REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# Universidad Católica de Santa María

## Facultad de Arquitectura e Ingenierías Civil y del Ambiente

## Escuela Profesional de Arquitectura

**REGENERACIÓN URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO**

Tesis presentada por el Bachiller:

**Pichón Ponce, Luis Carlos**

Para optar el Título Profesional de

**Arquitecto**

**Asesor:**

**Arq. Chuquimia Payalich, Edward**

**Arq. Trillo Bedoya, Gonzalo Patricio**

**Arequipa- Perú**

**2018**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

INFORME DICTAMEN BORRADOR DE TESIS

VISTO

EL BORRADOR DE TESIS TITULADO:

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

Presentado por el (los) Bachiller (es):

LUIS CARLOS PICHON PONCE

Nuestro DICTAMEN es:

Aprobado por sustentación

OBSERVACIONES:

Ninguna

Arequipa

DICTAMINADOR

Cod 2402

DICTAMINADOR

2242

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Dedicatorias*

*A Dios*

*A mi familia*

*A mi mentor E. Ch. P.*

*A mis amigos*

*A la Arquitectura*

.

.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Agradecimiento*

*A dios por haberme brindado unos padres tan buenos y tan comprensivos, una familia unida, unos amigos incondicionales, un mentor que supo guiar y orientar mis pasos en la senda profesional y una buena compañera que acompaña mis pasos en estos momentos, y a todos ellos por su fe en mí y por su inmensa paciencia .*

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# INTRODUCCIÓN

En el proceso de evolución de las ciudades, estas sufren grandes cambios debido a su crecimiento y expansión, encontrando en el camino problemas urbanos que afectan a la sociedad, como son: sobreutilización, tugurización, hacinamiento y deterioro de lugares con alto grado de valoración, entre otros. Siendo el sector en el que se refleja con mayor claridad este proceso el centro histórico, el cual es el resultado de la labor colectiva de los pueblos a través del tiempo, adquiriendo un gran valor y significado para sus habitantes, como emblema de su identidad social y cultural. Lo cual hace necesaria la búsqueda de una solución que erradique aquellos aspectos negativos que destruyen la imagen y el verdadero sentido del centro histórico de una ciudad.

Por estas Razones opte por un proyecto de Regeneración Urbana en el cual se plantearan los lineamientos para resolver los problemas de la zona del Mercado San Camilo, tomando como el principal factor para su revitalización la fuerza del consumo, aprovechando así la consolidación de la actividad comercial en dicha zona, y los altos valores patrimoniales del Mercado San Camilo, los cuales permitirán su integración a la oferta cultural del centro histórico, transformando sus factores negativos en positivos convirtiéndolo en un lugar útil a la ciudad y su conjunto, el cual ayude a resolver, solucionar y mejorar la calidad de vida en la ciudad, permitiendo además el desarrollo de actividades turísticas de visible crecimiento en el centro histórico

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# RESUMEN

El comercio es una de las principales actividades en sufrir grandes cambios en la vertiginosa evolución la ciudad y su dinámica en los siglos XX y XXI, repercutiendo en la infraestructura que servirá de soporte, conllevando requerimientos para su óptimo funcionamiento y la satisfacción del usuario, por tanto la integración en la ciudad contemporánea de los centros históricos merece atención por ser susceptibles de acarrear problemas (sectores o totalidad) de no ser evaluados e intervenidos con una visión integral donde sus valores patrimoniales potencien y generen procesos urbanos para resolver dichos problemas logrando su inserción en la dinámica urbana contemporánea.

Así la arquitectura comercial representa un elemento de reflexión y estudio, para constituirse en un elemento capaz de contribuir al desarrollo pleno de las personas, trascendiendo valores mercantiles, lucro y estética, más aún localizándose en un centro histórico.

Siendo Arequipa una ciudad posicionada a nivel latinoamericano como una de las más atractivas (inversión, vivienda y negocios) y a nivel nacional como la segunda de mayor crecimiento (intempestivo) económico e industrial, llevando a su centro histórico a una dicotomía: cuasi inhabitado (residentes), pero hacinado (actividades, flujo vehicular, etc), se decide abordar el caso del Mercado San Camilo por ser la infraestructura con mayores deficiencias y su zona de influencia la principal zona problemática del centro histórico, esta complejidad precisa una propuesta urbano-arquitectónica, apoyada en el potencial de la actividad comercial y de los valores patrimoniales del centro histórico y del Mercado San Camilo constituyéndolo en el catalizador de la propuesta urbana.

**Palabras claves:**

Regeneración urbana, Arquitectura comercial.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# ABSTRACT

Trade is one of the main activities in undergoing great changes in the city's dizzying evolution and its dynamics in the 20th and 21st centuries, impacting on the infrastructure that will serve as support, leading to requirements for its optimal functioning and user satisfaction, for Integration in the contemporary city of historic centers deserves attention because they are capable of causing problems (sectors or totality) of not being evaluated and intervened with an integral vision where their patrimonial values enhance and generate urban processes to solve said problems, achieving their insertion in contemporary urban dynamics.

Thus, commercial architecture represents an element of reflection and study, to become an element capable of contributing to the full development of people, transcending mercantile values, profit and aesthetics, even more being located in a historic center.

Arequipa being a city positioned at the Latin American level as one of the most attractive (investment, housing and business) and nationally as the second fastest growing (untimely) economic and industrial, leading to its historic center to a dichotomy: quasi-uninhabited (residents ), but overcrowded (activities, traffic flow, etc), it is decided to address the case of the San Camilo Market because it is the infrastructure with the greatest deficiencies and its area of influence is the main problem area of the historic center, this complexity requires an urban-architectural proposal , based on the potential of the commercial activity and the heritage values of the historic center and the San Camilo Market, constituting it as the catalyst for the urban proposal

**Key words:**

Urban Regeneration, Commercial Arquitecture

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTO**

**INTRODUCCIÓN**

**RESUMEN**

**ABSTRACT**

**CAPITULO I GENERALIDADES ..... 1**

**1. PROBLEMÁTICA ..... 2**

**2. MOTIVACIONES ..... 2**

**3. JUSTIFICACIONES ..... 3**

**4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ..... 3**

**5. FORMULACION DE LA HIPÓTESIS ..... 3**

**6. ÁRBOL DE PROBLEMAS ..... 4**

**7. ÁRBOL DE SOLUCIONES ..... 5**

**8. OBJETIVOS ..... 6**

**9. ALCANCES Y LIMITACIONES ..... 7**

**10. VARIABLES DE ANALISIS ..... 8**

**11. DEFINICION DEL AREA DE INTERVENCION ..... 11**

**12. PROPUESTA METODOLOGICA ..... 13**

**CAPITULO II MARCO TEORICO ..... 14**

**1. LA CIUDAD ..... 15**

**2. AREA CENTRAL DE LAS CIUDADES O CENTRO HISTORICO ..... 16**

**3. CENTRO HISTORICO Y PATRIMONIO ..... 16**

**3.1. PATRIMONIO CULTURAL ..... 17**

**3.2. PATRIMONIO ARQUITECTONICO ..... 18**

**3.3. PATRIMONIO INDUSTRIAL ..... 20**

**3.4. PATRIMONIO MONUMENTAL ..... 22**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

4. TRANSFORMACIONES EN EL CENTRO HISTORICO .....27
5. ROLES DEL CENTRO HISTORICO .....28
6. El COMERCIO Y EL CENTRO HISTORICO .....29
7. EVOLUCION DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTORICO .....30
8. ESTRATEGIAS DE READAPTACIÓN EN ZONAS DETERIORADAS .....31
9. REGENERACION URBANA .....32
10. PUESTA EN VALOR .....33
11. RESTAURACIÓN .....35
12. GESTIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO Y DEL PATRIMONIO .....36
13. MARKETING URBANO .....38
14. ECONOMIA URBANA .....41
15. LA ACTIVIDAD ECONOMICA .....43
15.1 EL COMERCIO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA .....44
15.2 El COMERCIO COMO VÍNCULO SOCIAL ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO .....45
15.3 EL COMERCIO: EQUIPAMIENTO URBANO Y ESPACIO PUBLICO ..46
15.4 EL COMERCIO: LA ESPECIALIZACIÓN .....48
15.5 TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA .....49
CAPITULO III MARCO NORMATIVO .....51
1. DECLARATORIA DE PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD – UNESCO .....52
2. PLAN DIRECTOR DE AREQUIPA METROPOLITANA .....53
3. PLAN MAESTRO DE CENTRO HISTÓRICO .....54
4. REGLAMENTO EDIFICATORIO DE LA ZONA MONUMENTAL DE LA CIUDAD DE AREQUIPA .....55
5. ORDENANZA MUNICIPAL NRO. 01-2000 .....56
6. Ley General de Expropiaciones LEY Nº 27117 .....56
CAPITULO IV MARCO REFERENCIAL .....61
1. MERCADO COLÓN DE VALENCIA .....62

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.1 CONTEXTO....67
1.2 USOS Y CRITERIOS....73
1.3 USUARIOS (GRUPO META)....73
1.4 VARIABLES DEL EDIFICIO....73
1.5 ANALISIS ARQUITECTONICO....74
2. MERCADO PÚBLICO DE PORTO ALEGRE....84
2.1 CONTEXTO....88
2.2 USUARIOS (GRUPO META)....94
2.3 VARIABLES DEL EDIFICIO....94
2.4 ANALISIS ARQUITECTONICO....95
3. MERCADO LIBRE DE CHACAO....100
3.1 CONTEXTO....103
3.2 USOS Y CRITERIOS....108
3.3 USUARIOS (GRUPO META)....108
3.4 VARIABLES DEL EDIFICIO....108
3.5 ANALISIS ARQUITECTONICO....108
CAPITULO V MARCO REAL....117
1. AMBITO DE ESTUDIO....118
1.1 A NIVEL URBANO....118
POBLACIÓN....118
EQUIPAMIENTO URBANO....121
EQUIPAMIENTO DE EDUCACIÓN....122
EQUIPAMIENTO DE SALUD....124
EQUIPAMIENTO DE CULTURA....124
EQUIPAMIENTO DE RECREACION Y DEPORTE....126
EQUIPAMIENTO ADMINISTRATIVO....127
EQUIPAMIENTO DE COMERCIO....129
EQUIPAMIENTO DE S EGURIDAD Y DE USOS ESPECIALES....131
1.2 A NIVEL DISTRITAL....134
ACTIVIDADES Y EQUIPAMIENTOS....135
1.3 CENTRO HISTORICO Y ZONA MONUMENTAL....139
COMPONENTES TERRITORIALES....140
1.4 A NIVEL DE LA PROPUESTA....151

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

UBICACIÓN DEL ELEMENTO ARQUITECTONICO .....151
DEFINICIÓN DEL AREA DE TRATAMIENTO.....152
2. VARIABLE HISTORICO PATRIMONIAL .....154
2.1 DESARROLLO HISTORICO DE AREQUIPA .....154
ORIGENES.....154
FUNDACIÓN Y COLONIA.....154
REPUBLICA .....155
EPOCA MODERNA.....156
SIGLO XXI.....157
2.2 HISTORIA DEL MERCADO SAN CAMILO .....159
DEL PREDIO, EL TEMPLO DE SAN CAMILO Y LA ORDEN DE LA BUENA MUERTE .....159
DEL COMERCIO Y EL MERCADO EN LA CIUDAD .....167
DEL MERCADO SAN CAMILO.....176
3. VARIABLE FISICO AMBIENTAL .....185
3.1 FACTORES GEOGRAFICOS.....185
LOCALIZACIÓN .....185
RIESGOS NATURALES.....185
3.2 FACTORES CLIMATOLOGICOS Y AMBIENTALES.....190
CLIMA .....190
TEMPERATURA.....190
HUMEDAD.....190
VIENTOS.....190
PRECIPITACION PLUVIAL.....191
RADIACIÓN SOLAR.....191
CONTAMINACION AMBIENTAL .....191
CONTAMINACION SONORA.....193
ZONA DE COMPENSACION AMBIENTAL.....194
4. VARIABLE SOCIO ECONOMICA .....198
4.1 POBLACION .....198
4.2 ESTRUCTURA POBLACIONAL .....199
NIVELES SOCIO ECONOMICOS (NSE).....199
EDADES.....201

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

EDUCACIÓN ..... 202
POBREZA MONETARIA Y NIVEL DE INGRESOS ..... 205
4.3 EVOLUCION ECONOMICA DE AREQUIPA ..... 207
4.4 FORMATOS COMERCIALES ..... 217
4.5 PERFIL DE CONSUMIDOR ..... 229
EDADES ..... 229
DIVERSIDAD CULTURAL ..... 229
PRIORIDADES DE CONSUMO ..... 230
FACTORES DE ELECCIÓN ..... 231
CANALES DE COMPRA ..... 232
SEGMENTACION ACTITUDINAL DEL PERFIL DEL COMPRADOR 238
5. VARIABLE URBANA ..... 244
5.1 IMAGEN URBANA ..... 244
CRECIMIENTO URBANO CAOTICO ..... 244
INTERRELACIÓN FISICA CENTRALIZADA ..... 244
BAJA DENSIDAD ..... 245
MOBILIDAD URBANA DEFICIENTE ..... 245
CALIDAD AMBIENTAL DEFICIENTE ..... 245
CENTRALIDADES ..... 246
BORDES ..... 249
TRANSECTOS ..... 250
HITOS Y NODOS ..... 254
SENDAS ..... 255
5.2 MORFOLOGIA URBANA ..... 261
TRAMA URBANA ..... 261
ALTURA DE EDIFICACIÓN ..... 264
ESTADO DE CONSTRUCCIÓN ..... 265
ESPACIOS ABIERTOS Y AREAS VERDES ..... 267
5.3 FUNCIONALIDAD URBANA ..... 275
INFRAESTRUCTURA ..... 275
USOS DE SUELO Y DENSIDAD ..... 276
5.4 MOVILIDAD URBANA ..... 282
INFRAESTRUCTURA VIAL Y FLUJO VEHICULAR ..... 282

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FLUJO PEATONAL....297
5.5 TIPOLOGIA EDIFICATORIA COMERCIAL....299
ENTORNO MEDIATO E INMEDIATO....300
A NIVEL URBANO....302
OBJETO DE INTERVENCION....333
5.6 ZONAS PROBLEMATICAS. ....401
CAPITULO VI MARCO CONCEPTUAL....402
1. COMERCIO - CIUDAD - ARQUITECTURA....403
2. ARQUITECTURA COMERCIAL....406
3. MERCADOS MUNICIPALES....410
4. MERCADOS MUNICIPALES DE NUEVA GENERACION....411
LOS TANGIBLES....415
LOS INTANGIBLES....417
TENDENCIAS....419
LOS CONDICIONANTES....420
CAPITULO VII PROPUESTA....423
1. FORMULACION DE LA PROPUESTA....424
2. PLAN ESTRATEGICO URBANO-COMERCIAL....426
2.1 DIAGNOSTICO (conclusiones del marco real)....426
2.1.1 OFERTA COMERCIAL....426
2.1.2 DEMANDA COMERCIAL....430
2.1.3 POTENCIALIDADES....432
2.1.4 CONFLICTOS....433
2.1.5 TENDENCIAS Y VOCACIÓN....434
2.1.6 RETOS DEL SECTOR....435
2.2 PLAN....435
2.2.1 MISION....435
2.2.2 OBJETIVOS....436
2.2.3 EJES ESTRATEGICOS....436
2.3 ESTRUCTURA DE INTERACCIÓN....436
2.3.1 LINEAS DE TRABAJO Y ACCIONES....437

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2.3.2 LINEAMIENTOS PARA LA GESTION Y SEGUIMIENTO DEL PLAN 442

3. PROPUESTA URBANA ..... 444

3.1 IMAGEN OBJETIVO ..... 445

3.2 IDEAS FUERZA ..... 445

3.3 LINEAS DE ACCION ..... 445

3.4 ESTRUCTURA ..... 449

3.4.1 MOVILIDAD URBANA ..... 449

3.4.2 ESPACIOS ABIERTOS Y AREAS VERDES ..... 450

3.4.3 SECCIONES VIALES ..... 451

3.4.4 USOS DE SUELO ..... 460

4. PROPUESTA ARQUITECTONICA ..... 461

4.1 MISION ..... 461

4.2 VISION ..... 462

4.3 CONCEPTO ..... 462

4.3.1 ESTRATEGIA CONCEPTUAL ..... 462

4.3.2 ELEMENTOS BASE ..... 462

4.4 PARTIDO ..... 463

4.4.1 FODA ..... 463

4.4.2 PREMISAS ..... 466

4.4.3 PROGRAMACION ARQUITECTONICA ..... 468

4.4.4 VALORACION UTILITARIA DEL PREDIO ..... 481

4.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA ..... 484

4.5.1 ESTRATEGIAS DE DISEÑO ..... 484

4.5.2 CONSIDERACIONES EN EL DISEÑO ..... 494

4.5.3 CONFIGURACION ESPACIAL Y SUS CONTENSORES ..... 512

4.5.4 DEFINICION DE LOS DOMINIOS ESPACIALES ..... 513

4.5.5 ZONIFICACION ..... 514

4.5.6 RELACION CON EL ENTORNO ..... 516

4.5.7 ARTICULACION ..... 517

4.5.8 CONFIGURACION VOLUMETRICA Y APUNTES ..... 519

4.5.9 IMÁGENES DEL PROYECTO ..... 529

4.6 MEMORIA DESCRIPTIVA ..... 535

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**4.6.1 NOMBRE DEL PROYECTO ..... 535**
**4.6.2 UBICACIÓN ..... 535**
**4.6.3 LIMITES ..... 535**
**4.6.4 TERRENO ..... 535**
**4.6.5 SOBRE EL CONJUNTO ..... 535**
**4.6.6 DE LAS UNIDADES Y SUS FUNCIONES ..... 536**
**4.6.7 CRITERIO ESTRUCTURAL ..... 547**
**4.6.8 CRITERIO PARA INSTALACIONES ELECTRICAS ..... 553**
**4.6.9 INSTALACIONES SANITARIAS ..... 556**
**4.7 JUSTIFICACION Y VIABILIDAD DE LA PROPUESTA ..... 558**
**4.7.1 LEGAL ..... 558**
**4.7.2 SOCIAL ..... 558**
**4.7.3 ECONOMICA ..... 559**
**BIBLIOGRAFIA ..... 570**
**ANEXOS ..... 592**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE DE TABLAS

**TABLA N° 1 Arequipa crecimiento poblacional departamental ..... 118**
**TABLA N° 2 Arequipa crecimiento poblacional provincial ..... 118**
**TABLA N° 3 Arequipa crecimiento poblacional urbano ..... 118**
**TABLA N° 4 Arequipa crecimiento poblacional por distritos ..... 119**
**TABLA N° 5 Evolución poblacional distrito de Arequipa ..... 120**
**TABLA N° 6 Dotacion del equipamiento cultural ..... 125**
**TABLA N° 7 Dotación del equipamiento de recreación y deporte ..... 126**
**TABLA N° 8 Distribución del equipamiento administrativo ..... 128**
**TABLA N° 9 Distribución de equipamientos urbanos a nivel nacional ..... 129**
**TABLA N° 10 Climatología anual Centro Historico ..... 191**
**TABLA N° 11 Crecimiento poblacional Perú - Arequipa ..... 199**
**TABLA N° 12 Población en grandes grupos de edad ..... 201**
**TABLA N° 13 Estructura poblacional etaria ..... 202**
**TABLA N° 14 Tasas de dependencia regional ..... 202**
**TABLA N° 15 Aparición de Universidades en Arequipa ..... 204**
**TABLA N° 16 Gasto mensual promedio ..... 206**
**TABLA N° 17 Crecimiento PBI por sectores ..... 208**
**TABLA N° 18 Entidades financieras en Arequipa ..... 214**
**TABLA N° 19 Factores de elección ..... 232**
**TABLA N° 20 Gasto mensual promedio por NSE ..... 243**
**TABLA N° 21 Programa actual sótano plazoleta San Camilo ..... 337**
**TABLA N° 22 Programa actual pabellón norte Mercado San Camilo ..... 341**
**TABLA N° 23 Programa actual pabellón este Mercado San Camilo ..... 344**
**TABLA N° 24 Programa actual pabellón oeste Mercado San Camilo ..... 347**
**TABLA N° 25 Programa actual pabellón sur Mercado San Camilo ..... 351**
**TABLA N° 26 Programa actual patio comercial central Mercado San Camilo ..... 354**
**TABLA N° 27 Líneas de trabajo y acciones de la oferta comercial ..... 437**
**TABLA N° 28 Líneas de trabajo y acciones de la demanda comercial y el eje transversal ..... 441**
**TABLA N° 29 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 1 ..... 471**
**TABLA N° 30 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 2 ..... 472**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**TABLA N° 31 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 2.....473**

