

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



RE-PENSAR EL MERCADO:
Remodelación del Mercado para la regeneración urbana del barrio
Magdalena - Ayacucho

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

AUTOR
Claudia Marcela Barboza Flores

CÓDIGO
20120084

ASESOR
Antonio Santiago Enrique Graña Acuña

Lima, octubre, 2021

RESUMEN

Los mercados de abastos representan un rol fundamental en la cotidianeidad de las personas, pues estos son los principales centros de expendios de alimentos y barrotes de la ciudad. Sin embargo, gran parte de ellos presentan severas deficiencias de limpieza, orden y seguridad, problemas que solo se han agravado a partir de la crisis sanitaria causada por el COVID-19. Ya que es en estos lugares en los que surgen problemas en la manipulación de alimentos, organización y manejo de residuos sólidos; todo esto, sumado a la presencia de comercio ambulatorio, convierte a los mercados en focos de contagio. En ese sentido, el Mercado Magdalena ubicado en el Barrio de Magdalena que se encuentra en la periferia del Centro Histórico de la ciudad de Huamanga, Ayacucho; constituye un espacio en el que se desarrolla una gran actividad comercial que involucra los problemas antes mencionados. Es por ello que, se hace necesario plantear las siguientes soluciones en el presente Proyecto de Plan de Carrera, re-pensar estos espacios no solo como parte de un plan para combatir la pandemia, sino como una oportunidad de mejora de un equipamiento público importante en la ciudad, no solo por su función de intercambio económico, sino también como articulador y generador de dinámicas urbanas. En esta línea, se decide intervenir a través de las siguientes estrategias proyectuales: aprovechando el desnivel topográfico propio de la ubicación del mercado; mejorando la relación del mercado con la plaza contigua a este; organizando el programa en función a las dinámicas urbanas; garantizando la iluminación y ventilación natural; e implementando un sistema de gestión de mercados. De esta manera, el mercado busca ser un espacio en el que se pueda recibir apropiadamente todos los flujos que confluyen en esta zona, dando más espacio de vereda, y permeando la entrada del ciclista en esta.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Huamanga, ubicada en la región de Ayacucho, es y ha sido centro de grandes eventos culturales y comerciales, partiendo de la Semana Santa y los Carnavales Ayacuchanos que son reconocidos a nivel nacional, hasta ferias nacionales que se desarrollan por el centro de la ciudad. Es en este contexto que se sitúa la problemática a tratar en el presente Proyecto de Fin de Carrera, el Mercado Magdalena, protagonista de este proyecto, es un mercado que tiene gran relevancia en todos los eventos antes mencionados, este se encuentra ubicado en el Barrio Magdalena, el cual se encuentra contenido por tres bordes urbanos: el Río Seco, la facultad de Agronomía de UNSCH y la quebrada del Río Totorilla. Además, está próximo al principal nodo cultural y comercial de la ciudad. El barrio Magdalena es considerado como uno de los principales nodos urbanos de la ciudad debido a la existencia del tercer mercado más importante de la ciudad: El Mercado Magdalena.

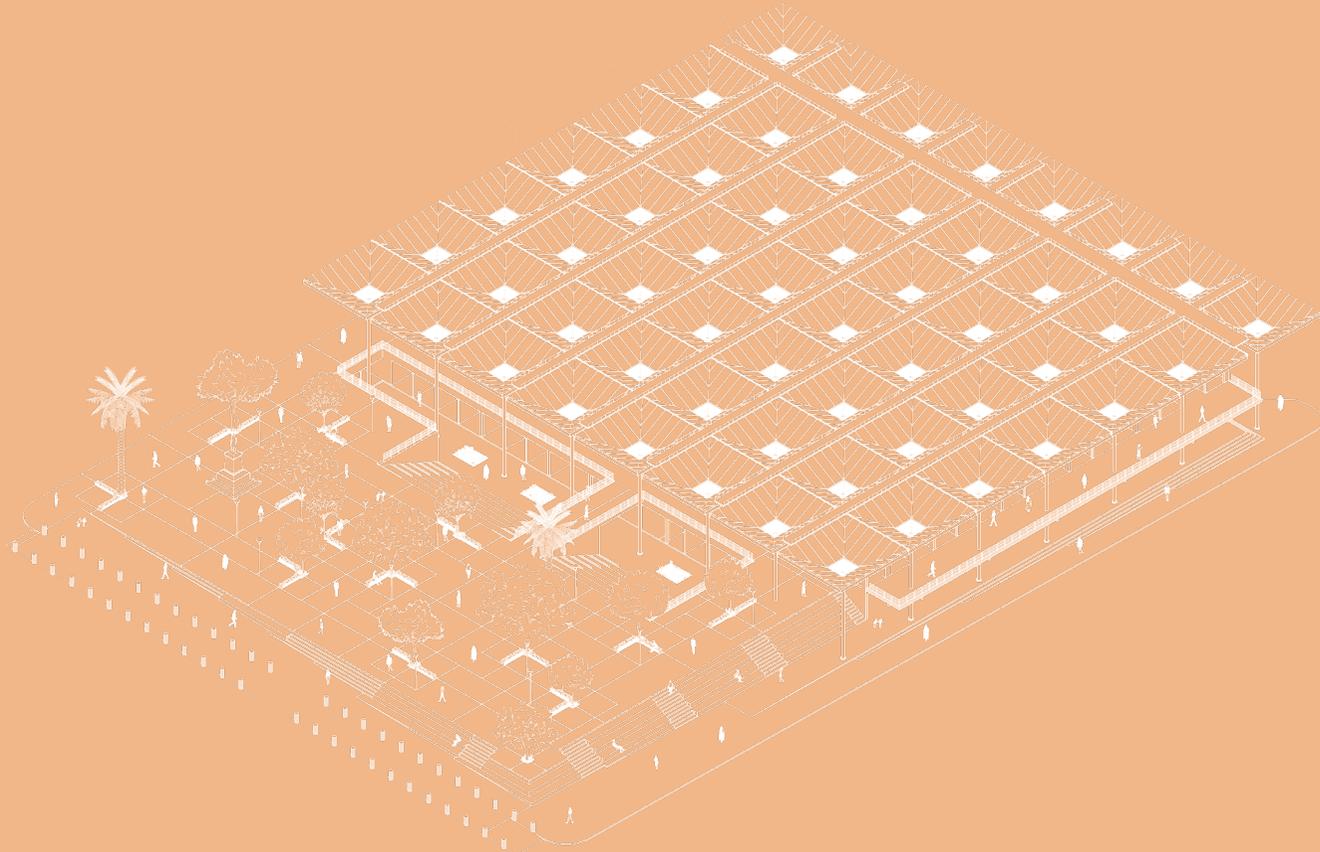
El cual junto a la plaza y templo María Magdalena configuran un hito de escala barrial al ser el principal espacio de intercambio comercial, cívico y de culto del barrio. Con la construcción del templo en 1558, se fueron asentando nuevos residentes provenientes de zonas rurales, quienes se dedicaban al comercio y utilizaban el terreno frente al parque para expender sus productos. Con el pasar de los años, los residentes demostraron gran sentido de pertinencia y comunidad al gestionar y construir el parque para desarrollar las actividades sociales y culturales del barrio. Con la construcción del parque, se destinó el resto del terreno para actividades comerciales y así mantener el carácter comercial del barrio. Es finalmente en 1970 cuando se formaliza la actividad comercial en el barrio con la construcción del Mercado Magdalena, el cual fue realizado con el financiamiento del Gobierno Venezolano.

Es sabido que en el entorno de las plazas de mercado, la degradación es particularmente evidente, ya que su función abastecedora genera una intensa actividad que si no se desarrolla de forma adecuada, puede provocar caos circulatorio, acumulación de residuos, concentración de venta ambulante y la consecuente inseguridad del sector. Si la mejora de los sectores degradados se basaban únicamente en la 'renovación urbana', es decir, en la sustitución de los tejidos existentes por nuevas estructuras más eficientes. Actualmente, la Iglesia, el parque y el mercado configuran el espacio de mayor importancia cultural, económica y agrícola del distrito debido a que es escenario de eventos de peregrinaje, cívicos, culturales y

comerciales desarrollados a lo largo del año.

El proyecto busca aprovechar esta oportunidad y poner en valor al mercado tradicional frente a la inevitable llegada y competencia económica que significarían los supermercados a la ciudad. A partir de la repotenciación del mercado Magdalena desde la arquitectura: su infraestructura y relación con el entorno.





