

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



**Modelo de mercado ferial para el desarrollo agromercante  
de Yunguyo, hacia un modelo de mercado adaptable a la  
dinámicas comerciales en el altiplano**

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

**AUTOR**

Frank Junior Ortiz Herrera

**CÓDIGO**

20152811

**ASESOR:**

Sofia Rodriguez Larrain Degrange

Lima, julio, 2023



# PUCP

Facultad de Arquitectura  
y Urbanismo

## INFORME DE SIMILITUD

**RODRIGUEZ LARRAIN DEGRANGE, SOFIA** docente de la Facultad de ARQUITECTURA Y URBANISMO de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesora de la tesis titulada: **Modelo de mercado ferial para el desarrollo agromercante de Yunguyo, hacia un modelo de mercado adaptable a las dinámicas comerciales en el Altiplano.**

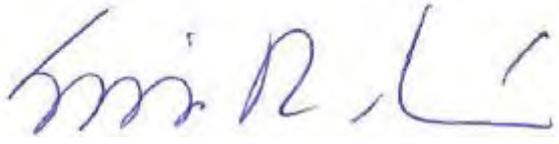
del / de la autor(a) / de los(as) autores(as)

**ORTIZ HERRERA, FRANK JUNIOR**

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 6 %. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 07/ 12 / 2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima 15 de diciembre 2023.

Apellidos y nombres del asesor: RODRIGUEZ LARRAIN DEGRANGE, SOFIA	
DNI: 07859051	Firma
ORCID: 0000-0003-1744-4567	

## RESUMEN

La región de Puno concentra la mayor cantidad de trabajadores dedicados al sector agrícola, los cuales pertenecen a comunidades campesinas de la ciudad. Gran parte del desarrollo mercante del sector lo aportan las ferias locales, interprovinciales e internacionales que se desarrollan entorno a los mercados a lo largo del año. Las ferias vinculan al campesino con la ciudad al compartir el espacio comercial con el mercado, siendo parte de la identidad comercial de los pobladores en el altiplano, por lo cual representa una pieza clave para el desarrollo de los poblados rurales. Yunguyo se caracteriza por ser una provincia agroecológica con una marcada identidad comercial. La ciudad recibe a diario el flujo de comunidades campesinas que vienen para la venta de sus cosechas al mercado y feria de la ciudad. La falta de ordenamiento urbano e infraestructura especializada impide el desarrollo ferial agropecuario, creando mercados improvisados en vías y calles circundantes a un mercado genérico que no responde a las dinámicas de su entorno y genera problemas de sanidad, desorden urbano y falta de equipamiento básico para el comerciante y el consumidor. Ante este panorama, el proyecto surge como una oportunidad para proponer una infraestructura especializada para el comercio ferial y la reconfiguración urbana del entorno comercial del mercado y feria de Yunguyo. El objetivo de mi proyecto de fin de carrera es potenciar el desarrollo comercial del productor rural mediante un nuevo modelo de mercado que pone en valor el comercio ferial y rompe el esquema del mercado genérico en el altiplano. Se plantea un mercado abierto que continúa con el desarrollo de la actividad urbana y propone espacios para la actividad comercial campesina en ejes feriales. De esta forma el mercado integra las dinámicas comerciales de su entorno y regenera el entorno urbano para la ciudad.





MODELO DE MERCADO FERIAI PARA EL DESARROLLO AGROMERCANTE DE YUNGUYO  
Hacia un modelo de mercado adaptable a las dinámicas comerciales en el altiplano Puneño

FRANK ORTIZ HERRERA  
Julio 2023

PFC SUR  
Rodriguez Larrain . Onnis . Jimenez

## ÍNDICE

00	<b>Introducción</b>	(01)
01	<b>El espacio ferial agropecuario en Puno</b>	(04-15)
	Actividad agropecuaria en Puno	
	Las ferias en el sector agropecuario	
	Falta de infraestructura especializada en ferias	
	La dinámica comercial entre la feria y el mercado	
02	<b>Yunguyo, provincia agrícola y mercante</b>	(16-35)
	Principales actividades de la provincia	
	Entorno inmediato	
	Flujos comerciales	
	Mercado y feria de Yunguyo	
	Análisis urbano	
03	<b>Nuevo modelo de mercado para Yunguyo</b>	(36-102)
	Estrategias urbanas	
	Estrategias proyectuales	
	Programa	
	Funcionamiento	
	Recorridos	
	Estructura	
	Fachadas	
	Interior	
04	<b>Planimetría</b>	(82-103)
	Plantas	
	Cortes	
	Elevaciones	
05	<b>Conclusiones</b>	(104-107)
	Visión	
06	<b>Bibliografía</b>	(108-109)
	Fuentes	



# 00 | INTRODUCCIÓN

La región de Puno se caracteriza por ser una de las regiones donde predomina una marcada actividad agrícola, cuya actividad repercute territorialmente por la ubicación de las ciudades y poblados cerca al lago Titicaca para el abastecimiento de sus cultivos.

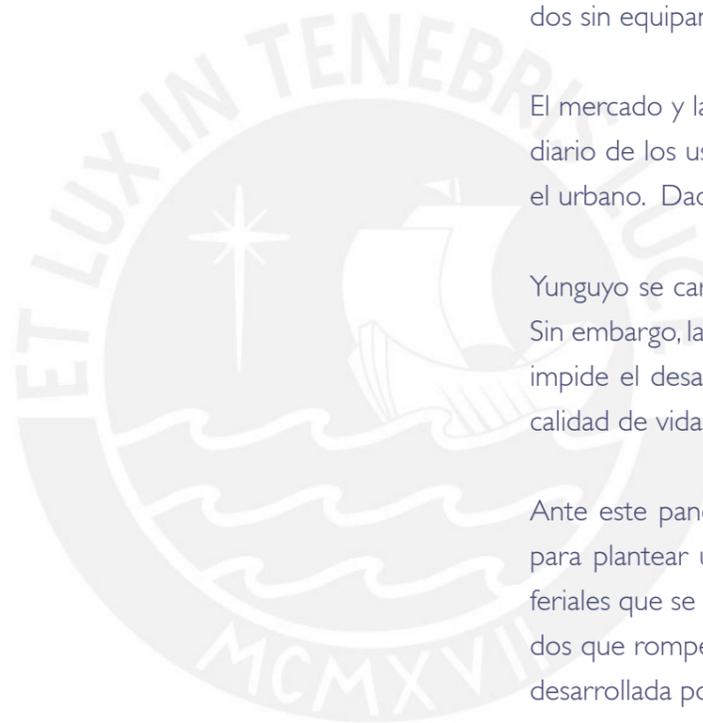
La actividad agropecuaria es desarrollada por comunidades campesinas que comercializan sus cosechas anuales en las ciudades mediante ferias agropecuarias para poder abastecerse. Las ferias representan un puente entre el productor rural y la ciudad, siendo una oportunidad para el desarrollo del sector y la economía de los poblados alejados.

Al no existir espacios ni infraestructura especializada para el desarrollo de las ferias, estas se desarrollan en vías, calles y espacios residuales colindantes a mercados, generando mercados improvisados sin equipamiento básico que beneficie a los comerciantes y consumidores.

El mercado y la feria están estrechamente vinculados en el altiplano, formando parte del comercio diario de los usuarios y conviviendo en un mismo entorno comercial uniendo al usuario rural con el urbano. Dado es el caso del mercado y feria de Yunguyo.

Yunguyo se caracteriza por ser una provincia agroecológica con una marcada identidad comercial; Sin embargo, la falta de ordenamiento urbano e infraestructura especializada para el comercio ferial impide el desarrollo del comercio agrícola, generando problemas de sanidad, desorden urbano y calidad de vida para los comerciantes y consumidores.

Ante este panorama, el nuevo modelo de mercado para Yunguyo surge como una oportunidad para plantear un mercado abierto que recibe al comercio campesino integando las actividades feriales que se desarrollan en su entorno, rompiendo el esquema de los mercados genéricos cerrados que rompen con la dinámica comercial en el altiplano Puneño y revalorando la actividad ferial desarrollada por los productores rurales.





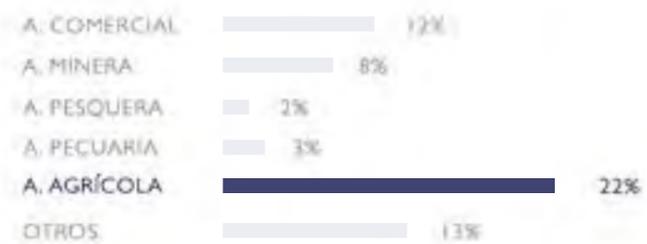
01

EL ESPACIO FERIA AGROPECUARIO EN PUNO

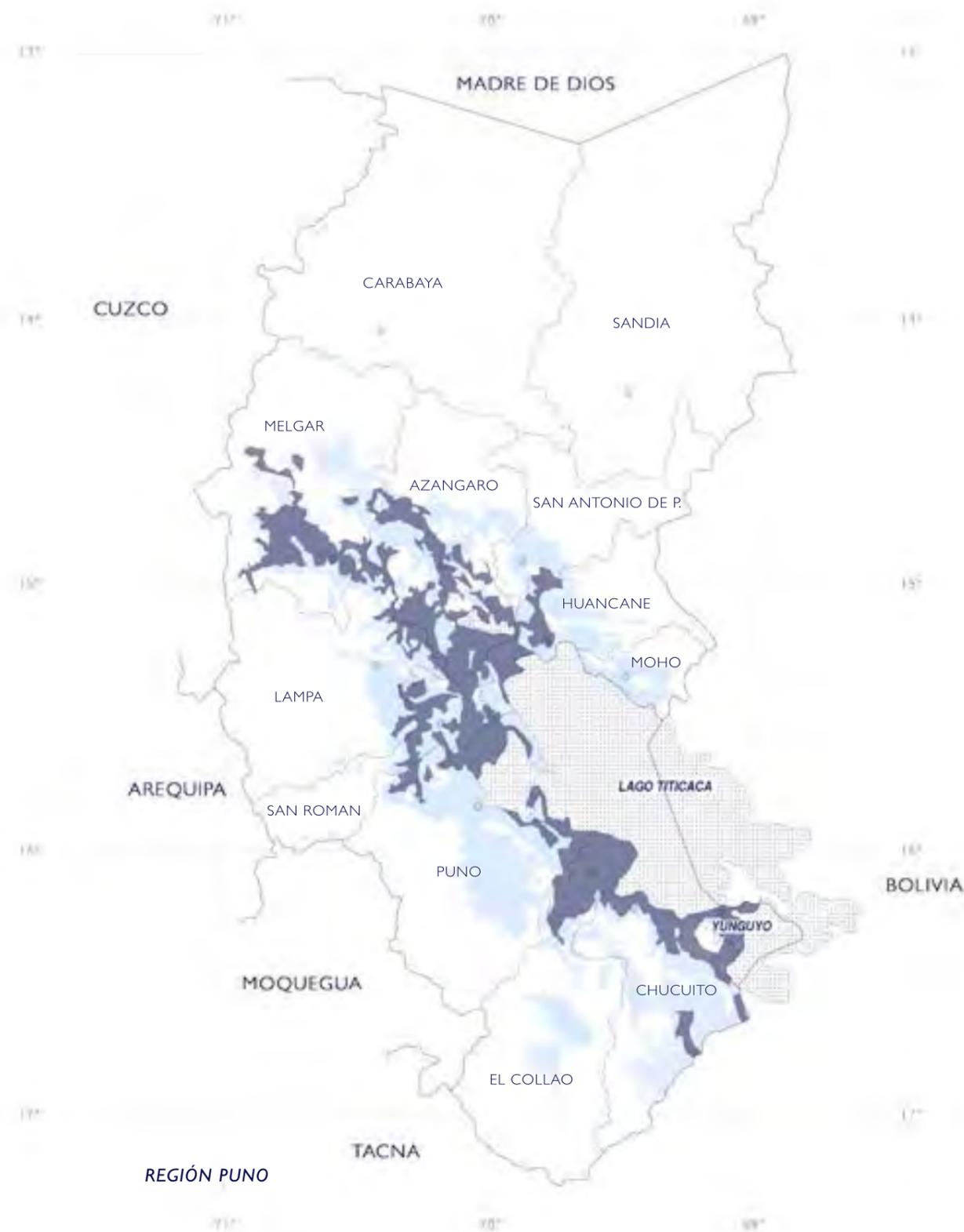
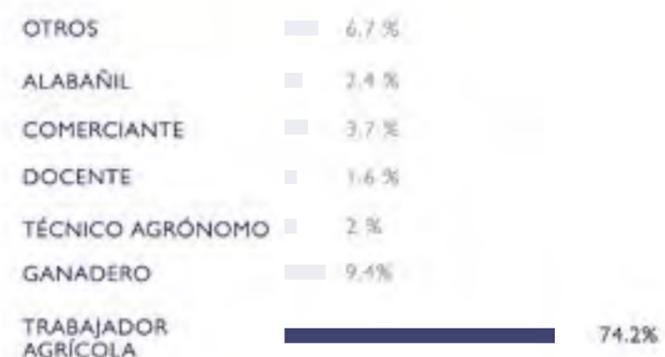
# 01 | EL ESPACIO FERIA AGROPECUARIO EN PUNO

Dentro de sus actividades económicas, la región de puno concentra la mayor cantidad de trabajadores dedicados a al sector agropecuario. Se distinguen así las áreas de cultivo en la zona central y sur de la región, las cuales están establecidas en la zona altiplánica debido a la cercanía al lago y fuentes de agua para el abastecimiento de los cultivos. Si bien esta actividad es desarrollada por la mayoría de los poblados de la región, el sector agropecuario se desarrolla en su mayoría de manera independiente y por comunidades campesinas que desarrollan la actividad en base a la experiencia.

## ACTIVIDAD AGROPECUARIA EN PUNO



## USUARIOS POR ACTIVIDAD

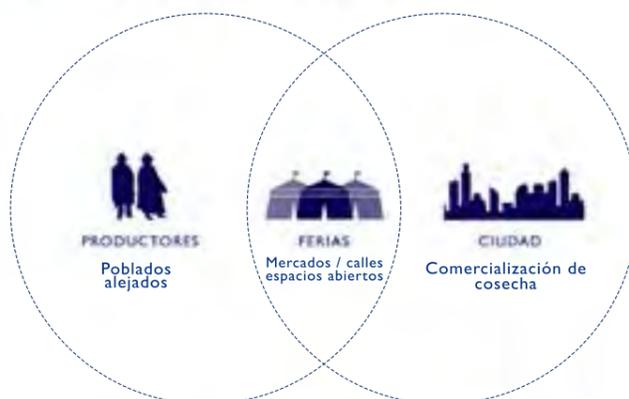


Las comunidades campesinas se introducen en el mercado agropecuario con la venta de sus cosechas mediante las ferias locales, provinciales, entre otros, las cuales representan gran parte del desarrollo mercante del sector en la región. El vínculo comercial del sector rural con el urbano está representado por las ferias, donde los productores acuden para vender sus productos y abastecerse con productos de la ciudad. Las ferias favorecen el desarrollo económico de los poblados alejados, favorecen el encuentro entre los productores de las comunidades rurales con las ciudades, y representan un potencial atractor comercial en distintas escalas. De este modo, las ferias representan un puente de los productores con la ciudad, y de los productores con la economía del sector agropecuario, por lo cual los convierte en clave para el desarrollo de los poblados dedicados a este sector.