**TABLA N° 32 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 2.....474**

**TABLA N° 33 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 3.....475**

**TABLA N° 34 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 3.....476**

**TABLA N° 35 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 4.....477**

**TABLA N° 36 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 5.....478**

**TABLA N° 37 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 5.....479**

**TABLA N° 38 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 6 - valores totales ..480**

**TABLA N° 39 Generación fotovoltaica Lucernario del patio central (Vidrio de Silicio Amorfo M-Vision).....506**

**TABLA N° 40 Generacion fotovoltaica Fachada Calle Alto de la luna (Vidrio de Silicio Amorfo Dark).....506**

**TABLA N° 41 Generacion fotovoltaica Fachada Calle Peru (Vidrio de Silicio Amorfo Dark) .....507**

**TABLA N° 42 Generacion fotovoltaica Fachada Calle Pierola (Vidrio de Silicio Amorfo Dark).....507**

**TABLA N° 43 Generacion fotovoltaica Fachada Calle San camilo (Vidrio de Silicio Amorfo Dark).....507**

**TABLA N° 44 Valor del predio.....559**

**TABLA N° 45 Costos por zonas.....560**

**TABLA N° 46 Costos generales totales .....560**

**TABLA N° 47 Escenario de factibilidad 1 .....568**

**TABLA N° 48 Escenario de factibilidad 2 .....568**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

**Gráfico 1 Árbol de problemas ..... 4**
**Gráfico 2 Árbol de soluciones ..... 5**
**Gráfico 3 Zonificación del centro histórico ..... 11**
**Gráfico 4 Delimitación del barrio San Camilo ..... 11**
**Gráfico 5 Ubicación del mercado en el barrio San Camilo ..... 12**
**Gráfico 6 Delimitacion del Mercado San Camilo ..... 12**
**Gráfico 7 Cuadro metodológico ..... 13**
**Gráfico 8 Ubicación del Mercado Colon ..... 63**
**Gráfico 9 Collage primera etapa del Mercado Colon ..... 64**
**Gráfico 10 Collage segunda etapa del Mercado Colon ..... 65**
**Gráfico 11 Collage Mercado Colon antes de intervenciòn ..... 65**
**Gráfico 12 Collage Mercado Colon tras intervención ..... 66**
**Gráfico 13 Localización Mercado Colon ..... 67**
**Gráfico 14 Perímetro Mercado Colon ..... 67**
**Gráfico 15 Ubicación y vistas basílica San Vincent Ferrer ..... 67**
**Gráfico 16 Ubicación y vistas Prop del Mercat ..... 68**
**Gráfico 17 Ubicación y vistas Parroquia San Juan y San Vicente ..... 68**
**Gráfico 18 Ubicación y vistas Edificio Peris ..... 68**
**Gráfico 19 Ubicación y vistas Casa Chapa ..... 68**
**Gráfico 20 Ubicación y vistas Casa Ortega ..... 69**
**Gráfico 21 Ubicación y vistas Casa Barona ..... 69**
**Gráfico 22 Ubicación y vistas Casa Serratosa ..... 69**
**Gráfico 23 Espacios libres entorno Mercado Colon ..... 69**
**Gráfico 24 Llenos y vacíos entorno Mercado Colon ..... 70**
**Gráfico 25 Alturas de edificación ..... 70**
**Gráfico 26 Perfil Calle Banquells ..... 70**
**Gráfico 27 Perfiles Calle Amoros ..... 71**
**Gráfico 28 Perfiles Calle Conde de Salvatierra ..... 71**
**Gráfico 29 Perfiles Calle Jorge Juan ..... 71**
**Gráfico 30 Volumetría del entorno del Mercado Colon ..... 71**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 31 Usos de suelo entorno Mercado Colon .....72**
**Gráfico 32 Vialidad entorno Mercado Colon .....72**
**Gráfico 33 Análisis volumétrico Mercado Colon .....74**
**Gráfico 34 Vistas semisótano Mercado Colon .....75**
**Gráfico 35 Vistas nivel de acceso Mercado Colon .....76**
**Gráfico 36 Vistas sótanos de estacionamiento Mercado Colon .....77**
**Gráfico 37 Esquema circulaciones verticales Mercado Colon .....77**
**Gráfico 38 Vistas circulaciones verticales Mercado Colon .....78**
**Gráfico 39 Esquema circulacones horizontales Mercado Colon .....78**
**Gráfico 40 Esquema accesos Mercado Colon .....79**
**Gráfico 41 Vistas accesos Mercado Colon .....79**
**Gráfico 42 Programa Mercado Colon .....79**
**Gráfico 43 Esquema semisótano Mercado Colon .....80**
**Gráfico 44 Esquema planta baja Mercado Colon .....80**
**Gráfico 45 Vistas estructura metálica Mercado Colon .....80**
**Gráfico 46 Sistema de pilotaje Merado Colon .....81**
**Gráfico 47 Iluminación natural Mercado Colon .....81**
**Gráfico 48 Iluminación artificial Mercado Colon .....81**
**Gráfico 49 Colores y materiales estructura Mercado Colon .....82**
**Gráfico 50 Colores y materiales en portadas Mercado Colon .....82**
**Gráfico 51 Piezas ceramicas Mercado Colon .....83**
**Gráfico 52 Esculturas Mercado Colon .....83**
**Gráfico 53 Proceso histórico Mercado Publico de Porto Alegre .....85**
**Gráfico 54 Recuperación techo y primer piso Mercado Publico de Porto Alegre .....86**
**Gráfico 55 Cobertura y fachada segundo nivel Mercado Publico de Porto Alegre .....86**
**Gráfico 56 Segundo nivel culminado Mercado Publico de Porto Alegre .....86**
**Gráfico 57 Trabajos al interior Mercado Publico de Porto Alegre .....86**
**Gráfico 58 Maqueta Mercado Publico de Porto Alegre .....87**
**Gráfico 59 Collage Mercado Publico de Porto Alegre post intervención .....87**
**Gráfico 60 Localización del Mercado Publico de Porto Alegre .....88**
**Gráfico 61 Perímetro Mercado Publico de Porto Alegre .....88**
**Gráfico 62 Entorno inmediato Mercado Publico de Porto Alegre .....88**
**Gráfico 63 Ubicación y vistas chalet Plaza VX de Agosto .....89**
**Gráfico 64 Ubicación y vistas Palacio Municipal Porto Alegre .....89**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 65 Ubicacion y vistas terminal de omnibuses ..... 89**
**Gráfico 66 Ubicación y vistas estación Trensurb ..... 90**
**Gráfico 67 Ubicación y vistas Palacio do comercio ..... 90**
**Gráfico 68 Ubicación y vistas nueva prefectura ..... 90**
**Gráfico 69 Espacios libres entorno Mercado Publico de Porto Alegre ..... 90**
**Gráfico 70 Llenos y vacíos entorno Mercado Publico de Porto Alegre ..... 91**
**Gráfico 71 Alturas de edificación entorno Mercado Publico de Porto Alegre ..... 91**
**Gráfico 72 Perfiles Av. Julio de Castilhos ..... 91**
**Gráfico 73 Perfiles Ca. Largo Glênio Peres ..... 92**
**Gráfico 74 Perfiles Av. Borges de Medeiros ..... 92**
**Gráfico 75 Perfiles Praça Pereira Parobé ..... 92**
**Gráfico 76 Volumetría entorno Mercado Publico de Porto Alegre ..... 93**
**Gráfico 77 Usos de suelo entorno Mercado Publico de Porto Alegre ..... 93**
**Gráfico 78 Vialidad entorno Mercado público de Porto Alegre ..... 93**
**Gráfico 79 Volumetría Mercado Publico de Porto Alegre ..... 95**
**Gráfico 80 Composición fachada Mercado Publico Porto Alegre ..... 95**
**Gráfico 81 Vistas del patio cenral y mezanine Mercado Publico de Porto Alegre ..... 96**
**Gráfico 82 Esquema circulaciones verticales planta baja Mercado Publico Porto de Alegre ..... 96**
**Gráfico 83 Esquema circulaciones verticales mezanine y segundo nivel Mercado Publico Porto de Alegre ..... 97**
**Gráfico 84 Esquema circulaciones verticales Mercado Publico de Porto Alegre ..... 97**
**Gráfico 85 Esquema de accesos Mercado Publico de Porto Alegre ..... 97**
**Gráfico 86 Esquema y vista planta baja Mercado Publico de Porto Alegre ..... 98**
**Gráfico 87 Esquema mezanine Mercado Publico de Porto Alegre ..... 98**
**Gráfico 88 Esquema y vista segundo nivel Mercado Publico de Porto Alegre ..... 98**
**Gráfico 89 Vistas iluminación zenital Mercado Publico de Porto Alegre ..... 99**
**Gráfico 90 Cobertura Mercado Publico de Porto Alegre ..... 99**
**Gráfico 91 Columnas metalicas Mercado publico de Porto Alegre ..... 99**
**Gráfico 92 Colores Mercado Publico de Porto Alegre ..... 99**
**Gráfico 93 Isometría proyecto Mercado Libre de Chacao ..... 101**
**Gráfico 94 Ubicación y vista del mercado en plan general ..... 101**
**Gráfico 95 Ubicación y vista de plaza cívica en plan general ..... 101**
**Gráfico 96 Ubicación y vista de centro cívico en plan general ..... 102**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 97 Collage vistas generales Mercado Libre de Chacao ..... 102**
**Gráfico 98 Localización Mercado Libre de Chacao ..... 103**
**Gráfico 99 Perímetro Mercado libre de Chacao ..... 103**
**Gráfico 100 Ubicación y vista Iglesia San José de Chacao ..... 103**
**Gráfico 101 Ubicación y vista Plaza Simón Bolívar de Chacao ..... 104**
**Gráfico 102 Ubicación y vista Plaza San José de Chacao ..... 104**
**Gráfico 103 Ubicacion y vista Centro Civico Cultural de Chacao ..... 104**
**Gráfico 104 Espacios libres entorno Mercado Libre de Chacao ..... 104**
**Gráfico 105 Llenos y vacíos entorno Mercado Libre de Chacao ..... 105**
**Gráfico 106 Alturas de edificación entorno Mercado Libre de Chacao ..... 105**
**Gráfico 107 Perfiles Av. Avila ..... 105**
**Gráfico 108 Perfiles Av. Mohedano ..... 106**
**Gráfico 109 Perfiles Calle Cecilio Acosta ..... 106**
**Gráfico 110 Perfiles Calle Urdaneta ..... 106**
**Gráfico 111 Volumetría entorno Mercado Libre de Chacao ..... 106**
**Gráfico 112 Usos de suelo entorno Mercado Libre de Chacao ..... 107**
**Gráfico 113 Vialidad entorno Mercado Libre de Chacao ..... 107**
**Gráfico 114 Elementos volumetricos Mercado libre de Chacao ..... 108**
**Gráfico 115 Esquema volumetrico Mercado libre de Chacao ..... 109**
**Gráfico 116 Vistas atrio central Mercado Libre de Chacao ..... 109**
**Gráfico 117 Vistas balcones y cobertura acristalada ..... 109**
**Gráfico 118 Esquema circulaciones verticales ..... 110**
**Gráfico 119 Vistas circulaciones verticales Mercado Libre de Chacao ..... 110**
**Gráfico 120 circulaciones horizontales Mercado Libre de Chacao ..... 110**
**Gráfico 121 Esquema y vistas accesos peatonales Mercado Libre de Chacao ..... 111**
**Gráfico 122 Esquema y vista acceso vehicular Mercado Libre de Chacao ..... 111**
**Gráfico 123 Esquema y vistas Mercado Libre de Chacao ..... 112**
**Gráfico 124 Esquema y vistas Mercado Libre de Chacao ..... 112**
**Gráfico 125 Esquema y vistas planta baja Mercado Libre de Chacao ..... 113**
**Gráfico 126 Esquema y vista planta mezzanina Mercado Libre de Chacao ..... 113**
**Gráfico 127 Esquema y vistas nivel 1 Mercado Libre de Chacao ..... 114**
**Gráfico 128 Esquema terraza Mercado Libre de Chacao ..... 114**
**Gráfico 129 Vistas estructuras Mercado Libre de Chacao ..... 115**
**Gráfico 130 Vistas lucernarios Mercado Libre de Chacao ..... 115**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 131 Vistas sistema de ventilación natural Mercado Libre de Chacao .....116**
**Gráfico 132 Collage materiales y colores Mercado Libre de Chacao.....116**
**Gráfico 133 Uso de suelo Centro Histórico .....120**
**Gráfico 134 Mapeo usos de suelo Centro Histórico .....121**
**Gráfico 135 Garden Santa Fe.....132**
**Gráfico 136 Rascasuelos Zócalo DF.....133**
**Gráfico 137 Limites Distrito de Arequipa - Centro Histórico.....135**
**Gráfico 138 Zonificación Distrito de Arequipa .....138**
**Gráfico 139 Zona monumental y zona de Amortiguamiento .....140**
**Gráfico 140 zonificación por áreas de tratamiento Centro Histórico.....147**
**Gráfico 141 Mapeo usos de suelo Centro Histórico .....150**
**Gráfico 142 Ubicación de la propuesta.....151**
**Gráfico 143 Delimitación de la zona de tratamiento.....153**
**Gráfico 144 Mapeo de monumentos del Centro Historico .....158**
**Gráfico 145 Ubicación del predio en plano colonial de 1784.....159**
**Gráfico 146 Sismo 1868.....166**
**Gráfico 147 Sismo 1868.....166**
**Gráfico 148 Plano Topográfico de Arequipa del Siglo XIX .....167**
**Gráfico 149 Cúpula y Altar Mayor del Templo San Camilo en el sismo de 1868 .....167**
**Gráfico 150 mercado en plaza de Armas 1860.....175**
**Gráfico 151 Catedral 1862.....175**
**Gráfico 152 Mercado en el predio de San Camilo.....176**
**Gráfico 153 Mercado en la Alameda de San Lázaro.....176**
**Gráfico 154 Mercado en el predio de San Camilo.....177**
**Gráfico 155 Primera piedra del Mercado San Camilo .....183**
**Gráfico 156 Construcción del Mercado San Camilo.....183**
**Gráfico 157 Construcción del Mercado San Camilo.....183**
**Gráfico 158 Mercado San Camilo 1818.....183**
**Gráfico 159 Mercado San Camilo 1937.....184**
***Gráfico 160 Mercado San Camilo actualidad*.....184**
**Gráfico 161 Interior Mercado San Camilo .....184**
**Gráfico 162 Fachada original Mercado San Camilo.....184**
**Gráfico 163 Cronología sísmica de Arequipa .....187**
**Gráfico 164 Mapa de riesgo sísmico Arequipa .....188**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 165 Mapa de riesgo volcánico Arequipa.....188**
**Gráfico 166 Mapa de riesgo por erupción Arequipa .....189**
**Gráfico 167 Mapa de riesgo por inundación Arequipa .....189**
**Gráfico 168 Mapa de concentración de actividades Centro Historico .....192**
**Gráfico 169 Mapa de contaminación atmosférica Arequipa.....193**
**Gráfico 170 Mapa de ruidos por fuentes móviles Centro Histórico .....194**
**Gráfico 171 Evolución de la campiña en la cuenca urbana del Rio Chili .....196**
**Gráfico 172 Áreas verdes Centro Histórico .....197**
**Gráfico 173 Evolución poblacional de Arequipa al 2007.....198**
**Gráfico 174 Densidad poblacional de Arequipa al 2007 .....198**
**Gráfico 175 Clase media a nivel nacional.....200**
**Gráfico 176 Evolución de los NSE en Arequipa .....200**
**Gráfico 177 NSE en Arequipa .....201**
**Gráfico 178 Nivel de estudios por edades.....203**
**Gráfico 179 Niveles de educación por ciudades.....203**
**Gráfico 180 Niveles educativos en Arequipa.....204**
**Gráfico 181 Sueldos por nivel de estudios .....205**
**Gráfico 182 Tasa de pobreza Perú y Arequipa.....205**
**Gráfico 183 Tasa de pobreza extrema .....206**
**Gráfico 184 Evolución de los ingresos mensuales en Arequipa .....207**
**Gráfico 185 Crecimiento anual PBI por sectores .....208**
**Gráfico 186 Crecimiento del PBI Perú y Arequipa.....209**
**Gráfico 187Evolución del PBI Perú y Arequipa.....209**
**Gráfico 188 Gasto por hogares zona sur y Perú .....210**
**Gráfico 189 Hogares urbanos por NSE Regio Arequipa .....210**
**Gráfico 190 Hogares urbanos por edades Region Arequipa .....211**
**Gráfico 191 Tasa de empleo, desempleo y subempleo en Arequipa .....211**
**Gráfico 192 Tasa de crecimiento del crédito en Arequipa.....212**
**Gráfico 193 Acceso al crédito en Arequipa .....212**
**Gráfico 194 Captacion del credito en Arequipa .....213**
**Gráfico 195 Tasa de morosidad Arequipa .....213**
**Gráfico 196 Créditos hipotecarios en Arequipa .....213**
**Gráfico 197 Proyección del sector retail en Arequipa .....214**
**Gráfico 198 Índice de competitividad a nivel nacional .....215**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 199 Entorno económico a nivel nacional ..... 215**
**Gráfico 200 Elementos de competitividad a nivel nacional ..... 216**
**Gráfico 201 Ficha económica de Arequipa ..... 216**
**Gráfico 202 Proyectos de inversion futuros en Arequipa 2013 - 2017 ..... 217**
**Gráfico 203 Ptoyeccion del sector retail en Arequipa ..... 218**
**Gráfico 204 Indicadores industriales de Arequipa ..... 219**
**Gráfico 205 Evolución tiendas retail en provincia ..... 219**
**Gráfico 206 Ventas por m2 sector retail ..... 220**
**Gráfico 207 Márgenes de ventas sector retail ..... 221**
**Gráfico 208 Operaciones de los mercados de abastos ..... 221**
**Gráfico 209 Operaciones de supermercados del sector retail ..... 222**
**Gráfico 210 Distribución de mercados de abastos a nivel nacional ..... 222**
**Gráfico 211 Aporte de los mercados de abastos al PBI ..... 223**
**Gráfico 212 Rubros en los mercados de abastos ..... 224**
**Gráfico 213 Preferencias de los usuarios habituales ..... 224**
**Gráfico 214 Servicios básicos en mercados de abastos ..... 225**
**Gráfico 215 Servicios higiénicos diferenciados en mercados de abastos ..... 225**
**Gráfico 216 Sistema de residuos sólidos en mercados de abastos ..... 225**
**Gráfico 217 Infraestructura en mercados de abastos ..... 226**
**Gráfico 218 Sistema de tanque o cisterna en mercados de abastos ..... 226**
**Gráfico 219 Sistemas de seguridad  cámara frigorífica en mercados de abastos ..... 226**
**Gráfico 220 Población por edades Arequipa ..... 229**
**Gráfico 221 Grupos étnicos Región Arequipa ..... 229**
**Gráfico 222 Prioridades de consumo en Arequipa ..... 230**
**Gráfico 223 Tipo de consumo general en Arequipa ..... 230**
**Gráfico 224 Prioridades de gasto por NSE Arequipa ..... 231**
**Gráfico 225 Arequipa canal de compra artículos del hogar ..... 232**
**Gráfico 226 Canal de compra por NSE artículos del hogar ..... 233**
**Gráfico 227 Arequipa canal de compra comidas y bebidas ..... 234**
**Gráfico 228 Canal de compra por NSE comidas y bebidas ..... 234**
**Gráfico 229 Arequipa canal de compra vestido y calzado ..... 235**
**Gráfico 230 Canal de compra por NSE vestido y calzado ..... 235**
**Gráfico 231 Arequipa canal de compra artículos de cuidado personal ..... 236**
**Gráfico 232 Canal de compra por NSE artículos de cuidado personal ..... 236**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 233 Arequipa canal de compra muebles y enseres .....237**
**Gráfico 234 Canal de compra por NSE mueble y enseres .....237**
**Gráfico 235 Arequipa segmentación del comprador.....239**
**Gráfico 236 Arequipa evolución del tipo de gasto .....240**
**Gráfico 237 Evolucion del tipo de gasto por NSE .....241**
**Gráfico 238 Comportamiento del crédito en Arequipa .....242**
**Gráfico 239 Arequipa dinámica del gasto por NSE .....243**
**Gráfico 240 Arequipa centralidades según Plan de Desarrollo Metropolitano.....248**
**Gráfico 241 colindancias zonas de tratamiento .....249**
**Gráfico 242 Transecto Corte en la segunda cuadra de la Calle San Camilo (atravesando el Mercado .....253**
**Gráfico 243 Zona de intervención y componentes del transecto.....253**
**Gráfico 244 Jerarquía vial Centro Histórico .....259**
**Gráfico 245 Jerarquía vial y estado de vías en el área de tratamiento.....260**
**Gráfico 246 Tramas urbanas en el área de tratamiento .....262**
**Gráfico 247 Trama urbana del Centro Histórico .....263**
**Gráfico 248 Alturas de edificación en el área de tratamiento .....264**
**Gráfico 249 Alturas de edificación Centro Histórico .....265**
**Gráfico 250 Estado de edificación en el área de tratamiento .....266**
**Gráfico 251 Estado de edificación Centro Histórico .....266**
**Gráfico 252 Espacios abiertos y áreas verdes en el área de tratamiento.....268**
**Gráfico 253 Espacios abiertos y áreas verdes Centro Histórico .....268**
**Gráfico 254 Plaza Romaña .....269**
**Gráfico 255 Parque Víctor Lira .....269**
**Gráfico 256 Parque Víctor Lira .....269**
**Gráfico 257 Parque Víctor Lira .....270**
**Gráfico 258Parque Víctor Lira .....270**
**Gráfico 259 Mercadillo Víctor Lira .....270**
**Gráfico 260 Parque Duhamel .....270**
**Gráfico 261 Parque Duhamel .....271**
**Gráfico 262 Parque Duhamel .....271**
**Gráfico 263 Parque Duhamel .....271**
**Gráfico 264 Plazoleta San Camilo.....272**
**Gráfico 265 Plazoleta San Camilo.....272**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 266 Plazoleta San Camilo** ..... **272**
**Gráfico 267 Plazoleta San Camilo** ..... **273**
**Gráfico 268 Calle Mercaderes** ..... **273**
**Gráfico 269 Calle Mercaderes** ..... **273**
**Gráfico 270 Plaza 5 de Agosto** ..... **274**
**Gráfico 271 Av. Jorge Chavez primera cuadra** ..... **274**
**Gráfico 272 Av. Jorge Chávez área de tratamiento** ..... **274**
**Gráfico 273 Usos de suelo en area de tratamiento** ..... **277**
**Gráfico 274 Usos de suelo Centro Histórico** ..... **278**
**Gráfico 275 Régimen de tenencia Centro Histórico** ..... **279**
**Gráfico 276 Régimen de tenencia en el área de tratamiento** ..... **280**
**Gráfico 277 Habitabilidad en el Centro Historico** ..... **280**
**Gráfico 278 Habitabilidad Centro Histórico** ..... **281**
**Gráfico 279 Sistema vial Centro Historico** ..... **283**
**Gráfico 280 Sistema vial en el área de tratamiento** ..... **283**
**Gráfico 281 Tipo de transporte en el Centro Histórico** ..... **284**
**Gráfico 282 Cargas viales de transporte publico Centro Histórico** ..... **285**
**Gráfico 283 Rutas de transporte publico Centro Histórico** ..... **285**
**Gráfico 284 Flujo vehicular Centro Histórico** ..... **286**
**Gráfico 285 Flujo vehicular en el área de tratamiento** ..... **287**
**Gráfico 286 Sección vial Av. Jorge Chávez** ..... **287**
**Gráfico 287 Sección vial Calle San Juan de Dios** ..... **288**
**Gráfico 288 Sección vial Calle Octavio Muñoz Najar** ..... **288**
**Gráfico 289 Secciones Viales Calle Santo Domingo** ..... **289**
**Gráfico 290 Secciones viales Calle Dean Valdivia** ..... **290**
**Gráfico 291 Secciones viales Calle San Camilo** ..... **291**
**Gráfico 292 Transporte predominante calle San Camilo** ..... **292**
**Gráfico 293 Secciones viales Calle Víctor Lira** ..... **292**
**Gráfico 294 Sección vial Calle Alto de la Luna** ..... **293**
**Gráfico 295 Sección vial Calle 2 de Mayo** ..... **294**
**Gráfico 296 Sección vial Calle Garci Carbajal** ..... **294**
**Gráfico 297 Sección vial Calle Leticia** ..... **295**
**Gráfico 298 Sección vial Calle Calle Nueva** ..... **295**
**Gráfico 299 Sección vial típica** ..... **296**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 300 Tipo de transporte predominante .....297**
**Gráfico 301 Sección vial Calle Mercaderes .....298**
**Gráfico 302 Flujo peatonal Centro Histórico .....298**
**Gráfico 303 Flujo peatonal en el área de tratamiento.....299**
**Gráfico 304 Esquema Real Plaza Arequipa .....303**
**Gráfico 305 Real Plaza fachada .....304**
**Gráfico 306 Real Plaza fachada .....304**
**Gráfico 307 Real Plaza hall de acceso.....304**
**Gráfico 308 Real Plaza hall de acceso.....305**
**Gráfico 309 Real Plaza hall de acceso.....305**
**Gráfico 310 Real Plaza hall de acceso segundo piso.....305**
**Gráfico 311 Real Plaza segundo patio .....305**
**Gráfico 312 Real Plaza food court (primer nivel) .....306**
**Gráfico 313 Real Plaza corredores segundo nivel .....306**
**Gráfico 314 Real Plaza comercios menores en corredores .....306**
**Gráfico 315 Real Plaza acceso vehicular principal (Av. El Ejercito) .....307**
**Gráfico 316 Real Plaza acceso vehicular secundario Calle Las Canoas.....307**
**Gráfico 317 Abastecimiento Oeschle (Urb. León XIII).....307**
**Gráfico 318 Real Plaza eventos especiales (Hall de acceso).....308**
**Gráfico 319 Real Plaza eventos especiales (Segundo piso) .....308**
**Gráfico 320 Esquema Mall Plaza .....309**
**Gráfico 321 Mall Plaza fachada .....311**
**Gráfico 322 Mall Plaza fachada .....311**
**Gráfico 323 Mall Plaza corredor primer nivel sótano, vista hacia el fondo .....311**
**Gráfico 324 Mall Plaza corredor primer nivel sotano, vista hacia Av. El Ejercito...312**
**Gráfico 325 Mall Plaza corredor segundo nivel vista hacia el fondo.....312**
**Gráfico 326 Mall Plaza corredor segundo nivel , vista hacia el fondo.....312**
**Gráfico 327 Mall Plaza corredor segundo nivel, vista hacia el fondo.....313**
**Gráfico 328 Mall Plaza corredor tercer nivel, vista hacia el fondo .....313**
**Gráfico 329 Mall Plaza corredor cuarto nivel, vista hacia el fondo .....313**
**Gráfico 330 Mall Plaza food court (cuarto nivel) .....314**
**Gráfico 331 Mall Plaza corredor de circulación y lucernario (cuarto nivel) .....314**
**Gráfico 332 Mall Plaza cuarto nivel .....314**
**Gráfico 333 Mall Plaza acceso vehicular (Calle Francisco Mostajo).....315**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 334 Acceso vehicular y zona abierta de estacionamiento (Calle los Arces)..315**
**Gráfico 335 Mall Plaza comercio menores (Programa La Feria) .....315**
**Gráfico 336 Mall Plaza eventos especiales (Segundo nivel).....316**
**Gráfico 337 Esquema Mall Aventura Plaza Porongoche.....317**
**Gráfico 338 Mall Aventura Plaza Porongoche vista general.....318**
**Gráfico 339 Mall Aventura Plaza Porongoche hall de acceso, primer nivel.....319**
**Gráfico 340 Mall Aventura Plaza Porongoche, Sodimac (sotano abierto).....319**
**Gráfico 341 Mall Aventura Plaza Porongoche hall de acceso, primer nivel.....319**
**Gráfico 342 Mall Aventura Plaza Porongoche corredor primer nivel .....320**
**Gráfico 343 Mall Aventura Plaza Porongoche hall de acceso segundo nivel.....320**
**Gráfico 344 Mall Aventura Plaza Porongoche hall de acceso segundo nivel.....320**
**Gráfico 345 Mall Aventura Plaza Porongoche corredor segundo piso .....321**
**Gráfico 346 Mall Aventura Plaza Porongoche corredor segundo piso .....321**
**Gráfico 347 Mall Aventura Plaza Porongoche corredores de circulación .....321**
**Gráfico 348 Mall Aventura Plaza Porongoche food court primer nivel .....322**
**Gráfico 349 Mall Aventura Plaza Porongoche food court y acceso a cines .....322**
**Gráfico 350 Mall Aventura Plaza Porongoche food y acceso posterior (primer nivel) .....322**
**Gráfico 351 Mall Aventura Plaza Porongoche comercios en la zona exterior.....322**
**Gráfico 352 Mall Aventura Plaza Porongoche comercios en caminería de ingreso.323**
**Gráfico 353 Mall Aventura Plaza Porongoche Acceso Vehicular forntal principal (Av. Porongoche).....323**
**Gráfico 354 Mall Aventura Plaza Porongoche acceso vehicula frontal secundario (Av. Porongoche).....323**
**Gráfico 355 Mall Aventura Plaza Porongoche acceso vehicular posterior (Calle Antonio Raymondi) .....323**
**Gráfico 356 Mall Aventura Plaza Porongoche eventos especiales (Hall de acceso) ..324**
**Gráfico 357 Mall Aventura Plaza Porongoche eventos especiales primer nivel) .....324**
**Gráfico 358 Mall Aventura Plaza Porongoche campañas de fidelización de clientes .....324**
**Gráfico 359 Esquema Parque Lambramani .....326**
**Gráfico 360 Parque Lambramani vista del conjunto.....327**
**Gráfico 361 Parque Lambramani plaza central.....328**
**Gráfico 362 Parque Lambramani corredor y comercios menores (Primer nivel) ....328**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 363 Parque Lambramani plaza central y lucernario (Segundo nivel).....328**
**Gráfico 364 Parque Lambramani corredor y comercios menores, primer nivel .....329**
**Gráfico 365 Parque Lambramani food court (segundo nivel) .....329**
**Gráfico 366 Parque Lambramani corredores.....329**
**Gráfico 367 Parque Lambramani ingreso independiente a supermercado Metro (sótano).....330**
**Gráfico 368 Parque Lambramani rampas de acceso a supermercado Metro .....330**
**Gráfico 369 Parque Lambramani circulación externa y rampa de vehículos de carga .....330**
**Gráfico 370 Parque Lambramani ingreso secundario a las galerías, acceso vehicular de clientes, acceso Maestro Home Center.....331**
**Gráfico 371 Parque Lambramani Acceso vehicular a Maesto Home Center.....331**
**Gráfico 372 Parque Lambramani eventos especiales (Primer nivel).....331**
**Gráfico 373 Parque Lambramani eventos especiales (Primer nivel).....332**
**Gráfico 374 Parque Lambramani eventos especiales (Primer nivel).....332**
**Gráfico 375 Campañas de fidelización de clientes.....332**
**Gráfico 376 Esquema Mercado San Camilo .....334**
**Gráfico 377 Mercado San Camilo lucernarios en jardines.....334**
**Gráfico 378 Mercado San Camilo caminería central de la plazoleta y lucernario....334**
**Gráfico 379 Mercado San Camilo caminería intermedia de la plaza.....335**
**Gráfico 380 Mercado San Camilo quioscos de arrendamiento en caminería intermedia .....335**
**Gráfico 381 Mercado San Camilo quioscos de arrendamiento en caminería intermedia .....335**
**Gráfico 382 Caminería perimetral Calle San Camilo.....336**
**Gráfico 383 Caminería perimetral Calle Piérola.....336**
**Gráfico 384 Caminería perimetral Calle Perú.....336**
**Gráfico 385 Caminería perimetral hacia el Mercado San Camilo .....336**
**Gráfico 386 Sótano de la plazoleta acceso desde la plazoleta.....337**
**Gráfico 387 Sótano de la plazoleta corredor central y escaleras de acceso.....337**
**Gráfico 388 Sótano de la Plazoleta corredor central, núcleo de baños y stands perimetrales.....338**
**Gráfico 389 Sótano de la Plazoleta corredor central, núcleo de baños y stands perimetrales.....338**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 390 Sotano de la Plazoleta corredor central, núcleo de baños y stands de escaleras ..... 338**
**Gráfico 391 Sótano de la Plazoleta corredor central y stands de escaleras ..... 338**
**Gráfico 392 Mercado San Camilo primer nivel ..... 339**
**Gráfico 393 Mercado San Camilo segundo nivel ..... 340**
**Gráfico 394 Mercado San Camilo tercer nivel ..... 340**
**Gráfico 395 M.S.C. Pabellón Norte comercios hacia el exterior ..... 341**
**Gráfico 396 Pab. Norte comercios primer nivel (pabellón al lado Derecho) ..... 342**
**Gráfico 397 Pab. Norte. puerta de acceso 10 ..... 342**
**Gráfico 398 Pab. Norte puerta de acceso 1 ..... 342**
**Gráfico 399 Pab. Norte puerta de acceso 2 ..... 343**
**Gráfico 400 Pab. Norte segundo nivel esquina Calle Perú ..... 343**
**Gráfico 401 Pab. Norte segundo nivel corredor y comercios (desde esq. de la Calle Perú ..... 343**
**Gráfico 402 Pab. Norte segundo nivel esquina Calle Piérola ..... 343**
**Gráfico 403 Pab. Norte segundo nivel corredor y comercios llegando a la esq. de la Calle Piérola ..... 344**
**Gráfico 404 M.S.C. Pabellón Este, comercios hacia el exterior ..... 344**
**Gráfico 405 Pab. Este puerta de acceso 3 ..... 345**
**Gráfico 406 Pab. Este Puerta de acceso 4 ..... 345**
**Gráfico 407 Pab. Este primer nivel ..... 345**
**Gráfico 408 Pab. Este segundo nivel esquina Calle Alto de la Luna ..... 346**
**Gráfico 409 Pab. Este segundo nivel ..... 346**
**Gráfico 410 Pab. Este segundo nivel ..... 346**
**Gráfico 411 M.S.C. Pabellón Oeste, comercios hacia el exterior ..... 347**
**Gráfico 412 Pab. Oeste puerta de acceso 8 ..... 348**
**Gráfico 413 Pab. Oeste Puerta de acceso 9 ..... 348**
**Gráfico 414 Pab. Oeste acceso al sótano ..... 348**
**Gráfico 415 Pab. Oeste sótano (esquina norte) ..... 349**
**Gráfico 416 Pab Oeste zona de acceso al sótano ..... 349**
**Gráfico 417 Pab. Oeste primer nivel ..... 349**
**Gráfico 418 Pab. Oeste primer nivel ..... 350**
**Gráfico 419 Pab. Oeste esquina Calle alto de la luna (Segundo Nivel) ..... 350**
**Gráfico 420 Pab. Oeste segundo nivel ..... 350**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 421 M.S.C. Pabellón Sur, comercios hacia el exterior .....351**
**Gráfico 422 Pab. Sur puerta de acceso 5 .....351**
**Gráfico 423 Pab. Sur puerta de acceso 6 .....352**
**Gráfico 424 Pab. Sur puerta de acceso 7 .....352**
**Gráfico 425 Pab. Sur Deposito de papas primer nivel .....352**
**Gráfico 426 Pab sur primer nivel.....352**
**Gráfico 427 Pab. Sur segundo nivel .....353**
**Gráfico 428 Pab. Sur ubicación del tercer nivel .....353**
**Gráfico 429 Pab. Sur tercer nivel - venta de aves vivas .....353**
**Gráfico 430 Patio Central vista segundo nivel esq. San Camilo - Piérola.....355**
**Gráfico 431 Patio Central vista desde segundo nivel pabellón este .....355**
**Gráfico 432 Patio Central vista desde el acceso principal-puerta de acceso 1.....355**
**Gráfico 433 Patio Central pasillo central desde el segundo nivel de Pabellón Sur ...355**
**Gráfico 434 Pasillos laterales vista desde el segundo nivel del Pabellón Oeste .....356**
**Gráfico 435 Vista de comercios en pasillos .....356**
**Gráfico 436 Vista de comercios en pasillos .....356**
**Gráfico 437 Vista de comercios en pasillos .....357**
**Gráfico 438 Vista de comercios en pasillos .....357**
**Gráfico 439 Vista de comercios en pasillos .....357**
**Gráfico 440 Vista de comercios en pasillos .....358**
**Gráfico 441 Vista de comercios en pasillos .....358**
**Gráfico 442 Vista de comercios en pasillos .....358**
**Gráfico 443 Vista de comercios en pasillos .....359**
**Gráfico 444 Vista de comercios en pasillos .....359**
**Gráfico 445 Vista de comercios en escalera al Pabellón Oeste (Esquina San Camilo-Piérola).....359**
**Gráfico 446 Vista de comercios en escalera al Pabellón Norte (Esquina San Camilo-Piérola).....360**
**Gráfico 447 Vista de comercios en escalera a los Pabellones Norte y Este (Esquina San Camilo-Alto de la Luna).....360**
**Gráfico 448 Vista de comercios en escalera a los Pabellones Sur y Este (Esquina San Camilo-Piérola).....360**
**Gráfico 449 Vista de comercios hacia el Pabellón Sur.....361**
**Gráfico 450 Callejón en desnivel Plaza central comercial-Pabellón Oeste .....361**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 451 Comercios adosados al Pabellón Sur .....361**
**Gráfico 452 Comercios adosados al Pabellón Sur al fondo el depósito de carnes .....362**
**Gráfico 453 Actividad comercial y de salida de carga del deposito de carnes.....362**
**Gráfico 454 Calle Alto de la Luna.....362**
**Gráfico 455 Calle Perú .....363**
**Gráfico 456 Calle Piérola.....363**
**Gráfico 457 Calle San Camilo .....363**
**Gráfico 458 Turismo en el Mercado San Camilo .....364**
**Gráfico 459 M.S.C. Eventos especiales.....364**
**Gráfico 460 M.S.C. Eventos especiales.....365**
**Gráfico 461 M.S.C. elementos especiales.....365**
**Gráfico 462 Sistema de video vigilancia del Mercado San Camilo.....365**
**Gráfico 463 Abastecimiento por la Calle Piérola .....367**
**Gráfico 464 Abastecimiento por Calle Alto de la Luna .....367**
**Gráfico 465 Abastecimiento  por Calle Alto de la Luna .....367**
**Gráfico 466 Abastecimiento por Calle Perú.....368**
**Gráfico 467 Abastecimiento por Calle San Camilo.....368**
**Gráfico 468 Abastecimiento por Calle San Camilo.....368**
**Gráfico 469 Abastecimiento Calle San Camilo.....369**
**Gráfico 470 Abastecimiento al interior del mercado .....369**
**Gráfico 471 Abastecimiento al interior del mercado .....369**
**Gráfico 472 Abastecimiento al interior del mercado .....370**
**Gráfico 473 Deficiencias de salubridad .....370**
**Gráfico 474 Deficiencias de salubridad .....370**
**Gráfico 475 Deficiencias de salubridad .....371**
**Gráfico 476 Deficiencias de salubridad .....371**
**Gráfico 477 Problemas asoleamiento segundo nivel pabellón sur .....372**
**Gráfico 478 Separación de la estructura metálica y el pabellón sur.....373**
**Gráfico 479 Lonas y telas en el pabellón sur (Segundo nivel) .....373**
**Gráfico 480 Lonas en el pabellón norte .....373**
**Gráfico 481 Lonas en el pabellón norte .....373**
**Gráfico 482 Lonas en el pabellón oeste.....374**
**Gráfico 483 Calaminas en el Pabellón Este.....374**
**Gráfico 484 Encuentro de estructura metálica con pabellones.....374**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 485 Sol directo sobre puestos de venta .....374**
**Gráfico 486 Sol directo sobre puestos de venta .....375**
**Gráfico 487 Sol directo sobre puestos de venta .....375**
**Gráfico 488 Sol directo sobre puestos de venta .....375**
**Gráfico 489 Sol directo sobre productos .....375**
**Gráfico 490 Sol directo sobre productos .....376**
**Gráfico 491 Sol directo sobre productos .....376**
**Gráfico 492 Sol directo sobre productos .....376**
**Gráfico 493 Deficiencias en circulaciones .....378**
**Gráfico 494 Deficiencias en circulaciones .....378**
**Gráfico 495 Deficiencias en circulaciones .....378**
**Gráfico 496 Deficiencias en circulaciones .....378**
**Gráfico 497 Deficiencias en circulaciones .....379**
**Gráfico 498 Deficiencias en circulaciones .....379**
**Gráfico 499 Deficiencias en circulaciones .....379**
**Gráfico 500 Cerramiento del sector del pabellón norte.....379**
**Gráfico 501 Cercado del pabellón norte.....380**
**Gráfico 502 Cercado en el pabellón norte y de la esquina con el pabellón Oeste.....380**
**Gráfico 503 Deficiencias en pasillos del patio central .....380**
**Gráfico 504 Deficiencias en pasillos del patio central .....380**
**Gráfico 505 Columnas interrumpiendo circulaciones .....381**
**Gráfico 506 Columnas interrumpiendo puestos comerciales.....381**
**Gráfico 507 Columnas interrumpiendo circulaciones .....381**
**Gráfico 508 comercios adosados al pabellón sur .....381**
**Gráfico 509 Deficiencias por desniveles .....383**
**Gráfico 510 Deficiencias por desniveles .....383**
**Gráfico 511 Deficiencias por desniveles .....383**
**Gráfico 512 Deficiencias por desniveles .....384**
**Gráfico 513 Deficiencias por desniveles .....384**
**Gráfico 514 Deficiencias por desniveles .....384**
**Gráfico 515 Deficiencias por desniveles .....385**
**Gráfico 516 Deficiencias por desniveles .....385**
**Gráfico 517 Deficiencias por desniveles .....385**
**Gráfico 518 Deficiencias por desniveles .....386**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 519 Deficiencias por desniveles .....386**
**Gráfico 520 Deficiencias por desniveles .....386**
**Gráfico 521 Deficiencias por desniveles .....386**
**Gráfico 522 Escaleras pabellón sur puerta 6 .....387**
**Gráfico 523 Escaleras cuasi ocultas en la puerta 6.....387**
**Gráfico 524 Techamiento improvisado del tercer nivel.....387**
**Gráfico 525 Deterioro en pisos.....389**
**Gráfico 526 Deterioro en pisos.....389**
**Gráfico 527 Deterioro em techos por humedad.....389**
**Gráfico 528 Deterioro em techos por humedad.....390**
**Gráfico 529 Deterioro en mobiliario comercial .....390**
**Gráfico 530 Deterioro en mobiliario comercial .....390**
**Gráfico 531 Deterioro de mobiliario comercial .....391**
**Gráfico 532 Deterioro de mobiliario comercial .....391**
**Gráfico 533 estándares de implementación heterogéneos .....391**
**Gráfico 534 Implementación adecuada.....392**
**Gráfico 535 Deficiencias de implementación .....392**
**Gráfico 536 Deficiencias de implementación .....392**
**Gráfico 537 Problema de hacinamiento .....393**
**Gráfico 538 Problema de hacinamiento .....393**
**Gráfico 539 Problema de hacinamiento .....393**
**Gráfico 540 Problemas de hacinamiento.....394**
**Gráfico 541 Problemas de hacinamiento.....394**
**Gráfico 542 Actividades especiales .....395**
**Gráfico 543 Actividades especiales .....396**
**Gráfico 544 Actividades especiales .....396**
**Gráfico 545 Actividades especiales .....396**
**Gráfico 546 Actividades complementarias.....397**
**Gráfico 547 Deficiencia en logística de actividades especiales .....397**
**Gráfico 548 Logística actividades especiales.....397**
**Gráfico 549 Logística actividades especiales.....398**
**Gráfico 550 Actividades especiales .....398**
**Gráfico 551 Actividades especiales .....398**
**Gráfico 552 Presencia de la informalidad .....399**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Gráfico 553 Presencia de la informalidad ..... 399**
**Gráfico 554 Presencia de la informalidad ..... 400**
**Gráfico 555 Mapa de zonas problemáticas Centro Histórico ..... 401**
**Gráfico 556 Segmentación comercial por zonas - Diagnostico ..... 428**
**Gráfico 557 Interacción del Plan Urbano Comercial ..... 436**
**Gráfico 558 Sistema de movilidad urbana Plan Urbano Comercial ..... 450**
**Gráfico 559 Sistema de espacios abiertos y áreas verdes Plan Urbano Comercial ... 451**
**Gráfico 560 Secciones viales actual-propuesta Lamina 01 ..... 452**
**Gráfico 561 Secciones viales actual-propuesta Lamina 02 ..... 453**
**Gráfico 562 Secciones viales actual-propuesta Lamina 03 ..... 454**
**Gráfico 563 Secciones viales actual-propuesta Lamina 04 ..... 455**
**Gráfico 564 Secciones viales actual-propuesta Lamina 05 ..... 456**
**Gráfico 565 Secciones viales actual-propuesta Lamina 06 ..... 457**
**Gráfico 566 Secciones viales actual-propuesta Lamina 07 ..... 458**
**Gráfico 567 Secciones viales actual-propuesta Lamina 08 ..... 459**
**Gráfico 568 Sistema de usos de suelo Plan Urbano Comercial ..... 461**
**Gráfico 569 Emplazamiento de la propuesta ..... 481**
**Gráfico 570 Pendientes del terreno ..... 482**
**Gráfico 571 Condiciones ambientales del predio ..... 483**
**Gráfico 572 Esquema sótanos ..... 484**
**Gráfico 573 Esquema sótanos ..... 484**
**Gráfico 574 Esquema sótanos ..... 484**
**Gráfico 575 Plazoleta actual ..... 485**
**Gráfico 576 Plaza propuesta ..... 485**
**Gráfico 577 Plazoleta original ..... 486**
**Gráfico 578 Plazoleta actual ..... 486**
**Gráfico 579 Plazoleta propuesta ..... 487**
**Gráfico 580 Plazoleta propuesta ..... 487**
**Gráfico 581 Plazoleta propuesta ..... 487**
**Gráfico 582 Estructura metálica en fachada ..... 488**
**Gráfico 583 Estructura metálica en fachada ..... 488**
**Gráfico 584 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta ..... 489**
**Gráfico 585 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta ..... 489**
**Gráfico 586 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta ..... 489**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 587 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta.....489**
**Gráfico 588 Esquema actividades anclas .....490**
**Gráfico 589 Esquema actividades anclas .....490**
**Gráfico 590 Esquema actividades anclas .....491**
**Gráfico 591 Esquema actividades anclas .....491**
**Gráfico 592 Esquema piel del edificio .....492**
**Gráfico 593 Esquema piel del edificio .....492**
**Gráfico 594 Esquema piel del edificio .....493**
**Gráfico 595 Esquema piel del edificio .....493**
**Gráfico 596 Esquema piel del edificio .....493**
**Gráfico 597 Detalle piel del edificio .....493**
**Gráfico 598 Esquema estructural sótano 4 .....495**
**Gráfico 599 Esquema estructural sótano 3 .....495**
**Gráfico 600 Esquema estructural sótano 2 .....496**
**Gráfico 601 Esquema estructural sótano 3 .....496**
**Gráfico 602 Sistema pilotaje de columnas.....497**
**Gráfico 603 Esquema vigas usadas en el proyecto .....498**
**Gráfico 604 Esquema ménsulas del proyecto.....499**
**Gráfico 605 Esquema ménsulas del proyecto.....500**
**Gráfico 606 Ubicación de columnas tirantes.....501**
**Gráfico 607 Esquema y ubicación de templadores horizontales.....501**
**Gráfico 608 Vigueta tipo y esquema de distribución .....502**
**Gráfico 609 Estructura espacial de la fachada .....503**
**Gráfico 610 Esquemas de estructura espacial de la fachada.....503**
**Gráfico 611 Losa pretensada.....504**
**Gráfico 612 Losa colaborante.....504**
**Gráfico 613 Disipadores sísmicos esquema de ubicación .....504**
**Gráfico 614 Disipador sísmico tipo viscoso .....505**
**Gráfico 615 Disipador sísmico tipo viscoso .....505**
**Gráfico 616 Cristal fotovoltaico en lucernario .....505**
**Gráfico 617 Ficha técnica paneles fotovoltaicos .....508**
**Gráfico 618 Configuración espacial esquema .....512**
**Gráfico 619 Configuración del espacio central.....512**
**Gráfico 620 Configuración del espacio central.....512**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 621 Dominios espaciales esquema .....514**
**Gráfico 622 Dominios espaciales esquema .....514**
**Gráfico 623 Zonificación esquema .....514**
**Gráfico 624 Zonificación esquema .....515**
**Gráfico 625 Zonificación esquema .....515**
**Gráfico 626 Zonificación esquema .....515**
**Gráfico 627 Relación con el entorno esquema .....516**
**Gráfico 628 Relación con el entorno esquema .....516**
**Gráfico 629 Articulación esquema .....517**
**Gráfico 630 Sótano 4 planta .....518**
**Gráfico 631 Sistema movimiento sótano 4 .....519**
**Gráfico 632 Isometría sótano 4 .....519**
**Gráfico 633 Configuración volumétrica esquema .....520**
**Gráfico 634 Configuración volumétrica esquema .....520**
**Gráfico 635 Vista del conjunto y su entorno .....521**
**Gráfico 636 Vista del conjunto y su entorno .....521**
**Gráfico 637 Vista del conjunto y su entorno .....521**
**Gráfico 638 Vista del conjunto y su entorno .....522**
**Gráfico 639 Vista del conjunto y su entorno .....522**
**Gráfico 640 Fachada norte esquema compositivo .....522**
**Gráfico 641 Fachada oeste esquema compositivo .....523**
**Gráfico 642 Fachada este esquema compositivo .....523**
**Gráfico 643 Fachada sur esquema compositivo .....523**
**Gráfico 644 Esquema compositivo .....524**
**Gráfico 645 Esquema compositivo .....524**
**Gráfico 646 Esquema compositivo .....524**
**Gráfico 647 Esquema compositivo .....525**
**Gráfico 648 Esquema compositivo .....525**
**Gráfico 649 Esquema compositivo .....525**
**Gráfico 650 Esquema compositivo .....526**
**Gráfico 651 Ágora central esquema compositivo .....526**
**Gráfico 652 Ágora central esquema compositivo .....527**
**Gráfico 653 Ágora central esquema compositivo .....527**
**Gráfico 654 Sala hipóstila apunte .....527**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**Gráfico 655 Sala hipóstila apunte .....527**
**Gráfico 656 Escenario central esquema compositivo .....528**
**Gráfico 657 Escenario central esquema compositivo .....528**
**Gráfico 658 Escenario central apunte .....528**
**Gráfico 659 Fachada norte .....529**
**Gráfico 660 Fachada oeste .....529**
**Gráfico 661 fachada este .....529**
**Gráfico 662 Fachada sur .....529**
**Gráfico 663 Proyecto vista aérea .....530**
**Gráfico 664 Proyecto vista aérea .....530**
**Gráfico 665 Proyecto vista aérea .....530**
**Gráfico 666 Proyecto vista aérea .....530**
**Gráfico 667 Proyecto vista aérea .....531**
**Gráfico 668 Proyecto vista peatonal exterior .....531**
**Gráfico 669 Proyecto vista peatonal exterior .....531**
**Gráfico 670 Proyecto vista peatonal exterior .....531**
**Gráfico 671 Proyecto vista peatonal exterior .....532**
**Gráfico 672 Proyecto vista peatonal exterior .....532**
**Gráfico 673 Proyecto vista peatonal exterior .....532**
**Gráfico 674 Proyecto vista peatonal exterior .....532**
**Gráfico 675 Proyecto vista peatonal exterior .....533**
**Gráfico 676 Proyecto vista interior .....533**
**Gráfico 677 Proyecto vista interior .....533**
**Gráfico 678 Proyecto vista interior .....533**
**Gráfico 679 Proyecto vista interior .....534**
**Gráfico 680 Proyecto vista interior .....534**
**Gráfico 681 Proyecto vista interior .....534**
**Gráfico 682 Proyecto vista interior .....534**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# CAPITULO I
# GENERALIDADES



