

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



Qhatunplaza. Reivindicación del mercado como hito del espacio público en el Centro Histórico de Ayacucho.

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

AUTOR

Luciana Cecilia del Pilar Letona Garcia Godos

CÓDIGO

20150609

ASESORES

Augusto Juan Francisco Roman Moncagatta

Susana Lopez Valera

Cesar Omar Tarazona Huaman

Lima, octubre , 2023



PUCP

Facultad de Arquitectura
y Urbanismo

INFORME DE SIMILITUD

Yo AUGUSTO JUAN FRANCISCO ROMAN MONCAGATTA, docente de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulado: QHATUNPLAZA. REIVINDICACIÓN DEL MERCADO COMO HITO DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE AYACUCHO.


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

LETONA GARCIA GODOS, LUCIANA CECILIA DEL PILAR

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 13%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 08/07/2024.
- 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, 09 de julio de 2024.

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: ROMAN MONCAGATTA ,AUGUSTO JUAN FRANCISCO	
DNI: 10265085	Firma 
ORCID: 0000-0003-1069-1119	

RESUMEN

Qhatunplaza representa la visión del mercado en su esencia, recordando los tiempos de antaño como sucedía en la pala de abastos, ahora plazas mayores o plazas de armas; asimismo en los campos eriazos donde se centralizaba el comercio. Ayacucho no es ajeno a ello, ya que solía ser un punto de paso entre la costa a la sierra sur y cercanías, es por ello que con el tiempo se consolidó como una ciudad comercial, que, sin embargo, no se identifica como tal.

El proyecto pretende devolver y reivindicar la imagen de comercio actual que tenemos, del caos, el desorden y la insalubridad; a ver la otra cara de la moneda, siendo las dinámicas sociales y las interacciones las protagonistas del comercio y que suceden precisamente en un lugar hito, como es el mercado.

Tras la consolidación de estos precariamente, en la actualidad, y con evidencia del covid-19, ha denotado la ausencia de diseño y dignificación de estos espacios, ya que no son solo edificios, sino que son principalmente espacios públicos que albergan todo tipo de usuarios, incluso donde existe una mayor igualdad. Y con ello se reinterpreta el mercado como una plaza donde suceden múltiples actividades, acompañado de comercio permanente como edificio, pero temporal en cuanto al cambio de usos y la activación de otros.

Qhatunplaza, que quiere decir “hacer plaza”, toma puesta para reivindicar el concepto que tenemos de mercado sólido y peligroso, a uno múltiple y diverso, que no solo hace su función en determinado horario, sino asume un doble carácter, siendo comercial y cultural, reconciliando la identidad de la región, los que harán posible su funcionamiento y activación a largo plazo.



Agradecimientos a mis padres quienes estuvieron presentes en este proceso, a mis tíos que no dudaron de mis capacidades y oraron por mi bienestar, a mis amigos quienes me apoyaron y me dieron la motivación para seguir adelante; y sobretodo a Dios, en quien confie mi trabajo y quien me demostró que la adversidad no es barrera para continuar, porque siempre habra una luz por la cual luchar.

[PFC]

QHATUNPLAZA

Reivindicación del mercado como
hito del espacio público en el
Centro Histórico de Ayacucho.

Lima, 2023

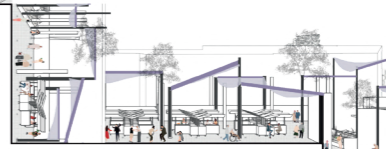
1. **Identidad** comercial



2. **Huellas** del
comercio



4. **Detonantes**
del comercio



5. Plan **integrador**



6. "Hacer
mercado"

7. **Repotenciando**
Ayacucho

8. Referencias
bibliográficas

9. Conclusiones

[INDICE]



“[...] el intercambio comercial se humanizaba, se intercambiaba más que mercancía; se contaban historias, se encontraban necesidades comunes, se creaba amistad [...]”

Carlos Iván Degregori

INTRODUCCIÓN



Ayacucho es una ciudad caracterizada por su tradición y cultura, y mundialmente reconocida por su artesanía, sin embargo, esta ciudad sobrevive gracias a su comercio, ya que es donde abunda mayor oferta laboral.

Además es una de las pocas ciudades del Perú que no posee centros comerciales o grandes supermercados, ya que todo su sistema es en base a mercados y la compra mayorista a locales minoristas. Es por ello que el comercio cada años se incrementa más, y desmedidamente; y junto a la pandemia en la que nos encontramos viviendo, ha evidenciado la precariedad en la que se encuentran los comercios más “formales” y de primera necesidad, como los mercados.

Por estas razones, el proyecto de fin de carrera plantea repensar el mercado como un espacio público integrador de comercio y cultura, que es lo que identifica a la ciudad, incluyendo en la propuesta los parámetros para lograr un mercado abierto óptimo para la compra y venta de productos en condiciones de salubridad y menor aglomeración.



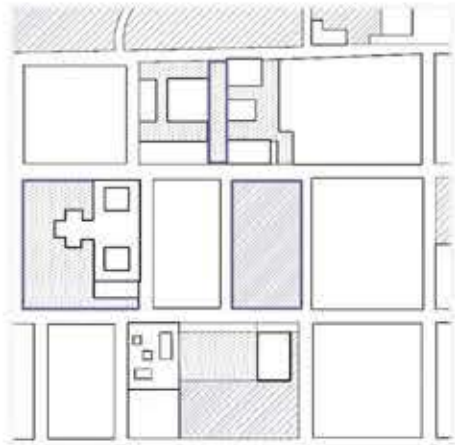
Jr. Grau - colaboración del autor

1

IDENTIDAD COMERCIAL

Rol del comercio y el turismo

Espacios llanos y vacíos



Plazas o áreas eriazas y/o huertos de iglesias

Intercambio económico - social



Concentración de multitudes para la interacción

Protección y cobertura



Techos como toldos de plástico y calamina

Al ser una de las ciudades con menor población en el país de 180 766 habitantes hasta el último censo realizado por la INEI, ha develado la vitalidad de la labor comercial y turística dentro de la ciudad para su sustento y avance económico.

Es por ello que el ingreso de personas extranjeras y el consumo de lo que ofrece la ciudad, desde el turismo vivencial a las afueras y los recorridos dentro de la ciudad, así como las celebraciones de las festividades ancestrales basadas en el fervor católico que posee, son base para el consumo y su auge económico. Ello se ve develado en el crecimiento acelerado del comercio, ya que con el paso de los años la cantidad de locales comerciales, especialmente de comidas como pollerías, chifas y pizzerías comenzaron a aumentar; a parte de otros como instrumentos musicales que hacen parte de la ciudad, pues aun mantienen sus tradiciones, pero con un paso a la “modernidad”.

Al mismo tiempo, con la presencia de los mercados y la implementación de los mismos en otros distritos de la ciudad más alejados del centro histórico, también han evidenciado la gran demanda de los locales en el consumo de productos básicos de primera necesidad, y no solo ello, sino también el incremento de la población; ya que según el censo del 2017, este aumento no se basa necesariamente en la tasa de natalidad, sino en la llegada de foráneos y locales de otras provincias hacia la ciudad.



Figura 2. Elaboración del muyuchi, helado artesanal - elaboración del autor



Figura 3. Artesano esculpiendo en piedra de Huamanga - google fotos

Es por ello que al presentarse una considerable cantidad de migrantes, la oferta laboral ha disminuido al menos de forma estatal o privada, y a modo de supervivencia se optó por la creación de pequeñas mypes que en la actualidad desempeñan un rol importante en la actividad económica de la ciudad, superando los ingresos propios de los mercados.



Figura 4. Análisis de incremento poblacional y comercial - elaboración propia

Pese a ello, aquellos originarios de la zona han mantenido su trabajo desde tiempos ancestrales, tales como la cerámica, el tallado y la fabricación de artesanías en general; mientras que por otro lado, el comercio ambulatório, en un inicio, pero formalizado por la Municipalidad Provincial de Huamanga tras considerarse parte de las costumbres de la región, ha prevalecido, siendo estas actividades como la venta de muyuchi y de dulces elaborados artesanalmente.

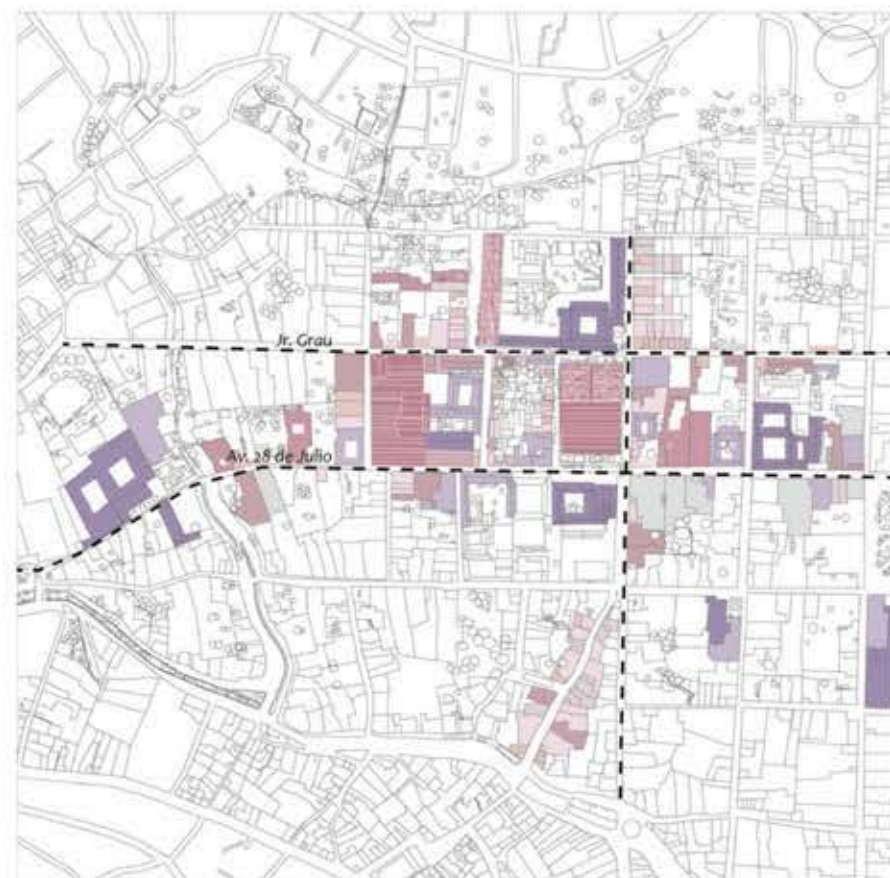


Figura 5. Diversidad comercial en el centro histórico - elaboración del autor

Pero junto con el crecimiento del comercio de manera formal e informal, también nos encontramos con la gran cantidad de residuos que se genera, y al ser el tipo de comercio de consumo diario el que se realiza, se multiplica exacerbadamente la cantidad de residuos que se generan, siendo los mercados uno de los principales, dado que el control sanitario es casi ineficiente; y el del comercio menor el siguiente que hace parte de esta realidad, evidenciada en las calles y la falta de puntos de acopio como medida de salubridad.

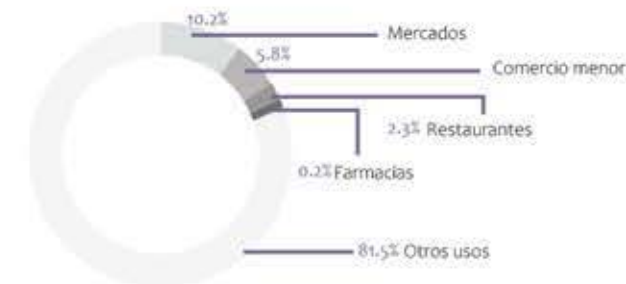


Figura 6. Análisis de generadores de residuos sólidos - elaboración del autor

Es así como parte de este crecimiento comercial, generó un sistema en la ciudad, formando parte no solo de lo ancestral sino también de lo moderno, creando un comercio mixto y diverso aglomerado pero con mucha riqueza dentro del casco histórico de Ayacucho.

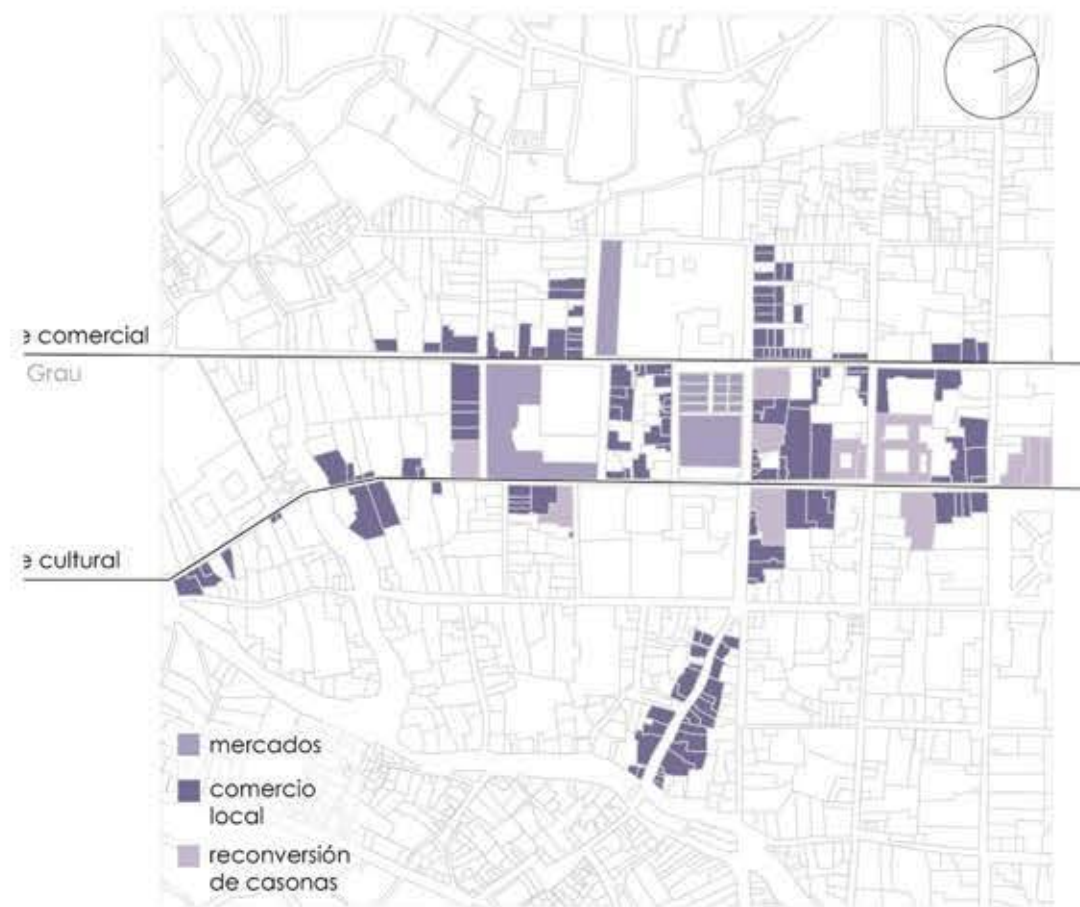


Figura 7. Zonificación comercial -elaboración del autor

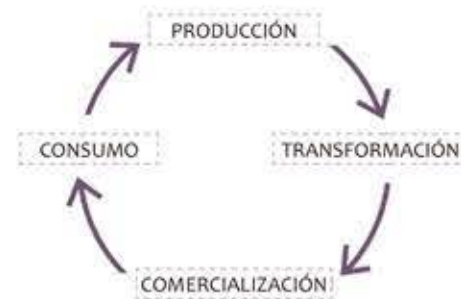


Figura 8. Diagrama sistema comercial -elaboración del autor

Funcionamiento del sistema

Para entender a Ayacucho a través de su comercio, es necesario conocer su funcionamiento, este va desde la producción en campos agrícolas cercanos y muy pocos de importación, todo ello se almacena a un mercado mayorista llamado Nery García para posteriormente ser empaquetado y/o revendido a mercados minoristas o locales; todo ello conforma el sistema alimentario usual para luego culminar con el recojo de desechos y la limpieza y mantenimiento del área trabajada por el vendedor.

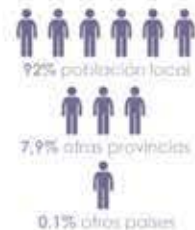
Por otro lado se presenta un sistema sostenible comercial, donde se plantea la producción, distribución y comercialización para el consumo en un solo lugar, generando una experiencia vivencial para el comprador, y una cultura de emprendimiento.



SISTEMA COMERCIAL

CONSUMIDORES

La población que realiza la actividad de compra y venta son principalmente locales, y otros extranjeros en cuanto al consumo de productos de la región.



TIPOS DE COMERCIO

Las MYPES toman un rol importante dentro del sistema comercial, mas no como generador principal de la ciudad.



GENERACIÓN DE RESIDUOS

Los mercados son los mayores generadores de residuos, sin tener zonas de acopio.

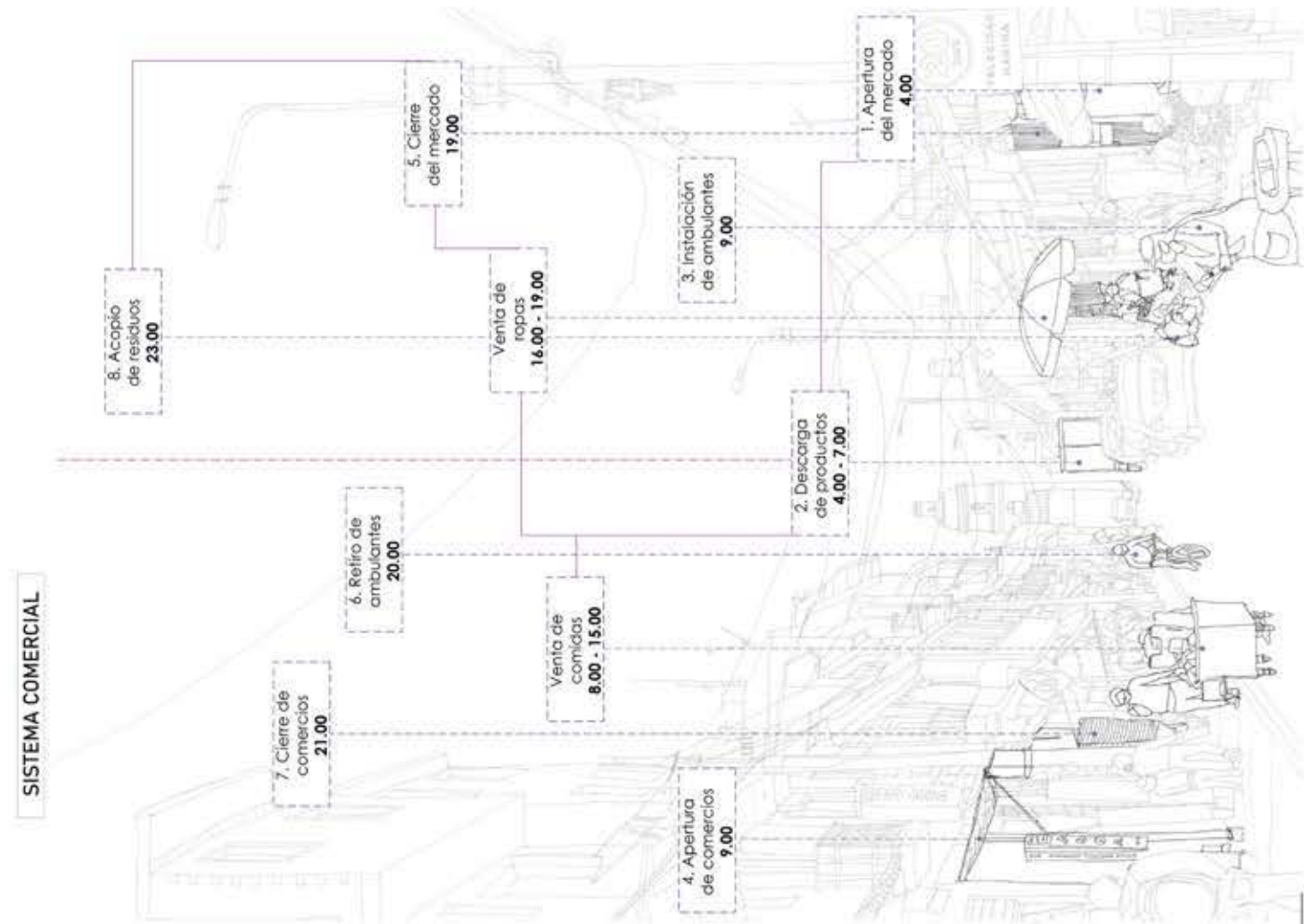


Figura 9. Diagrama sistema comercial Ayacucho - elaboración del autor



2

HUELLAS DEL COMERCIO

Memoria de la ciudad



Figura 11. Interpretación del plano de O’Giggins, 1802



Como se mencionó anteriormente, Ayacucho ahora se ha caracterizado por ser una ciudad con alto potencial comercial, es por ello que nos preguntamos: ¿de dónde proviene su carácter comercial? ¿fue desde sus inicios, o simplemente fue por las migraciones posteriores hacia la ciudad?

La respuesta a esa pregunta la podemos encontrar en el plano de O’Giggins de 1802 (Figura 8), quien retrató el trazado del damero inicial de la ciudad, y siguiendo el mismo patrón de la ciudades coloniales, se evidencian los vacíos como plazas, la presencia de iglesia, y la zona agrícola hacia las afueras.



Figura 12. Centro Histórico de Ayacucho - elaboración del autor

Ello demarcó para Ayacucho un pasado agrícola productor, del cual se importaron productos como la vid, maíz, etc, hacia el resto del país, lo cual favorecía a la ciudad, ya que fue el recurso principal para mantener la economía estable, y seguir progresando en los años proximos. Asimismo, dichos productos tambien circulaban por la calles de Ayacucho, algunos pregonando en carretillas sus productos, y otros llevandolos a la plaza de abastos para su posterior trueque.



Figura 13: Plazuela Santa Clara como mercadillo - Carré 1926

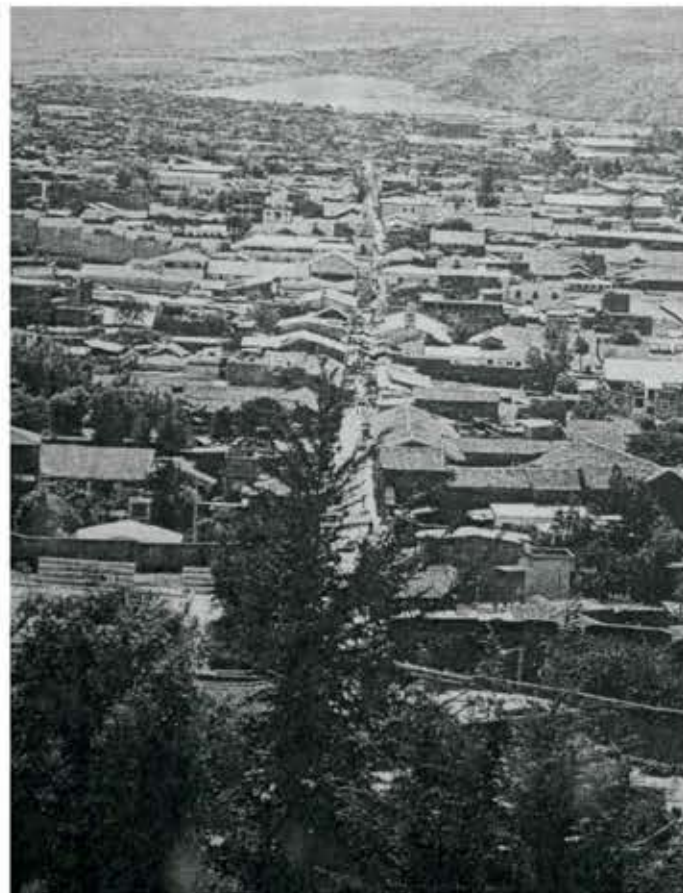


Figura 14. Jirón Grau como eje comercial - Carré 1926



Figura 15. Pregonera de leche fresca de vaca en el centro histórico - LIFE

Es de esta manera que, con el transcurrir de los años, la ciudad se consolida dentro del damero de Pizarro, no solo por su trazado, sino tambien por el recorrido de aquellas acequias que atravesaban la ciudad para desembocar en el río.

Junto a ello, las crecias y crecimiento de la población, fueron consolidandose dos ejes principales contemporaneos y uno posterior; entre los primeros estaba el eje comercial del actual Jr. Grau, y el eje cultural, ahora denominado turistico por la Municipalidad Provincial de Huamanga, actual Av. 28 de Julio .



Figura 16. Plaza de abastos de San Juan de la frontera de Huamanga - Carré 1926



Parque Maria Parado de Bellido

Plaza de Armas

Iglesia Santa Clara

Mercado Andrés F. Vivanco

Arco del Triunfo

Mercado Playa Grau

Mercado Santa Clara

Iglesia San Francisco de Asis

Mercado 12 de Abril

Iglesia San Juan de Dios

Museo de artesanías Cáceres

Jr. Grau

Alviza de Julio



Figura 12. Pórtico de Julio - elaboración del autor

3

COMPONENTES DE LA CIUDAD

VARIABLES Y PROCESOS

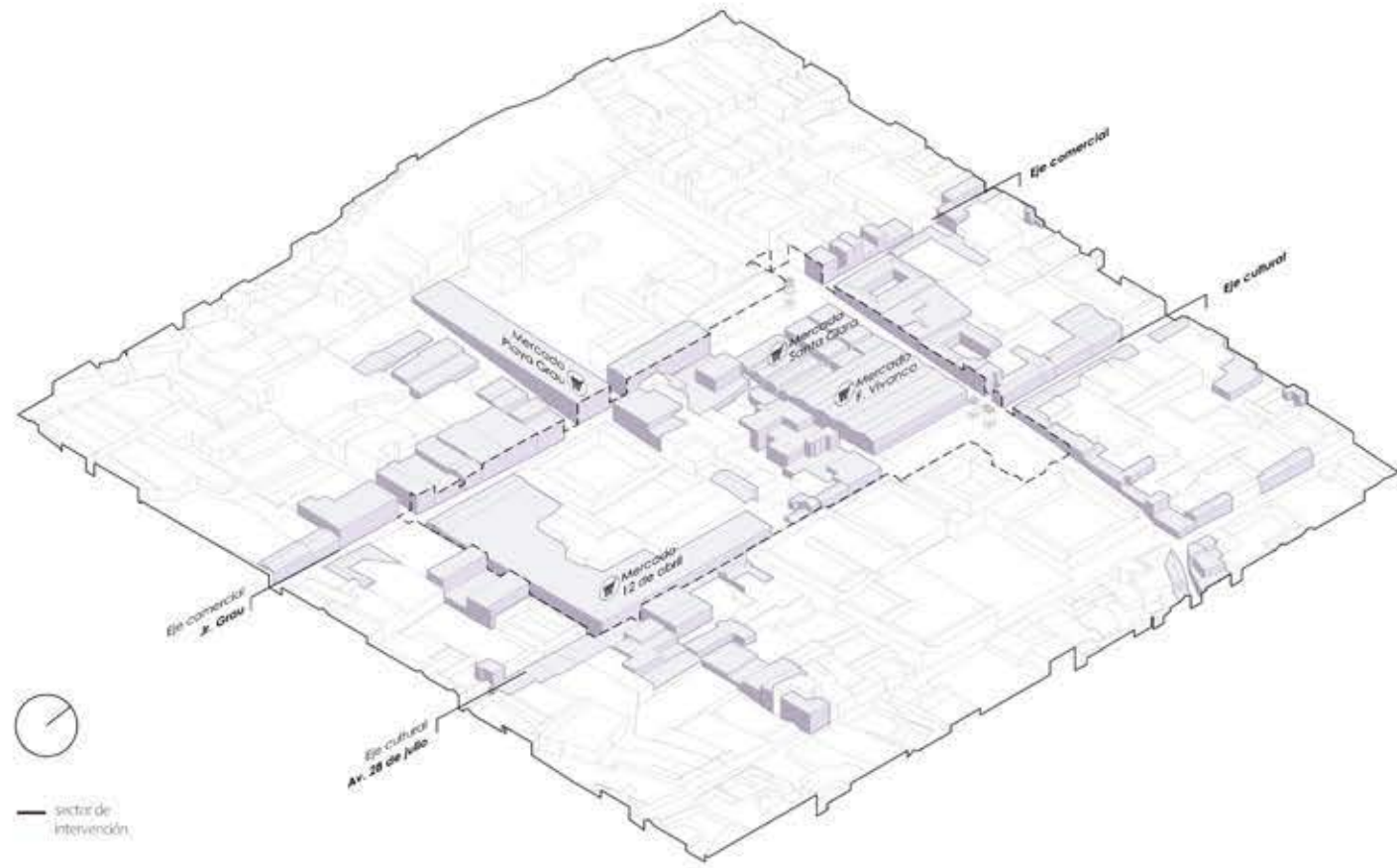


Figura 18. Identificación de variables / Comercio - elaboración del autor



Figura 19. Comercio ambulante en Mercado F. Vivanco - elaboración del autor

Dirigidos por el eje cultural del damero de Pizarro hacia el núcleo comercial, podemos encontrar la diversidad de cafés, restaurantes, farmacias y tiendas que podemos encontrar tan solo a dos cuadras desde la plaza de Armas, incluyendo iglesias cuyos atrios se convierten en plazuelas precisas para la mercadería de cualquier ambulante que decida ubicarse en en dicho lugar.

A medida que uno va avanzando hacia el ingreso demarcado por un monumento cultural, llamado Arco del Triunfo, se puede observar la apropiación de la calle por los ambulantes, encontrando algunos con balanzas, quienes cobran por pesar; otros que venden medicina natural, y otros vendiendo ropas y accesorios, corriendo riesgo de fiscalización.



Figura 20. Mercado 12 de abril - elaboración del autor

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

COMERCIO Sistema

- M. F. Vivanco
- M. 12 de Abril
- M. Playa Grau
- M. Santa Clara

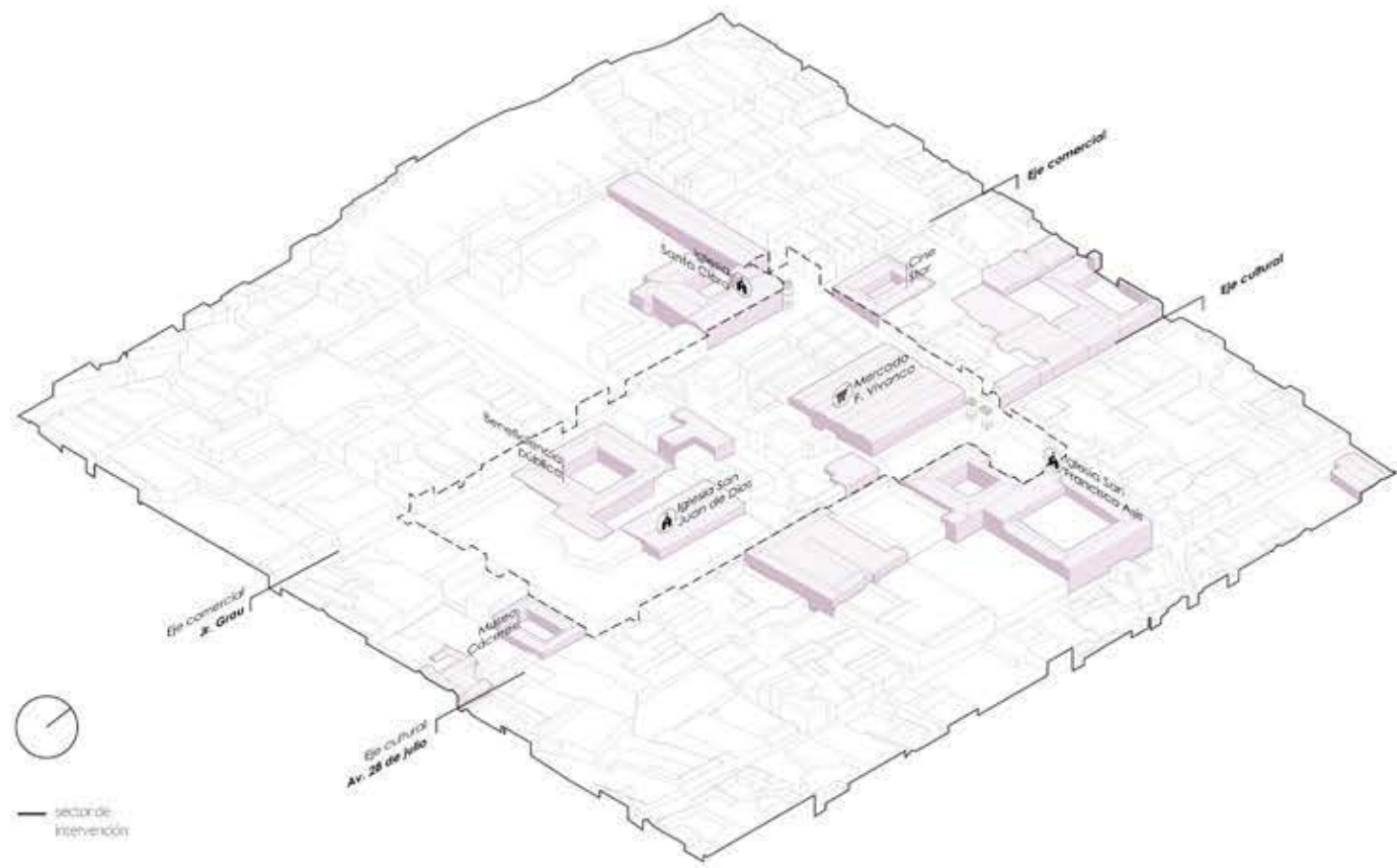


Figura 21. Identificación de variables / Patrimonio - elaboración del autor



Figura 22. Basílica Catedral de Huamanga - Carré 1545

Al ubicarnos en esta parte de la ciudad, se puede observar una buena cantidad de arquitectura de la época colonial hecha en piedra, y algunas más antiguas en adobe.

Se pueden encontrar casas patio o “casonas” de tipología en E o L, que fueron reconvertidas a otros usos, como cafés o restaurantes, devolviéndoles el protagonismo que tenían en la ciudad.

Un dato curioso adicional, pues el primer mercado de Ayacucho, llamado “Mercado F. Vivanco Amorin”, en honor a su fundador, cuya calle también lleva el nombre (figura 20), ha sido considerado patrimonio cultural de la nación, otorgándole este título a una edificación finalizada en 1902.



Figura 23. Casona de la Prefectura - Archivo de Huamanga

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

PATRIMONIO

Histórico + Cultural

- Mercado Central
- Casonas y Museos
- Iglesias y Conventos

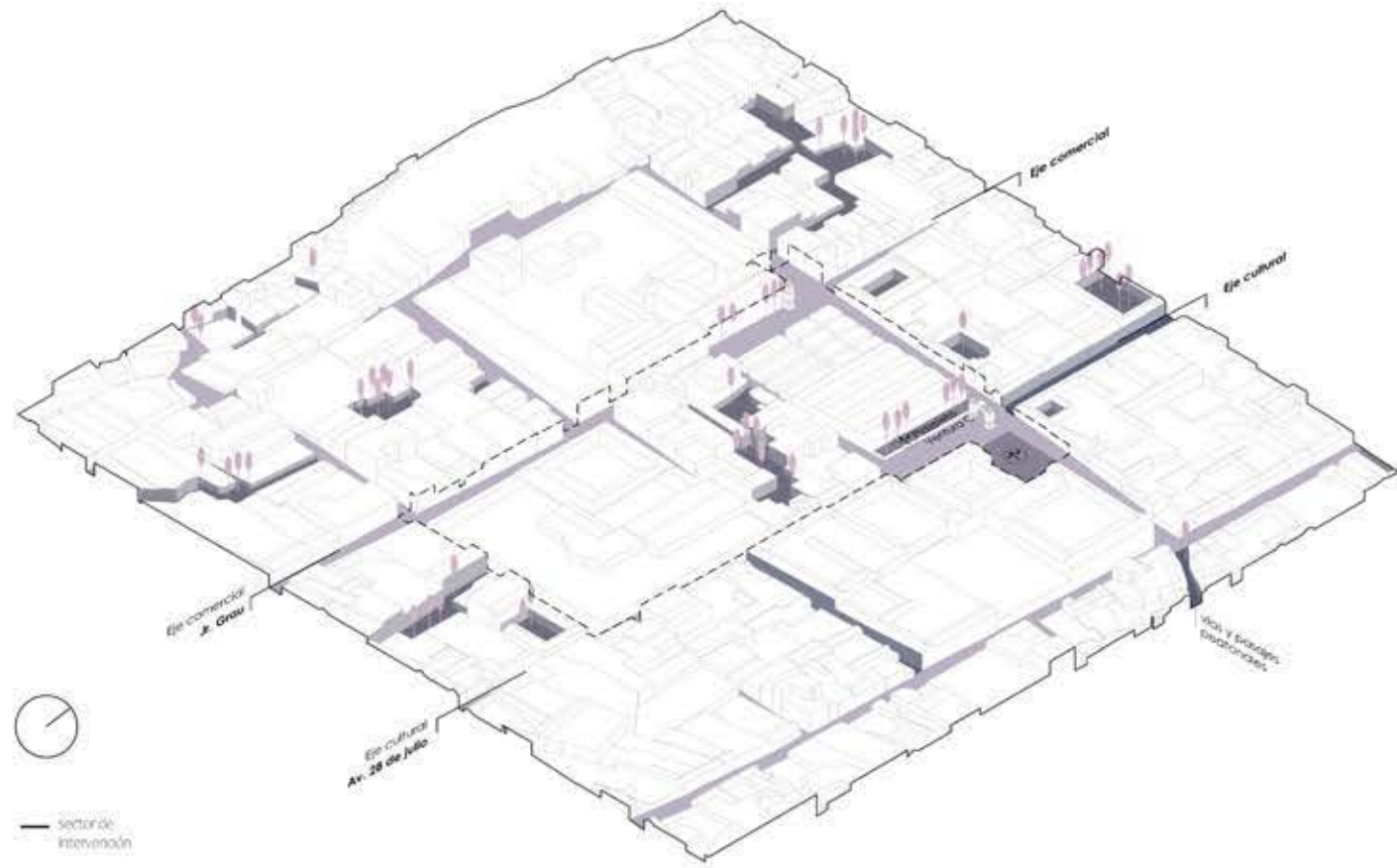


Figura 24. Identificación de variables / Esp. Público - elaboración del autor



Figura 25. Jirón Grau - google fotos



Figura 26. Avenida 28 de Julio

Finalmente, se identifica la ausencia de vegetación en las vías de la ciudad e incluso en los ejes principales que la conforman estando en un centro histórico, sin embargo, estas se encuentran subsistiendo, en algunas casonas que han sido renovadas y reconvertidas al comercio, incluyendo cultura de la región y gastronomía como parte de esta suerte de boulevard en la Av. 28 de Julio, casonas donde resaltan en su interior grandes árboles de la antigüedad, y a las que uno tiene que entrar si pretende descansar.