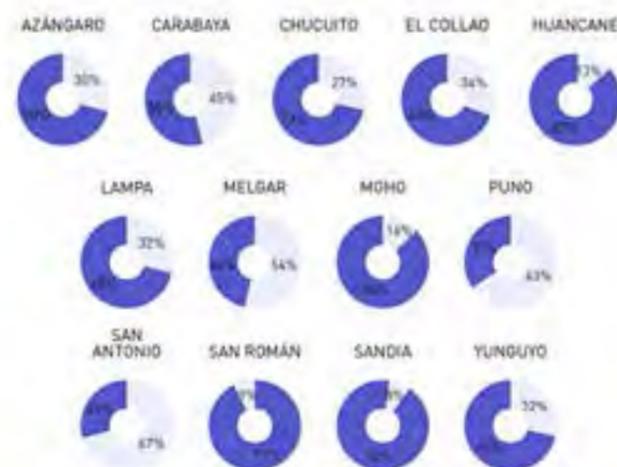
## LAS FERIAS EN EL SECTOR AGROPECUARIO

LA FERIA COMO DISPOSITIVO QUE VINCULA AL PRODUCTOR CON LA CIUDAD

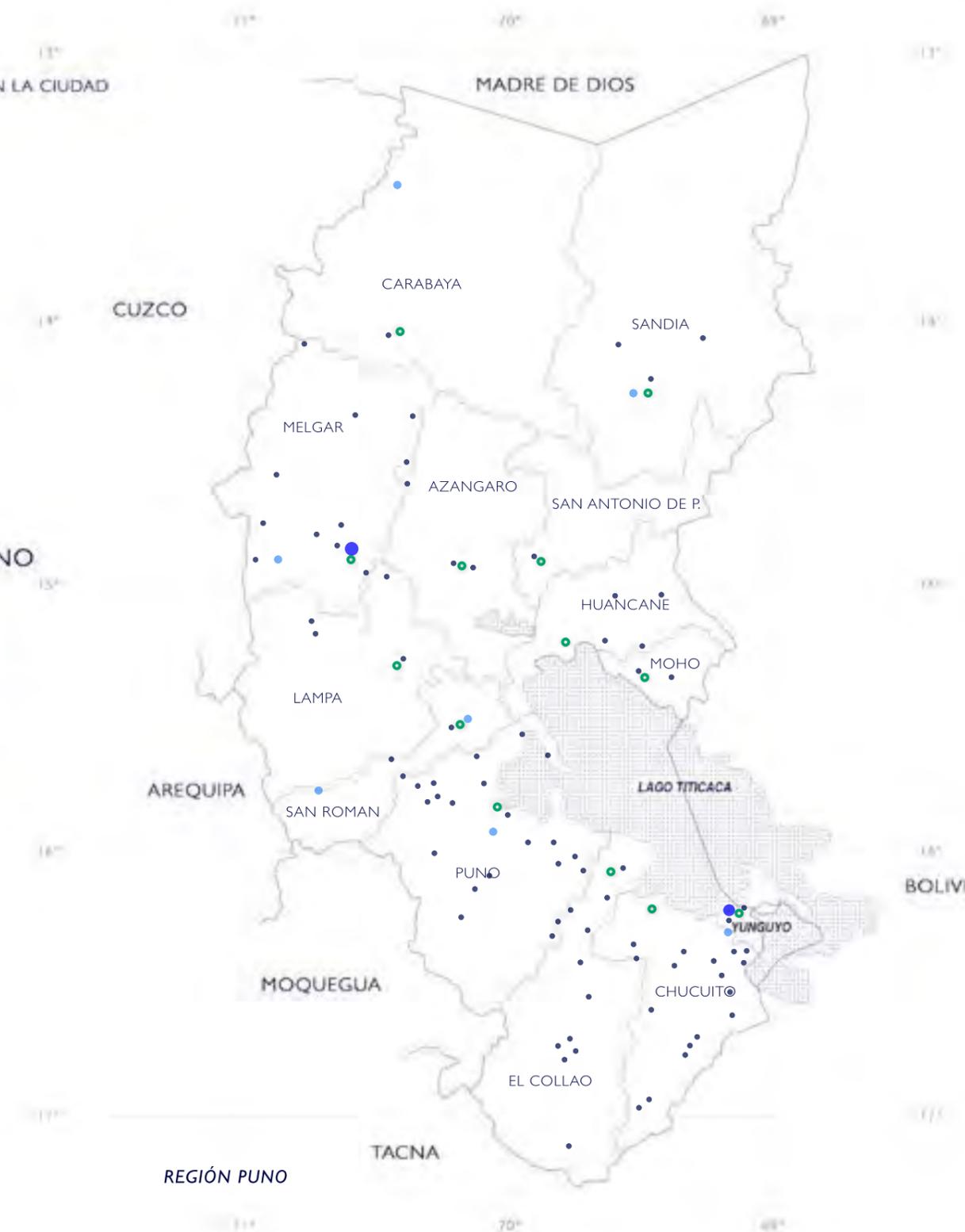
### USUARIOS POR ACTIVIDAD



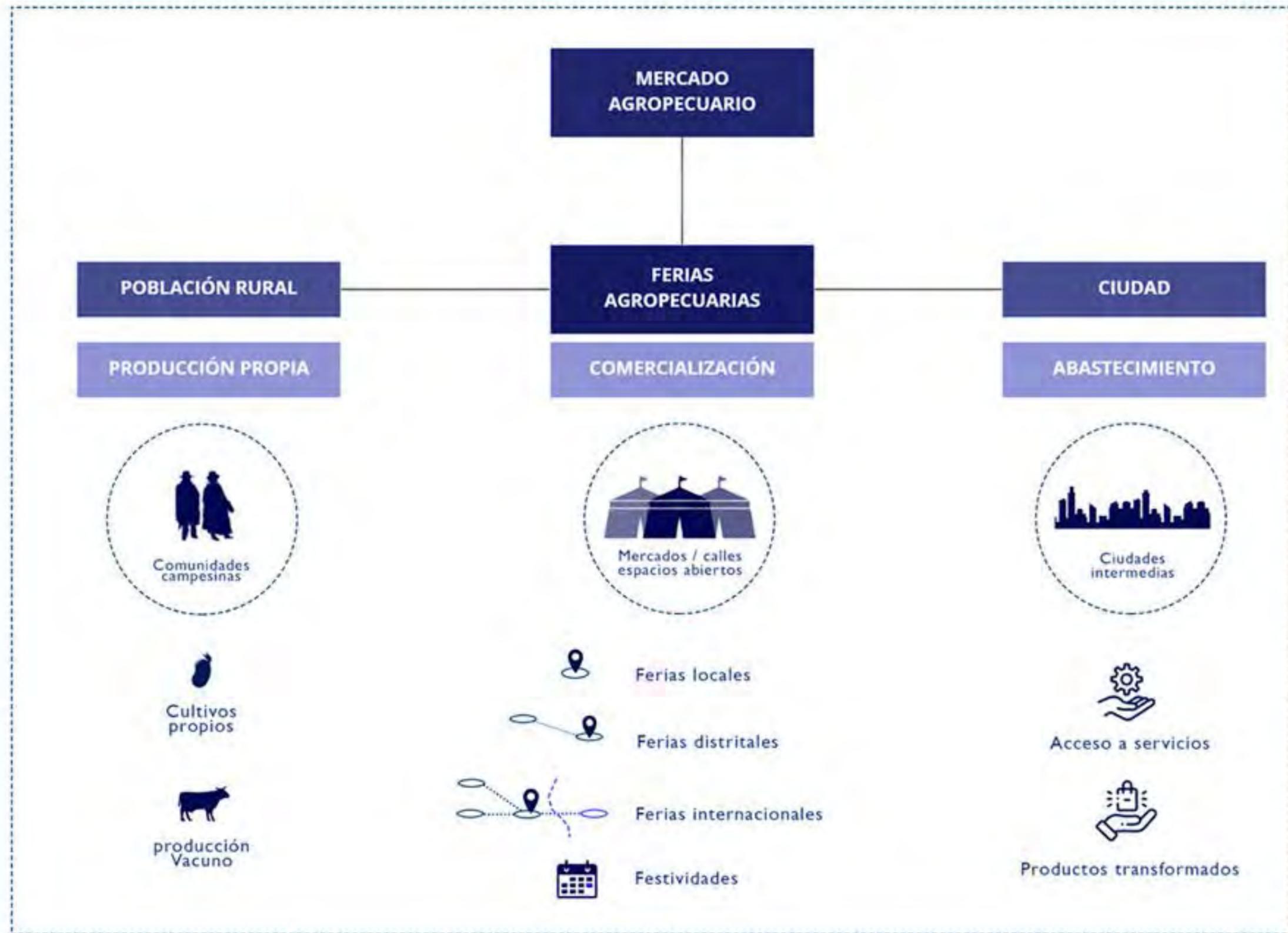
### POBLACIÓN SECTOR RURAL / SECTOR URBANO



- FERIAS INTERNACIONALES
- FERIAS INTERPROVINCIALES
- FERIAS LOCALES
- CAPITAL DE PROVINCIA



FUENTE: Farro Rivero, R. M. (2021). Ácora: El intercambio como eje de desarrollo urbano

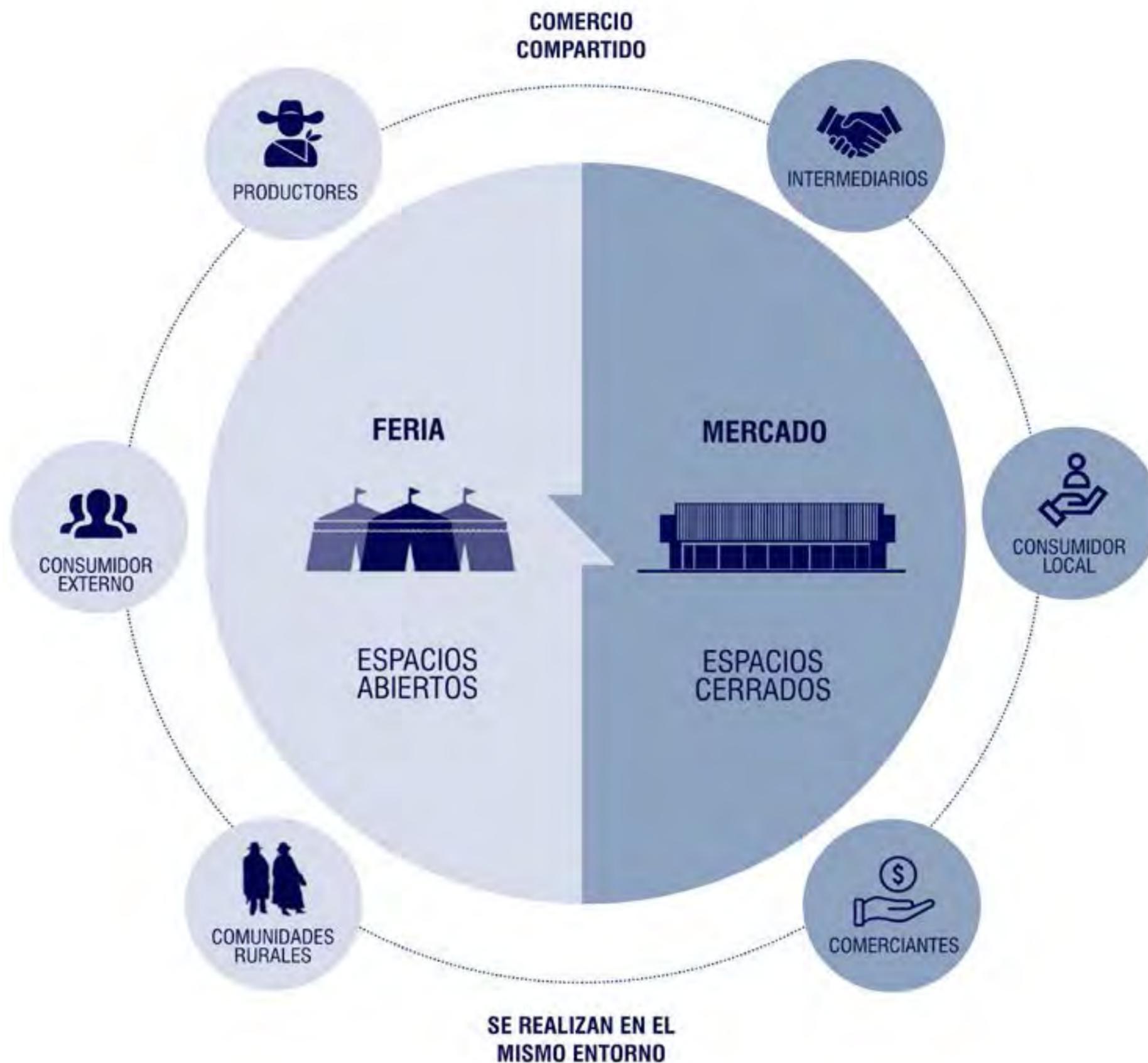


La feria y el mercado están estrechamente vinculadas dentro de el comercio que se vive en el altiplano. Son estas las que impulsan la movilización de los poblados a la ciudad y forman parte importante desde su entorno e identidad comercial que las caracteriza.

Las ferias se desarrollan normalmente en espacios donde se dan la mayor movilización de los poblados alejados a la ciudad como son los mercados, plazas y calles comerciales donde los productores rurales se juntan generando mercados improvisados que atraen a consumidores locales y externos, y estas pueden llegar a ser diarias, semanales y anuales. Del mismo modo son multiescalares, por lo que atraen a distintas provincias y poblados fronterizos.

Los mercados, por otro lado, siguen un esquema de mercado genérico, que poseen puestos y horarios fijos, los cuales atienden a un consumidor local y permanecen activos hasta la tarde, generando muros ciegos sin actividad durante la noche. El perímetro y parte de las vías contiguas al mercado son utilizados por el comercio informal en gran medida.

La dinámica comercial de los poblados en el altiplano involucran espacialmente tanto a la feria como el mercado. Ambos reúnen usuarios específicos que comparten el mismo comercio en un entorno que los vincula, generando una atmósfera dinámica entre espacios abiertos y cerrados que forma parte del comercio diario de los usuarios e identidad cultural de los poblados.



Si bien las ferias juegan un rol importante para el desarrollo del sector agropecuario en Puno y forman parte de la identidad comercial y cultural de los habitantes del altiplano, este no posee una gestión ni infraestructura especializada para el desarrollo de estos eventos. Las ferias se desarrollan sin una gestión ni espacio destinado por lo que terminan dándose en vías, calles y espacios residuales colindantes a mercados.





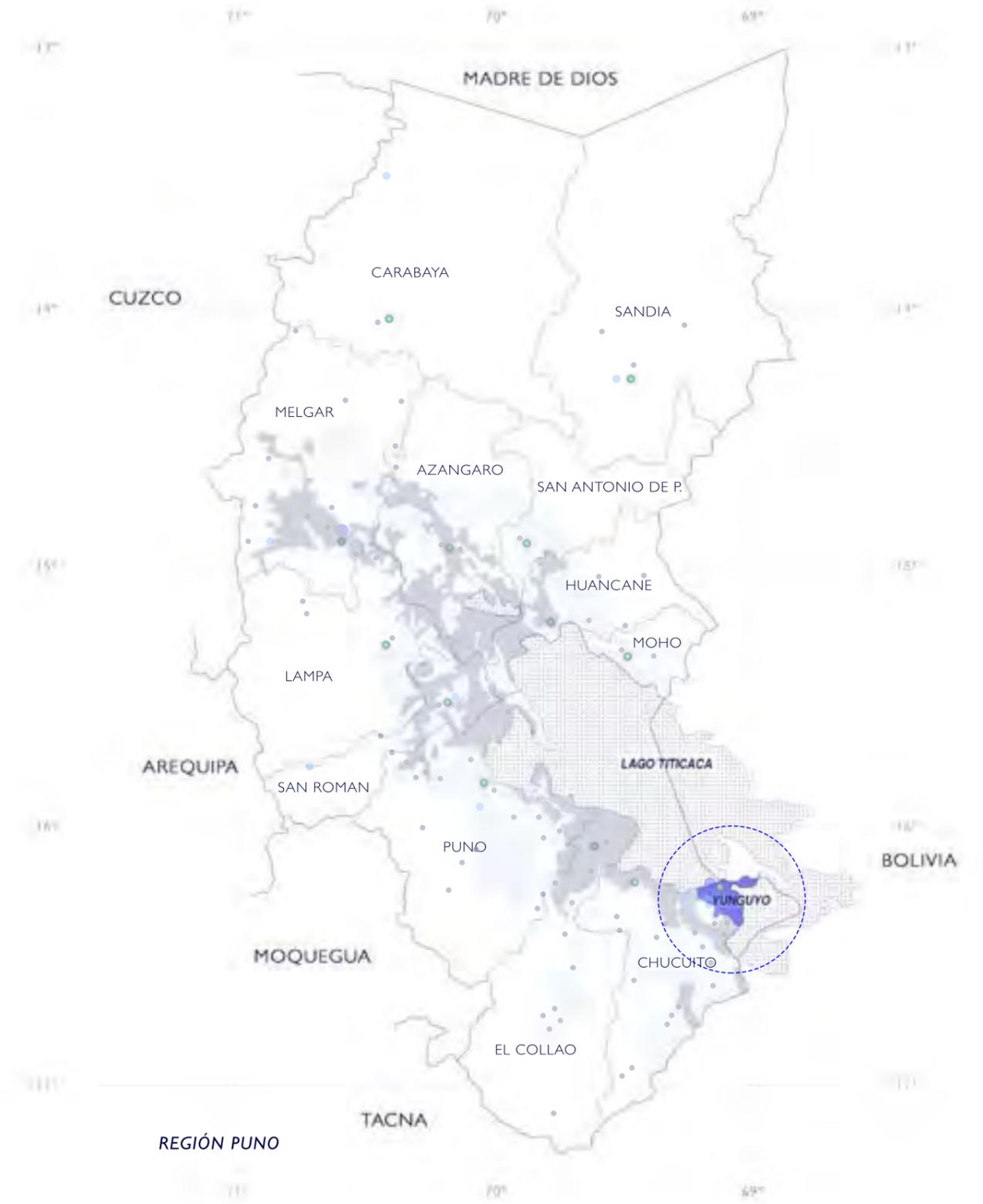
02

YUNGUYO, PROVINCIA AGRÍCOLA Y MERCANTE

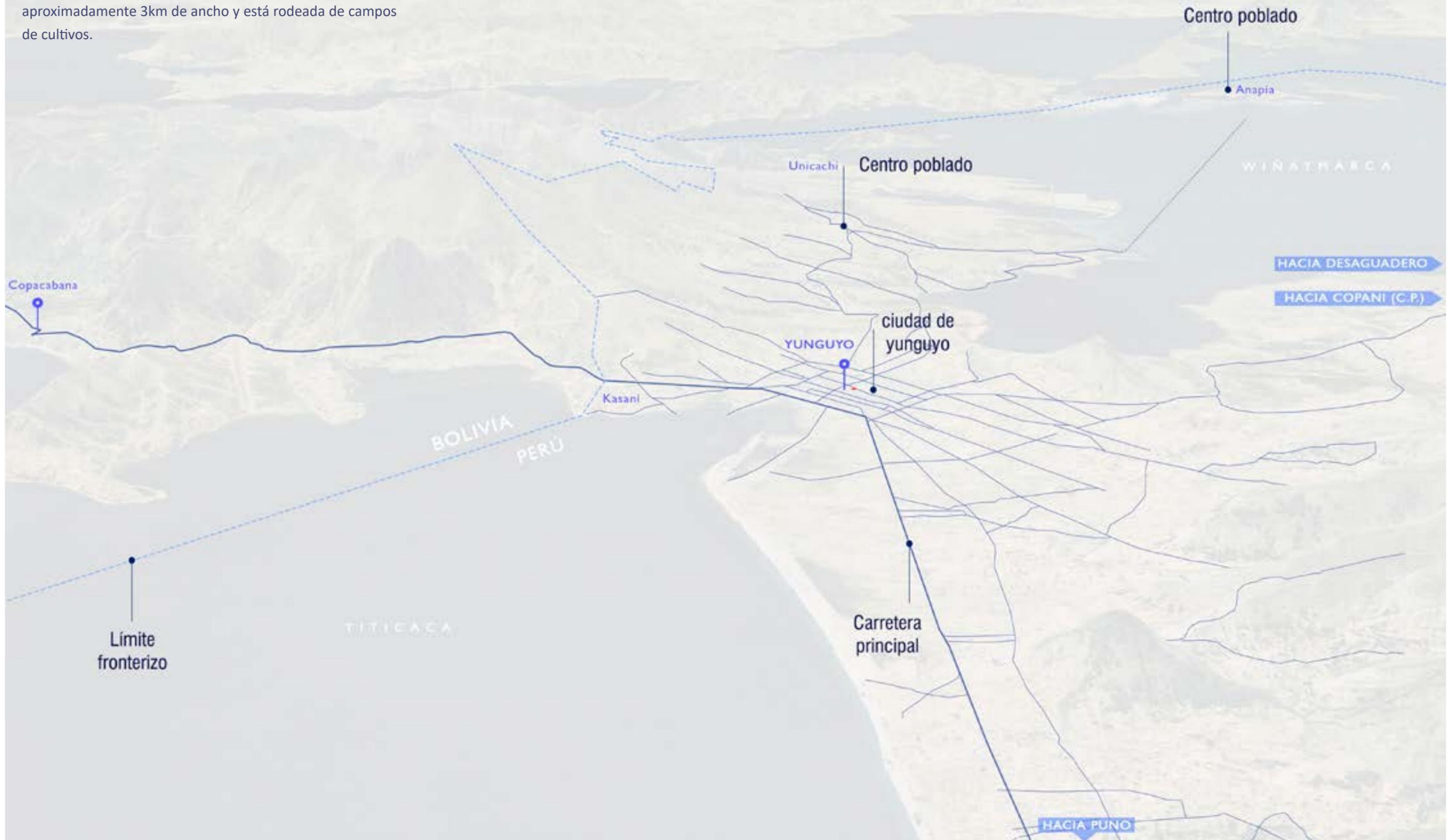
# 02 | YUNGUYO: PROVINCIA AGRÍCOLA Y MERCANTE

Uno de los poblados más importantes de Puno por su producción agrícola y carácter comercial es Yunguyo. Yunguyo es considerada una de las 5 provincias agroecológicas de la región y conocida capital de la cultura aymara por su marcado carácter comercial. Posee ferias tanto a nivel local como internacional entorno a sus cultivos, destacando la feria internacional del haba blanca gigante y el tarwi que atrae usuarios fronterizos e interprovinciales, además de ser uno de los principales puertos pesqueros y comercializar productos vacunos.