RE-PENSAR EL MERCADO

Remodelación del Mercado para la regeneración urbana del barrio Magdalena

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO DE FIN DE CARRERA

MENCIÓN: TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFECIONAL

PARA LA OBTAR EL TÍTULO PROFESIONAL EN ARQUITECTURA Y URBANISMO



**REMODELEACIÓN DEL MERCADO Y ESPACIO
PÚBLICO PARA LA REGENERACIÓN DEL
BARRIO MAGDALENA**

Claudia Marcela Barboza Flores

ÍNDICE

1. CONTEXTO

- AYACUCHO
- BORDES URBANOS
- BARRIO MAGDALENA
- DINÁMICAS DEL BARRIO
- ANÁLISIS DEL ENTORNO

2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

- PROBLEMÁTICA
- DINÁMICAS DEL MERCADO MAGDALENA
- ESTRATEGIAS PROYECTUALES



3. DESARROLLO DEL PROYECTO

- DIAGRAMAS
- VISTAS
- PLANOS
- MASTER PLAN

4. BIBLIOGRAFÍA



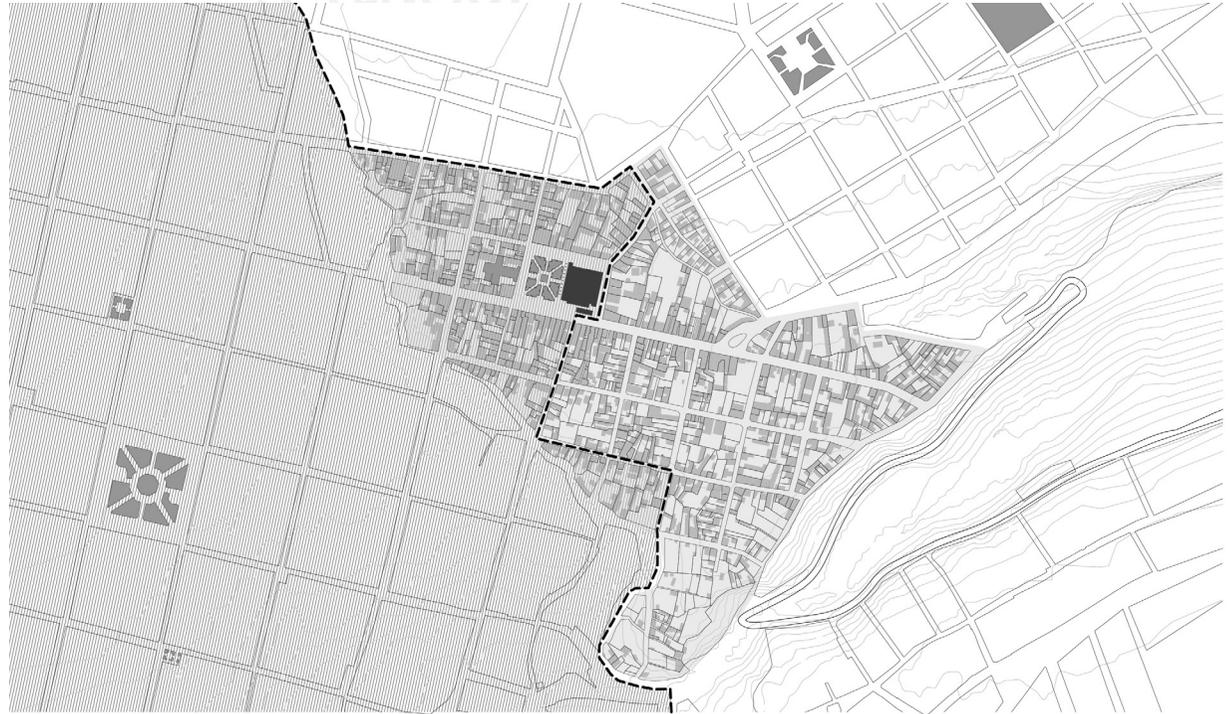


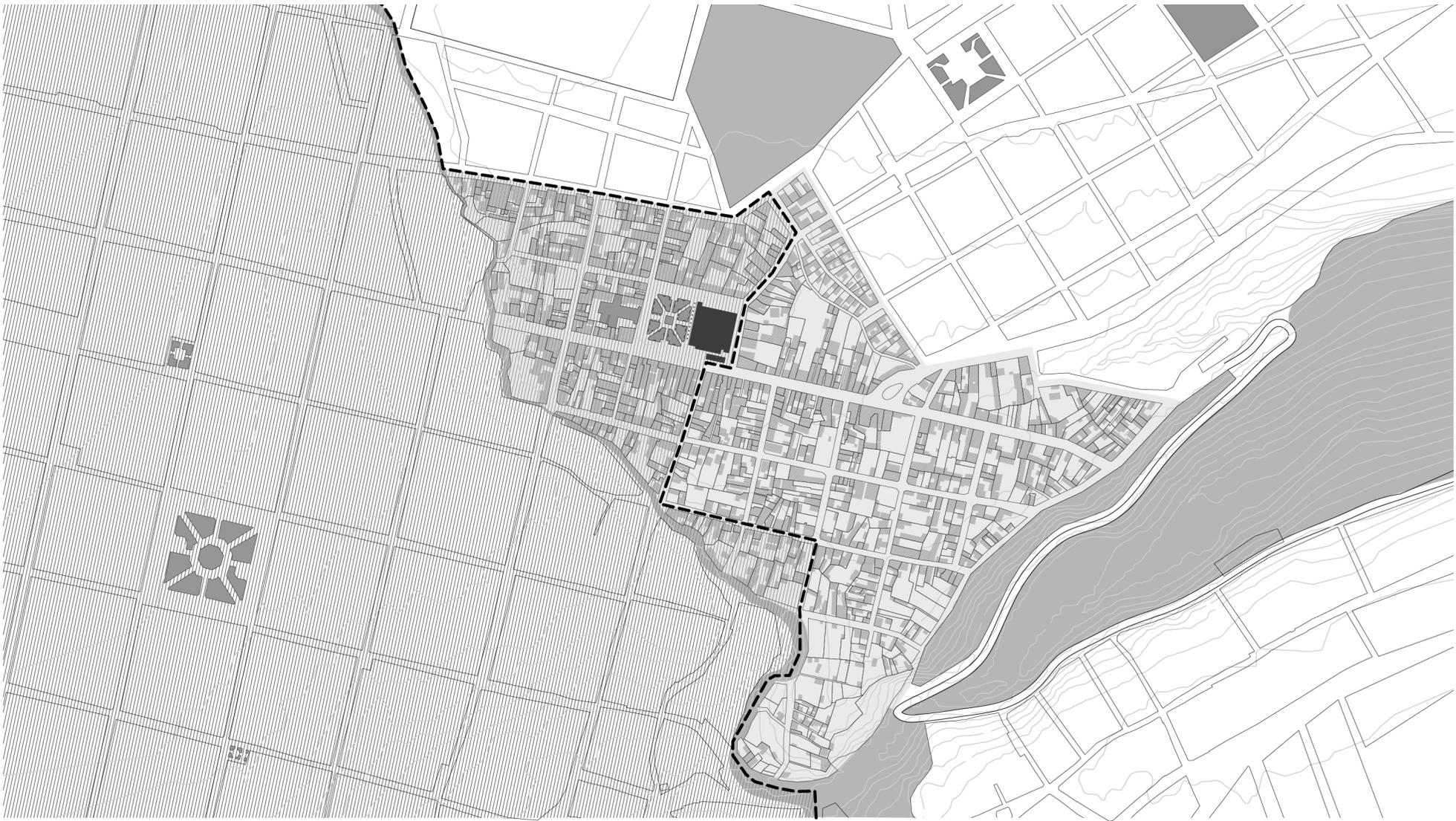
1. CONTEXTO

AYACUCHO

Es una ciudad ubicada en la zona sur del Perú, es conocida por sus distintas festividades tradicionales, sus plazoletas, casonas e iglesias coloniales. Algunos de los barrios y distritos de la ciudad de Ayacucho mantienen el carácter tradicional de estos elementos.

En este contexto, mi PFC se enfoca en la oportunidad que generan los espacios que conforman dichos elementos en la ciudad. Para así poder realizar la regeneración del Barrio Magdalena, que está ubicado en la periferia del Centro Histórico de Ayacucho



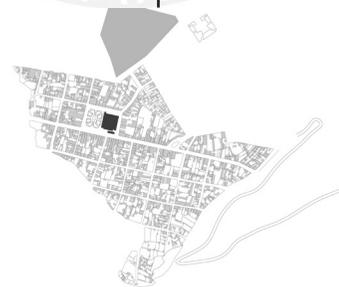


BORDES URBANOS

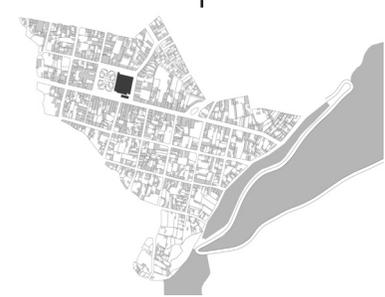
El Barrio Magdalena esta delimitado por el Río Seco, la Facultad de Agronomía de la UNSCH y la quebrada del Río Totorilla.



1 Río Seco



2 Facultad de Agronomía de UNSCH



3 Quebrada del Río Totorillas

Uray Parroquia (Iglesia María Magdalena)

Parque Magdalena

Mercado Magdalena



BARRIO MAGDALENA

El Barrio Magdalena es un barrio de la periferia, inicialmente sus residentes eran pobladores provenientes de zonas rurales. El principal hito urbano a escala distrital está definido por el encuentro entre el la iglesia María Magdalena, la plaza y el mercado Magdalena: primeros espacios construidos desde la fundación del barrio.



XXXX

Construcción de la Iglesia



XXXX

Tratamiento de la Plaza



1970

Construcción del Mercado



DINÁMICAS DEL BARRIO

Actualmente, la Iglesia, el parque y el mercado configuran el espacio de mayor importancia cultural, económica y agrícola del distrito debido a que es escenario de eventos de peregrinaje, danza y comercio desarrollados a lo largo del año.



