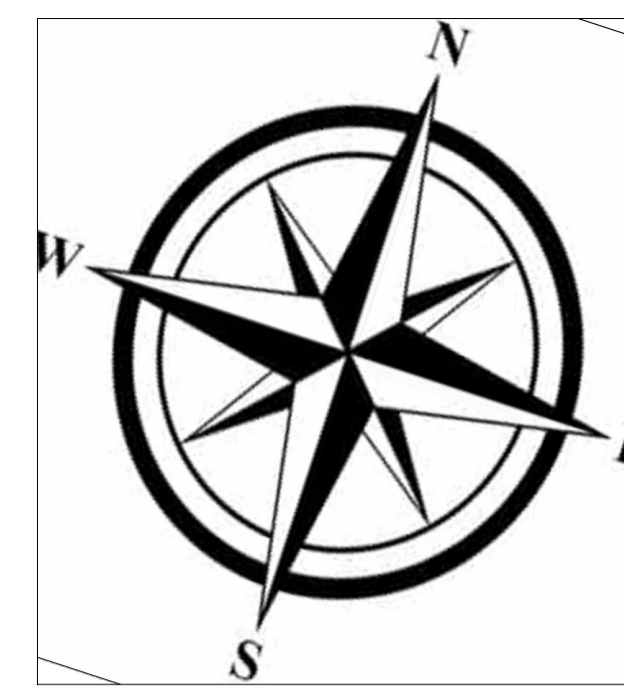


**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO  
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

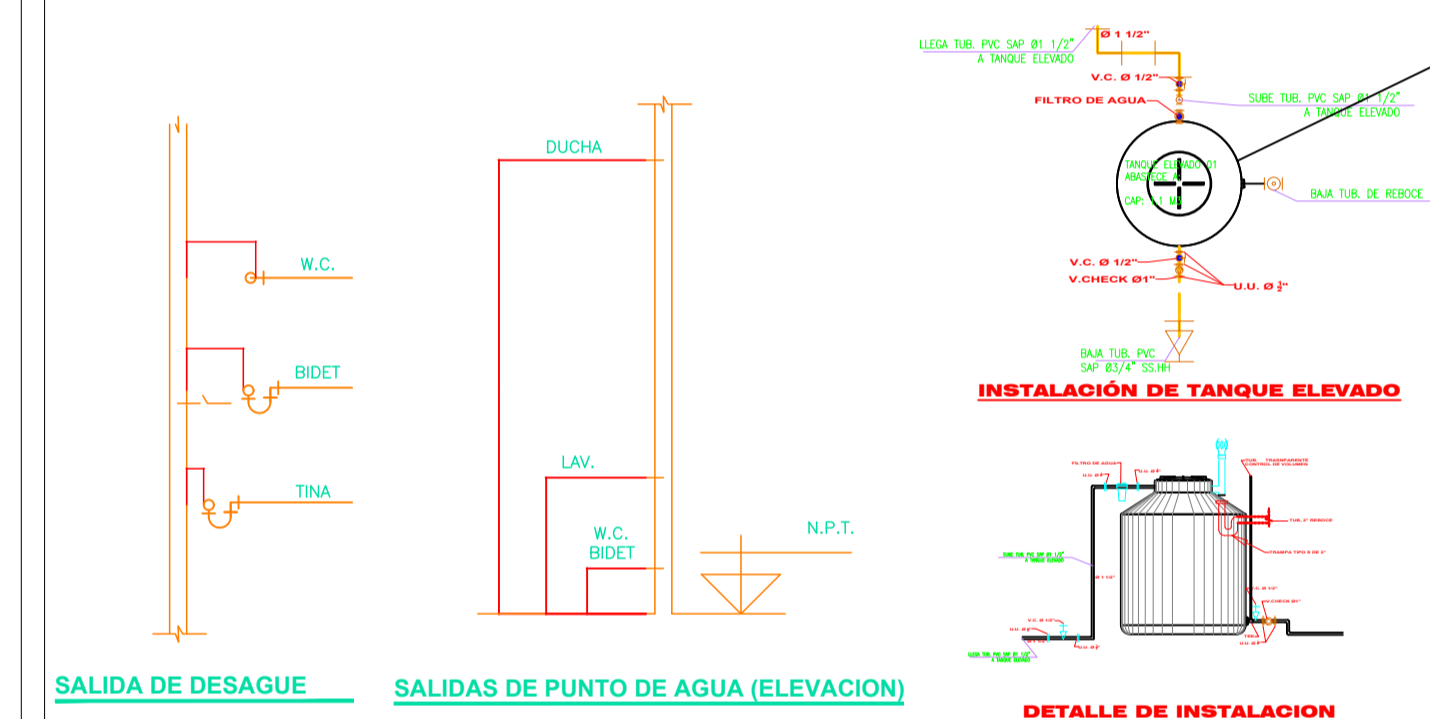
DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>LOSAS</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>	LAMINA: <b>E-02</b>	
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	





**LEYENDA AGUA**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEDIDOR DE AGUA
	TUBERIA DE AGUA FRIA PVC-SAP
	TUBERIA DE AGUA CALIENTE CPVC
	CODO 90° BAJA
	CODO 90° SUBE
	TEE
	SALIDA DE AGUA FRIA y CALIENTE
	REDUCCION
	VALVULA DE COMPUERTA DE 1/2"
	VALVULA CHECK
	LLAVE DE INTERRUPCION GENERAL
	CODO 90°
	CRUCE DE TUBERIA SIN CONEXION
	TEE RECTA CON SUBIDA
	TEE RECTA CON BAJADA
	GRIFO DE RIEGO



**ESPECIFICACIONES TECNICAS AGUA**

- LA RED INTERIOR DE AGUA SERA DE PVC PARA AGUA FRIA
- LAS VÁLVULAS DE COMPUERTA SERÁN DE BRONCE TIPO CRANE PRESION 125 lb/pulg<sup>2</sup>
- LAS PRUEBAS SE PROCEDERAN CON LA AYUDA DE UNA BOMBA DE MANO HASTA LOGRAR UNA PRESION DE 12 lb/pulg<sup>2</sup> DURANTE 15 MINUTOS.
- LAS TUBERIAS DE AGUA SERÁN DE CLASE 10 ROSGADO Y SELLADO CON PEGAMENTO ESPECIAL.
- LAS TUBERIAS DE VENTILACION SERÁN DE PVC - SEL Y SERÁN SELLADOS CON PEGAMENTO ESPECIAL.
- LAS TUBERIAS DE AGUA FRIA SERÁN DE CLORURO DE POLI-VINIL PVID SAP CLASE 75 CON PRESION MÁXIMA DE 105 lb/pulg<sup>2</sup>
- LAS TUBERIAS PRINCIPALES DE AGUA FRIA SERÁN DE Ø 3/4" Y LAS SECUNDARIAS Ø 1/2" (APARATOS SANITARIOS)