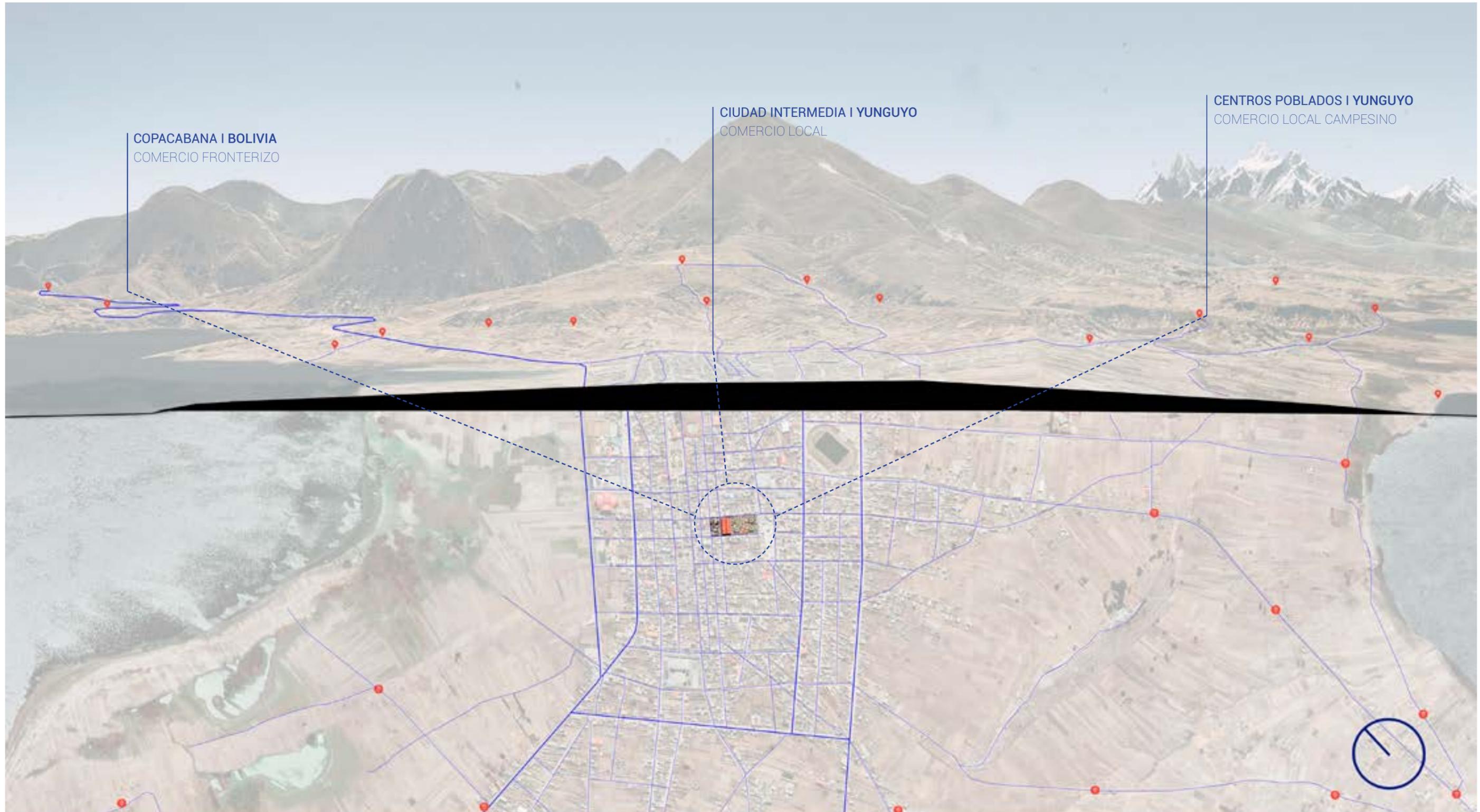
## COMERCIO AGROPECUARIO EN YUNGUYO PRINCIPALES ACTIVIDADES



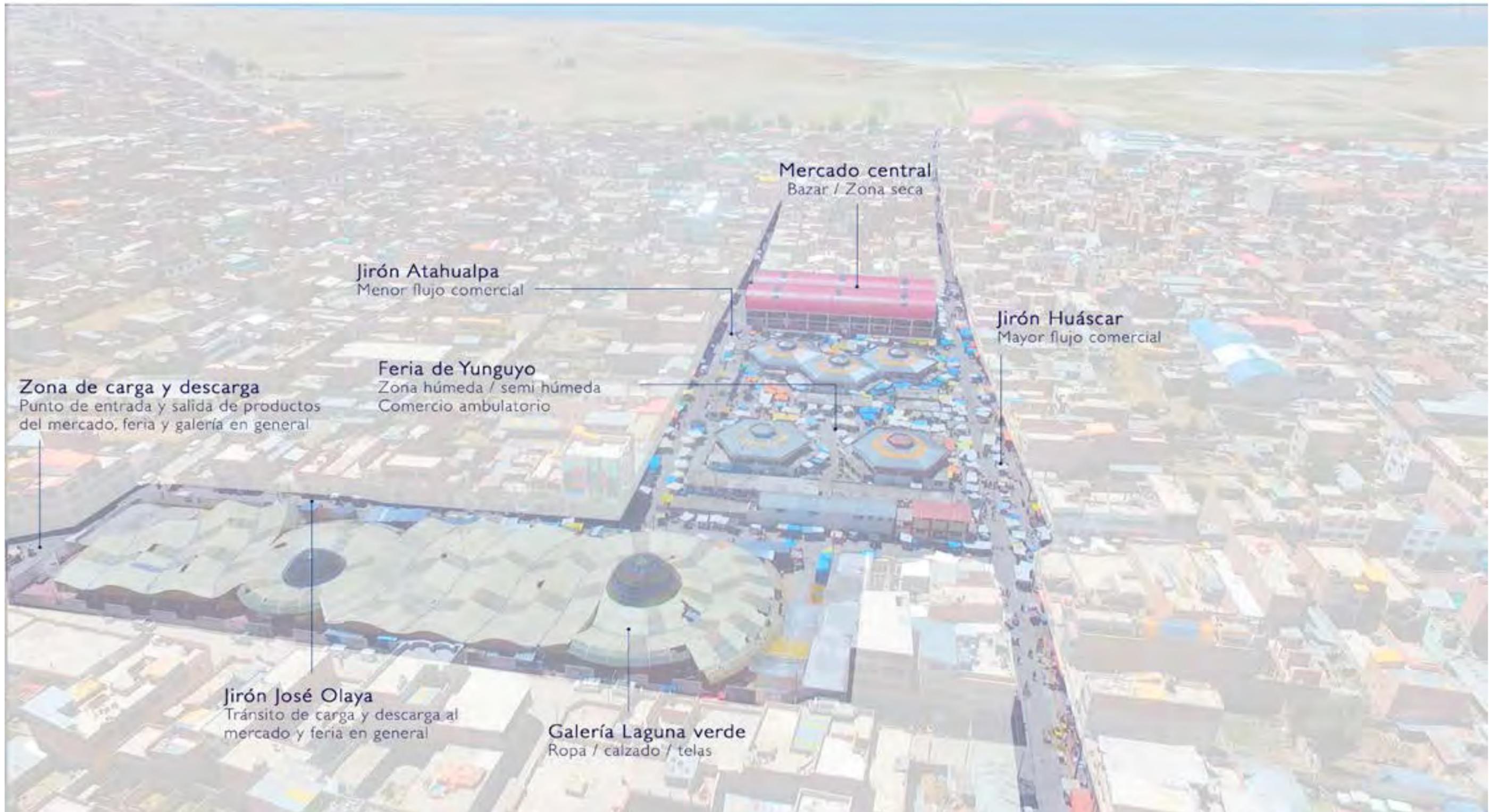
Yunguyo se encuentra entre dos lagos, Titicaca y Wiñaymarca y se caracteriza por ser una provincia fronteriza, manteniendo un intercambio comercial constante con la ciudad de Copacabana, mediante la carretera principal que caracteriza el tramo Cuzco - Puno - Bolivia. La ciudad de Yunguyo abarca aproximadamente 3km de ancho y está rodeada de campos de cultivos.



El comercio en Yunguyo es multiescalar, puesto que existe comercio local, fronterizo e interprovincial. Se distingue así el comercio a nivel local por la constante movilización de las comunidades rurales de la provincia a la ciudad para comercializar sus cosechas y poder abastecerse; y el comercio fronterizo por la comercialización diaria con la ciudad de Copacabana, Bolivia por la carretera principal, llegando a desarrollar ferias anuales compartidas entre ambas ciudades. Ambos flujos comerciales involucran directamente al lote del mercado y feria de Yunguyo, motivo por el cual es la principal actividad en la ciudad.



La actividad comercial de Yunguyo se concentra en dos lotes conformados por el mercado central, la feria de Yunguyo y la Galería Laguna Verde. Ambos lotes cercanos al punto de carga y descarga ubicado al extremo inferior de la Galería donde se distingue así la entrada y salida de productos a esta zona altamente comercial. La calles colindantes al lote son utilizadas por el comercio ambulatorio por los campesinos, llegando a obstruir las vías y generando calles comerciales. El mayor flujo comercial se da en jirón Huáscar, particularmente por el comercio ambulatorio que rodea la feria y el comercio circundante al lote.



La dinámica comercial de los usuarios del sector se desarrolla entre espacios abiertos y cerrados los cuales mantienen al lote y vías circundantes en constante actividad incluso hasta altas horas de la noche, con un intercambio constante entre el comercio campesino y el mercado, lo cual evidencia un cruce del recorrido comercial con el recorrido de productos de carga y descarga que los abastecen. Tanto el comercio ambulatorio por parte de los productores como el comercio fijo que representa el mercado forman parte del comercio diario que se da en la ciudad y representan el espacio de intercambio entre los usuarios locales con los productores rurales.



Las ferias se desarrollan sin un espacio específico entorno a un mercado genérico que no responde a las dinámicas del entorno, lo cual genera mercados improvisados en vías y espacios residuales que no cubren las necesidades básicas de un mercado lo cual crea problemas de sanidad, circulación y seguridad para los consumidores y los propios productores.

la falta de gestión y ordenamiento del espacio comercial rompen con el desarrollo de la actividad comercial del entorno y la productividad del sector, generando desorden urbano ,mezclando recorridos y quitando la posibilidad de generar espacios que puedan fomentar la permanencia y el intercambio entre los usuarios de la ciudad y comunidades campesinas.







ENE  
CMX



Ante el panorama de una actividad tan presente en la identidad comercial y cultural de los habitantes del altiplano que no posee valor espacial surge una oportunidad  
Para poner en valor el comercio ferial y romper el esquema del mercado genérico que no responde a las dinámicas comerciales del altiplano.



LOCAL | NOTICIA | SOCIEDAD

**Desde la municipalidad de Puno ratifican que los comerciantes no ocuparán más las vías públicas**

RADIO ONDA AZUL 12 JULIO, 2022



LOCAL | NOTICIA | SOCIEDAD

**Región Puno: Comerciantes de la avenida El Sol, ayer pretendieron ubicarse en las calles adyacentes del estadio Enrique Torres Belón**