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 1. PROBLEMÁTICA

En Arequipa como en todas las ciudades del mundo el proceso de evolución es generada por las actividades que se desarrollan en estas (inicialmente todas juntas en el área central), tales como: vivienda, gobierno, servicios, culto y comercio; siendo este último el principal impulsador de este proceso, debido a esto su aparición y consolidación (inicialmente) se da en una zona determinada del núcleo central de la ciudad, generando una dinámica especial en esta zona; dándose mayormente en las ciudades de tercer mundo la proliferación de actividades de tipo mayoristas e informales, lo cual con el tiempo genera el deterioro progresivo de dicha zona.

Este es el caso de la Zona del Mercado San Camilo en el que la:

- Deficiencia en el sistema e infraestructura vial.
- Falta de una normatividad especial para la actividad comercial en la zona
- Alta intensidad y poco grado de especialización de la actividad comercial
- Mala adecuación de las edificaciones para fines comerciales

Han generado problemas de:

- Contaminación
- Caos vehicular
- Inseguridad y delincuencia
- Proliferación de comercio Informal
- Deterioro físico de la infraestructura existente

Constituyéndola en la zona más problemática del centro histórico de la ciudad de Arequipa

## 2. MOTIVACIONES

- La recuperación de una zona del centro histórico (San Camilo) en deterioro, a través de un proyecto de regeneración urbana (a manera de lineamientos) que sea coherente con la dinámica urbana y contribuya al desarrollo integral de la ciudad.
- Interés de contribuir a revitalizar el sector incorporándolo a una economía formal y a su vez a otra vinculada a actividades turísticas de desarrollo evidente en el centro histórico.
- Interés de contribuir a la puesta en valor y consolidación de los valores patrimoniales de la zona.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- La Recuperación de una infraestructura monumental específica (Mercado San Camilo), mediante un proyecto de rehabilitación Arquitectónica.

## 3. JUSTIFICACIONES

- Se Fundamenta por la zonificación del centro histórico en el Plan Director de Arequipa Metropolitana en la cual e considerad como Zona de Reglamentación Especial (ZRE)
- Se fundamenta en el uso de suelo, Comercio Central Metropolitano (CCM), aprobado en el Plan Director de Arequipa Metropolitana, el cual lo define de la siguiente manera: Está constituida por los corredores comerciales metropolitanos caracterizados por el comercio especializado de bienes y servicios, por la presencia de sucursales bancarias e instituciones de crédito, y además por su extensión y área de influencia interdistrital.
- Se fundamenta también en el uso aprobado por el Plan Maestro del Centro Histórico De Arequipa, el cual es de Comercio Interdistrital (C7) para evitar mayores congestionamientos
- Se Fundamenta la Intervención en la zona por estar considerada dentro del Plan Maestro del Centro Histórico De Arequipa como: Zona de Tratamiento 2 (ZT2).

## 4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a que la actividad comercial en el Mercado San Camilo y su zona de influencia carece de un grado de especialización coherente con las nuevas dinámicas y roles del centro histórico, no cuenta con las condiciones para satisfacer las exigencias de las demandas actuales, generando el deterioro progresivo de la zona patrimonial San Camilo e impidiendo su incorporación a la oferta cultural del centro histórico, postergando la puesta en valor de sus valores patrimoniales.

## 5. FORMULACION DE LA HIPÓTESIS

Dotar al Mercado San Camilo y su zona de influencia de un proyecto urbano - arquitectónico integral coherente a las dinámicas y exigencias actuales del centro histórico y de la actividad comercial contemporánea, permitirá el desarrollo de las act ividades comerciales de forma adecuada y ayudara a crear las condiciones para la resolución de los diversos problemas que presenta el sector usando al mercado San Camilo como elemento catalizador, permitiendo su incorporación a la oferta cultural de centro histórico y a la dinámica urbana contemporánea.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 6. ÁRBOL DE PROBLEMAS

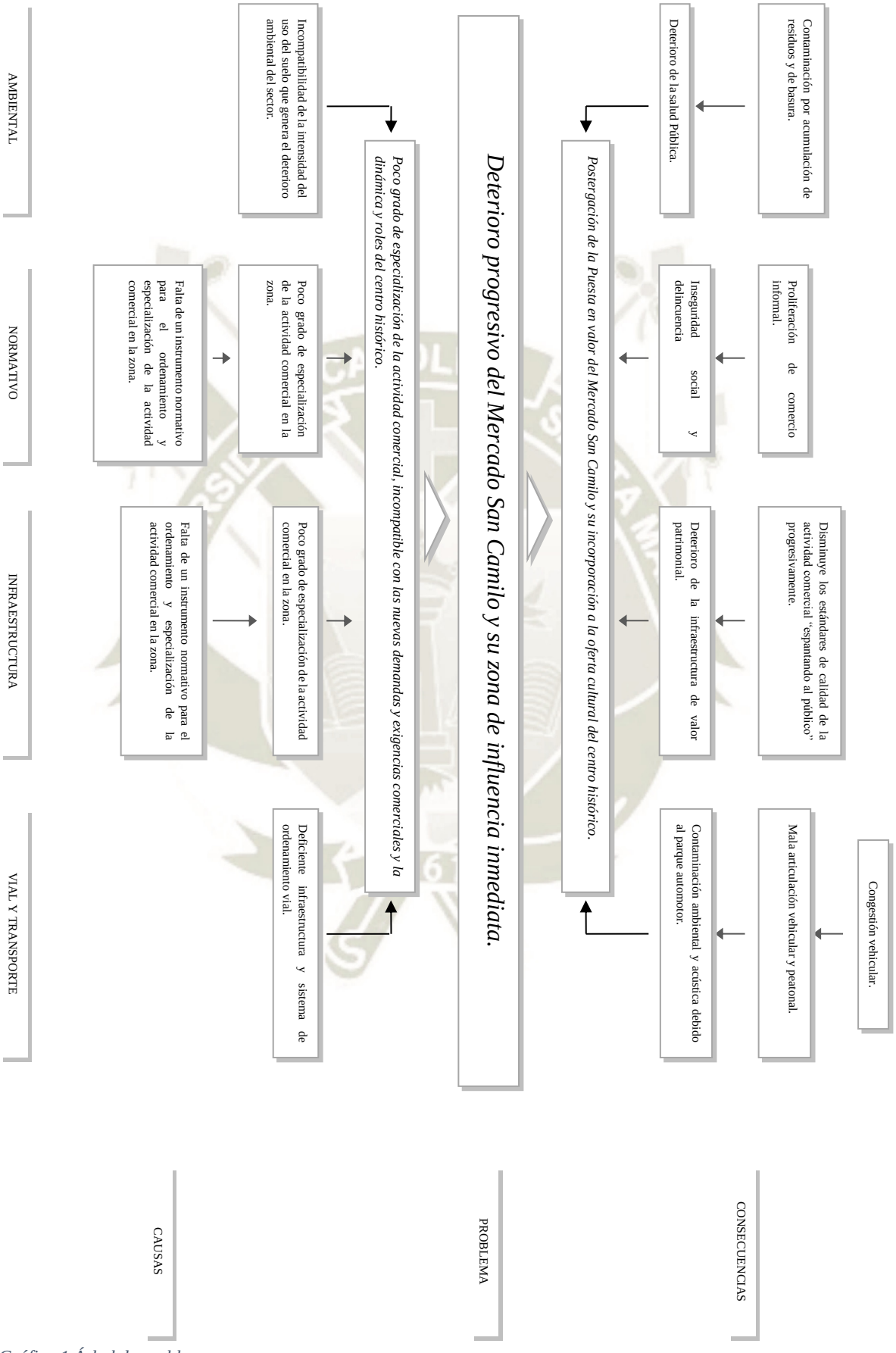



*Gráfico 1 Árbol de problemas*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 7. ÁRBOL DE SOLUCIONES

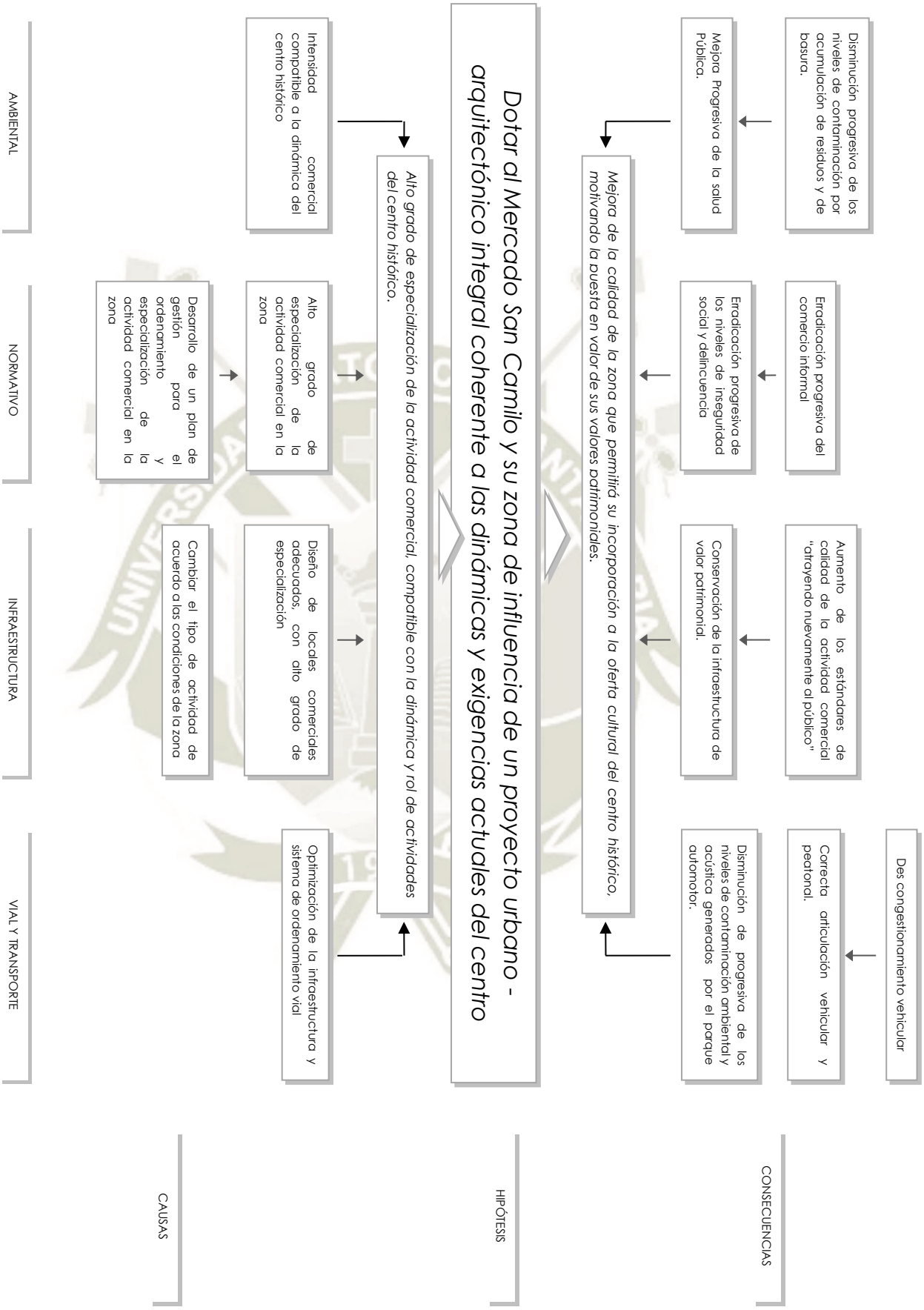



*Gráfico 2 Árbol de soluciones*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 8. OBJETIVOS

## OBJETIVO GENERAL

Contribuir al desarrollo comercial especializado, satisfaciendo las nuevas demandas comerciales en el centro histórico, a través de la recuperación de la zona patrimonial San Camilo y la puesta en valor del Mercado San Camilo; permitiendo su incorporación a la oferta cultural del centro histórico.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

### OBJETIVO 1

Evaluar e identificar los criterios para llevar a cabo la acción de regeneración urbana y los aspectos e implicancias de esta, para la creación de políticas para el desarrollo local sustentable.

*TAREAS:*

1. Recopilar, analizar e implementar conceptos y teorías sobre regeneración urbana
2. Recopilar, analizar e implementar conceptos y teorías sobre desarrollo urbano sustentable en áreas patrimoniales

### OBJETIVO 2

Recopilar, sistematizar, analizar la información, referida a planes de gestión de centros históricos, que promueva la regeneración urbana por medio del consumo y la actividad comercial especializada; para luego aplicar su interpretación en el proyecto.

*TAREAS:*

1. Recopilar información general sobre modelos de planes de gestión en centro históricos.
2. Recopilar y analizar planes de gestión sobre centros históricos desarrollados a nivel nacional y o internacional

### OBJETIVO 3

Recopilar, sistematizar, analizar la normatividad con el fin aplicar su interpretación en la elaboración de una propuesta arquitectónica viable, que se ajuste a la realidad local cumpliendo con la reglamentación vigente



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TAREAS:*

1. Recopilar y analizar las normatividades a nivel urbano (PDAM)
2. Recopilar y analizar las normas dadas sobre rehabilitación de infraestructuras patrimoniales en centros históricos.
3. Acopiar, analizar, normas dirigidas a equipamientos comerciales especializados.

**OBJETIVO 4**

Recopilar, sistematizar, analizar y concluir respecto de la información sobre intervenciones arquitectónicas similares rehabilitación de mercados en centro históricos) que se hayan realizado con éxito para luego aplicar su interpretación en la elaboración del proyecto arquitectónico.

*TAREAS:*

1. Identificar intervenciones similares a nivel nacional y o internacional desarrolladas con éxito
2. Recopilación y análisis de la información con respecto a su relación con el contexto urbano, los criterios de especialización y modelo de gestión
3. Recopilación y análisis de la información con respecto a los sistemas: funcional, formal, espacial y de accesibilidad

**OBJETIVO 5**

Identificar y analizar las tendencias de las actividades comerciales del centro histórico, tomándola como base fundamental para el desarrollo social, económico y espacial de la zona

*TAREAS:*

1. Realización de un estudio de mercadeo a nivel urbano
2. Realización de un estudio de mercado en el centro histórico
3. Identificar tipo de usuario idóneo “grupo meta”

## 9. ALCANCES Y LIMITACIONES

### ALCANCES

- La elaboración de un esquema de Ordenamiento Urbano en la Zona del Mercado San Camilo, proponiendo políticas y estrategias que propicie el desarrollo del sector.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Se elaborará un proyecto arquitectónico en el Mercado San Camilo, que contemple la rehabilitación y puesta en valor de sus elementos de valor patrimonial en armonía con la actividad comercial especializada
- Por la magnitud del área de estudio y del impacto de la intervención en su entorno, se desarrollara una propuesta de carácter integral, la cual brindará las condiciones y servirá de punto de partida para la propuesta de carácter específico.
- El estudio y formulación del proyecto permitirá reunir un banco de datos confiables sobre los diferentes aspectos económicos, culturales del centro histórico, que culminará en la formulación de un ensayo sobre la actividad comercial en el centro histórico de Arequipa.

### LIMITACIONES

- Falta de referencias exitosas a nivel local y nacional, por lo cual los casos analizados en el marco referencial serán foráneos.
- Dificultad para conseguir material necesario para el análisis de las referencias ya que todas se encuentran en el extranjero.
- Ausencia de un estudio previo de mercado y o mercadeo, sobre la relación de zona del Mercado San Camilo en el centro histórico.
- Falta de registros de la primera época del mercado San Camilo (cuando era iglesia) en los archivos del Arzobispado de Arequipa y de la Biblioteca Pública.

## 10.VARIABLES DE ANALISIS

### SOCIAL

- Población
  - Permanente
  - Flotante
- Pirámide de edades
- Desplazamiento
- Naturaleza de empleo

### ECONOMICO

- Tipo de mercadeo
- Entorno competitivo
- Tendencia de mercado
- Poder Adquisitivo



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Usuario local
- Usuario Externo

- Grupos meta

**HISTORICO PATRIMONIAL**

- Evolución centro histórico
- Criterios de valoración del patrimonio
- Referencia histórica del Mercado San Camilo
- Intervenciones en proceso, complementarias al proyecto

**URBANO**

- Estructura Urbana
- Imagen Urbana
  - Hitos
  - Nodos
- Usos de suelo
- Edificación
  - Estado de conservación
  - Tecnología y materiales
  - Valores urbanos (Monumentales, históricos, sociales, culturales políticos)
- Sistema Vial
  - Vías Principales
  - Vías Secundarias
  - Peatonales
  - Vehiculares
- Sistema de transporte
  - Tipos de transportes
  - Nodos de conflictos
  - Puntos de atracción
- Servicios básicos
  - Red de agua
  - Desagüe y drenaje
  - Electricidad pública y privada
  - Sistema de comunicaciones



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**FISICO**

- Climatología
  - Parámetros climáticos
    - Temperatura
    - Vientos
    - Precipitaciones pluviales
    - Humedad relativa
    - Asoleamiento.
- Estructura geográfica
  - Localización geográfica
  - Ubicación del terreno
  - Aspectos topográficos
  - Aspectos geológicos
  - Aspectos hidrológicos
- Ecología
  - Niveles de contaminación
    - Agua
    - Suelo
    - Aire
    - Acústica

**NORMATIVO**

- Resolución de la UNESCO
- Normatividad Nacional Y Local Vigente
  - Plan Director de Arequipa Metropolitana
  - Plan Maestro del Centro Histórico
  - Reglamento Nacional de Edificaciones
  - Ley General de Amparo al Patrimonio (INC)
  - Plan PADECO



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 11.DEFINICION DEL AREA DE INTERVENCION

## PLAN DE GESTIÓN

El área de estudio estará definida en base a la sectorización realizada en el Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa, que se refiere a esta zona como ZT – 02 (Zona de Tratamiento – 02) denominada “San Camilo”.