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

ESPACIO PÚBLICO Interiores y Zaguanes

- Plazas
- Patios internos
- Via peatonal
- Bosque natural



Figura 27. Identificación de variables / Memoria



Figura 28. Acueducto Sotoq Checa - Carré 1545



Figura 29. Rio Alameda - Carré 1926

Recuperando la identidad de la ciudad, partimos del análisis del tejido urbano, encontrando en ellos secciones que aluden a antiguos canales que cruzaban la ciudad y que ahora son manzanas irregulares dentro del casco histórico.

Además cabe resaltar la presencia de la quebrada Sotoq Chaca donde antiguamente se trasladaba agua, pero actualmente es un basural de un río seco; y la presencia del río Alameda que cada se queda con menos caudal.

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

NATURALEZA

Vestigios

- Río Alameda
- Quebrada
- Canales y acequias



4

DETONANTES DEL COMERCIO

Problemas y oportunidades

PROBLEMAS

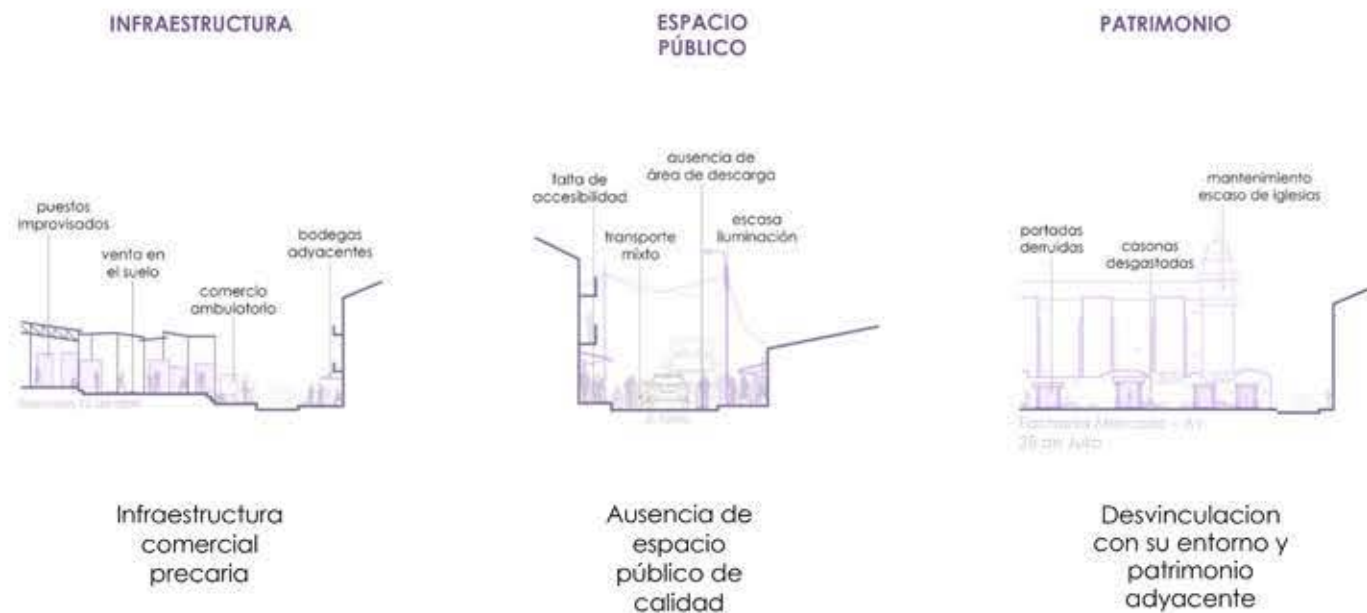


Figura 31. Diagramas de problemáticas -elaboración del autor



Figura 32. Jr. Santa Clara - revista AHORA

PROBLEMAS

1. Crecimiento del **comercio desordenado** y tugarizado

A medida que crece la ciudad demográficamente y territorialmente, también aumentan las actividades comerciales, ya que este es la principal fuente de ingreso de la ciudad.

Es por ello que en la actualidad observamos el incremento del comercio ambulatorio, ya que por la misma burocracia del país y en otros caso por el elevado precio del alquiler de puestos en mercados y de tiendas, este se ve reflejado principalmente en los sectores comerciales de la ciudad, como en el centro histórico.

PROBLEMAS

2. Desvalorización de la **arquitectura patrimonial**

Los elementos patrimoniales tales como las casonas, conventos e iglesias; se han deteriorado a lo largo del tiempo, ello se debe a la ausencia de mantenimiento y preservación por parte de la Municipalidad, y además por el desinterés que origina el mismo en la población, y por ende, cambiar su cultura. Generando de esta manera solo el desinterés de esta arquitectura y la poca concientización que se realiza hacia los vestigios y la memoria de la ciudad.



Figura 33. Convento e iglesia Santa Clara - elaboración del autor



Figura 34. Av. 28 de Julio - elaboración del autor

PROBLEMAS

3. Ausencia de **espacios públicos** de calidad.

Finalmente, es el espacio público el que queda rezagado en la evolución de la ciudad, ya que a pesar de crecer en modernidad y económicamente, aunque informal, este se quedó estancado en el tiempo, careciendo de vegetación que acompañe las vías principales en un centro histórico, ausencia de mobiliario y zonas de descanso para quien va a los sectores comerciales, donde se genera mayor actividad; y la falta de espacio para situaciones feriales, por lo que toman la calle, además de veredas angostas para el gran flujo de personas que acuden a dicho sector.



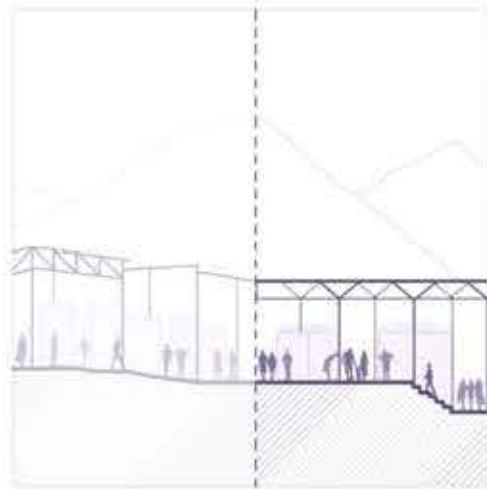
Figura 37. Hipótesis del proyecto.

5

PLAN INTEGRADOR

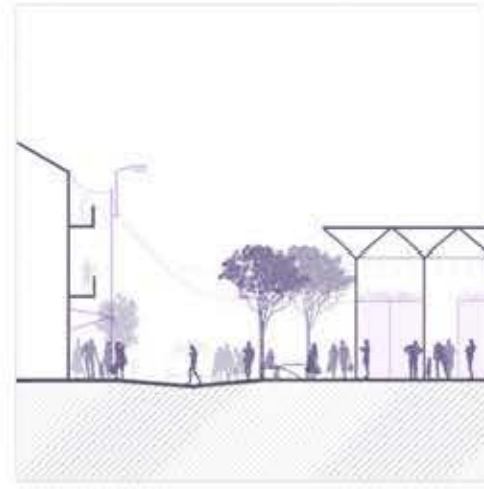
¿Qué necesita la ciudad?

REFORMULAR



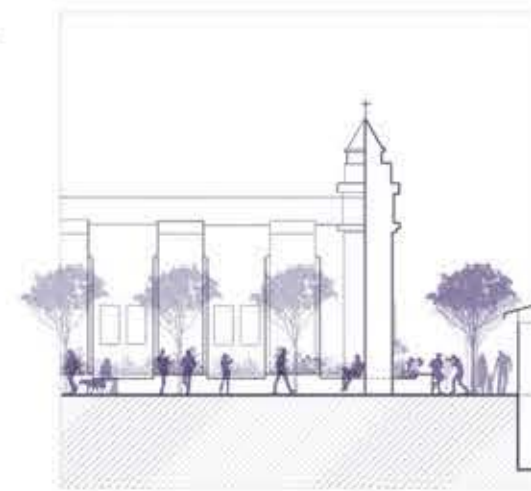
El concepto y sistema del
"hacer mercado"

REINTEGRAR



El comercio con el espacio
público inmediato

REVALORAR



La identidad y el carácter
comercial de la región

SITUACIÓN ACTUAL

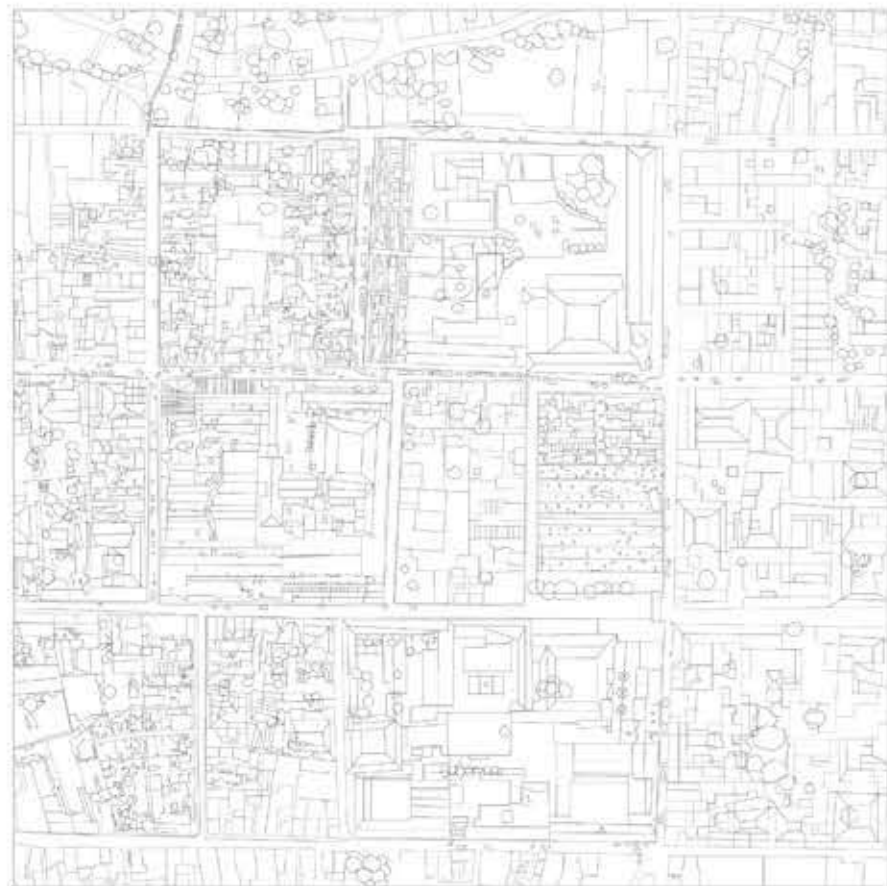


Figura 39. Calco actual - elaboración del autor

REINTERPRETAR

1. Estableciendo un espacio público abierto como plaza para la realización de actividades comerciales.

2. Diferenciando los puestos de venta por módulos permanentes y móviles, y reubicándolos en áreas controladas.

3. Sectorizando los giros de venta y agrupándolos de acuerdo a su compatibilidad.

4. Generando zonas de estar y ocio dentro del mercado abierto, con el cumplimiento de condiciones de salubridad y protección climática.

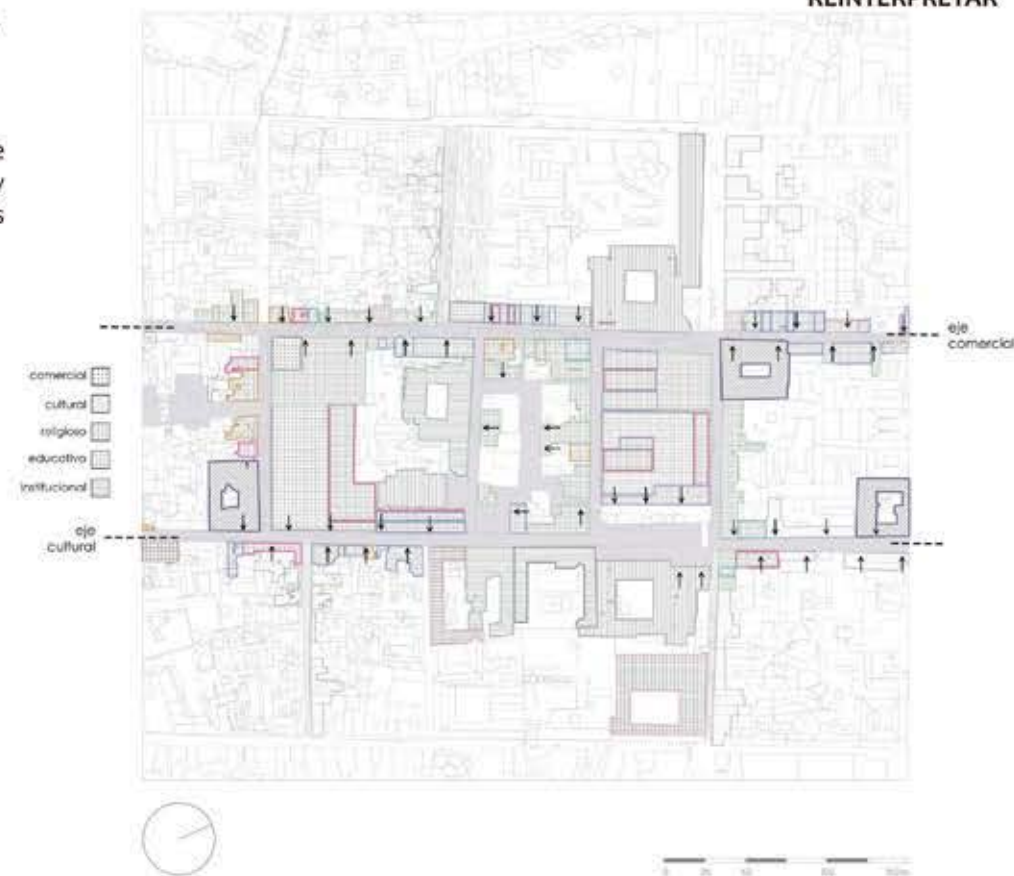
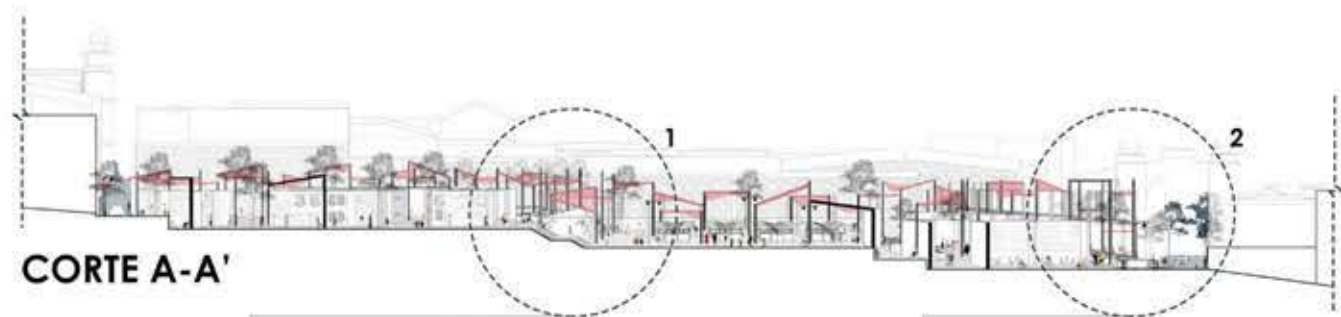
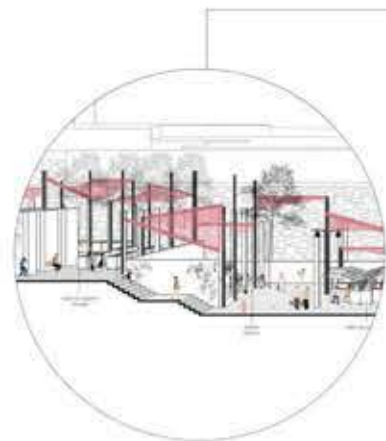


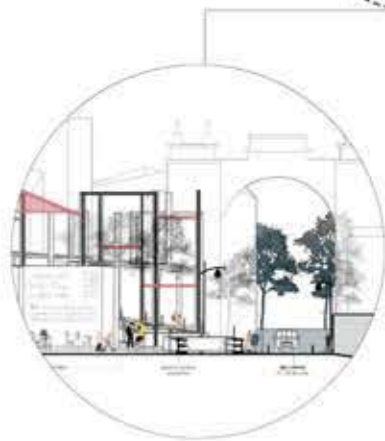
Figura 40. estrategia 1 - elaboración del autor



CORTE A-A'



1. Ropas y calzado +
Patio de comidas



2. Galería
expositiva
artesanal +
Talleres
educativos

1. Consolidando el sector como un sistema comercial integrado mediante un circuito de compra.

2. Generando pasajes peatonales a modo de boulevares comerciales.

3. Rediseñando las secciones de vía para el paseo peatonal y ubicación de comercio temporal.

4. Estableciendo puntos de acopio de residuos y zonas de descarga de productos.

5. Integrando el comercio de la calle y local mediante una cubierta, como referencia visual y protección climática.

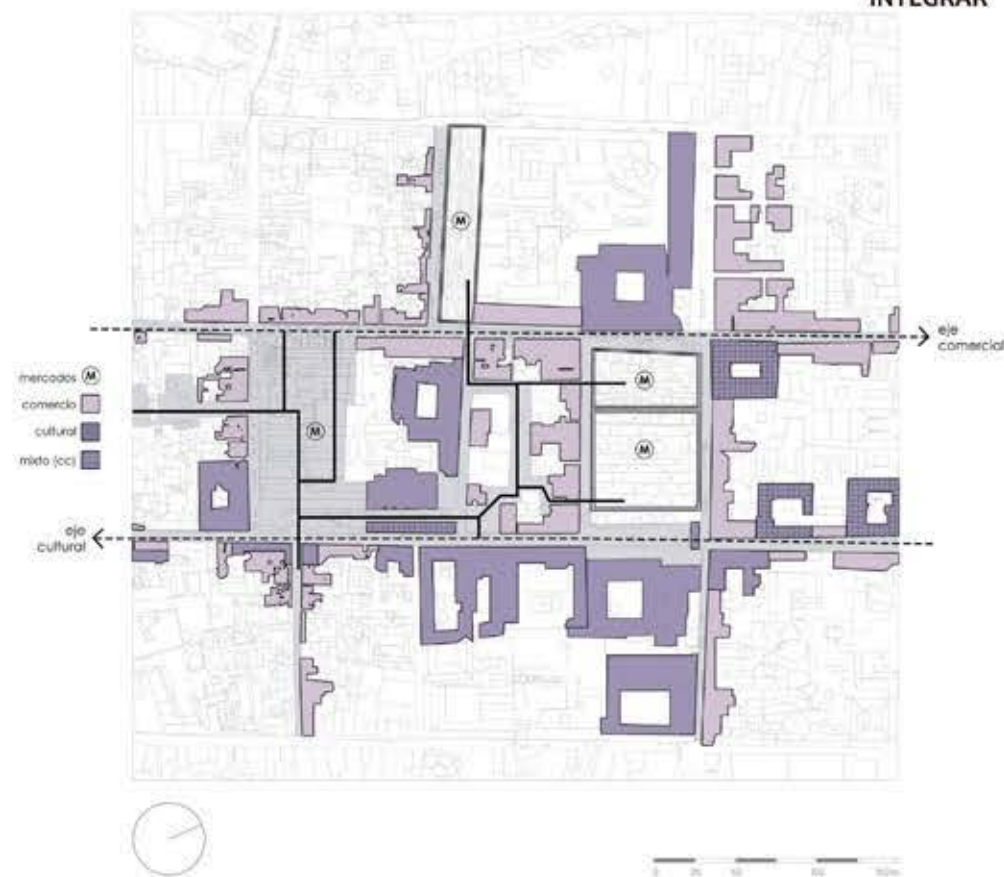


Figura 42. estrategia 2 - elaboración del autor

VINCULAR

Referente:

Laboratorio para la ciudad. Transformación del Mercado de Montería en contexto con su Centro Histórico

El proyecto plantea la integración de dos zonas aisladas en Montería, donde se plantea resolver el problema. La propuesta entendió el proyecto como un instrumento de estrategia urbana para un desarrollo sostenible del Centro Histórico, donde el componente del espacio público y el paisaje constituyeron sus elementos estructurales. Por lo tanto ésta propuesta estratégica consideró el Centro Histórico como pieza fundamental, lo que determinó el trabajo para su recuperación.



Figura 43. Vista del proyecto

1. Visibilizar los vestigios como elementos del espacio público.
2. Implementando especies endémicas.
3. Consolidando el Jr. Grau como eje comercial
4. Adquiriendo el programa comercial artesanal para la implementación de talleres, y generar un ciclo productivo y de consumo

FORTALECER



Figura 44. estrategia 3 - elaboración del autor

FORTALECER

Referente:

Mercado y espacio de exposición en Schiltigheim / Dominique Coulon & associés

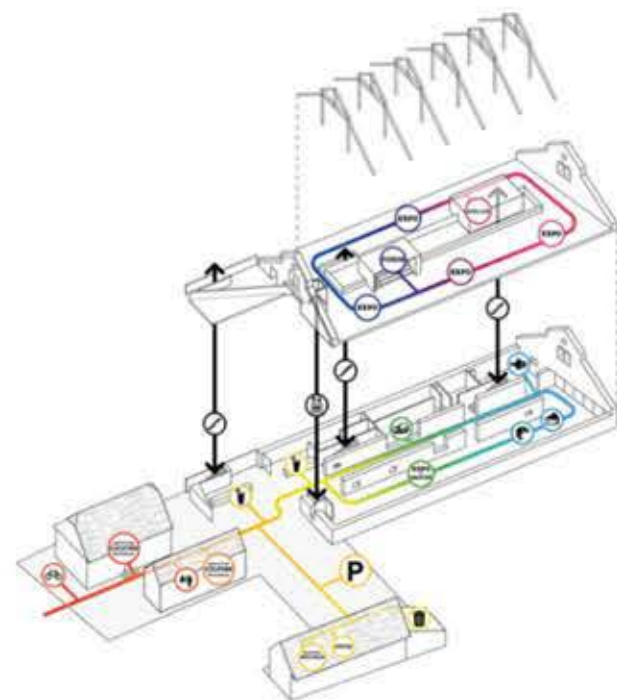


Figura 45. Diagrama del programa

PROGRAMA



Figura 45. organigrama del proyecto - elaboración del autor

El proyecto se ocupa de rehabilitación sustancial de dos maneras: la emblemática ubicación en el centro histórico de la ciudad ha adquirido una nueva vida, mientras que su patrimonio arquitectónico e integridad se han conservado. Su programa mixto y el pasaje que crea le otorgan el estatus de espacio público, acomodando un mercado, espacios para comerciantes, un área de exhibición y un

6

"HACER MERCADO"

El plan maestro integra la zona comercial a través de la apertura de pasajes peatonales a modo de boulevares, y cose el espacio publico vial existente con estas nuevas formas de llegar. Además, de acuerdo a la concentración por venta y estancia de los consumidores, se plantean tres paradas principales, siendo la más importante la parada B, dado que este presentará al mercado como un espacio público abierto y comercial.

Por último, se consolida el Jr. Grau como eje comercial y se incluye vegetación arborea de la región con los vestigios de canales, ahora usados como iluminación terrestre, como guía.

Figura 46. Master Macro - elaboración del autor

PROPUESTA MACRO

PATRIMONIO
Histórico + Cultural



NATURALEZA
Vestigios



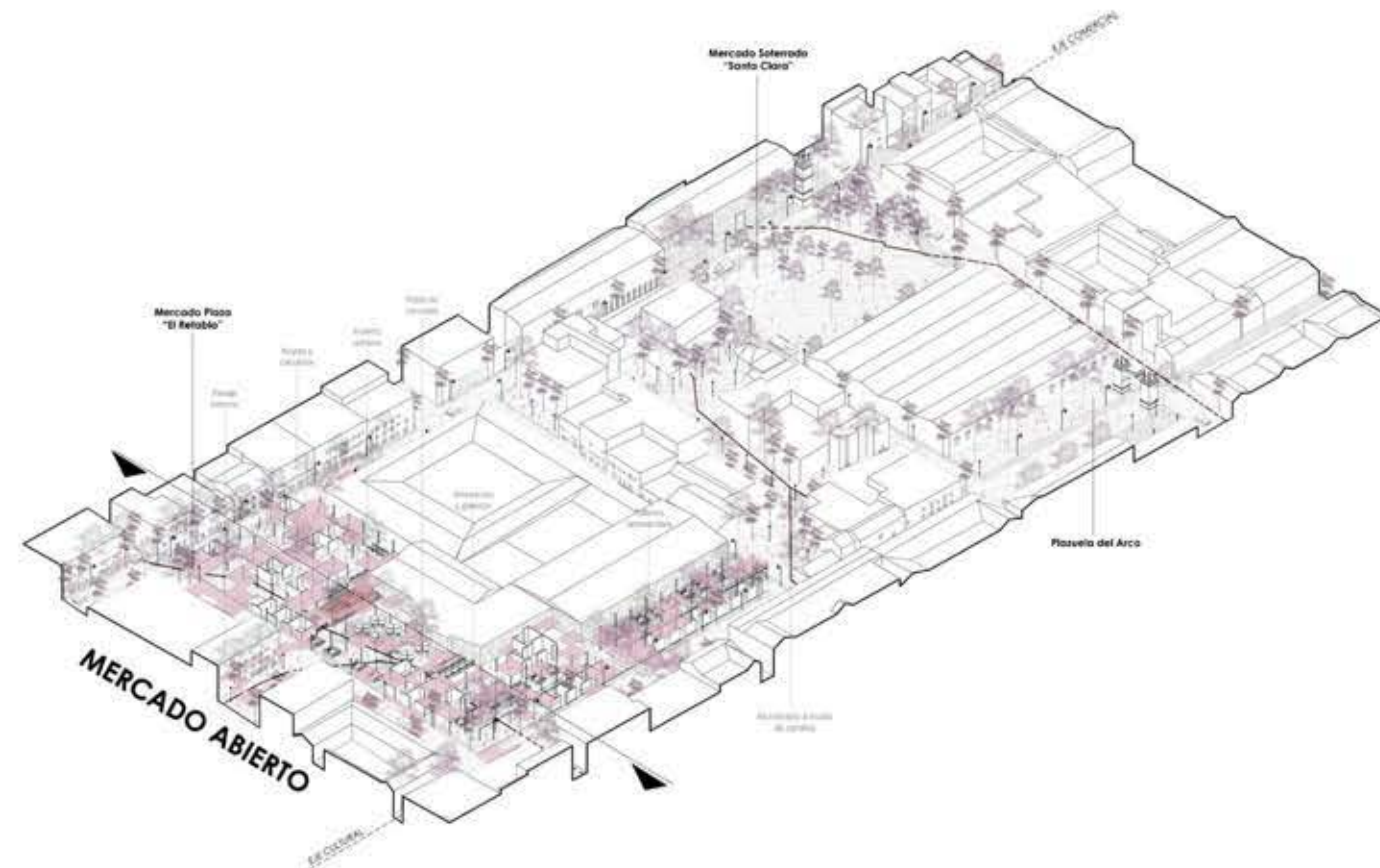
COMERCIO
Sistema



ESPACIO PÚBLICO
Interiores y Zaguanes



Se plantea el mercado abierto como integrador del comercio con el espacio público, no solo hacia el eje comercial, sino hacia las vías alternas y pasajes interiores. Además, presenta estructuras y módulos de venta permanentes (carnes, verduras, cereales, animales) y otros itinerantes con zonas de almacenaje; todo ello resguardado bajo una cobertura difusa que tendrá función de sol y sombra.



Se implementan áreas comunes como patios de comidas con función de día completo y el huerto urbano como una experiencia de ir a comprar de la chacra y vivencial.