RADIO ONDA AZUL 17 JULIO, 2022



LOCAL | NOTICIA | SOCIEDAD

**Puno: Proponen a comerciantes de la feria sabatina ocupar la avenida Costanera**

RADIO ONDA AZUL 14 JULIO, 2022



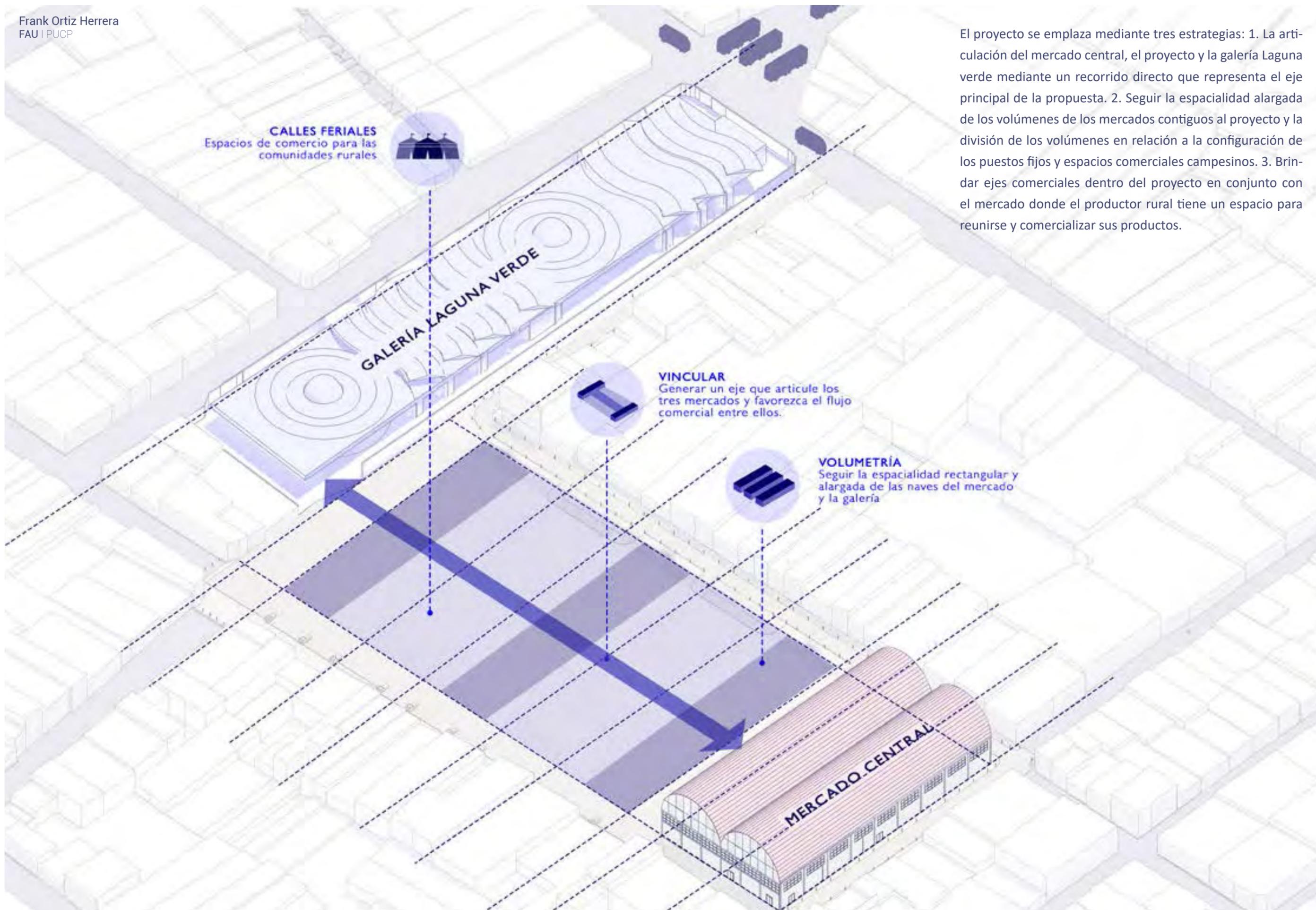
03

NUEVO MODELO DE MERCADO PARA YUNGUYO

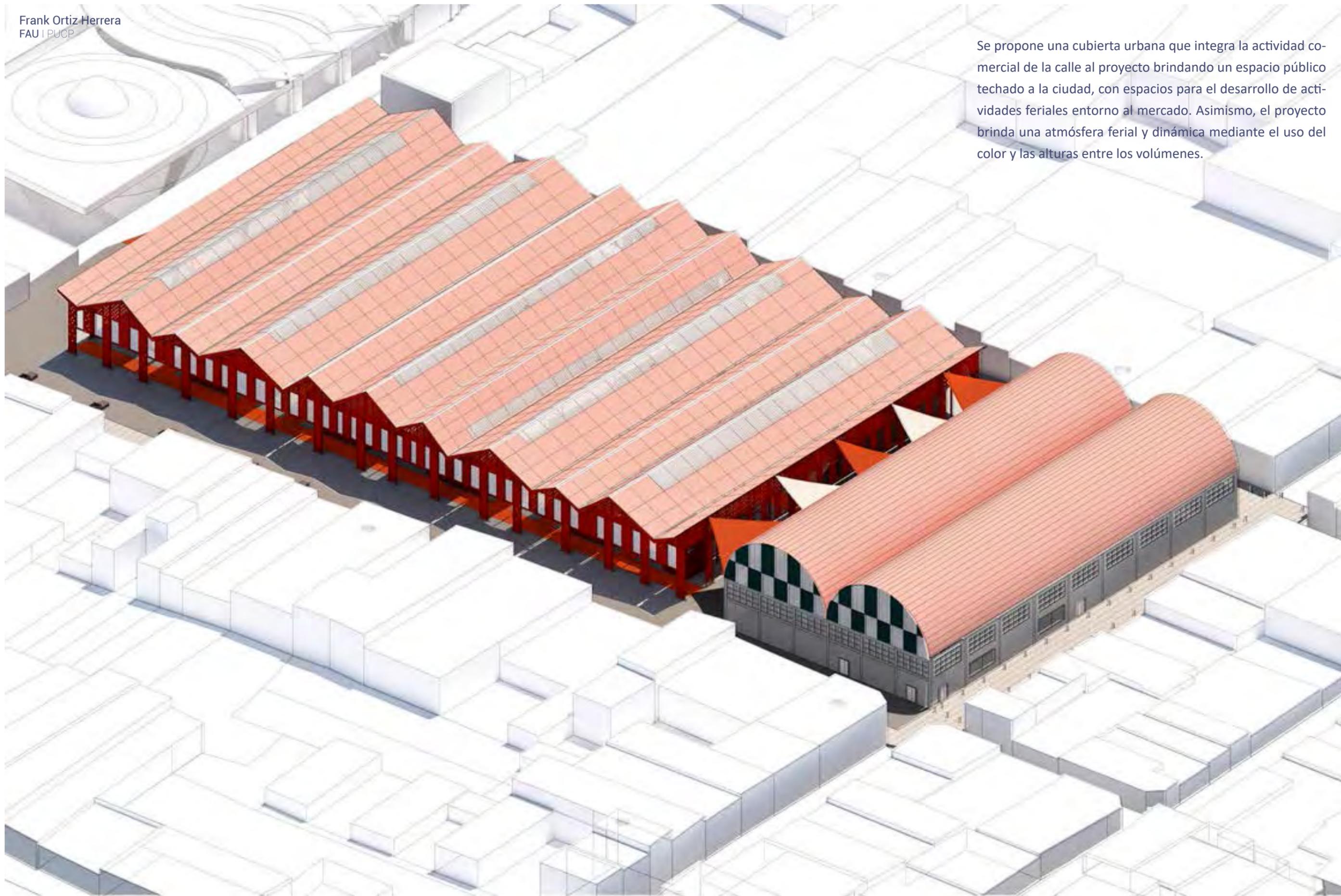
# 03 | NUEVO MODELO DE MERCADO PARA YUNGUYO



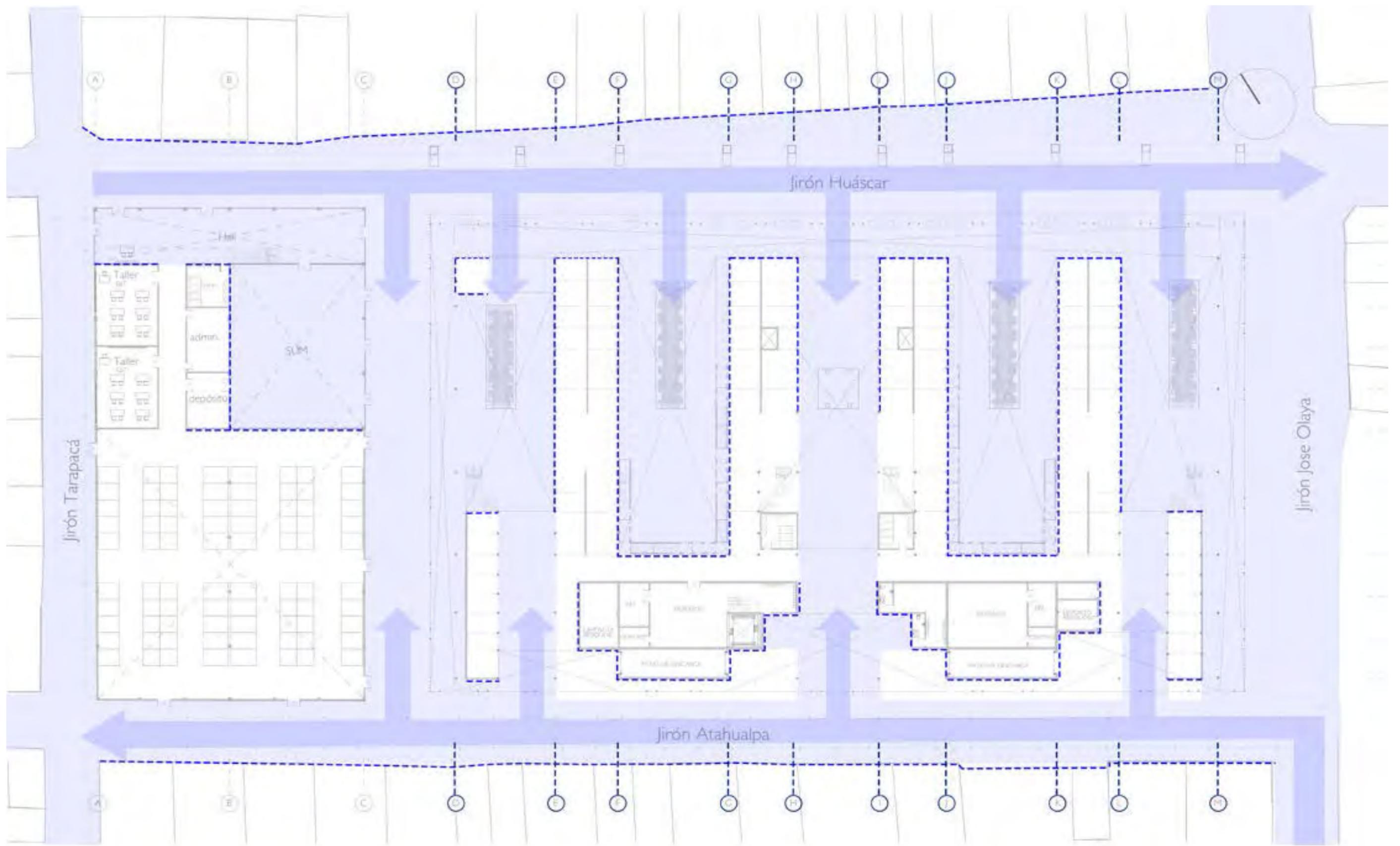
Es así que el proyecto reconfigura el lote que compone la feria de Yunguyo, peatonalizando la calle más concurrida jr. Huáscar, el cual prioriza el carácter de alameda comercial por el constante flujo de personas que recibe; mobiliario urbano que delimite el espacio comercial del mercado y comercio circundante y permita la permanencia del consumidor; y plazuelas interiores que funcionan como extensión del recorrido comercial, las cuales pueden ser aprovechadas para diversas actividades como ferias abiertas y/o festividades. Se configura la calle jr. Atahualpa como vía carrozable para ordenar el flujo de carga y descarga de los productos que llegan y salen del proyecto y facilitar el recorrido de los carros livianos y porteadores al mercado.



El proyecto se emplaza mediante tres estrategias: 1. La articulación del mercado central, el proyecto y la galería Laguna verde mediante un recorrido directo que representa el eje principal de la propuesta. 2. Seguir la espacialidad alargada de los volúmenes de los mercados contiguos al proyecto y la división de los volúmenes en relación a la configuración de los puestos fijos y espacios comerciales campesinos. 3. Brindar ejes comerciales dentro del proyecto en conjunto con el mercado donde el productor rural tiene un espacio para reunirse y comercializar sus productos.



Se propone una cubierta urbana que integra la actividad comercial de la calle al proyecto brindando un espacio público techado a la ciudad, con espacios para el desarrollo de actividades feriales entorno al mercado. Asimismo, el proyecto brinda una atmósfera ferial y dinámica mediante el uso del color y las alturas entre los volúmenes.



Dada la composición en planta, el proyecto genera entrantes que permiten un mayor flujo de paso para ambos lados de las calles comerciales otorgando un recorrido directo y espacios de estancia, percibiéndose como una extensión de la calle. Estos se distribuyen en ejes permiten reordenar el comercio fijo y ferial, posibilitando así mayores oportunidades para los comerciantes.

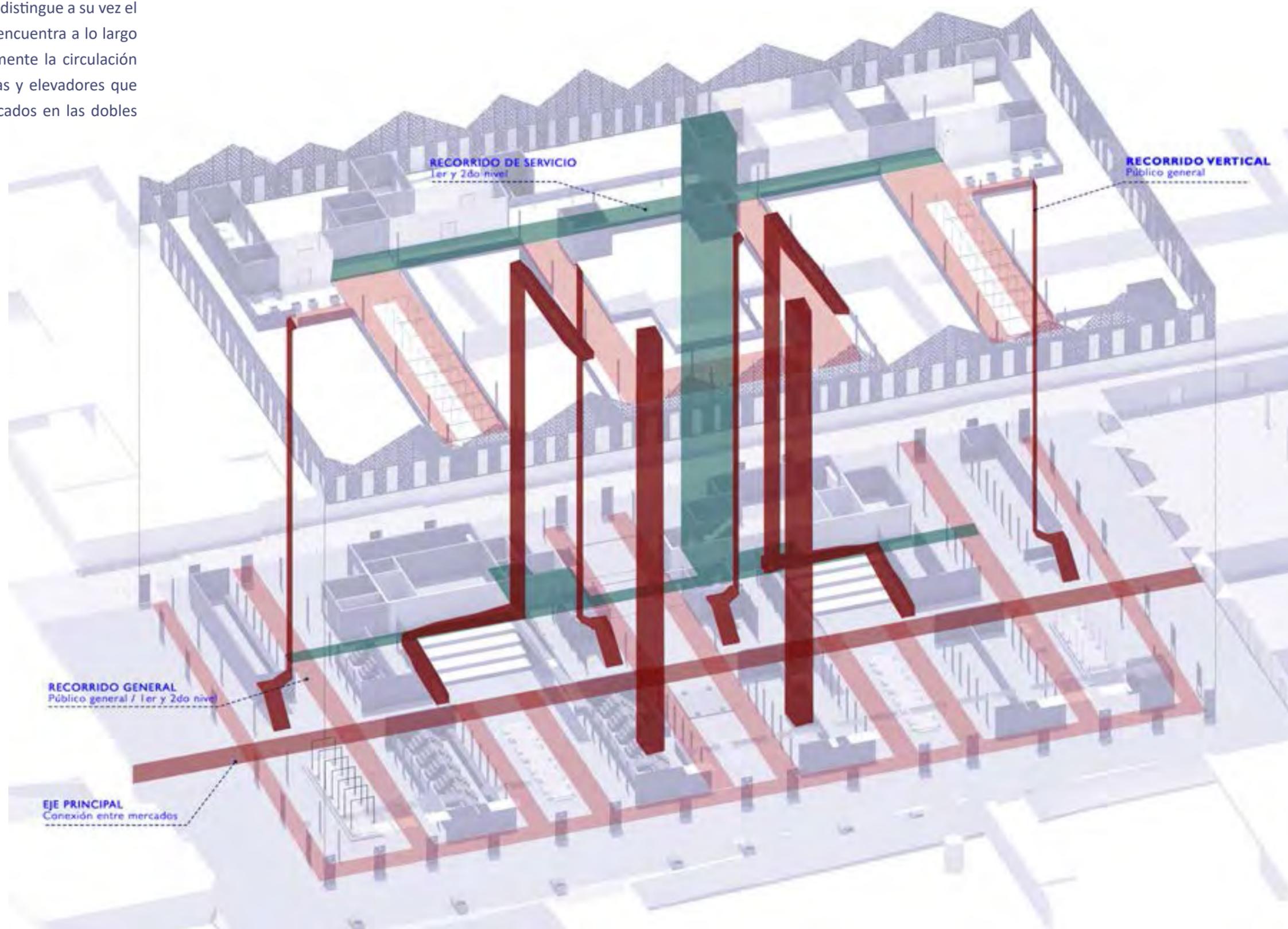


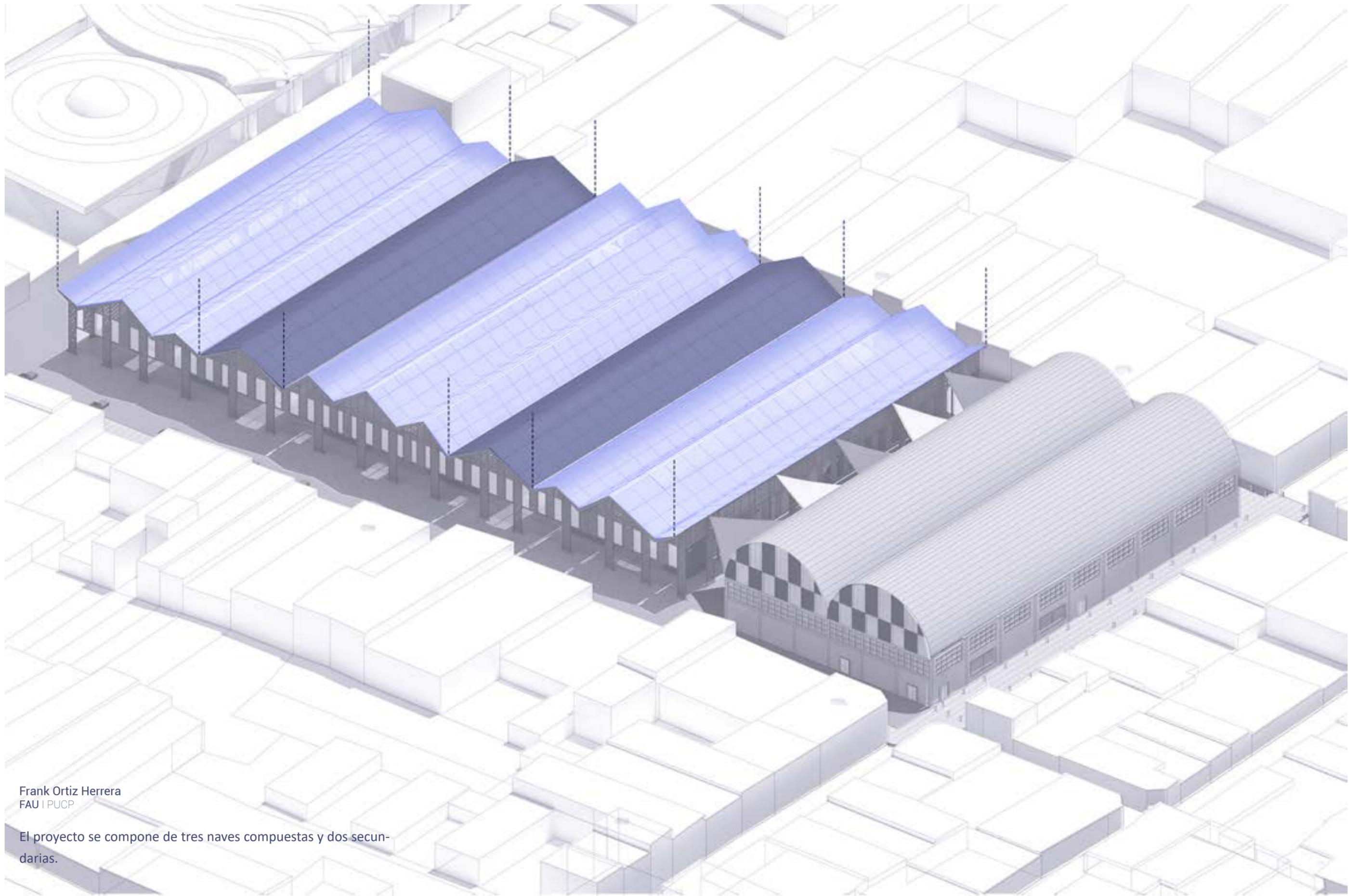
La cubierta evidencia la composición de planta libre, donde el perímetro se vuelve un umbral que funciona como extensión del comercio urbano. El primer nivel divide los puestos fijos (zona húmeda y semihúmeda) y las zonas de comercio ferial campesino en ejes que se intercalan en todo el proyecto donde las alas laterales poseen mobiliario fijo y las intermedias removible. Asimismo el eje de servicios y equipamiento complementario del mercado se concentran en la parte baja en un mismo eje para definir un eje de servicio. Se reacondiciona la planta del mercado central, el cual define a la zona seca del mercado y brinda equipamiento educativo a la ciudad para el desarrollo mercante con talleres de educación para el trabajo y una sala de reuniones para los grandes eventos agrícolas y reuniones campesinas que se dan mensualmente.