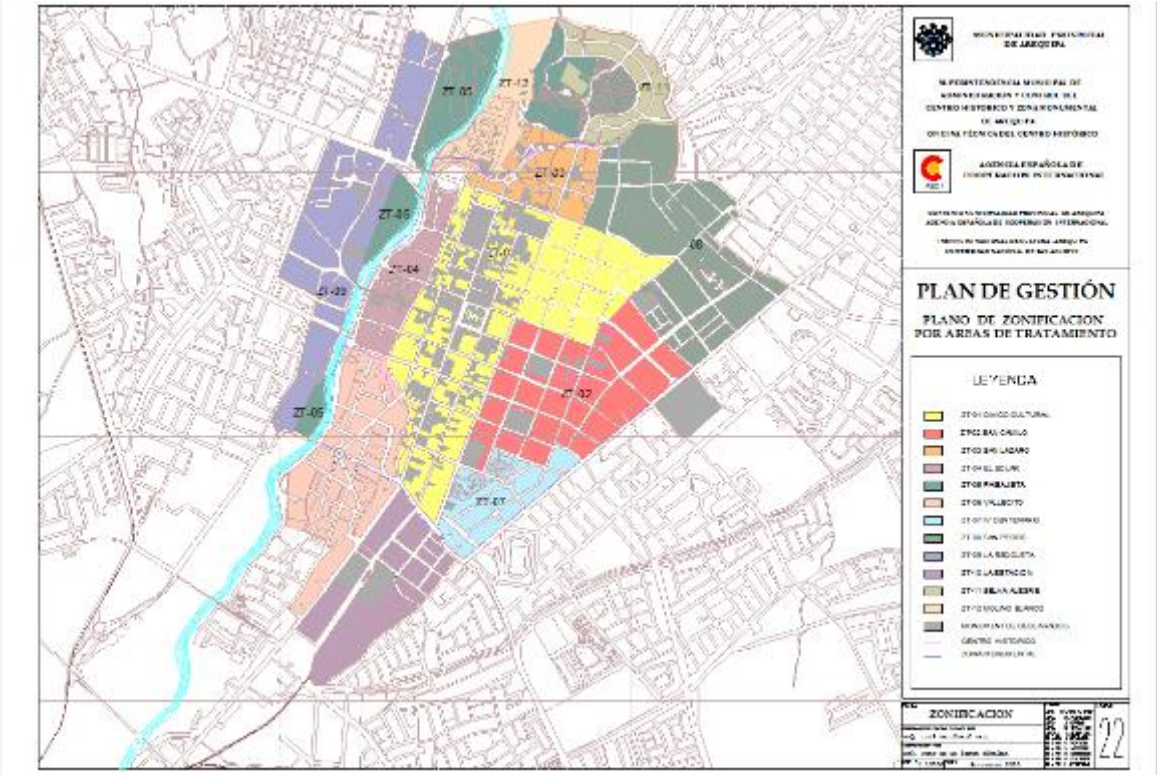



*Gráfico 3 Zonificación del centro histórico*

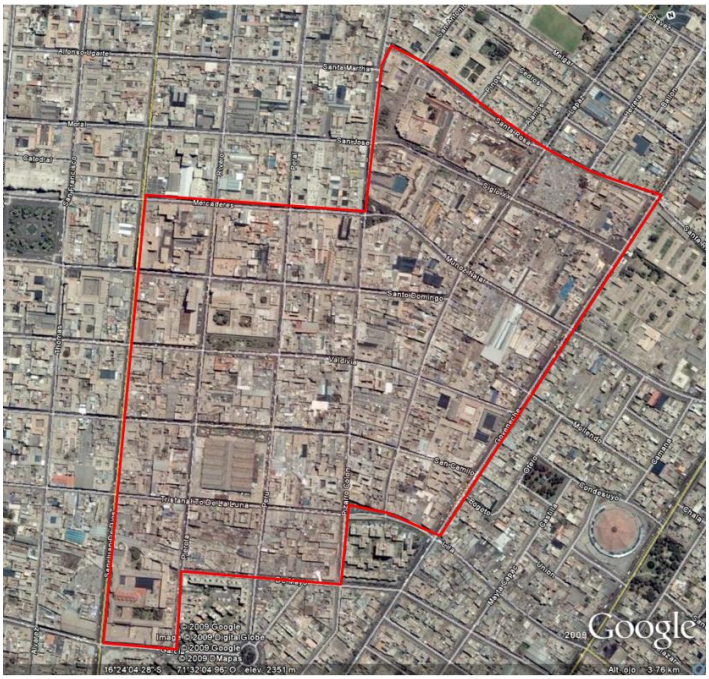



*Gráfico 4 Delimitación del barrio San Camilo*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## INTERVENCION ARQUITECTONICA

La intervención arquitectónica (Puesta en valor del Mercado San Camilo) se ubica dentro de la ZT-02 del centro histórico de Arequipa, entre las calles: San Camilo, Perú, Alto de la Luna y Piérola. Con una latitud de 16°24’11.15”S y longitud de 71°32’05.58”O.

Cuenta con un área de bruta de 1.21 Has (12100 m2)

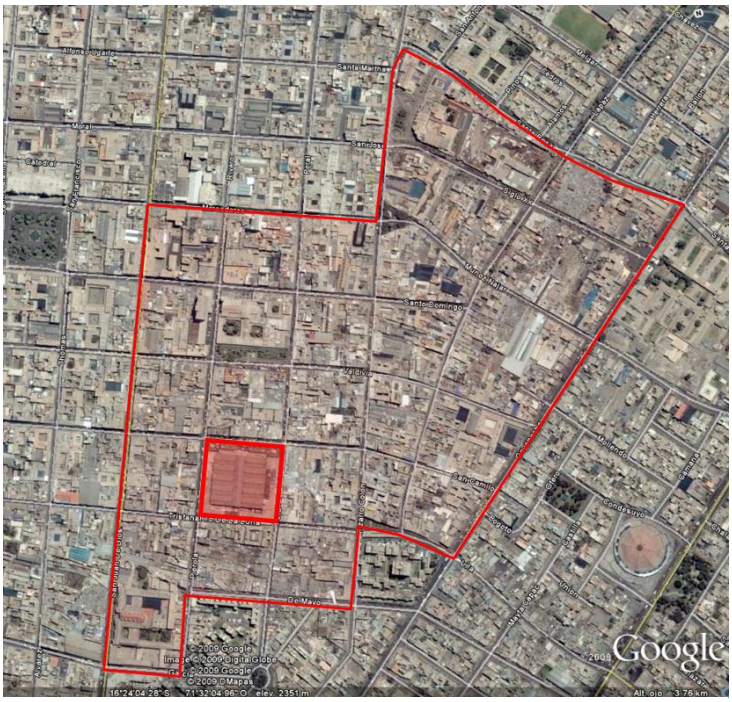



*Gráfico 5 Ubicación del mercado en el barrio San Camilo*




*Gráfico 6 Delimitacion del Mercado San Camilo*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 12.PROPUESTA METODOLOGICA

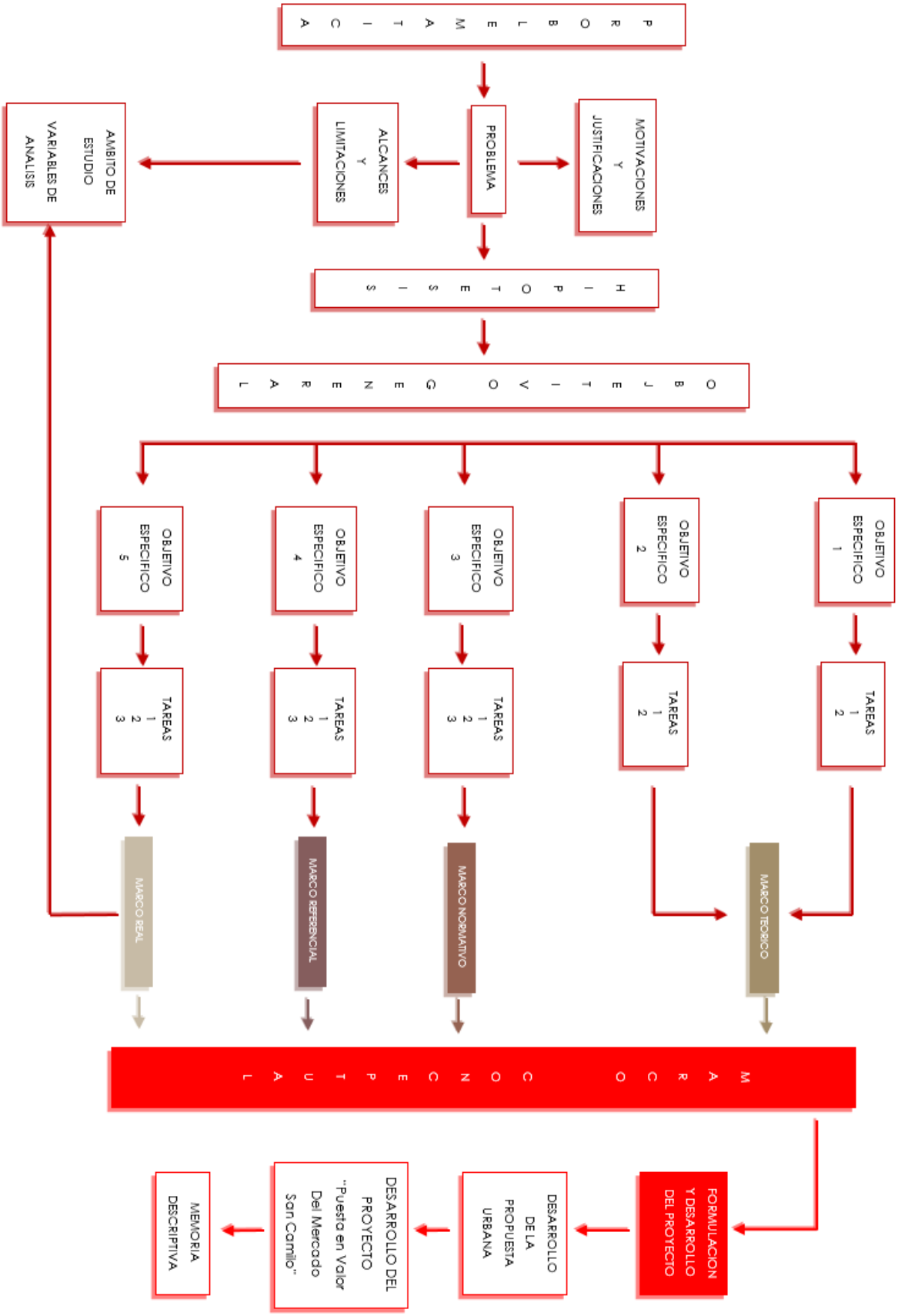



*Gráfico 7 Cuadro metodológico*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# CAPITULO II
# MARCO TEORICO



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 1. LA CIUDAD

"Ciudad: Área urbana con alta densidad de población en la que predominan fundamentalmente la industria y los servicios." (Real Academia Española, 2014)

Abordada por diversos autores, recibiendo diversas definiciones, ya sea como las de Kevin Lynch mediante el planteamiento de una teoría urbana en ***La Buena Forma de la Ciudad*** definiéndola como un hecho humano y natural al que debemos adaptarnos, o abordando el tema percepción y legibilidad en ***La Imagen de la Ciudad***, como un objeto que perciben millones de personas de diferentes clases, siendo producto de la participación de muchos constructores que modifican su estructura constantemente, sin resultado definitivo; con una sucesión ininterrumpida de fases; o Manuel Castells en ***El Interior De La Ciudad*** como un espacio que la sociedad construye, modela y organiza con las características de su emplazamiento modos de vida, época y economía; las cuales varían en el tiempo, con actividades en su interior cada vez más complejas y sufriendo procesos de transformación generando sobreimposición y yuxtaposición de actividades que en muchas ocasiones alteran su forma y estructura iníciales, o Leonardo Benevolo en ***La Ciudad y el Arquitecto*** planteándola como un hecho arquitectónico que sirve de escenario físico a la sociedad pudiendo ser constatado, reducido a ruinas o seguir funcionando aun cuando la sociedad que lo produjo haya desaparecido mucho antes o la de Jan Gehl en la ***Humanización del Espacio Urbano*** como un lugar de encuentro por excelencia, como espacio peatonal de las personas.

Cualquiera sea el autor y la definición encontramos un valor común: la sociedad, siendo la responsable de la construcción, reconstrucción y constante modificación de la ciudad, convirtiéndola en un reflejo de su modo de vida siendo los principales "factores de influencia" sus aspectos sociales, de emplazamiento, político y económico los cuales se encuentran en permanente cambio. Sin importar el tipo de sociedad y las condiciones donde se encuentren estos "factores de influencia", debido a su naturaleza cambiante contribuyen a que la ciudad no se pueda considerar como un producto final o un reflejo inmutable de una determinada época y lugar, es más bien un proyecto inacabado, un espacio en construcción realizado por y para la sociedad, que precisa de constantes reformas, adaptaciones, expansiones y mejoras según las necesidades y requisitos de sus habitantes a los largo del devenir de sus generaciones, constituyéndose en una *"*Realidad construida en el tiempo que se encuentra en constante resignificación conforme la historia y la organización socio-cultural donde se inscribe*"* (Iglesias, 2006).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 2. AREA CENTRAL DE LAS CIUDADES O CENTRO HISTORICO

El área central se constituye en el espacio fundacional de la ciudad y de su sociedad, pero esta definición fundacional no se remite meramente al espacio geográfico o momento histórico. Como también lo expresa Marc Augé en ***LOS «NO LUGARES» ESPACIOS DEL ANONIMATO Una antropología de la Sobremodernidad*** el mismo se refiere principalmente al carácter fundacional de la identidad de sus habitantes. Ya que contiene a las principales actividades que conforman la dinámica urbana y social de estos, haciendo que con el tiempo vaya adquiriendo valores históricos y debido a la memoria colectiva de estos, al comenzar el proceso de expansión de la ciudad se le confiere la denominación de centro histórico (Augé, 1992).

Es así que el centro histórico puede considerarse la semilla de la ciudad moderna ya que en un primer momento esta fue "toda la ciudad" y su construcción fue iniciada por la primera sociedad que la habitó reflejando en su estructura física los "factores de influencia" y modos de habitar de su sociedad en una época específica, convirtiéndose así en el principal punto de identidad de las futuras generaciones, tal como manifiestan el Coloquio de Quito y Leonardo Benévolo en su mensaje a este:

*"*Los centros históricos se han definido como todos los asentamientos humanos vivos, fuertemente condicionados por una estructura física proveniente del pasado, reconocibles como representativos de la evolución de un pueblo*"* (ICOMOS, 1977)

*"*Los centros históricos son a su vez un residuo del pasado y un anticipo del futuro*"* (Benevolo, 1998)

Una vez que comienza la construcción de la ciudad inicia la "vida" de esta con la aparición de actividades siendo las principales vivienda, religión, política y comercio, superponiéndose y yuxtaponiéndose entre sí generando dinámicas especiales y convirtiendo el área central en el principal espacio de convivencia y encuentro de sus habitantes. Configurándose como un espacio polivalente y complejo (Castells, 1985).

## 3. CENTRO HISTORICO Y PATRIMONIO

Como vimos anteriormente al hablar de la ciudad y del centro histórico como semilla o espacio fundacional de esta, hablamos de un espacio o contenedor en constante construcción con determinados elementos que se van cargando de valores que constituyen la herencia o



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

legado para sus habitantes y futuras generaciones, esta herencia o legado toma el nombre de Patrimonio.

Al hablar de patrimonio existen diferentes perspectivas y ámbitos desde los cuales puede ser abordado, pero si nos remitimos a su raíz, el latín Patrimonium significa: *"Aquello que proviene de los antepasados y que posteriormente traspasamos en herencia"*. Podemos entender el patrimonio como una construcción cultural ya que esta herencia se constituye tanto en un sentido tangible como intangible dado que no solo heredamos una serie de expresiones culturales materiales (muebles inmuebles, objetos artísticos etc) también heredamos una serie de expresiones culturales inmateriales tales como lenguaje, hábitos, costumbres etc.

Es así que al hablar de patrimonio y su relación con el centro histórico debemos hablar de un proceso que otorga valor a una serie y/o conjunto de lugares, objetos y prácticas que se encuentran íntimamente ligados con nuestra memoria e identidad que si bien presentan variaciones y/o adaptaciones en el tiempo mantienen viva su raíz o esencia como legado o herencia para sus habitantes y futuras generaciones.

Es por esto que existen diferentes clasificaciones de patrimonio acorde a los valores de los que cada objeto o práctica se van cargando siendo algunos de estos.

### 3.1. PATRIMONIO CULTURAL

Como vimos al hablar de patrimonio hablamos de una construcción cultural colectiva por medio de la cual cada cultura, época y mentalidad va construyendo y enriqueciendo su propio patrimonio ya que este configura en nuestro punto de referencia e identidad al ser el responsable de generar en la sociedad y sus habitantes el sentido de pertenencia.

Es así que, ante la complejidad y diversidad de criterios para definir el patrimonio y sus clasificaciones, la UNESCO se pronuncia al respecto por medio de la Convención de Paris de 1972 sobre Patrimonio mundial, cultural y natural.

*"*Se puede entender el patrimonio de bienes heredados y dignos de protección, que de una forma u otra ha producido la humanidad frente al legado de la naturaleza al que suele aplicarse la expresión de patrimonio natural*"* (UNESCO, 1972)

Es a partir de esta definición que en muchas ocasiones el patrimonio cultural fue comprendido o interpretado a partir de una obra física especifica como expresión cultural pero dado que el patrimonio es un proceso por medio del cual se preserva y enriquecen sus



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

aspectos esenciales este no puede permanecer inmutable y tampoco puede comprender únicamente objetos o costumbres de forma aislada, pueden y deben comprender su contexto tanto tangible como intangible ya que este es el que lo va cargando de significados hasta convertirse en patrimonio cultural, Tal como Abramsom indico:

> La percepción de Patrimonio ha evolucionado Esta no solo aborda una visión sobre la valoración en específico de edificios con valor arquitectónico o histórico, también considera los espacios públicos, barrios, calles y lugares cuya arquitectura, integración al paisaje, historia y su gente, con sus propias expresiones artísticas, rituales y estilos de vida contribuye a convertir al patrimonio en un apoyo a la identidad local y o nacional, y por lo tanto es fundamental su preservación, y en algunos casos su recuperación (Erlij Abramson, 2004).
>
> Es fundamental comprender que progreso y patrimonio son complementarios y no excluyentes. Se trata de lograr por ejemplo que aquellos barrios con historia que reflejan una forma de vida que se dio en el pasado, acojan las actividades propias del vivir urbano de hoy y permita mantener parte de sus edificaciones y de sus espacios públicos como muestras de lo que allí se vivió. Se trata de preservar nuestra Historia Urbana (Erlij Abramson, 2004).
>
> No se trata de congelar sectores como museos, con vocación decorativa, sino de identificar en ellos su esencia, identidad y conjugar allí diferentes tipos de intervenciones, y hacer de ese espacio un lugar vigente, vivido por los ciudadanos que, al usarlo cotidianamente, dan cuenta de su historia (Erlij Abramson, 2004).

### 3.2. PATRIMONIO ARQUITECTONICO

El concepto de patrimonio arquitectónico se encuentra inmerso en el de patrimonio cultural dado que hablamos de un bien construido que representa las características una sociedad concreta (estilo constructivo, forma de habitar, dinámica urbana, economía urbana, etc.)

Si bien la bibliografía generada a partir de la preocupación por el patrimonio es abundante a partir de la Carta de Atenas en 1931, el concepto de patrimonio arquitectónico no parece como tal hasta 1975 con la Carta Europea de patrimonio arquitectónico (Carta de Ámsterdam) a partir de la cual se considera al patrimonio arquitectónico no solo como a una obra arquitectónica individual, la sitúa en un contexto más amplio e integral.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*"*El patrimonio arquitectónico incluye no sólo edificios individuales de excepcional calidad y sus entornos, sino también todas las áreas de ciudades o pueblos de interés histórico o cultura*"* (ICOMOS, 1975)

La misma enfatizaba los conceptos de restauración integral e intervención mínima frente a los excesos de quienes actuaban siguiendo criterios básicamente de reutilización y funcionalidad, esto con el fin de evitar la desaparición de forma irreversible los valores históricos de los edificios modificados, lamentablemente esta postura condujo a intervenciones con fines decorativos en los cuales se limitaba la intervención a la reconstrucción de los elementos formales del edificio sin resolver problemas funcionales de uso y su adecuación a las necesidades contemporáneas, debido a esto el concepto del patrimonio arquitectónico fue evolucionando hasta la carta de Cracovia (Año 2000) en el cual se reivindica la recuperación de la memoria histórica que contiene el patrimonio edificado (vuelve a potenciar, por tanto, sus valores documentales), defiende los distintos valores que ha ido acumulando con los siglos (se opone, por tanto, a la recuperación selectiva de supuestos estados originales) y concibe el acto de la restauración como un proceso de conocimiento y dialogo entre lo ya construido como evidencia del pasado y la intervención contemporánea ya que esta también se deberá constituir en el futuro en patrimonio .

> Debe evitarse la reconstrucción en "el estilo del edificio" de partes enteras del mismo. La reconstrucción de partes muy limitadas con un significado arquitectónico puede ser excepcionalmente aceptada a condición de que esta se base en una documentación precisa e indiscutible. Si se necesita, para el adecuado uso del edificio, la incorporación de partes espaciales y funcionales más extensas, debe reflejarse en ellas el lenguaje de la arquitectura actual. La reconstrucción de un edificio en su totalidad, destruido por un conflicto armado o por desastres naturales, es solo aceptable si existen motivos sociales o culturales excepcionales que están relacionados con la identidad de la comunidad entera. (UNESCO, 2000)

Es así que podemos entender como Patrimonio Arquitectónico un edificio, conjunto de edificios o las ruinas de estos, que, con el paso del tiempo, adquieren un valor mayor al originalmente asignado y que va mucho más allá del encargo original. El mismo que independiente de su origen o propietarios contiene valores de gran importancia para el patrimonio cultural de los pueblos, siendo estos:



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Valor cultural.
- Valor artístico.
- Valor histórico.
- Valor sentimental.
- Valor urbanístico.

Al poseer esta diversidad de valores íntimamente relacionados con la identidad y la memoria de un lugar y su gente surge la pregunta:

**¿Cuál es la importancia o que cosas nos permite, el hecho de poseer bienes considerados patrimonio arquitectónico?**

Aspilcueta nos indica sobre esto:

> **Socialmente:** Fortalecer la identidad, el sentido de pertenencia y la autoestima colectiva de los habitantes de la ciudad y región, contribuyendo a la cohesión social que posibilita el enfrentar grandes problemas y el emprendimiento de grandes retos.
>
> **Económicamente:** Promover el turismo cultural y sus diferentes modalidades (vivencial, científico, de eventos, negocios, religiosos etc.) y en consecuencia también las inversiones derivadas de ésta en actividades conexas, contribuyendo a la diversificación laboral y creación de fuentes de trabajo.
>
> **Ambientalmente:** Humanizar la ciudad y embellecer el paisaje urbano y cultural del entorno, contribuyendo a colocar nuevamente al ser humano como el objeto y el sujeto del bienestar, ubicándolo como la razón de todo lo creado y construido (Aspilcueta, 2005).

### 3.3. PATRIMONIO INDUSTRIAL

Al igual que el concepto de patrimonio arquitectónico el concepto de patrimonio industrial se encuentra inmerso en el de patrimonio cultural, este surge al considerar que dado que la historia se define mediante las pruebas arqueológicas en las cuales se evidencian las diversas etapas de la humanidad por medio de cambios fundamentalmente en la construcción y fabricación de objetos, la etapa comprendida en la revolución industrial produce un punto de quiebre en los aspectos ya mencionados anteriormente, surgiendo la preocupación e interés en su estudio y preservación al considerarlo de valor universal.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

"La Revolución Industrial fue el comienzo de un fenómeno histórico que ha afectado a una parte cada vez mayor de la población humana, así como también a otras formas de vida del planeta y lo sigue haciendo a día de hoy. La evidencia material de estos grandes cambios posee un valor humano universal, y debe reconocerse la importancia de su estudio y de su conservación." (ICOMOS, 2003)

Si bien es a partir del año de 1973 en el que nace la preocupación por el patrimonio industrial con la creación del TICCIH (The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage) será hasta el año 2003 por medio de la carta de Moscú en la que se define el patrimonio industrial como tal, el mismo que ha ido evolucionando hasta nuestros dias.

"El patrimonio industrial se compone de los restos de la cultura industrial que poseen un valor histórico, tecnológico, social, arquitectónico o científico. Estos restos consisten en edificios y maquinaria, talleres, molinos y fábricas, minas y sitios para procesar y refinar, almacenes y depósitos, lugares donde se genera, se transmite y se usa energía, medios de transporte y toda su infraestructura, así como los sitios donde se desarrollan las actividades sociales relacionadas con la industria, tales como la vivienda, el culto religioso o la educación". (ICOMOS, 2003)

"El patrimonio industrial tiene un valor social como parte del registro de vidas de hombres y mujeres corrientes, y como tal, proporciona un importante sentimiento de identidad. Posee un valor tecnológico y científico en la historia de la producción, la ingeniería, la construcción, y puede tener un valor estético considerable por la calidad de su arquitectura, diseño o planificación" (ICOMOS, 2003)

El concepto de patrimonio industrial reconoce el valor arquitectónico de las construcciones como parte de su definición, por lo que se hace inevitable la comprensión y definición de la arquitectura industrial para poder comprender esta clase de patrimonio, es así que podemos definir a la arquitectura industrial como aquella que se desarrolló con una finalidad industrial distinta a la monumental, comprendiendo así a todos los edificios destinados (construidos o adaptados)a la producción industrial pero sin limitarse únicamente a estos, dado que la aparición del periodo industrial significó la aplicación de las nuevas tecnologías, pioneras de las innovaciones constructivas, conceptuales e incluso estéticas de la arquitectura contemporánea (arquitectura del hierro y ferro vítrea, también se han de considerar las construcciones que se realizaron en dicha época, haciendo del uso de estas innovaciones parte importante de su concepción, habiendo representado así en su tiempo un gran avance



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

en la construcción y concepción de la arquitectura. Teniendo como ejemplos paradigmáticos la Torre Eiffel y La Bauhaus.

Por lo tanto el patrimonio industrial, abarca no sólo las estructuras arquitectónicas y maquinaría de producción (fábricas, talleres, chimeneas, locomotoras...),también las estructuras que cuya concepción fuer generada a partir de sus innovaciones como vías de transporte y comunicación(puentes, ferrocarriles, estaciones...), las residencias, centros asociativos (ateneos...) y asistenciales de los trabajadores (hospitales, sanatorios...), los servicios públicos (mercados, escuelas, iglesias...) y, en última instancia, los propios paisajes modificados por la actividad extractiva e industrial.

### 3.4. PATRIMONIO MONUMENTAL

La primera vez que se habló sobre el patrimonio monumental fue en el año 1964 a través de la carta de Venecia adoptando la forma de monumento histórico definiéndolo de la siguiente forma:

> La noción de monumento histórico comprende tanto la creación arquitectónica aislada, como el ambiente urbano o paisajístico que constituya el testimonio de una civilización particular, de una evolución significativa o de un acontecimiento histórico. Esta noción se aplica no sólo a las grandes obras, sino también a las obras modestas que con el tiempo hayan adquirido un significado cultural (ICOMOS, 1964).

Si bien con el tiempo y a través de las diversas convenciones sobre patrimonio (Carta de Venecia, Convención de Budapest, Carta de Ámsterdam, Convenio de Granada, Carta de Cracovia etc.) este concepto fue variando y cayendo en desuso hasta llegar a ser sustituido por el de patrimonio cultural, llama atención que los términos monumento y patrimonio sigan profundamente ligados tanto en el inconsciente colectivo (tanto a nivel local como internacional) prueba de esto es el hecho de que en diversos países existe la denominación de zona monumental, la existencia clasificación bienes monumentales por parte de la Unesco, la clasificación(casi en todos los países) de monumento histórico, dentro de la cual también son incluidas obras arquitectónicas.

Como vimos la definición de monumento histórico de la carta de Venecia se refiere a la creación arquitectónica tanto aislada como en colectivo (ambiente urbano y/o paisajístico) pero l revisar el concepto de monumento encontramos.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tal como nos explica Alois Reigl en su "Culto moderno a los Monumentos" no puede existir una sola clase de monumentos ni tampoco un solo valor en base al cual se adquiera el carácter de monumento, del mismo podemos ver que en cuanto a la clasificación de monumentos pueden considerarse tres tipos siendo estos el monumento intencionado, el monumento no intencionado y el monumento antiguo.