Figura 47. Master Bantál - elaboración del autor

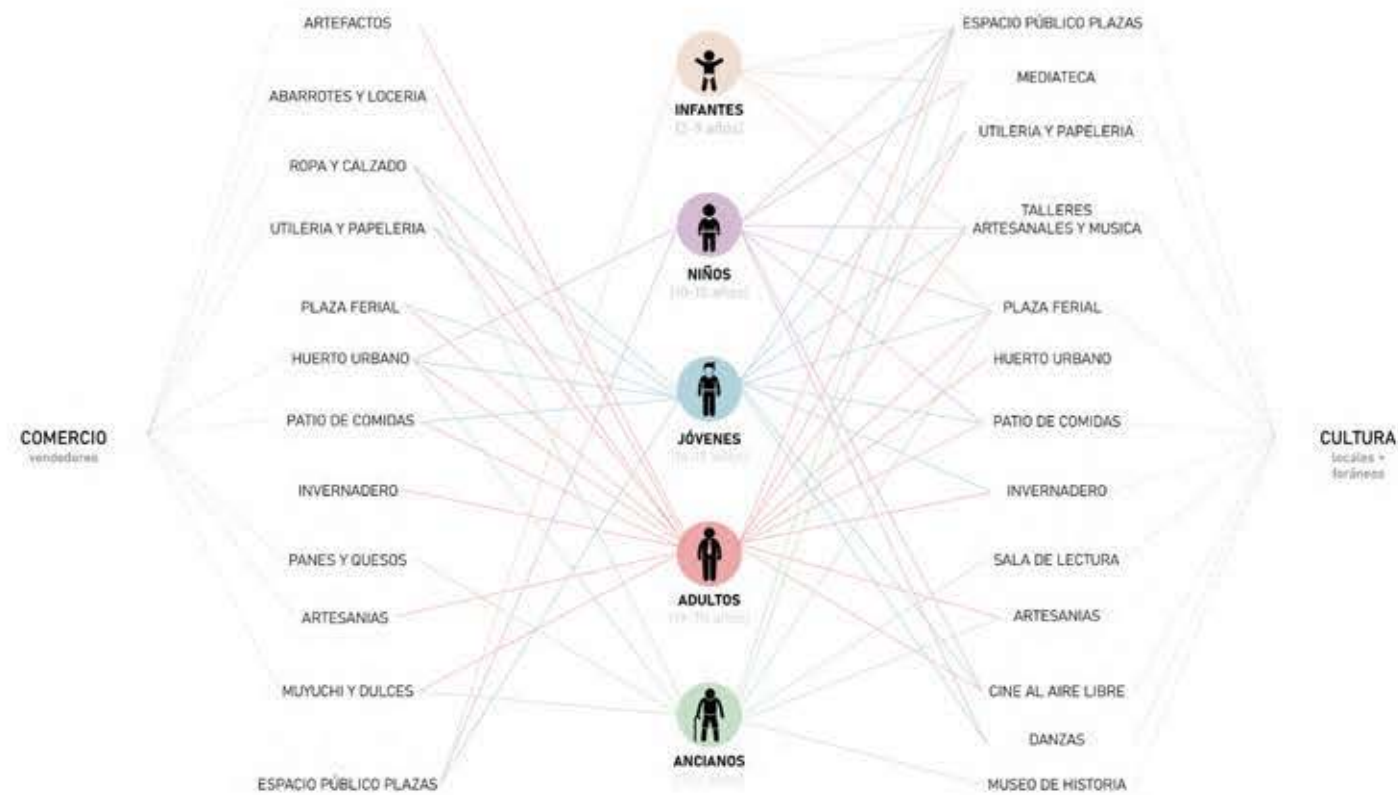


Figura 48. Agentes - elaboración del autor

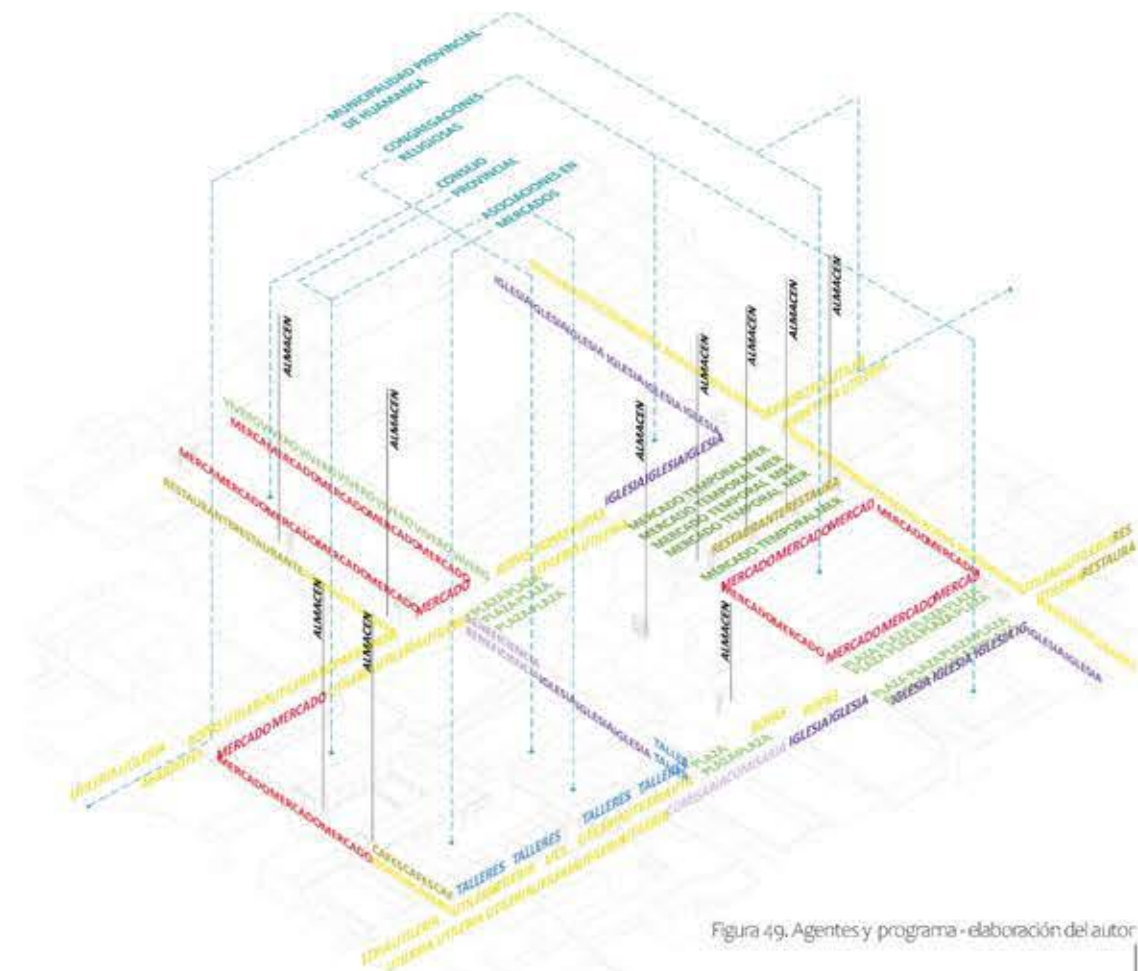


Figura 49. Agentes y programa - elaboración del autor

7

REPOTENCIANDO AYACUCHO

sistema comercial

ESTRATEGIAS

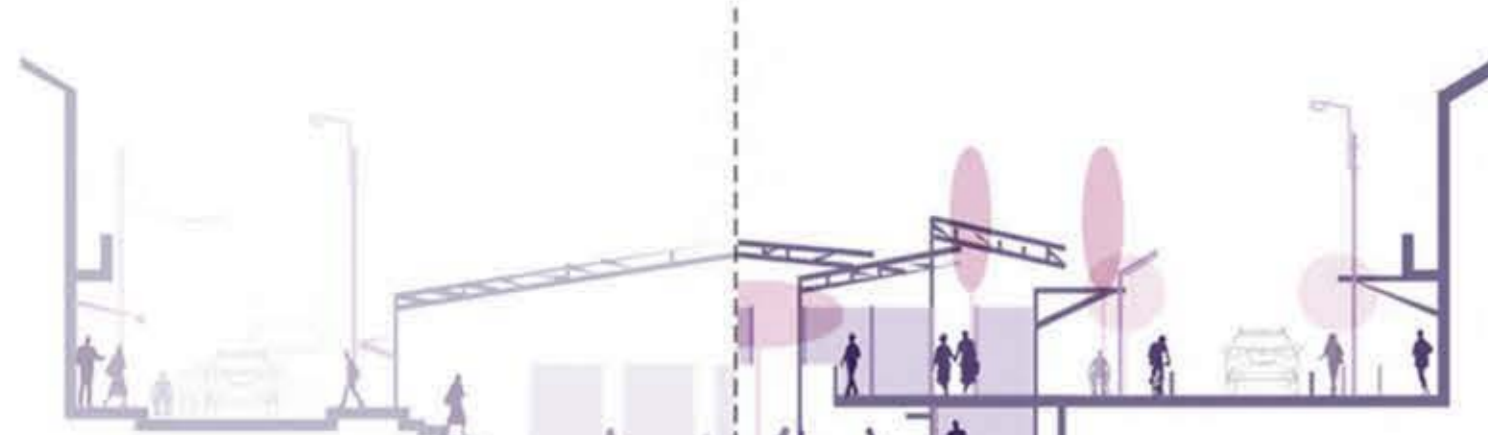


Diagrama de estrategia 1/ Fuente: elaboración propia

1 REFORMULAR
El concepto y sistema de mercado
M Mercado abierto

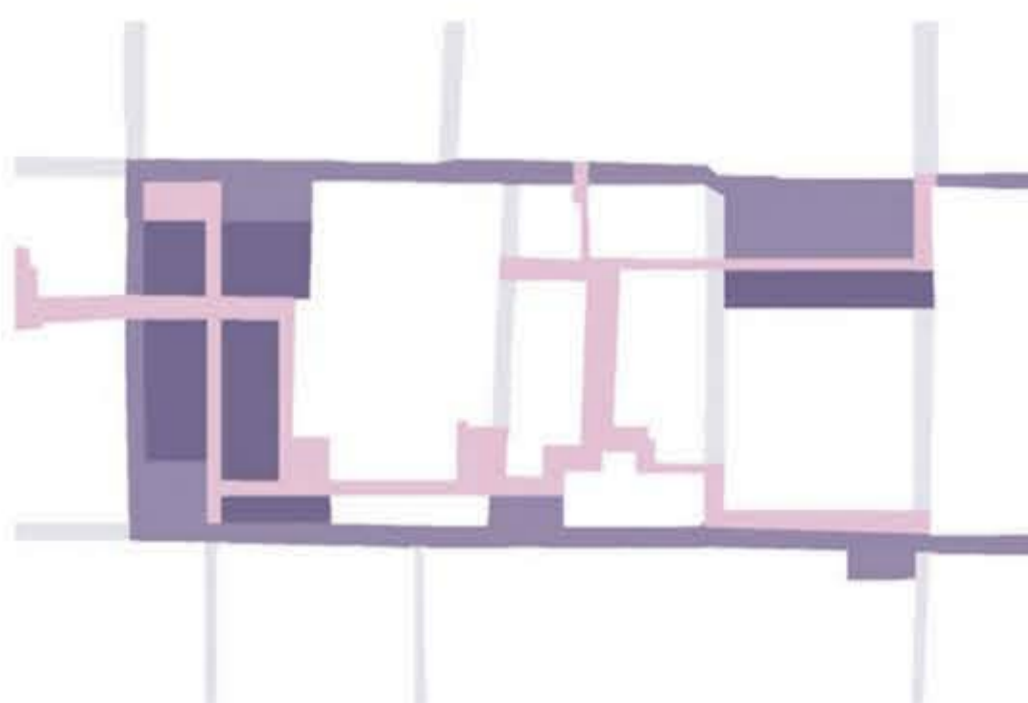


Diagrama de estrategia 2/ Fuente: elaboración propia

2 REVINCULAR
El comercio con su espacio público
M + S Sistema

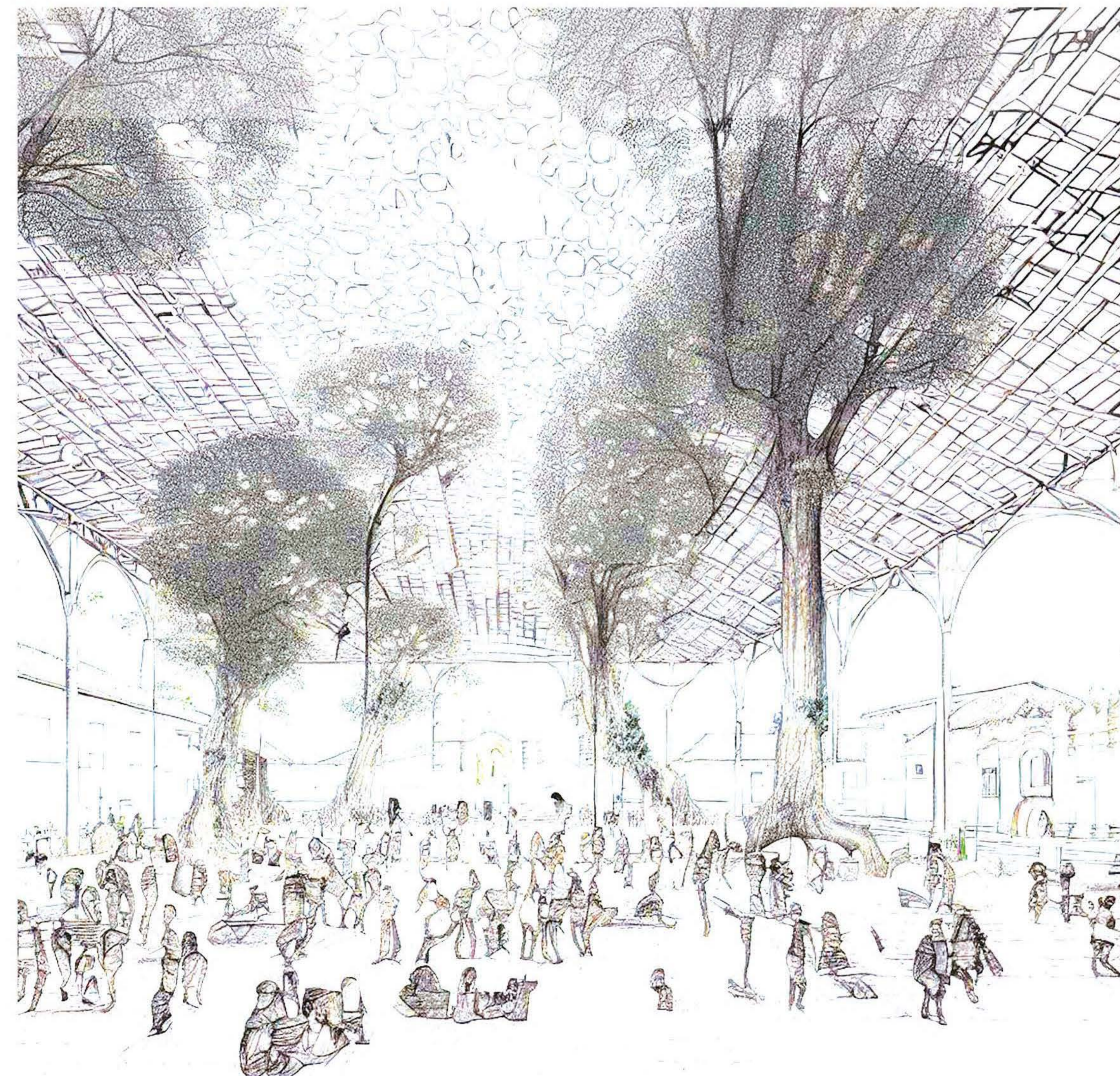


Diagrama de estrategia 3/ Fuente: elaboración propia

3 REVALORAR
La identidad comercial y cultural de la región
M + S + V Estigios

INTENCIONES MÁXIMAS

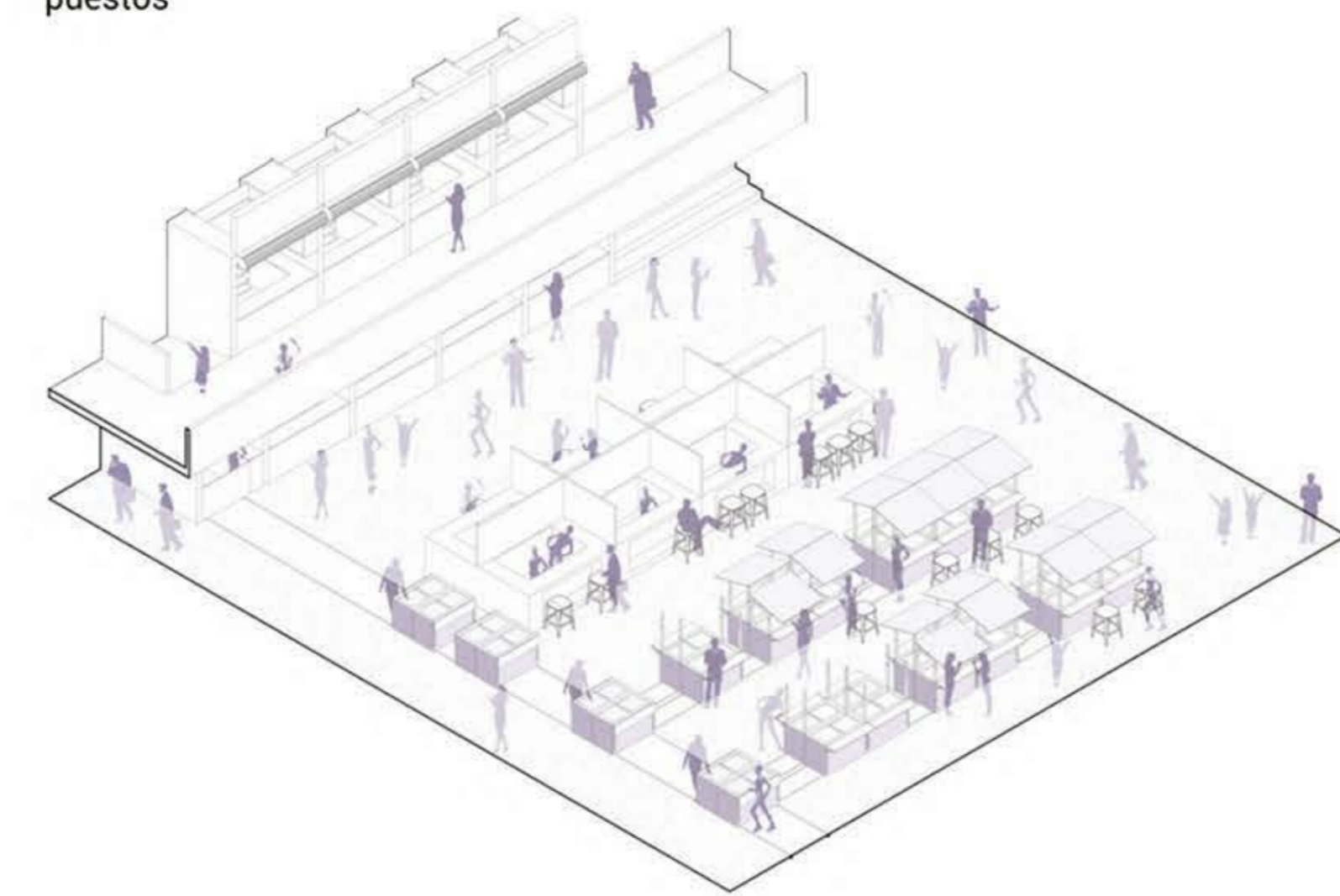
El proyecto plantea recuperar la calidad del espacio público abierto, con función de plaza ferial e itinerante, manteniendo las funciones actuales que cumple un mercado, adquiriendo parte del programa cultural que identifica a la ciudad y adaptándolo al proyecto. Con ello se pretende potenciar el comercio con una nueva tipología de mercado que recoge la memoria, la función y el confort urbano, para potenciar el comercio como actividad turística para la ciudad.



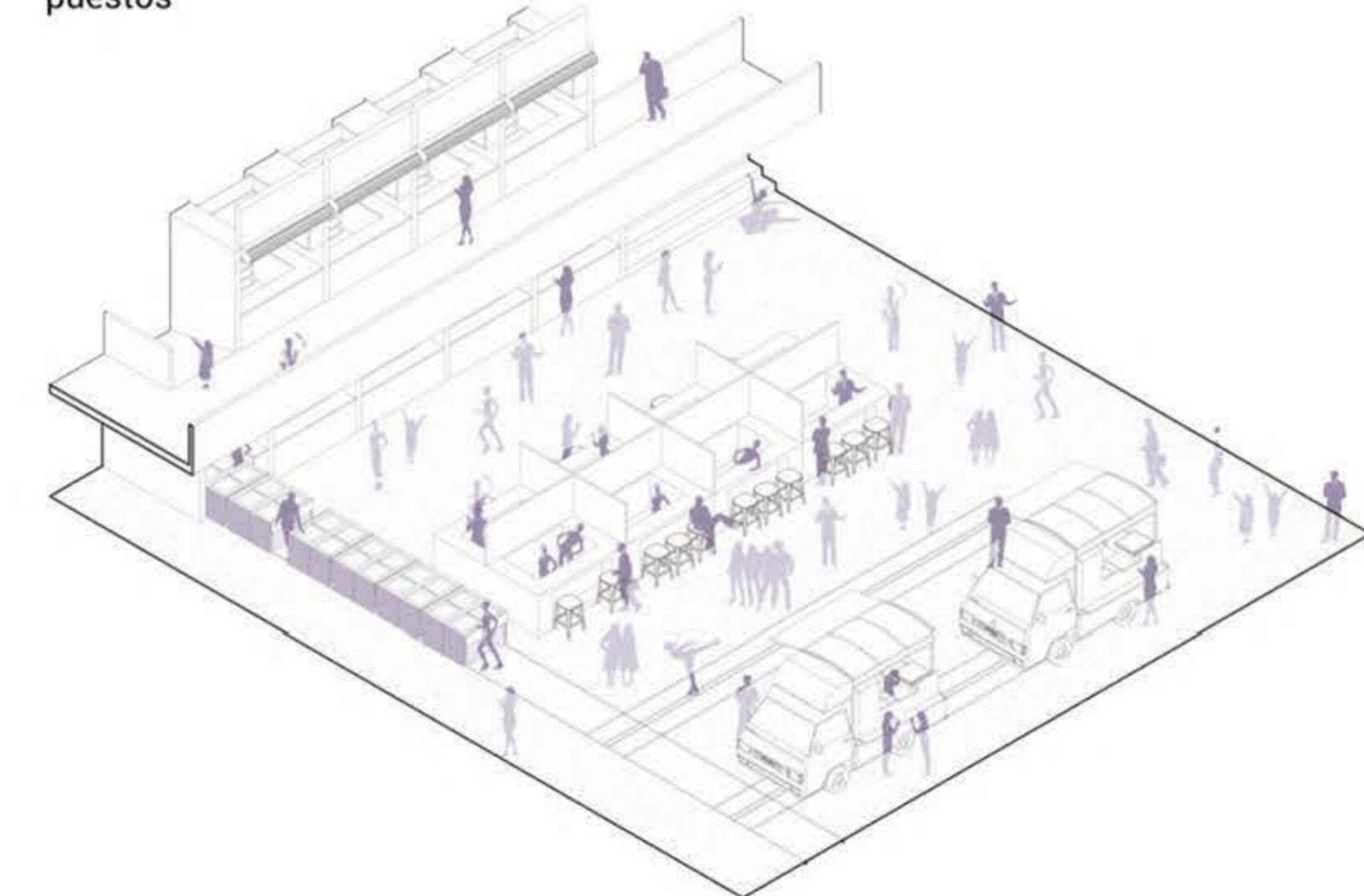
VARIABLES

¿CÓMO FUNCIONA UNA PLAZA?

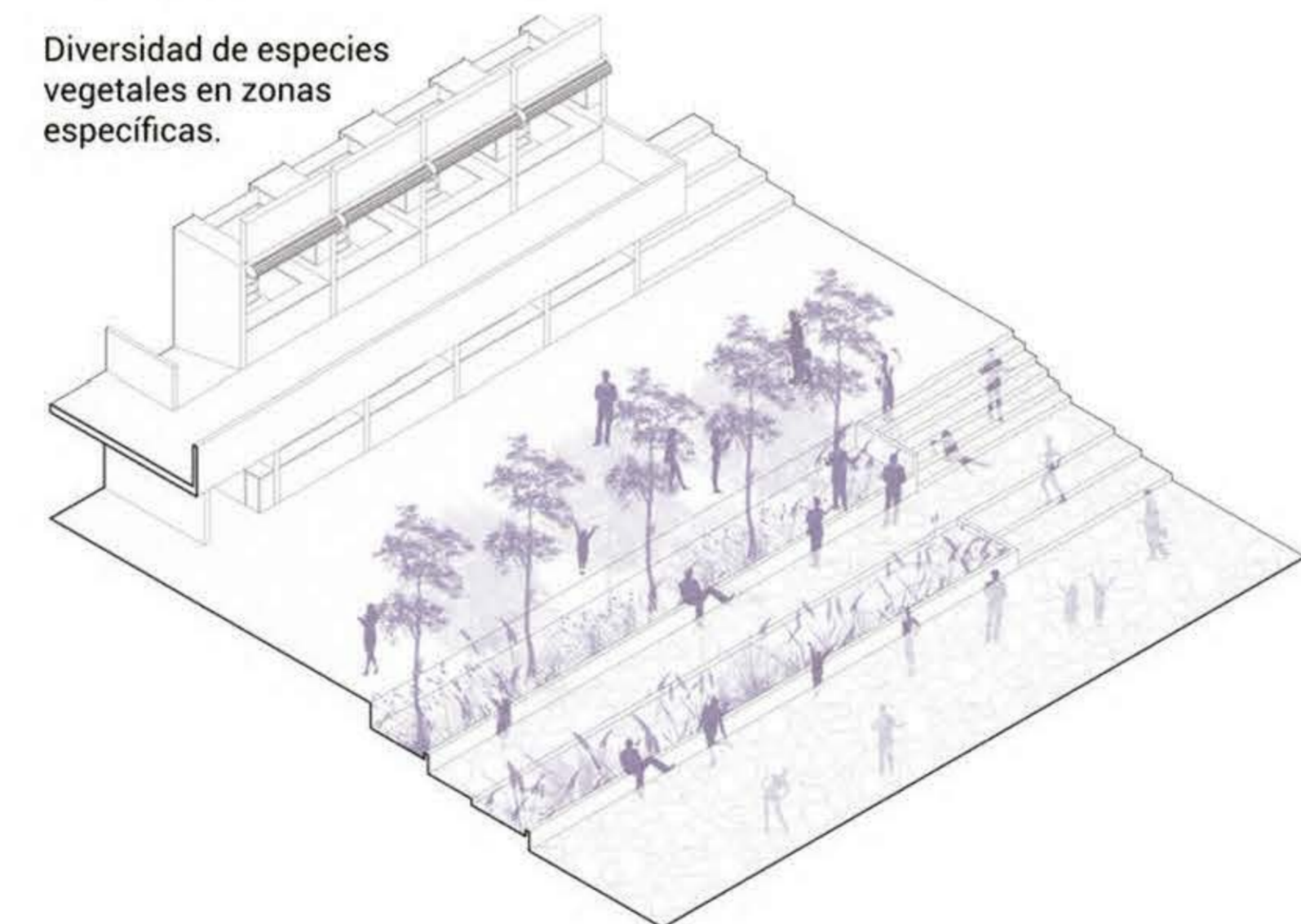
TEMPORALIDAD
Armado y ubicación de puestos



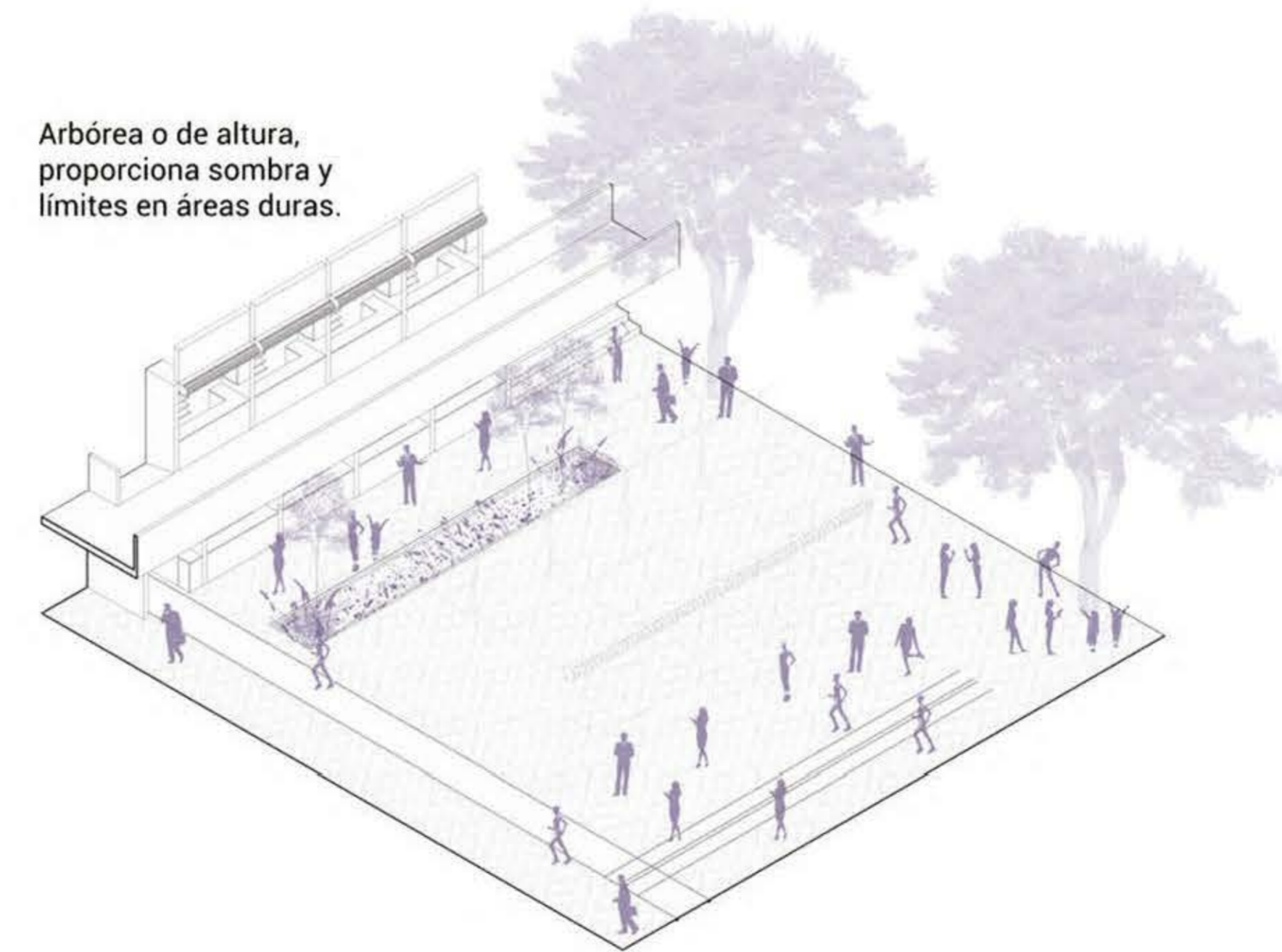
Almacenamiento de puestos



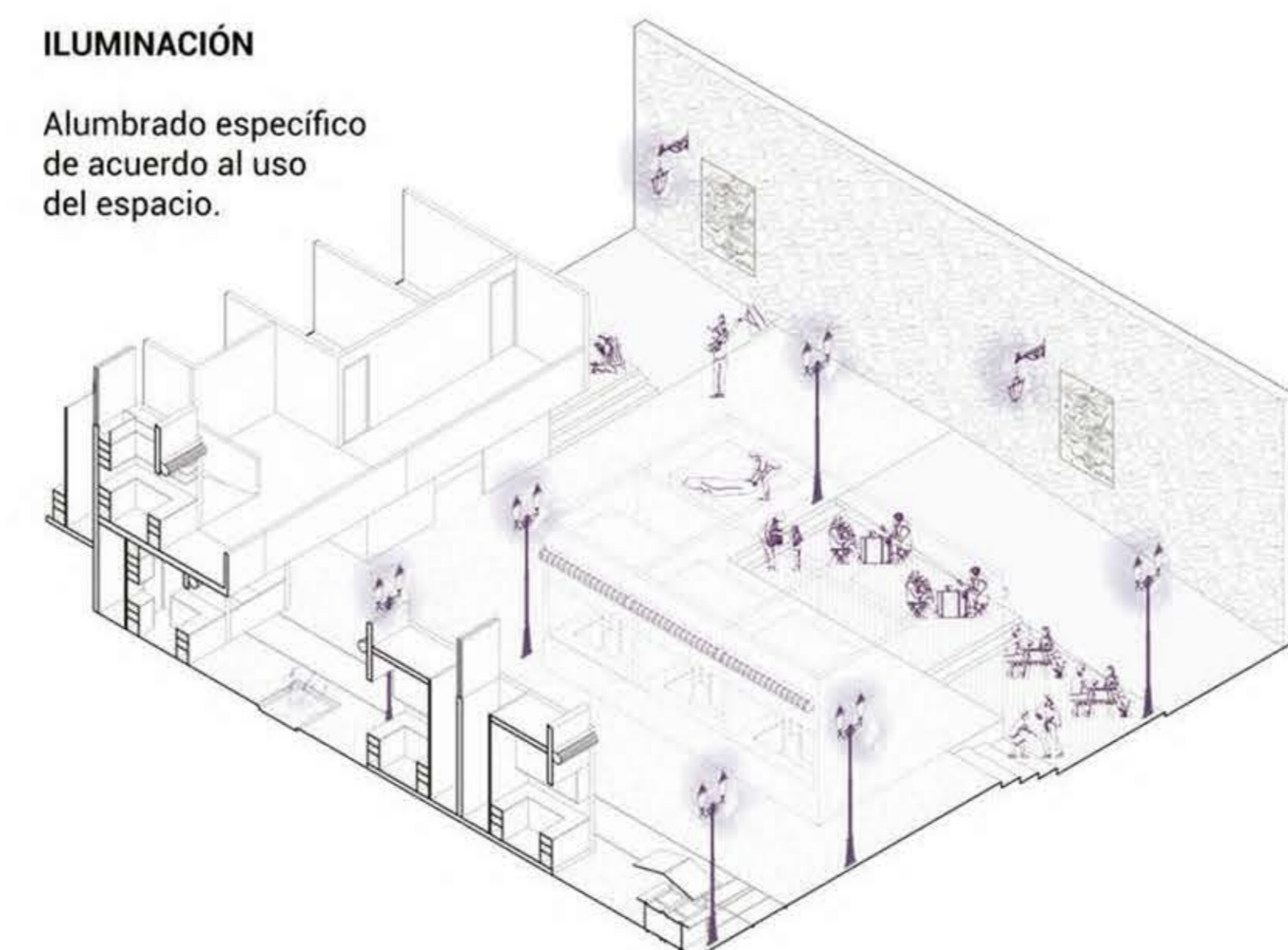
VEGETACIÓN
Diversidad de especies vegetales en zonas específicas.



Arborea o de altura, proporciona sombra y límites en áreas duras.

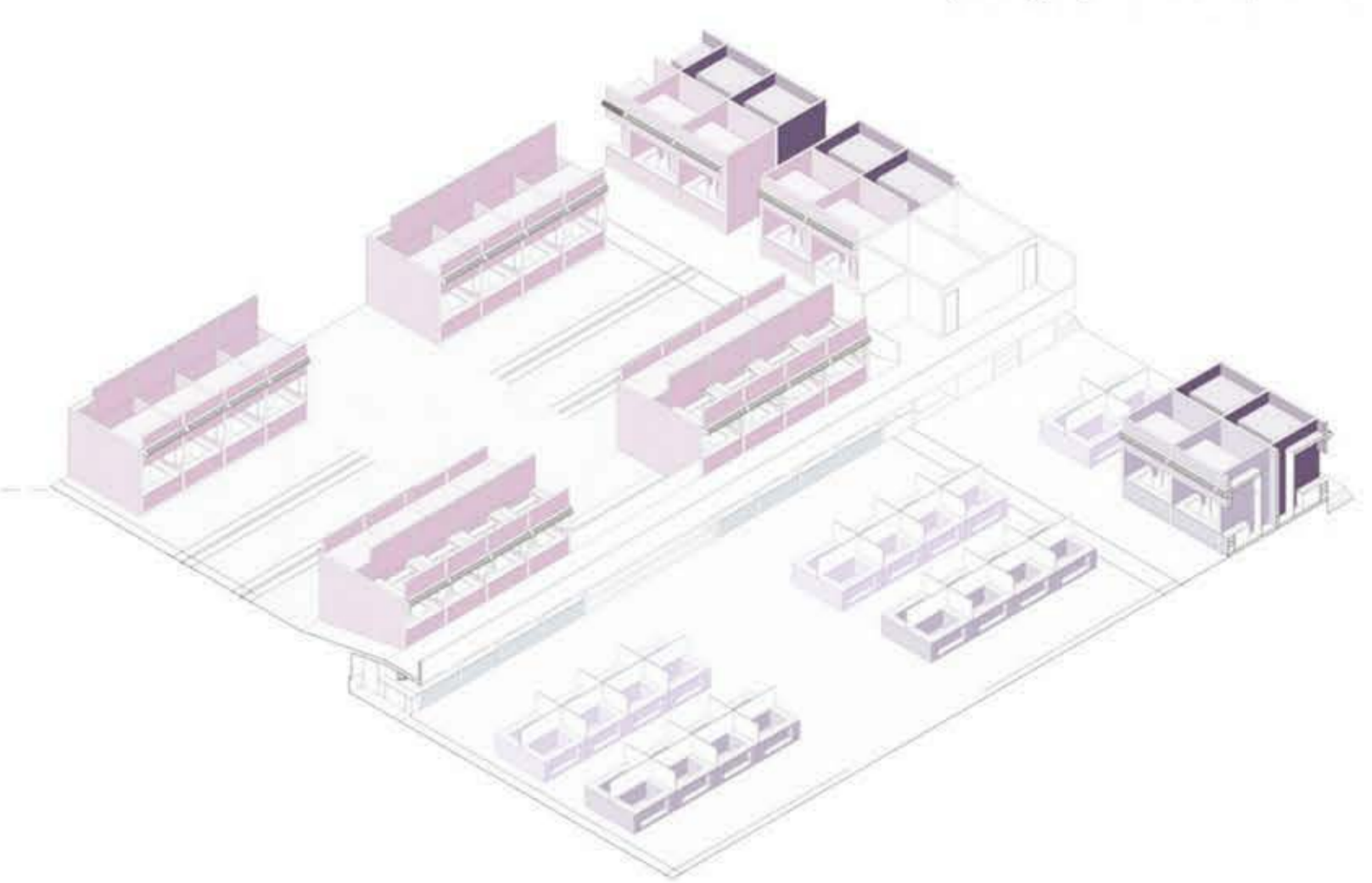


ILUMINACIÓN
Alumbrado específico de acuerdo al uso del espacio.

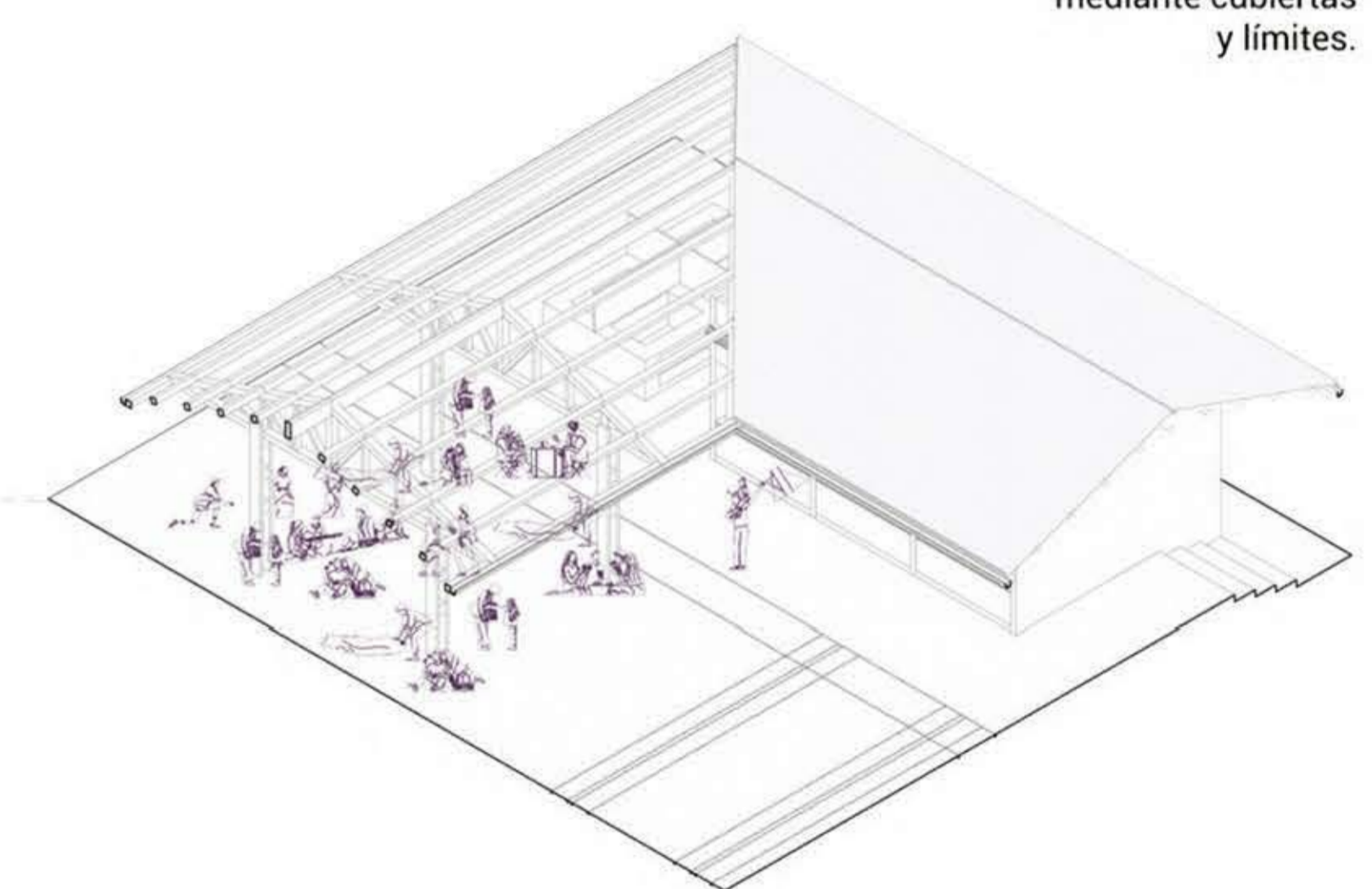


¿CÓMO FUNCIONA UN EQUIPAMIENTO?

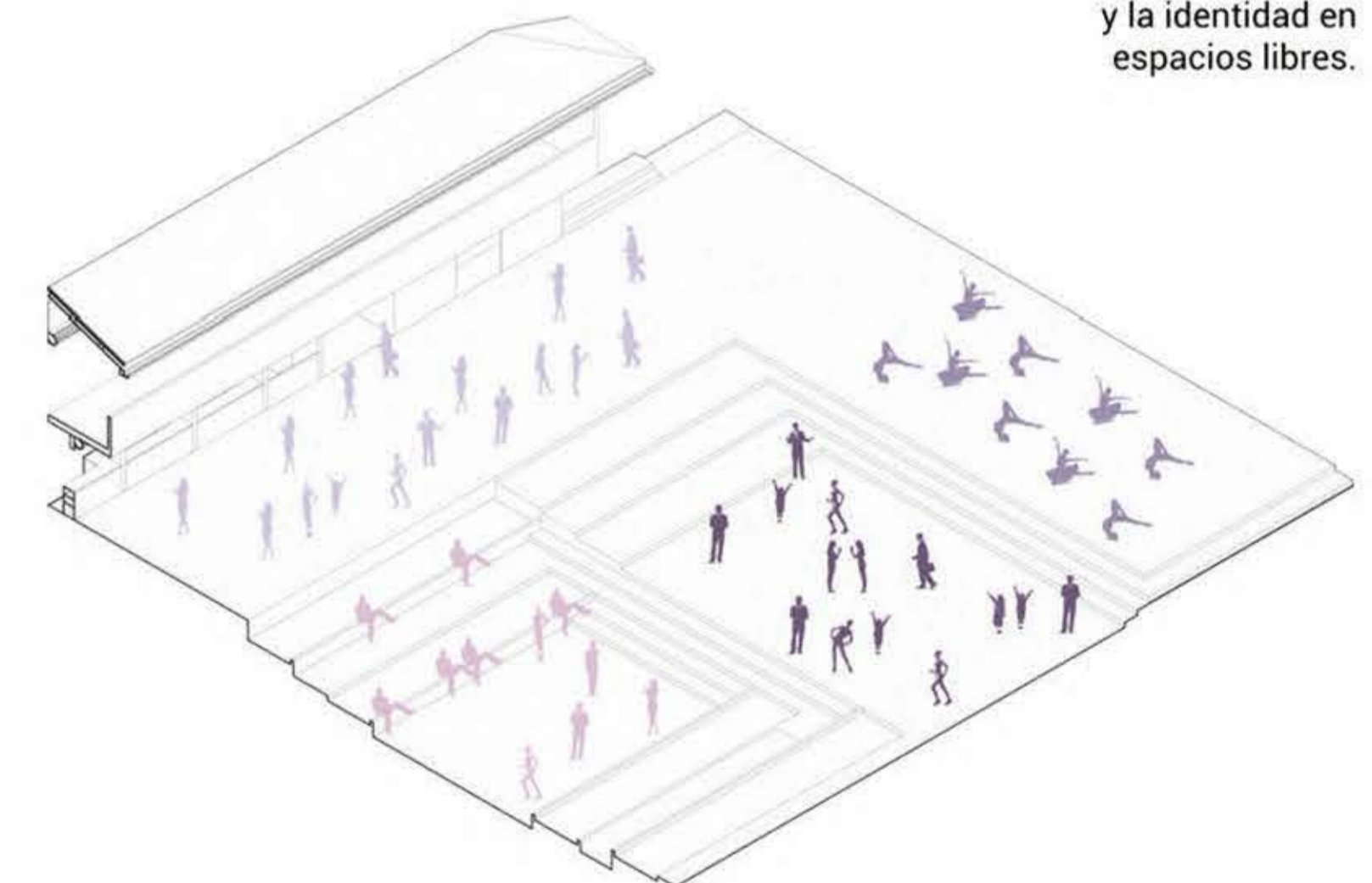
COMERCIO
Compatibilidad del programa por agrupación en plazas.



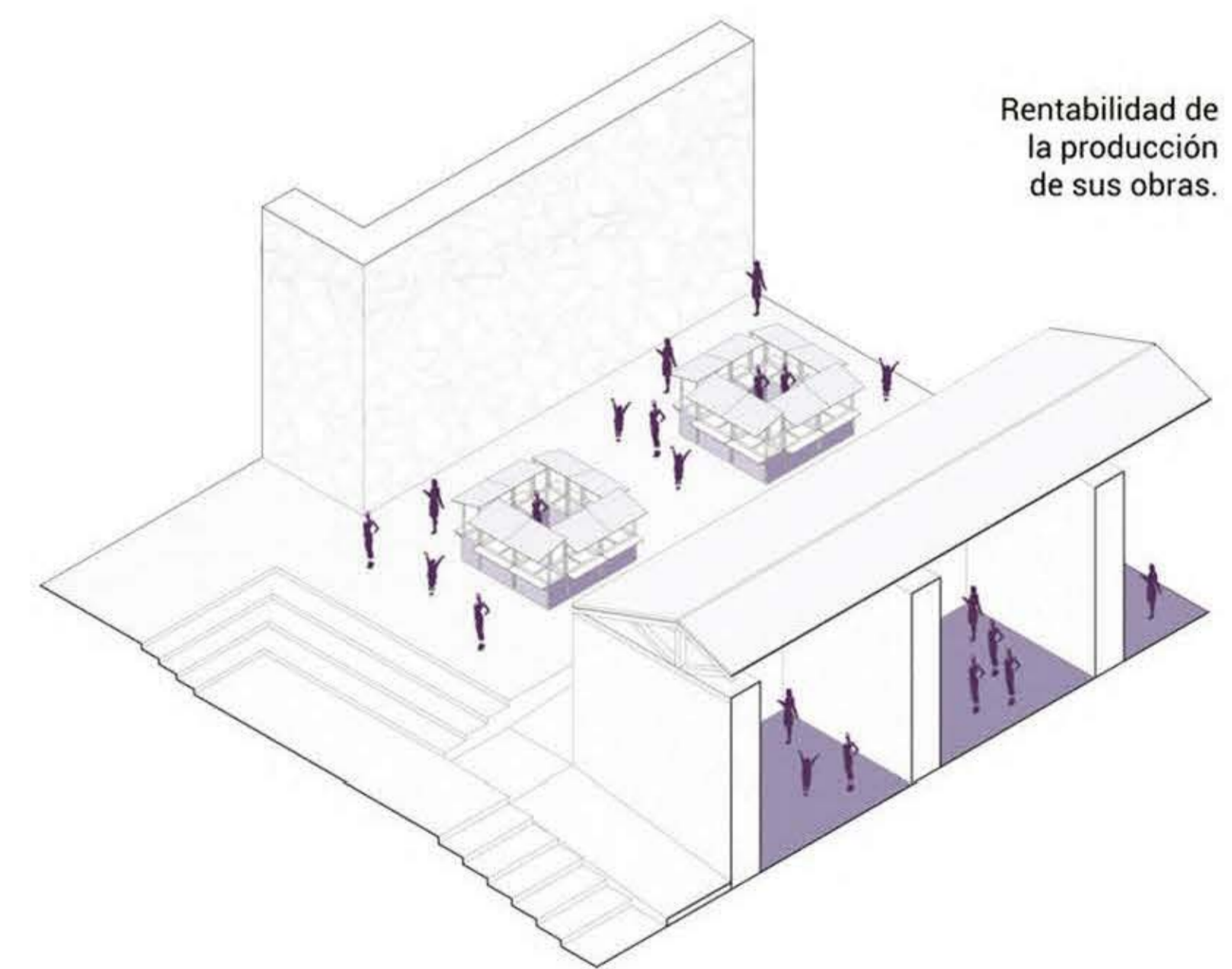
Cerramientos mediante cubiertas y límites.