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

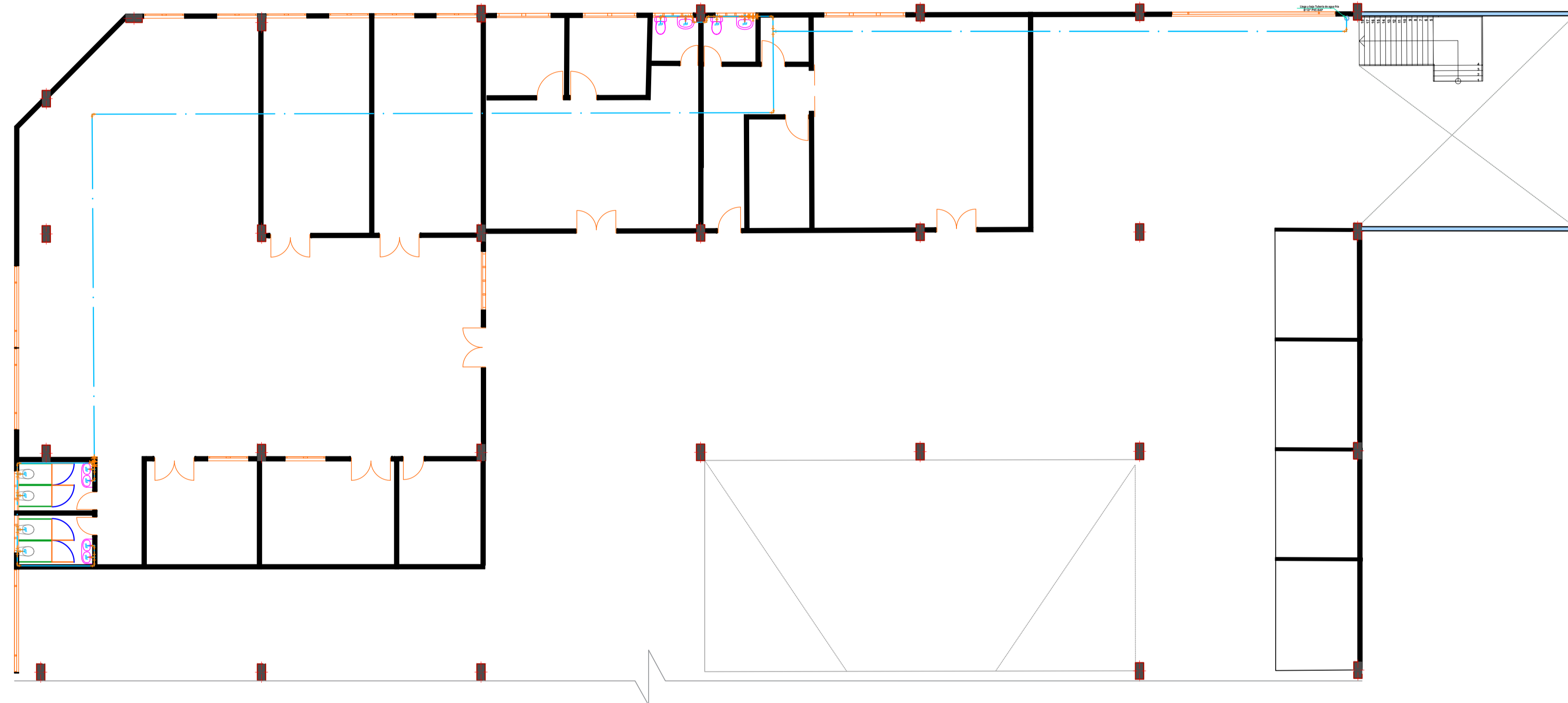
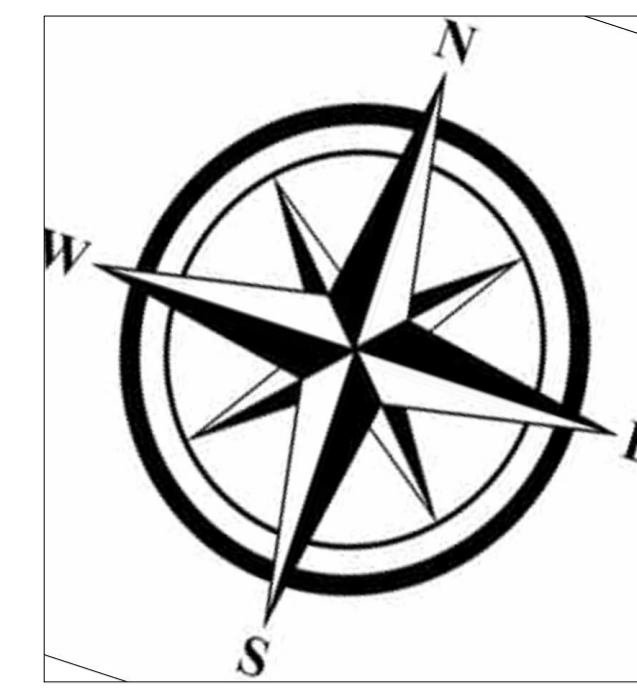
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO:  <b>INSALACIONES SANITARIAS</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		<b>IS-01</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

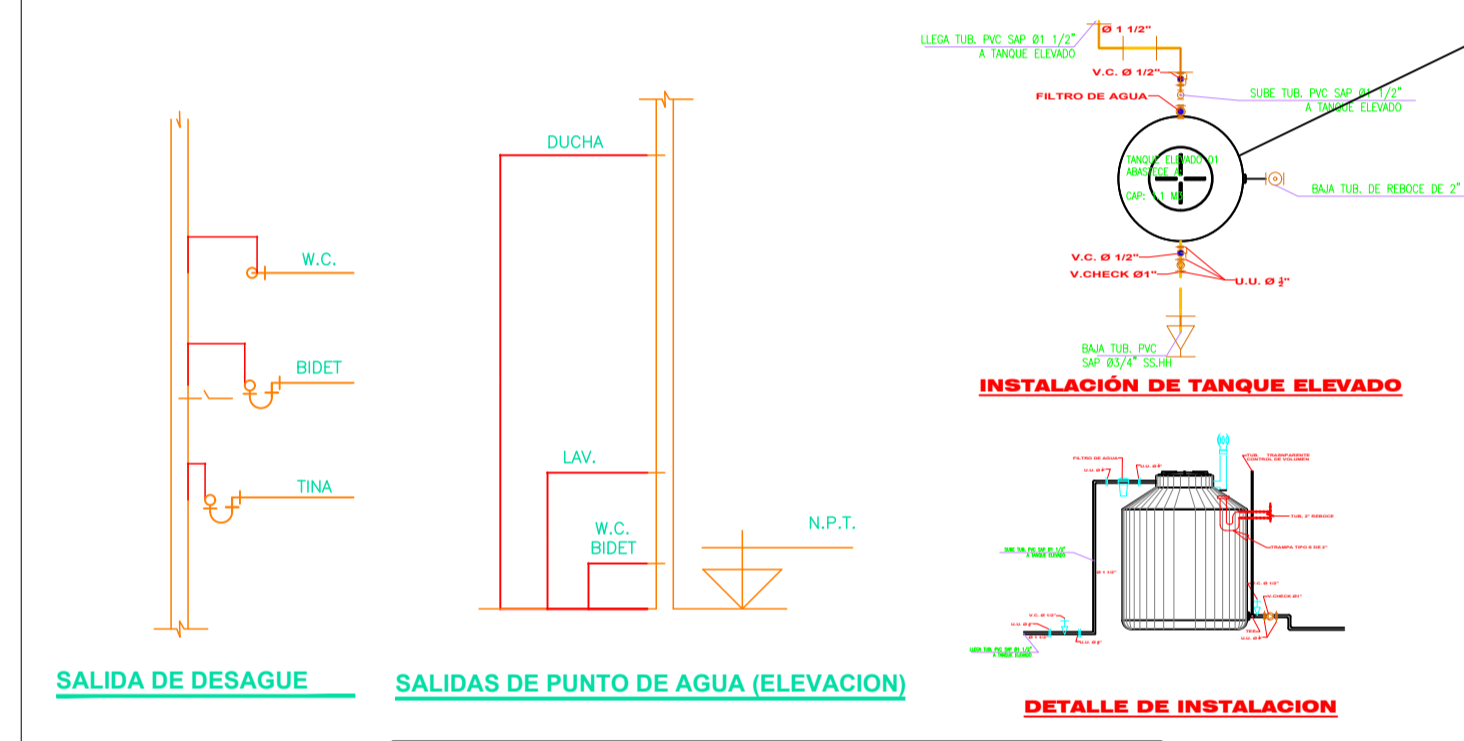
**INST. SANITARIAS: 1ER PISO**

ESC : 1/120





LEYENDA AGUA	
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	MEDIDOR DE AGUA
	TUBERIA DE AGUA FRIA PVC-SAP
	TUBERIA DE AGUA CALIENTE CPVC
	CODO 90° BAJA
	CODO 90° SUBE
	TEE
	SALIDA DE AGUA FRIA y CALIENTE
	REDUCCION
	VALVULA DE COMPUERTA DE 1/2"
	VALVULA CHECK
	LLAVE DE INTERRUPCION GENERAL
	CODO 90°
	CRUCE DE TUBERIA SIN CONEXION
	TEE RECTA CON SUBIDA
	TEE RECTA CON BAJADA
	GRIFO DE RIEGO



ESPECIFICACIONES TECNICAS AGUA
- LA RED INTERIOR DE AGUA SERA DE PVC PARA AGUA FRIA.
- LAS VÁLVULAS DE COMPUERTA SERÁN DE BRONCE TIPO CRANE PRESION 125 kg/cm <sup>2</sup> .
- LAS PRUEBAS SE PROCEDERAN CON LA AYUDA DE UNA BOMBA DE MANO HASTA LOGRAR UNA PRESION DE 12 kg/cm <sup>2</sup> DURANTE 15 MINUTOS.
- LAS TUBERIAS DE AGUA SERÁN DE CLASE 10 ROSCADO Y SELLADO CON PEGAMENTO ESPECIAL.
- LAS TUBERIAS DE VENTILACION SERÁN DE PVC - SEL Y SERÁN SELLADOS CON PEGAMENTO ESPECIAL.
- LAS TUBERIAS DE AGUA FRIA SERÁN DE CLORURO DE POLIVINIL (PVC) SAP CLASE 75 CON PRESION MAXIMA DE 100 kg/cm <sup>2</sup> .
- LAS TUBERIAS PRINCIPALES DE AGUA FRIA SERÁN DE Ø 3/4" Y LAS SECUNDARIAS Ø 1/2" (APARATOS SANITARIOS).