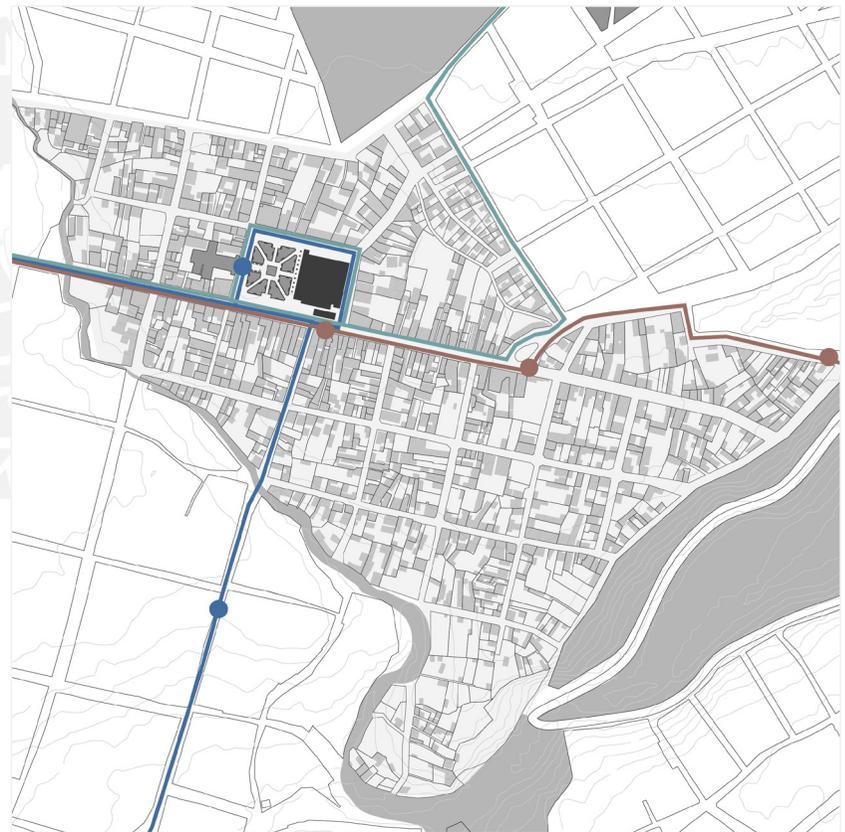
Actividades Religiosas

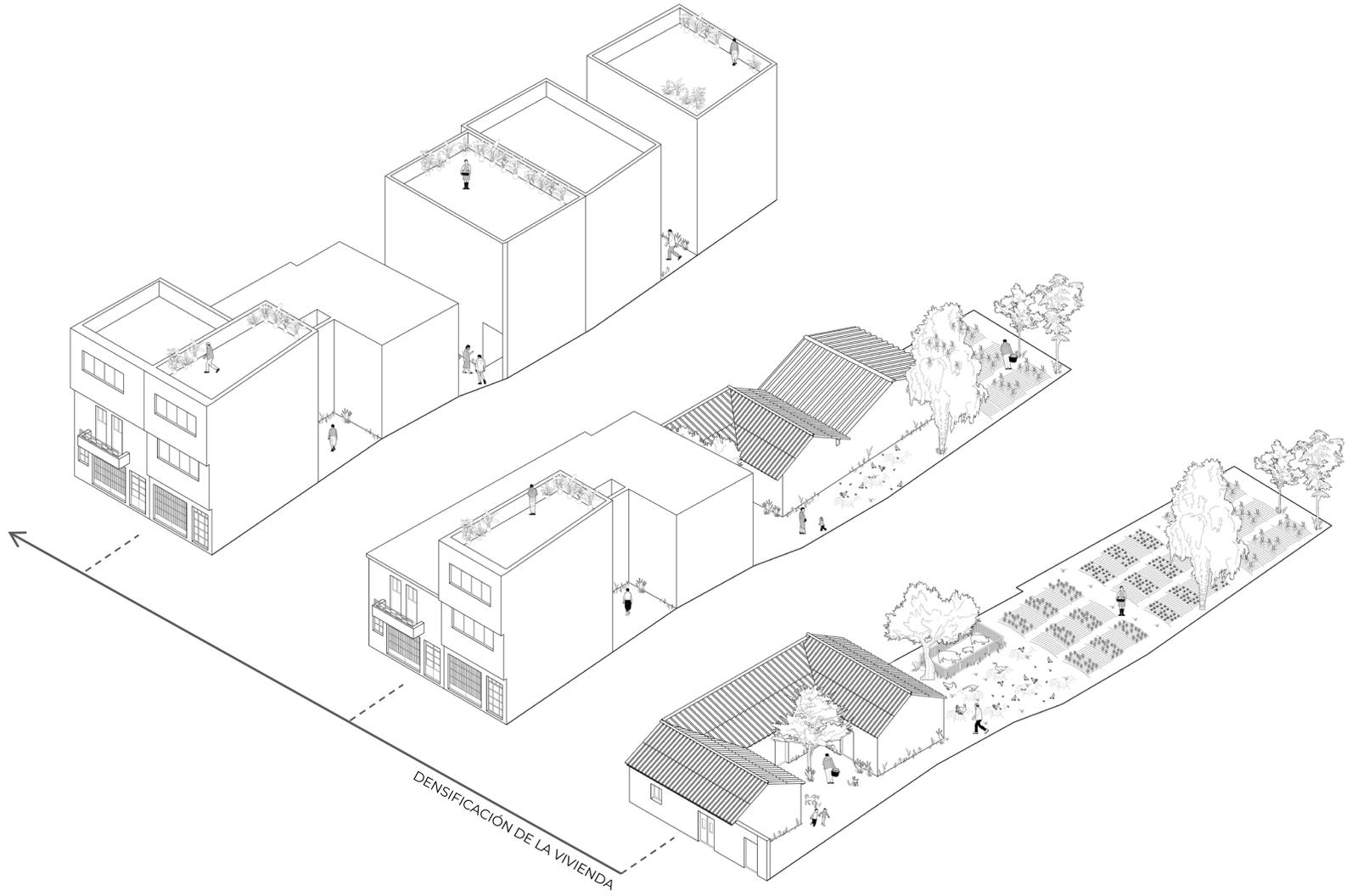


Actividades Culturales



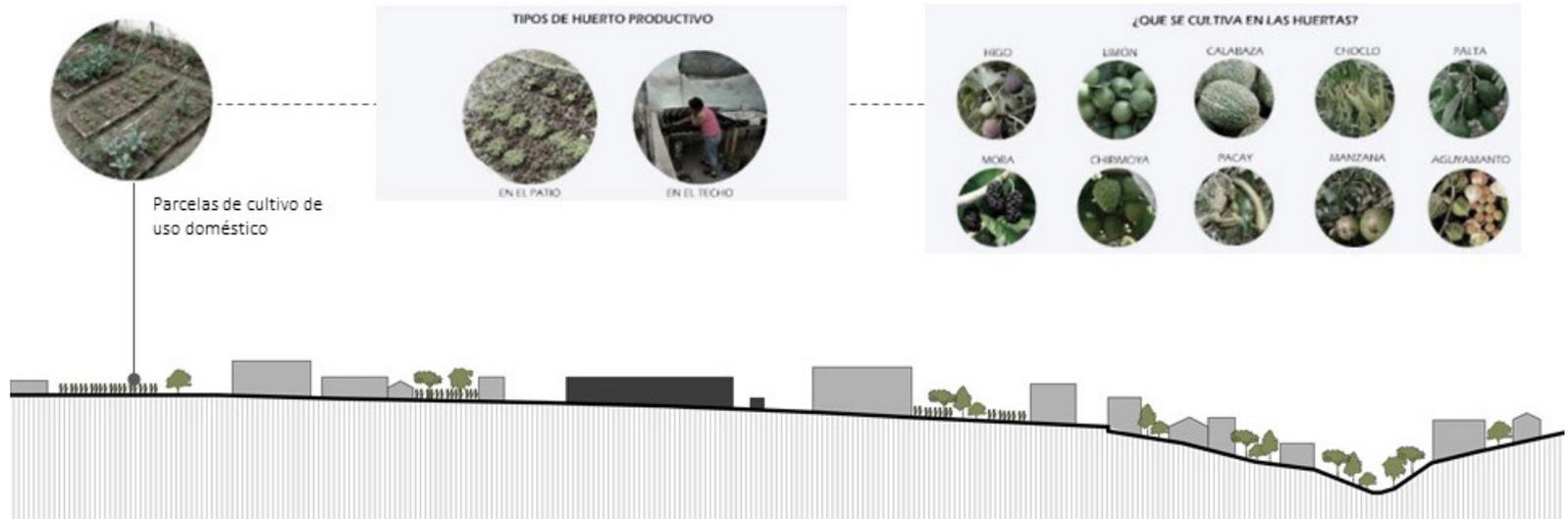
Actividades Turísticas





ANÁLISIS DEL ENTORNO

Pese a ser un espacio ubicado dentro del Centro Histórico, actualmente ya no existe presencia de fachadas coloniales, sin embargo se toma en cuenta las siguientes características del entorno: uso de comercio en el primer nivel, la relación con la calle en niveles superiores con el uso de balcones y el manejo de colores terrosos en las fachadas del proyecto. Además la presencia de huertos y parcelas de cultivo de uso doméstico en patios y techos del entorno es otra de las características que se tomaron en cuenta, ya que su existencia se remonta a inicios de la fundación del barrio cuando se cultivaban diferentes productos para su comercialización en el Parque Magdalena.



AYACUCHO – HUAMANGA - AYACUCHO

PROBLAMÁTICA

COMERCIO

Plaza Vea estaría interesado en llegar a Ayacucho



El holding peruano Intercorp estaría a punto de cerrar negociaciones para adquirir dos terrenos en Ayacucho con el fin de edificar un Plaza Vea.

El grupo Intercorp operador de Real Plaza y supermercados Plaza Vea volvería a retomar las negociaciones con las autoridades de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga (UNSHC) a fin de adquirir uno de sus terrenos para edificar un futuro supermercado de Plaza Vea.

Cabe recordar que desde hace cinco años existe la posibilidad de que Ayacucho contara con un supermercado en su jurisdicción, sin embargo, esta propuesta se cayó por la oposición de un pequeño grupo de estudiantes y poca predisposición de las autoridades universitarias.

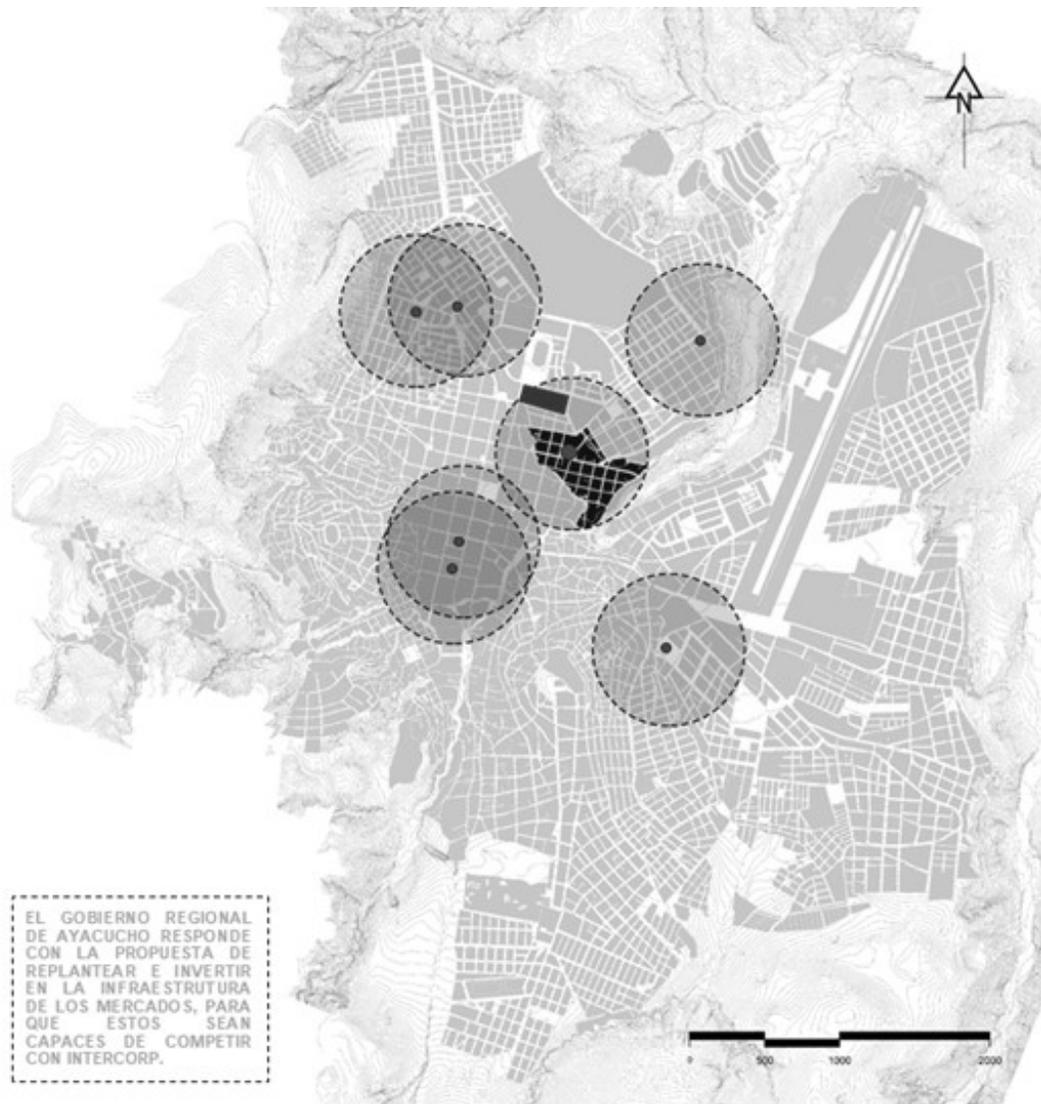
Agreden a estudiantes que se oponen a instalación de Plaza Vea en Ayacucho

Informe de TV Entace Nacional

Huamanga - Ayacucho 26 febrero 2010 - 2:36 pm, 12 comentarios



HUAMANGA - AYACUCHO Se agudizan los enfrentamientos verbales entre estudiantes y ciudadanos que están a favor y en contra de la instalación de Plaza Vea en Ayacucho. Los serenos de la Municipalidad Provincial de Huamanga agredieron a jóvenes estudiantes que recogían firmas en contra de la instalación del Supermercado en las instalaciones de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.



EL GOBIERNO REGIONAL DE AYACUCHO RESPONDE CON LA PROPUESTA DE REPLANTEAR E INVERTIR EN LA INFRAESTRUTURA DE LOS MERCADOS, PARA QUE ESTOS SEAN CAPACES DE COMPETIR CON INTERCORP.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

PROBLEMÁTICA

Las cadenas de supermercados con interés en el mercado ayacuchano se presentan como competencia directa para los mercados tradicionales. Situación que no es aceptada por la población.