**Monumento intencionado:** Aquella obra que fue creada para rememorar alguna persona, evento o período histórico en particular. (Reigl, 1987)

**Monumento histórico (no intencionado):** Toda obra que posee un valor histórico, que en su momento sólo pretendía "satisfacer ciertas necesidades prácticas o ideales propios de sus contemporáneos" pero debido a sus condiciones sobrevive en la contemporaneidad gracias a su "singularidad" siendo testimonio de una época determinada. (Reigl, 1987)

**Monumento Antiguo:** Toda obra de la mano humana, sin atender a su significado original ni al objetivo al que estaba destinada, con tal que denote exteriormente, un modo manifiesto que ha existido y vivido durante bastante tiempo antes del presente. Esta clasificación es no absoluta, dado que este tipo de monumento puede ser intencionado o no intencionado dependiendo de este origen con el paso del tiempo evolucionara ya sea en un monumento Intencionado o en un monumento histórico. De igual forma obras contemporáneas gracias a la variable del tiempo podrán pasar a ser monumentos antiguos y a partir de ahí evolucionar (Reigl, 1987).

En cuanto a los valores de los monumentos o valores monumentales encontramos valores rememorativos y los valores contemporáneos encontramos

**VALORES REMEMORATIVOS**

**Valor de Antigüedad**: Se basa en la "evidencia" del paso del tiempo, el monumento adquiere valor al haber sobrevivido a los cambios de la contemporaneidad, convirtiéndolo en algo singular, lo que deberá ser más evidente y acentuada con el paso del tiempo, por lo cual no admite la intervención o conservación en tanto esta niega dicha "evidencia" del tiempo, la cual finalmente llevará a la destrucción del monumento. Esta representa la continuidad del tiempo en tanto describe un ciclo de creación y destrucción quedando garantizada incluso cuando nuevos monumentos ocupan el lugar de otros.

**Valor Histórico**: Se basa en la representación de una etapa determinada, este valor será mayor en cuanto la alteración del estado originario sea menor, conduciendo por necesidad a



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

la intervención para detener su alteración y destrucción, este valor no constituye una reconstrucción, ya que esta se da a partir del momento en que se toma conciencia de necesidad de conservación mas no desde el momento en que se erige el monumento.

**Valor rememorativo Intencionado:** Nace de la firme Intención (desde que se erige el monumento) de no permitir que ese momento se convierta en pasado y sucumba al olvido, la intención es mantener este momento siempre vivo en la conciencia de la posteridad, para lo cual también precisa la intervención de la mano del hombre pero esta vez bajo las figura de la restauración y/o reconstrucción.

**VALORES CONTEMPORÁNEOS**

Se dan a partir de la satisfacción de las necesidades espirituales y de trascendencia del hombre contemporáneo, que mediante este objeto asegura su continuidad en el tiempo.

**Valor Instrumental**: Obedece al fin practico que pueda tener el monumento para el mundo contemporáneo y sus habitantes, "En si se podría decir que al valor instrumental le es indiferente el tratamiento que se le dé a un monumento, mientras no afecte su existencia" (Reigl, 1987), en virtud de esto, el criterio para la intervención en el monumento será dictada por las necesidades de las actividades y el bienestar físico de las personas, pudiendo caber la sustitución o desaparición de partes o de la totalidad del monumento (casos excepcionales), siempre que sea sustituido por algo de envergadura lo iguale o supere.

**Valor Artístico**

- **Valor de novedad**: Este se opone frontalmente al valor de la antigüedad, en tanto considera inadmisible las huellas de la vejez y el deterioro aspirando a recuperar el acabado perfecto de forma y color de lo recién creado, este mismo se encuentra en dialogo con el valor instrumental, podríamos decir que el valor de la novedad se activa al poseer un valor instrumental en tanto estas condiciones de lo "recién creado" asegura el desarrollo óptimo de las actividades y del bienestar físico de las personas.
- **Valor relativo**: Se basa en la posibilidad de que las obras de generaciones anteriores puedan ser apreciadas no solo como testimonios de la superación de la naturaleza por la fuerza creadora del hombre, sino también con respecto a su propia y especifica concepción, su forma y su color.

Como podemos ver el concepto de monumento posee un abanico amplio de valores monumentales, rememorativos incluso contemporáneos y de uso.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Existen autores como Carlos Mario Yori que sostienen que el concepto de monumento ha llegado a su fin (al igual que el de centro histórico) dado que sus valores se basan en el anhelo de eternidad y cuya conservación obedece a la inmutabilidad, comenzando así un proceso de "museografización" y "anulación vital" de la ciudad, la cual es incoherente con la ciudad contemporánea, aseverando que por esto el monumento no puede ser considerado como algo histórico ni por su carácter ni por definición. Entendiéndolo más como un "objeto contradictorio en el nuevo orden mundial" (Yori Garcia, 2007).

Pero incluso dentro de esta postura no podemos negar los valores rememorativos e históricos del monumento ya que al hablar de una intención de inmortalidad en la concepción del monumento esta obedece a lo que Heidegger en "Ser y tiempo" y Kierkegard en "El concepto de la angustia" señalan como la posibilidad de todas las posibilidades y la imposibilidad de todas (la muerte) y la angustia del hombre al tomar conciencia de la misma y el olvido como su consecuencia ante lo cual existe la necesidad de dejar un legado a las generaciones futuras como prueba de su existencia, logros y errores, es así que este legado(dependiendo de sus cualidades) será un objeto de aprendizaje e identidad por el medio del cual esas generaciones podrán estudiar y comprender a sus antecesores y así por medio del devenir histórico comprender y validar su propia existencia, de igual forma como también indica Heidegger son los proyectos y obras del hombre los que le dan valor al mundo y construyen la historia, convirtiéndolo así al monumento en algo histórico por naturaleza, además de estos puntos tampoco se pueden olvidar las diversas clases y valores del monumento dentro de las cuales se incluyen el valor de contemporaneidad e instrumentales los cuales los mantienen como algo vivo y vigente.

Como vemos al hablar del monumento se hace innegable su relación con el patrimonio por sus naturaleza de legado histórico que como define e indica Rossi, el monumento constituye un "Elemento primario de tipo particular", un producto del hecho urbano el cual posee un valor en sí mismo en cuanto se identifica con la ciudad y la ciudad se identifica en el (como resumen de una época o etapa de la ciudad) debido a su cualidad de persistencia en el "lugar" (muestra de su individualidad), la cual nos permite comprender la ciudad en su totalidad y por medio de esto convertirse en un elemento propulsor de su desarrollo

Parafraseando a Rossi en *"La Arquitectura de la Ciudad"* podríamos decir que: Intentar negar al monumento y su valor para el mundo contemporáneo es ignorar expresamente la estructura real de la ciudad y sus condiciones de evolución (Rossi, La arquitectura de la ciudad, 1971).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Esta condición lo convierte en lo que denomina como "un pasado que aun experimentamos" al ser parte de los elementos constitutivos de la ciudad trascendiendo más allá de la función, gracias a lo cual esta puede cambiar adaptarse o reinventarse, dependiendo de su contexto (entendiendo el contexto en su sentido más amplio y no solo como un hecho físico) cobrando una vitalidad y vigencia por la cual lo configura en una parte insuprimible de la ciudad.

Es por todo esto que se precisa una redefinición del concepto del Patrimonio Monumental dentro del nuevo orden mundial ya que más que un objeto "contradictorio" configura un objeto complementario y valioso para el mundo contemporáneo, "Hay que considerar al monumento y la belleza humana como una continuidad" (Rossi, 1986).

De todo lo expuesto anteriormente podemos entender el concepto de patrimonio monumental a partir del monumento cuenta con un abanico amplio de concepciones, remitiéndonos a sus raíces Monumentum: "*evocar o rememorar, mediante una obra material"* y Patrimonium: *"Aquello que proviene de los antepasados y que posteriormente traspasamos en herencia"* vemos que el patrimonio monumental tiene su base en la memoria y la singularidad, pero tampoco podemos olvidar que el mundo contemporáneo introduce las variables de integración, continuidad y evolución.

Por tanto podríamos considerar al patrimonio monumental como aquella obra se constituye en aquella herencia material producto del trabajo de la obra humana, con valores históricos y rememorativos (una estructura que recuerda a algún personaje, un acontecimiento, momento histórico o un hecho relevante)poseyendo también valores propios provenientes de su particularidad, la cual le ha permitido "persistir" en la ciudad (ya sea de forma intacta o habiéndose transformado en el tiempo) en tanto representa la evidencia de la evolución de la ciudad, lo cual le permite ser un punto de referencia que permite asegurar la continuidad de la misma, dichos valores lo constituyen en un elemento propulsor del desarrollo de la ciudad y sus habitantes los cuales a su vez pueden reconocerse en el monumento, En tanto su pasado, su presente y proyección de futuro, permitiéndole a este elemento conserva su esencia y evolucionar, siendo esta evolución determinada por su particularidad.

"Los monumentos se conservan y representan hechos propulsores del mismo desarrollo. Y esto es un hecho verificable, lo queramos o no" (Rossi, La arquitectura de la ciudad, 1971).

"El significado que hay que dar a las permanencias, éstas son un pasado que aún experimentamos" (Rossi, La arquitectura de la ciudad, 1971).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es así que la evolución del patrimonio monumental es determinada por los habitantes y sus necesidades, siendo en este punto en el cual se puede optar por la conservación o la obra contemporánea, ya que recordando a Alois Reigl la obra contemporánea puede encerrar un potencial de obra "monumental antigua" por lo que la intervención contemporánea en un monumento preexistente puede ser admitida en tanto esta ayude a potenciar sus valores preexistentes y sumarles nuevos valores monumentales y contemporáneos, los cuales podrán coexistir juntos siendo parte de una sola obra y un solo monumento en tanto esta intervención pueda conservar la esencia de la particularidad del monumento pre existente, se sirva de ellas y al mismo tiempo las potencie.

"Tal manera de relacionarse con el mundo genera una experiencia en la que el tiempo se dilata y el espacio se contrae, en la que las historias evocadas se mezclan con las de la actualidad, el pasado se confunde con el presente, la memoria con la narración" (Benjamin, 1982).

## 4. TRANSFORMACIONES EN EL CENTRO HISTORICO

Como se indicó anteriormente el área central en un primer momento es considerada toda la ciudad y al ser es un espacio en construcción realizado por y para la sociedad con el tiempo las necesidades y actividades de esta cambian constantemente, es por esto que el área central es modificada para que pueda adecuarse a las necesidades y exigencias de la época en la cual se encuentre, veamos cómo se va dando esto:

La aparición de las actividades en el área central, hace que estas se superpongan y yuxtapongan entre sí, lo cual acarrea diferentes problemas siendo las principales la tugurización y hacinamiento, que repercuten directamente en la estructura física generando deterioro y en la salubridad, por esta razón algunas actividades tienden a desaparecer o a reducirse en porcentaje (estas se desplazan hacia la periferia en busca de mejores condiciones)y otras se consolidan, como la vivienda que debido a las condiciones de salubridad migra considerablemente a la periferia ayudando a la expansión de la ciudad. la aparición del automóvil y el transporte público acelera este proceso, consolidando las actividades de gestión, dirección y comercio; el cual es el principal responsable de los cambios en los modos de vida y la dinámica urbana, articulando las relaciones entre las actividades productivas, culturales y de diversión convirtiendo al centro en un espacio de convivencia y encuentro.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Estos cambios suponen un intento de adecuación del área central a las exigencias de la sociedad urbana actual, el cual precisa de un cambio de roles en el área central, los cuales sean más adecuados a los tiempos actuales y la estructura física del centro histórico logrando una armonía que le permita su conservación en el tiempo siendo un espacio útil a la ciudad y sus habitantes.

## 5. ROLES DEL CENTRO HISTORICO

Además de ser un espacio polifuncional el centro histórico también es un registro de las diferentes épocas o temporalidades de la ciudad es decir se configura como un espacio polifuncional y pluritemporal es por esto que el área central o centro histórico va cambiando sus funciones con respecto a la ciudad asignándole nuevos roles que permitan la reivindicación (y aprovechamiento) de sus valores socio-culturales en el colectivo logrando su perpetuación en la dinámica urbana como espacio útil, asegurando su conservación en el tiempo, esta asignación de roles responde a las características de cada ciudad suponiendo una recuperación de su historia, su contexto urbano y un "conocimiento de su desarrollo social en el espacio y a través de un tiempo histórico**"** (Scovazzi, 1996)

El ***Plan Maestro Del Centro Histórico De Arequipa*** menciona los roles que debe cumplir este punto de la ciudad siendo estos:

**CULTURA:** El Centro Histórico de Arequipa, se constituirá también en un centro cultural de presencia nacional e internacional, rehabilitando su Teatro Municipal, construyendo el gran museo de la ciudad y recuperando todos los establecimientos dedicados al arte y la cultura.

**TURISMO:** El Centro Histórico se constituirá en un centro de interés turístico de rango internacional, con los monumentos y ambientes revalorados, entrelazando puntos focales como las Iglesias y casonas con los espacios urbano monumentales, y los locales culturales, como teatros, museos, galerías de arte, y servicios conexos de categoría como tiendas, restaurantes, etc.

**RESIDENCIA:** El Centro Histórico debe recuperar su condición de lugar de residencia incrementando la densidad y rehabilitando zonas degradadas con programas de des tugurización, con equipamiento vecinal y con buenas condiciones ambientales, de modo tal que se preserve la dinámica cotidiana del centro durante todos los días y todas las horas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**COMERCIO:** Se elevará el nivel comercial, formalizando los mercadillos y sustituyendo los mismos por amplias galerías, mejorando los flujos peatonales, apoyados por playas de estacionamiento (Superintendencia del Centro Histórico y Zona Monumental de Arequipa, 2002).

## 6. El COMERCIO Y EL CENTRO HISTORICO

"La ciudad como configuración tanto social y física está sujeta a condicionantes económicas y de crecimiento que se traducen no solo en nuevas extensiones y formas de ocupación del suelo sino también en transformaciones funcionales del espacio urbano existente" (Fernandez, 2003)

La actividad comercial es la principal responsable del proceso de evolución y de la expansión de la ciudad, conforme avanza este proceso las necesidades y exigencias de la sociedad contemporánea varían, debido a esto y en un intento de adaptación del centro histórico a estas nuevas exigencias y necesidades, se realiza la readaptación funcional de la estructura ya existente con proyectos para el mejoramiento de las condiciones en que se han de desarrollar estas actividades, la cual implica una re-significación de su centralidad histórica la cual le permita una reapertura hacia la economía nacional en busca de incorporarse a las dinámicas económicas globales.

Es así que los mercados en las áreas centrales se convierten uno de los principales exponentes de esta situación, debido a que su construcción y asignación de actividades iníciales respondieron a las necesidades y exigencias de una época específica, pero la naturaleza dinámica e integradora de su actividad (el comercio) al igual que las necesidades y exigencias en la ciudad cambian continuamente llevándolos en el tiempo a ser pensados desde un contexto local hacia uno global.

Es así que la magnitud de las actividades iníciales de centros de abastos y la magnitud de las actividades comerciales que se realizan a su alrededor (en su mayoría puntos de ventas al mayoreo) resultan inadecuadas con las dinámicas y exigencias actuales de los centros históricos. Causando en muchos casos el deterioro progresivo de toda la zona que abarque su radio de influencia. Lo cual obliga a llevar a cabo acciones para su readaptación a las nuevas exigencias del centro histórico, permitiendo el desarrollo óptimo de las actividades comerciales y la puesta en valor de las cualidades patrimoniales que posean.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 7. EVOLUCION DEL COMERCIO EN EL CENTRO HISTORICO

Como ya expresé en anteriores ocasiones, las necesidades y exigencias de los centros históricos cambian constantemente, siendo el comercio una de las principales actividades, debido a esto su proceso de evolución se realiza en 4 etapas las cuales Manuel Castells denomina las *"edades del comercio en el núcleo central"*.

**NACIMIENTO:** Corresponde al periodo de creación, las actividades comerciales se desenvuelven normalmente en un primer momento.

**EXPANSIÓN:** La prosperidad y éxito inicial atraen a otros equipamientos comerciales, aparecen nuevas funciones, "mayor variedad" y se amplía el área de servicios atrayendo cada vez más población.

**COMIENZO DE LA RUINA:** La decadencia del área comienza con un estancamiento, no se añaden nuevas funciones ni establecimientos, solamente hay cambios de actividades.

**SUCESIÓN DE ACTIVIDADES:** El abandono y deterioro físico hace que pierdan el atractivo, el área se convierte en una agrupación marginal de establecimientos, que atraen mínima clientela y la pérdida de beneficios obliga a cambiar de actividad para evitar su ruina total (Castells, 1985).

Debido a las ventajas de accesibilidad y concentración del público, la complementariedad de actividades y sus particularidades arquitectónicas; el centro sigue atrayendo a los comercios y servicios de más alto grado de especialización, los cuales aprovechan estas particularidades arquitectónicas cargándolas de valores mercantiles, culturales y simbólicos que explotados y comercializados por los especialistas en rehabilitación sucintan el interés de una clientela de elevado poder adquisitivo, teniendo como consecuencia el aumento de los estándares de calidad y competitividad, generando mayores ingresos para la ciudad.

"El comercio de calidad y los servicios más especializados para los que es fundamental la relación con la población y por lo tanto la accesibilidad, se localizan en el centro" (Castells, 1985).

Es así que la "re-significación de su centralidad histórica" que mencione anteriormente comienza a darse en la actividad comercial conforme se vea orientada hacia una nueva centralidad altamente especializada la cual se base en sus cualidades histórico-culturales (tanto patrimonio cultural como arquitectónico) complementándolas con las actividades



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

generadas por la dinámica económica global logrando su inserción en esta, generando un proceso que parafraseando a Marco Córdova Montúfar en ***Lo urbano en su complejidad: Una Lectura desde América Latina.*** Se conforma a través de una dinámica global, pero al mismo tiempo se reconfigura en una especificidad local que, si bien presenta ciertas directrices comunes, los efectos adquieren una lógica autentica propia a cada escenario (Cordova Montufar, 2006).

## 8. ESTRATEGIAS DE READAPTACIÓN EN ZONAS DETERIORADAS

El área central o centró histórico aparece como la síntesis de la memoria del pasado y potencial del futuro, ya que se toma así mismo como base para su proyección hacia el futuro debido a que posee ventajas sobre el resto de la ciudad, ventajas que le otorga la centralidad. Los atributos de la centralidad desde el punto historicista o "centralidad histórica" (Martínez Delgado, 2004), se refiere a los monumentos Arquitectónicos tanto religiosos como civiles, y los atributos desde el punto de vista funcionalista (que vimos anteriormente) en aspectos como su accesibilidad con relación al conjunto de la ciudad y su área de influencia, la atracción y concentración de público y el predominio de actividades "centrales" y la complementariedad de estas destacando : gestión, dirección y comercio; el cual articula las relaciones entre las actividades productivas, culturales y de diversión convirtiendo al centro en un espacio de convivencia y encuentro.

Debido a todo esto se originan diferentes estrategias y acciones para la recuperación de las zonas deterioradas del centro histórico, y su readaptación a las exigencias actuales del mismo, siendo una de las más completas y eficaces la regeneración urbana. Esta recuperación se ha de dar por razones estructurales y económicas (Castells, 1985).

**ESTRUCTURALES**

"Entre las estructurales figuran la necesidad de hacer frente al deterioro material, la falta de confort de los inmuebles, escases de zonas verdes, deficiencias de equipamiento y dificultades de circulación" (Castells, 1985).

**ECONOMICAS**

"Entre las económicas se encuentran las ventajas de accesibilidad y concentración del público, así como complementariedad y competitividad de las actividades" (Castells, 1985).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 9. REGENERACION URBANA

**Regenerar:** generar de nuevo y señala por tanto un fin no inmediato que no se alcanza con la acción propuesta, sino con la puesta en marcha de un proceso. (Real Academia Española, 2014)

La regeneración urbana tiene su origen en los Estados Unidos, en ciudades anteriormente industriales como Boston o Siracusa donde la industria proveía gran parte de los empleos, sin embargo en los años 70 la dinámica económica generada, obliga a una restructuración del sistema capitalista, modificando la dinámica urbana de las ciudades generando nuevas actividades y necesidades por parte de la población es así que los problemas de las ciudades se empezaron a entender de otra manera trascendiendo su ámbito físico.

Es en este contexto en el que nace el concepto de regeneración urbana como un proceso de acción sobre las causas generales y los factores específicos que dan origen al deterioro de un sector de la ciudad o de ella en general, integrando aspectos relacionados con el medio ambiente, lo físico-urbano, lo social y lo económico, planteando alternativas para mejorar la calidad de vida de la población constituyéndose en un concepto integral, vital y dinámico; lo cual lo obliga a atacar en muchos frentes el fenómeno del deterioro urbano así como las causas y factores que lo originan.

No se trataba solo de intervenciones puntuales en el patrimonio construido, teniendo como objetivo el carácter físico de la ciudad (como se había hecho hasta entonces), si bien implica acciones de remodelación, renovación, mejoramiento, rehabilitación, restauración, etc. Usa la obra física como catalizador de este proceso (no como el fin en sí mismo), pero no se limita a ninguna de estas acciones; las encuadra en programas que abarcan no solo lo físico, también se ocupa de lo ambiental, lo social y muy especialmente de lo económico, logrando promover mejoras integrales dentro de las áreas deterioradas.

*¿PORQUE HACER REGENERACIÓN URBANA EN UN SECTOR DEL CENTRO HISTORICO?*

Los espacios deteriorados de una ciudad demandan cambios que constituyan verdaderas transformaciones integrales. En el caso puntual de un centro histórico esto comprende un proceso de resignificación de su centralidad histórica (compuesta por sus valores tangibles e intangibles), el cual no se puede alcanzar con obras o proyectos aislados o que no formen parte de una estrategia que vaya más allá de una intervención y que apunte a promover mejoras definitivas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

La Regeneración Urbana es una herramienta que ha demostrado ser eficiente, haciendo uso de proyectos "catalizadores" que constituyan hitos a partir de los cuales se pueda reinventar la imagen de la ciudad y generar nuevas dinámicas desde un enfoque integral, alcanzando logros que superan las expectativas originales.

Por esta razón muchas ciudades emprenden procesos de Regeneración Urbana para dotarse de nuevos atractivos, mejorando su oferta de servicios, transformando la ciudad en el lugar idóneo para el entretenimiento, la cultura, el comercio y el turismo, convirtiéndolo en un lugar más atractivo para los residentes visitantes y para los inversionistas.

En conclusión, la regeneración urbana comprende un proceso de transformación integral en un sector deteriorado por lo que hace uso de diversas acciones (las cuales dependen de cada escenario especifico) y etapas a nivel macro, meso y micro los cuales se interrelacionan y complementan entre sí, para cumplir sus objetivos. De igual manera vimos que para el centro histórico este proceso debe partir de una "resignificación de su centralidad histórica" lo que significa aprovechar sus valores tanto intangibles como intangibles como patrimonio para promover una serie de dinámicas que en un primer logren reinsertarlo y posteriormente potenciar la dinámica urbana de la ciudad.

## 10.PUESTA EN VALOR

"La puesta en valor está vinculada con un proyecto, es decir, es una operación espacial para establecer un orden de ese espacio y jerarquizar sus funciones en un "proyecto total" que constituya su adecuación y puesta al día." (Guglielmino, 2007).

Como vimos la regeneración urbana comprende un proceso de transformación integral en un sector deteriorado por lo que hace uso de diversas acciones, en el caso puntual del centro histórico este proceso debe partir de una "resignificación de su centralidad histórica" lo que significa aprovechar sus valores tangibles e intangibles como patrimonio, para generar un nuevo valor de uso real y competitivo el cual asegure su perdurabilidad en el tiempo.

Una de las principales dificultades para el uso de la puesta en valor como acción o herramienta urbana parte de la ambigüedad y uso masivo del término, llevando en ocasiones a pensar que ha de tratarse de una simple operación cosmética en la obra física de un edificio o de un conjunto de la ciudad por "los valores intrínsecos de esta" al considerar como patrimonio solo la obra física o características provenientes del pasado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Llevándolo a la inmutabilidad o congelamiento de estas, olvidando que estas son las que condicionan el desarrollo de las actividades que se llevarán a cabo por parte de los habitantes y en base a esta experiencia le asignarán un valor de uso real al considerarlo (o no) un lugar útil al tejido social y su desarrollo económico.

Esta última característica nos obliga a considerar a los habitantes como parte fundamental del patrimonio, por lo que se precisa de un reconocimiento de la necesidad de cambio y la adaptación a nuevas necesidades, nuevos hábitos, transformaciones funcionales, estrategias económicas, etc.

Por lo tanto, podemos considerar la puesta en valor como una acción espacial que parte del reconocimiento de los diversos valores del "objeto" de intervención los cuales pueden ser tangibles o intangibles, heredados, generados y en proceso de evolución, ponderándolas en su dimensión histórica y cotidiana. Para lograr una intervención permita el aprovechamiento y potenciamiento de los mismos poniéndolos al servicio de la población, convirtiéndolo en un "objeto útil" al tejido social y la gestión de la ciudad en conjunto con su desarrollo económico. Generando una serie de dinámicas que en un primer momento logren reinsertarlo y posteriormente a la dinámica urbana y posteriormente potenciarla, sirviendo a la consolidación de la identidad cultural y relacionándolo con la productividad económica.

Es bajo este enfoque podemos definir tres componentes esenciales para su aplicación.

- **El valor histórico:** Que parte de una investigación sobre la historia del bien, así como su evolución en el tiempo, para determinar las características que hicieron de este un elemento valioso en su tiempo y a partir de los cuales incentivar su conservación, el mantenimiento y a veces la creación y o la reinvención de costumbres populares.
- **El valor de uso:** El cual nos sitúa en la dimensión cotidiana del bien y el desarrollo de la dinámica urbana ubicándolo en un contexto global en constante movimiento y cambio en cual precisa del reconocimiento de los cambios necesarios producto de las nuevas necesidades y hábitos de la población logrando la apropiación del bien por parte de los habitantes a través del uso convirtiéndolo en el icono y el motor de un proceso de cohesión y consenso en el ámbito local así como de su desarrollo económico.
- **La concepción del mensaje:** Esta se refiere a la dimensión presente y futura del bien, después de haber pasado realizando análisis y ponderación de los valores históricos y de uso producto de los cuales se elaborará una propuesta que logre aprovecharlas y potenciarlas logrando el equilibrio entre la preservación (de lo necesario) lo que necesita



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ser cambiado o renovado. Viéndose reflejado en el producto final, confiriéndole así un nuevo valor como evidencia de la sociedad y sus necesidades mediante el dialogo y aprendizaje del pasado y el presente para la construcción del futuro.

Por lo tanto, podemos concluir que la valoración de un objeto no radica en su mayor o menor antigüedad y/o belleza, conceptos meramente subjetivos, sino en la medida que nos informa de los aspectos históricos (económicos, sociales, de mentalidad, etc.) de la época que se pretende enseñar, el **valor de consumo** de los objetos patrimoniales o, por el contrario, el valor que presenta para la identidad cultural de la comunidad o **valor de uso**

"Por eso el congelamiento de situaciones edilicias o urbanas no puede ser la meta de la conservación ni de un proyecto, se plantea la necesidad de hallar en cada caso la solución que permita el delicado equilibrio entre la preservación de la identidad y los necesarios cambios." (Guglielmino, 2007).

"Cuando se restaura un monumento hay que saber que pierde parte de sus señas de identidad, hay que conservarlo, pero no intentar rehacerlo" (Luque, 2008).

## 11.RESTAURACIÓN

El concepto de restauración arquitectónica ha evolucionado permitiendo mostrar la superación de aquella intervención que considera al pasado como inmutable. De esta manera la ruptura del principio de la inmutabilidad se da en un triple sentido:

Se produce un cambio en el contenido del monumento que va ser restaurado, cuando se genera la incorporación y transformación de los usos y funcionalidades del suelo en edificios y espacios públicos.

Se desarrolla la utilización de tecnologías de punta y el uso de materiales de construcción nuevos. Este es un salto importante porque es un reconocimiento a la manera en que se han producido los centros históricos a lo largo del tiempo. En otras palabras, que el proceso muestra que la vigencia de los centros históricos depende de la permanente agregación de valor como medio que le da vida y sentido.

Se incorporan variables sociales al proceso con el fin de dotar un nuevo contenido a la rehabilitación arquitectónica (Martínez Delgado, 2004).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Debido a esto vemos que actualmente ésta conduce al carácter sin fin del proceso de intervención en los centros históricos, entendiendo a la ciudad como una continuidad histórica compuesta por múltiples tiempos.

## 12.GESTIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO Y DEL PATRIMONIO

El tema de los centros históricos adquiere cada vez más importancia en el debate y la formulación de políticas urbanas en América Latina. Esto ocurre gracias a la paradoja preservación y desarrollo, nacida de la diferencia existente entre pobreza económica de la población y riqueza histórica cultural de los centros históricos.

> El centro histórico o un sector de él, convertido en reducto de la pobreza, puede perder centralidad y, por tanto, marginarse de la ciudad y la globalización. De esta manera se erosiona la condición esencial de los centros históricos, los cuales pueden convertirse, en el mejor de los casos, gracias a la preservación, en un barrio histórico donde repose la memoria de un pasado que quedó trunco. Este espacio se convierte en el museo de una ciudad que dejó de existir. Por ello, es imprescindible, por un lado, formular políticas sociales y culturales, que logren movilidad social y mejoramiento de la calidad de vida de la población que allí vive y no su expulsión. Y por otro, una cierta globalización, bajo dos ejes: desarrollo de los servicios y equipamientos de punta e inserción en los nichos de mercado competitivos. Las políticas que no tomen en cuenta este contexto histórico de equilibrio entre preservación y desarrollo estarán condenadas al fracaso Más aún, si no logran crear un marco acorde a estas nuevas condiciones, difícilmente podrán adecuarse a la velocidad de los cambios en que vivimos. Esto supone rehabilitar la gestión pública de los centros históricos y, que los sujetos patrimoniales logren estructurar una 'concertación hegemónica' que permita construir una voluntad colectiva (Carrión, 2000).