**INST. SANITARIAS: 2DO PISO**  
 ESC : 1/120

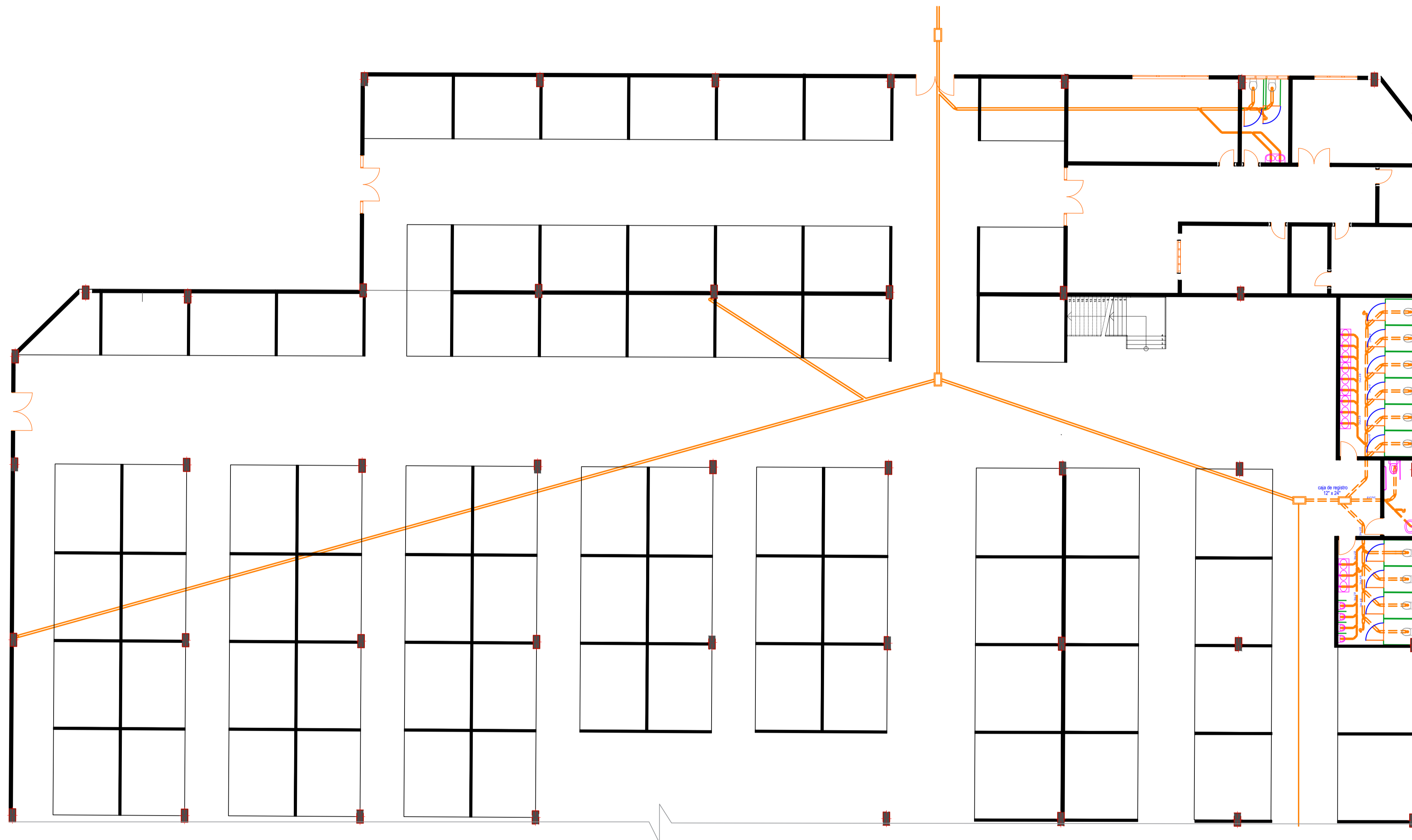
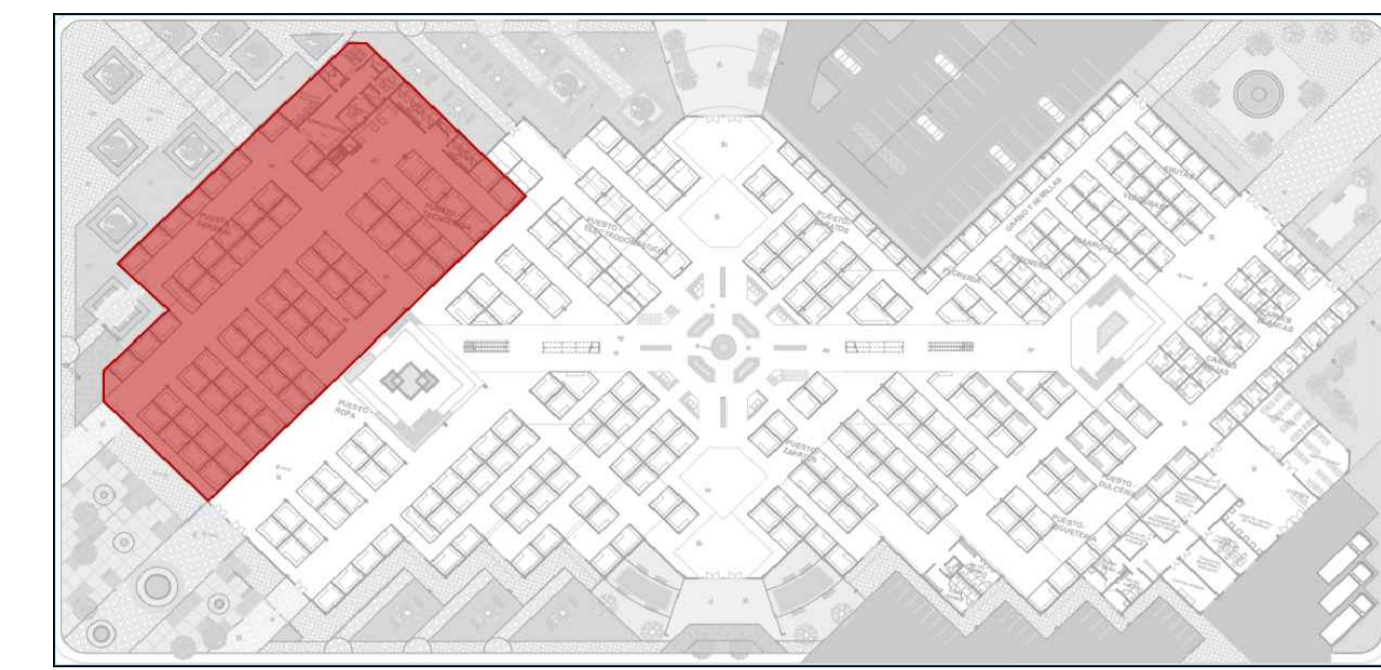
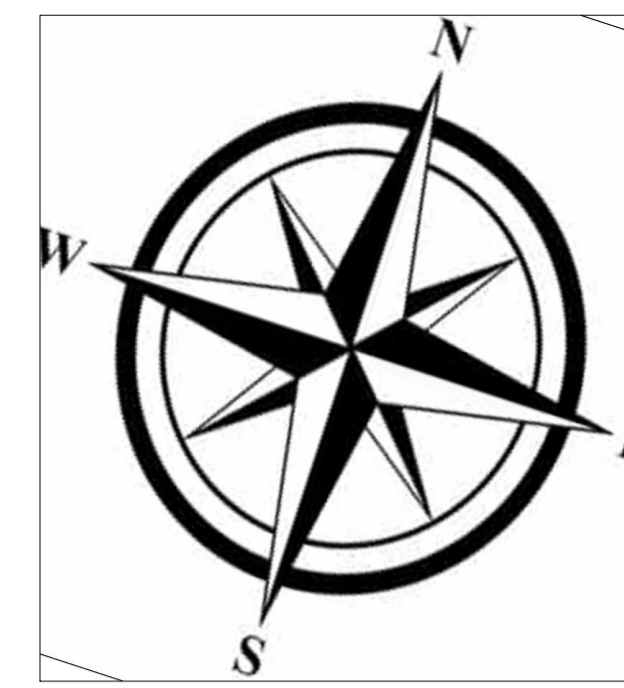


**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
 FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO  
**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO: <b>PUNO</b>	DISTRITO: <b>JULIACA</b>	PLANO: <b>INSTALACIONES SANITARIAS</b>
PROVINCIA: <b>SAN ROMAN</b>	LUGAR: <b>JULIACA</b>	
ASESOR: <b>Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO</b>		LAMINA: <b>IS-02</b>
PROYECTISTA: <b>BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA</b>		
ESCALA: <b>INDICADA</b>	FECHA: <b>JUNIO DEL 2024</b>	

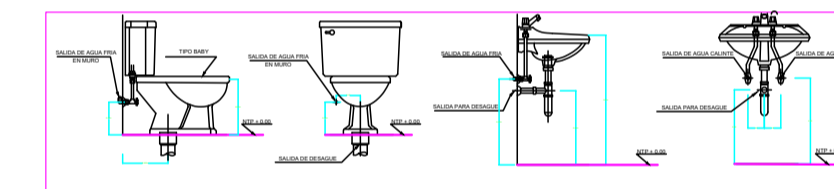
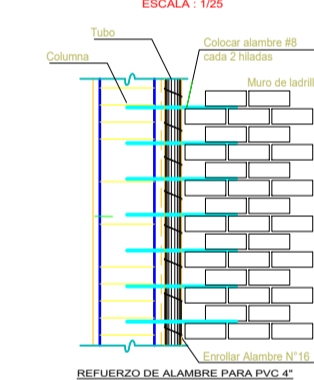