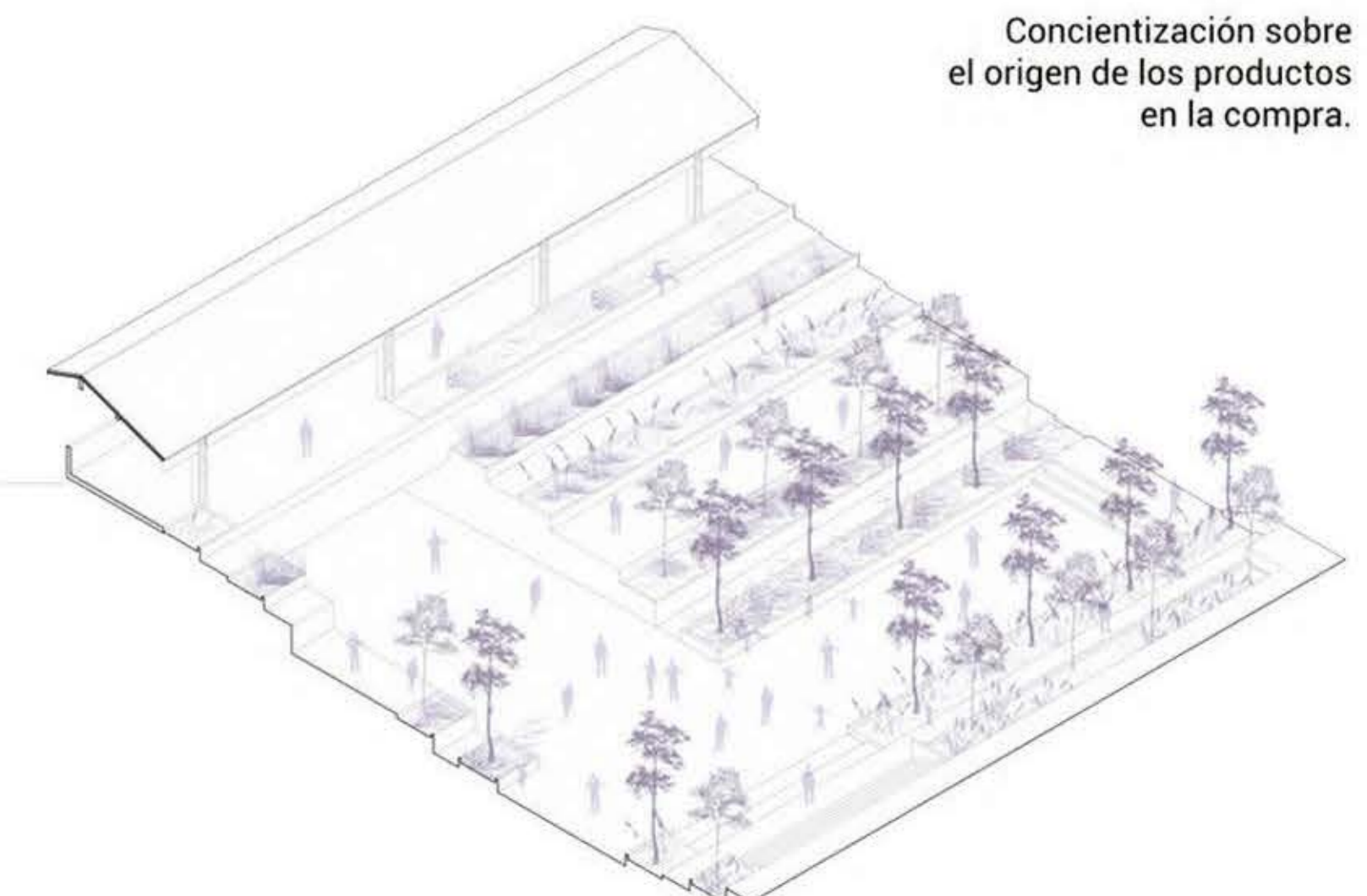
CULTURA
Expresión del arte y la identidad en espacios libres.



Rentabilidad de la producción de sus obras.



EDUCACIÓN
Concientización sobre el origen de los productos en la compra.



ACTIVACIÓN DEL CARACTER COMERCIO EN EL DÍA



El momento de la plaza de comidas en la mañana / Fuente: elaboración propia

ESTRATEGIAS

REFORMULAR



LA TIPOLOGÍA DE MERCADO

REVINCULAR



EL ESPACIO PÚBLICO AL MERCADO

REVALORAR



LA IDENTIDAD Y PATRIMONIO

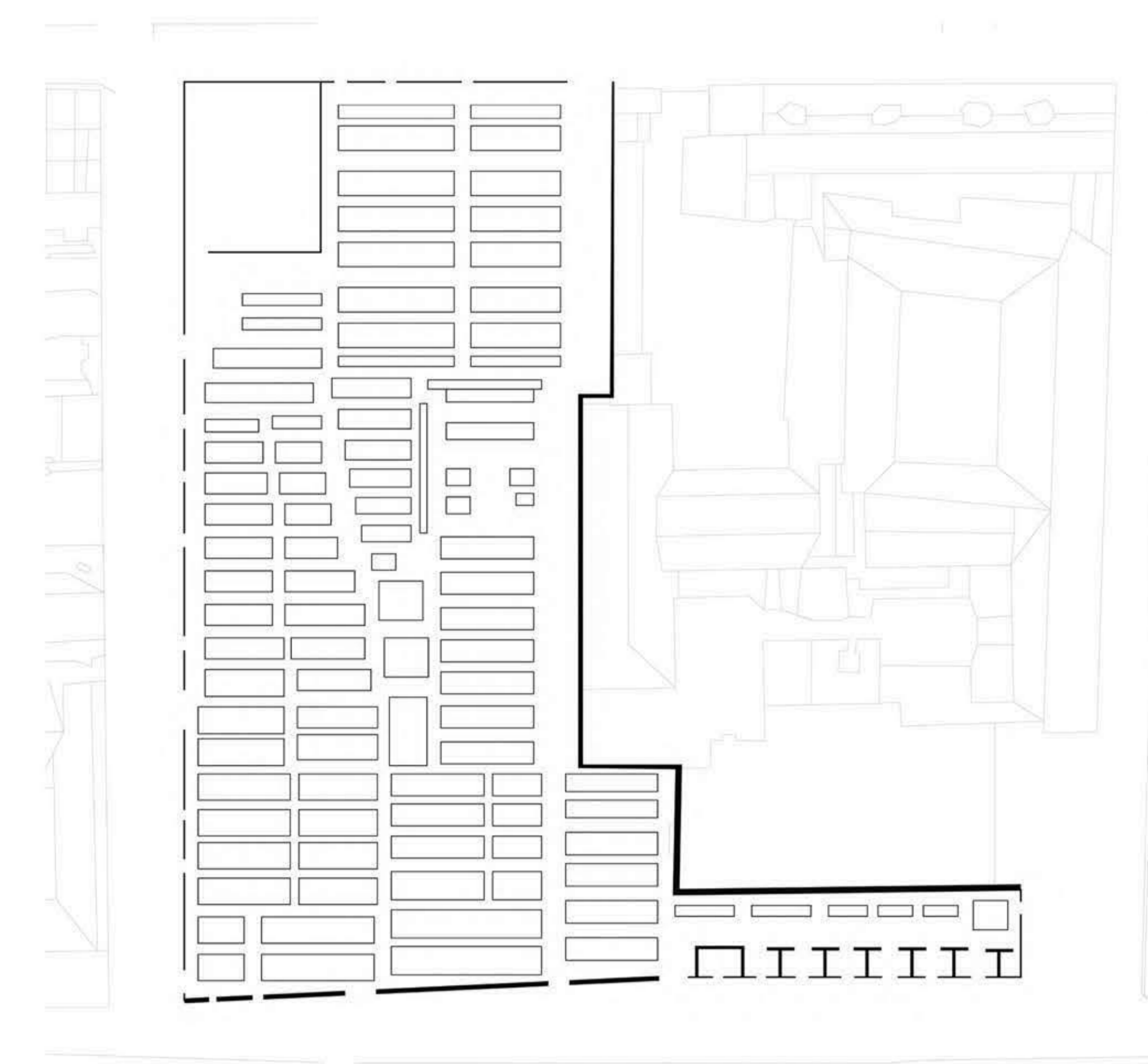
La suma de las variables convergen en la mixtura de ambos componentes para hacer posible el diseño de una nueva tipología de mercado.

ACTIVACIÓN DEL CARACTER CULTURA EN LA NOCHE



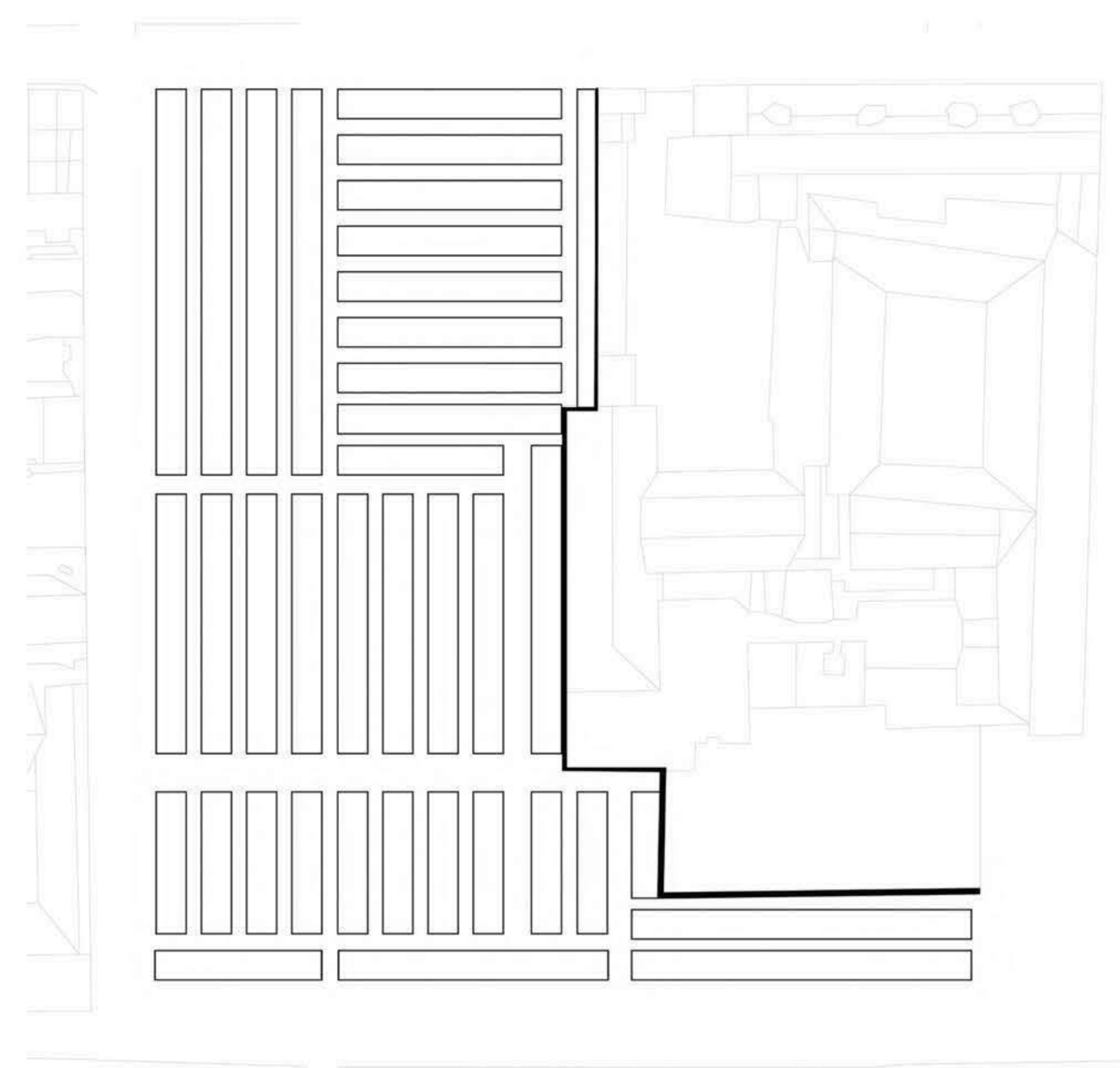
PROCESO Y TRANSFORMACIÓN

1. Planta actual mercado 12 de Abril



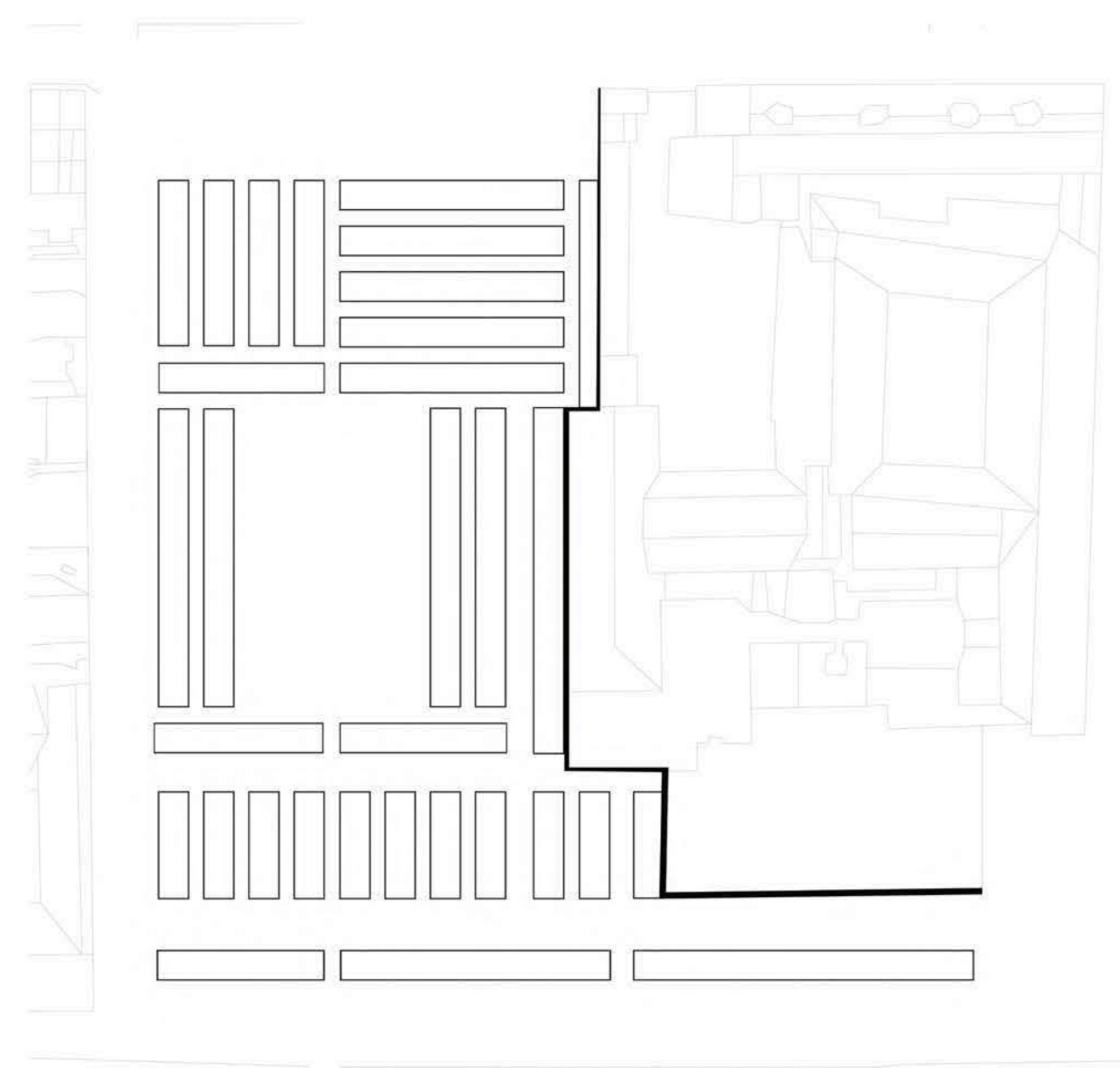
Precariedad, desorden, aglomeración e incompatibilidad entre los puestos de venta

2. Alineamiento y orden de pasajes interiores



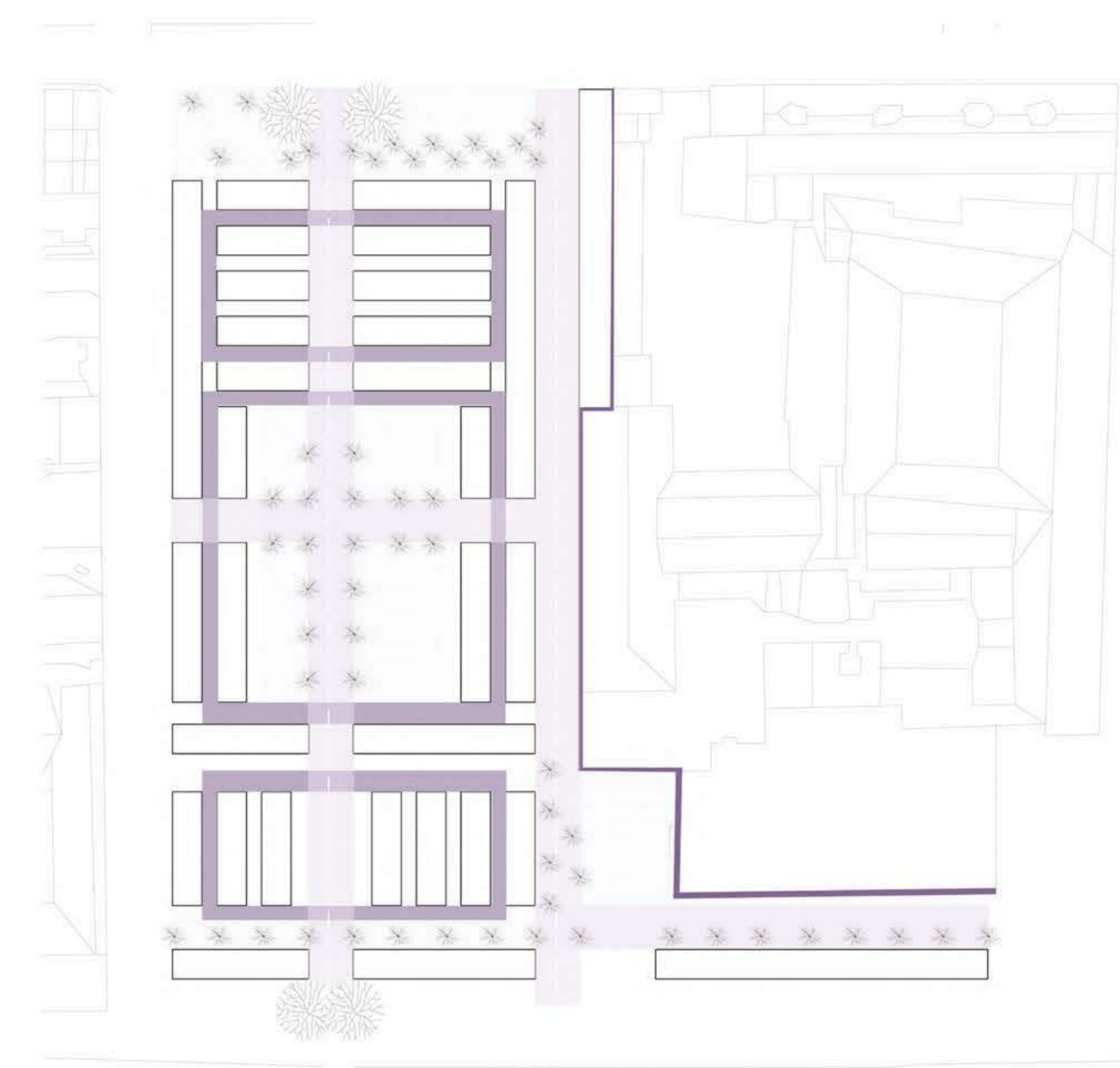
Agrupamiento de puestos de venta de acuerdo a su ubicación y compatibilidad

3. Concentración y desfogue del espacio a través de la plaza



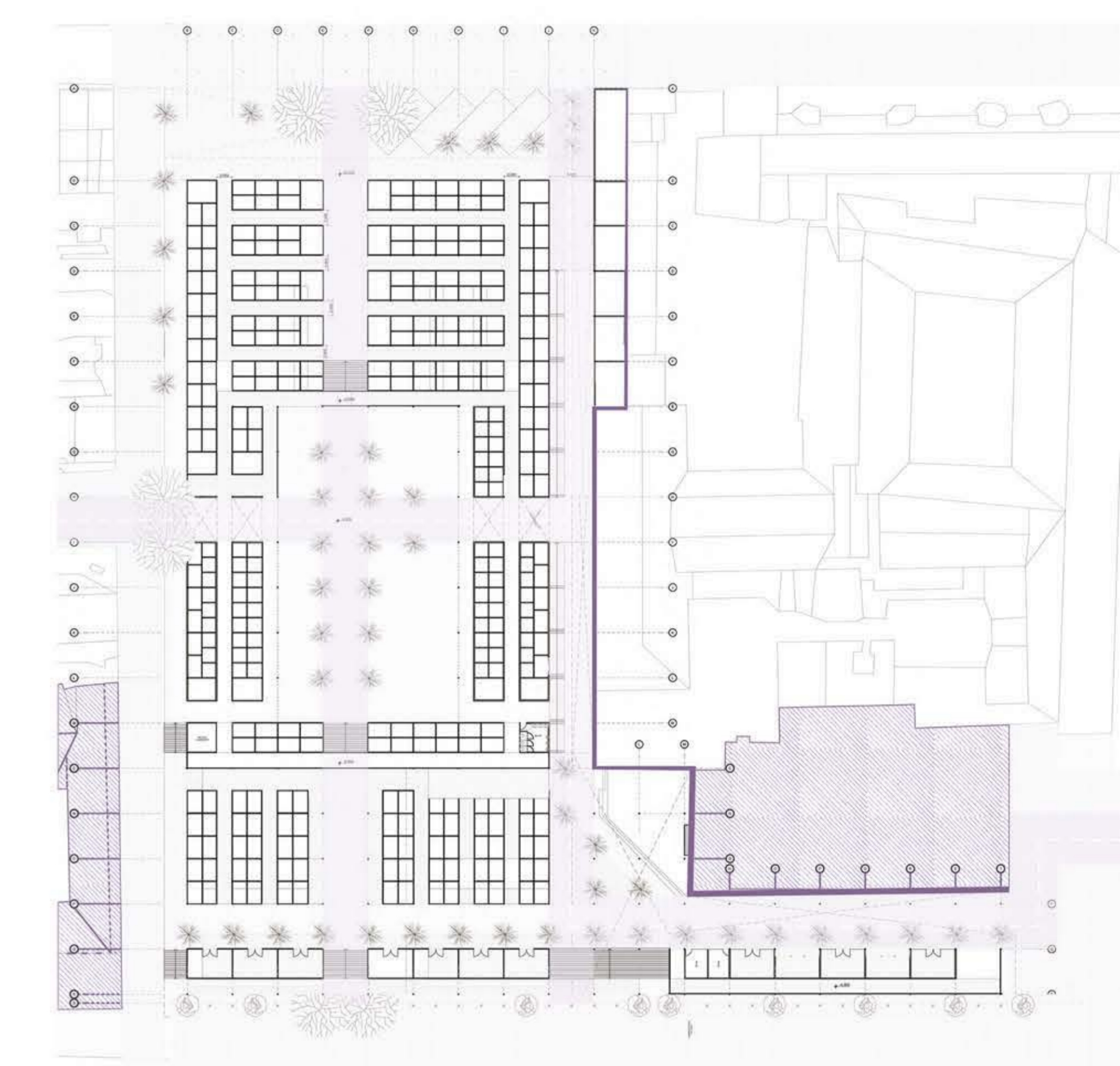
Ceño a la memoria histórica con la plaza central, y demarcación de vías

4. Ingresos principales al mercado vinculados con los pasajes y la plaza central



Revaloración de vías principales, intermedias y secundarias, materialidad de muro medianero e Iglesia.

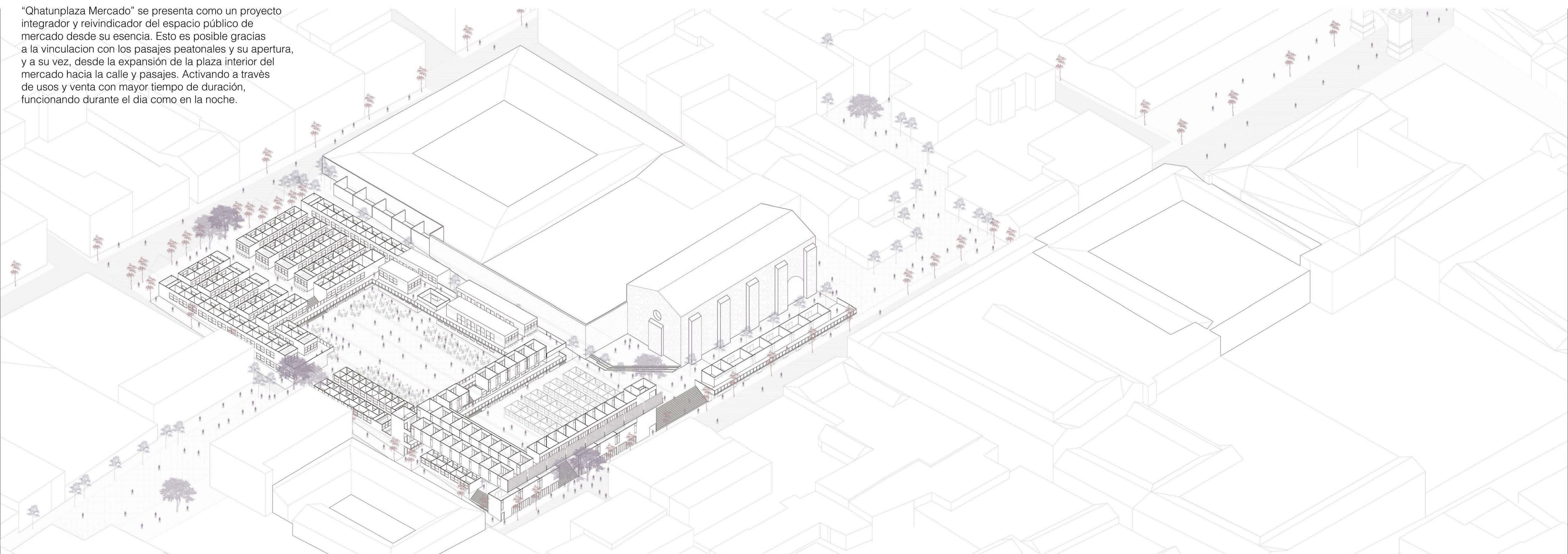
5. Conformación del mercado plaza, desde la integración de lo público y la revaloración.



Implementación de programa complementario al comercial: pedagógico y cultural, mediante talleres que vinculan al ciudadano con su identidad.

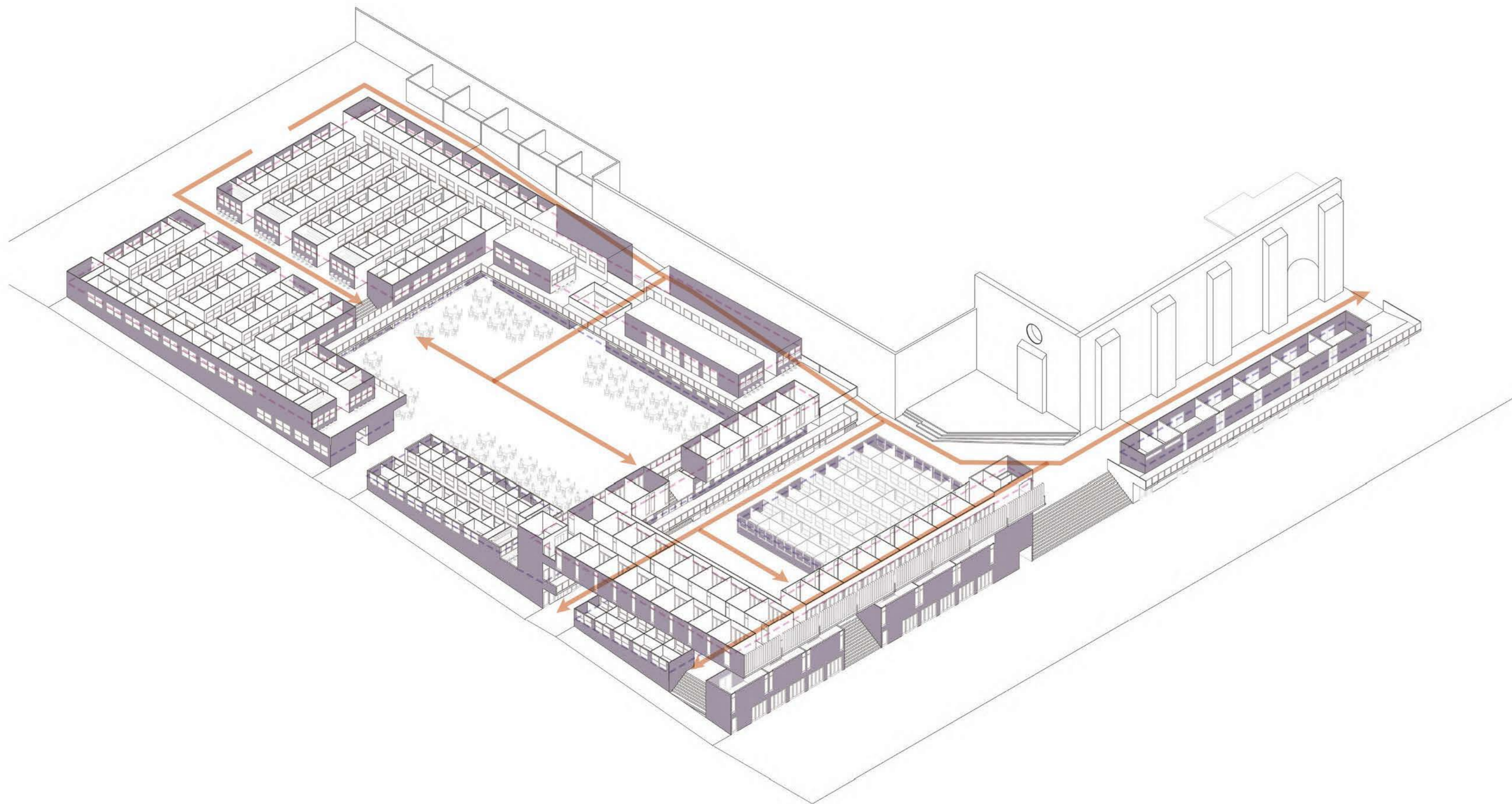
MASTER PLAN

“Qhatunplaza Mercado” se presenta como un proyecto integrador y reivindicador del espacio público de mercado desde su esencia. Esto es posible gracias a la vinculación con los pasajes peatonales y su apertura, y a su vez, desde la expansión de la plaza interior del mercado hacia la calle y pasajes. Activando a través de usos y venta con mayor tiempo de duración, funcionando durante el día como en la noche.



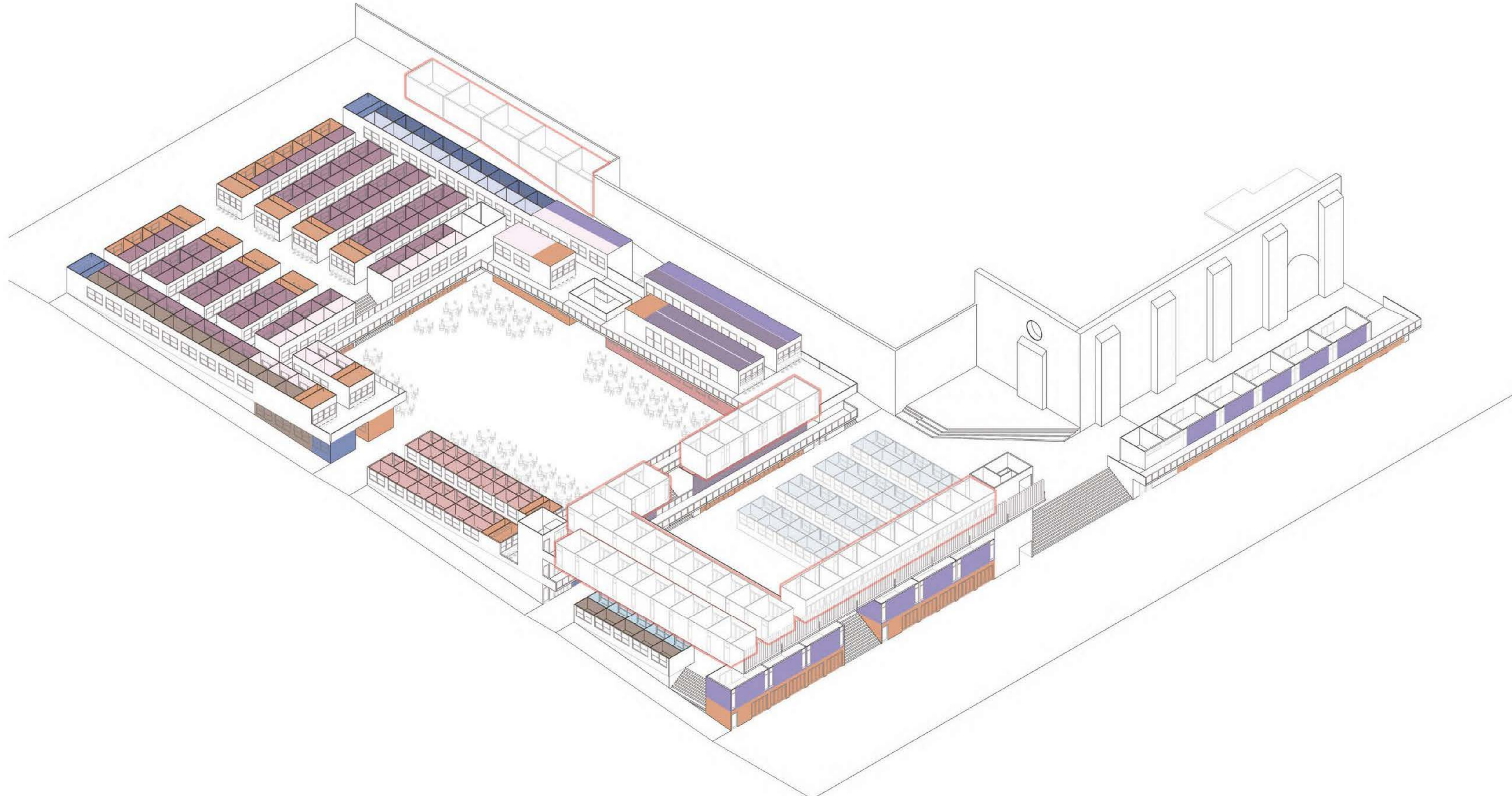
Circuito abastos y gestion de residuos

Los abastos se ubican paralelo al jr grau de 4am a 7am, utilizando el retranque de la zona como espacio de descarga, se dirigen por la calle de servicio temporal lateral y son distribuidos a cada nivel del mercado. El recojo de residuos de la misma manera recorre el mismo circuito, aprovechando las calles y rampas.



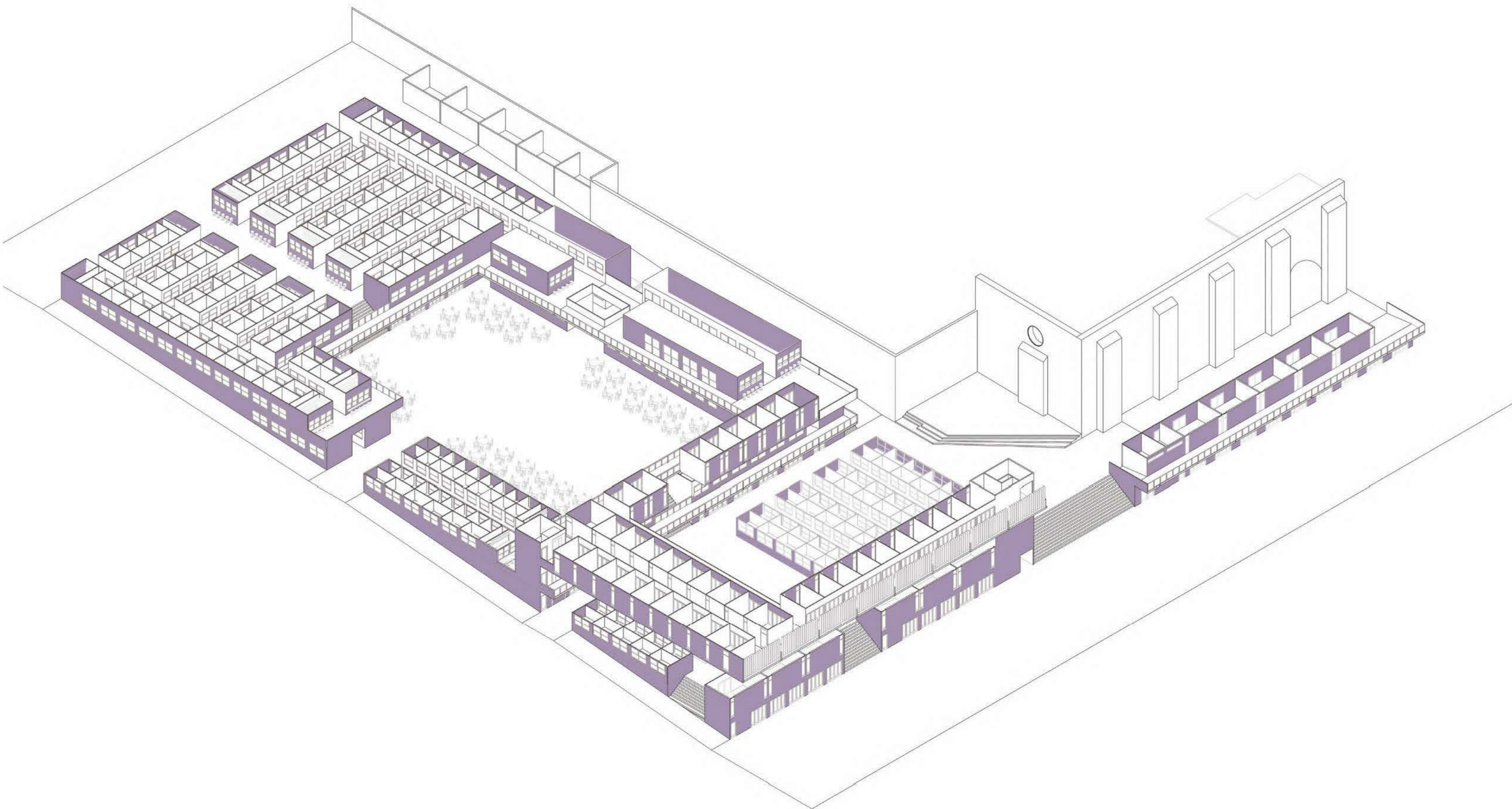
Programa y agrupamiento

El proyecto no solo incluye programa comercial de mercado a través de los giros de venta, sino también uno complementario, tales como talleres artesanales, centro de producción gastronómica y espacios de exhibición de obras a modo de galería abierta. Es la compatibilización entre los giros de venta que proveen un mayor confort en el espacio.