El segundo nivel abarca en el centro el patio de comidas, seguido de las alas laterales compuestas por galerías comerciales. Asimismo, la extensión de la dirección regional agraria, y un taller de danza para ensayos y presentaciones de la ciudad. El eje de servicios se mantiene con la administración de los depósitos y mercado general. Finalmente el segundo nivel de los talleres de educación para el trabajo

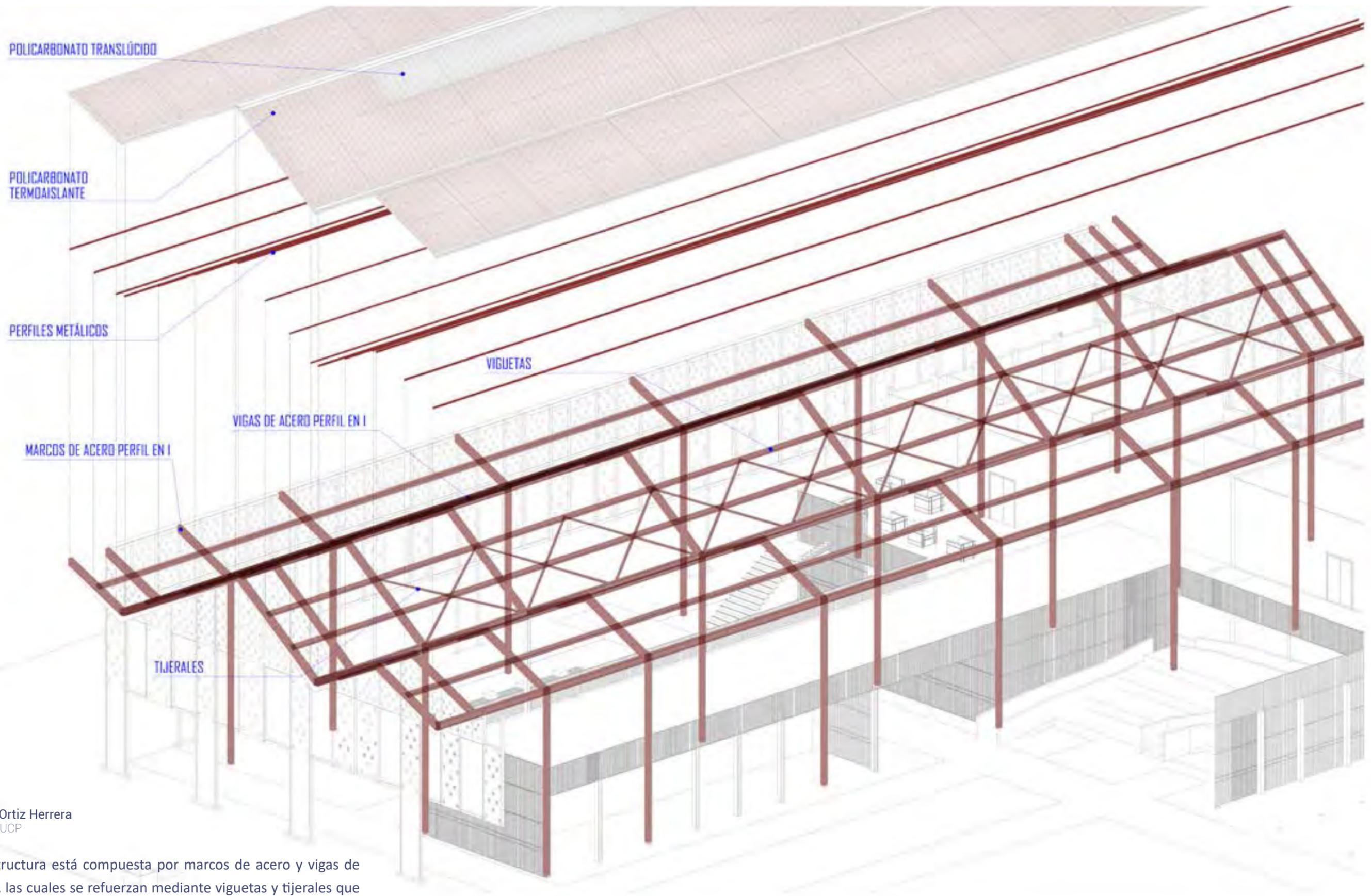
El proyecto posee un pasaje principal en el centro que articula el recorrido entre todas las naves y los mercados circundantes, seguido de los recorridos secundarios que recorren los distintos módulos comerciales a lo largo de los galpones y dirigen a todos los accesos del proyecto. Se distingue a su vez el recorrido de la zona de servicios que se encuentra a lo largo de la parte inferior del proyecto y finalmente la circulación vertical, compuesta por escaleras, rampas y elevadores que se ubican en el medio de las naves, ubicados en las dobles alturas para identificarlos rápidamente.





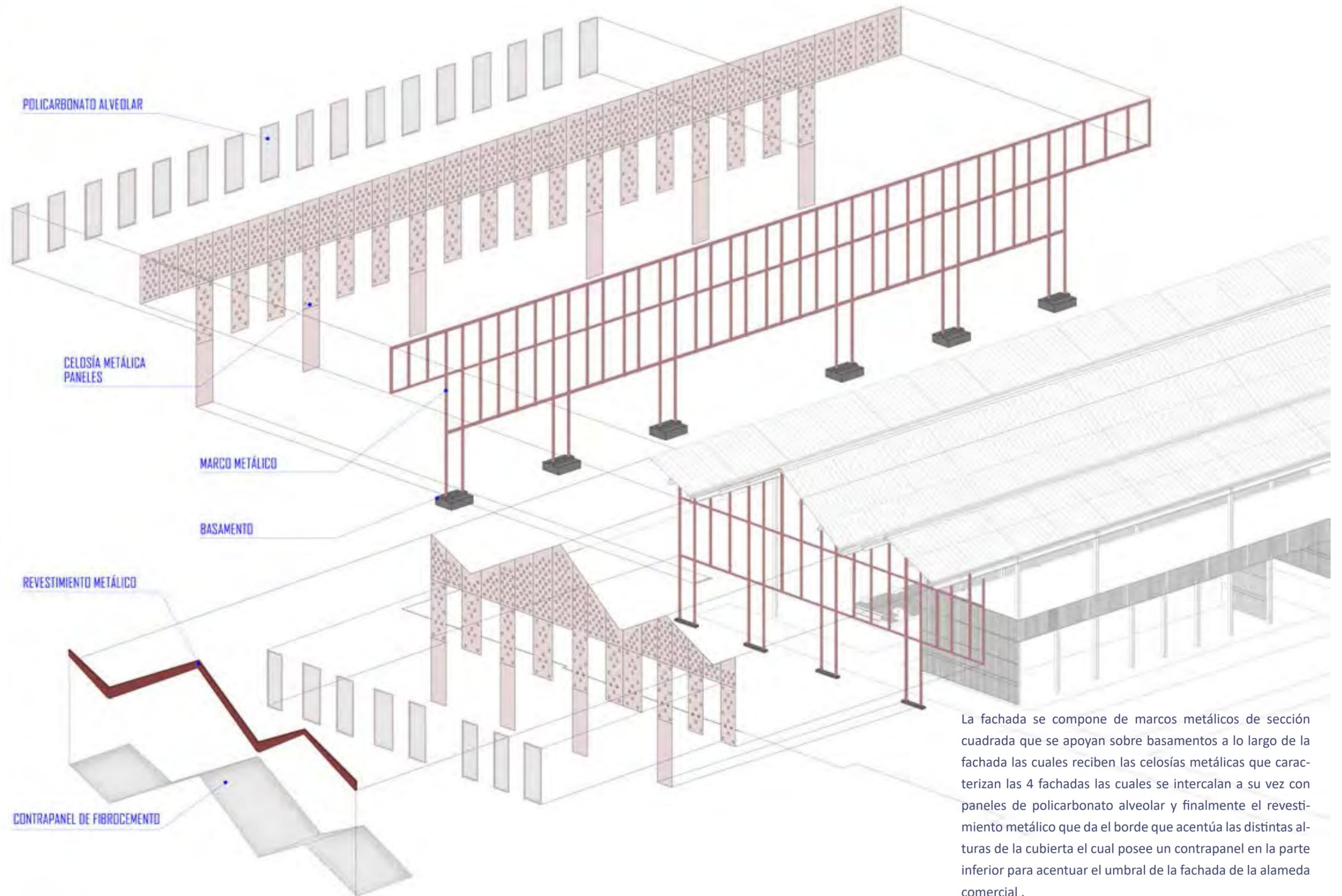
Frank Ortiz Herrera  
FAU | PUCP

El proyecto se compone de tres naves compuestas y dos secundarias.



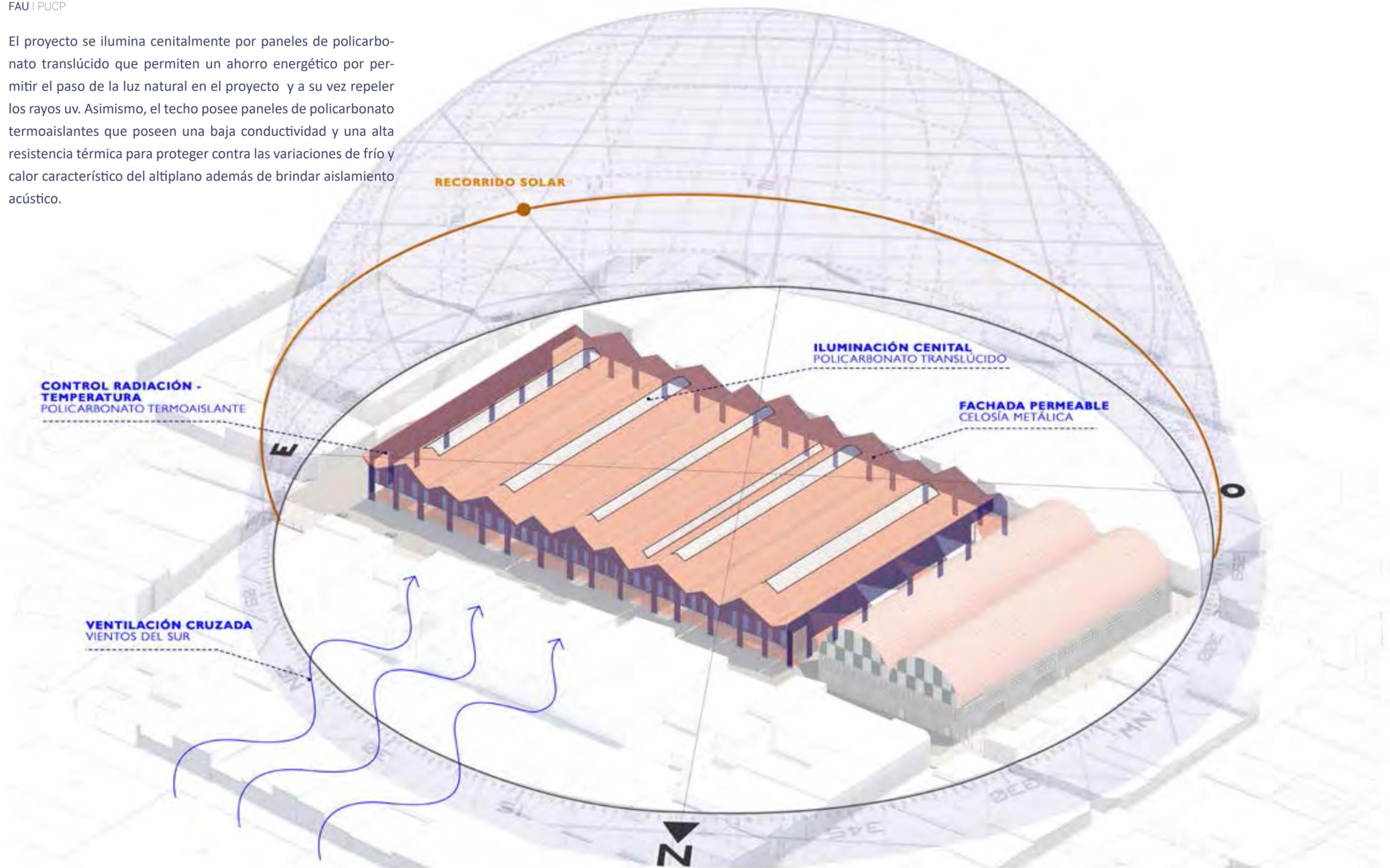
Frank Ortiz Herrera  
FAU | PUCP

La estructura está compuesta por marcos de acero y vigas de acero, las cuales se refuerzan mediante viguetas y tijerales que uniformizan la estructura general donde se empotran los perfiles metálicos que sostienen los paneles de policarbonato termoaislante y policarbonato translúcido que configura el techo a lo largo de todos los cuerpos.

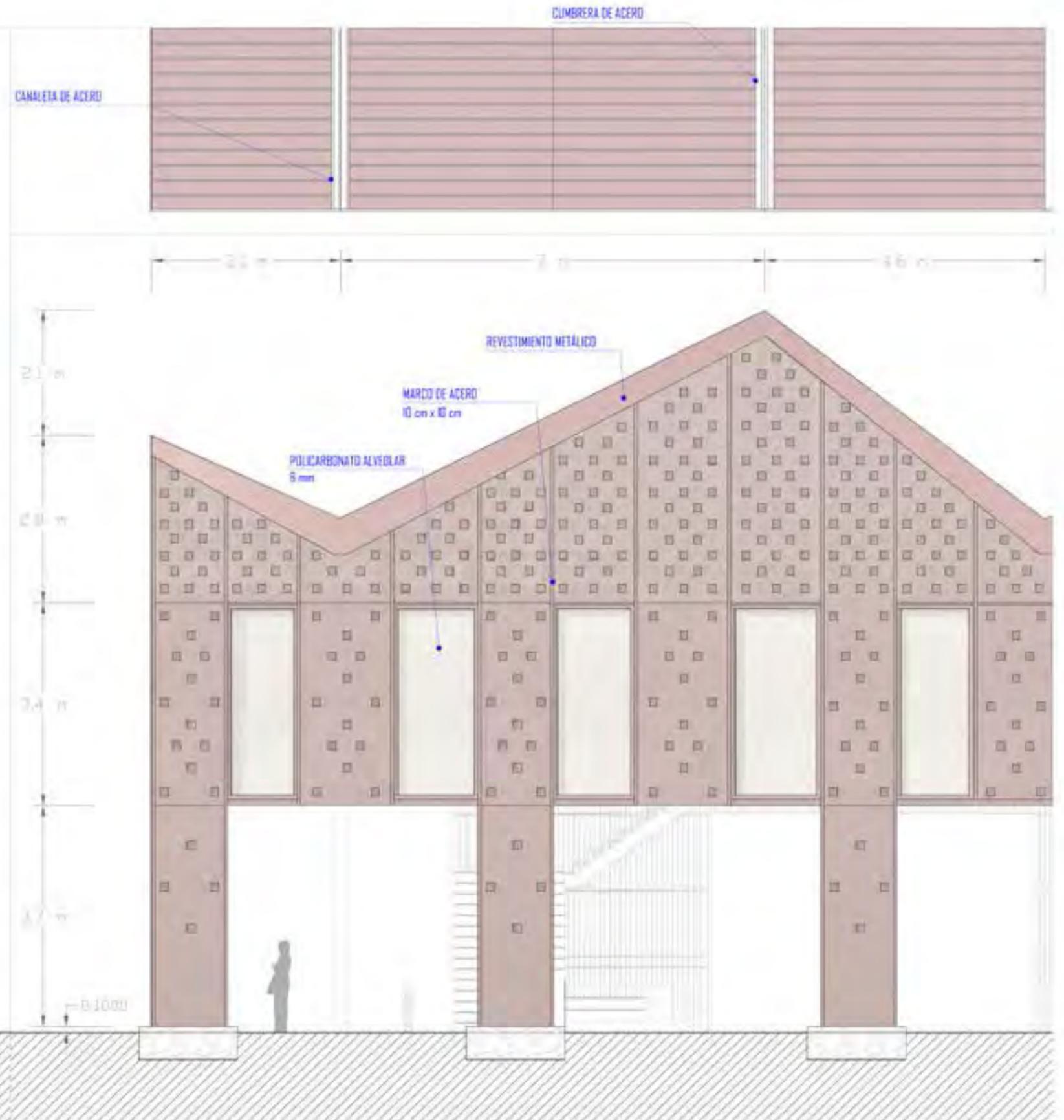
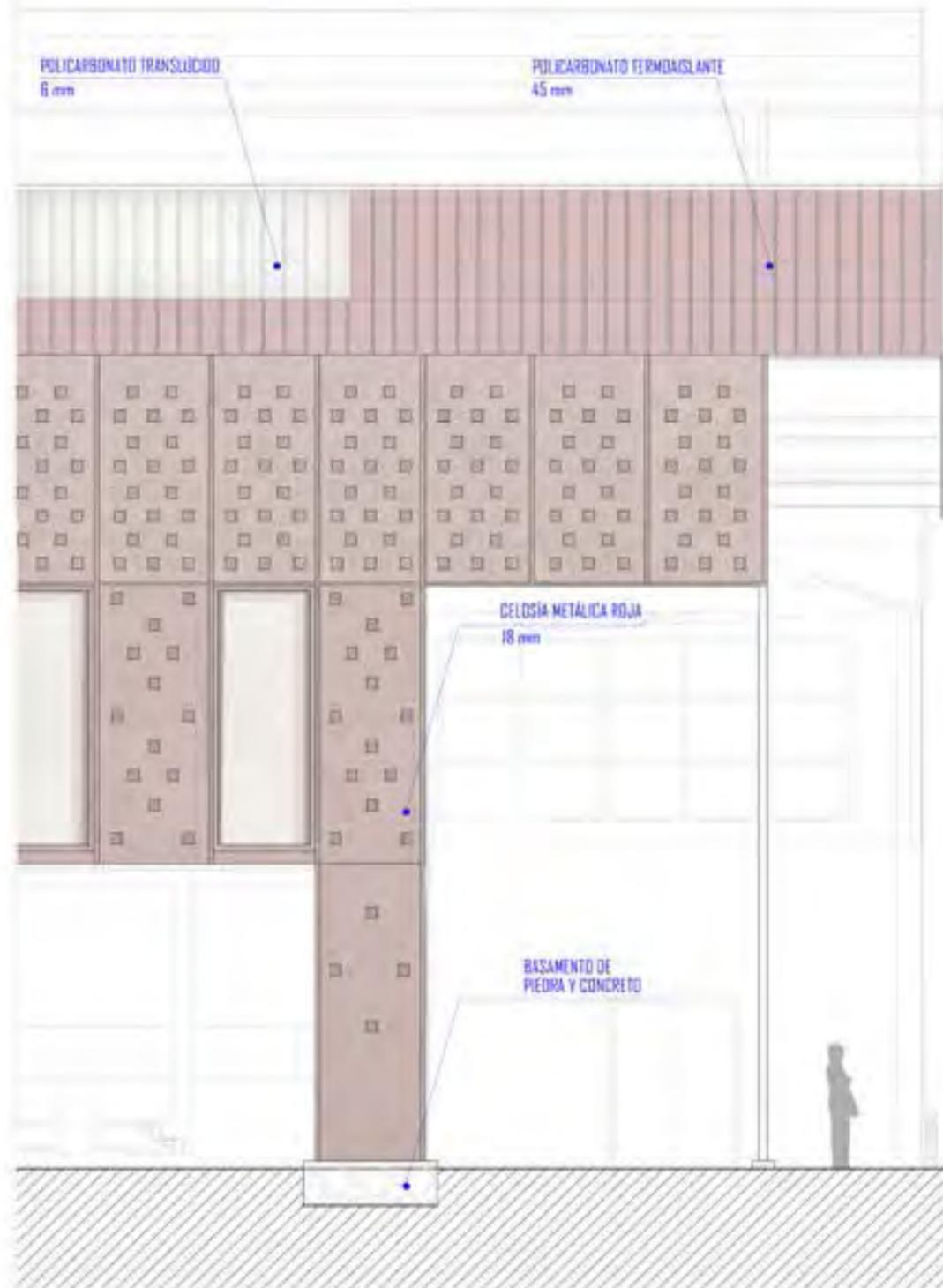


La fachada se compone de marcos metálicos de sección cuadrada que se apoyan sobre basamentos a lo largo de la fachada las cuales reciben las celosías metálicas que caracterizan las 4 fachadas las cuales se intercalan a su vez con paneles de policarbonato alveolar y finalmente el revestimiento metálico que da el borde que acentúa las distintas alturas de la cubierta el cual posee un contrapanel en la parte inferior para acentuar el umbral de la fachada de la alameda comercial .