1 NO HAY RELACIÓN CON LAS ACTIVIDADES AGROECONÓMICAS



2 FALTA DE ZONA DE CARGA Y DESCARGA



3 FALTA DE RELACIÓN CON EL ENTORNO



4 NO EXISTE UN ZONA ADMINISTRATIVA



5 CANTIDAD DE PUESTOS INSUFICIENTES

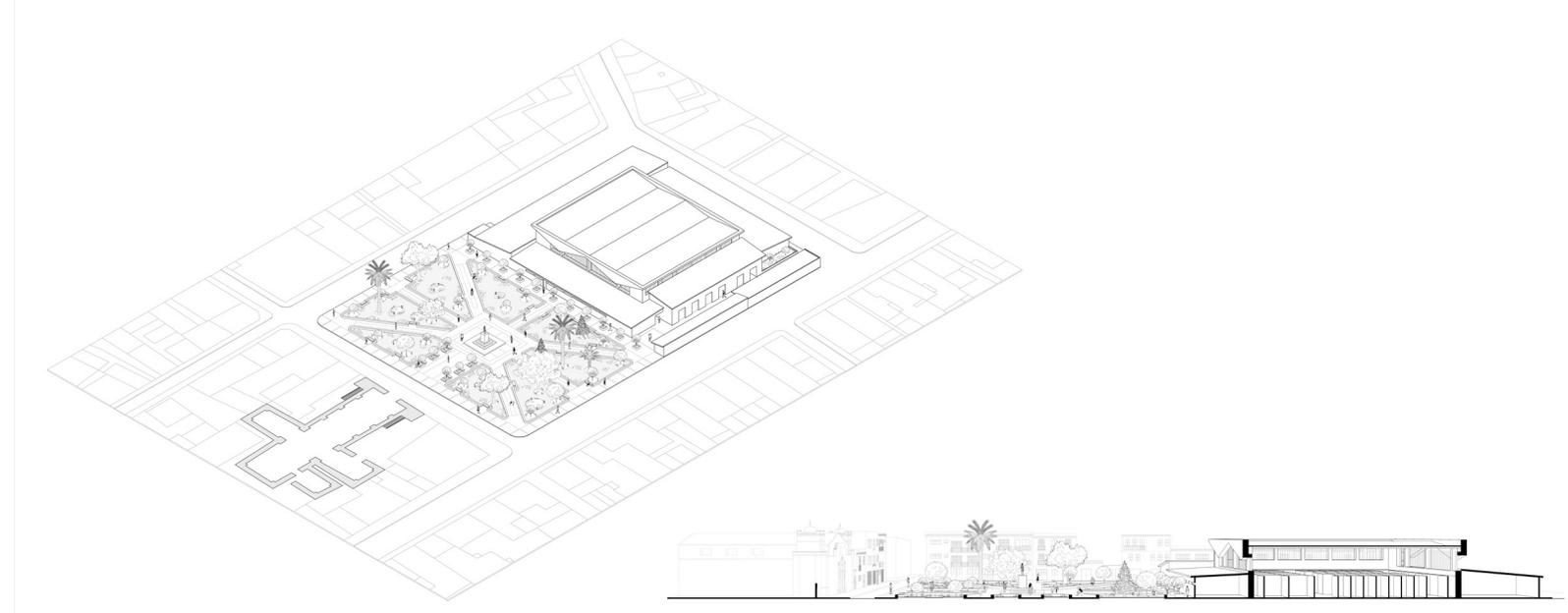


6 CARECE DE ILUMINACIÓN, VENTILACIÓN Y CIRCULACIÓN EFICIENTE

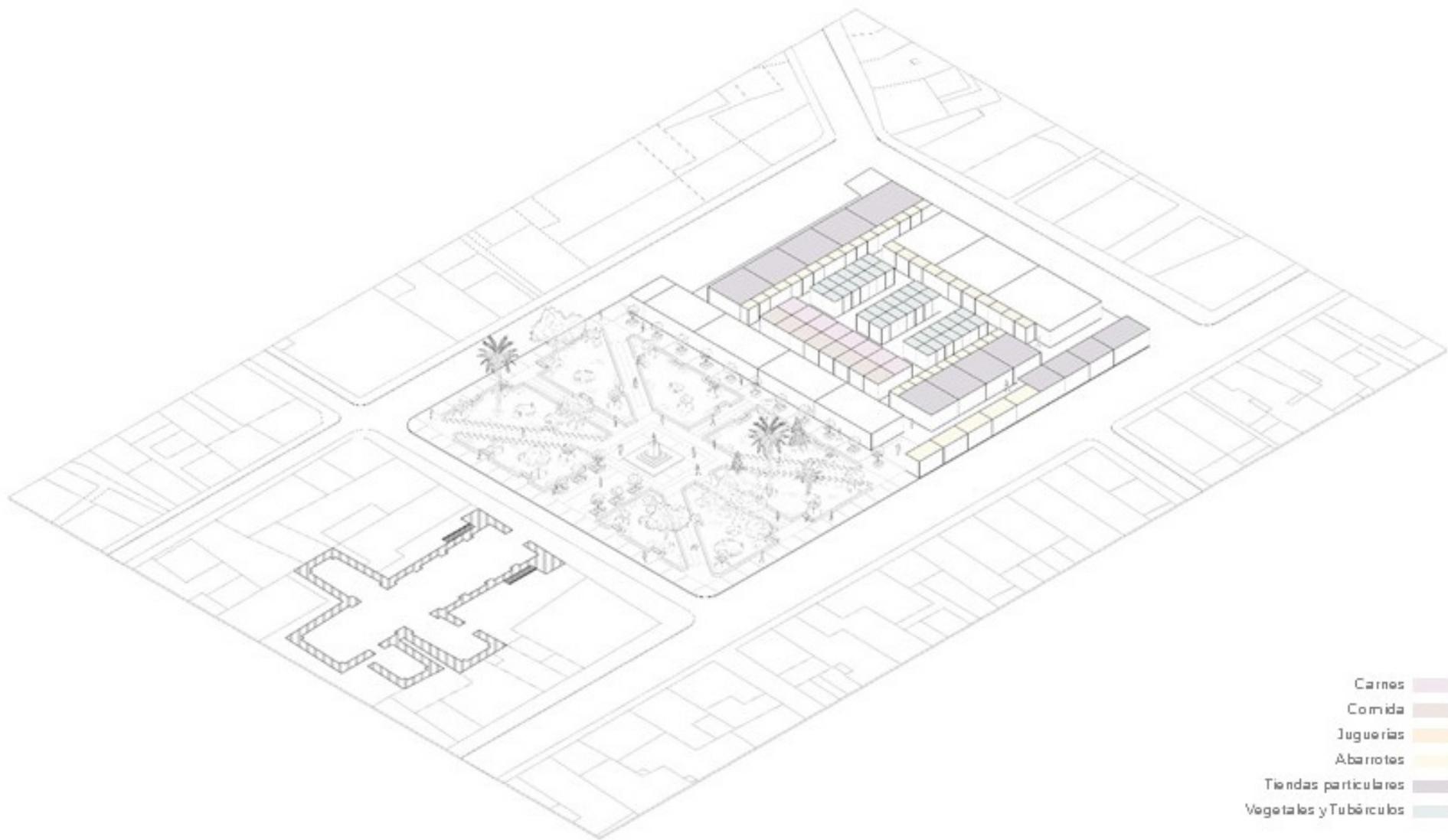


DINÁMICAS DEL MERCADO MAGDALENA

Ante esa situación, y como parte de los proyectos con motivo del Bicentenario de la batalla de Ayacucho, se ha destinado un presupuesto para su remodelación bajo el enfoque de los mercados post covid. El proyecto busca aprovechar esta oportunidad y poner en valor al mercado tradicional frente a la inevitable llegada y competencia económica que significarían los supermercados en la ciudad. Por eso el proyecto se enfoca en repotenciar el mercado Magdalena desde la arquitectura : su infraestructura y relación con el entorno.



MERCADO MAGDALENA
ESTADO ACTUAL



- Carnes
- Comida
- Juguerías
- Abarrotos
- Tiendas particulares
- Vegetales y Tubérculos

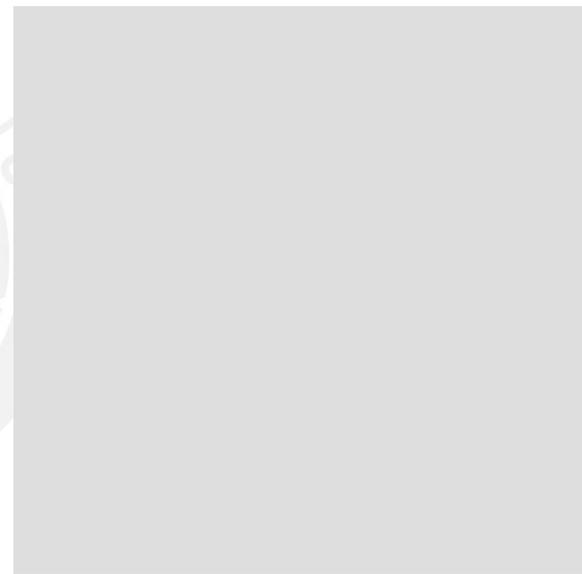
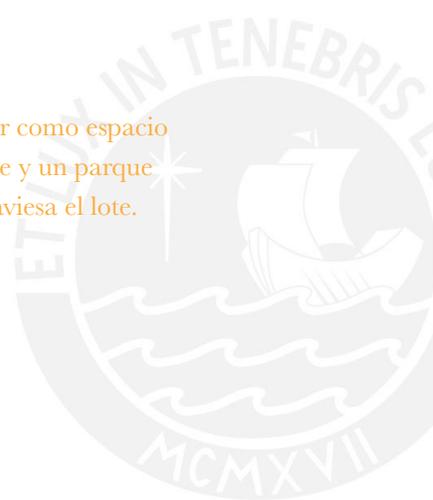
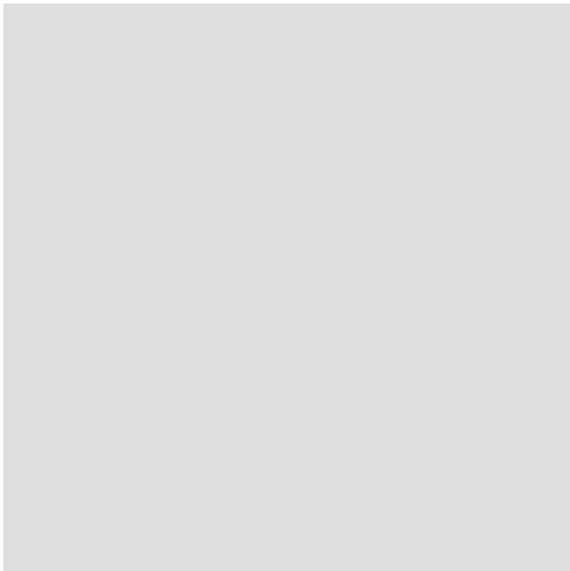
ESTRATEGIAS PROYECTUALES

Actualmente el Mercado Magdalena posee dinámicas como la espontaneidad de actividad agroeconómica, la relación vendedor comprador, los espacios de encuentro y la relación con el exterior. Por ello, se plantea un mercado conectado a las actividades del entorno a partir de las siguientes estrategias proyectuales:

- 
- 1 MEJORAR LA RELACIÓN CON EL ENTORNO
 - 2 APROVECHAR DEL DESNIVEL TOPOGRÁFICO
 - 3 ORGANIZAR EL PROGRAMA EN FUNCIÓN A LAS DINÁMICAS URBANAS.
 - 4 INTEGRAR ACTIVIDADES AGROECONÓMICAS
 - 5 GARANTIZAR LA ILUMINACION Y VENTILACION NATURAL EN LOS TRES NIVELES DEL MERCADO.
 - 6 IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN DE MERCADOS

MEJORAR LA RELACIÓN CON EL ENTORNO

Liberar los espacios al interior del lote, para generar como espacio público: plazas centrales vinculadas a la preexistente y un parque lineal que acompaña el recorrido del canal que atraviesa el lote.

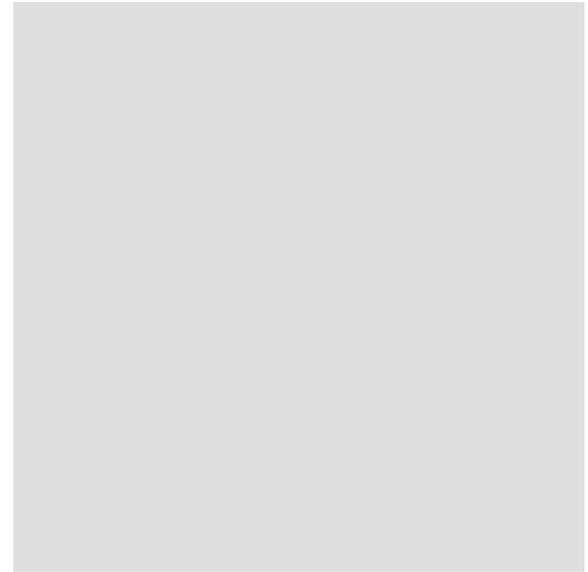
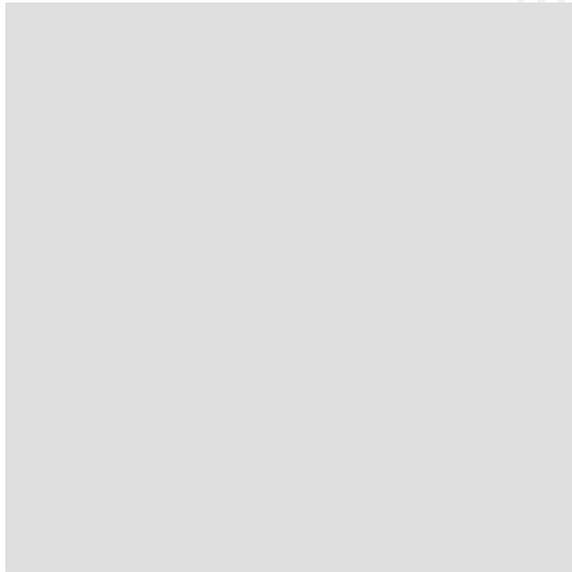


APROVECHAR EL DESNIVEL TOPOGRÁFICO

Liberar los espacios al interior del lote, para generar como espacio público: plazas centrales vinculadas a la preexistente y un parque lineal que acompaña el recorrido del canal que atraviesa el lote.