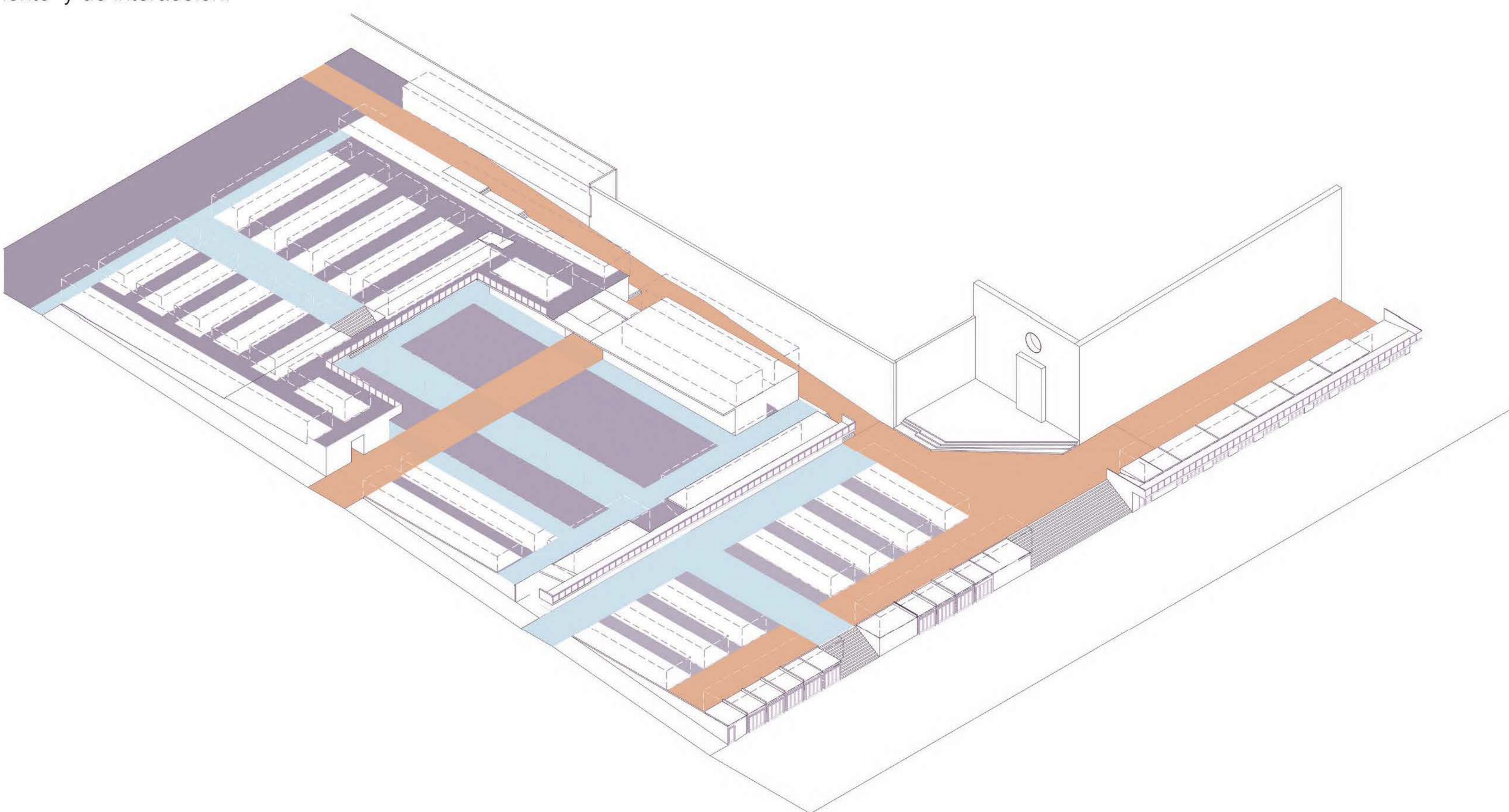
Activacion tarde - nocturna

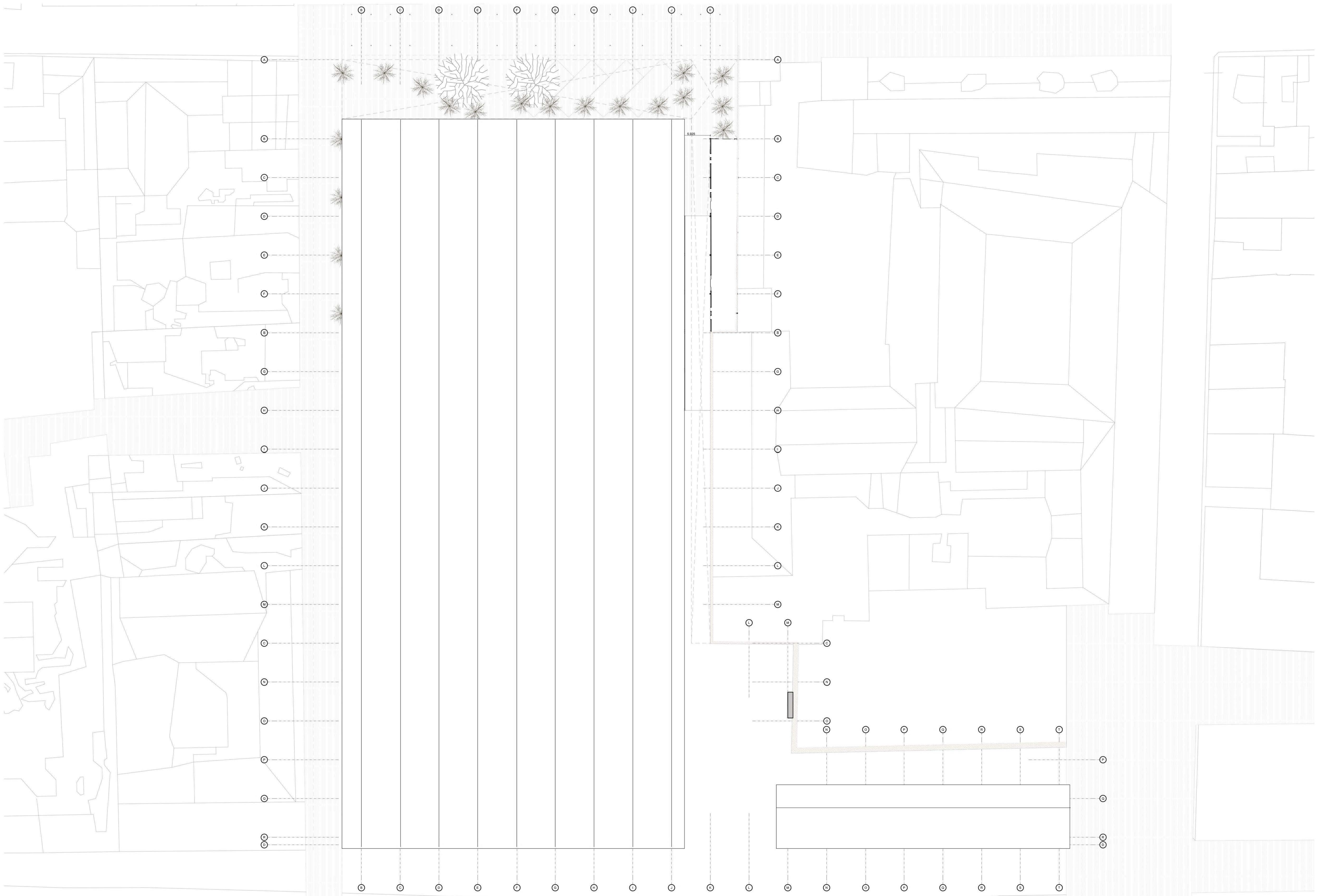
Gracias al programa complementario y a la ubicación de los puestos, el uso de la plaza pública y el recorrido del mismo proyecto perdura hasta llegar la noche, resolviendo el problema de la isla urbana y zona marginal que se formaba en un inicio dentro de este y sus alrededores, sino convirtiéndolo en un hito urbano de la ciudad. Estos son ubicados estratégicamente en la zona periférica, lo que coincide con el cerramiento del mercado a modo de grupos.

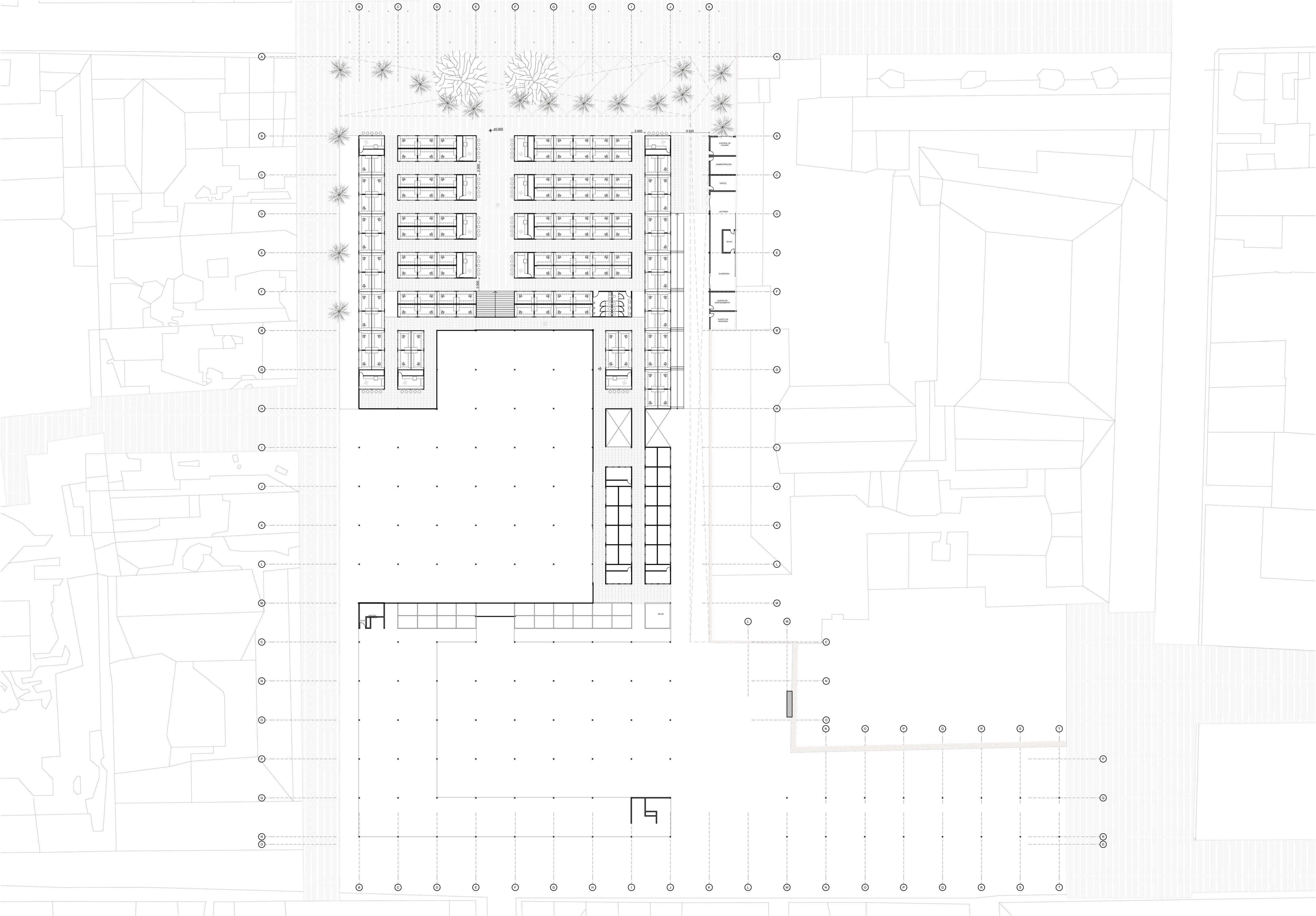


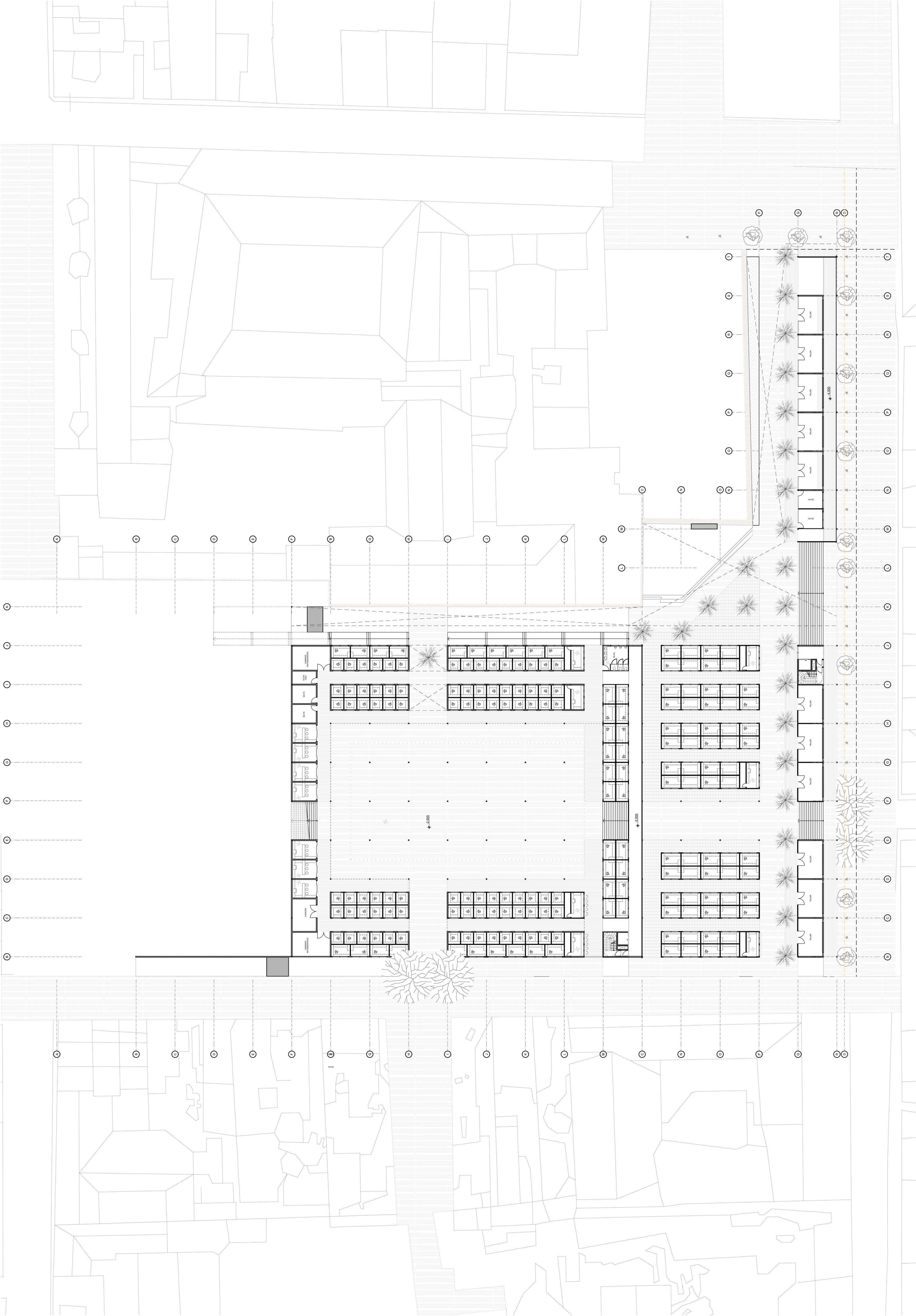
Diseño del pavimento y versatilidad

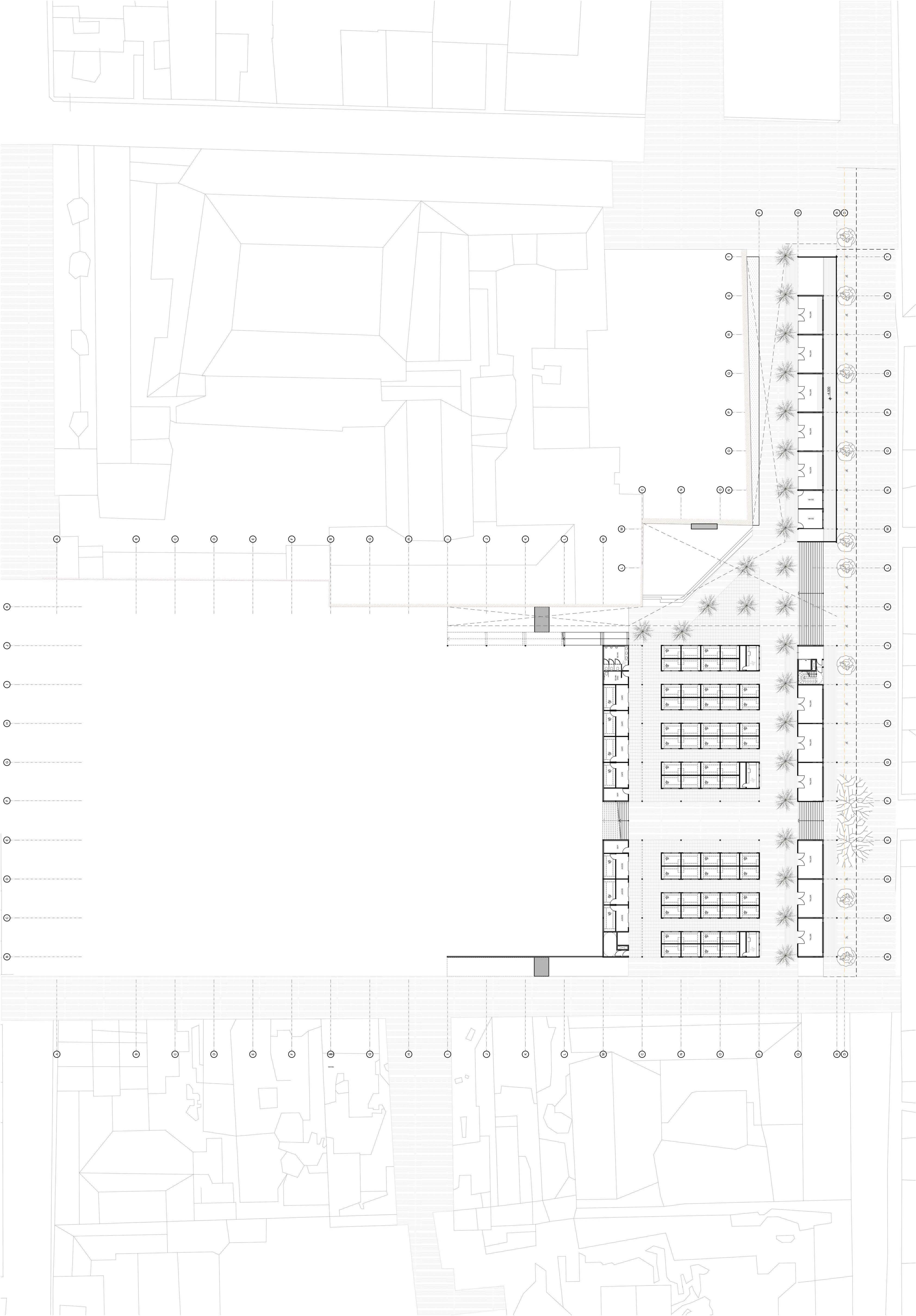
De acuerdo al horario y uso del suelo, se emplean diferentes pavimentos para facilitar su uso, como los abastos en la calle lateral con una superficie lisa que ayude al transporte de los estibadores, a diferencia de la plaza con placas metálicas que hacen posible el uso de varillas metálicas para la conformación de diferentes actividades en el lugar. Mientras que lo que rodea el proyecto son adoquinados de menor escala, para un flujo lento y de interacción.

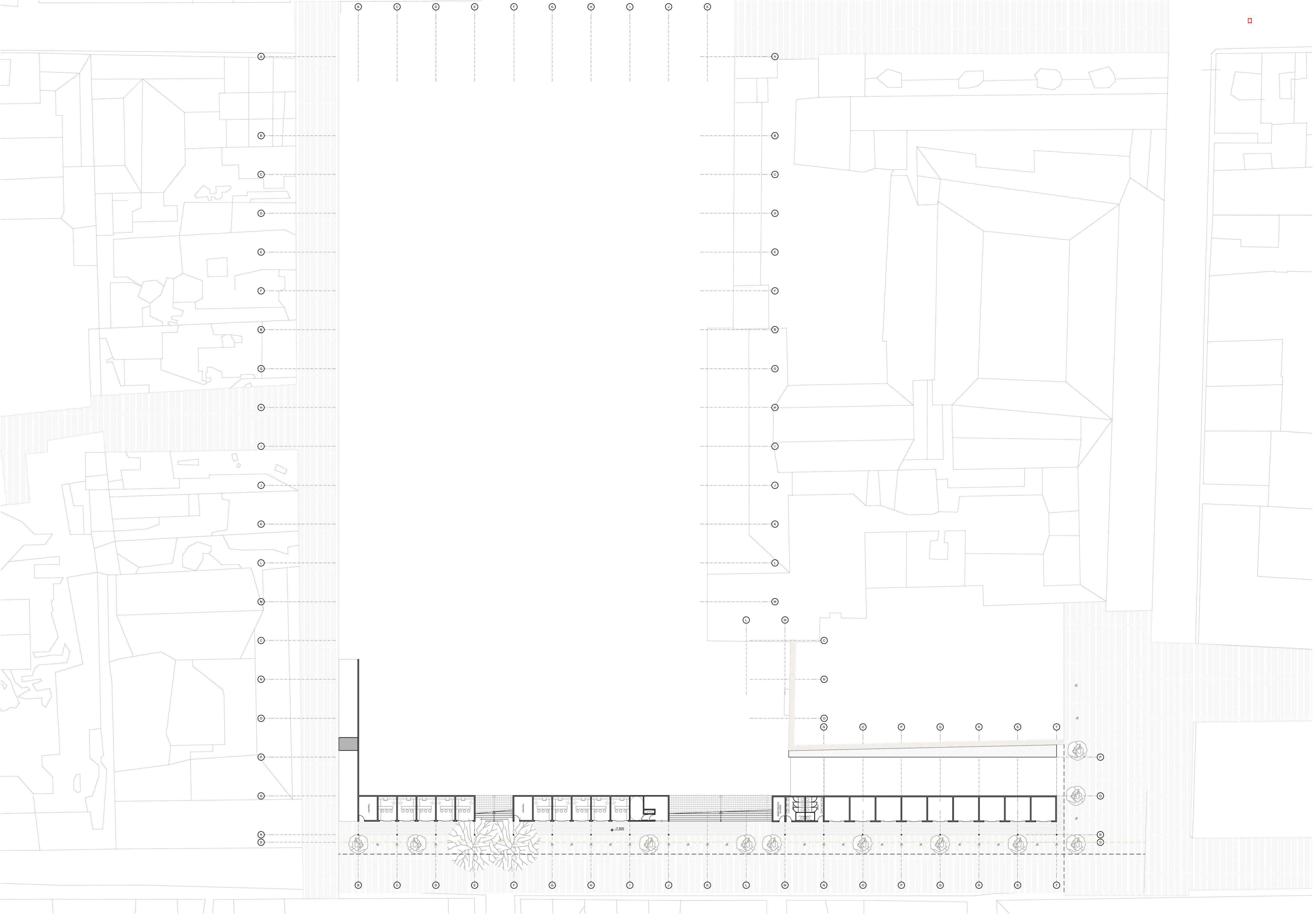


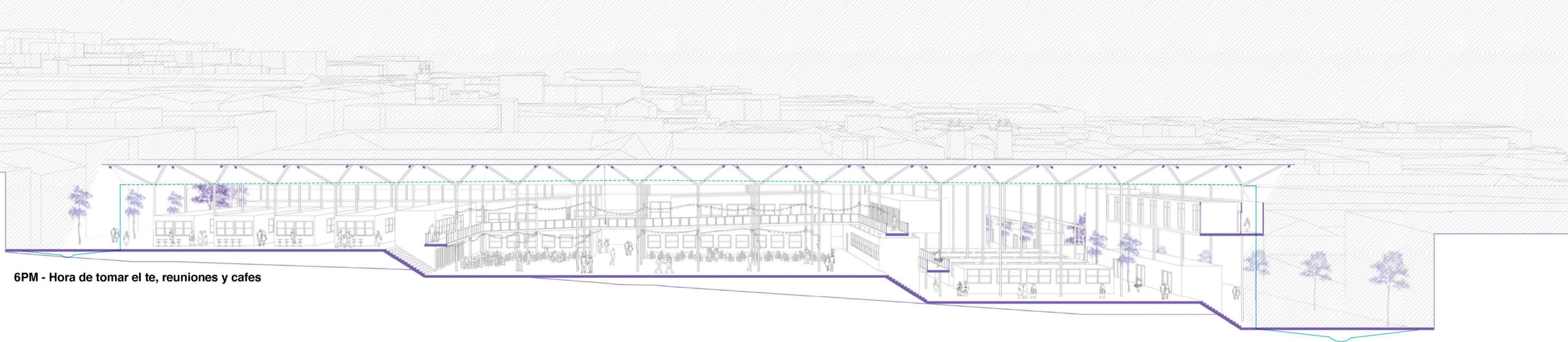




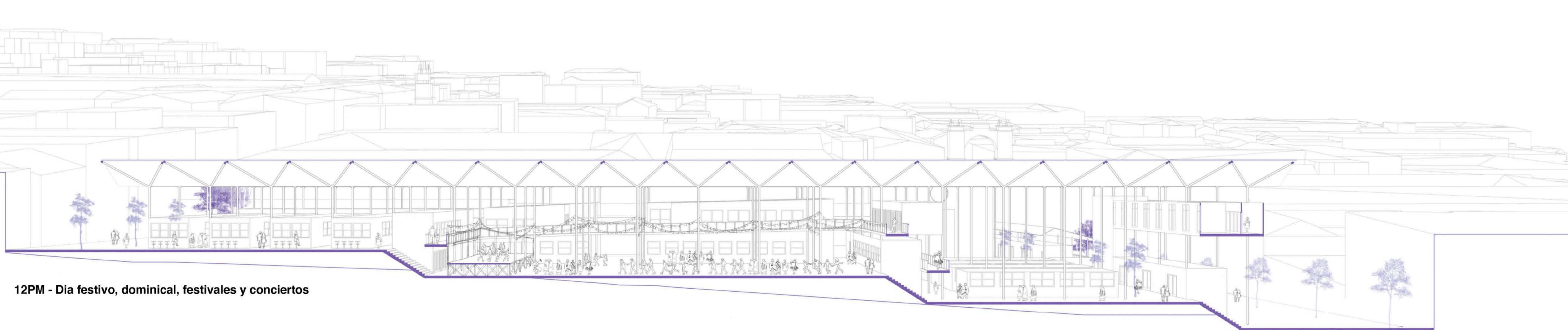








6PM - Hora de tomar el te, reuniones y cafes



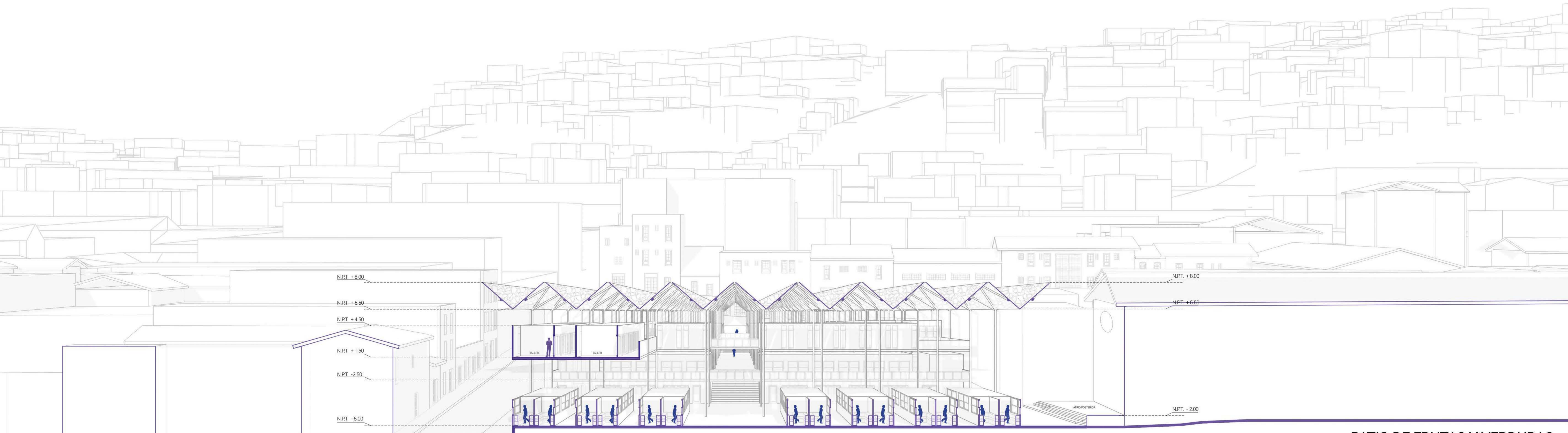
12PM - Dia festivo, dominical, festivales y conciertos



10AM - Uso de la plaza del comercio informal, ubicacion controlada



PLAZA DE USOS MÚLTIPLES
SECCION TRANSVERSAL B -B'



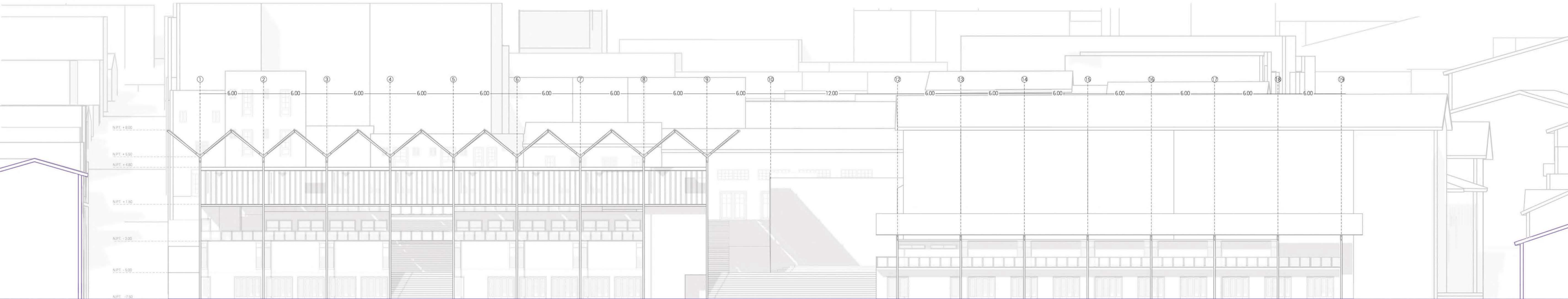
PATIO DE FRUTAS Y VERDURAS
SECCION TRANSVERSAL C -C'



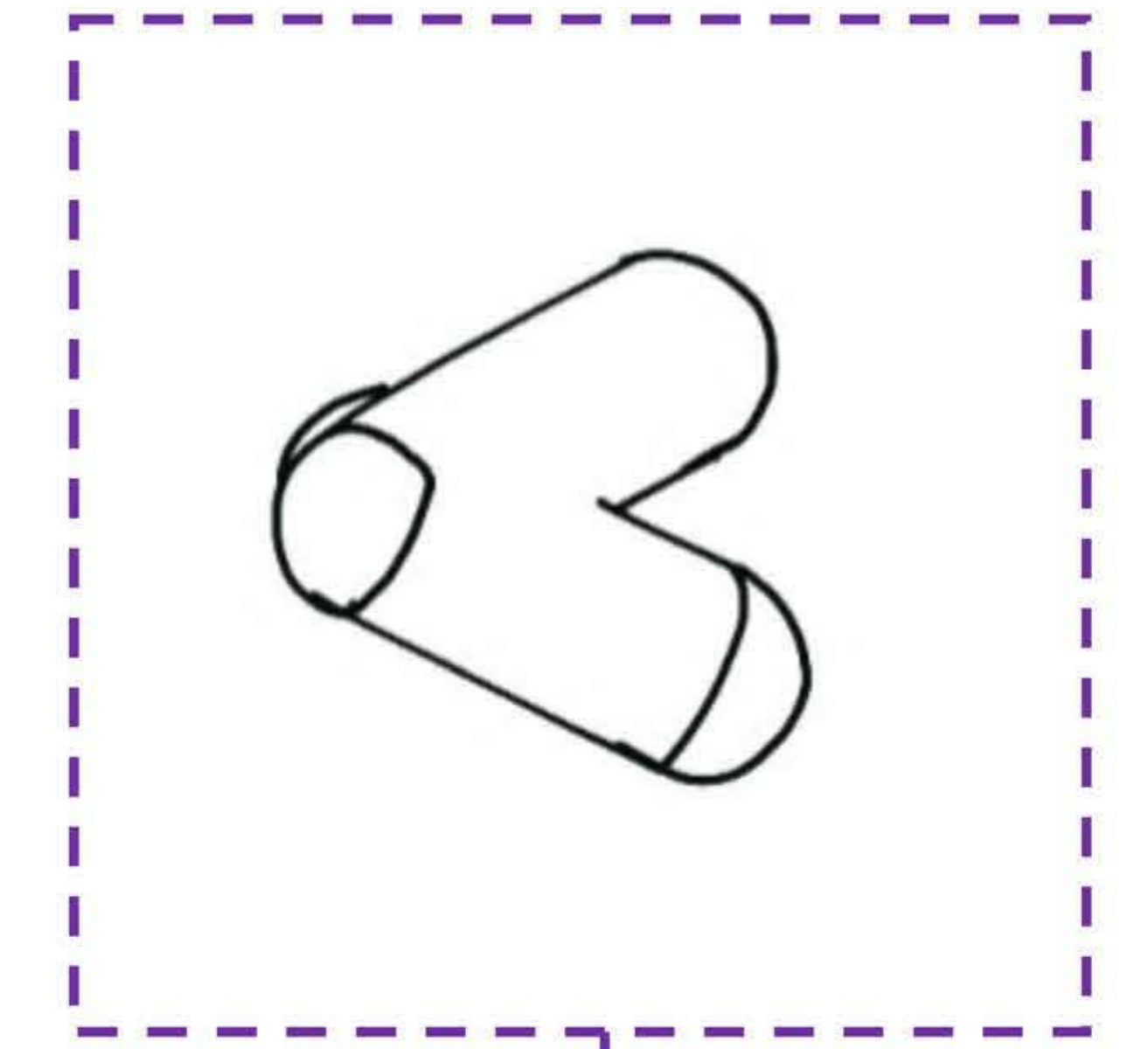
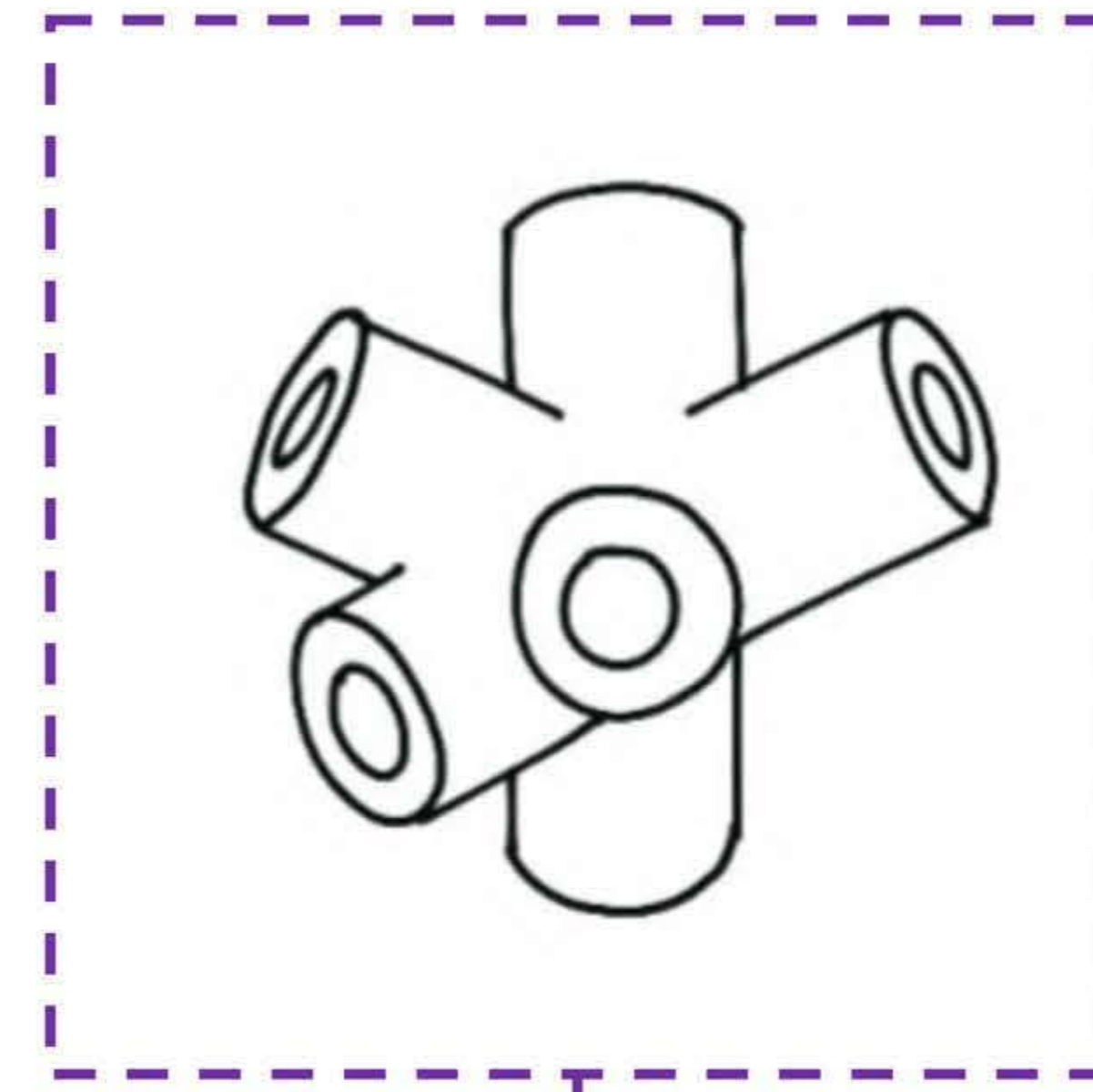
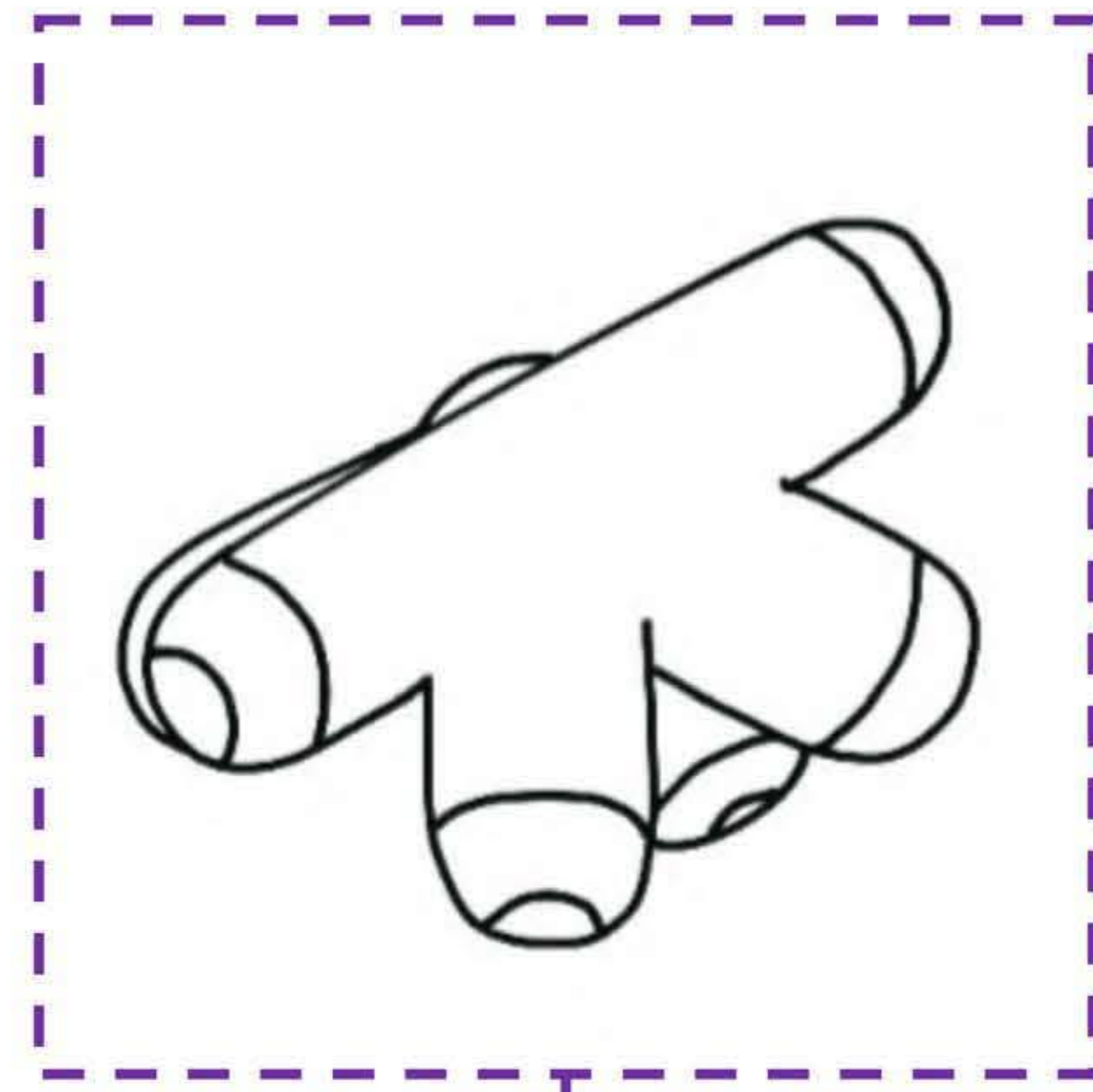
FACHADA NOROESTE
EJE COMERCIAL - JR. GRAU