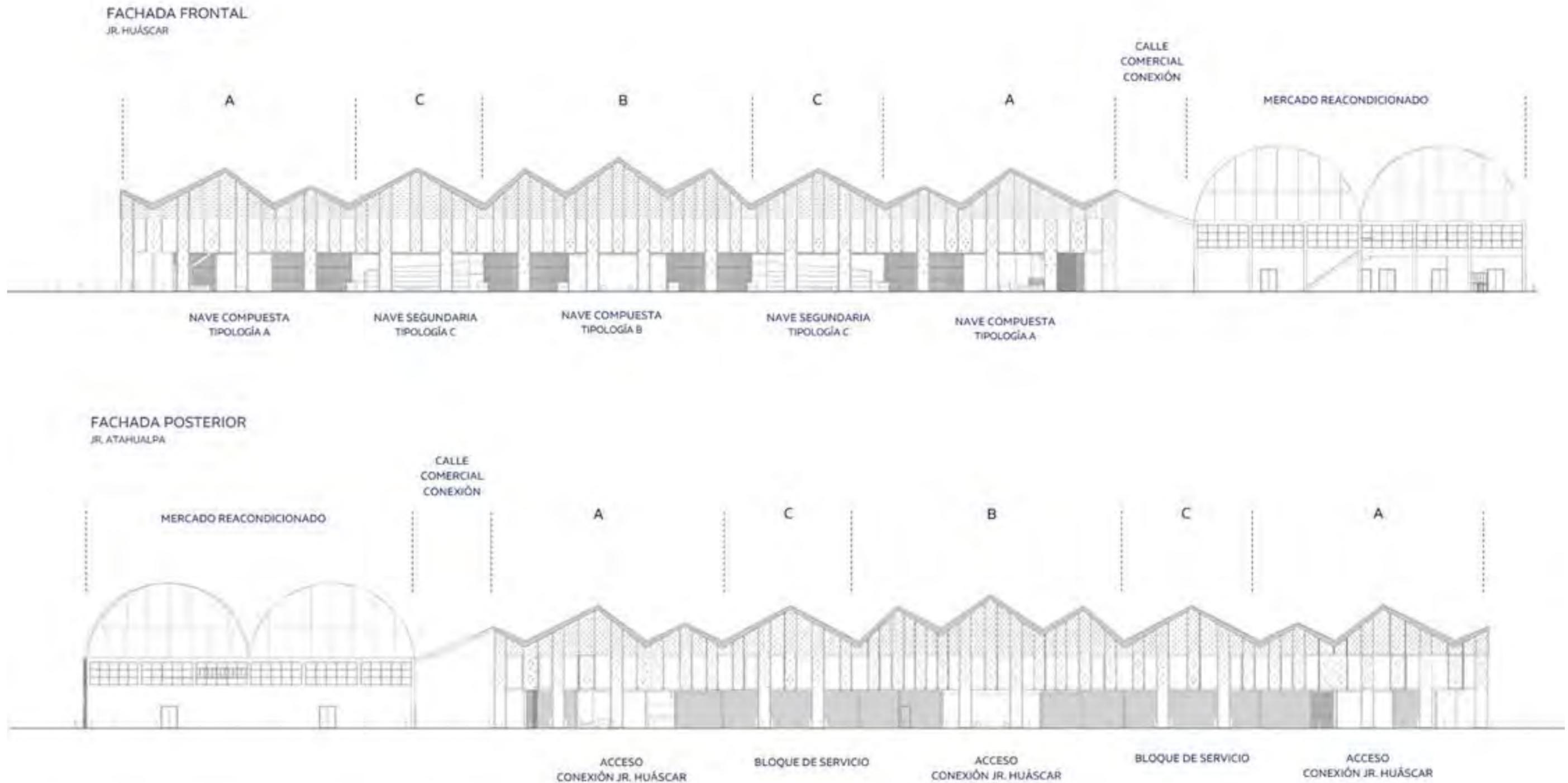
El proyecto se ilumina cenitalmente por paneles de policarbonato translúcido que permiten un ahorro energético por permitir el paso de la luz natural en el proyecto y a su vez repeler los rayos uv. Asimismo, el techo posee paneles de policarbonato termoaislantes que poseen una baja conductividad y una alta resistencia térmica para proteger contra las variaciones de frío y calor característico del altiplano además de brindar aislamiento acústico.



Para evitar un posible efecto invernadero se aprovechan los vientos en dirección al sur y generar una ventilación cruzada mediante la permeabilidad de la fachada dada la celosía metálica, la cual se torna más permeable a mayor altura.



Para el diseño general de la fachada se buscó un carácter festivo, con ritmos dinámicos a lo largo de las 4 fachadas que posee el proyecto. La fachada principal se compone de perfiles metálicos de sección cuadrada en forma de marcos estructurales que sostienen paneles de policarbonato alveolar en colores rojo y blanco que dan el efecto ferial por su composición. Dado el carácter horizontal del proyecto, se buscó una composición que permita contrastar esta linealidad mediante la verticalidad que aportan los marcos además de la diferencia de alturas entre las naves.



Para el diseño general de la fachada se buscó un carácter festivo, con ritmos dinámicos a lo largo de las 4 fachadas que posee el proyecto. La fachada principal se compone de perfiles metálicos de sección cuadrada en forma de marcos estructurales que sostienen paneles de policarbonato alveolar en colores rojo y blanco que dan el efecto ferial por su composición. Dado el carácter horizontal del proyecto, se buscó una composición que permita contrastar esta linealidad mediante la verticalidad que aportan los marcos además de la diferencia de alturas entre las naves.



Se buscó una continuidad en la transición entre el mercado actual y la propuesta, mediante el uso de mallas raschell siguiendo el uso del color y carácter festivo del proyecto, además de generar nuevas dinámicas en el entorno mediante el uso de la sala de uso múltiple para reuniones de asociaciones campesinas y/o festividades, creando una calle de recibimiento en ambas caras del lote .



se crea una calle de recibimiento donde el mercado se apertura directamente a este, configurando un espacio entre ambos volúmenes y relacionando visualmente ambas actividades



Las fachadas laterales son visualmente la conexión entre los tres mercados por lo cual se buscó acentuar la direccionalidad del eje principal mediante la diferenciación de tratamiento de suelo mediante el uso del acabado de cemento pulido rojizo.



Para la zona ferial se propone un espacio y mobiliario que pueda ser usado, principalmente para el comercio de los productores rurales por lo cual se distingue una zona que se eleva 20 cm del nivel cero donde se asienta una base hecha de madera de eucalinto que permite un ahorro energético por permitir el paso de la luz natural en el proyecto y a su vez repeler los rayos UV. Asimismo, el techo posee paneles de policarbonato termoisolantes que poseen una baja conductividad y una alta resistencia térmica para proteger contra las variaciones de frío y calor característico del altiplano además de brindar aislamiento acústico. La estructura metálica de los marcos que llegan al primer nivel de la fachada se apoya sobre un basamento de concreto y piedra que se fija mediante placas de anclaje que separan la sección del nivel del suelo para evitar la humedad. La base sirve a su vez de mobiliario urbano para los usuarios.





PLAZUELAS INTERIORES  
SITUACIÓN 1 / EXTENSIÓN DEL COMERCIO FERIA



El espacio de las plazuelas interiores se adapta a las actividades de los usuarios, destacando dos situaciones. Como extensión del comercio ferial para ferias agropecuarias mediante un mobiliario desmontable.

PLAZUELAS INTERIORES  
SITUACIÓN 2 / DANZAS Y FESTIVIDADES



DANZAS /  
FESTIVIDADES

EVENTOS /  
REUNIONES

Como espacio para la práctica de bailes y marchas de la ciudad y/o eventos festivos a mediana escala.

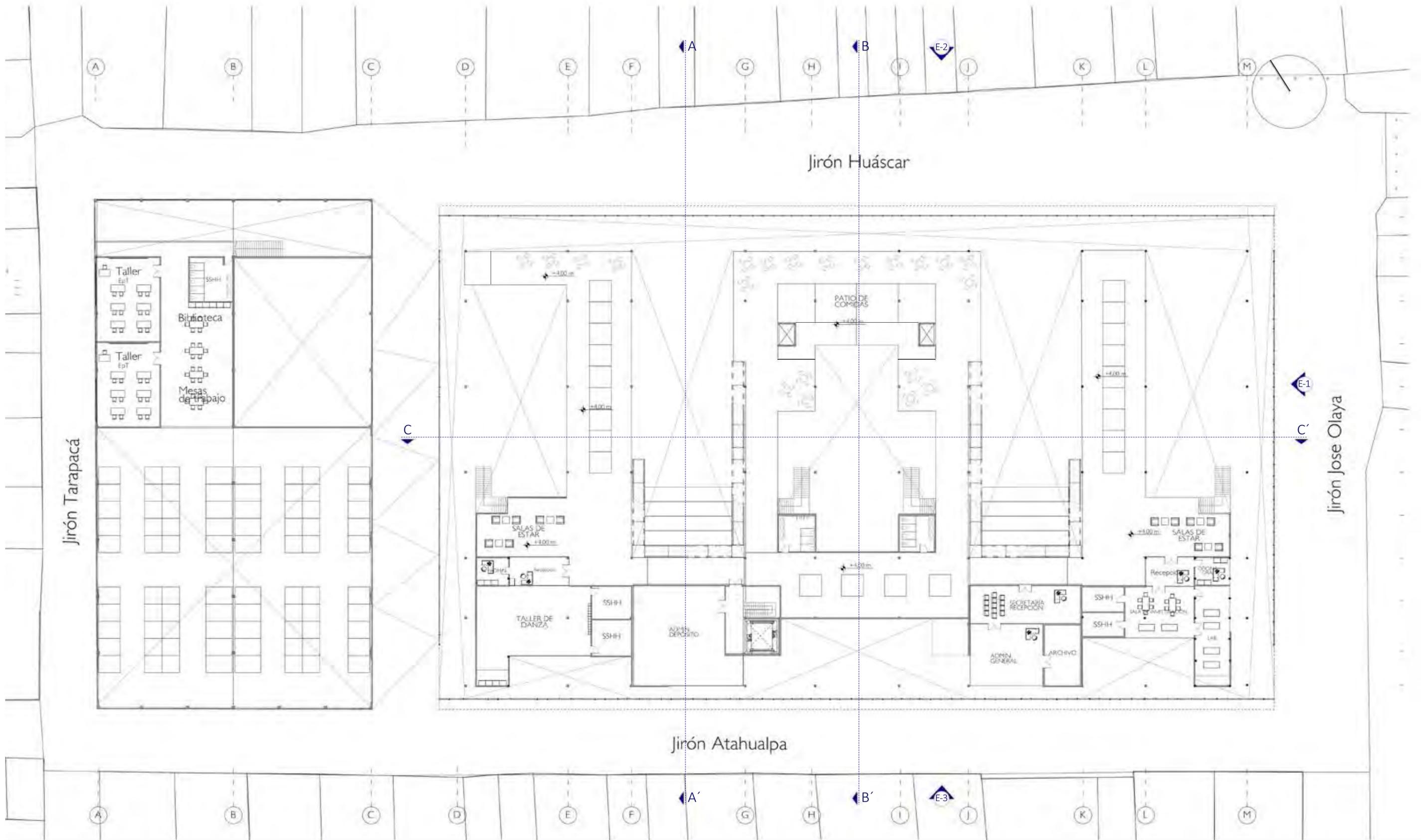
De esta forma, la arquitectura permite que los propios usuarios se identifiquen con el espacio que los rodea, creando un lugar adaptable a diversas situaciones como eventos a gran y mediana escala que permiten distinguir el carácter ferial y catalogar al mercado como el lugar para el encuentro y festividades.