ORGANIZAR EL PROGRAMA EN FUNCIÓN A LAS DINÁMICAS URBANAS

Liberar los espacios al interior del lote, para generar como espacio público: plazas centrales vinculadas a la preexistente y un parque lineal que acompaña el recorrido del canal que atraviesa el lote.

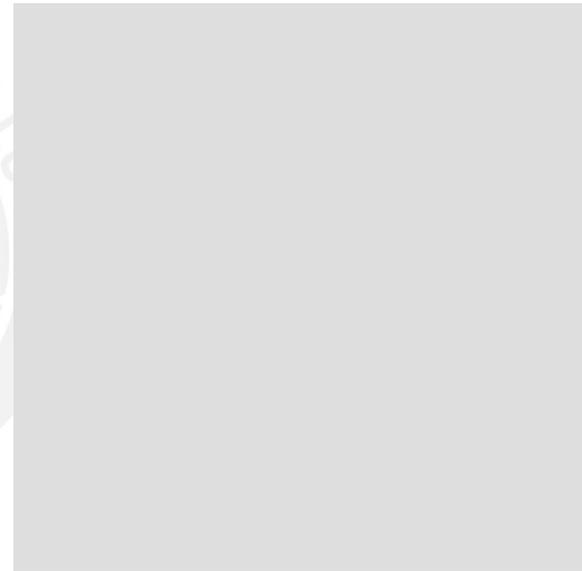
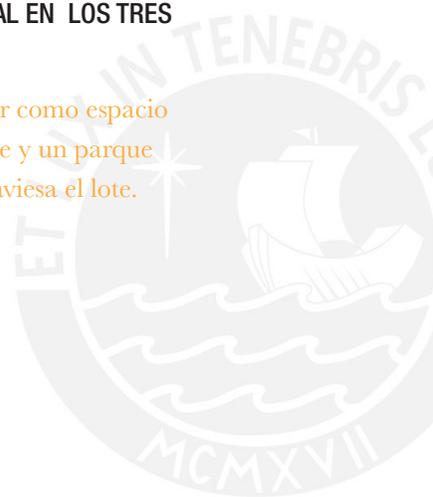
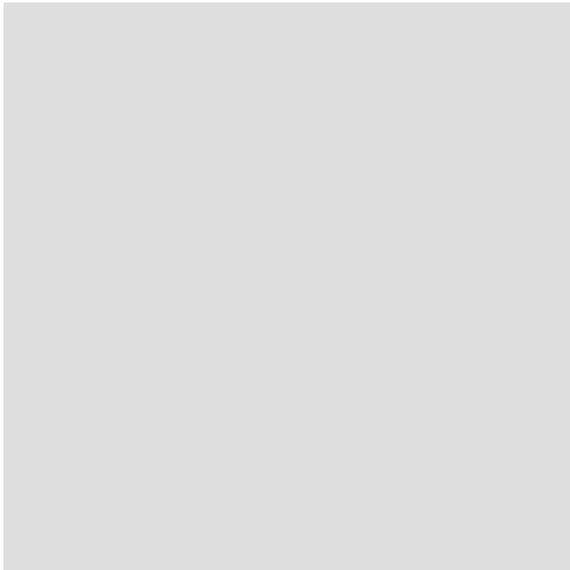


INTEGRAR ACTIVIDADES AGROECONÓMICAS

Liberar los espacios al interior del lote, para generar como espacio público: plazas centrales vinculadas a la preexistente y un parque lineal que acompaña el recorrido del canal que atraviesa el lote.

GARANTIZAR LA ILUMINACION Y VENTILACION NATURAL EN LOS TRES NIVELES DEL MERCADO

Liberar los espacios al interior del lote, para generar como espacio público: plazas centrales vinculadas a la preexistente y un parque lineal que acompaña el recorrido del canal que atraviesa el lote.



IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN DE MERCADOS

Liberar los espacios al interior del lote, para generar como espacio público: plazas centrales vinculadas a la preexistente y un parque lineal que acompaña el recorrido del canal que atraviesa el lote.



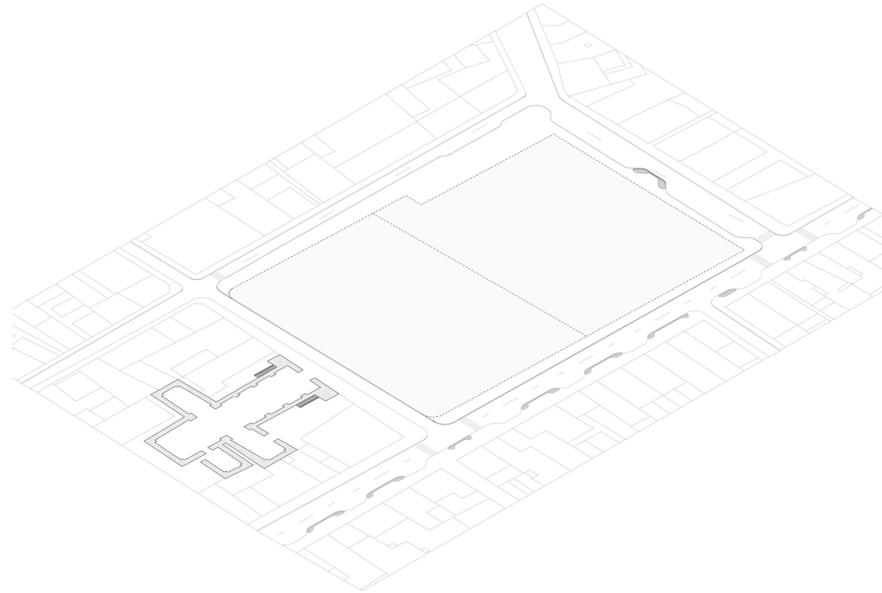


3. DESARROLLO DEL PROYECTO

DIAGRAMAS

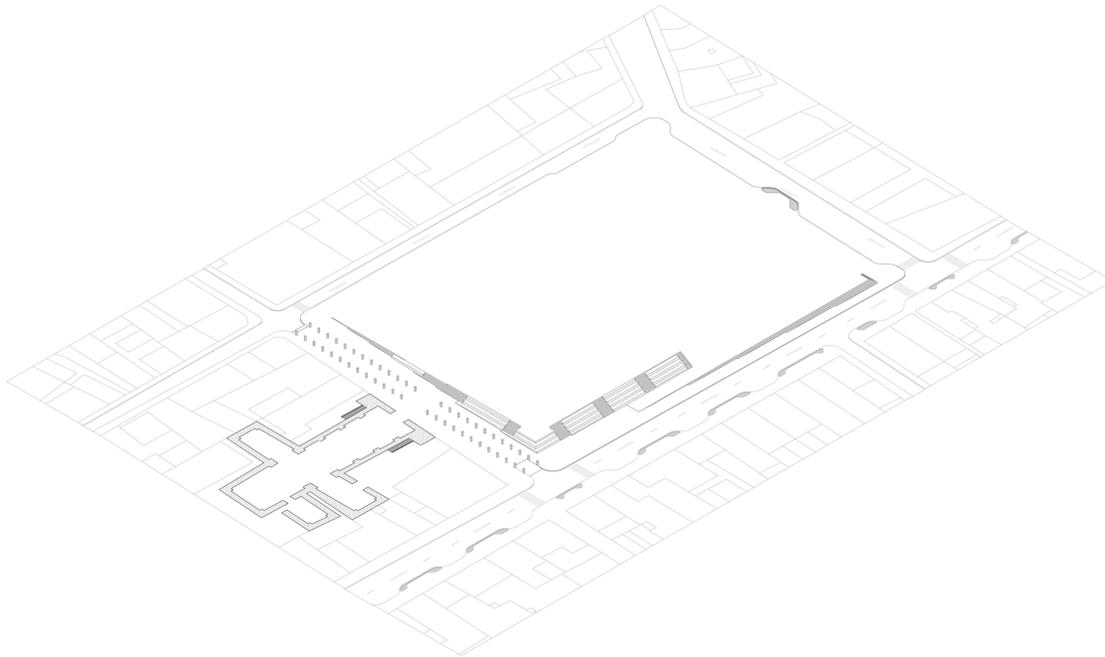
Relación con el entorno

En relación al programa, el proyecto se organiza a partir de 3 sectores, concentrando los servicios privados hacia la avenida independencia y los usos públicos a lo largo de la av. 26 de enero.



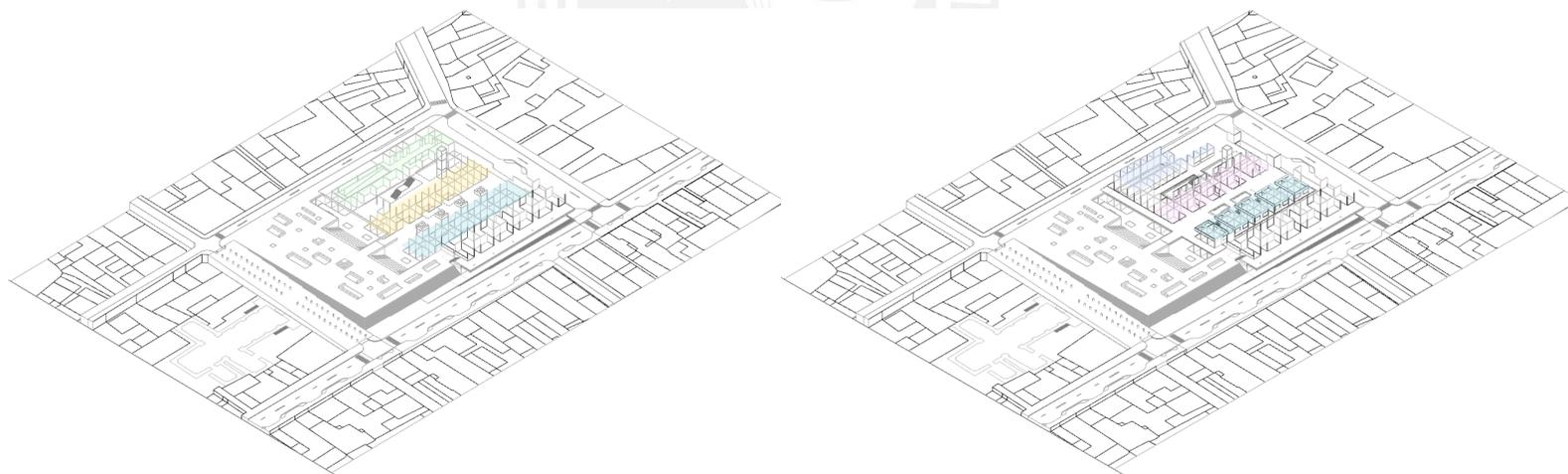
Aprovechar el desnivel topográfico

En relación al programa, el proyecto se organiza a partir de 3 sectores, concentrando los servicios privados hacia la avenida independencia y los usos públicos a lo largo de la av. 26 de enero.