SECCION D-D'
PASAJE PEATONAL - FACHADA IGLESIA

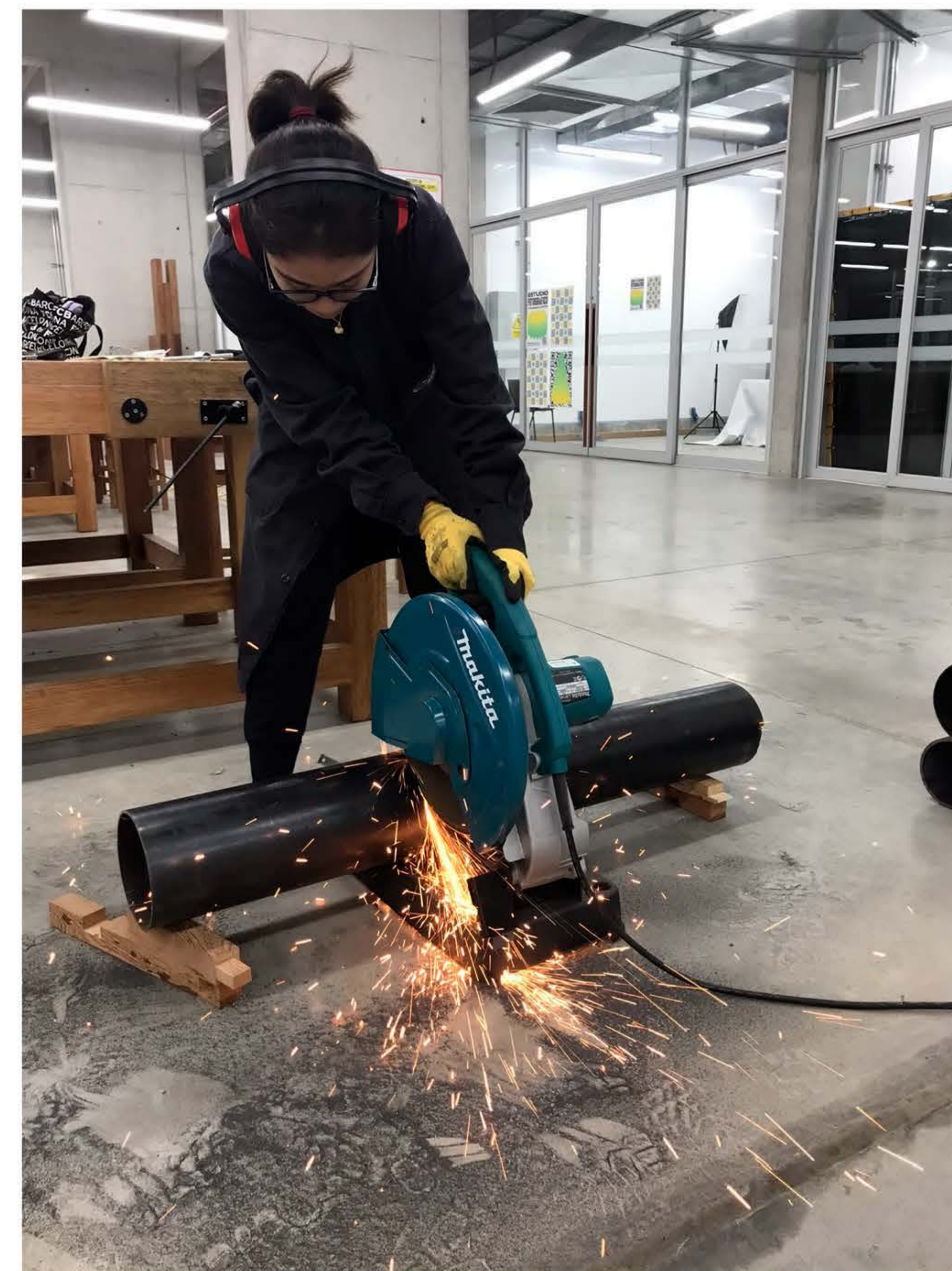


FACHADA SURESTE
EJE CULTURAL - AV. 28 DE JULIO





MATERIAL
acero de calor



CORTE
cada 2m para ser manejable

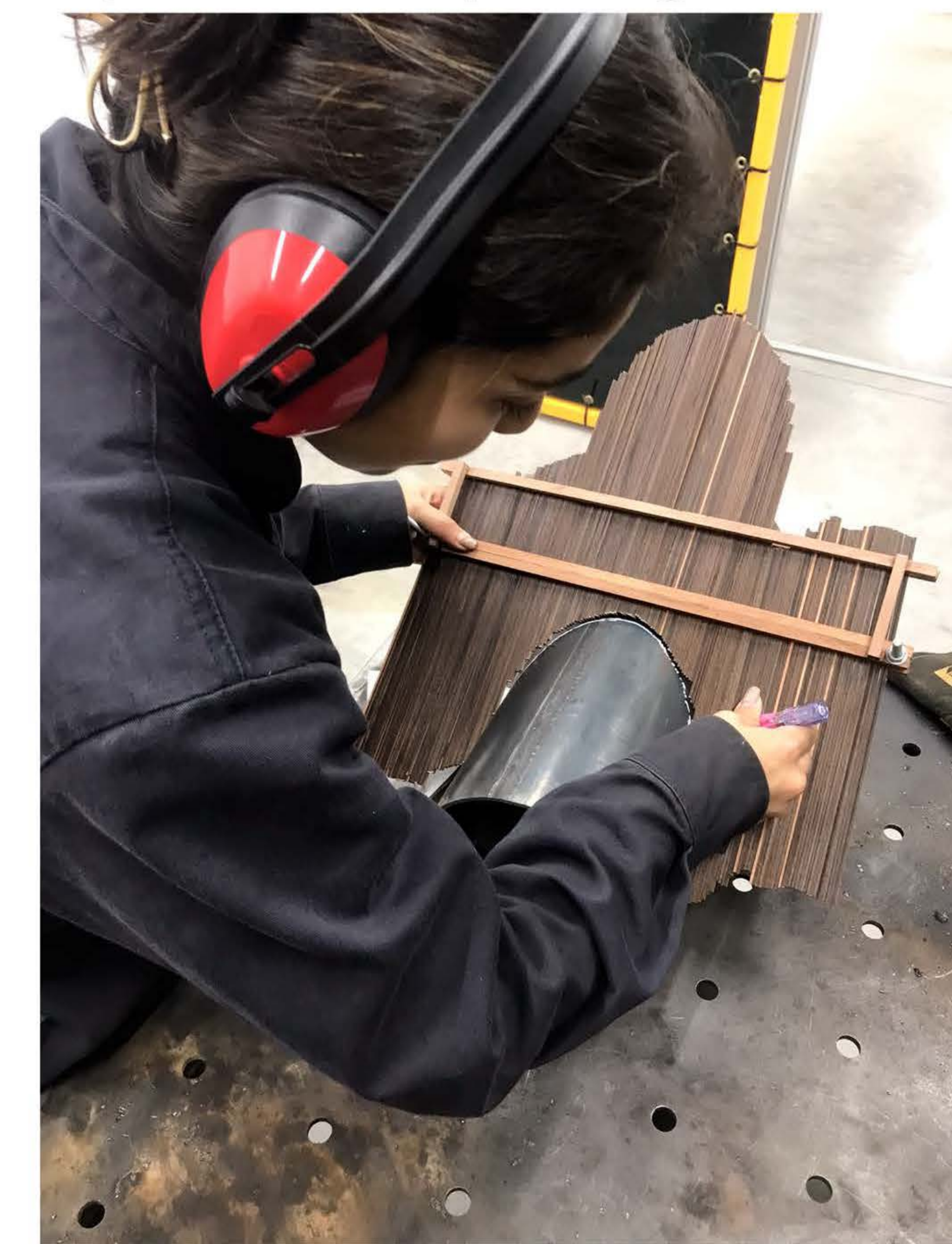


Fuente: elaboración y fotos tomadas por el autor

PROCESO CONSTRUCTIVO

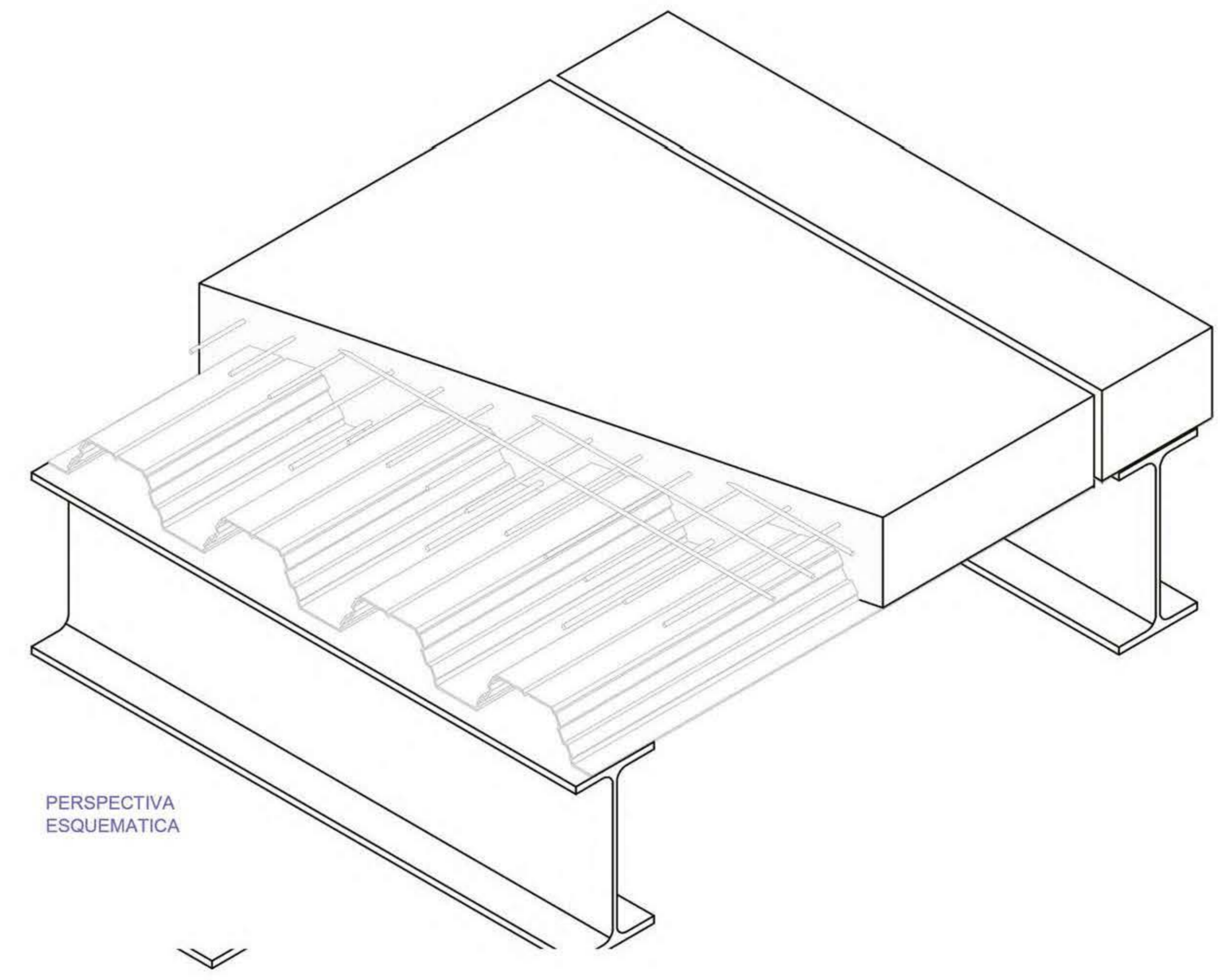
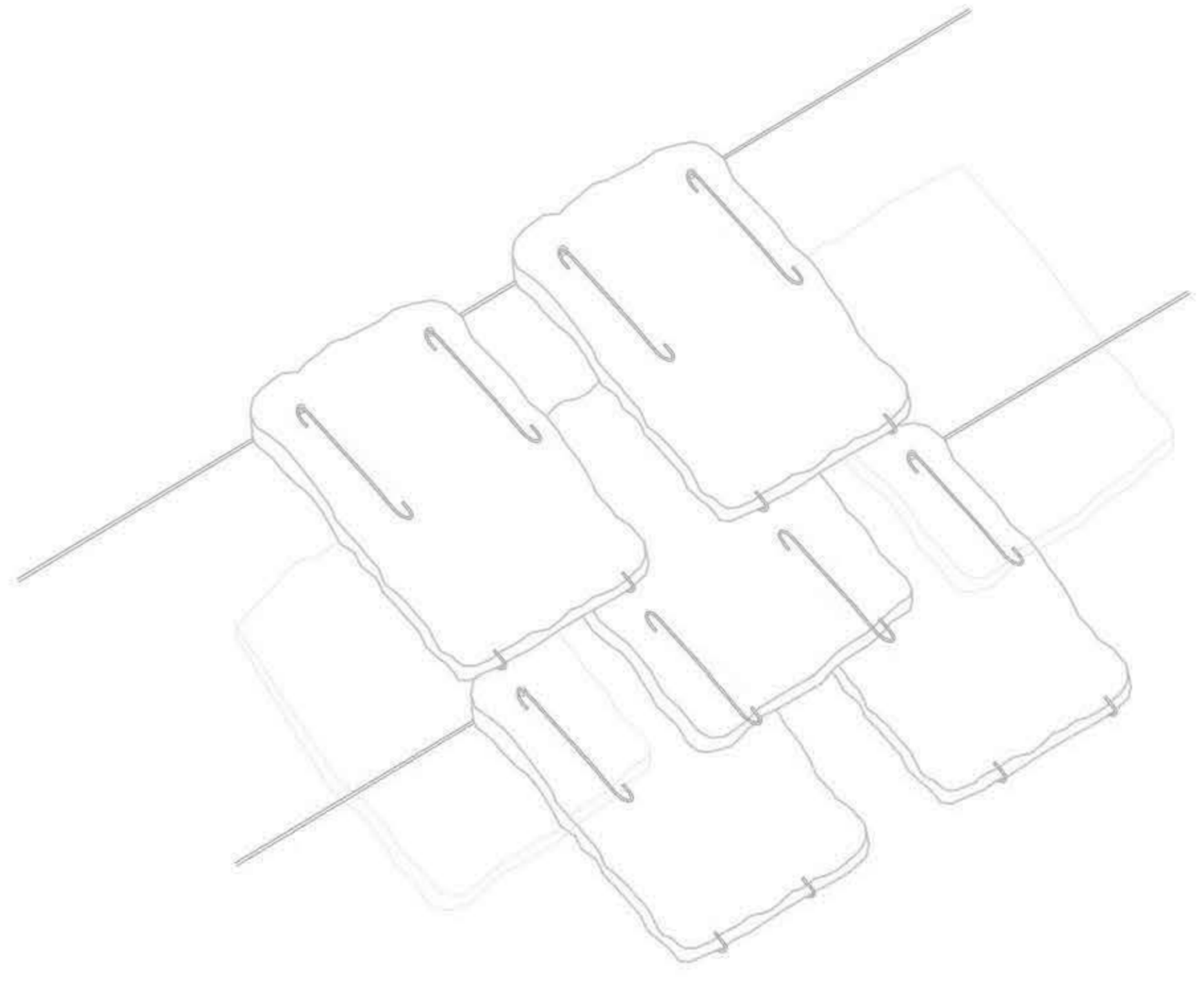
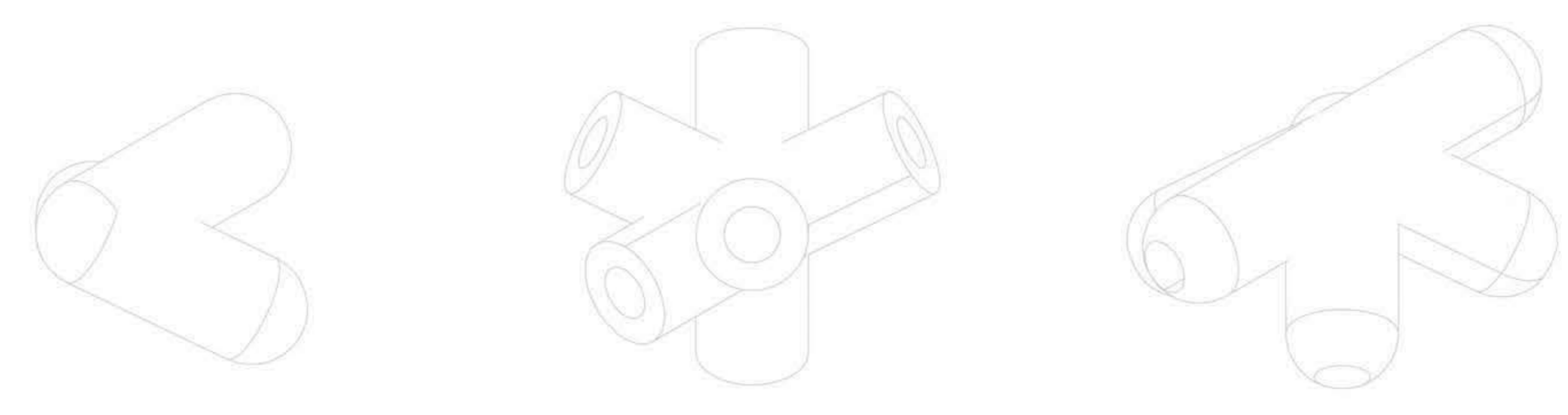
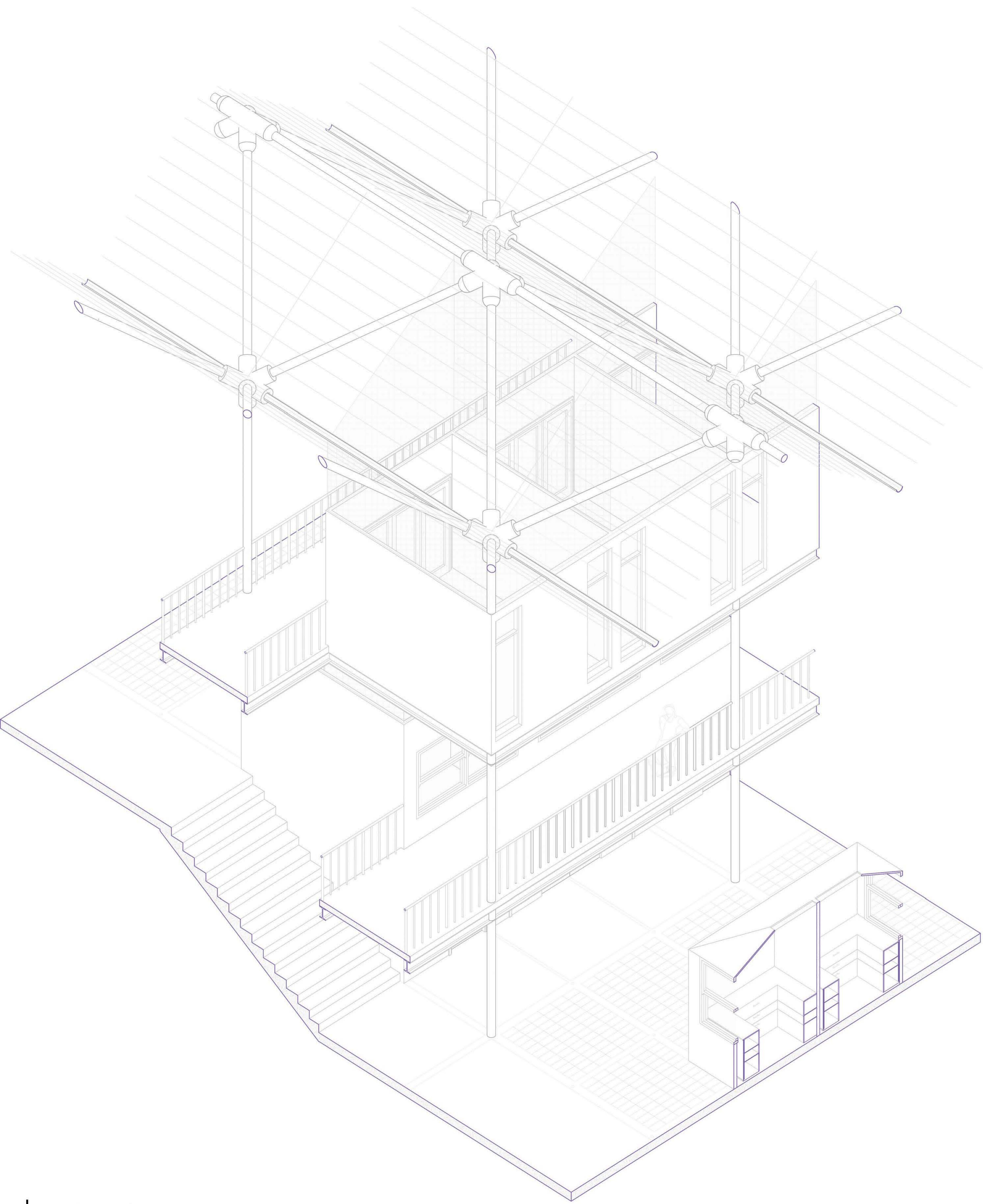
Elaboración detalle 1:1 del nudo tipo 2
(encuentro columna - diagonales)

MEDICIÓN
empleabilidad de 2 tipos de ángulos

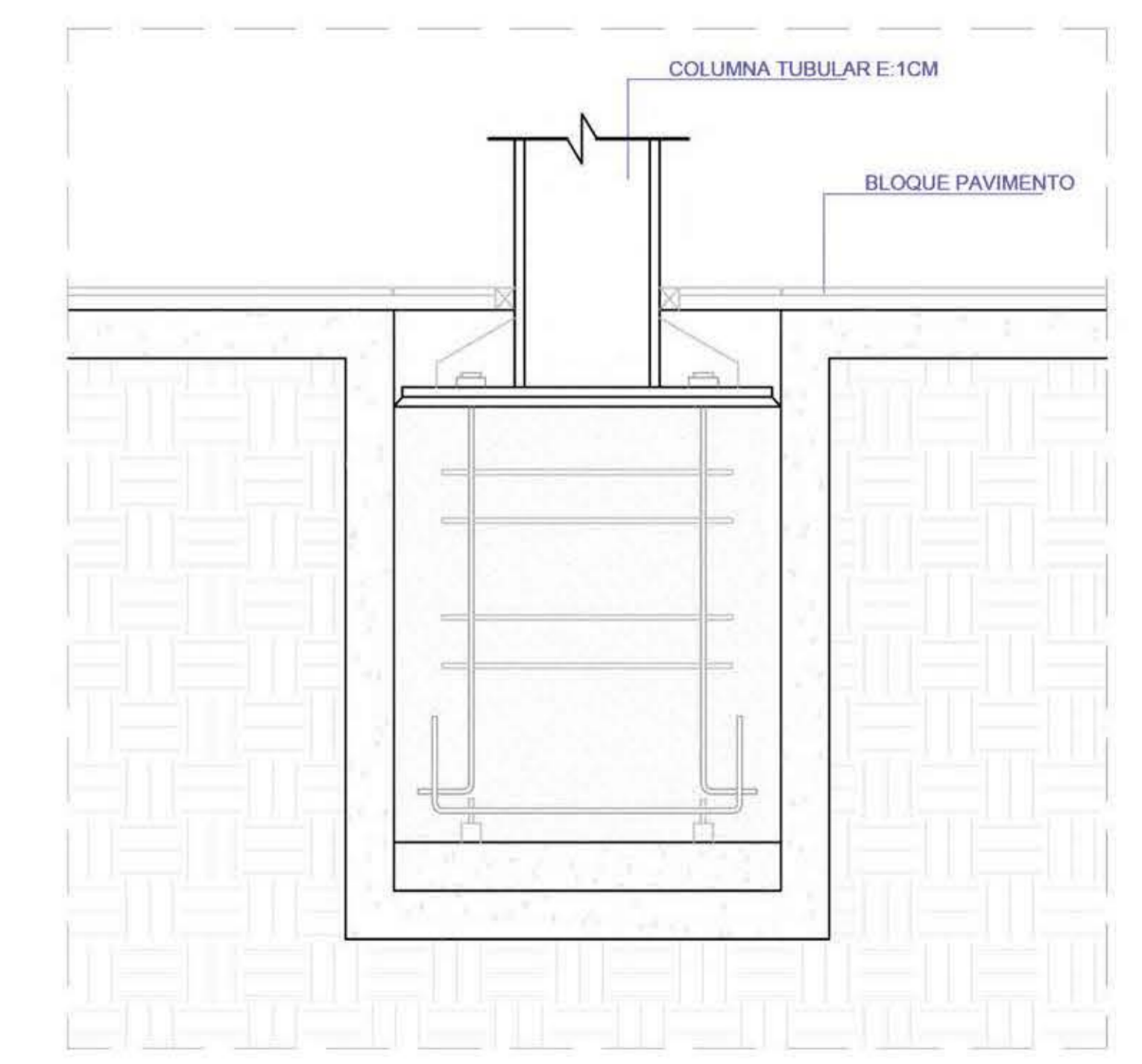
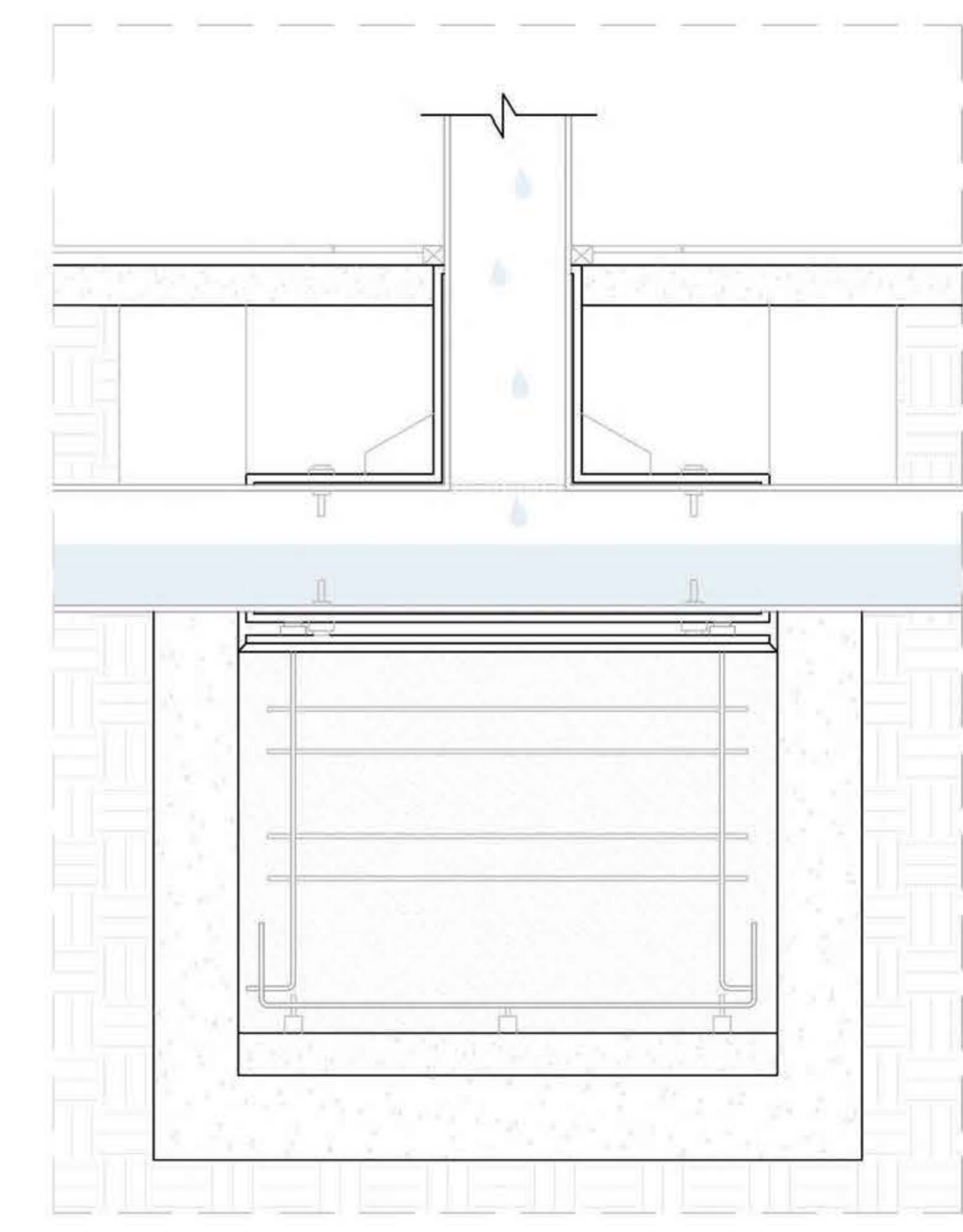
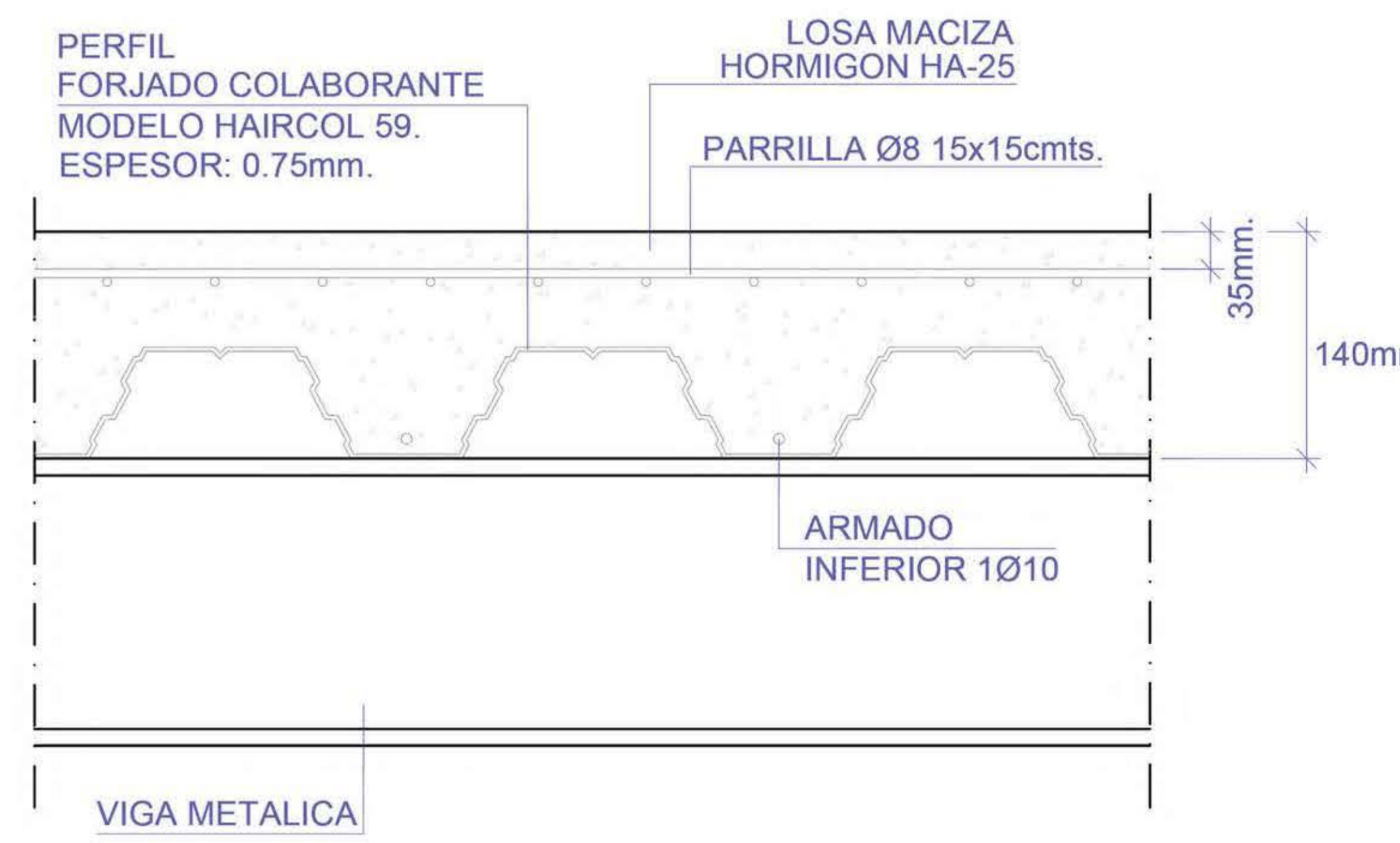
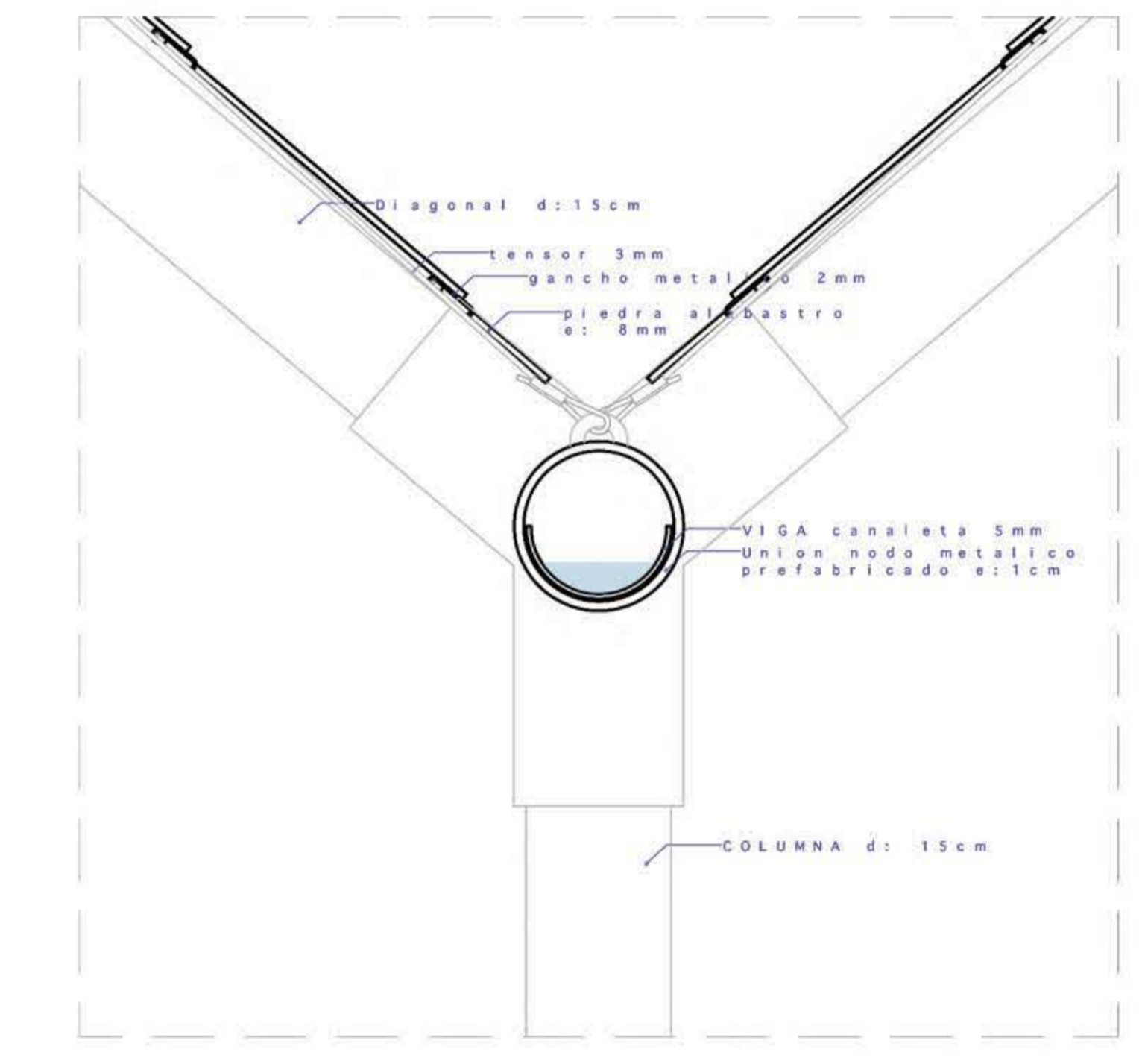
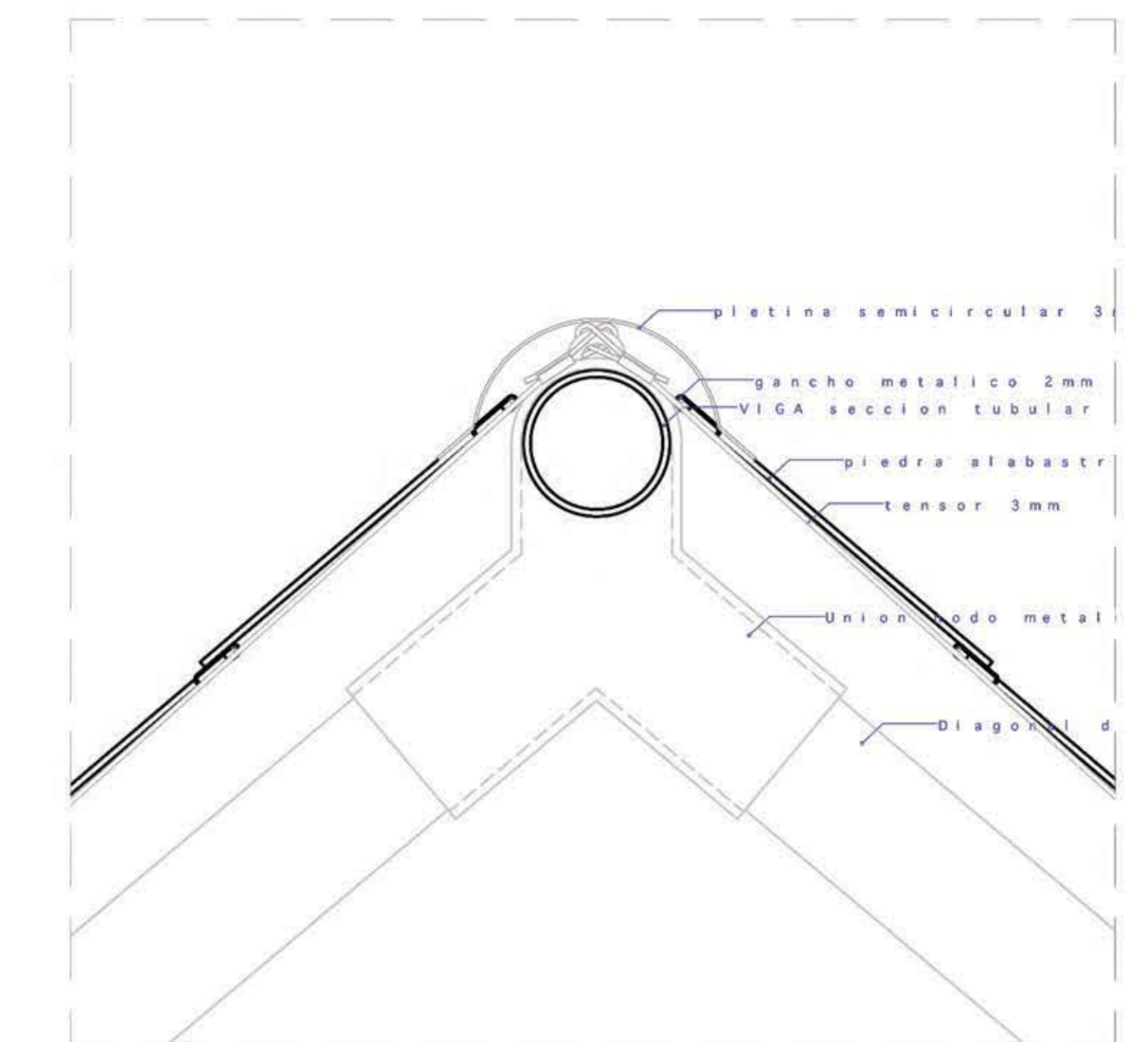