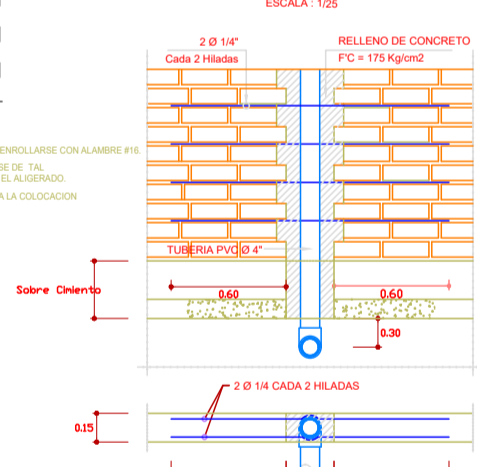
**LEYENDA INSTALACIONES DE DESAGÜE**

ITEM	SIMBOLO	DESCRIPCION	
		TIPO	Ø
01.00		Tubería PVC de Desague	6",4",2"
02.00		YEE PVC DE 4" a 2"	4" a 2", 6" a 4"
03.00		CODO PVC DE 90°	6",4",2"
04.00		CODO PVC DE 45°	6",4",2"
05.00		CODO 90° C/VENTILACION	4" a 2"
06.00		REDUCCION PVC 4" a 2"	6",4",2"
07.00		TEE PVC SANITARIA	4" a 2"
08.00		YEE PVC SIMPLE	6",4",2"
09.00		TEE REDUCIDA DOBLE	6",4",2"
10.00		CAJA DE REGISTRO	6",4",2"
11.00		REGISTRO ROSCADO	6",4",2"
12.00		SUMIDERO C/ REJILLA	6",4",2"

INSTALACION DE TUBERIA MONTANTE AL COSTADO DE COLUMNA ESCALA: 1/20



INSTALACION DE TUBERIA MONTANTE EN PARED ESCALA: 1/20



**ESPECIFICACIONES TECNICAS**

**MATERIALES:**  
 Las tuberías e accesorios para el sistema de agua fría serán de PVC-UPT Clase "OF" para una presión de trabajo de 10bar.  
 Los tees y accesorios para el sistema de agua caliente serán de CPVC para una presión de trabajo de 10bar.  
 Las tuberías e accesorios para el sistema de agua fría serán de PVC-UPT Clase "OF" para una presión de trabajo de 10bar.  
 Las tuberías e accesorios para el sistema de agua caliente serán de CPVC para una presión de trabajo de 10bar.  
 Las tuberías e accesorios para el sistema de agua fría serán de PVC-UPT Clase "OF" para una presión de trabajo de 10bar.  
 Las tuberías e accesorios para el sistema de agua caliente serán de CPVC para una presión de trabajo de 10bar.

**REGLAS:**  
 Las tuberías e accesorios para el sistema de agua fría serán de PVC-UPT Clase "OF" para una presión de trabajo de 10bar.  
 Las tuberías e accesorios para el sistema de agua caliente serán de CPVC para una presión de trabajo de 10bar.

**INST. DESAGUE 1ER PISO**

ESC : 1/120



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO:

PUNO

DISTRITO:

JULIACA

PLANO:

**INSTALACIONES DESAGUE**

PROVINCIA:

SAN ROMAN

LUGAR:

JULIACA

ASESOR:

Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO

PROYECTISTA:

BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA

LAMINA:

**IS-03**

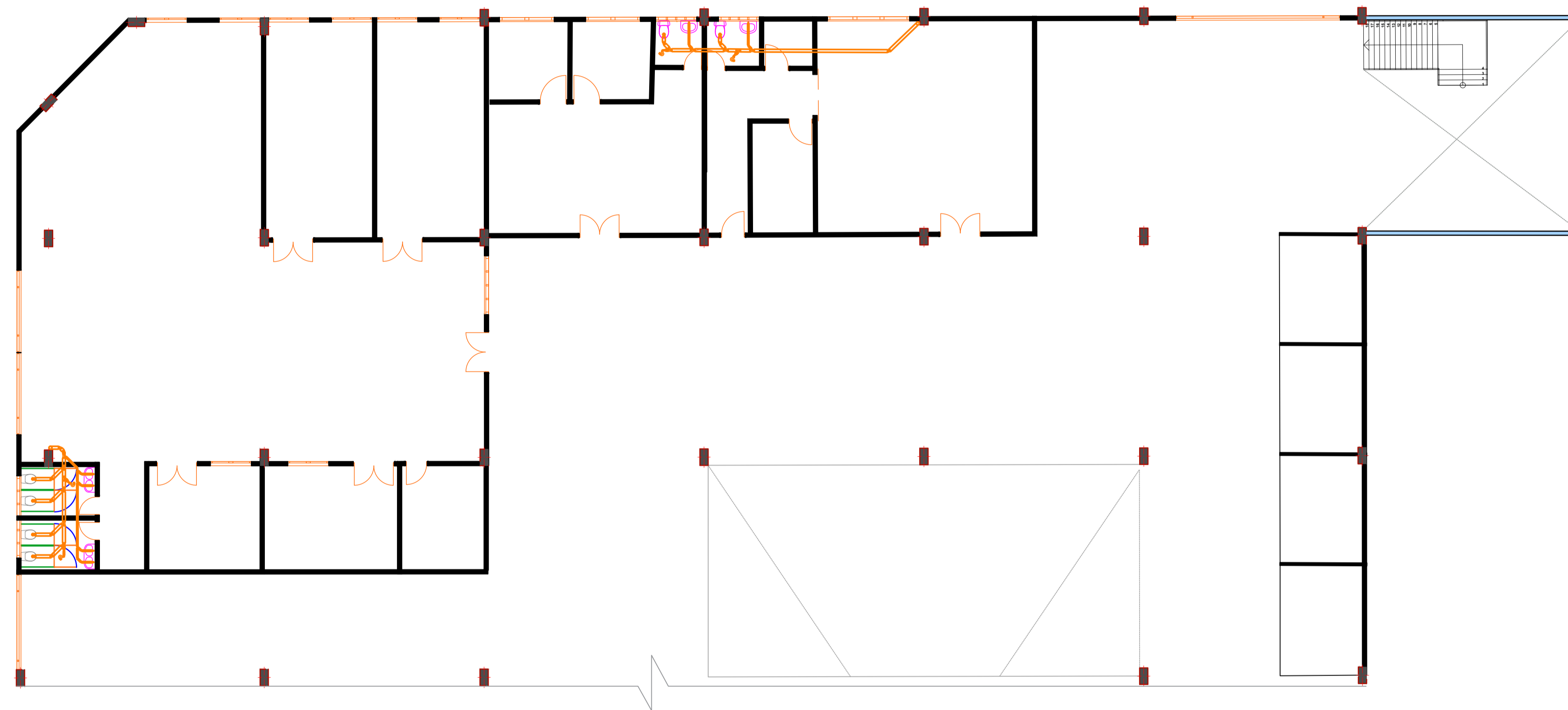
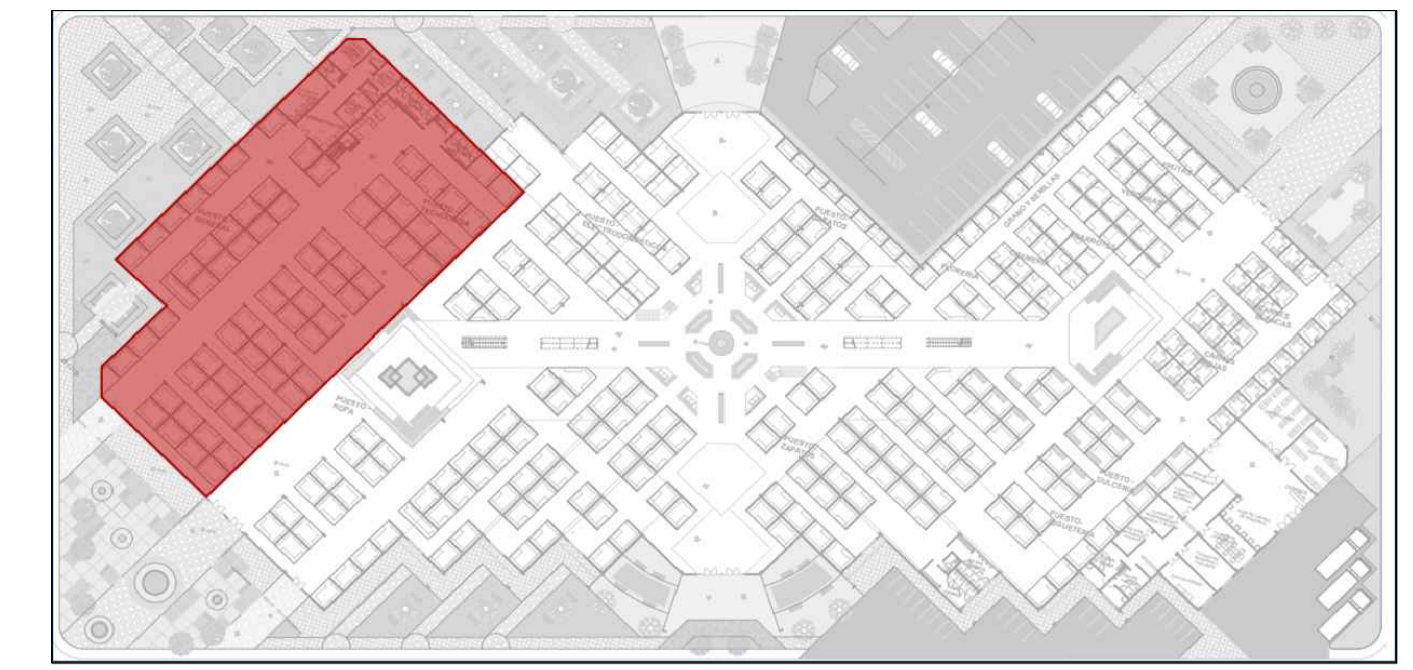
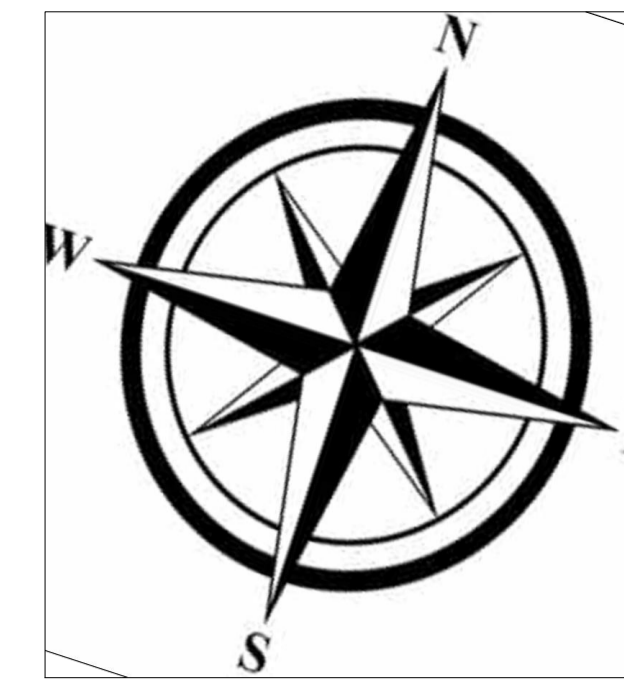
ESCALA:

INDICADA

FECHA:

JUNIO DEL 2024

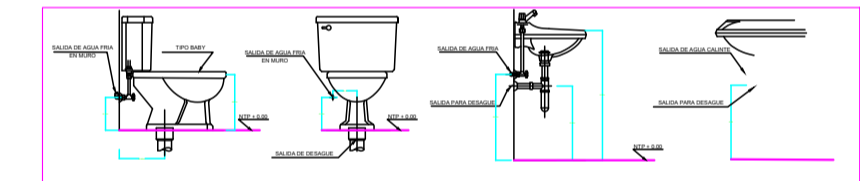
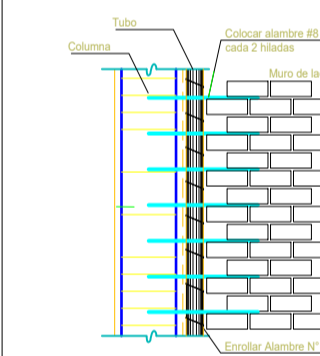




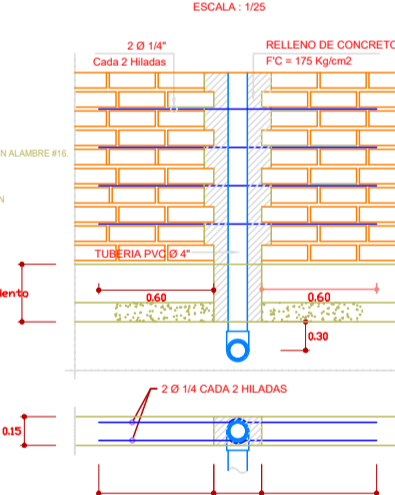
**LEYENDA INSTALACIONES DE DESAGÜE**

ITEM	SIMBOLO	DESCRIPCION	
		TIPO	Ø
01.00		Tubería PVC de Desague	6",4",2"
02.00		YEE PVC DE 4" a 2"	4" a 2", 6" a 4"
03.00		CODO PVC DE 90°	6",4",2"
04.00		CODO PVC DE 45°	6",4",2"
05.00		CODO 90° C/VENTILACION	.4" a 2"
06.00		REDUCCION PVC 4" a 2"	6",4",2"
07.00		TEE PVC SANITARIA	.4" a 2"
08.00		YEE PVC SIMPLE	6",4",2"
09.00		TEE REDUCIDA DOBLE	6",4",2"
10.00		CAJA DE REGISTRO	6",4",2"
11.00		REGISTRO ROSCADO	6",4",2"
12.00		SUMIDERO C/ REJILLA	6",4",2"

INSTALACION DE TUBERIA MONTANTE AL COSTADO DE COLUMNA  
ESCALA: 1:10



INSTALACION DE TUBERIA MONTANTE EN PARED  
ESCALA: 1:5



**ESPECIFICACIONES TECNICAS**

**MATERIALES:**  
 LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA EL SISTEMA DE AGUA FRIA SERAN DE PVC-U/PP-CLASE "B" PARA UNA PRESION DE TRABAJO DE 10 BAR.  
 LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS PARA EL SISTEMA DE AGUA CALIENTE SERAN DE CPVC PARA UNA PRESION DE TRABAJO DE 10 BAR.  
 LAS VALVULAS COMPARTIRAN CADA UNO SERAN DE BRONCE PARA UNA PRESION DE TRABAJO DE 10 BAR.  
 LAS TUBERIAS Y ACCESORIOS DEPOSITOS SERAN DE PP/PODADO EN EL ENTRENQUE ENTRE LA TUBERIA CON EL MATERIAL QUE SE INDICA.

**INSTALACIONES:**  
 ANTES DE LA EJECUCION DEL TRABAJO EL CONTRATISTA DEBERA COORDINAR CON EL ING. ESTRUCTURAL DEL AREA DE LAS TUBERIAS PARA VERIFICAR EL TIPO DE PARED, AREA DE CIRCUNFERENCIA DE COLUMNAS.  
 LAS TUBERIAS DE AGUA FRIA SE INSTALARAN EN CONDUITOS PRECORTADOS EN PARED PISO Y EN PARED. CON DIMENSIONES PARA EL REGISTRO PARA CUBRIR LAS TUBERIAS.  
 TODA VALVULA DE COMPARTIR DEBERA INSTALARSE ENTRE DOS UNIDADES UNIDARIAS INSTALADAS EN EL MODO DE CADA UNO DE ELLOS.

**PRUEBAS:**  
 LAS PRUEBAS DE LAS TUBERIAS SERAN A VOLUMEN PLENO DURANTE 1 HORA, ANTES DE LA COLOCACION DEL ACABADO Y CERRADO DE ELEMENTOS ESTRUCTURALES.



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO:  
**PUNO**

DISTRITO:  
**JULIACA**

PLANO:

PROVINCIA:  
**SAN ROMAN**

LUGAR:  
**JULIACA**

**INSTALACIONES DESAGUE**

ASESOR:  
**Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO**

PROYECTISTA:  
**BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA**

LAMINA:

**IS-04**

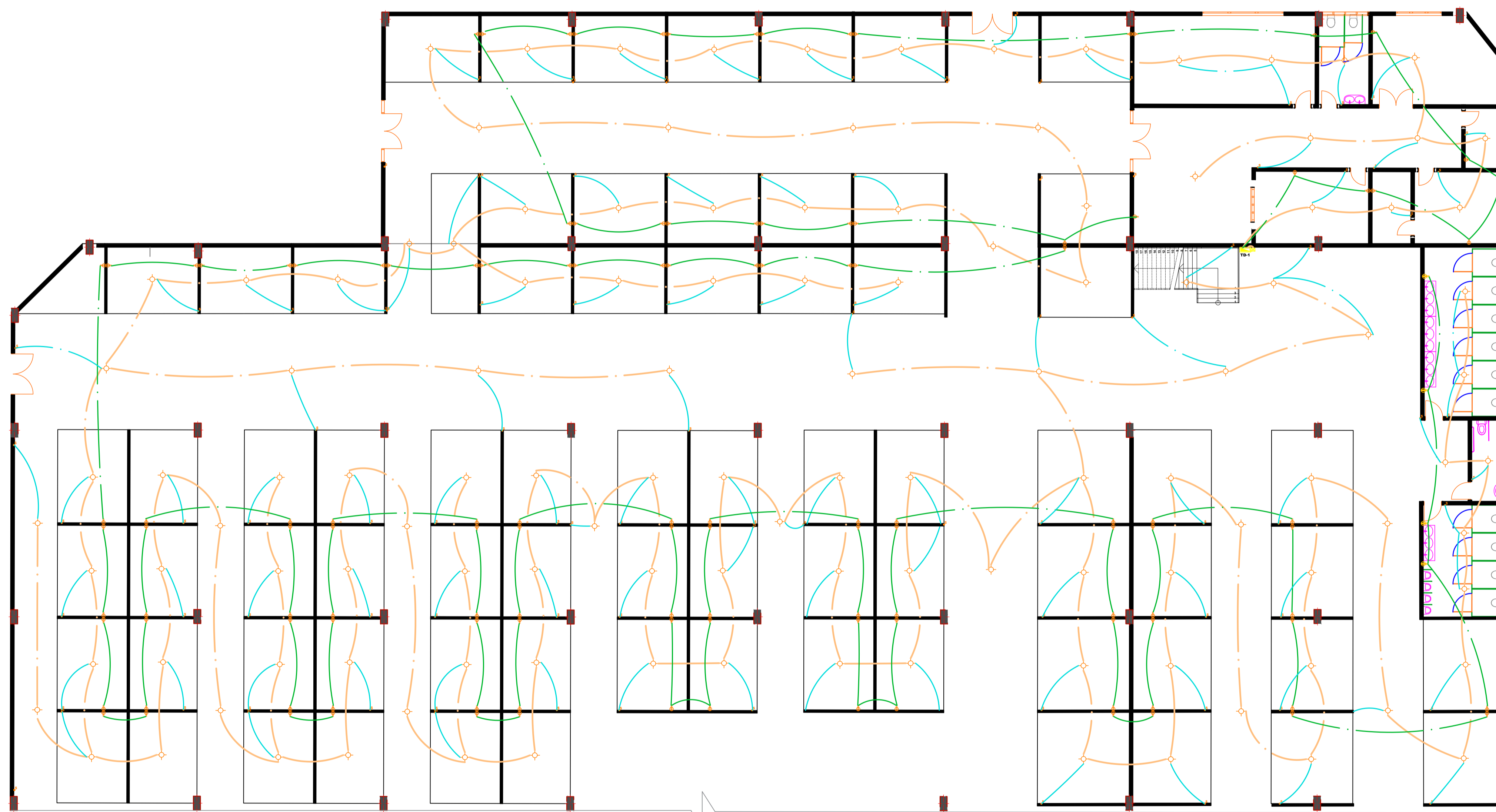
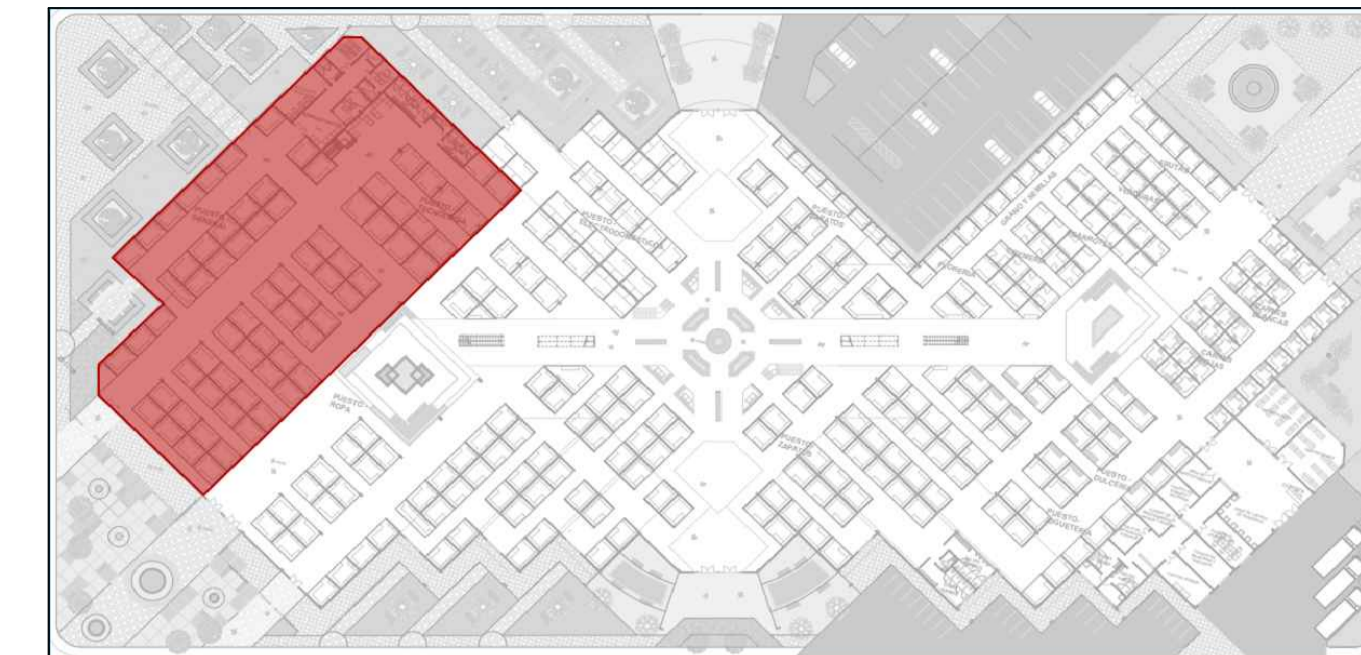
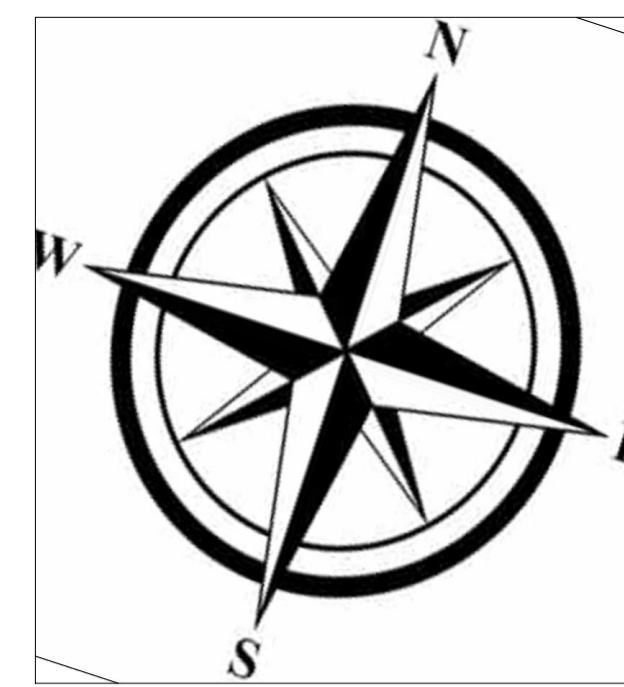
ESCALA:  
**INDICADA**

FECHA:  
**JUNIO DEL 2024**

**INST. DESAGUE 2DO PISO**

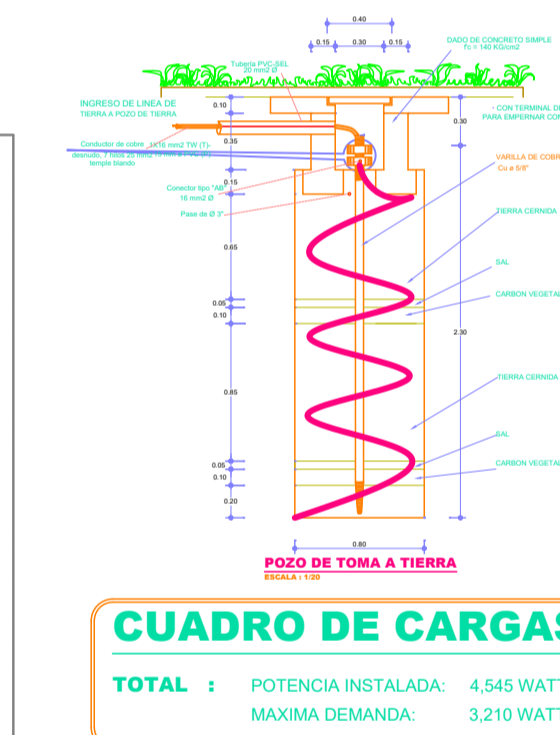
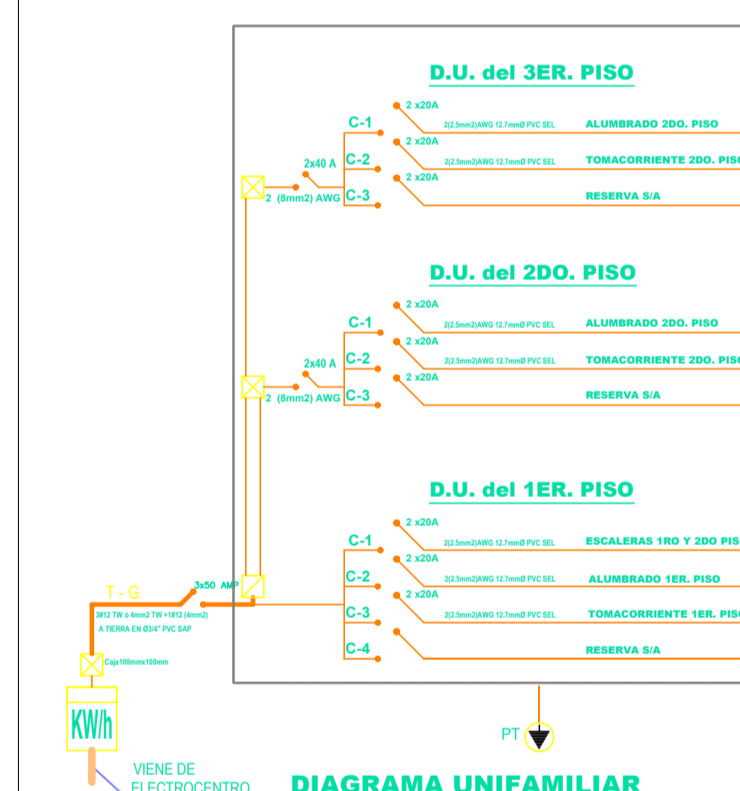
ESC.: 1/120