Como vemos el enfoque que debe recibir en estos tiempos la gestión del centro histórico, se basa en una análisis de las necesidades y tendencias del centro histórico con respecto a toda la ciudad y a las necesidades de sus habitantes, evitando la aglomeración innecesaria de actividades o la ausencia total de las mismas, de tal manera que el centro histórico pase a convertirse en un elemento útil de la ciudad el cual contribuye al correcto funcionamiento de la misma y que por medio de este asegura su propio funcionamiento correcto (del centro histórico).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es por esto que cuando hablamos de la gestión del centro histórico y del patrimonio, hablamos de un proceso de administración de estos y de sus valores tangibles e intangibles (podemos tener patrimonio fuera y dentro del centro histórico) el cual está orientado a convertirlos en elementos "productivos y útiles" para la ciudad y la dinámica urbana general.

Como todo tipo de gestión esta cuenta con tres elementos fundamentales.

- **Estrategia:** Este es el trazado de las metas, objetivos y los pasos a seguir para cumplirlos, teniendo en cuenta factores de campo y referenciales (usuarios, tendencias, casos exitosos etc.) Los cuales brindan una base para consolidarlas en acciones efectivas.
- **Estructura y acciones:** Se enfoca en promover los valores de lo que se vaya a gestionar, fortaleciéndolo por medio del diseño especifico y detallado de acciones para promover la factibilidad de los proyectos necesarios y la cooperación de diferentes actores que sirvan como socios estratégicos (en caso de necesitarlos), también se diseñan las formas para compartir y difundir los hechos e involucrar a la población (de ser posible y/o necesario) y para situar al frente de las iniciativas a las personas mejores cualificadas.
- **Ejecución:** Se constituye en la materialización de los pasos anteriores por medio de la toma de decisiones adecuadas y oportunas, además de la implantación de los mecanismos y ejecución física, fomentando la mejora de la productividad y satisfacción de las necesidades del usuario final.

Estos elementos fundamentales, cuentan con diferentes grados de complejidad e impacto, los cuales responden a dos variables, la magnitud de los problemas que deban resolver y también a la proyección de futuro que se espera lograr, es por esto que se hace uso de las diversas herramientas multidisciplinarias (marketing, participación ciudadana, sensibilización pública remodelación, reestructuración, sustitución, cambio de uso, etc.) que permitan realizarlas.

Como conclusión vemos que no se puede hablar de una gestión del patrimonio y del centro histórico de forma aislada ya que al margen de los valores que puedan tener tanto el patrimonio como el centro histórico estos constituyen únicamente un elemento de la ciudad más no su totalidad, existiendo una necesidad de integrarse y relacionarse y potenciarse a y con la dinámica urbana general; por lo que el éxito de la gestión del patrimonio y el centro histórico será dado en tanto contribuyan a la dinámica urbana de la ciudad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

La gestión del patrimonio no solo es patrimonio para la cultura entre comillas como ha venido siendo últimamente, la gestión del patrimonio y de los centros históricos es gestión del patrimonio para convertirlo en un elemento útil para la ciudad y sus necesidades (Rojkind, 2015).

## 13.MARKETING URBANO

Como vimos la gestión del centro histórico y patrimonio es el de asegurar inserción de estos en la dinámica urbana (en constante cambio y evolución) como un elemento útil para la ciudad, por lo que no se puede ignorar que los cambios que experimentan las ciudades no constituyen fenómenos aislados de las transformaciones amplias que en este momento tienen lugar a nivel global, siendo necesario el uso de diversas herramientas que permitan lograrlo.

La crisis energética de 1973 produce cambios que obligan a repensar la ciudad tanto como sistema productivo y como sistema urbano, lo cual impulsa la aparición de nuevas herramientas para las políticas económicas, sociales y de renovación urbana, dado que los métodos tradicionales se mostraron insuficientes ante el nuevo escenario de posicionamiento que introdujo la globalización, estas nuevas herramientas teóricas debían afrontar las nuevos retos bajo enfoques más participativos e innovadores, con una nueva perspectiva global, que lleven a diseñar acciones estratégicas para el posicionamiento e internacionalización.

Es en este contexto que surge el Marketing Urbano como una potente herramienta de promoción operativa basado en la identidad e imagen urbana, en la que el "objeto de venta" es la ciudad (o un sector de esta)y la audiencia son los propios ciudadanos, turistas futuros o inversores a los que hay que convencer de que la ciudad en cuestión ha cambiado sus aspectos negativos, reforzado sus valores positivos y que ahora sí merece la pena venir, vivir o invertir en ella, imprimiendo a los proyectos económicos que se llevan a cabo en la ciudad un matiz urbano y social en tanto el nivel de satisfacción de lo que podríamos llamar el "producto-ciudad" es no solo cuantitativa sino también cualitativa, favoreciendo la creación de nuevos valores, no solo desde la perspectiva económica, sino también social y ambiental.

¿PORQUE USAR EL MARKETING URBANO COMO HERRAMIENTA DE GESTION URBANA?

Como vimos el marketing urbano se basa en la construcción de la identidad e imagen urbana, es por esto que responde a las siguientes preguntas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

¿De dónde venimos?, ¿Dónde estamos?, ¿Quiénes somos?, ¿Qué queremos?, ¿Cómo podemos lograrlo?

Por lo que desarrolla una metodología en la que se diagnostica la situación actual, define objetivos, elabora estrategias y propone una cartera de acciones dirigidas a mejorar la calidad de los servicios urbanos, abre nuevos canales de comunicación buscando asegurar una distribución expedita hacia sus públicos y mercados de interés.

De igual manera la visión que el marketing urbano tiene de la ciudad es la de una red de redes, la cual debe encontrar su lugar e integrarse con la red global, la cual precisa de una nueva forma de gobierno con un alto grado de cooperación e inteligencia de manejo que permita sacar provecho de los potenciales de sinergia en la ciudad, esta visión de ciudad y forma gobierna se orienta al apoyo institucional que gestione las demandas públicas y privadas, fortalece la planificación estratégica del municipio para posicionar a la ciudad )o a un componente de esta) en el ámbito local, regional, nacional e internacional, al mismo tiempo que promueve sus valores y oportunidades, motive a la ciudadanía y atraiga el interés de nuevos visitantes e inversionistas a descubrir y potenciar esas oportunidades, creando un soporte económico basado en el desarrollo urbano, ya que el esquema de red de redes busca evitar la concentración innecesario de actividades, esfuerzos y recursos sobre dos o tres actividades o ramas de atracción, favoreciendo el crecimiento de las mismas, abandonando el resto, buscando la integración productiva de todas o casi todas las actividades económicas de la ciudad.

¿CUÁLES SON LIMITES TERRITORIALES, TEMPORALES Y MECANISMOS DE ACTUACION DEL MARKETING URBANO?

Territorialmente el esquema de red de redes permite una versatilidad al marketing urbano ya este puede ser aplicado a diferentes ámbitos territoriales ya que el esquema red de redes lo obliga a pensar en su integración tanto inmediata, mediata y global (territorialmente), permitiendo aplicarlo tanto a la ciudad completa como a un sector de esta, siendo sus escalas de actuación.

- **Marketing Regional:** Intenta desarrollar a la región en su conjunto a través de la cooperación de todas sus ciudades y comuna
- **Marketing Urbano Global:** Se refiere a la ciudad en su conjunto
- **City Center Marketing:** Se relaciona con la revalorización del centro urbano o de diferentes sectores de la ciudad, fomentando el comercio urbano.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Temporalmente el Marketing Urbano representa un sistema abierto, en constante evaluación y renovación ya que obedece a la naturaleza de la ciudad la cual como vimos anteriormente al ser un "proyecto inacabado" se encuentra constante cambio y evolución que se va transformando de acuerdo a los factores globales de influencia y las necesidades de los habitantes ,constituyendo así al marketing urbano en un instrumento para entender y para obrar en las ciudades en transformación, para construir o reconstruir nuestras ciudades en base a continuas reflexiones, ya que el objetivo de identidad e imagen urbana no se limitan a la creación de esta, se extiende hasta la consolidación evaluación y cambio de enfoque de la misma en el tiempo.

"La ciudad debe ser entendida como una obra de arte abierta" (Eco, 1965).

El cuanto a los mecanismos de acción, al encontrarse basado en la construcción de la identidad e imagen urbana el conjunto de acciones se vinculan a un objetivo general, relacionado a la renovación física y la vida de y en la ciudad posterior a las renovaciones, es así que una de las estrategias más utilizadas y efectivas para la consolidación de una imagen de ciudad, es la transformación física de la misma, del espacio y elementos urbanos, porque es allí donde todos los agentes sociales interactúan, tal como ocurrió en Bilbao, Curitiba y Medellín.

No podemos ignorar que la identidad urbana no puede ser lograda únicamente con acciones únicamente funcionales puesto que esta se da en tanto la ciudanía genera arraigo y sentido de pertenencia hacia la ciudad y sus elementos, siendo esta generada en las etapas previa, durante y posterior a la intervención física por lo que las acciones también se orientan a generar experiencias atractivas, placenteras, durante las tres etapas mencionadas, convirtiendo a la ciudad en una entidad que genere equidad, despertando más interés y sentido de pertenencia en la ciudadanía.

En términos económicos esta capacidad de crear experiencias se convierte en un factor determinante de ventaja competitiva de las ciudades del nuevo milenio. Tal como mencionan Joseph Pine y James Gilmore en La economía de la experiencia,

> El juego está cambiando hacia la economía no solo de servicios, si no a la emergencia de la economía de las experiencias y la auto transformación, dado que (en términos de marketing) los clientes desean experiencias (eventos memorables que les atraigan de una forma personal). Como vemos esta generación de experiencias funciona tanto en sentido endógeno como exógeno, ya que nos permite crear y consolidar un sentido de



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

> identidad en la ciudadanía a la vez que permite usar este como un factor de posicionamiento y ventaja competitiva (Pine II & Gilmore, 2000).

De igual manera parte de las acciones se orientan a la difusión (tanto a nivel interno y externo) de las cualidades que se esperan obtener y/o de las que se obtenido siendo entendida esta como la "imagen-ciudad" de manera que en todo momento se genera en la ciudadanía un sentido de arraigo y participación durante las distintas etapas del proceso de tal manera que se reafirma el sentido de identidad urbana de forma interna y se genera en el foráneo un sentido de reconocimiento de esta .

De todo esto han sido un ejemplo los Centros Históricos, donde estos mecanismos del marketing urbano han apoyado su desarrollo. Ya que como pudimos ver lo que se busca una imagen-ciudad o territorio que nos permita obtener ciertas y determinadas oportunidades para conseguir una rehabilitación, la cual puede ser de gran beneficio social, habiendo sido casos emblemáticos del uso de esta herramienta Bilbao, Curitiba, Medellín y especialmente la Habana en la cual a través de la Oficina del historiador de la Ciudad se ha logrado implementar el marketing urbano como una herramienta de gestión ha logrado la integración de un sistema institucional, jurídico legal y económico, que le ha permitido contribuir a dar pasos en el desarrollo de una estrategia de comunicación basada en el desarrollo y fiel exponencial de obras (rehabilitación, puesta en valor, reestructuración etc.) con un gran impacto social en el territorio, y que se encuentra abierta a mostrarse a otros territorios que aún no han incursionado este camino.

> Las ciudades son un conjunto de muchas cosas: memorias, deseos, signos de un lenguaje; son lugares de trueque, como explican todos los libros de historia de la economía, pero estos trueques no lo son sólo de mercancías, son también trueques de palabras, de deseos, de recuerdos (Calvino, 1999).

## 14.ECONOMIA URBANA

En el fenómeno de la evolución de una ciudad siempre surge la pregunta ¿Cómo y porque crecen las ciudades? Siendo abordadas por los urbanistas y profesionales desde muchos ámbitos directamente ligados al diseño o planificación academicista o como coloquial llamamos “de tablero” obviando en muchos casos el ámbito económico de la ciudad que como ya mencione en anteriores ocasiones, es uno de los más importantes (si no el más importante) ya que el tipo de economía de la ciudad es la que determina su crecimiento, Es así como el concepto de economía urbana puede responder con sencillez preguntas básicas



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

como ¿Por qué existen las ciudades?, ¿Cómo se desarrollan las ciudades?, ¿Donde se localizan los servicios y actividades en las ciudades?, ¿Cómo se establecen las relaciones entre los actores económicos y sociales dentro de la ciudad?, ¿Cómo se organiza el sistema de ciudades? Etc.

La economía urbana es una aplicación de los principios económicos teniendo a la ciudad como modelo interpretativo de la realidad, como modelo de organización de las actividades económicas y del trabajo social, la cual sitúa la ciudad como "sede natural de las funciones superiores estratégicas y de mando: cultura, religión, defensa, industria, terciario directivo, información, gobierno, comercio". Distinguiéndose por ser de lo más diversas y por no estar dirigidas a la explotación directa del suelo.

> En palabras de Manuel Roncayolo la ciudad ya no se da solo en términos geográfico-funcionales, "el principio topográfico y social que permite la mejor eficiencia en el encuentro y el intercambio entre los hombres", si no que, en términos de relaciones jerárquicas, la ciudad "se presenta en diversos grados a partir del cual se establece un control territorial." (Camagni, 2005).

Concretamente vemos que en términos de economía urbana la ciudad se plantea como: espacio de localización de actividades específicas, espacio de control sobre la división del trabajo social y espacio de control sobre la distribución de la renta, facilitadas por la existencia de redes físicas de transporte comunicación; y el éxito de esta se debe a la correcta ubicación y asignación de las actividades en la ciudad, de acuerdo a la complementariedad, compatibilidad y competitividad de las actividades y el sector de la ciudad en el que se desarrollan permitiendo la optimización de los flujos de comunicación y transporte.

Teniendo en cuenta esto vemos que, por el fenómeno de globalización, el éxito de las ciudades hoy en día depende cada vez más del papel de estas como centros de consumo. (mostrándolo localmente con claridad ejemplos como Saga Falabella, Plaza Vea, Real Plaza, Parque Lambramani y Mall Aventura Plaza en Porongoche, demostrando que las ciudades con alto grado de oferta de actividades para el ocio, han crecido más, han pasado de ser ciudades de producción a ciudades de consumo. En muchos casos el consumo puede leerse como turismo, cultura viva y arquitectura con valor histórico, los cuales desempeñan un papel significativo, para el consumo. (Caso Mercado San Camilo, por ser una de las pocas edificaciones de la primera etapa de la revolución industrial en Aqp).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 15.LA ACTIVIDAD ECONOMICA

Conforme a la aparición de la sociedad y de la ciudad como su escenario aparecen las diferentes actividades que permiten su desarrollo y crecimiento, buscando obtención de Mayores y Mejores Recursos, para poder satisfacer las necesidades de sus habitantes, formando así en ellos un sentido de comunidad, llegando a tener contacto con otras comunidades con las cuales se relacionaría, comenzando procesos de cooperación e intercambio cultural y alianzas comerciales.

Es así que surge el concepto de actividad comercial entendida como todas aquellas actividades (conjunto de tareas) por medio de las cuales satisfacemos nuestras necesidades, y que generan ganancias dentro del mercado, para los productores de las mismas.

La Actividad económica tiene el propósito de cubrir las necesidades humanas a partir del trabajo sobre los recursos disponibles, contemplando un criterio no sólo económico y empresarial, sino también social y ambiental en la toma de decisiones, abarcando tres fases: producción, distribución y consumo, las cuales se encuentran íntimamente ligadas ya que de la actividad económica nace la producción y de ésta el consumo, teniendo a la distribución como nexo. De Igual manera cuenta con tres sectores claramente marcados, pero totalmente relacionados entre ellos

- **Sector primario:** dedicado a la obtención de materias primas
- **Sector secundario:** Dedicado a la producción de bienes por medio de la industria
- **Sector terciario:** Este agrupa a los servicios, el cual se sirve del sector primario y/o del secundario

En las economías más avanzadas el sector terciario suele ganar lugar por sobre el primario e incluso del secundario ya que al servirse de estos para generar su "producto final" posee el mayor valor agregado, generando mayor influencia en el desarrollo de la ciudad y su economía urbana, por lo que se ha convertido en el sector predominante en las economías en vías de desarrollo y crecimiento, ya que tal como lo plantea Adam Smith en La Riqueza de las naciones, a mayor trabajo invertido en el producto final (valor agregado) se genera mayor valor para su obtención, el cual lleva a un mayor desarrollo, por tanto aquel sector que posea el mayor valor agregado está destinada a ser el sector con mayor proyección de dominio (Smith, 2009).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

La actividad económica es ante todo una actividad humana, en consecuencia va unida al hombre como un ser social, desde los principios de la historia el hombre a tenido necesidad de intercambiar valor económico, ya sea para satisfacer sus necesidades materiales (a través del trueque,) ya sea para necesidades espirituales (donaciones a los dioses) (Giménez Barriocanal, 2003).

## 15.1 EL COMERCIO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA

Comercio: (Del latin commercium) Negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías" (Real Academia Española, 2014).

Como ya lo expresa Álvaro Helguera y García en su ***Manual Práctico de la Circulación de la Riqueza***. El Comercio o industria mercantil es la universalidad del cambio de los productos del trabajo. El comercio existe por el cambio, pero no es el cambio mismo, así es que puede haber cambio sin comercio, pero no comercio sin cambio; sin embargo, son tan raros los cambios que pueden hacerse sin comercio, que ambas palabras casi deben considerarse sinónimas (Helguera y Garcia, 1928).

De acuerdo a los aspectos consumistas en la cultura contemporánea, el comercio es una actividad económica de carácter libre ya que se ejerce el libre albedrio ante la adquisición o no de un bien como cliente o comerciante, ante la elección del proveedor y en la forma de pago, al mismo tiempo es de carácter universal dado que todos participamos de este.

Esta última característica es la responsable de su evolución e inmensa importancia en la dinámica social a través del tiempo, habiéndose dividido de diferentes maneras

- **Por razón de las operaciones:** de cambio, de transporte y de especulación.
- **Por razón de los objetos:** de dinero, de crédito y de mercancías.

Sus grados de especialización son:

**Por tipo de producto:** (tiendas de muebles, electrodomésticos, pinturas, textil, etc).

- **Por estilo ó segmento de mercado:** hogar de segmento urbano medio-alto, vivienda unifamiliar, cocinas alto standing, diseño actual + precio bajo, etc.
- **Por uso ó dedicación de los productos:** venta cruzada de productos complementarios: bricolaje, jardinería, etc.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Estos se relacionan entre sí y suelen aparecer en formatos mixtos pero, en cualquier caso, obligan a definir una estructura de surtido que debe moverse entre la amplitud y la profundidad.

Podemos ver al ser parte de la actividad económica, el objetivo del comercio es el de la satisfacción de nuestras necesidades (básicas, opcionales, sociales y espirituales), generando ganancias dentro del mercado para los productores y/o proveedores de las mismas, todo esto por medio de la oferta y la demanda derivando en el consumo, el mismo que juega un papel clave en las sociedades prosperas y especialmente en su arquitectura, ya que precisa de condiciones especiales para su desarrollo, tanto desde el punto de vista meramente funcional, como el de la experiencia del usuario ya que como vimos anteriormente representa su valor agregado en tanto permite crear y consolidar un sentido de identidad y pertenencia en la ciudadanía a la vez que permite usar esto como un factor de posicionamiento y ventaja competitiva.

## 15.2 El COMERCIO COMO VÍNCULO SOCIAL ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

Como ya expresé la ciudad es un "proyecto inacabado" y al mismo tiempo se trata de un "proyecto colectivo", es por tanto un espacio en perenne construcción por y para la sociedad constituyéndola en un bien público construido colectivamente al cual todos tienen derecho y que no puede ser abordado como si fuese patrimonio exclusivo de unos pocos.

Adicionalmente a esto vemos que el aspecto económico de la ciudad a cambiado dejando de lado a la "ciudad productiva" (productora de bienes) en la que la generación de dinero era más alta a la que se consumía y á dado paso a la "ciudad consumista" en la que el dinero que se gana es generado por el dinero que se consume, modificando la dinámica de las economías urbanas

"Con la movilidad creciente de las compañías, el éxito de las ciudades depende cada vez más del papel de estas ciudades como centros de consumo". (Glaeser, Kolko, & Saiz, 2000)

En este contexto donde el comercio (y su espacio) adquiere un aspecto democratizador generando una dinámica de "apropiación del espacio" dado que la frecuentación es un tipo de apropiación (individual y/o colectiva, permanente y/o temporal) capaz de dotar del carácter público o privado a los espacios (independientemente de su estatuto jurídico) convirtiendo a estos y a su actividad en un vínculo entre lo público y lo privado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Sociológicamente adquiere un rol esencial ya que su dinámica genera formas de socialización (la interacción y comportamientos de los clientes y/o los comerciantes), buscando el equilibrio de dominios (público y privado) por medio de la interacción, según lo expresaba Claude Lévi-Strauss: Es una exigencia de la comunicación entre los seres humanos en los que estos no se encuentran ni demasiado cercanos de los otros (con el riesgo de confundirse, de perder su identidad, de no poder definirse como sujeto o como actor) ni demasiado lejanos (con el riesgo de no entenderse, de multiplicar las interferencias, de diluir todo lo que une en todo lo que aleja), el problema esencial de los ser humanos sería el de vivir juntos, con la buena distancia (Levi Strauss, 1987)

> En cualquier sociedad, fundamentar todo sobre el orden privado es destinarse a la ley de "cada uno por su cuenta", al encerramiento, a la incomunicabilidad, a la segregación y la desagregación. Al contrario, construir todo sobre lo público significa la desaparición de la intimidad, la individualidad, la originalidad y la diversidad. El totalitarismo de lo privado como el de lo público es la muerte de una sociedad. En esta perspectiva, el comercio parece tener, en todas las civilizaciones, una función social peculiar: asegurar la presencia de lo privado en el espacio público (la "privatización" mercantil de la calle, del cruce, de la plaza, de la ciudad o del monumento) y la de lo público en el espacio privado (lo que se podría llamar la "publicización" de los establecimientos con "entrada libre", tiendas o plazas comerciales) (Monnet, 1996).

## 15.3 EL COMERCIO: EQUIPAMIENTO URBANO Y ESPACIO PUBLICO

Tal como vimos hasta ahora el origen de la ciudad tanto como idea de comunidad y obra física está íntimamente relacionada a la economía por las actividades que esta desarrolla en la dinámica urbana. Es así que conforme estas actividades van adquiriendo mayor importancia en la dinámica urbana precisa de condiciones especiales para su funcionamiento al mismo tiempo que satisfacen los diferentes tipos de necesidades de los habitantes y aseguran su bienestar durante el desarrollo de sus actividades.

Es de esta manera que la comercio como actividad se diferencia rápidamente y surge el mercado como la obra física en la que se desarrolla, sirviendo esta como nexo entre los consumidores y los proveedores (clientes y comerciantes) ya que como lo plantea Platón en La Republica el mercado surge porque las personas no pueden abastecerse por sí mismas de todos los bienes que necesitan, y ya que nadie es capaz de satisfacer esas necesidades por sí mismo surge con la ciudad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

"Las necesidades básicas son la alimentación, la vivienda, la vestimenta y el calzado. Quien pudiera satisfacer estas necesidades por sí mismo sería Dios" (Platón, 2000).

Si bien en un primer momento la actividad comercial se fue dando en forma espontánea y disgregada, la necesidad de abastecerse genera la aparición de tres acciones para su satisfacción, las de conseguir, almacenar y distribuir. En un primer momento se satisfacen, conforme van creciendo y cambiando las necesidades de la población se precisan de nuevos sistemas para poder realizarlos de manera eficiente, organizada y concentrada lo cual genera nuevas acciones para su desarrollo siendo estos la conservación, aseo, manejo y mantenimiento de los productos. Es así que el mercado se constituye en uno de los primeros y más importantes equipamientos urbanos intencionados, que por las características y objetivos de la actividad que en ellas se realiza, precisa de condiciones especiales tanto de emplazamiento como funcionales (para los comerciantes, las mercancías y los comerciantes).

> La plaza pública dispuesta como la de Tesalia se llama plaza de la libertad, no se consentirá nuca que esta plaza sea mancillada por las mercancías y se prohibirá la entrada de los artesanos y los labradores…Distante de esta plaza y bien separada de ella estará la destinada al mercado; el lugar que esta ocupa debiendo ser este sitio de fácil acceso para todas las mercancías que se transporten, procedentes del mar o el interior del país (Aristoteles, 2004).

De igual forma como he mencionado anteriormente la actividad comercial genera formas de socialización, pasando de ser una simple acción mecánica de compra en una experiencia cargada de circunstancias sociales, comunicación, información y calor humano, por lo que el mercado como equipamiento urbano adquiere un carácter de lugar en el cual se cumplen comunicaciones socio económicas y culturales a través de la transacción, los cuales permiten conocer costumbres, preferencias y otros aspectos que pertenecen al campo identitario y cultural de la población.

Todo esto genera un proceso que carga al mercado de valores por el sentido de pertenencia y apropiación de este espacio por parte de la ciudadanía adquiriendo el aspecto democratizador que expuse en puntos anteriores configurándolo al mismo tiempo en un espacio de carácter público.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 15.4 EL COMERCIO: LA ESPECIALIZACIÓN

El comercio nace de la necesidad de abastecerse de bienes y servicios con el fin de satisfacer las diversas necesidades que tiene la población, por medio de artículos o servicios, que tomando el modelo de platón podrimos clasificarlos como necesarios y de lujo.

Si bien una de las características del comercio desde sus inicios ha sido el de ser mixto este surgió como respuesta a una demanda alta pero sencilla de pequeños núcleos de población, pero a medida que la ciudad y la sociedad van evolucionando, también lo hacen sus necesidades y demandas, generando la aparición de nuevos ofertantes y con ellos del factor competitivo.

Es así que surge el comercio especializado como ejemplo de competencia, en su acepción de “competente” en el conocimiento de sus productos, por medio de esta el comercio ayuda a los ciudadanos a satisfacer sus necesidades concretas, buscando, seleccionando y poniendo en condiciones de cantidad, precio y lugar el producto o servicio que, en cada caso, encontrar mayor oferta de un producto o servicio específico en base a la demanda, ingresando a un sector determinado de la economía como un comercio único y diferenciado o como complemento de otros comercios.

> Como uno no puede hacerlo todo, cada individuo logra una especialización que le permite, a su vez, obtener lo que otros pueden hacer. Así se satisfacen las propias necesidades y luego se cambian productos con otros que llegan a su mismo estadio (Smith, 2009).

Es así que la especialización a logrado posicionarse en los últimos años, ya que se sirve de sus valores y características propios y de la oferta global para generar su propia oferta y segmento de mercado al mismo tiempo que se integra y complementa a la oferta global, lo cual le permite un alto grado de eficiencia y capacidad para reinventarse, logrando capitalizarse como un elemento competitivo y diferenciado.

"Por consiguiente, cuando más, mejor y más fácilmente se produce es cuando cada persona realiza un solo trabajo de acuerdo con sus aptitudes, en el momento oportuno y sin ocuparse nada más que de él" (Smith, 2009).

"La diferencia en la aplicación de los talentos se da con el tiempo y la dedicación a distintas ocupaciones" (Platón, 2000)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Para esto precisa de acciones que permitan definir la orientación de su oferta siendo estas

- **Enfoque desde la oferta:** orientada a generar la singularidad en un ramo determinado
- **Enfoque desde la demanda:** estudia al usuario, sus características y comportamientos ej. facilidad de desplazamiento, acceso a información de marcas, productos y sus características, formas en que usa los productos forma de comprar, etc. Los cuales parten de las preguntas ¿Qué desea?, ¿Qué valora?, ¿Dónde lo busca?
- **Adecuación de la respuesta:** cuando se ha encontrado la oferta orientada desde la demanda se adecua a ella el resto de la respuesta comercial
- **Adecuación del establecimiento:** Procura la adecuación de las características del espacio físico a fin de potenciar y complementar las actividades y su desarrollo.
- **Adecuación del servicio:** El acercamiento al cliente debe realizarse por la respuesta exacta a su forma de comprar, buscando alcanzar el trato idóneo entre el cliente y el comerciante, el cual también puede ser capitalizado como un factor distintivo.
- **Adecuación de la comunicación:** Ante el efecto de la globalización y competencia en estos tiempos los comercios deben esforzarse en comunicar sus ventajas como comercio especializado, transmitir mensajes con valor que permitan crear una imagen positiva a fin de conquistar nuevos clientes y fidelizar a los que ya se tienen

Es así que el comercio especializado además de satisfacer necesidades concretas con un alto grado de eficiencia, se orienta a la generación de experiencias positivas en el usuario, las cuales generan un mayor impacto al momento de hacer sus elecciones y se convierten en un rasgo que le permite su diferenciación, posicionamiento y alto grado de competitividad.

” No hay dos personas exactamente iguales por naturaleza, sino que en todas hay diferencias innatas que hacen apta a cada una para una ocupación” (Platón, 2000).

## 15.5 TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA

> Turismo: una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales (Organización mundial de turismo, 1980).

El turismo es una actividad inherente a las ciudades y sus centros históricos, por los valores históricos y culturales que estos poseen (en conjunto o individualmente -monumentos-). Es así que esta actividad, evoluciona como actividad económica debido al consumo de bienes



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

y servicios que se realizan con la actividad turística, permitiendo la aparición de una estructura socioeconómica sólida que contribuirá al desarrollo cultural y económico.

Así se inicia un proceso de "explotación mercantil" de los valores del centro histórico y sus componentes, mejorando la imagen y las condiciones para el desarrollo de actividades, requiriendo la erradicación del comercio ambulatorio y del tugurio. "Hay la necesidad de crear un dialogo entre el monumento y el espectador, que se expresa en la producción de un valor de imagen que se impone al valor del uso" (Martínez Delgado, 2004).

Pero si bien el turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes, no se debe tomar como objetivo o fin primordial, ya que si bien uno puede crear un escenario propicio para su realización este obedece a fuerzas externas.