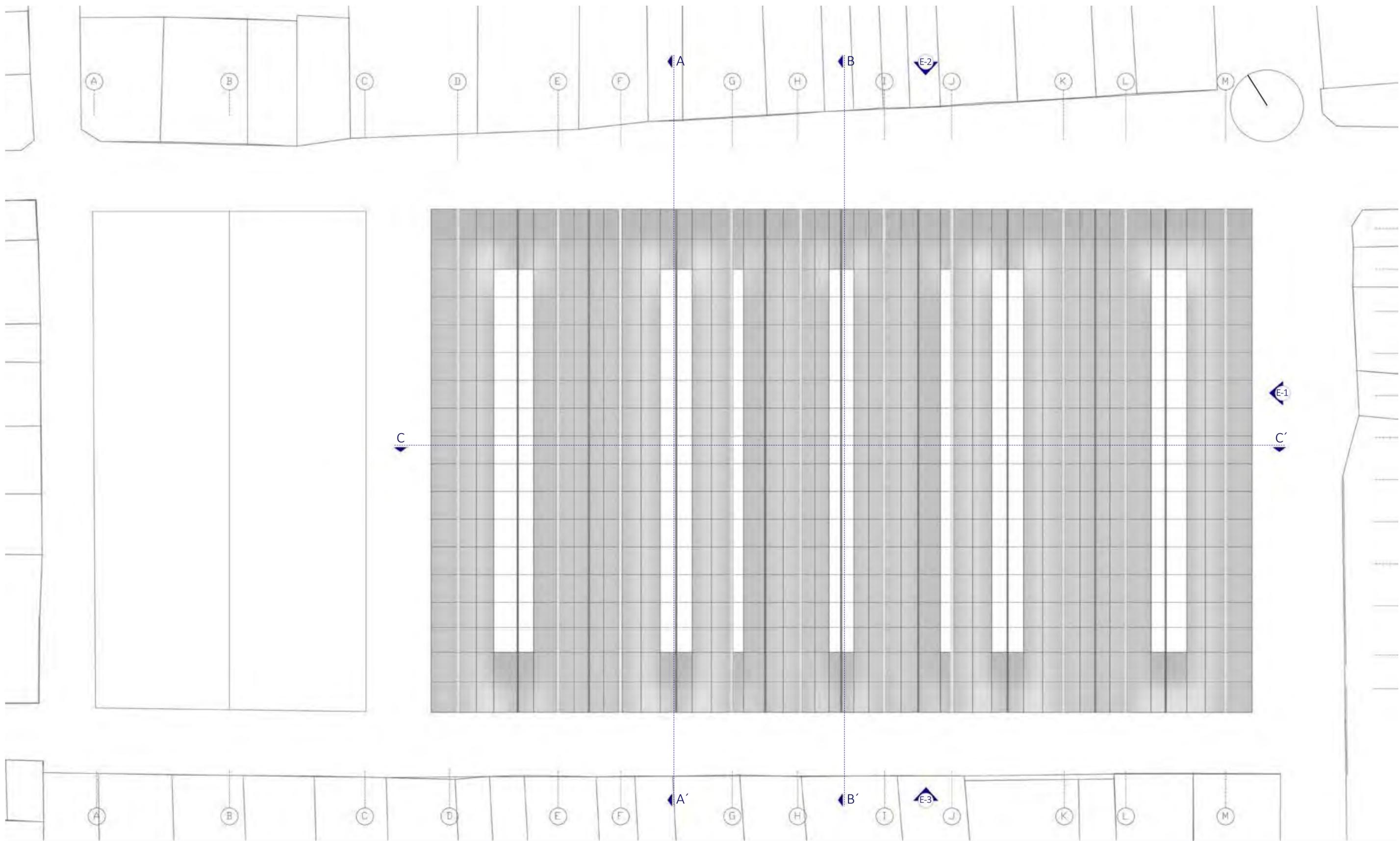




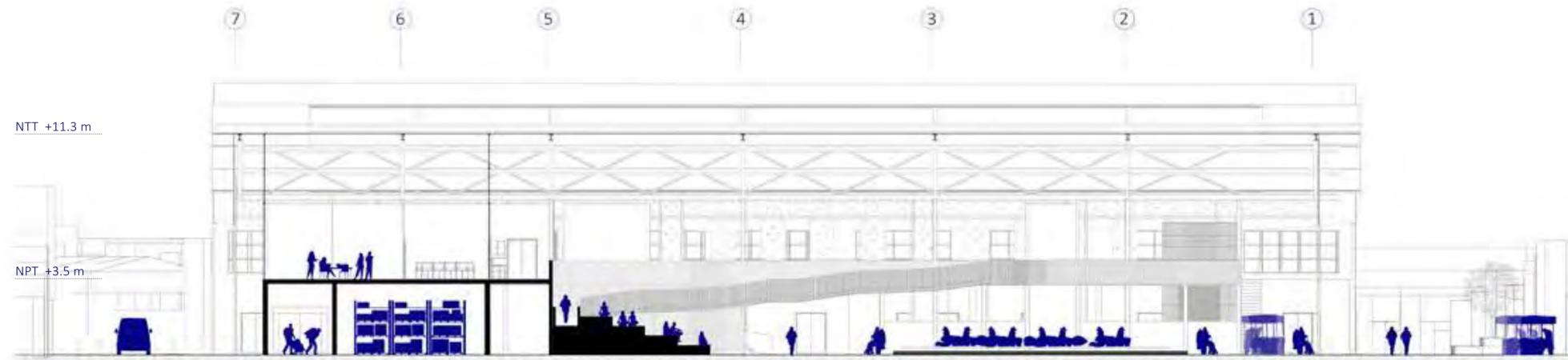
# 04 PLANIMETRÍA



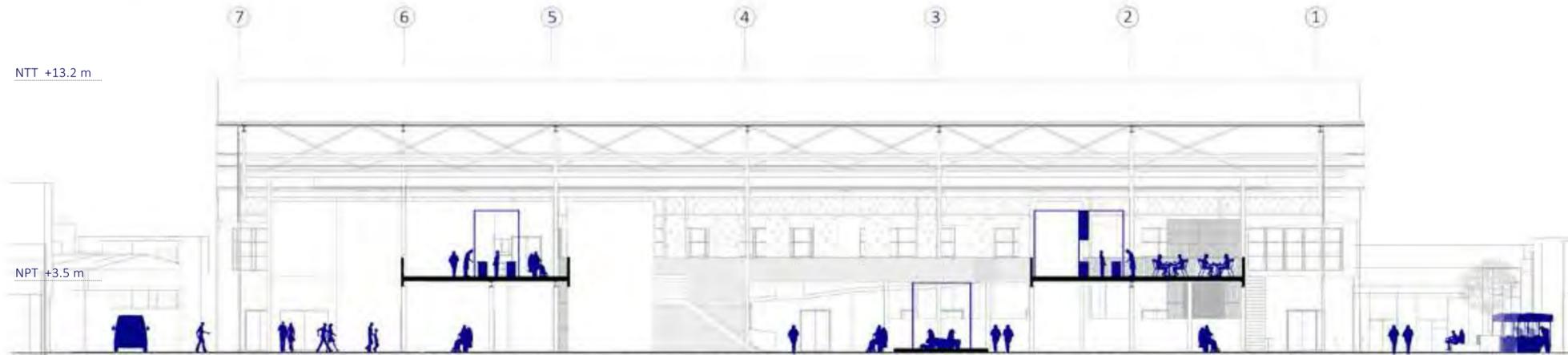




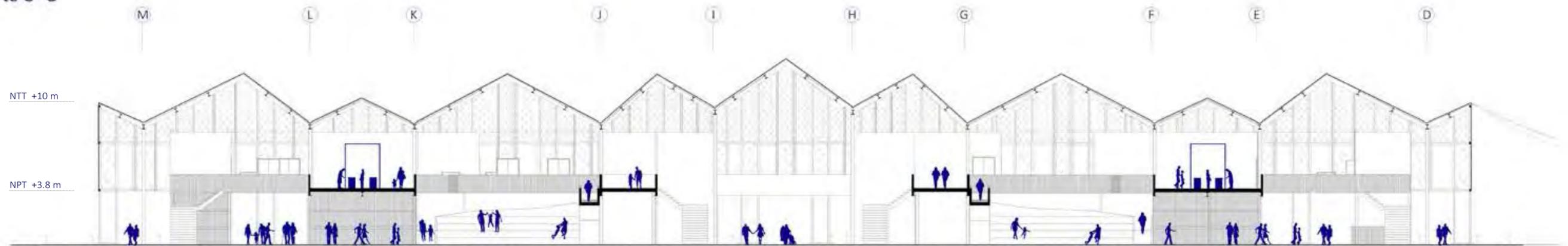
Corte A- A'



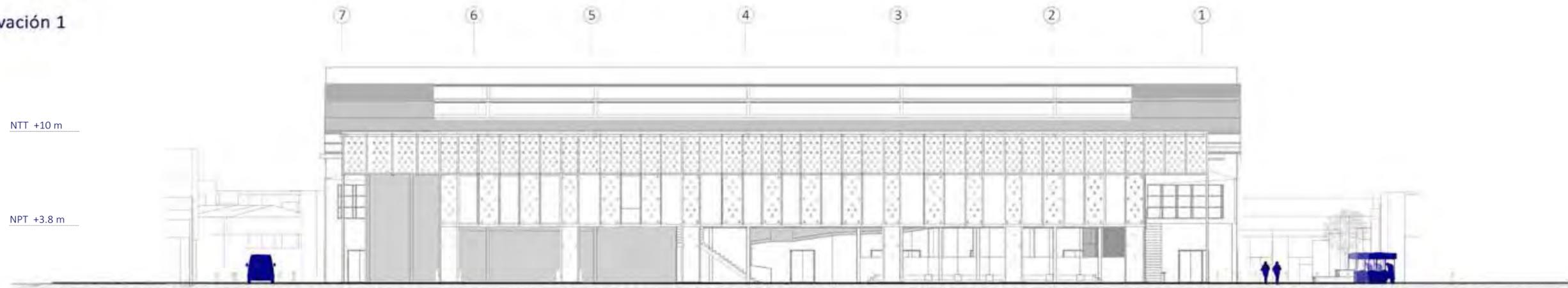
Corte B- B'



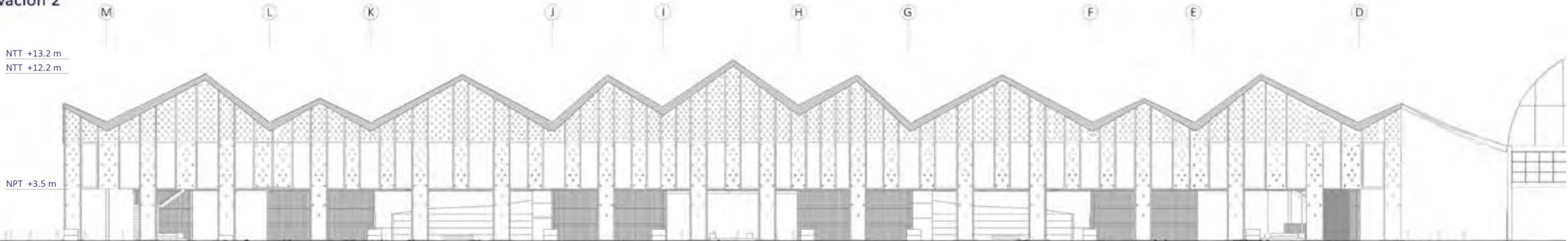
Corte C- C'