**LEYENDA**

SIMBOLO	DESCRIPCION	UBICACION
	MEDIDOR ELECTRICO	1.60 m
	TABLERO GENERAL DE DISTRIBUCION	1.60 m
	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECHO (CENTRO DE LUZ)	2.10 m
	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	2.10 m
	TOMACORRIENTE BIPOLAR SIMPLE	0.40 m
	TOMACORRIENTE BIPOLAR SIMPLE	1.20 m
	TOMACORRIENTE BIPOLAR SIMPLE	1.80 m
	CAJA DE PASE CUADRADA F"6"	0.40 m
	SALIDA PARA CAJA DE PASE OCTOGONAL EN PARED (F"6" 4"x1 1/2")	2.20 m
	SALIDA PARA CAJA DE PASE OCTOGONAL EN TECHO	2.20 m
	PULSADOR PARA TIMBRE	1.40 m
	TIMBRE CON TRANSFORMADOR 8 122H/2V	2.00 m
	POZO DE TIERRA	2.00 m
	SALIDA PARA TELEVISION	0.40 m
	SALIDA PARA TELEFONO INTERNO	0.30 m
	INTERRUPTOR DE UNOS DOS Y TRES GOLPES	1.20 m
	INTERRUPTOR DE CONMUTADOR	1.20 m
	LINEA EMPOTRADA EN TECHO O PARED	
	LINEA EMPOTRADA EN PISO O MURO	
	TUBERIA EMPOTRADO EN PISO PARA TELEFONO	
	TUBERIA EMPOTRADO EN TECHO PARA TIMBRE	
	LINEA DE POZO DE TIERRA	



**CUADRO DE CARGAS**

TOTAL : POTENCIA INSTALADA: 4.545 WATTS  
MAXIMA DEMANDA: 3.210 WATTS

**NOTA:**  
Este sistema sera instalado en el piso para empotrar con resquebraje  
Perforaciones del tipo "No Floor"  
Cada salida tiene la caracteristica indicada en el esquema  
unifamiliar.



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA  
REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO  
TUPAC AMARU DE JULIACA 2024**

DEPARTAMENTO:

PUNO

DISTRITO:

JULIACA

PLANO:

PROVINCIA:

SAN ROMAN

LUGAR:

JULIACA

**INSTALACIONES  
ELECTRICAS**

ASESOR:

Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO

PROYECTISTA:

BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA

LAMINA:

**IE-01**

ESCALA:

INDICADA

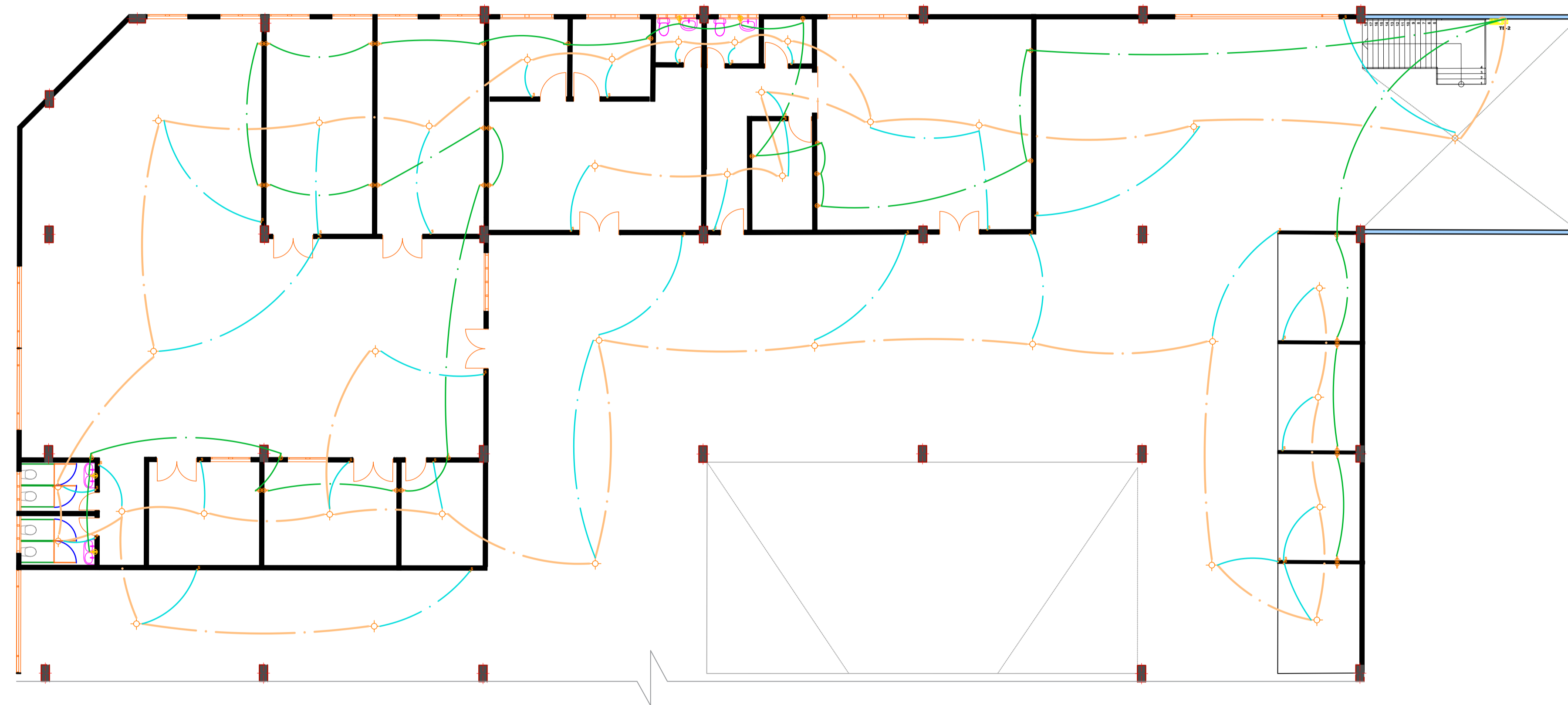
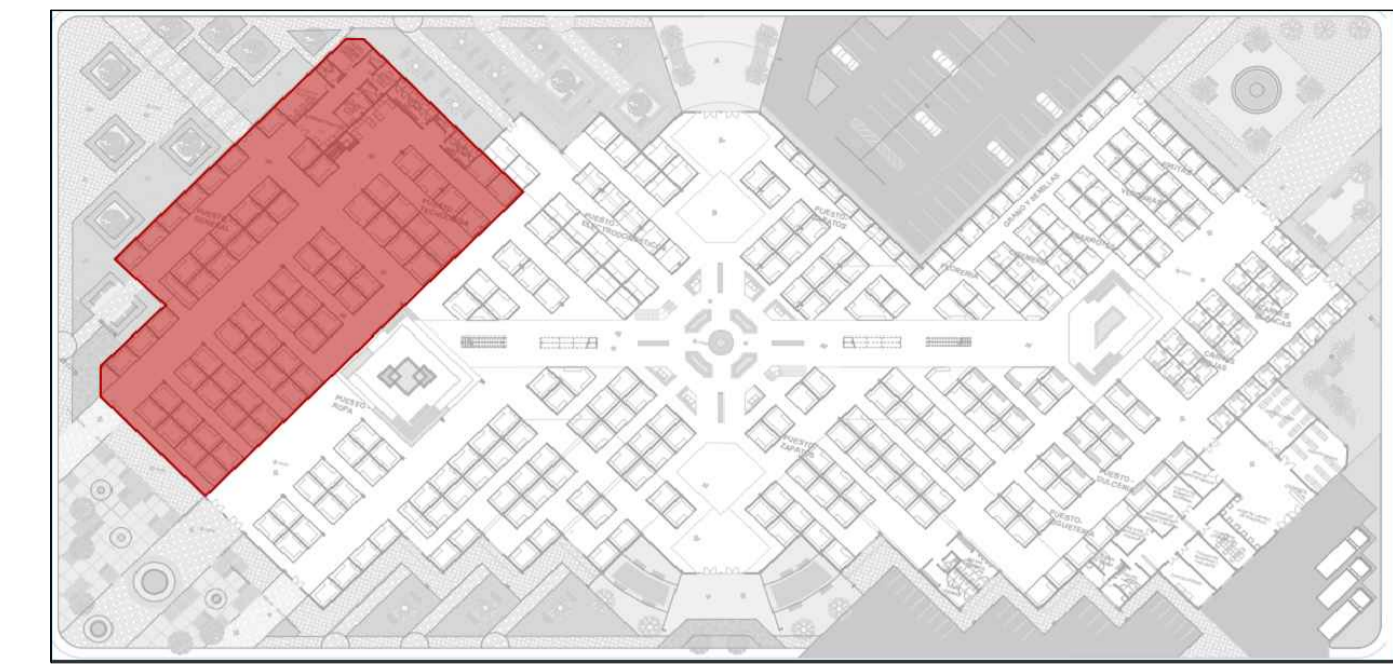
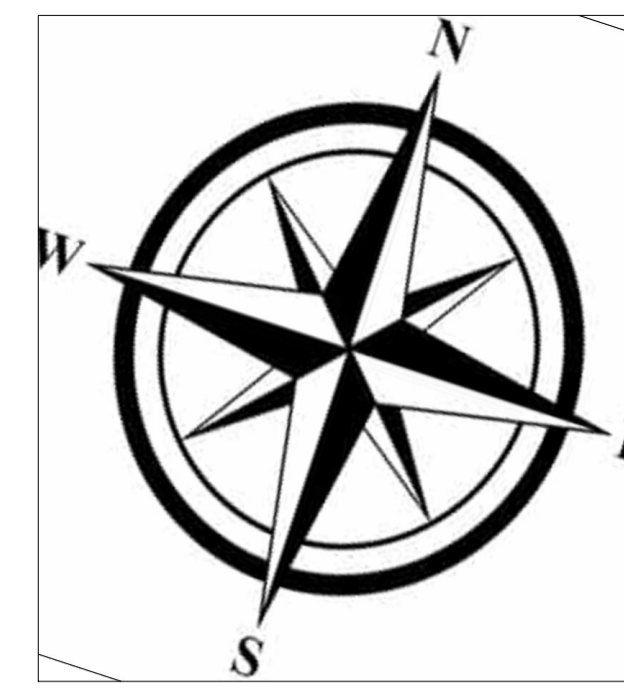
FECHA:

JUNIO DEL 2024

**INST. ELECTRICAS: 1ER PISO**

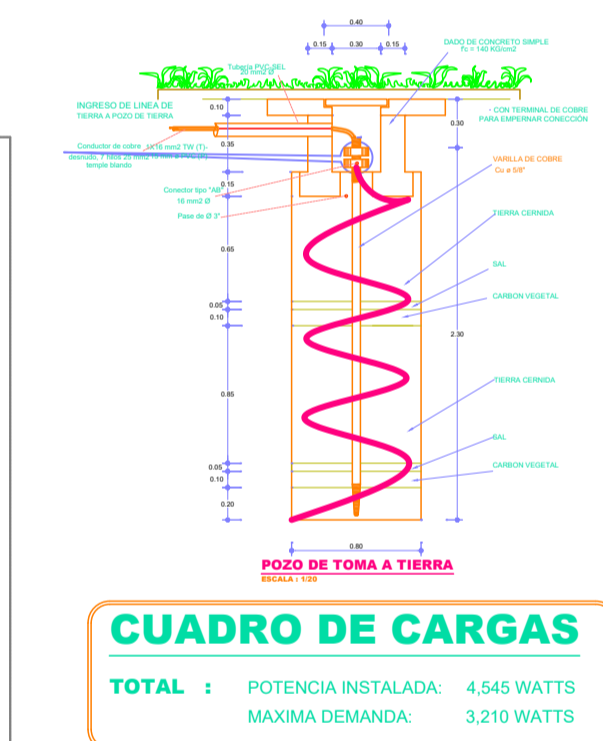
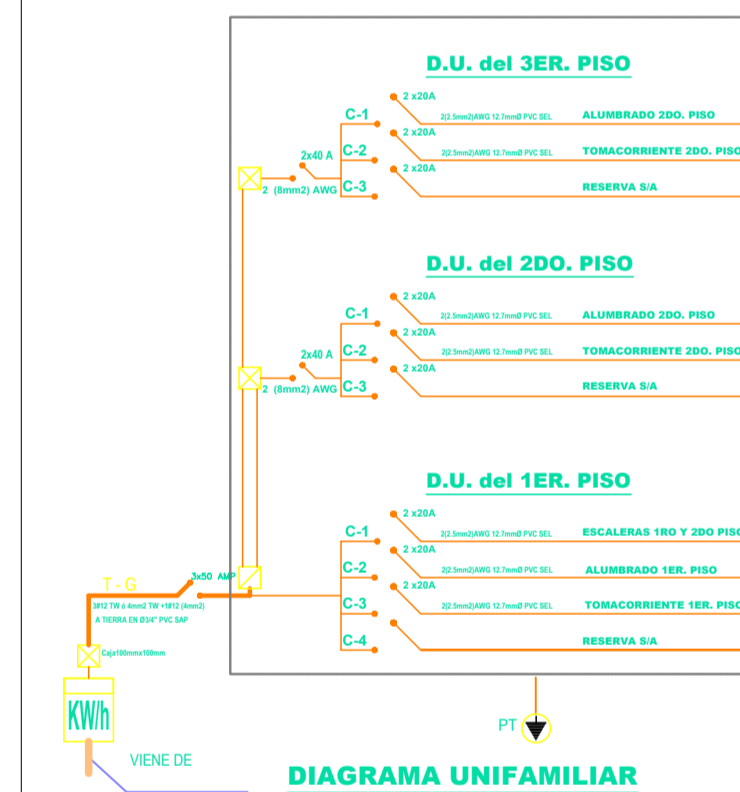
ESC : 1/120





**LEYENDA**

SÍMBOLO	DESCRIPCION	UBICACION
	MEDIDOR ELECTRICO	1.00 m
	TABLERO GENERAL DE DISTRIBUCION	1.80 m
	SALIDA PARA ALUMBRADO EN EL TECHO (CENTRO DE LUZ)	2.10 m
	SALIDA PARA ALUMBRADO EN LA PARED (BRAQUETE)	0.40 m
	TOMACORRIENTE BIPOLAR SIMPLE	1.20 m
	TOMACORRIENTE BIPOLAR SIMPLE	1.00 m
	CAJA DE PASE CUADRADA 100"	0.40 m
	SALIDA PARA CAJA DE PASE OCTOGONAL EN PARED (10" x 10")	2.20 m
	SALIDA PARA CAJA DE PASE OCTOGONAL EN TECHO	
	PULSADOR PARA TIMBRE	1.40 m
	TIMBRE CON TRANSFORMADOR Ø 120x12V	2.00 m
	POZO DE TIERRA	
	SALIDA PARA TELEVISION	0.40 m
	SALIDA PARA TELEFONO INTERNO	0.30 m
	INTERRUPTOR DE UNO, DOS y TRES GOLPES	1.20 m
	INTERRUPTOR DE CONMUTADOR	1.20 m
	LINEA EMPOTRADA EN TECHO O PARED	
	LINEA EMPOTRADA EN PISO O MURO	
	TUBERIA EMPOTRADO EN PISO PARA TELEFONO	
	TUBERIA EMPOTRADO EN TECHO PARA TIMBRE	
	LINEA DE POZO DE TIERRA	



**CUADRO DE CARGAS**  
**TOTAL :** POTENCIA INSTALADA: 4.545 WATTS  
 MAXIMA DEMANDA: 3.210 WATTS

**NOTA:**  
 Este sistema será instalado en un piso empotrado con interruptores "temperatura-resistencia" en los "100 mm".  
 Este sistema tendrá las conductividades indicadas en el esquema unifamiliar.

**INST. ELECTRICAS: 2DO PISO**

ESC : 1/120



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

TITULO DEL PROYECTO

**"RECUPERACION DE ESPACIO PUBLICO PARA REVITALIZAR Y POTENCIAR EL MERCADO TUPAC AMARU DE JULIACA 2024"**

DEPARTAMENTO:

PUNO

DISTRITO:

JULIACA

PROVINCIA:

SAN ROMAN

LUGAR:

JULIACA

PLANO:

**INSTALACIONES ELECTRICAS**

ASESOR:

Mg. Arq. TERAN FLORES, CARLOS EDILBERTO

PROYECTISTA:

BACH. CRISTIAN MARIO MIRANDA ZELA

LAMINA:

**IE-02**

ESCALA:

INDICADA

FECHA:

JUNIO DEL 2024