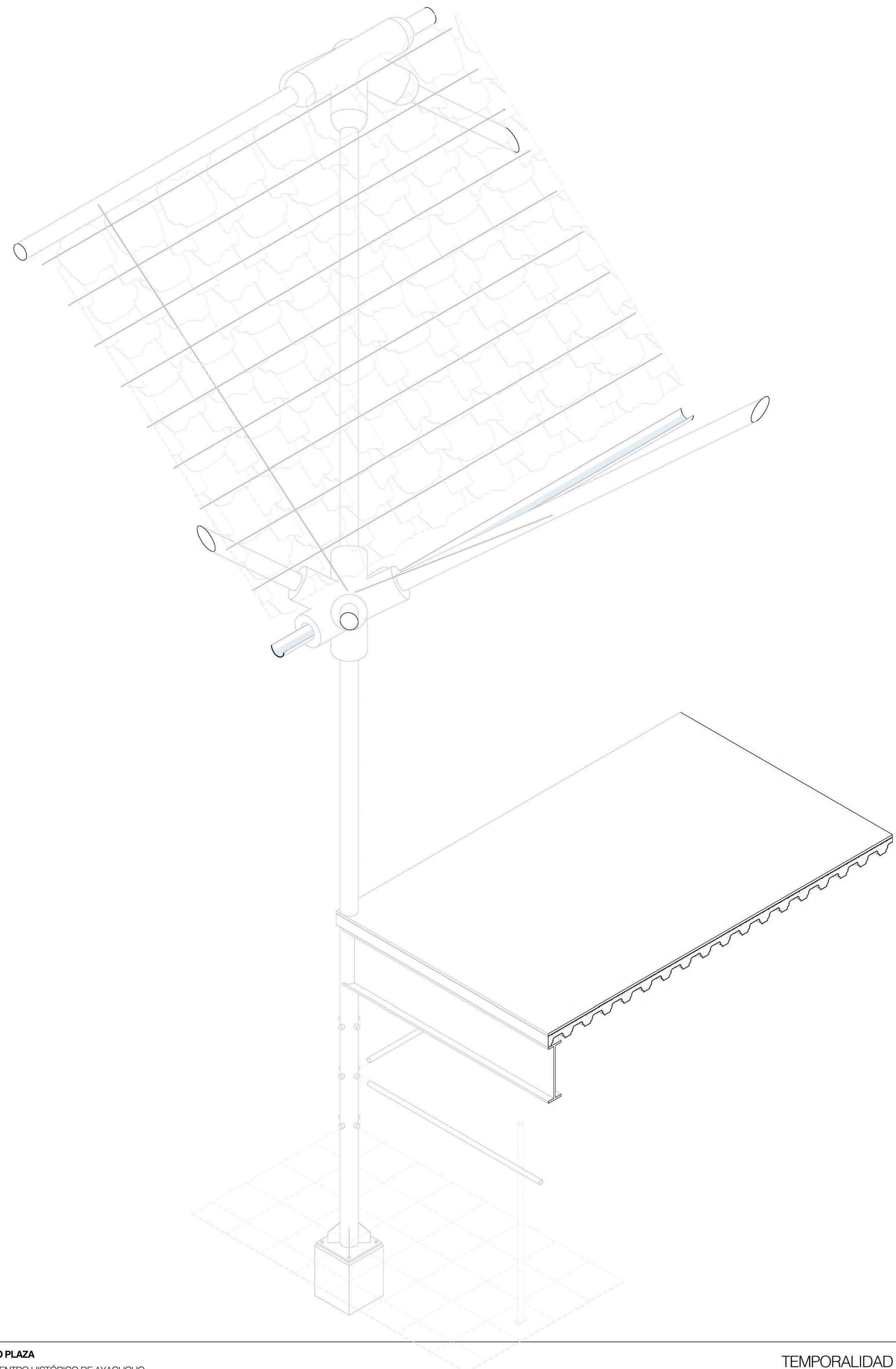
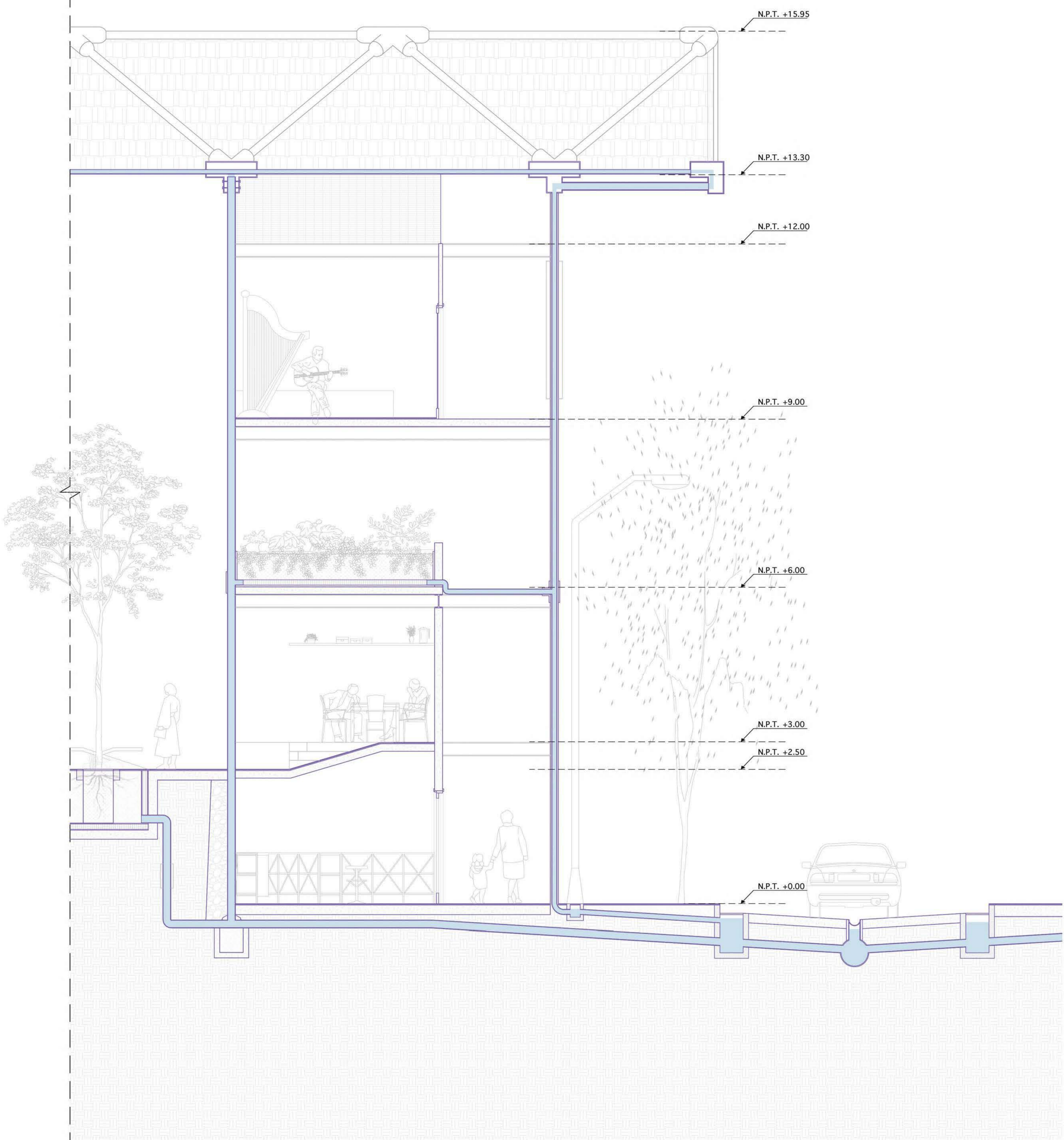
SOLDADURA
se afinan los cortes para soldar las piezas

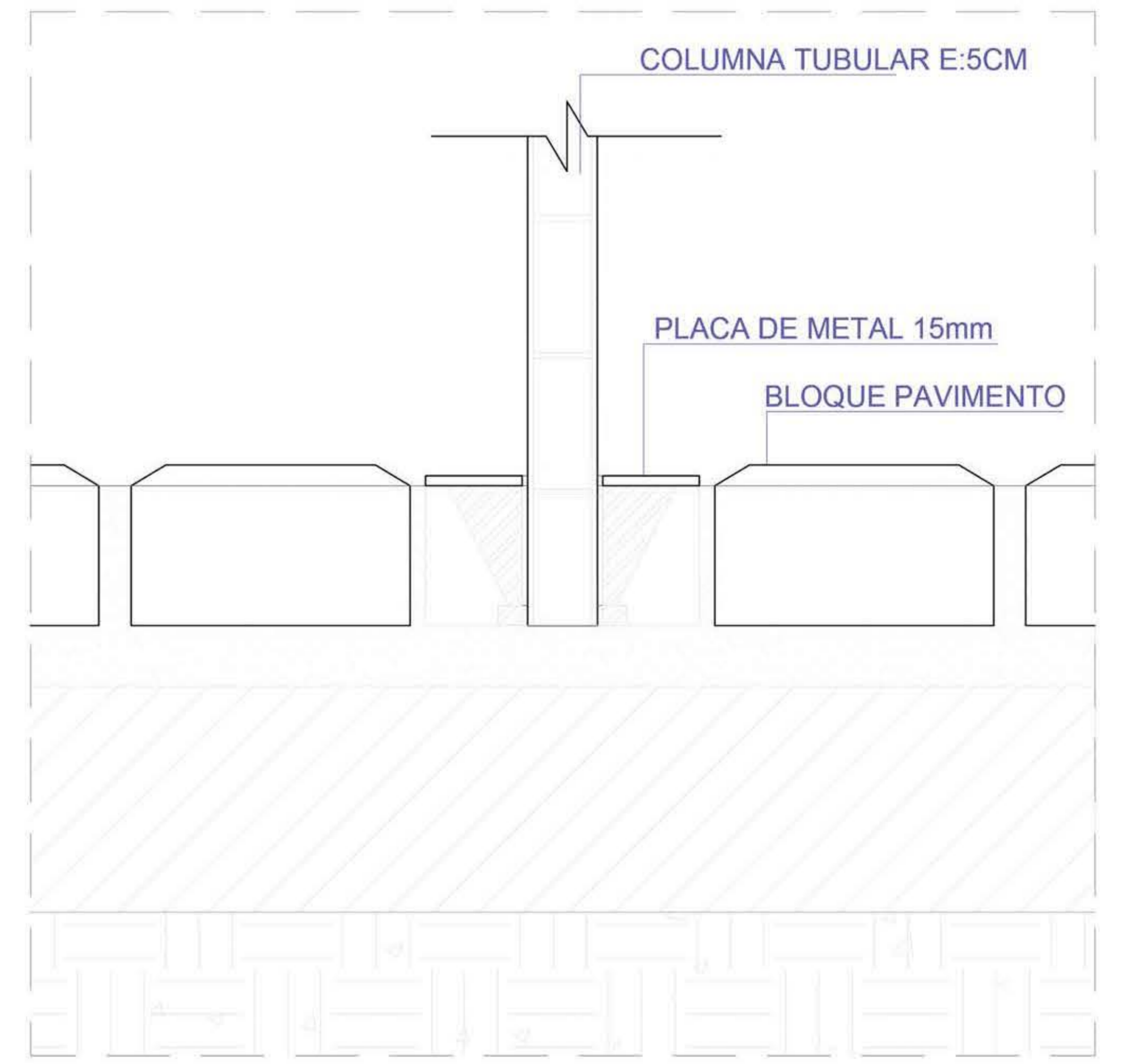
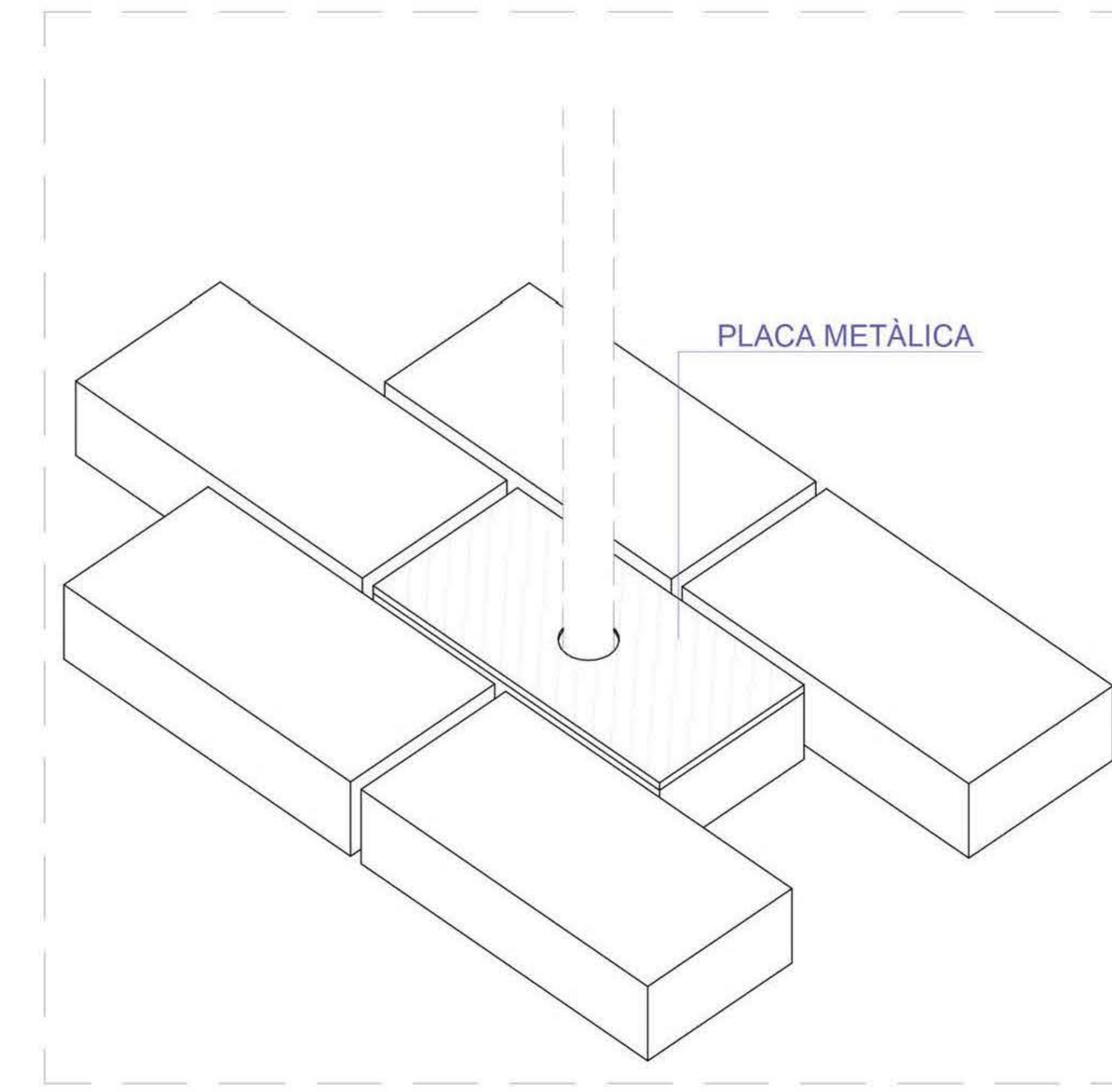
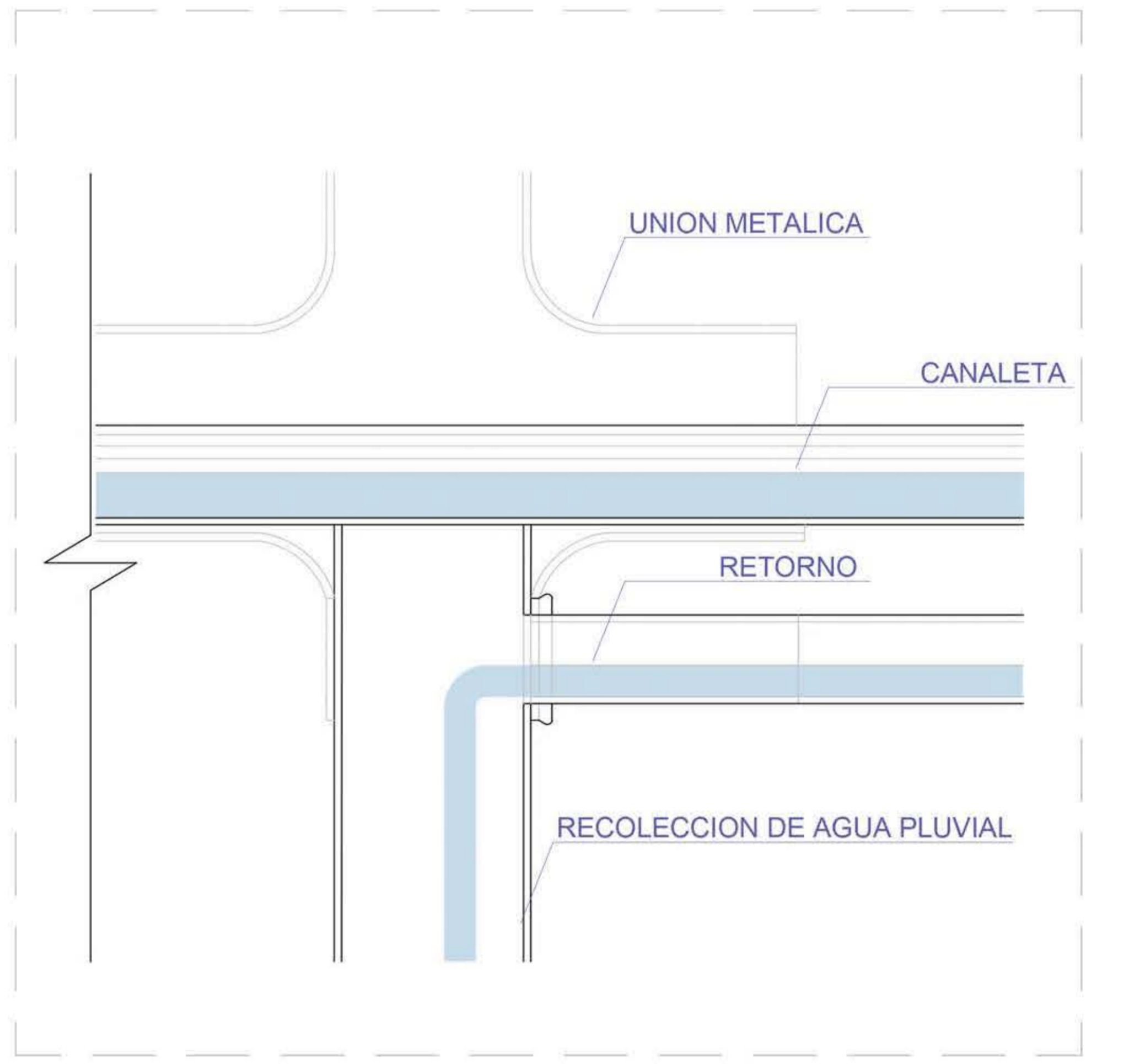
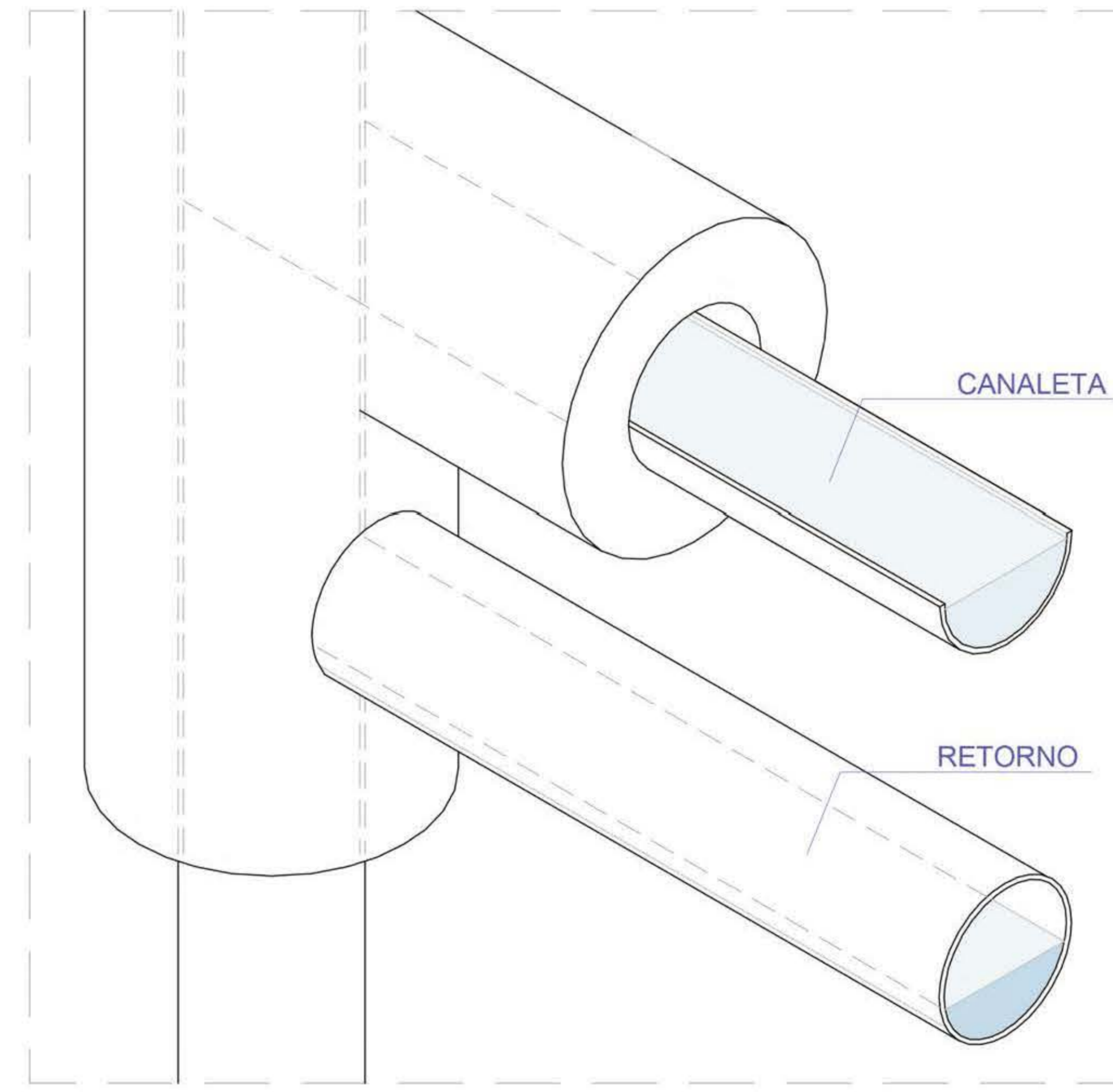
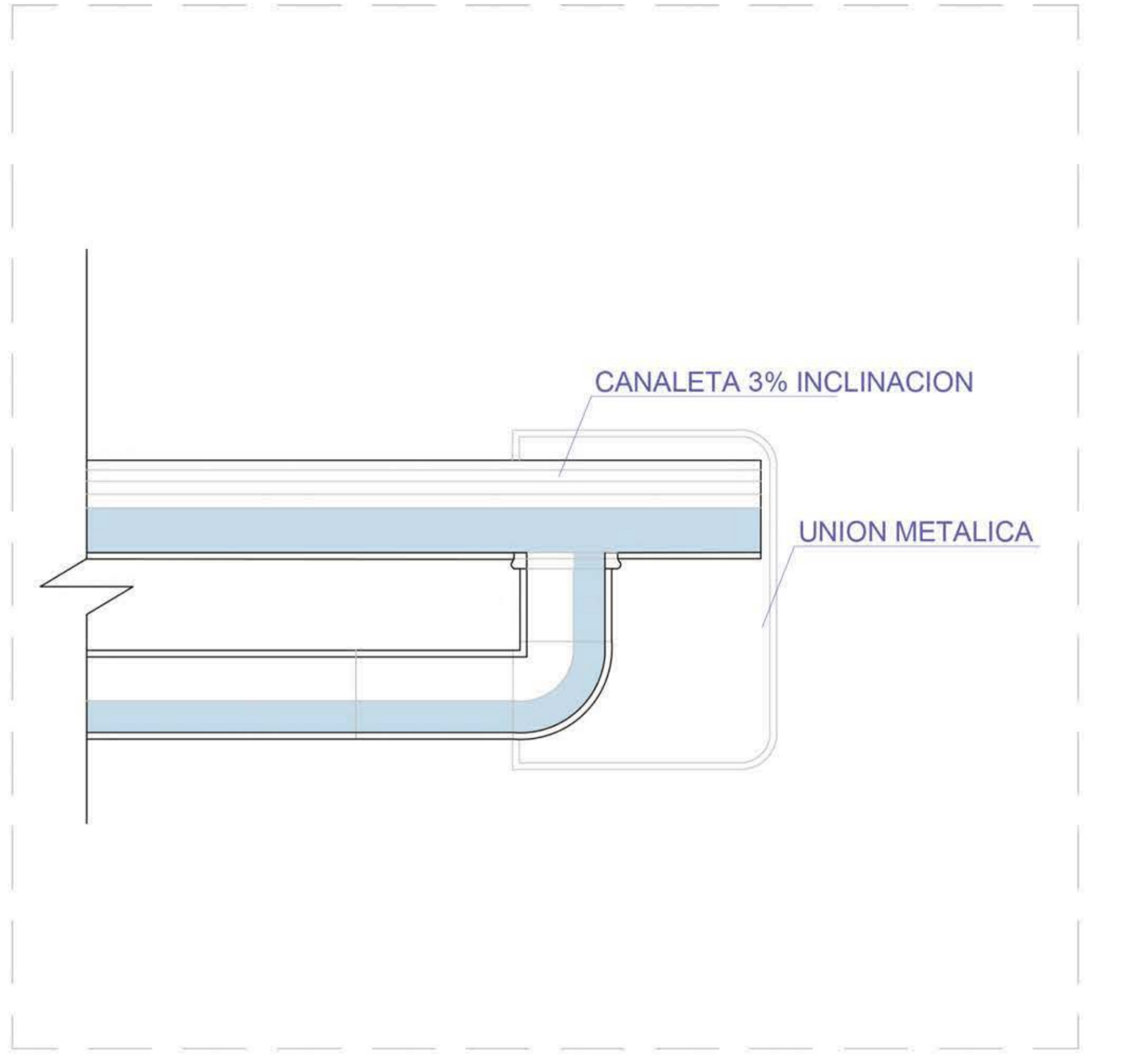
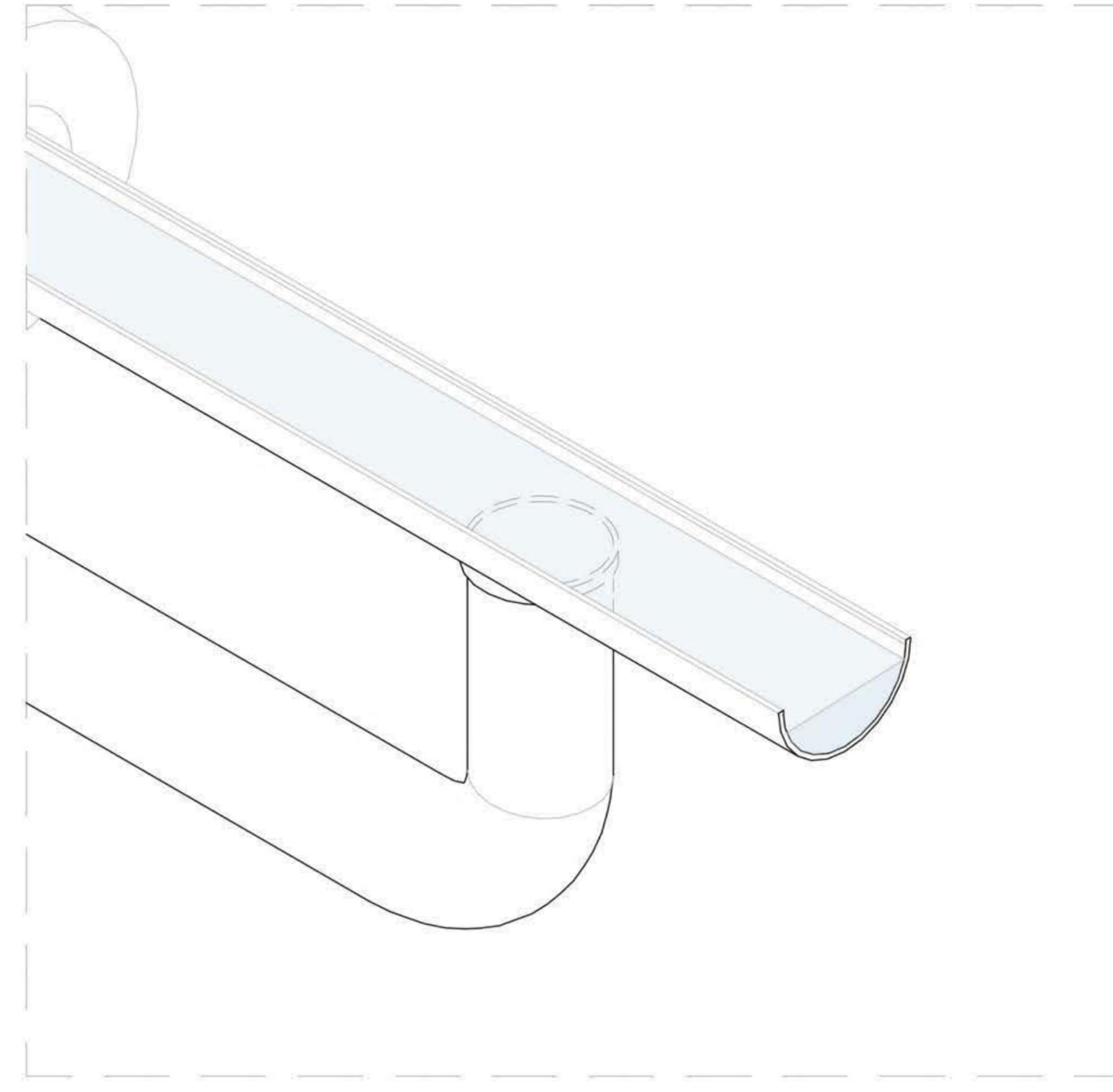
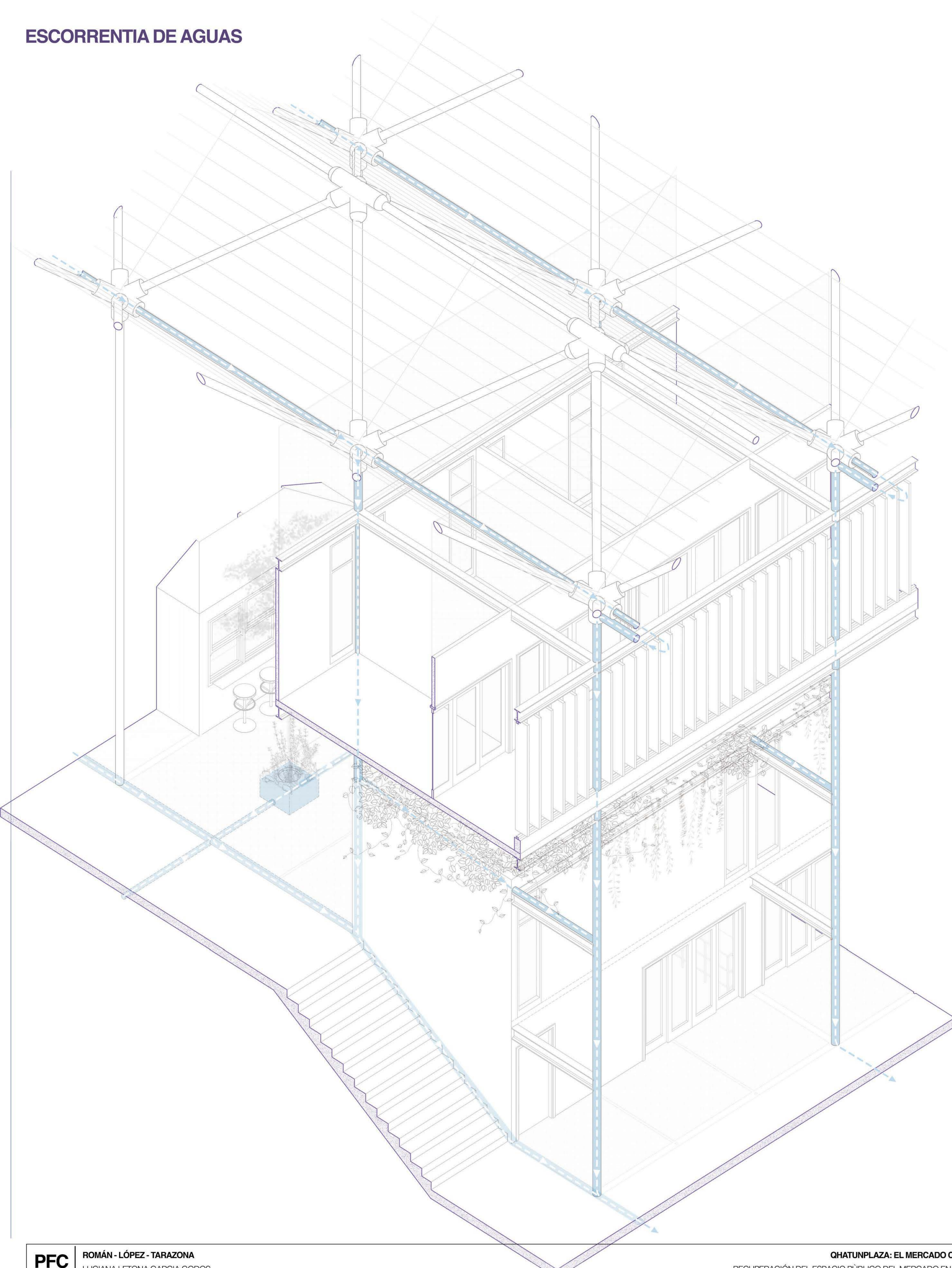