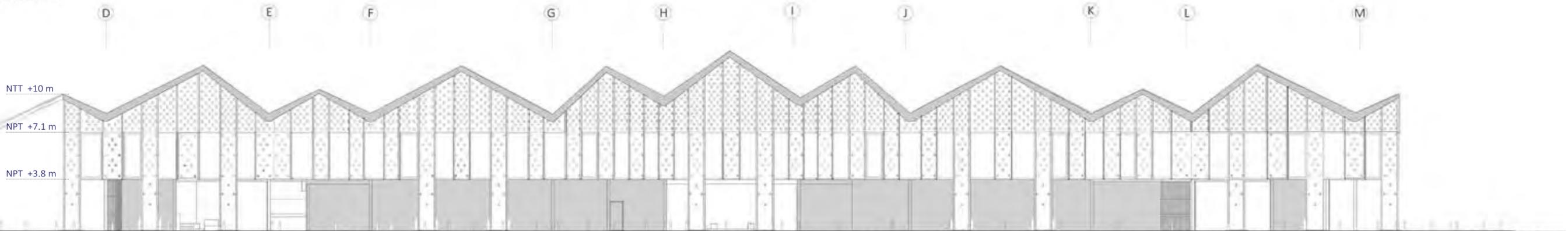
Elevación 1



Elevación 2

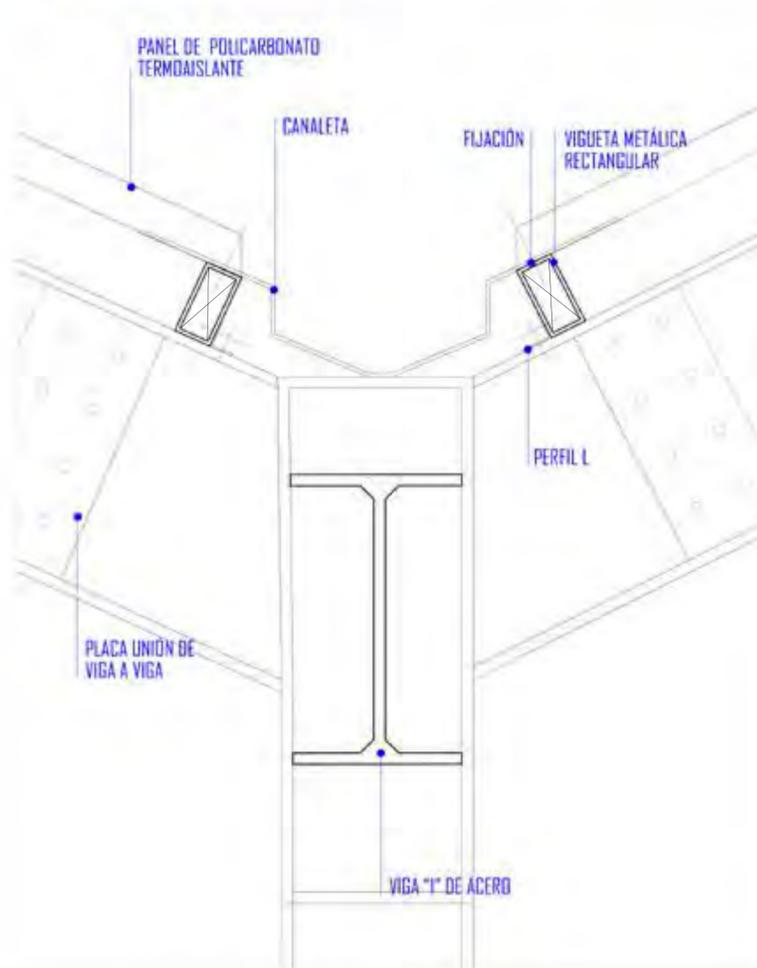


Elevación 3

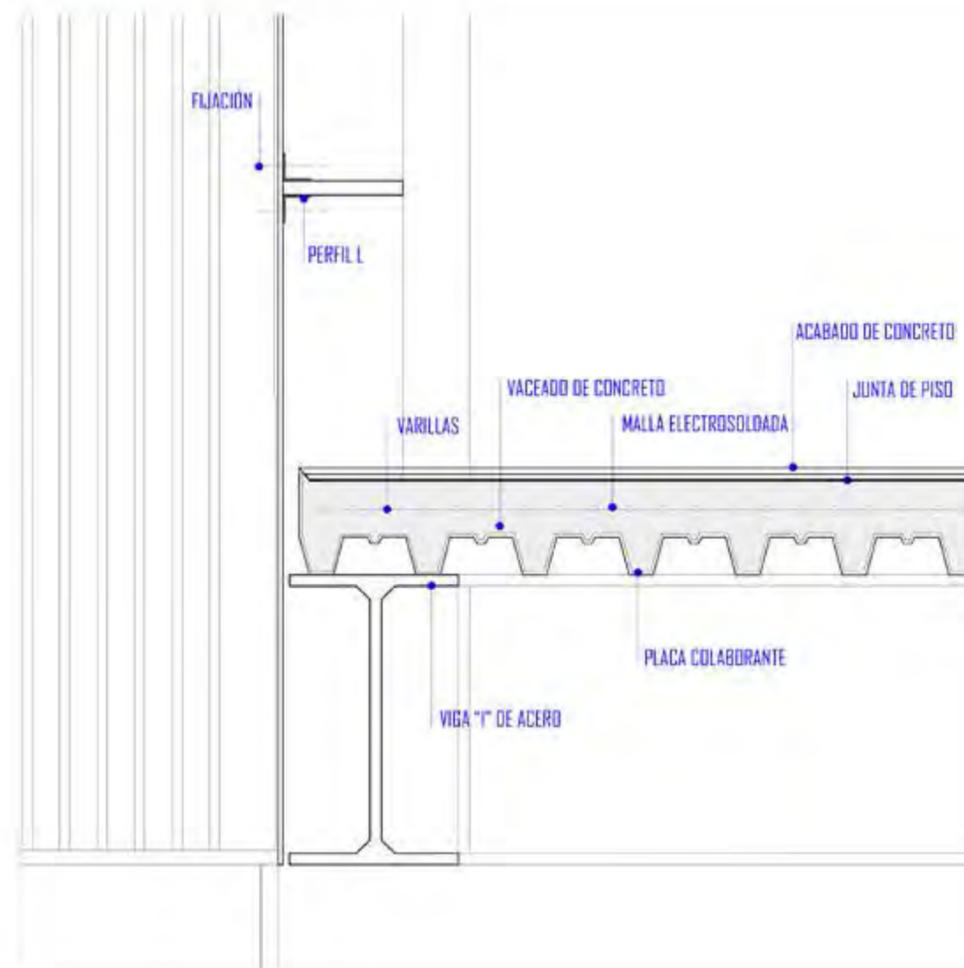




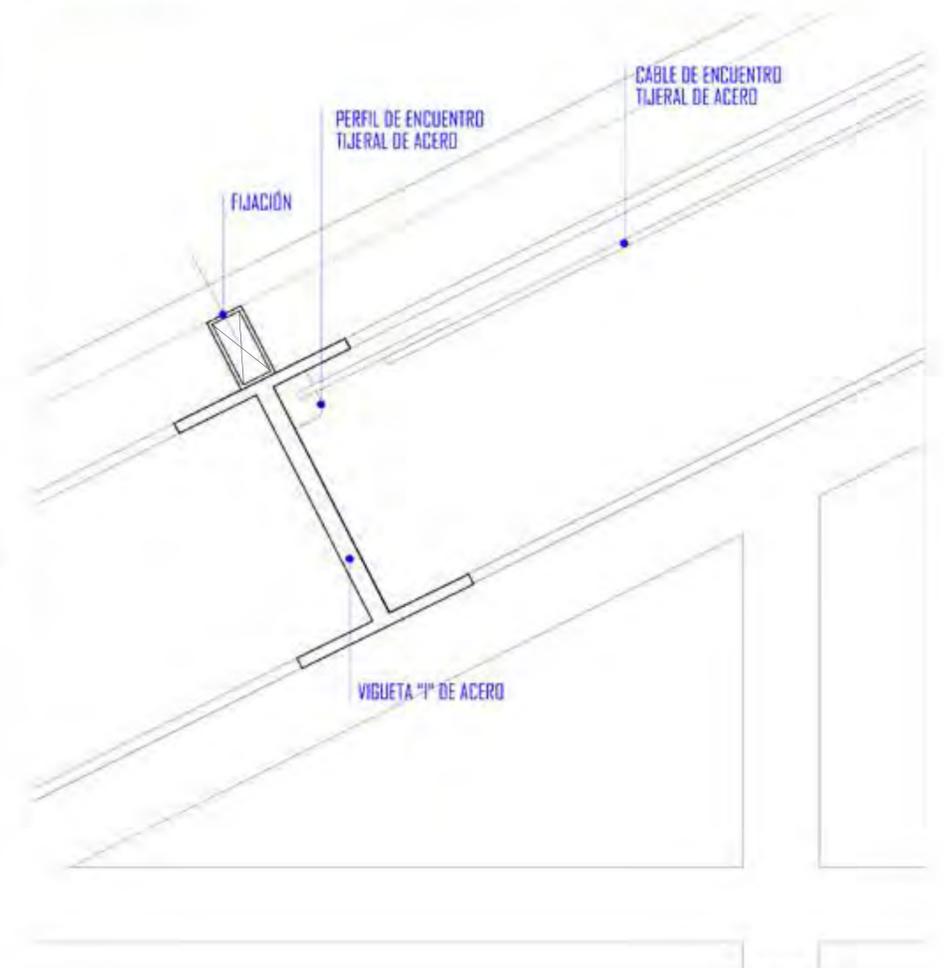
D1 | DETALLE 1

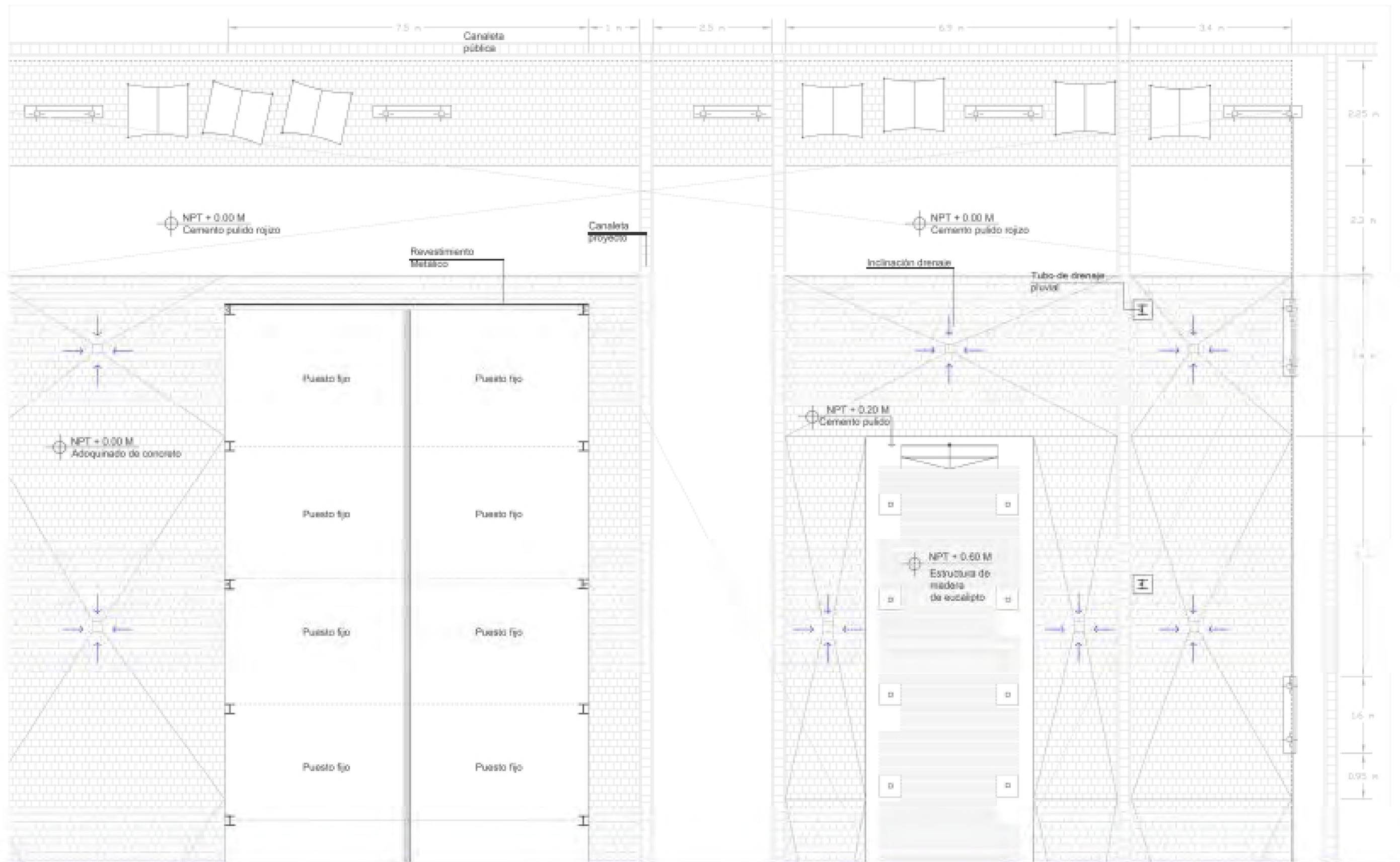


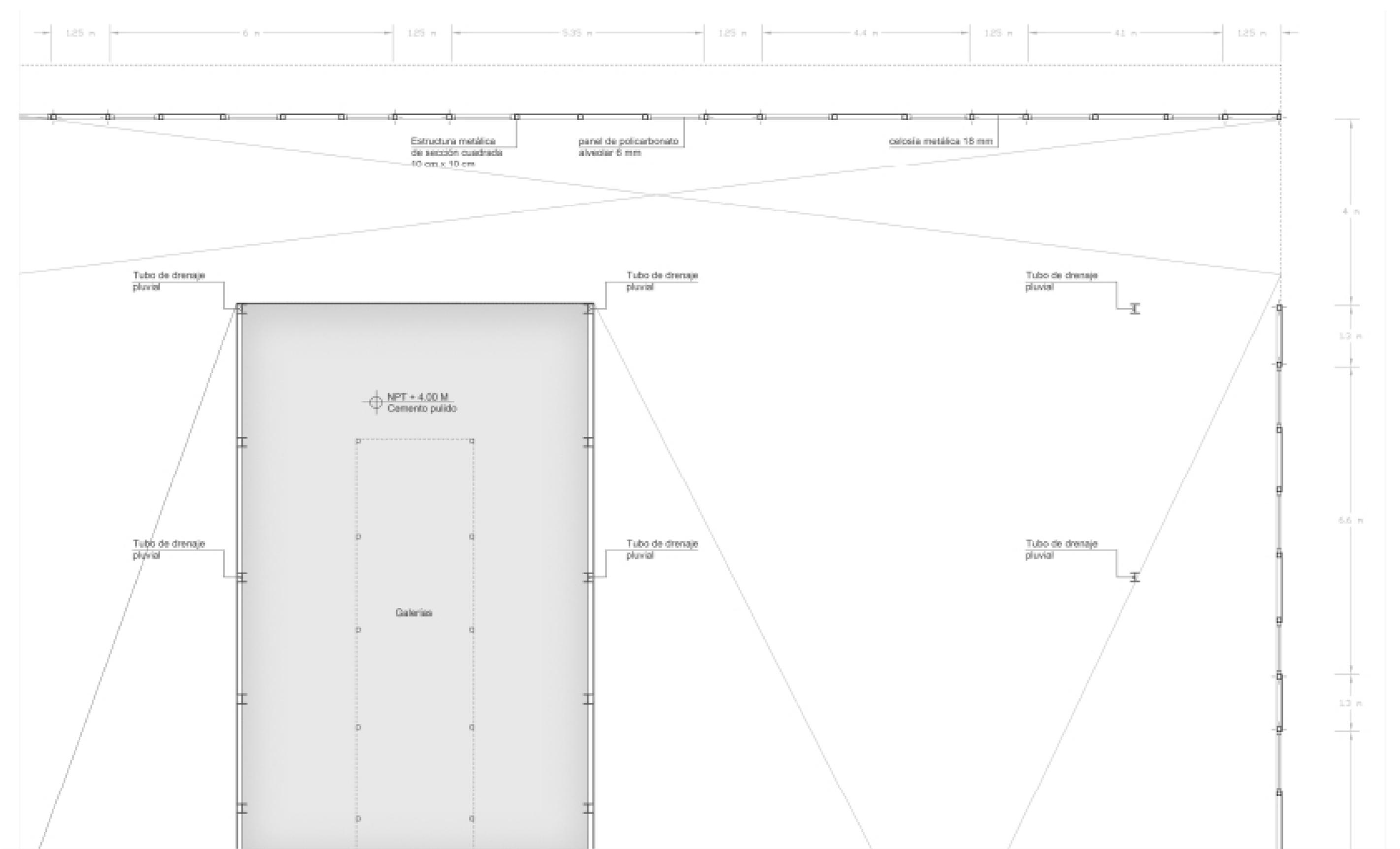
D2 | DETALLE 2

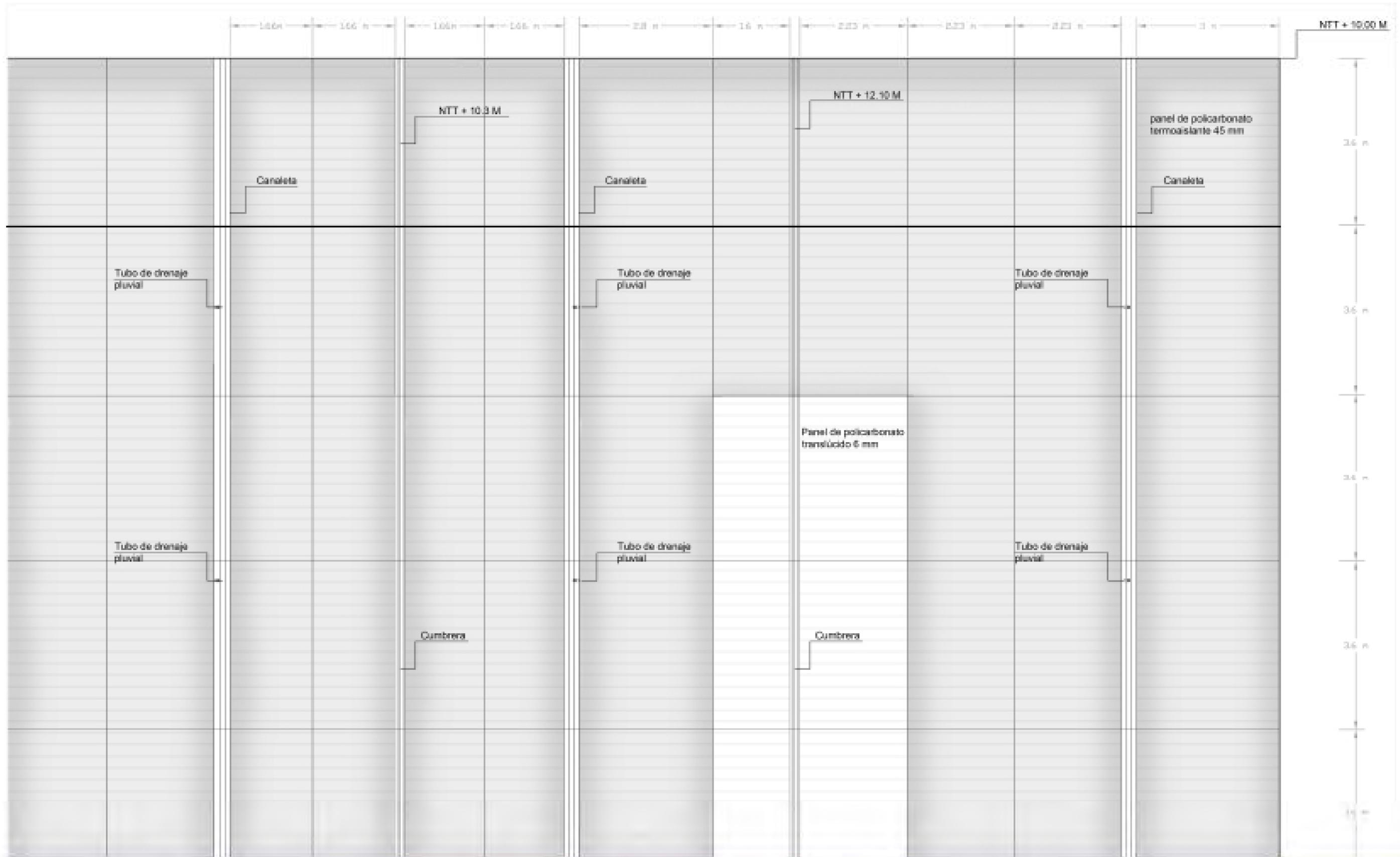


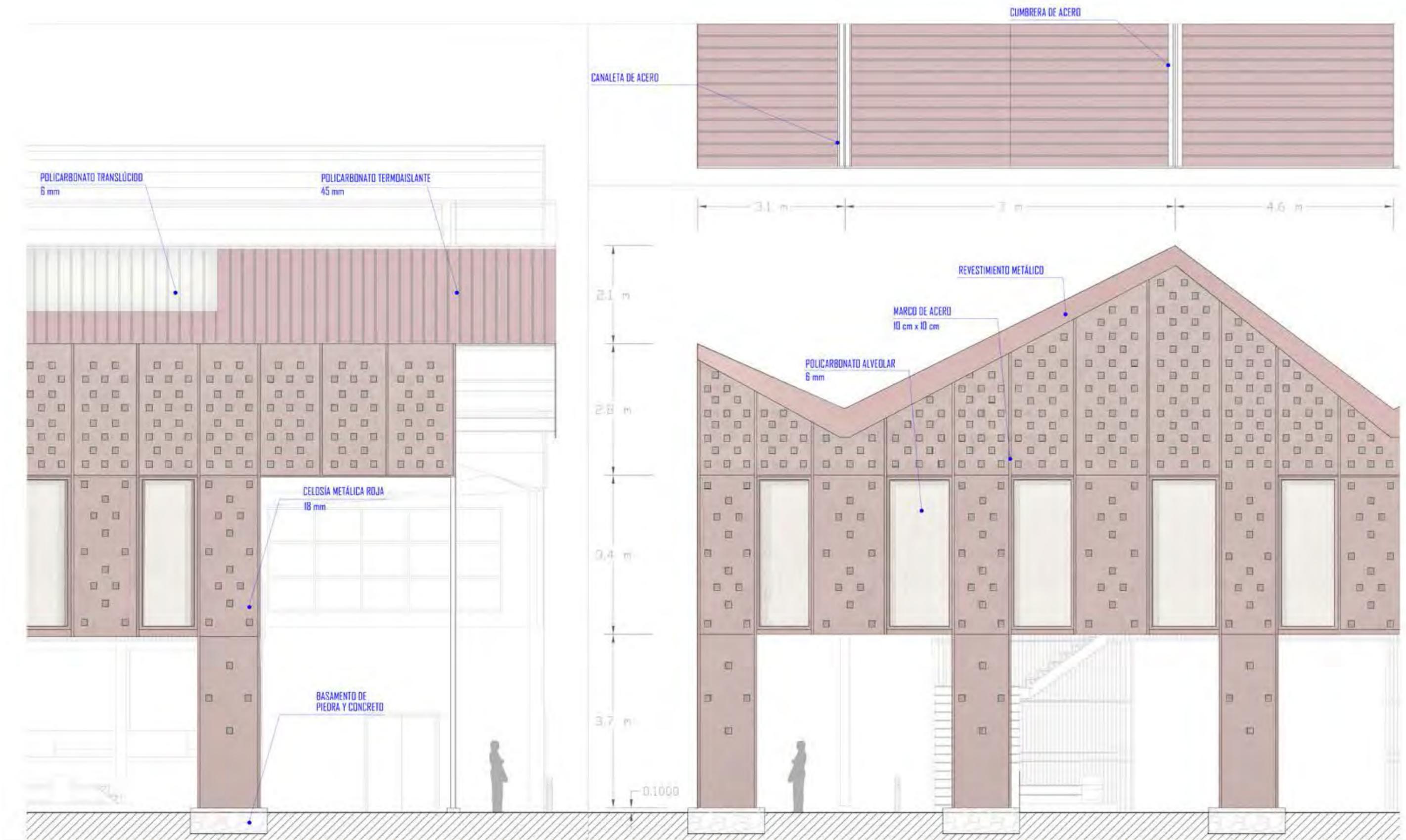
D3 | DETALLE 3











# 05 CONCLUSIONES

El proyecto apunta hacia un nuevo modelo de mercado que brinda al productor campesino un espacio dentro de la ciudad y representa un cambio a nivel urbano que refuerza la identidad comercial que caracteriza a Yunguyo. La apuesta por un modelo de mercado ferial surge como una oportunidad que responde a la actual relación de los mercados genéricos con los usuarios en el altiplano y la falta de una infraestructura especializada para el desarrollo de las ferias agropecuarias que perjudica el crecimiento de esta actividad tan importante para la región. A partir de la implementación de infraestructura especializada se puede generar un panorama donde el proyecto se vuelve realmente un modelo de intervención a nivel de la región que pueda servir de piloto para futuras intervenciones en torno a la ferias agropecuarias en el altiplano.

A diferencia de la tipología típica de los mercados genéricos cerrados impuestos que no terminan de funcionar en el altiplano y que no aportan al desarrollo comercial, el proyecto apuesta por la revalorización de las ferias y adquiere el carácter de un mercado abierto con calles feriales que continúan con el desarrollo de la actividad urbana, acogiendo y revalorando la actividad comercial campesina que inicialmente se apropia de las calles y las vías circundantes sin un espacio específico.

El nuevo mercado de Yunguyo busca potenciar el desarrollo del comercio local y fronterizo promoviendo las relaciones comerciales entre el usuario rural y urbano. El desarrollo de las interconexiones y asociaciones refuerzan la presencia de la economía rural dentro del sector agropecuario de la región, visibilizando la importancia de la actividad agrícola del campesino para el comercio en el altiplano Puneño. El proyecto reconfigura el espacio comercial consolidándose como el lugar foco para el intercambio comercial y las actividades feriales.

Finalmente, el proyecto apunta hacia un nuevo modelo de mercado que se adapta a las necesidades de la provincia, que impulsa el desarrollo para todos los comerciantes y representa el espacio de encuentro comercial característico de Yunguyo, donde los productores rurales tienen un lugar en la ciudad para vender sus cosechas, mejorar su producción y reunirse, tener asociaciones, poder hacer ferias entorno a sus productos, entre otros. Se genera una atmósfera donde el nuevo mercado de Yunguyo representa un dispositivo que refuerza la identidad comercial de la ciudad, el intercambio social e impulsa el desarrollo económico de la provincia, un mercado flexible que se adapta a las características de su entorno, incorporando las actividades de los usuarios en su propuesta.



# 06 BIBLIOGRAFÍA

1. Banco central de reserva del Perú. (2022). Puno: Síntesis de actividad económica febrero 2022 [Conjunto de datos]. Departamento de estudio económico sucursal Puno. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Puno/2022/presentacion-puno-02-2022.pdf>
2. Canziani, J., & Schejtman, A. (2012). CIUDADES INTERMEDIAS Y DESARROLLO TERRITORIAL [Fondo editorial Pucp]. [https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1371060020.fa\\_agora\\_2013\\_carrion.pdf](https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1371060020.fa_agora_2013_carrion.pdf)
3. Calendario de Ferias Agropecuarias Región Puno. (2022). Dirección Regional Agraria Puno. <https://www.agropuno.gob.pe/>
4. Carrión De La Bit, H. (2019). Mercado de producción agropecuaria en altiplano de Puno [Maestría]. Universidad del altiplano.
5. Cortez Apaza, C. J. (2015). MERCADO Y FERIA EN LAJA [Tesis de grado]. Universidad Mayor de San Andres.
6. Farro Rivero, R. M. (2021). Ácora: El intercambio como eje de desarrollo urbano [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
7. Figueroa, A. (1989). LA ECONOMÍA CAMPESINA DE LA SIERRA DEL PERÚ [Fondo Editorial Pucp]. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/181750>
8. Ministerio de Comercio exterior y Turismo. (2006). PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE EXPORTACION DE PUNO [Conjunto de datos; Mincetur]. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/avance\\_regiones/Puno/PERX\\_puno.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/avance_regiones/Puno/PERX_puno.pdf)
9. Ocaña Chamorro, M. (2020). SISTEMA MODULAR COMO SOPORTE Y GENERADOR DE UN NUEVO ESPACIO PÚBLICO PARA ILAVE: RECUPERACIÓN Y REGENERACIÓN DEL ESPACIO APROPIADO POR EL MERCADO SAN MIGUEL PUNO - PERÚ [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Católica Del Perú.
10. Pinedo Jiménez, M. A. (2021). ENTRE FLORES: Nuevo Mercado Mayorista y Centro para la Difusión de la Floricultura Local. Piedra Liza, Rímac. [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
11. Serie Histórica de Producción Agrícola. (2022). Dirección Regional Agraria Puno. <https://www.agropuno.gob.pe/8>