"En definitiva, el turismo es básico en la nueva visión del centro histórico, pero no se deben poner todas las cartas ni todas las apuestas a su favor, ya que tiene limitaciones" (Martínez Delgado, 2004).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# CAPITULO III
# MARCO NORMATIVO



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En este capítulo se realizara una síntesis de la normatividad pertinente al sector de estudio -Zona "San Camilo"- tomando como base el "Compendio Normativo" elaborado por: Superintendencia Del Centro Histórico Y Zona Monumental (SUMA) Oficina Técnica Del Centro Histórico Y Zona Monumental (OTCHA) Agencia Española De Cooperación Internacional (AECI) Fernando Vera Velarde /Coordinador Gestión OTCHA/AECI , este documento -Compendio Normativo- puede ser encontrado en la página web de la Municipalidad de Arequipa.

Decidí usar como base este "Compendio Normativo" debido a que es una selección y clasificación de las normativas: Internacionales, Nacionales y Locales concernientes al centro histórico de la ciudad Arequipa, del cual forma parte el sector "San Camilo", no obstante, si existe alguna otra normatividad que no se encuentre dentro de este "Compendio Normativo" y que considere pertinente para el sector y permita llevar a cabo la propuesta, será presentado en este capítulo.

## DEL COMPENDIO NORMATIVO

### 1. DECLARATORIA DE PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD – UNESCO

**CRITERIOS**

De valor universal excepcional y de autenticidad

- Representativo de una obra maestra del genio creador humano
- Ser testimonio de cambios de cambios de influencia dentro de un periodo cultural tecnológico arquitectónico, ciudadano creación de paisaje.
- Ser testimonio único de una tradición cultural civilización viva en desaparición.
- Ejemplo eminente de un tipo de arquitectura conjunto arquitectónico o paisaje que ilustra periodos significativos de la vida humana
- Un ejemplo eminente de estadio humano, de una cultura o culturas sobre todo cuando son vulnerables a mutaciones irreversibles.

**GESTION**

**DERECHO DE PROPIEDAD**

Los espacios públicos del Centro Histórico de Arequipa son propiedad del Estado Peruano, y deberán ser administrados por la Municipalidad Provincial de Arequipa. Los Conventos e Iglesias dentro del Centro Histórico son propiedad de la Iglesia Católica y están



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

administrados por el Arzobispado de Arequipa y las Órdenes religiosas. Las principales Casonas calificadas como Monumentos Históricos son, en su mayoría, propiedad de Instituciones Públicas (Universidades, Bancos, Ministerios y Oficinas de Gestión Gubernamental) y Privadas (Bancos, Universidades, Centros Culturales y Educativos). Las otras casonas son de propiedad particular.

## 2. PLAN DIRECTOR DE AREQUIPA METROPOLITANA

### CAPITULO 5: EL PLAN DIRECTOR

### 5.1 ZONIFICACIÓN

**F.- USOS DE SUELO**

**PATRIMONIO CONSTRUIDO**

**ZONA DE REGLAMENTACIÓN ESPECIAL**

Conforman conjuntos urbanos, monumentos de valor histórico y paisajes rurales de especial valor, herencia de la evolución y desarrollo de la ciudad.

Está conformado por el Centro Histórico ubicado en el Area Central y los pueblos tradicionales de Yanahuara, Cayma, Carmen Alto, Chilina, Cerro Colorado, Acequia Alta, San Lázaro, San Antonio, La Recoleta, Antiquilla, Paucarpata, Sabandía, Characato, Mollebaya, Socabaya, Tiabaya, Sachaca, Uchumayo, Alata, Bellavista, Tingo, Pampa de Camarones, y otros detallados en la normatividad específica.

Como usos compatibles, se propone la cultura, el turismo controlado, la recreación pasiva, el culto y la administración y gestión local, así como la residencia en armonía con las características urbanas y arquitectónicas de la zona.

Esta zona incluye las áreas arqueológicas conformadas por restos prehispánicos de conjuntos urbanos, pinturas rupestres o cualquier otra manifestación artística o cultural del hombre hasta antes de la llegada de los españoles de Kasapatac, Pillo Socabaya, Yumina y Yumina II.

Se propone la preservación de estos espacios y su protección y reconocimiento de la ciudadanía a través de actividades culturales, educativas y de investigación.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 3. PLAN MAESTRO DE CENTRO HISTÓRICO

## ZT2 - ZONA DE TRATAMIENTO 2, SAN CAMILO.

### LÍMITES Y ÁREA

Es la Zona comprendida entre las calles San Juan de Dios, Garcí Carbajal, Piérola, 2 de Mayo, Pizarro, Víctor Lira, Av. Jorge Chávez, calle Paucarpata, Av. Independencia, pasaje Santa Rosa, calle Colón y calle Mercaderes. Tiene una superficie de 51,64 Has. y un perímetro de 3802,96 ml.

### CARACTERÍSTICAS

Esta zona es la que tiene la mayor cantidad de establecimientos comerciales, y entre ellos el antiguo mercado de San Camilo, considerado monumento nacional.

La gravitación del mercado determinó que muchos inmuebles fuesen sustituidos por edificios comerciales, tipo galerías. En la actualidad la actividad comercial metropolitana está siendo descentralizada por subcentros espontáneos en la periferia, lo cual ha bajado la presión sobre el suelo. Sin embargo, en esta zona está la mayor cantidad de campos feriales, o mercadillos de comercio informal que son un factor de degradación patrimonial e implican zonas de riesgo

### USO ANTERIOR

El antiguo Plan Director calificaba este sector como CCM y C8, o sea comercio central de alta intensidad.

### USO APROBADO

Se mantiene el uso comercial, pero se bajó la intensidad a C7, o sea comercio interdistrital, para evitar mayor congestión. Los usos
complementarios son servicios, equipamiento y residencia.

### ALTURAS DE EDIFICACIÓN

1.5 veces el ancho de la calle hasta un máximo de 4 pisos; al interior según el ángulo visual de 1.6m. en la vereda opuesta, hasta un máximo de 8 pisos

### COEFICIENTE DE EDIFICACIÓN

Máximo 3.6

### RETIROS

Sin retiro



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**ÁREA LIBRE MÍNIMA**

Para comercio 20% en el primer piso y 30% en los sucesivos, para gestión, servicios y vivienda 30%

**ESTACIONAMIENTOS**

Obligatorio, 1 por cada 100 m2 de área construida de comercio ó 1 por cada 3 viviendas.

**PRINCIPALES INTERVENCIONES:**

- Erradicar el comercio informal y adecuación progresiva de los mercadillos en galerías de calidad.
- Proyecto Piloto de rehabilitación comercial: Centro Cívico Comercial de Siglo. XX
- Recuperación ambiental de las Av. Jorge Chávez, Goyeneche y Siglo XX.
- Renovación urbana de la Casa Rosada y adyacencias
- Forestación del eje San Juan de Dios.
- Reforestación de la Av. Jorge Chávez
- Restauración de la Casa de las Recogidas en la calle Santo Domingo
- Dotación de una estación de seguridad

## 4. REGLAMENTO EDIFICATORIO DE LA ZONA MONUMENTAL DE LA CIUDAD DE AREQUIPA

**AMBIENTES URBANOS MONUMENTALES**

Son ambientes Urbanos Monumentales los espacios urbanos (Plazas, Plazuelas, calles, etc.) cuya fisonomía y elementos por poseer valor urbanístico de conjunto, deben conservarse total o parcialmente.

**ZONAS MONUMENTALES**

Son Zonas Monumentales los sectores o barrios de la ciudad cuya fisonomía debe conservarse por cualquiera de las razones siguientes:

- Porque poseen valor urbanístico de conjunto.
- Porque poseen valor documental histórico-artístico
- Porque en ellas se encuentra un número apreciable de Monumentos y/o Ambientes Urbanos Monumentales.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 5. ORDENANZA MUNICIPAL NRO. 01-2000

**TITULO II: DEL USO Y CONSERVACION DE LAS ZONAS**

**CAPÍTULO V: USOS DEL CENTRO HISTÓRICO**

**Artículo 48.** El uso de los bienes culturales inmuebles y de los ambientes urbano monumentales, deberá considerar la localización de actividades que no alteren o deterioren sus características artísticas y urbano arquitectónicas. Deben contar previamente con la calificación de la Superintendencia.

**Artículo 49.** El funcionamiento de locales orientados a servicios turísticos o centros de recreación y diversión, requiere previamente de la calificación por la Superintendencia respecto de las características artísticas, arquitectónicas y condiciones operativas en relación al entorno. La Dirección de Salud y Ecología calificará el control de contaminación acústica, visual y de humos, gases tóxicos y otros.

**Artículo 54.** El transporte público masivo será restringido a las vías establecidas por la Dirección General de Desarrollo Urbano. El transporte turístico y el escolar deberán ser autorizados por la Dirección de Transporte Urbano y Circulación Vial.

**Artículo 56.** En el Centro Histórico y la Zona Monumental, la carga y descarga de materiales y el abastecimiento a los establecimientos sólo se realizará entre las 20:00 y 07:00 horas.

**Artículo 57.** Está prohibida la colocación de chimeneas y otros elementos extraños sobre las fachadas. Los tanques de agua, gas, casetas de máquinas y equipos se integrarán a la arquitectura del edificio y previamente deberán ser calificados por la Superintendencia; las termas, antenas y otros deben ubicarse de modo que no sean percibidos desde el exterior.

## ADICIONALES AL COMPENDIO NORMATIVO

*Solo se incluirán las artículos o puntos relevantes para la propuesta*

## 6. Ley General de Expropiaciones LEY Nº 27117

**DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 2.- Del concepto**

La expropiación consiste en la transferencia forzosa del derecho de propiedad privada, autorizada únicamente por ley expresa del Congreso en favor del Estado, a iniciativa del



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Poder Ejecutivo, Regiones o Gobiernos Locales y previo pago en efectivo de la indemnización justipreciada que incluya compensación por el eventual perjuicio.

**Artículo 3.-Del beneficiario**

El único beneficiario de una expropiación es el Estado.

CONCORDANCIAS: Ley N° 28688, Art. 4, Ley Nº 29260, Segunda Disp. Complemen. (Excepciones)

**Artículo 4.- De las causales**

En la ley que se expida en cada caso deberá señalarse la razón de **necesidad pública o seguridad nacional** que justifica la expropiación, así como también el uso o destino que se dará al bien o bienes a expropiarse.

**Artículo 5.-De la improcedencia de la expropiación**

La expropiación es improcedente cuando se funda en causales distintas a las previstas en la presente Ley, cuando tiene por objeto el incremento de las rentas públicas o cuando responde a la necesidad de ejercitar derechos reales temporales sobre el bien.

**Artículo 7.-De la expropiación para obras de gran envergadura**

7.1 Excepcionalmente y sólo en razón de la envergadura de la obra de infraestructura de servicios públicos a la que esté destinado el bien a expropiar se podrá hacer uso del siguiente procedimiento:

a) La ley de expropiación emitida por el Congreso de la República autorizará al sujeto activo para que, mediante la dación de múltiples resoluciones, realice la ejecución de la expropiación del bien, de tal modo que en un plazo de 2 (dos) años, contados desde la promulgación de dicha ley, se hayan iniciado todos los procesos de expropiación necesarios.

CONCORDANCIAS: Ley N° 28688, 1 Disp. Final, Ley N° 28728, 2 Disp.Comp. y Final, Ley N° 29190, Art.4

b) A fin de determinar el bien materia de la expropiación, el sujeto activo emitirá, en el plazo de 30 (treinta) días contados desde la promulgación de la ley una resolución provisional señalando la identificación precisa del bien a expropiar, de acuerdo a coordenadas UTM de validez universal.

CONCORDANCIAS: Ley N° 28688,Art. 2 , Ley N° 28728, Art. 5, Ley Nº 29339, Art.2, Ley Nº 29386, Art. 2

c) En los casos a los que se refiere el presente artículo, el sujeto activo debe indemnizar al sujeto pasivo de la expropiación con un monto adicional al justiprecio, equivalente a los



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

intereses correspondientes a los meses en que, dentro del plazo de 2 (dos) años a que se refiere el inciso a) precedente, se retrase la expedición de la resolución para la ejecución de la expropiación. La tasa de interés será la Tasa Activa en Moneda Nacional (TAN).

d) Si en el plazo a que se refiere el inciso a) el sujeto activo no dicta las resoluciones correspondientes a alguno de los inmuebles comprendidos en el área señalada en la resolución provisional, su propietario puede exigir, adicionalmente a lo establecido en el inciso c), el pago de un monto equivalente al 10% (diez por ciento) del valor comercial del inmueble.

7.2 Todos los procesos de expropiación que se dispongan, al amparo de lo dispuesto en el presente artículo deben ajustarse a lo establecido en la presente Ley.

**DEL OBJETO DE LAS EXPROPIACIONES**

**Artículo 12.-Del objeto**

12.1 Todos los bienes inmuebles de dominio privado pueden ser objeto de expropiación.

**Artículo 13.-Del subsuelo y del sobresuelo**

Pueden ser materia de expropiación el subsuelo y el sobresuelo, independientemente del suelo. Salvo que por el hecho de la expropiación del subsuelo o del sobresuelo, la propiedad del bien no pueda ser usada o explotada parcial o totalmente, o que el valor comercial de la propiedad del suelo se deprecie significativamente. En estos casos el Estado podrá optar entre expropiar todo el predio o pactar derecho de superficie.

**Artículo 14.-De la expropiación total**

El sujeto pasivo de la expropiación podrá solicitar la expropiación total, cuando la fracción del bien que no es afectado por el acto expropiatorio sufre una real desvalorización o resultare inútil para los fines a que estaba destinado con anterioridad a la expropiación parcial

**DE LA INDEMNIZACION JUSTIPRECIADA**

**Artículo 15.-De la indemnización justipreciada**

15.1 La indemnización justipreciada comprende el valor de tasación comercial debidamente actualizado del bien que se expropia y la compensación que el sujeto activo de la expropiación debe abonar en caso de acreditarse fehacientemente daños y perjuicios para el



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

sujeto pasivo originados inmediata, directa y exclusivamente por la naturaleza forzosa de la transferencia

15.4 En ningún caso la indemnización justipreciada podrá comprender el valor de las mejoras realizadas en el bien a expropiar por el sujeto pasivo con posterioridad a la fecha de publicación de la resolución a que se refiere el Artículo 8 de la presente Ley.

**Artículo 16.-De la tasación**

El valor del bien se determinará mediante tasación comercial actualizada que será realizada exclusivamente por el Consejo Nacional de Tasaciones -CONATA.

**Artículo 17.-De la compensación**

En caso que el sujeto activo de la expropiación observe la pretensión de compensación del sujeto pasivo ésta será fijada por el Poder Judicial o Tribunal Arbitral, sobre la base de las pruebas que se actúen, de los fundamentos que expresen las partes y de las reglas de la crítica. Además, deberá estimarse de acuerdo a la finalidad a que estaba destinado el bien al disponer la expropiación y de acuerdo a proyectos documentados antes de la fecha de publicación de la ley autoritativa de la expropiación.

**Artículo 18.-De la actualización de la indemnización**

La indemnización justipreciada se actualiza para su consignación mediante la aplicación del Indice de Precios al por Mayor que publica el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. Por los meses o fracciones de mes cuyos índices no se hubieren publicado a la fecha de la consignación, se utilizará proporcionalmente el índice del último mes publicado.

**TITULO IV NULIDAD DE LAS EXPROPIACIONES**

**Artículo 23.-De la nulidad de las expropiaciones**

23.1 El sujeto pasivo de la expropiación puede demandar judicialmente la nulidad de la expropiación cuando ésta no haya sido dispuesta conforme a lo establecido en los Artículos 3 y 4 de la presente Ley. Es discutible la declaración de necesidad pública o seguridad nacional dispuesta por el Congreso de la República mediante ley expresa, cuando no se ciña a lo dispuesto por esta Ley.

CONCORDANCIAS: Ley Nº 29260, Segunda Disp. Complemen. (Excepciones)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

23.2 No procede plantear la nulidad cuando hay allanamiento expreso o tácito a la demanda de expropiación

**DISPOSICIONES FINALES**

**Primera. -De la extinción de derechos**

La adquisición de propiedad realizada dentro del marco de la presente Ley extingue todos aquellos derechos reales y personales que resulten incompatibles con los fines de la expropiación, sin perjuicio de la correspondiente aplicación del importe de la indemnización justipreciada.

**Cuarta. -De las responsabilidades**

Las autoridades, funcionarios y demás personas al servicio del sujeto activo, independientemente de su régimen laboral o contractual, incurrirán en responsabilidad por el incumplimiento de las disposiciones y plazos establecidos en la presente Ley.

**Sexta. -De las concesiones**

El Estado podrá otorgar en concesión los bienes expropiados para la realización de obras de infraestructura de servicios públicos.

Asimismo, podrá ser representado en el trato directo, por el concesionario, pudiendo éste incluso realizar el pago del justiprecio.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# CAPITULO IV
# MARCO REFERENCIAL



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 1. MERCADO COLÓN DE VALENCIA

## FICHA TECNICA

Nombre: Mercado Colón

Tipo de Intervención: Restauración

Ubicación: Valencia - España

Profesionales Responsables: AQA Arquitectos Asociados

- Arq. Luis López Silgo

Equipo 1

- Arq. Javier Canales
- Arq. Ana Rinieblas
- Arq. Josefa Escorihuela

Equipo 2

- Arq. Mª José Vila
- Arq. Pablo Sánchez
- Arq. Elena León
- Arq. José Cifres
- Arq. Liz Davis

Área: 35.558 m2

Número de Niveles: 5. Distribuidos en 3 sótanos Para Estacionamiento 1 semisótano y 1 Nivel para actividades comerciales

Duración del Proyecto: del 2000 al 2003

Culminación e Inauguración del Proyecto: 27 de marzo del 2003

## BREVE DESCRIPCIÓN

El Mercado de Colón es uno de los edificios emblemáticos de la ciudad de Valencia y el símbolo del ensanche de principios de siglo. Fue proyectado por Francisco Mora y, tras dos años de obra en la que colaboró Demetrio Ribes, fue inaugurado el 24 de diciembre de 1916, con un costo final de casi un millón de pesetas de la época.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Demandado por la población a finales del siglo XIX y principios del XX, su origen se encuentra en la necesidad de un mercado para el abastecimiento en la zona del Ensanche, en un principio el Plan de Ensanche de la ciudad, no contempló una parcela específica para este uso, pero después de un largo proceso de gestación se determinó una nueva manzana entre las calles Filipinas (Jorge Juan), Puerto (Cirilo Amorós) y Ciscar (Conde Salvatierra), creando una nueva calle denominada Banquells (Martínez Ferrando).

Sin embargo, su pequeño tamaño y su falta de especialización comercial hizo que pronto (1980) se insistiera en lo obsoleto de sus instalaciones y en la problemática que su cada vez más congestionado emplazamiento suponía para su abastecimiento. alejando al público llevándolo casi a su desaparición.




*Gráfico 8 Ubicación del Mercado Colon*

Debido a su condición de monumento y tras su abandono y deterioro, el 3 de abril del 2000 se propuso su restauración culminando y abriendo sus puertas el 27 de marzo de 2003.

Los Objetivos de esta intervención fueron:

- Recualificación del entorno como sector privilegiado del ensanche
- Recuperación de los espacios del mercado para el uso y disfrute colectivo
- Eliminación de elementos ajenos al edificio
- Incremento y mejoramiento de la superficie peatonal
- Restitución de la imagen primigenia, como plaza cubierta
- Renovación y adecuación de las instalaciones urbanas. Tanto las del entorno próximo como la dotación necesaria para los usos previstos en el edificio, adecuándolas a las exigencias normativas y funcionales vigentes

El proyecto de restauración libera gran parte de la planta baja, destinándola para usos lúdicos y culturales, complementarios de la dotación comercial de esta planta.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

La dotación comercial del centro se sitúa en semisótano, se conecta con la planta principal mediante una abertura en la parte central de la nave del Mercado donde se sitúan las escaleras, permitiendo la visión de las portadas desde esta planta. Se han ejecutado tres sótanos bajo el edificio, destinados al aparcamiento de vehículos, tanto para los residentes del barrio como para el servicio del propio mercado, las tiendas y el entorno comercial.

Con un costo de 33,4 millones de euros, se constituye en el proyecto más caro de la Empresa Municipal Actuaciones Urbanas de Valencia (AUMSA), realizándose en dos etapas

Primera: Abril 2002 - Septiembre 2002 se realizan las obras de cimentación, reparación y restauración de la estructura existente, ejecución de cuatro sótanos por método descendente ascendente, restauración de la valla perimetral edículos y portadas.




*Gráfico 9 Collage primera etapa del Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Segunda: Septiembre 2002 - Marzo 2003 La segunda etapa de la intervención en el Mercado de Colón se ha centrado en la recuperación del uso público del edificio como plaza cubierta, y en la habilitación comercial del semisótano y su relación con el edificio histórico.

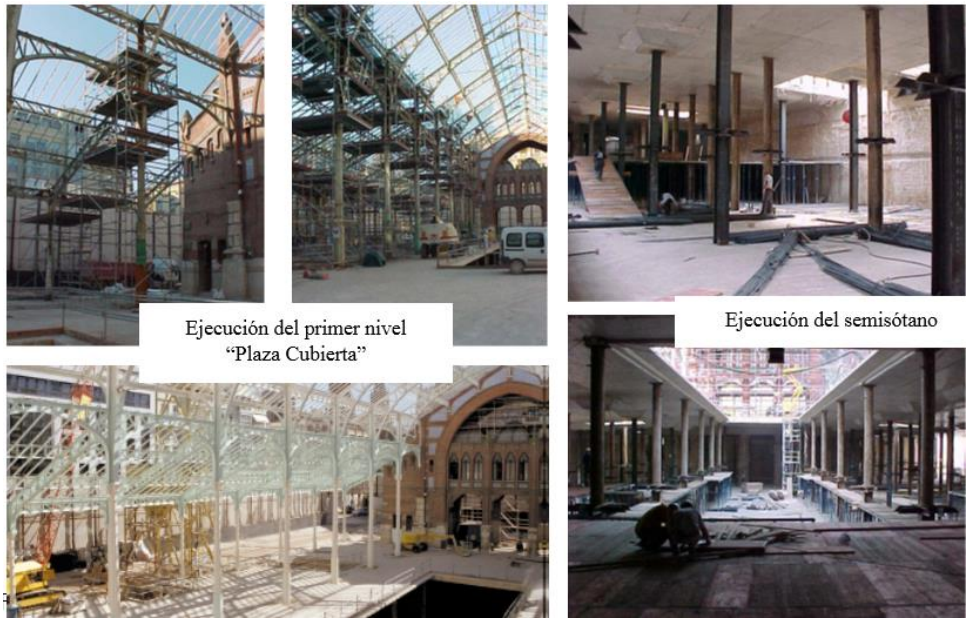



*Gráfico 10 Collage segunda etapa del Mercado Colon*

Fotos Históricas

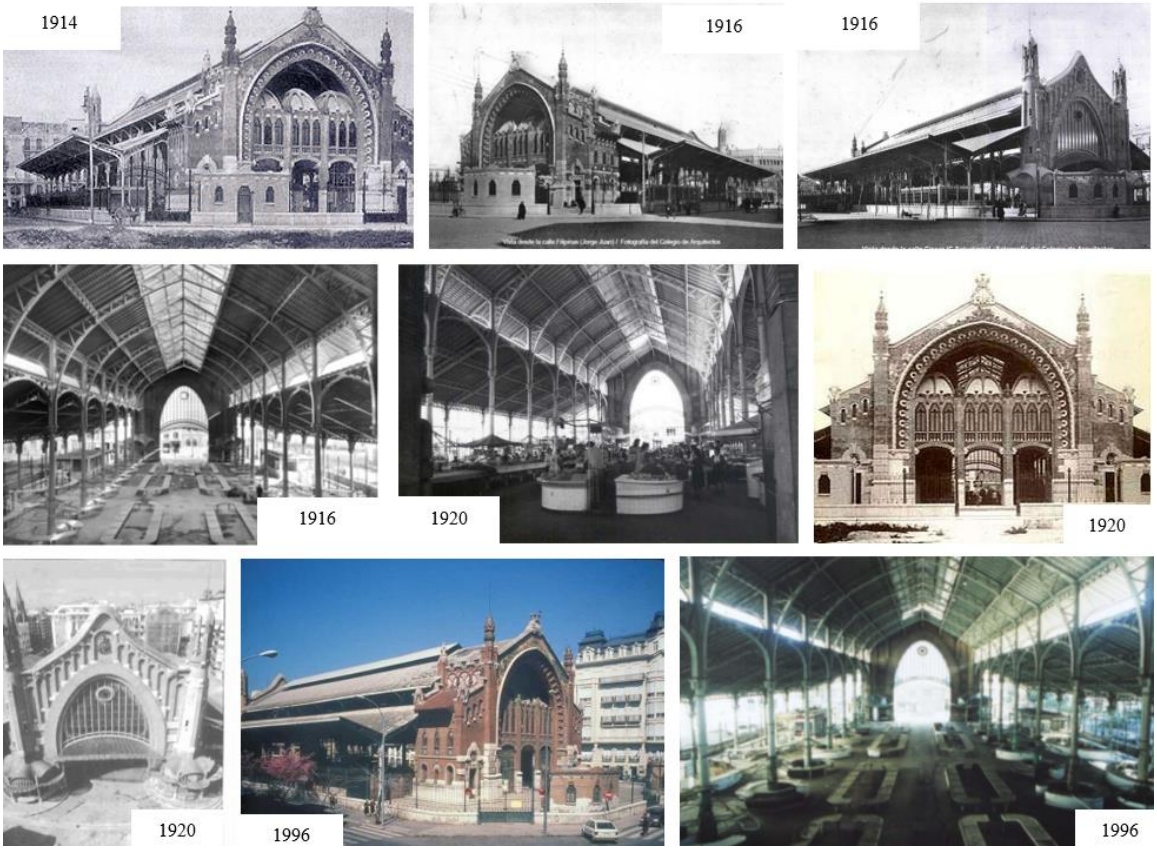



*Gráfico 11 Collage Mercado Colon antes de intervenciòn*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Fotos después de la restauración

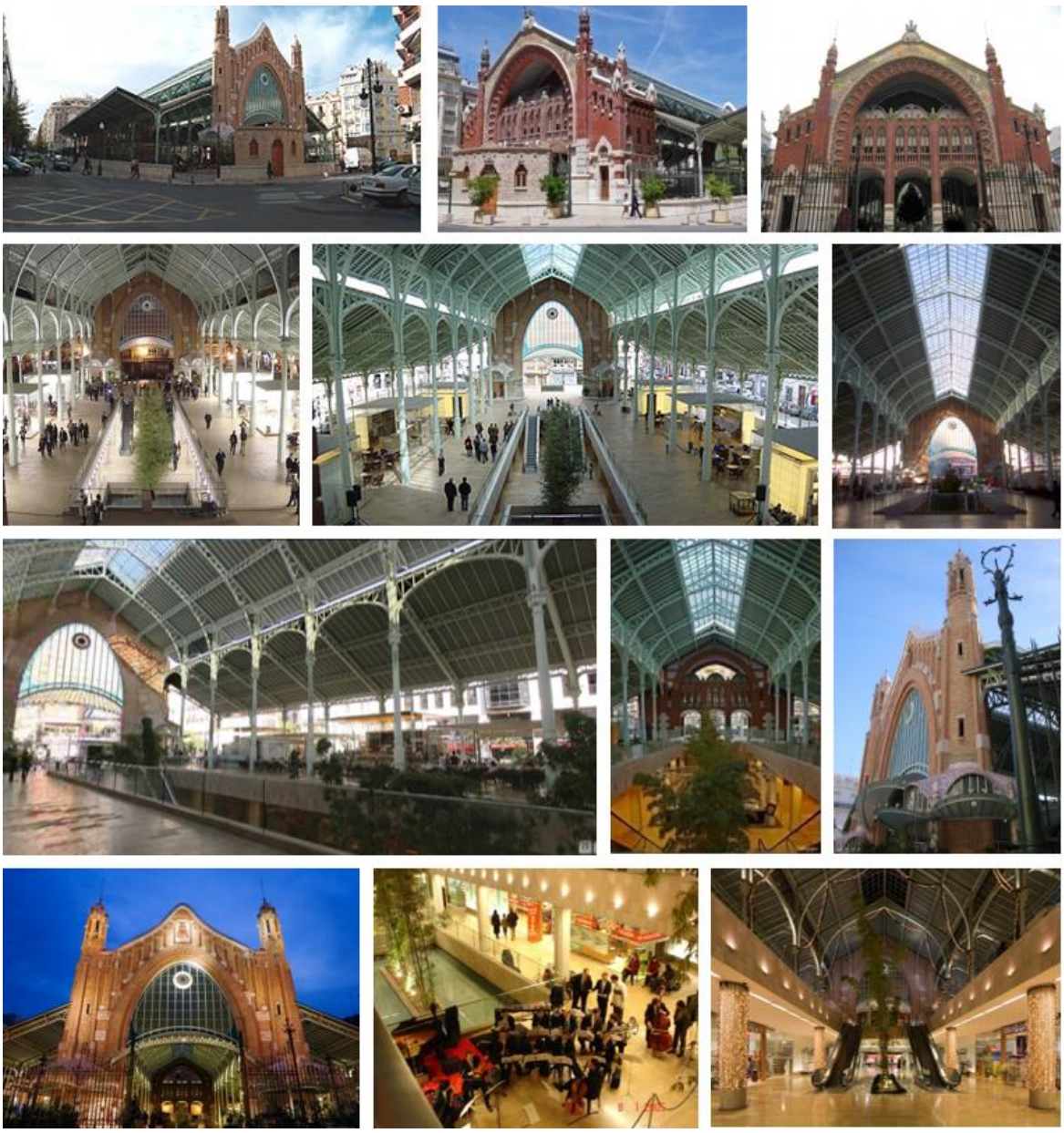


*Gráfico 12 Collage Mercado Colon tras intervención*

El proyecto Logro erradicar la proliferación del comercio informal y la delincuencia
En la zona y la constituyo en una de las zonas más exclusivas de valencia.