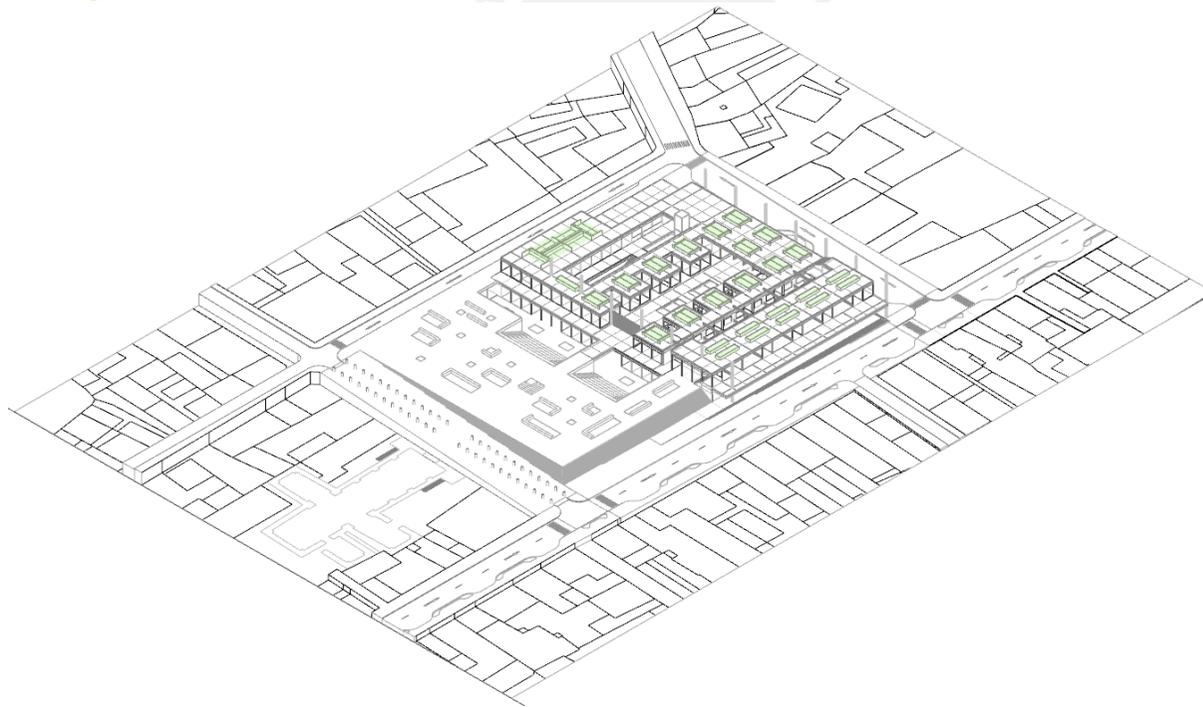
Organizar el programa en función a las dinámicas urbanas

En relación al programa, el proyecto se organiza a partir de 3 sectores, concentrando los servicios privados hacia la avenida independencia y los usos públicos a lo largo de la av. 26 de enero.



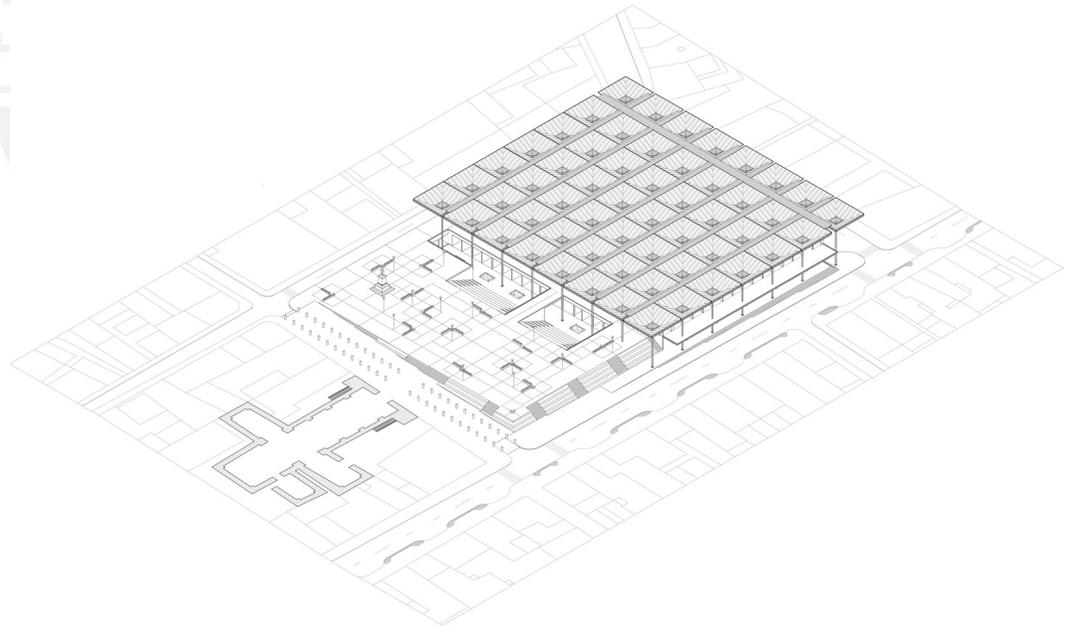
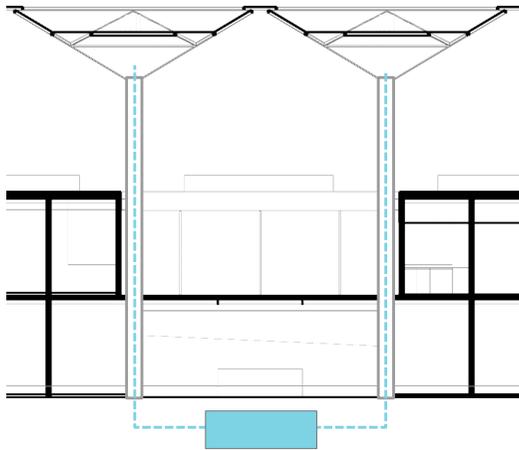
Integrar actividades agroeconómicas

En relación al programa, el proyecto se organiza a partir de 3 sectores, concentrando los servicios privados hacia la avenida independencia y los usos públicos a lo largo de la av. 26 de enero.



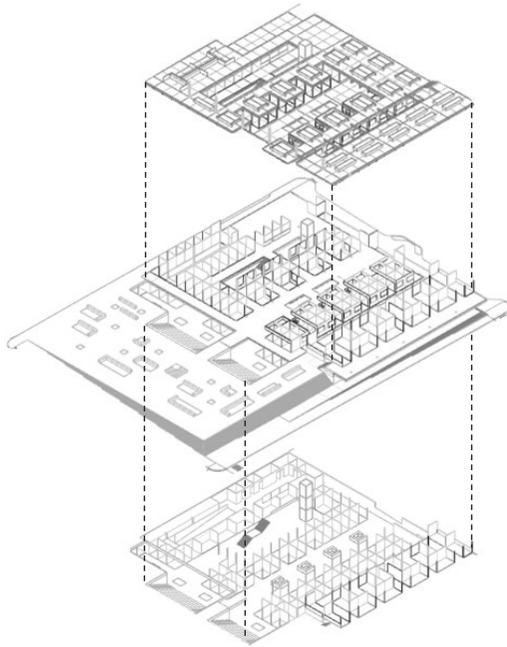
Garantizar la iluminación y ventilación natural en los tres niveles del mercado

En relación al programa, el proyecto se organiza a partir de 3 sectores, concentrando los servicios privados hacia la avenida independencia y los usos públicos a lo largo de la av. 26 de enero.



Implementar un sistema de gestión de mercados

En relación al programa, el proyecto se organiza a partir de 3 sectores, concentrando los servicios privados hacia la avenida independencia y los usos públicos a lo largo de la av. 26 de enero.



VISTAS













Título del proyecto:

[RE]PENSAR EL MERCADO
REMODELACIÓN DEL MERCADO
PARA LA REGENERACIÓN
URBANA DEL BARRIO
MAGDALENA - AYACUCHO

Mención:

TESIS PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ARQUITECTURA

Alumna:

CLAUDIA MARCELA
BARBOZA FLORES

Asesor:

ANTONIO SANTIAGO
ENRIQUE
GRAÑA ACUÑA

Escala:

1:200

Fecha:

Octubre
2021

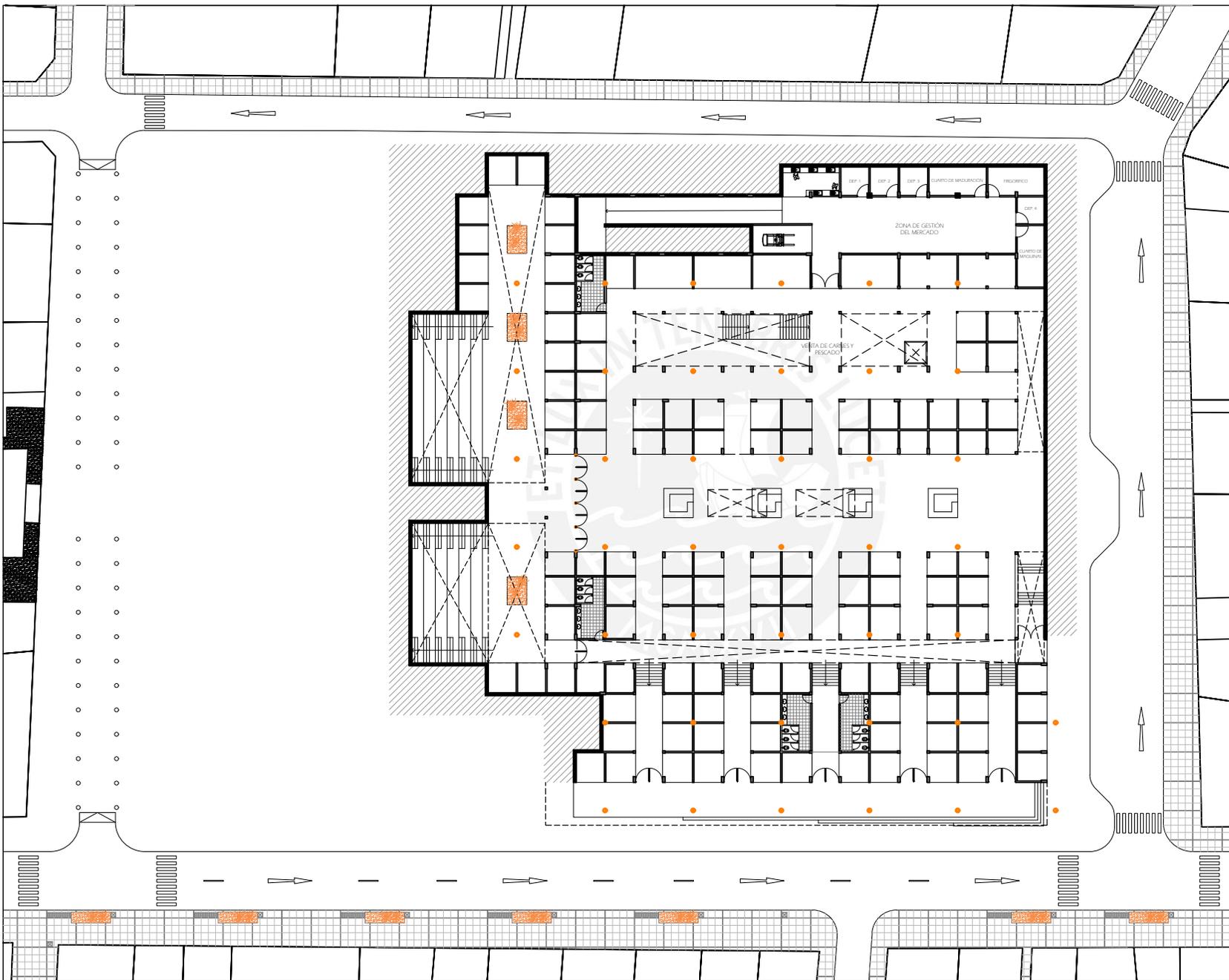
Plano:

Planta
-01



Lámina:

L-02





Título del proyecto:

[RE]PENSAR EL MERCADO
REMODELACIÓN DEL MERCADO
PARA LA REGENERACIÓN
URBANA DEL BARRIO
MAGDALENA - AYACUCHO

Mención:

TESIS PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ARQUITECTURA

Alumna:

CLAUDIA MARCELA
BARBOZA FLORES

Asesor:

ANTONIO SANTIAGO
ENRIQUE
GRAÑA ACUÑA

Escala:

1:200

Fecha:

Octubre
2021

Plano:

Planta
1



Lámina:

L-03





Título del proyecto:

[RE]PENSAR EL MERCADO
REMODELACIÓN DEL MERCADO
PARA LA REGENERACIÓN
URBANA DEL BARRIO
MAGDALENA - AYACUCHO

Mención:

TESIS PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ARQUITECTURA

Alumna:

CLAUDIA MARCELA
BARBOZA FLORES

Asesor:

ANTONIO SANTIAGO
ENRIQUE
GRAÑA ACUÑA

Escala:

1:200

Fecha:

Octubre

2021

Plano:

Planta

2



Lámina:

L-04





Título del proyecto:

[RE]PENSAR EL MERCADO
REMODELACIÓN DEL MERCADO
PARA LA REGENERACIÓN
URBANA DEL BARRIO
MAGDALENA - AYACUCHO

Mención:

TESIS PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ARQUITECTURA

Alumna:

CLAUDIA MARCELA
BARBOZA FLORES

Asesor:

ANTONIO SANTIAGO
ENRIQUE
GRAÑA ACUÑA

Escala:

1:200

Fecha:

Octubre
2021

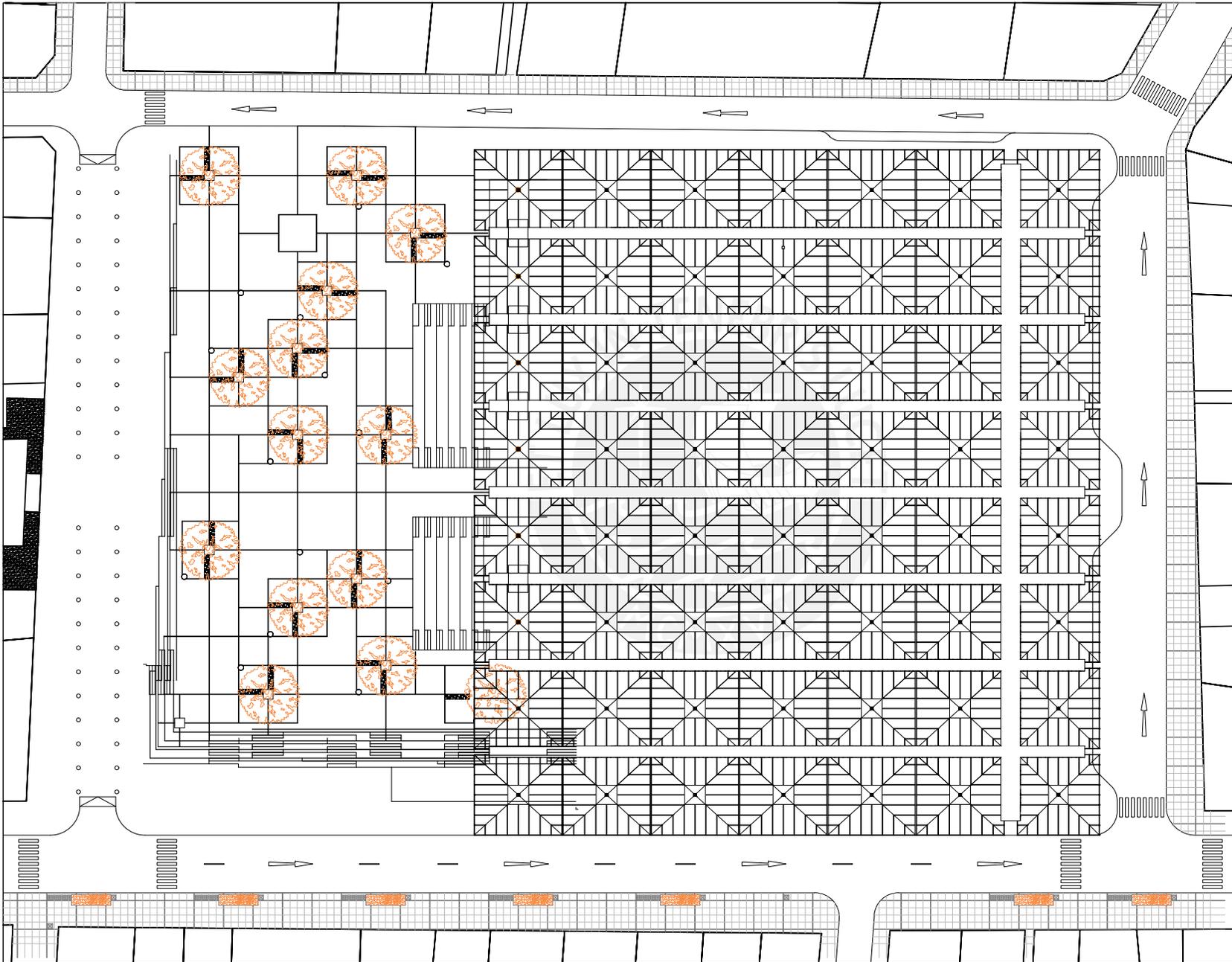
Plano:

Planta
de techos



Lámina:

L-05





Título del proyecto:

[RE]PENSAR EL MERCADO
REMEDIACIÓN DEL MERCADO
PARA LA REGENERACIÓN
URBANA DEL BARRIO
MAGDALENA - AYACUCHO

Mención:

TESIS PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ARQUITECTURA

Alumna:

CLAUDIA MARCELA
BARBOZA FLORES

Asesor:

ANTONIO SANTIAGO
ENRIQUE
GRAÑA ACUÑA

Escala:

1:200

Fecha:

Octubre
2021

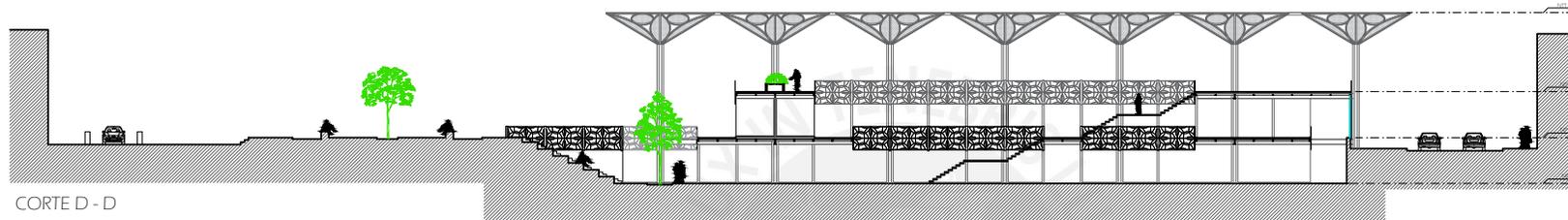
Plano:

Planta
Cortes

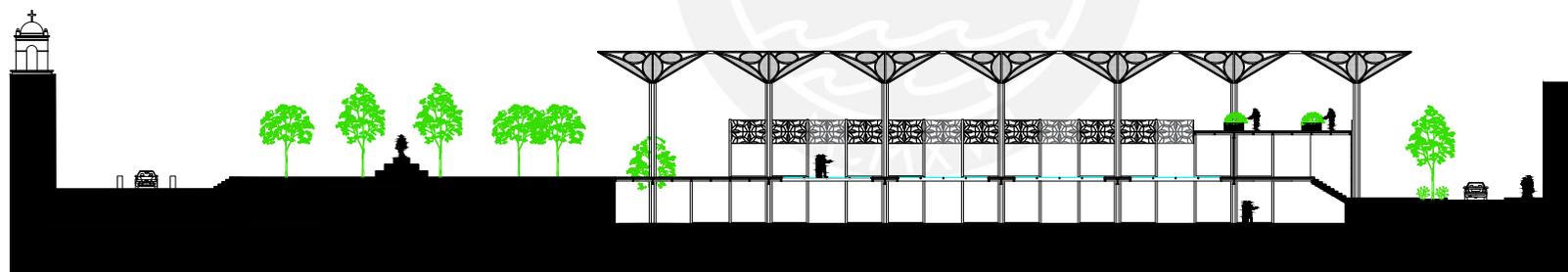


Lámina:

L-06



CORTE D - D





Título del proyecto:

[RE]PENSAR EL MERCADO
REMODELACIÓN DEL MERCADO
PARA LA REGENERACIÓN
URBANA DEL BARRIO
MAGDALENA - AYACUCHO

Mención:

TESIS PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ARQUITECTURA

Alumna:

CLAUDIA MARCELA
BARBOZA FLORES

Asesor:

ANTONIO SANTIAGO
ENRIQUE
GRAÑA ACUÑA

Escala:

1:200

Fecha:

Octubre
2021

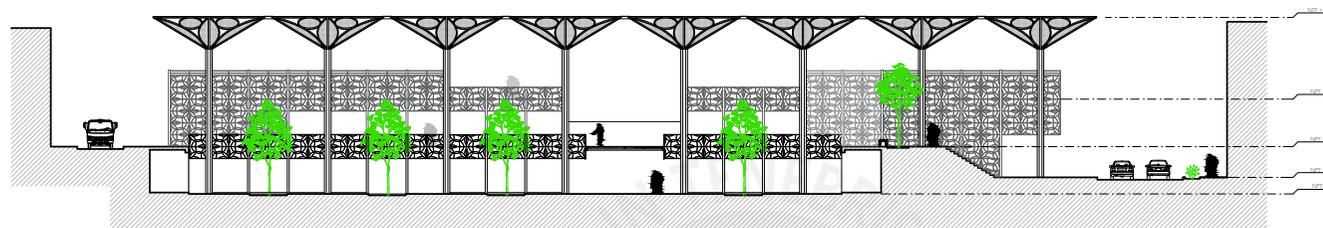
Plano:

Planta
Cortes

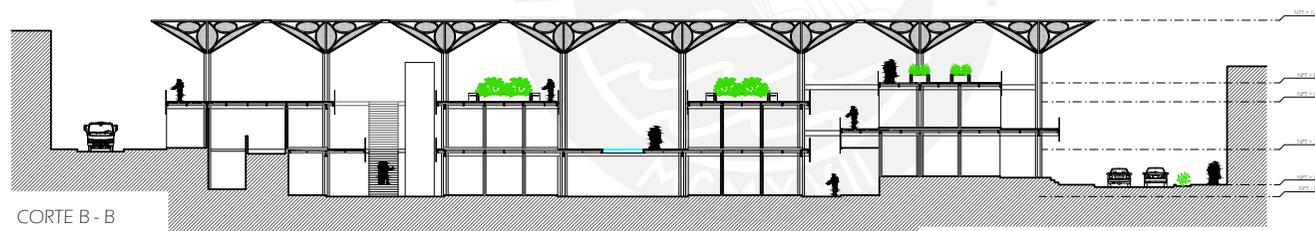


Lámina:

L-07



CORTE A - A



CORTE B - B



Título del proyecto:

[RE]PENSAR EL MERCADO
REMODELACIÓN DEL MERCADO
PARA LA REGENERACIÓN
URBANA DEL BARRIO
MAGDALENA - AYACUCHO

TESIS PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ARQUITECTURA

CLAUDIA MARCELA
BARBOZA FLORES

Asesor:

ANTONIO SANTIAGO
ENRIQUE
GRAÑA ACUÑA

Escala: Fecha:

1:200 Octubre
2021

Plano:

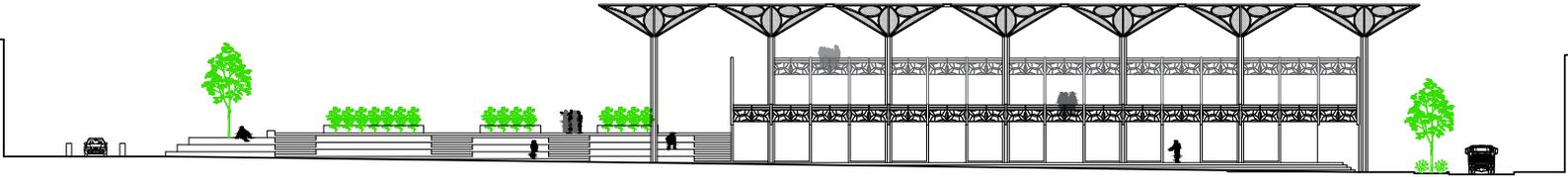
Planta
Elevaciones



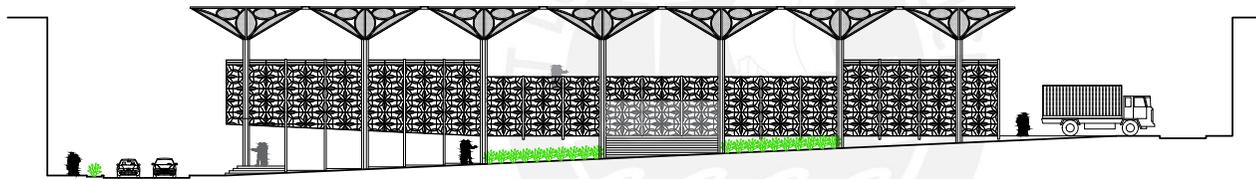
Lámina:

L-08

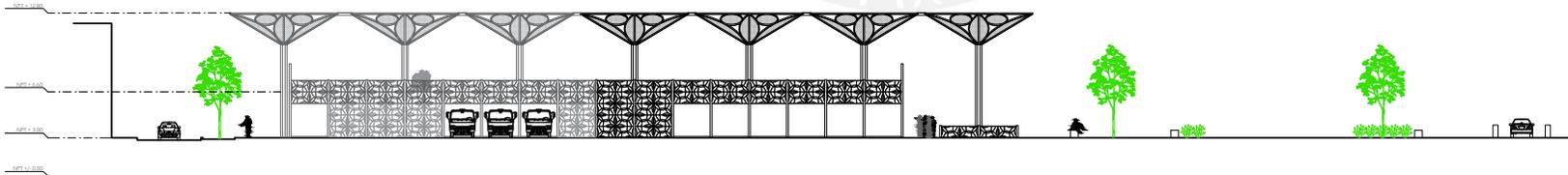
ELEVACIÓN B



ELEVACIÓN C



ELEVACIÓN D



AYACUCHO - HUAMANGA - AYACUCHO
BARRIO MAGDALENA
5 ETAPAS DE INTERVENCIÓN

LA REGENERACIÓN DEL BARRIO SE PLANTEA A PARTIR DE 5 ETAPAS DE INTERVENCIÓN

1. EL REPLANTAMIENTO DE MERCADO DEL BARRIO MAGDALENA
2. EL CAMBIO EN EL DISEÑO DE LA SECCION DE LAS CALLES DEL BARRIO TENIENDO EN CUENTA NUEVOS PARADEROS
3. INTEGRACIÓN DEL LABORATORIO DE CULTIVOS A LA DINAMICA DEL BARRIO
4. REGENERACIÓN DEL RECORRIDO DEL RIO SECO
5. RECUPERACIÓN DE LA QUEBRADA



MASTER PLAN

- 1 PREPLANTEO DEL MERCADO
- 2 REDISEÑO DE CALLES ALEDAÑAS
- 3 INTEGRACIÓN DEL LABORATORIO DE CULTIVOS
- 4 GENERACIÓN DEL RECORRIDO RÍO SECO
- 5 RECUPERACIÓN DE LA QUEBRADA



VIVIENDA + QUEBRADA



- 1 PREPLANTEO DEL MERCADO
- 2 REDISEÑO DE CALLES ALEDAÑAS
- 3 INTEGRACIÓN DEL LABORATORIO DE CULTIVOS
- 4 GENERACIÓN DEL RECORRIDO RÍO SECO
- 5 RECUPERACIÓN DE LA QUEBRADA



VIVIENDA + RÍO



- 1 PREPLANTEO DEL MERCADO
- 2 REDISEÑO DE CALLES ALEDAÑAS
- 3 INTEGRACIÓN DEL LABORATORIO DE CULTIVOS
- 4 GENERACIÓN DEL RECORRIDO RÍO SECO
- 5 RECUPERACIÓN DE LA QUEBRADA



- 1 PREPLANTEO DEL MERCADO
- 2 REDISEÑO DE CALLES ALEDAÑAS
- 3 INTEGRACIÓN DEL LABORATORIO DE CULTIVOS
- 4 GENERACIÓN DEL RECORRIDO RÍO SECO
- 5 RECUPERACIÓN DE LA QUEBRADA



ESTADO ACTUAL - AVENIDA MARISCAL CÁCERES

AVENIDA PRINCIPAL + VIVIENDA + VIVIENDA.COM

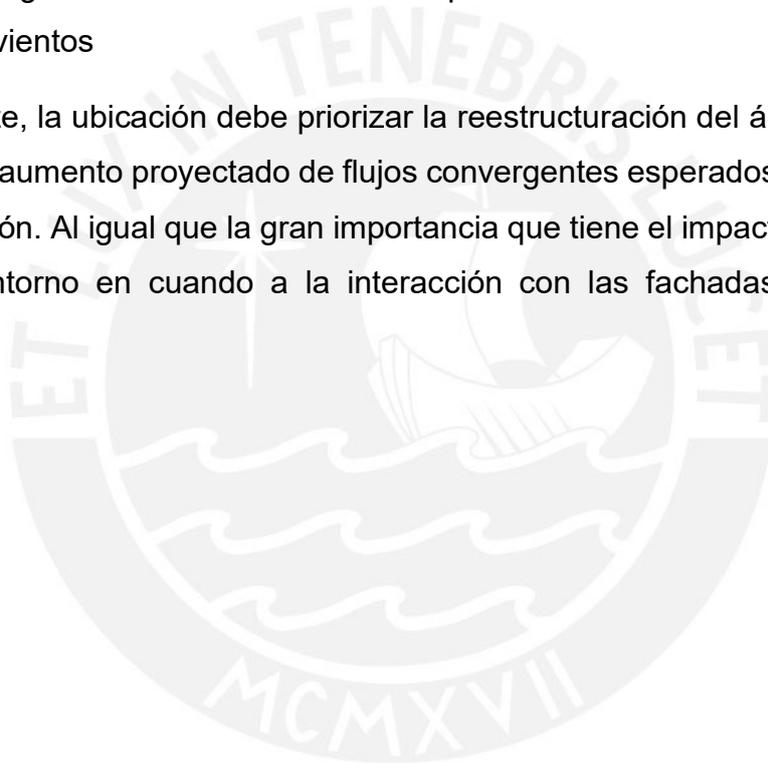




CONCLUSIONES:

- A nivel social, las diversas actividades que aquí se realizan hacen de este mercado un hito importante para la ciudad y podría repotenciarse a través de la propuesta de una arquitectura coherente que tome en cuenta las necesidades de sus usuarios, para que así, compradores, comerciantes y visitantes se vean beneficiados.
- Desde una perspectiva histórica, el presente proyecto permite darle mayor importancia a las actividades sociales, religiosas y culturales que se dan en este lugar naturalmente desde el origen del Barrio Magdalena y la simbiosis que existe entre estas y la actividad comercial. Todas estas promueven el desarrollo del Barrio
- En un nivel cultural, la presencia de la vivienda - huerto en el barrio promueve una actividad cultural que se da en el barrio desde que este se originó, la producción y venta de productos. Si bien esta es en esencia una actividad comercial, pasa a ser una actividad cultural ya que se realiza en todo el barrio desde hace mucho tiempo y es realizada por los pobladores con la intención de aliviar sus gastos económicos en el ámbito de la alimentación principalmente y en segundo plano para generar un pequeño ingreso extra en el hogar. Es de esta forma como vienen viviendo hace mucho tiempo.
- La actividad económica es un factor muy importante para los habitantes del barrio, motivo por el cual un espacio para el desarrollo de actividad económica intermitente debe ser contemplada en la propuesta del proyecto
- Desde un punto de vista paisajístico, los bordes naturales deben ser intervenidos como parte del plan de regeneración urbana del barrio, y así proponer una mejor conexión e interacción con los barrios aledaños por medio de espacios públicos
- A nivel urbano, este proyecto servirá para recibir apropiadamente todos los flujos que confluyen en esta zona, es necesario repensar las secciones de vía por unas más amables con el peatón, dando más espacio de vereda, y permeando la entrada del ciclista en la zona. Además de evaluar calles que pueden ser potencialmente peatonalizadas ya que su sección es demasiado reducida para permitir el tránsito de vehículos

- Desde una perspectiva arquitectónica, la variedad de las edificaciones que conforman el Barrio Magdalena permiten pensar en innovadoras y diferentes maneras de diseñar, Lo cual hace que el nuevo proyecto del mercado Magdalena no se vea muy limitado por el entorno que lo rodea.
- Desde la materialidad, el Barrio Magdalena a pesar de ubicarse en el centro histórico de la ciudad, hoy en día no se identifica con los materiales tradicionalmente utilizados para la construcción de edificaciones en la ciudad de Ayacucho
- En lo que respecta al clima propio de la ciudad, ayuda a diseñar el mercado con estrategias bioclimáticas adecuadas para enfrentar las abundantes lluvias y fuertes vientos
- Finalmente, la ubicación debe priorizar la reestructuración del ámbito peatonal debido al aumento proyectado de flujos convergentes esperados luego de esta intervención. Al igual que la gran importancia que tiene el impacto del proyecto con el entorno en cuando a la interacción con las fachadas y el entorno inmediato



4. BIBLIOGRAFÍA

- Bonilla-Herrera, J. C. (2018). El mercado como integrador del espacio público. Intervención en San Andresito, Bogotá. [Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia].
- Hernández Cordero, A. (2017). *Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa*, Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, (83), 165-186.
- Nodal Urbano. (s/f). *Mercados y centros de abasto* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=fbiilNqwDBk>
- Observatorio Lima Cómo Vamos. (2020, 31 de julio). *Un pacto por nuestros espacios públicos*. Lima Cómo Vamos. <https://www.limacomovamos.org/noticias/un-pacto-por-nuestros-espacios-publicos/>
- Ocupa Tu Calle. (2020, 30 de julio). *Presentación del Pacto por los Espacios Públicos* [Video]. Lima Cómo Vamos. <https://www.limacomovamos.org/noticias/un-pacto-por-nuestros-espacios-publicos/>
- Ocupa Tu Calle. Urbanismo Ciudadano. (s/f). *Pacto por los espacios públicos*.
<https://ocupatucalle.com/pacto/>
- Salazar, S. (2020, 21 de abril). *Universidad UNIACC: El supermercado ¿oportunidad para la arquitectura?* [Blog]. <https://blog.uniacc.cl/el-supermercado-oportunidad-para-la-arquitectura>
- Vispe, L. (2017). *Las plazas de mercado como herramienta de regeneración urbana. El caso de La Perseverancia* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana].