PERSPECTIVA ESQUEMATICA



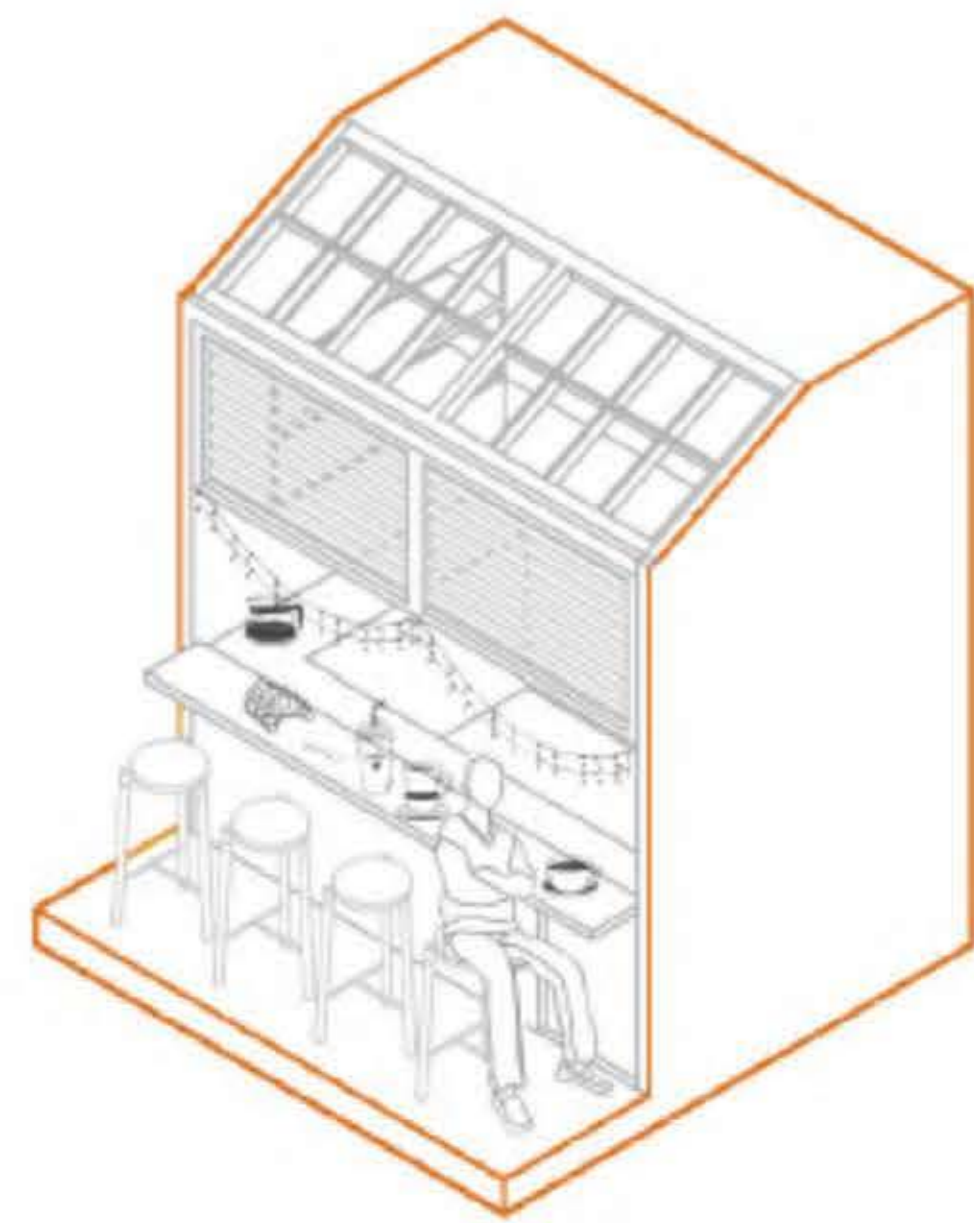




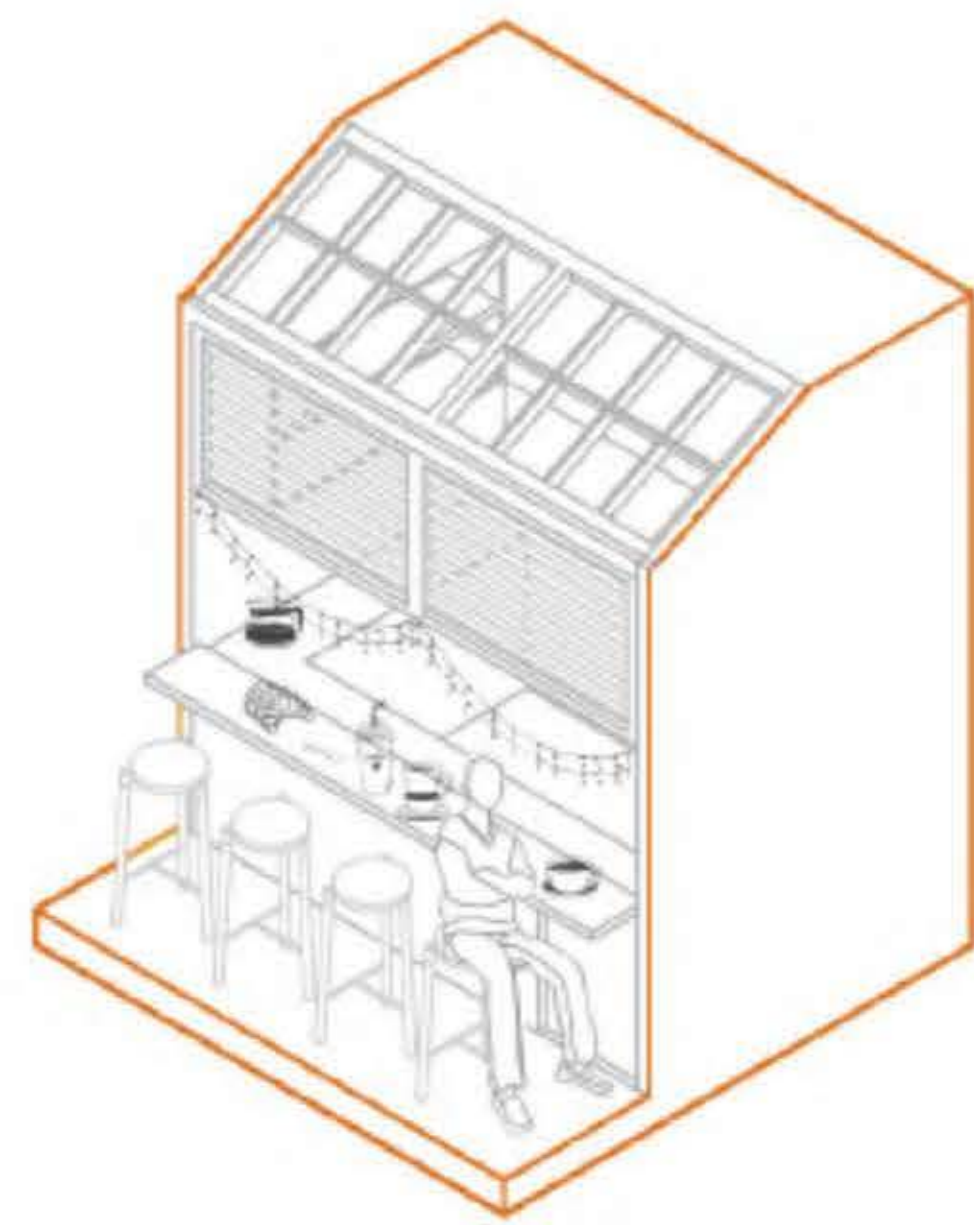
Compatibilidad de puestos

A. Por consumo:

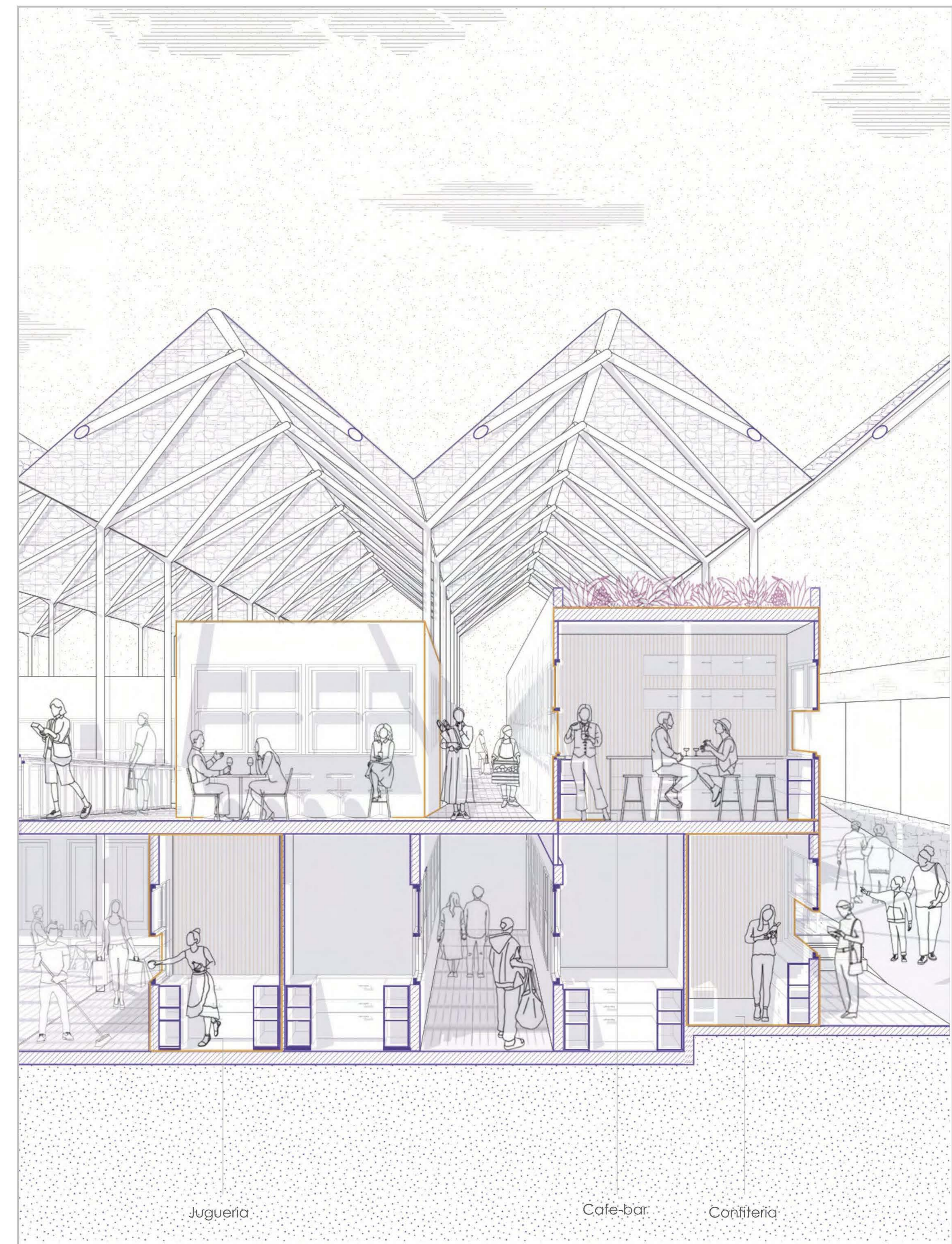
- Compuestos por aquellos que tienen mayor rango de horas nocturno, y mayores zonas de estancia.



Restobares y confiterías



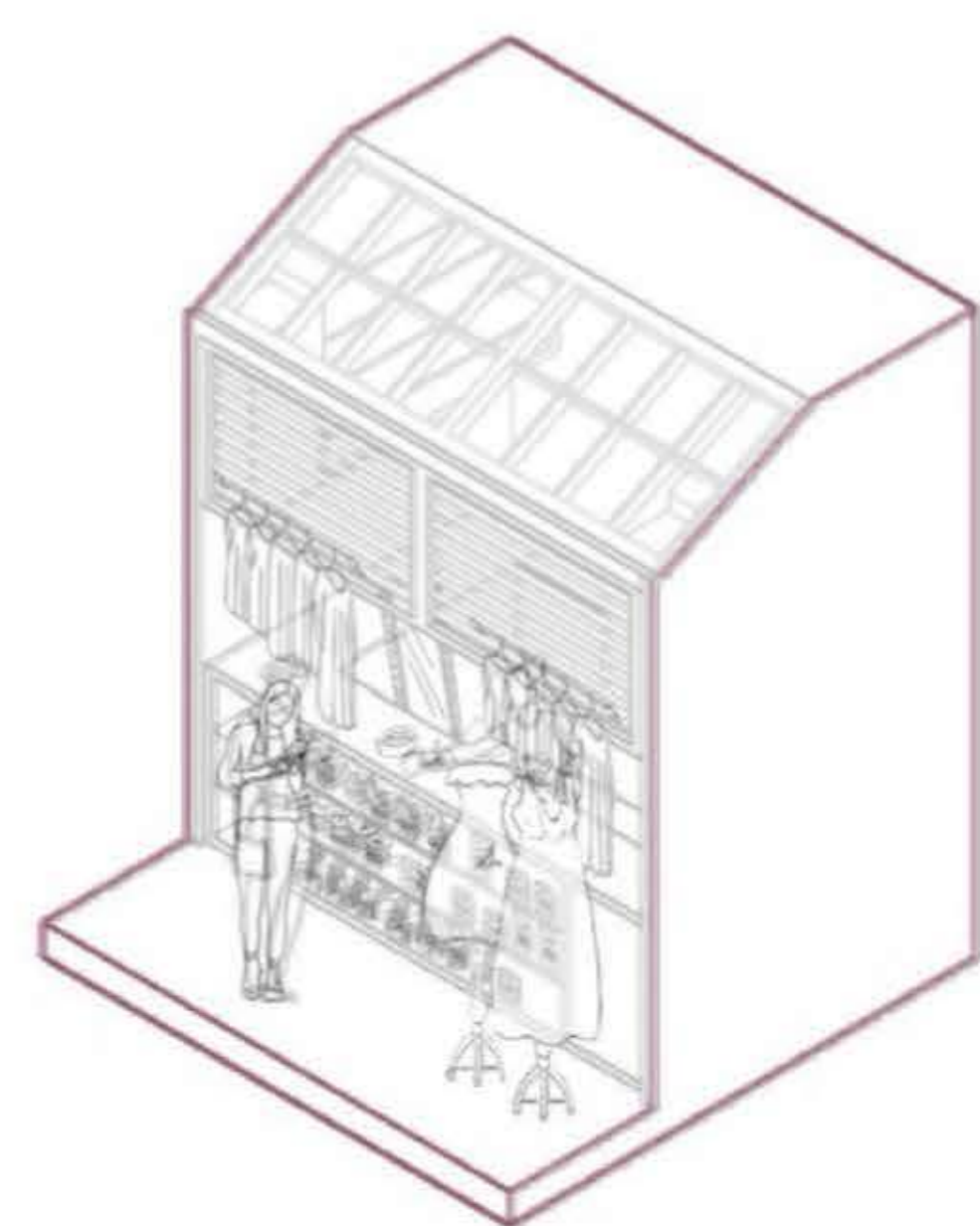
Juguerías y desayunos



Compatibilidad de puestos

Por exhibición:

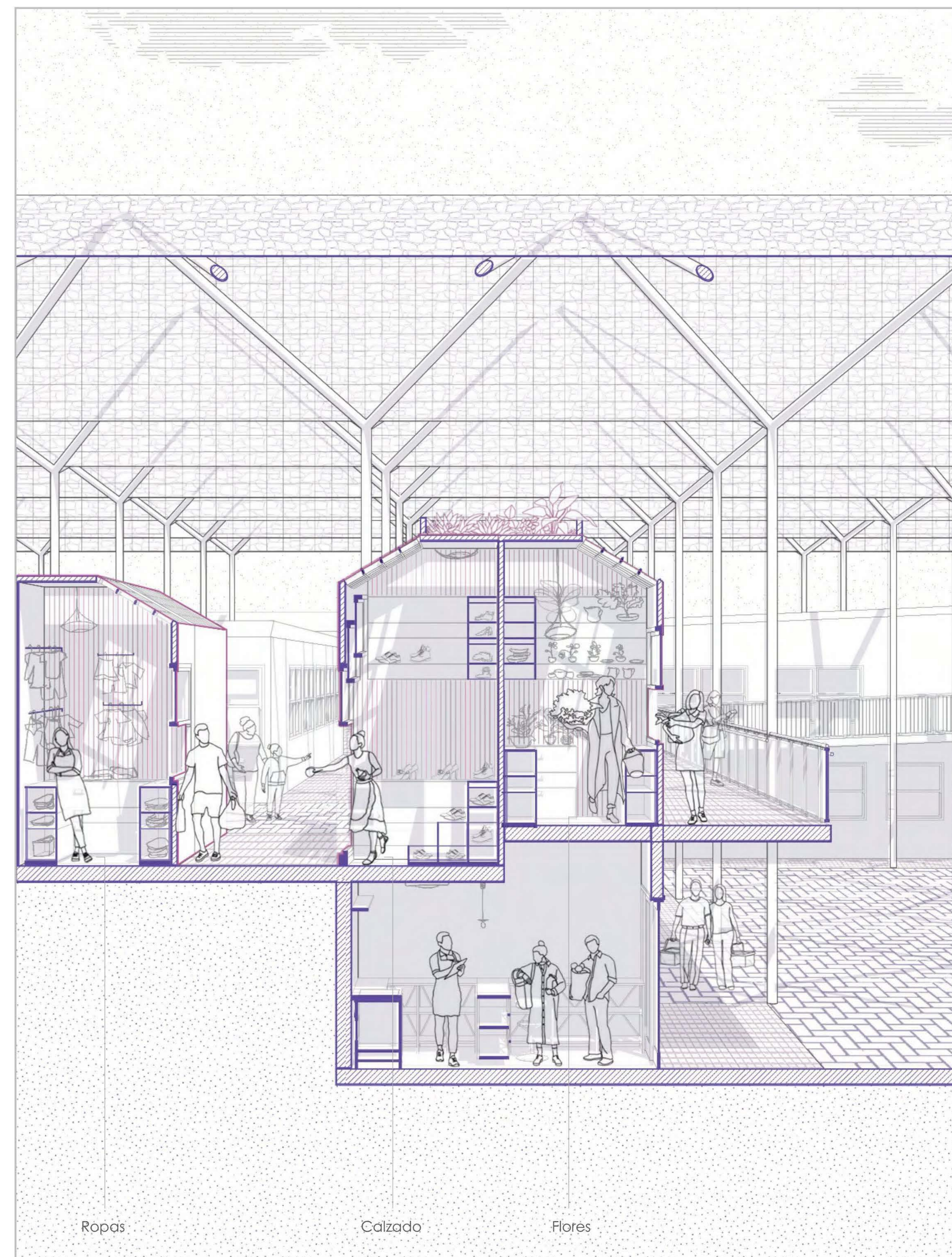
- Aquellos cuya estancia implica integrar al comprador al uso del espacio interior.



Ropas y calzado



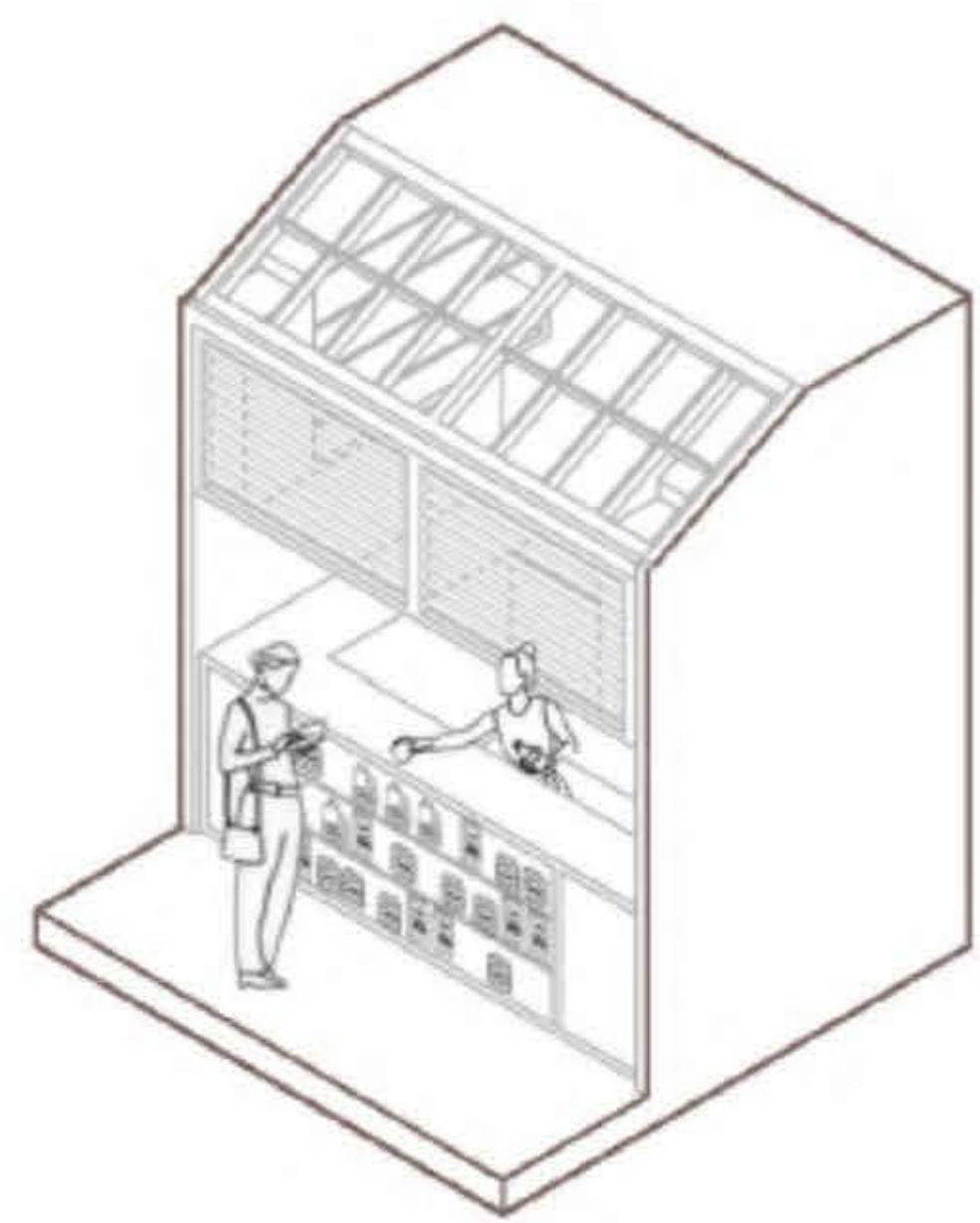
Florerías



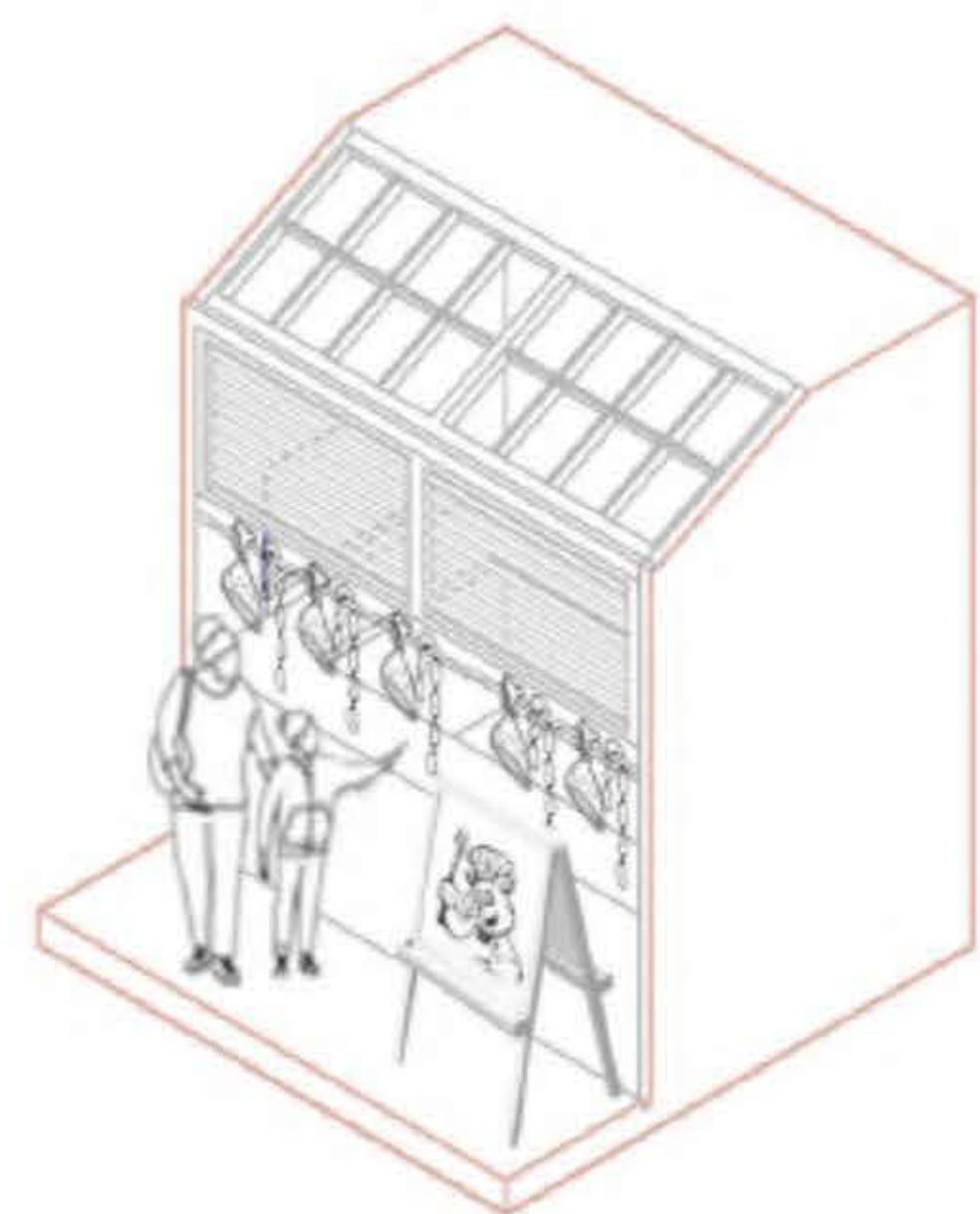
Compatibilidad de puestos

Por preparación:

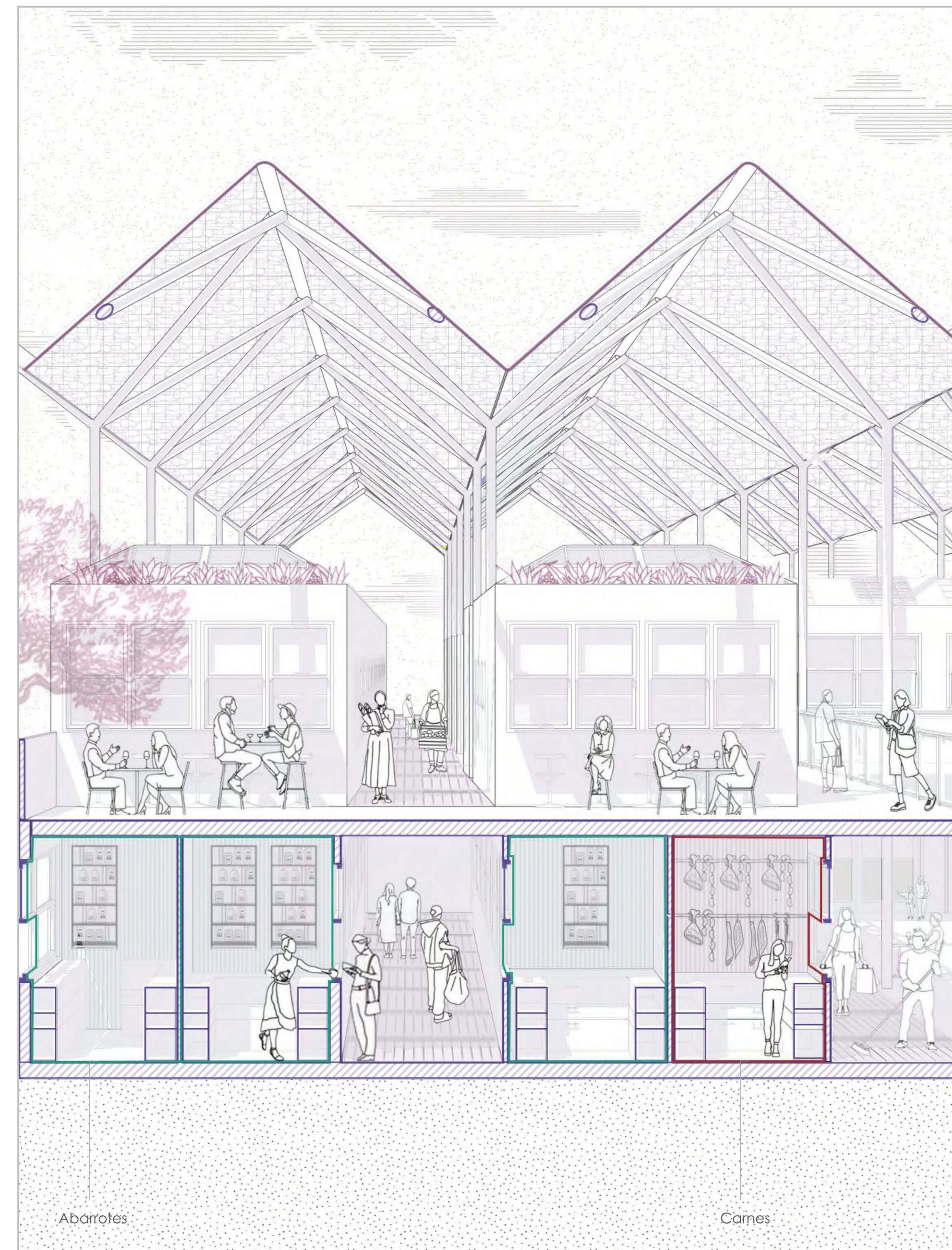
- Aquellos cuya estancia implica un proceso de preparación del producto.



Abarrotes y mercería



Carnes, aves y pescados



HORARIO DIURNO - 10am

Apertura de la mayoría de puestos, sobre todo los de comestibles y servicios básicos, la plaza se usa como contenedor del comercio informal en su perímetro gracias al tratamiento del pavimento.



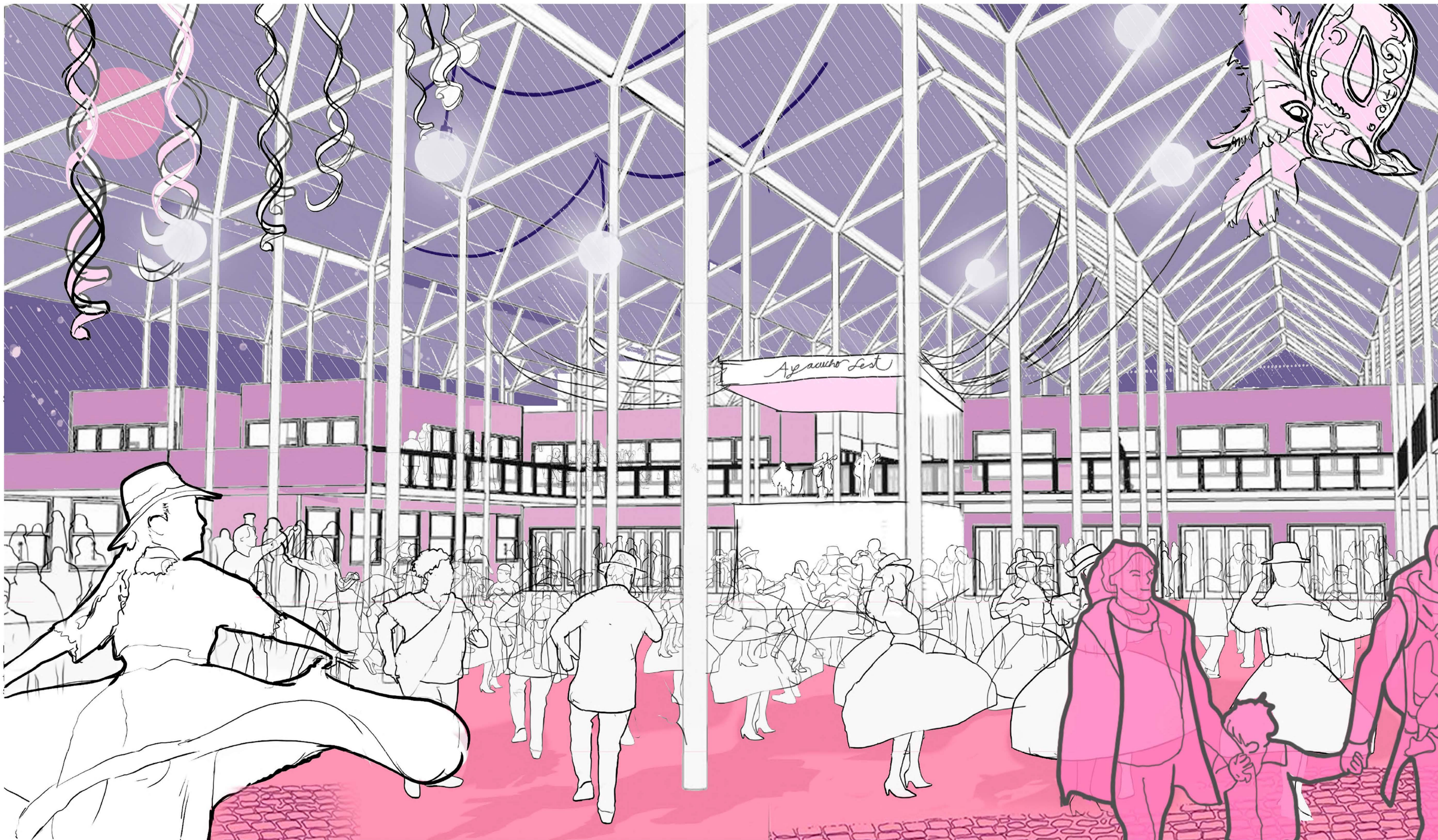
HORARIO TARDE - 5pm

Se desocupa la plaza, se desarman las varillas de aluminio del comercio informal y se aperturan las cafeterías, confiterías y restaurantes. El área periférica de la plaza cambia de uso de lo informal a extensión de puestos mediante su mobiliario y ubicación.



HORARIO NOCTURNO - 8pm

Se libera toda la plaza, dando paso a conciertos festivos y/o procesiones, se arman estrados a partir de las placas metálicas que facilitan su anclaje al pavimento, y los puestos con mayor extensión horaria permanecen perimetralmente.



8. Conclusiones

Qhatunplaza marca un nuevo hito en cuanto al diseño del comercio como equipamiento, y en su lugar propone un modelo híbrido entre la plaza de la antigüedad donde se realizaba el mercado y donde las dinámicas sociales cumplían un rol protagonista para la trascendencia histórica generacional, junto con el modelo actual del mercado como edificios que constan con la tecnología e instalaciones necesarias para asegurar la salubridad en la compra y venta de los productos.

Además, se implementa un carácter que corresponde a su propio contexto, siendo este el cultural, ya que al encontrarse en Centro Histórico y al ser Ayacucho una de las ciudades con mayor mano de obra artesanal y de cultura musical, se realiza el mercado como un equipamiento abierto de funcionamiento diurno como nocturno, prevaleciendo el comercio mayormente de día y la exposición y uso de los talleres y plazas durante la noche; así también, son estas plazas las que posibilitan la flexibilidad y versatilidad de uso con nuevas dinámicas, siendo la plaza central la que alberga mayores actividades tales como: comercio ambulante controlado gracias al diseño del pavimento que permite su ubicación, así como la posibilidad de realizar ferias durante todo el día o en la noche, y del mismo modo, sin ocupación, dando lugar a la extensión de cafeterías y restaurantes que contienen la plaza para su activación nocturna, o incluso la posibilidad de realizar festivales, conciertos o procesiones y misas dentro de la misma.

Todas estas actividades son posibles gracias a la cubierta uniforme que alberga el proyecto, siendo esta de un material de la región, el cual es el alabastro o comúnmente conocido como “piedra de huamanga”, la misma que permite la translucidez del espacio y un ingreso de luz natural controlado y no invasivo dentro del proyecto, además de protegerlo de las inclemencias del clima de sierra y permitiendo el funcionamiento interno del mercado-plaza.

Es así que *Qhatunplaza* no pretende concebirse solo como un espacio de intercambio económico, sino también, de momentos y memorias en la que sus usuarios se hacen partícipes de un nuevo modelo de mercado que recupera y promueve la identidad comercial y cultural de la ciudad.



Fuente: *Qhatunplaza*. Funcionamiento nocturno, vista aérea. Elaboración propia.

9. Referencias Bibliográficas

Caro, C.; Rioja, J. (2017) Propuesta de rehabilitación del antiguo mercado de abastos Andrés F. Vivanco en Ayacucho. Tesis. Lima.

Colegio de Arquitectos del Perú (2019). Manual técnico para la implementación de centros de abastos lineales. 22pp.

Defensa Civil (2013). Guía para la competitividad de mercados de Abastos. Lima.

Departamento de facilitación de exportaciones (2013). Guía de exportación de productos perecibles. Lima. 50pp

Gershenson J., Prasad G., Zhang Y. (2004) Product Modularity: Measures and Design Methods. *Journal of Engineering Design*,
ence Proceedings. Chicago Illinois.

Ministerio de Economía y Finanzas (2019). Guía para el cumplimiento de la meta 1: regulación del funcionamiento de los mercados de abastos para la prevención y contención del covid – 19.

Abastos. Lima.

Morales–Hernández, L. (2005). Diseño para variedad. Plataformas de diseño. Tesis. México DF. Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria.

Moya, G. (2016). Diseño del espacio interior de los módulos de venta de la asociación “9 de octubre” del mercado mayorista de la confección de la ciudad de Ambato y su incidencia en la satisfacción del cliente al momento de adquirir el producto en el año 2016. Tesis. Universidad Técnica de Ambato.

Municipalidad Provincial de Huamanga (2018). ORDENANZA MUNICIPAL N° 046-2018-MPH/A. Ayacucho 14 de diciembre.

Panero, J.; Zelnik, M. (1996) *Human Dimension and Interior Space: A Source Book of Design Reference Standards*. 320pp.

Ramos, R.; Borja, V.; López, M.; Ramírez, A. (2008) Método de diseño para variedad de productos basado en el análisis de modularidad. *RIIT Vol. XI. Núm.1. 2010 57-71*. UNAM. Lima.

Sanabria, A. (2015). Diseño de punto de venta de frutas y verduras para el mercado central de Cartago. Instituto Tecnológico de Costa Rica. Tesis título. Cartago.

Stone R., Wood K. y Crawford R. A (2000) Heuristic Method for Identifying Modules for Product Architectures. *Design studies*, 21:5:31.

CIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACION. Roma.

Ulrich K. (1995) *The Role of Product Architecture in the Manufacturing Firm*. Research policy.

Ulrich, K. (2009) *Diseño y desarrollo de productos*. Cuarta Edición. México.