El año 2003 el proyecto de Rehabilitación del Mercado Colón gana el premio "Unión Europea de Patrimonio Cultural/Europa Nostra 2003"



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 1.1 CONTEXTO

El Mercado Colón se localiza en el sector Norte de la zona patrimonial de la ciudad de Valencia.

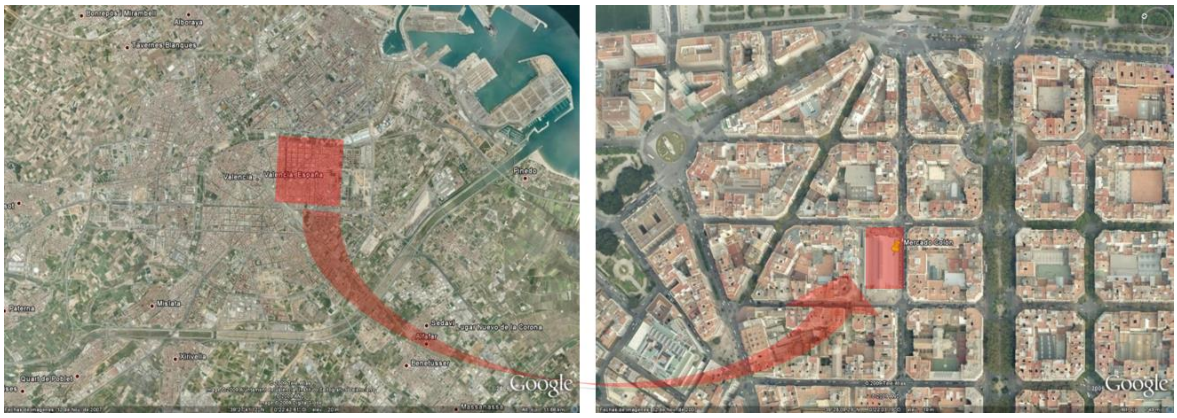



*Gráfico 13 Localización Mercado Colon*

**PERIMETRO**

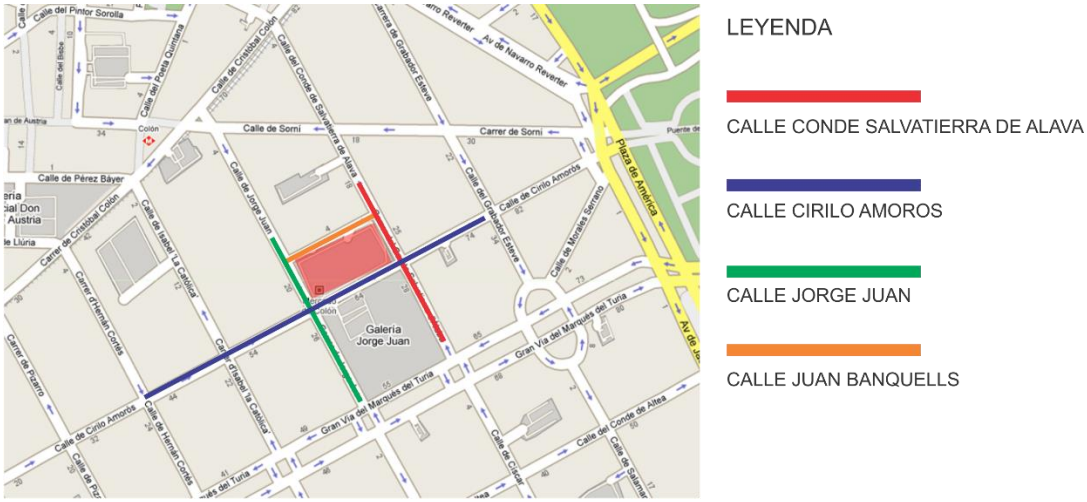



*Gráfico 14 Perímetro Mercado Colon*

**VALORES ARQUITECTONICOS DE LA ZONA**

Basílica San Vincent Ferrer

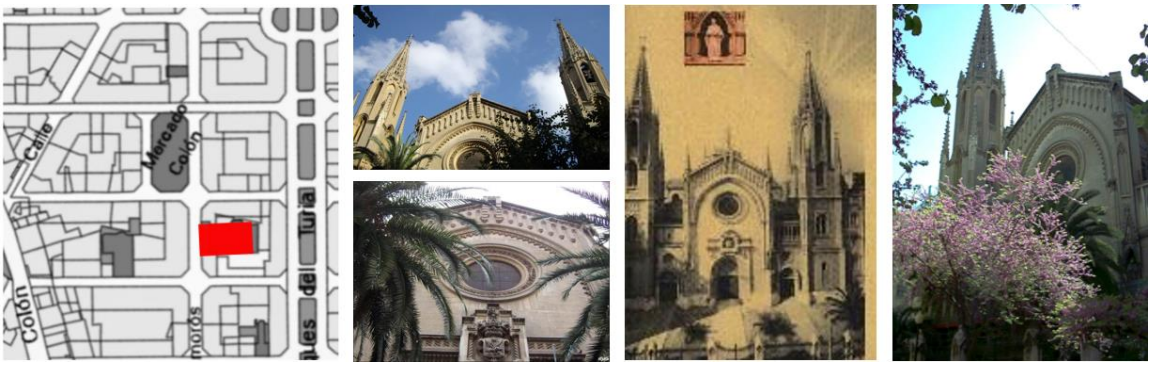



*Gráfico 15 Ubicación y vistas basílica San Vincent Ferrer*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Prop del Mercat

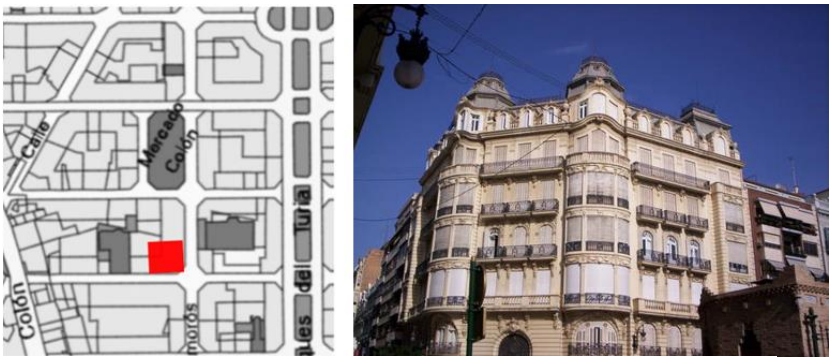



*Gráfico 16 Ubicación y vistas Prop del Mercat*

Parroquia de San Juan y San Vicente




*Gráfico 17 Ubicación y vistas Parroquia San Juan y San Vicente*

Edificio Peris




*Gráfico 18 Ubicación y vistas Edificio Peris*

Casa Chapa




*Gráfico 19 Ubicación y vistas Casa Chapa*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Casa Ortega




*Gráfico 20 Ubicación y vistas Casa Ortega*

Casa Barona




*Gráfico 21 Ubicación y vistas Casa Barona*

Casa Serratosa

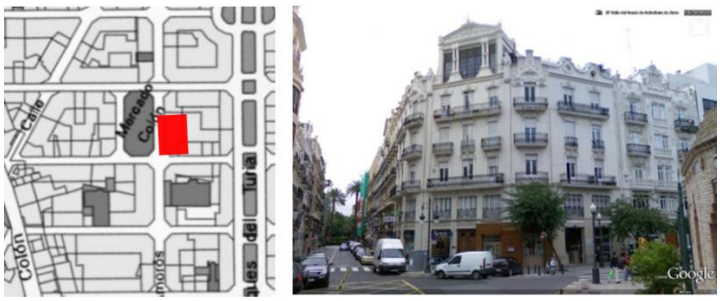



*Gráfico 22 Ubicación y vistas Casa Serratosa*

**ESPACIOS LIBRES:** El mercado no cuenta con espacios libres en su entorno inmediato, razón por la cual el mercado siempre fue concebido como un espacio público techado.

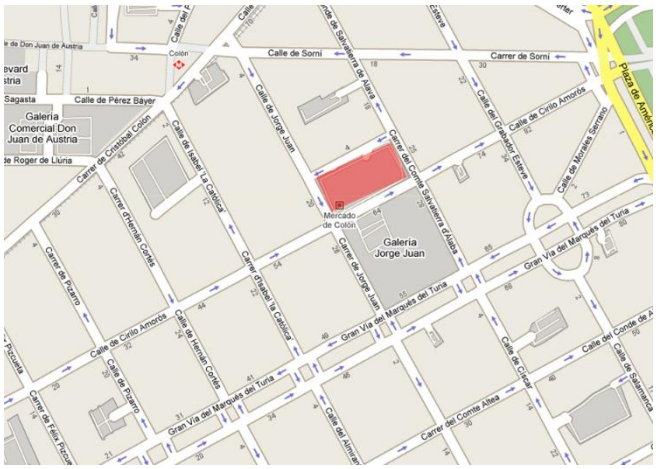



*Gráfico 23 Espacios libres entorno Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**LLENOS Y VACIOS:** De Manera Compacta e unificada, el grano de edificación de la zona es muy denso, predominando el lleno sobre el vacio, Es por esta razón que el mercado Colón plantea su nivel de ingreso a manera de un gran espacio libre techado.

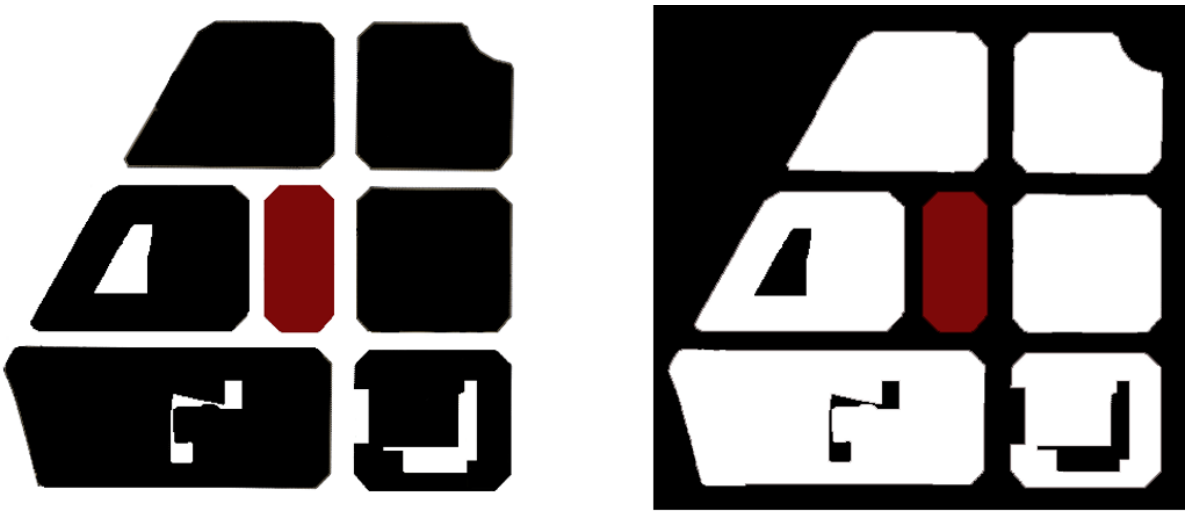


*Gráfico 24 Llenos y vacíos entorno Mercado Colon*

**ALTIMETRIA:** Predominan las edificaciones por encima de los 4 niveles, pero al no ser uniformes las alturas de los niveles, las edificaciones alcanzan alturas totales similares, lo cual da como resultado una fachada corrida y un perfil homogéneo, permitiendo una fácil lectura de las edificaciones y de la calle.

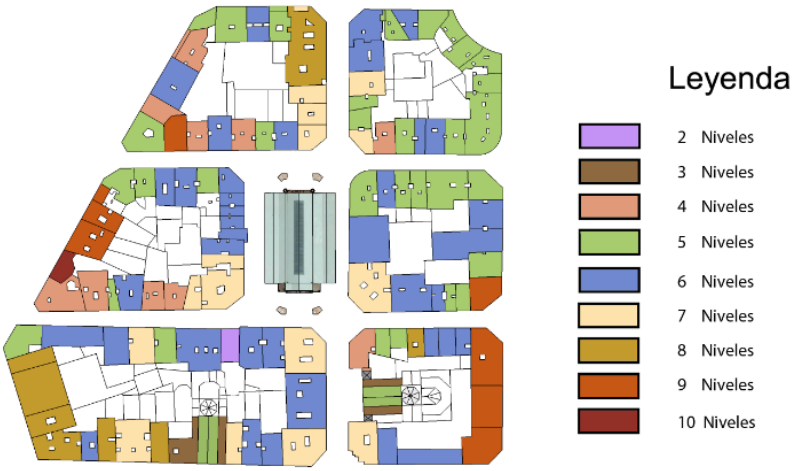



*Gráfico 25 Alturas de edificación*

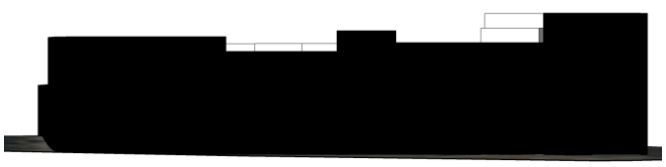


*Gráfico 26 Perfil Calle Banquells*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



*Gráfico 27 Perfiles Calle Amoros*

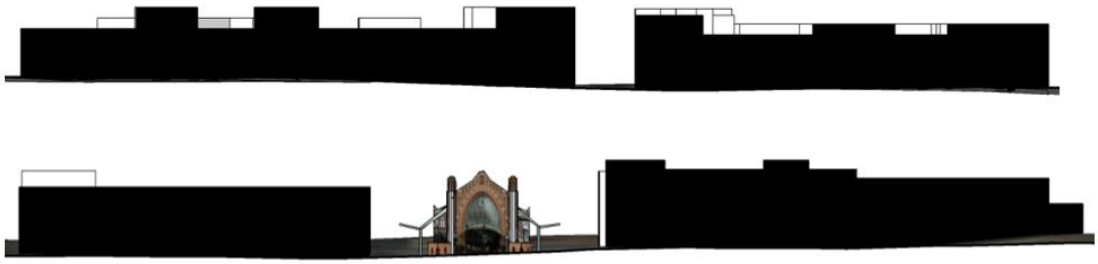


*Gráfico 28 Perfiles Calle Conde de Salvatierra*

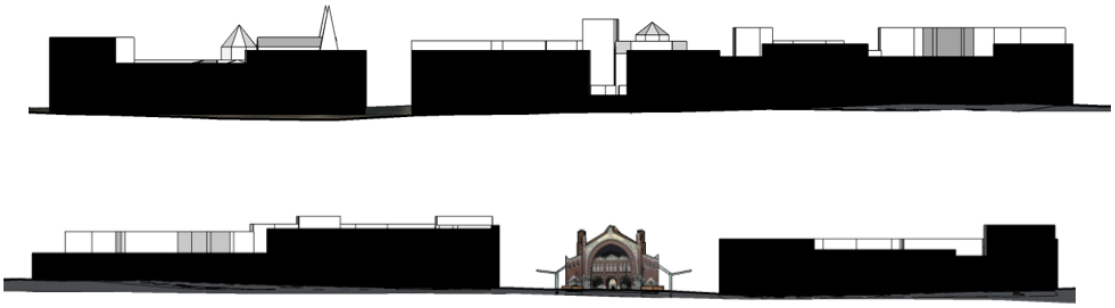


*Gráfico 29 Perfiles Calle Jorge Juan*

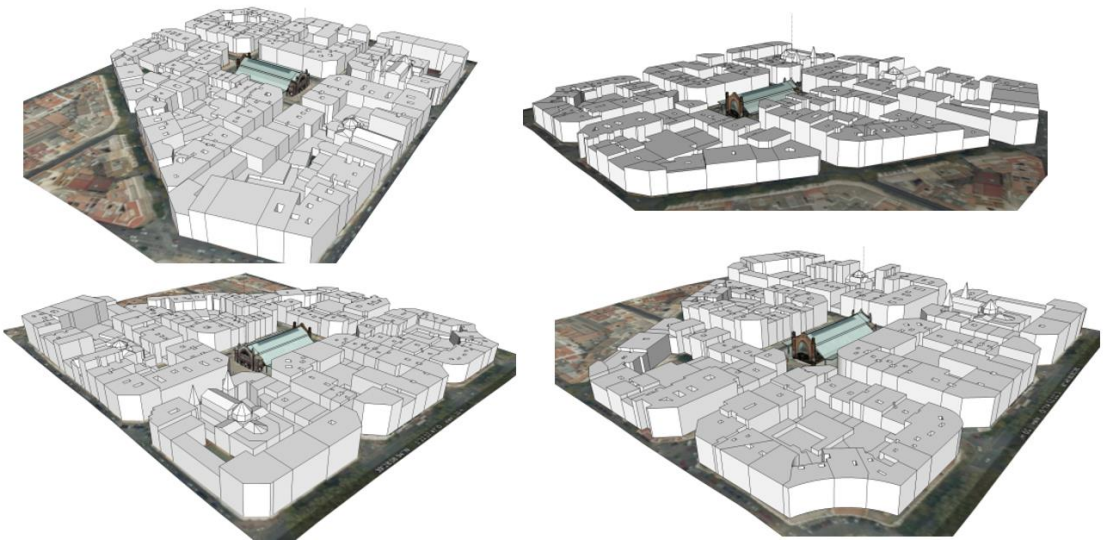


*Gráfico 30 Volumetría del entorno del Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

USOS: **La zona es mayoritariamente de uso** residencial, con equipamientos, de culto educativo, educativo y comercial, este último al costado del mercado y de gran dimensión.

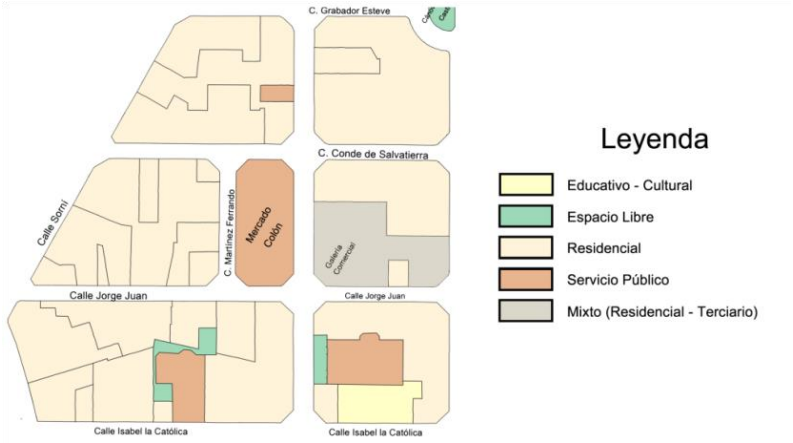



*Gráfico 31 Usos de suelo entorno Mercado Colon*

ACCESIBILIDAD Y TRANSPORTE

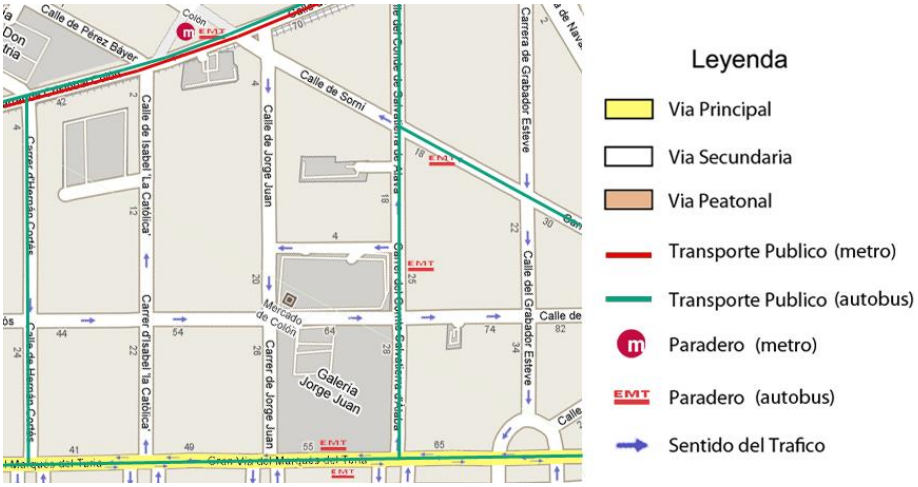



*Gráfico 32 Vialidad entorno Mercado Colon*

**SISTEMA DE TRANSPORTE**: El sistema de transporte público en Valencia se realiza de dos maneras, en metro (Metro Valencia) y en autobús (EMT), el sistema de transporte se encuentra a cargo del ayuntamiento.

**FLUJO VEHICULAR – PARADAS:** El sistema de transporte en la zona está organizado de manera que permite un buen flujo peatonal, una de las vías de transporte público (autobús) pasa por el mercado con un paradero en frente del mercado y otros a poca distancia, las vías aledañas al mercado son de tránsito vehicular restringido, de esta manera el principal medio de movilización del público es mediante el sistema de transporte público, sin saturar las calles con tráfico generado por la movilización hacia el mercado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 1.2 USOS Y CRITERIOS

Se conservan y mejoran las condiciones para el desarrollo de la actividad de abastecimiento para el barrio situándola en el semisótano.

Se gana el espacio de la planta baja para el desarrollo de actividades lúdicas y culturales, estas actividades se consideran complementarias a la actividad comercial, consiste en la restauración de los puestos de flores originales junto otros cuatro que se disponen en cada esquina del edificio que además de servir para albergar las escaleras también pueden ser destinados a otras actividades como puestos de artesanías, o cafeterías que sirvan de vestíbulo a las actividades comerciales del semisótano

## 1.3 USUARIOS (GRUPO META)

Los tipos de Usuario o grupo meta fueron

Amas de casa: Abastecimiento de productos de primera necesidad.

Turismo cultural

## 1.4 VARIABLES DEL EDIFICIO

**ESTILO ARQUITECTÓNICO:** Debido a los diferentes cambios realizados en la vida del Mercado Este tubo un estilo ecléctico, en el proyecto de restauración se debía recuperar el estilo original de las fachadas

Estilo Original: Modernista

**ESTRUCTURA INTERIOR:** El proyecto de restauración debía conservar el sistema estructural interior ya que era considerado patrimonio, además de esto se debía de asegurar la estabilidad del edificio debido a la composición del terreno todo esto sin el desmontaje de la cobertura ni de otros elementos originales

**ESPACIOS PUBLICOS:** Se debía conservar su carácter de espacio público techado

**MATERIALES:** En caso de reconstrucción o restauración de los elementos y piezas originales esta se debía hacer con los materiales originales.

**ACTIVIDAD DE ABASTOS:** El Mercado debía conservar las actividades de abastecimiento de productos de primera necesidad ya que esta constituía su principal riqueza, promoviendo la interacción y la identidad de la población con su mercado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**ACTIVIDADES CULTURALES**: Se debía generar un ambiente propicio para el desarrollo de actividades culturales- sin interrumpir las actividades propias del mercado, reforzando así la identidad cultural de la población con su mercado.

## 1.5 ANALISIS ARQUITECTONICO

**VOLUMETRIA:** El edificio este compuesto por un cuerpo central al cual se le adosan dos cuerpos laterales. En ambos se genera un paralelepípedo virtual generado por la estructura y los accesos, el cuerpo central se encuentra coronado por una cubierta triangular a dos aguas, los cuerpos laterales cuentan con una cobertura triangular a una sola agua.

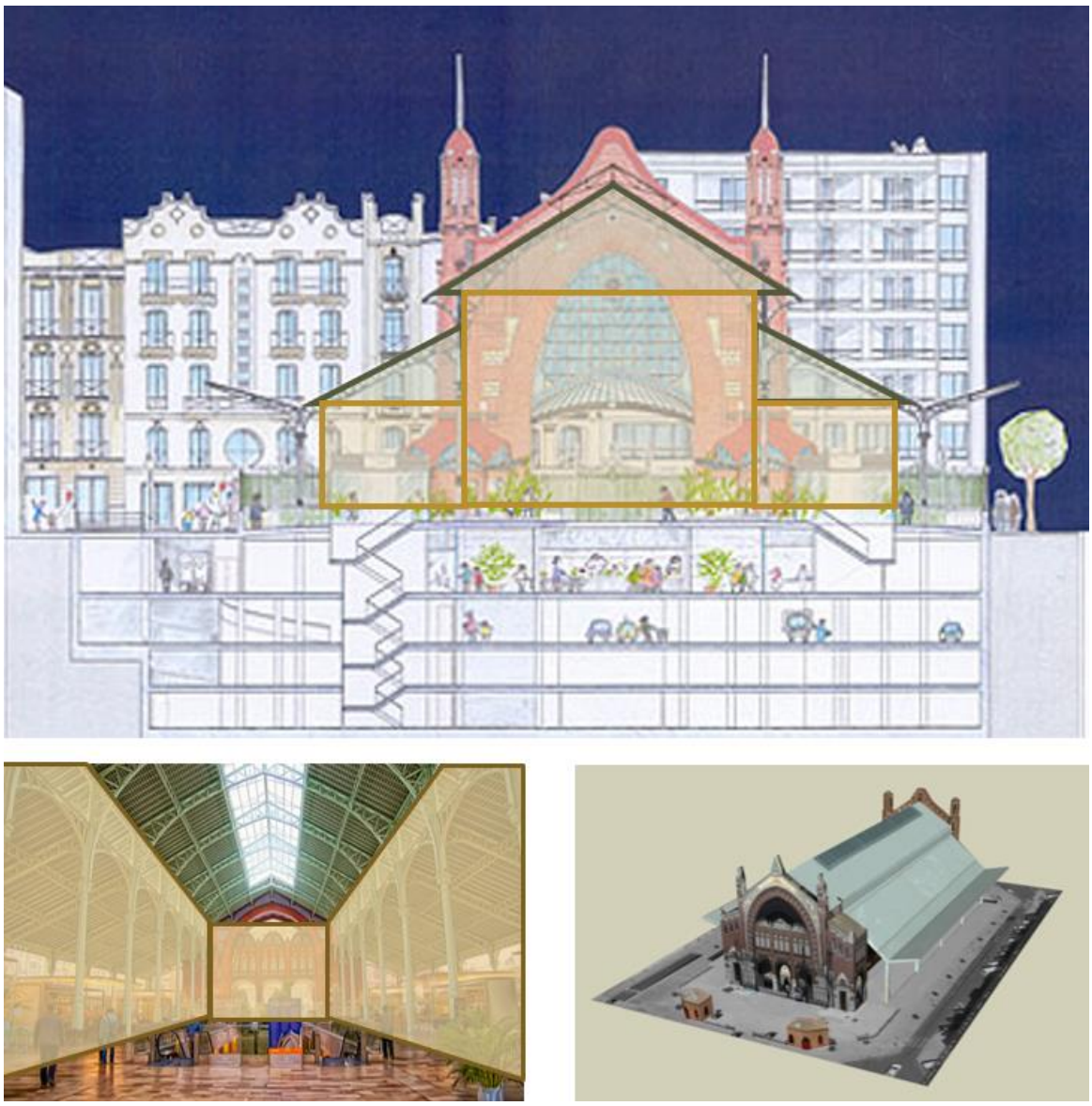


*Gráfico 33 Análisis volumétrico Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**ORGANIZACIÓN:** En la planta baja la solución adoptada consta en libera la mayor parte de la planta baja del edificio, para destinar estos espacios a usos lúdicos y culturales, complementarios de la dotación comercial de esta planta. Consistente en la restauración de los puestos de flores originales de la portada Conde Salvatierra junto con cuatro quioscos rectangulares, que se disponen en las cuatro esquinas del espacio. Éstos no sólo son necesarios para alojar las escaleras de emergencia y las salidas de las ventilaciones sino que podrán destinarse a la venta de flores y otros usos ligeros (artesanía, prensa, cafetería, etc .), que puedan extender sus terrazas a cubierto y sirvan de vestíbulo para los usos comerciales del semi sótano.



*Gráfico 34 Vistas semisótano Mercado Colon*

La dotación comercial del centro se sitúa en planta semisótano. Se conecta con la planta principal mediante dos aberturas en la parte central de la nave del Mercado donde se disponen unas escaleras mecánicas y otras convencionales, permitiendo la visión de las portadas desde esta planta.

La distribución de la planta semisótano se organiza con un gran vestíbulo central, coincidente, en vertical, con la nave mayor del Mercado, donde desembarcan las escaleras. Este espacio podrá destinarse a exposiciones, promociones o terrazas de restauración. En el extremo de la portada de Conde Salvatierra se sitúa la Plaza del Mercado, con los puestos suficientes para los concesionarios históricos con derecho a retomo.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Las dos fachadas laterales del vestíbulo principal de esta planta semi sótano corresponden a las tiendas, modulando su ritmo con el de los pilares de fundición de la estructura histórica superior. El extremo opuesto al mercado lo ocupa un local comercial de mayores dimensiones y amplia fachada.

Esta planta dispone de acceso de vehículos y un espacio para muelle de carga y descarga al servicio de los comercios. Asimismo, se han previsto los correspondientes accesos y ascensores para desplazamientos verticales y las posibilidades de funcionamiento independiente respecto de las restantes plantas.



*Gráfico 35 Vistas nivel de acceso Mercado Colon*

Se proyectan tres sótanos más bajo el edificio, destinados al aparcamiento de vehículos, tanto para los residentes del barrio como para el servicio del propio mercado y el entorno comercial.

El acceso y la salida de vehículos se producen por la calle Martínez Ferrando, evitando interferencias con el edificio. La rampa conduce directamente al primer sótano, con un desvío en el semisótano para el muelle de carga comercial. Las tres plantas de aparcamiento tienen una distribución similar, que se adapta a las condiciones de la parcela y respeta fielmente la estructura del edificio histórico.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA



*Gráfico 36 Vistas sótanos de estacionamiento Mercado Colon*

**CIRCULACION:** El Edificio construye un gran espacio interno permitiendo un gran movimiento peatonal constituido por un sistema de escaleras y escaleras mecánicas que permite un fácil desplazamiento entre los niveles del edificio.

Circulaciones Verticales

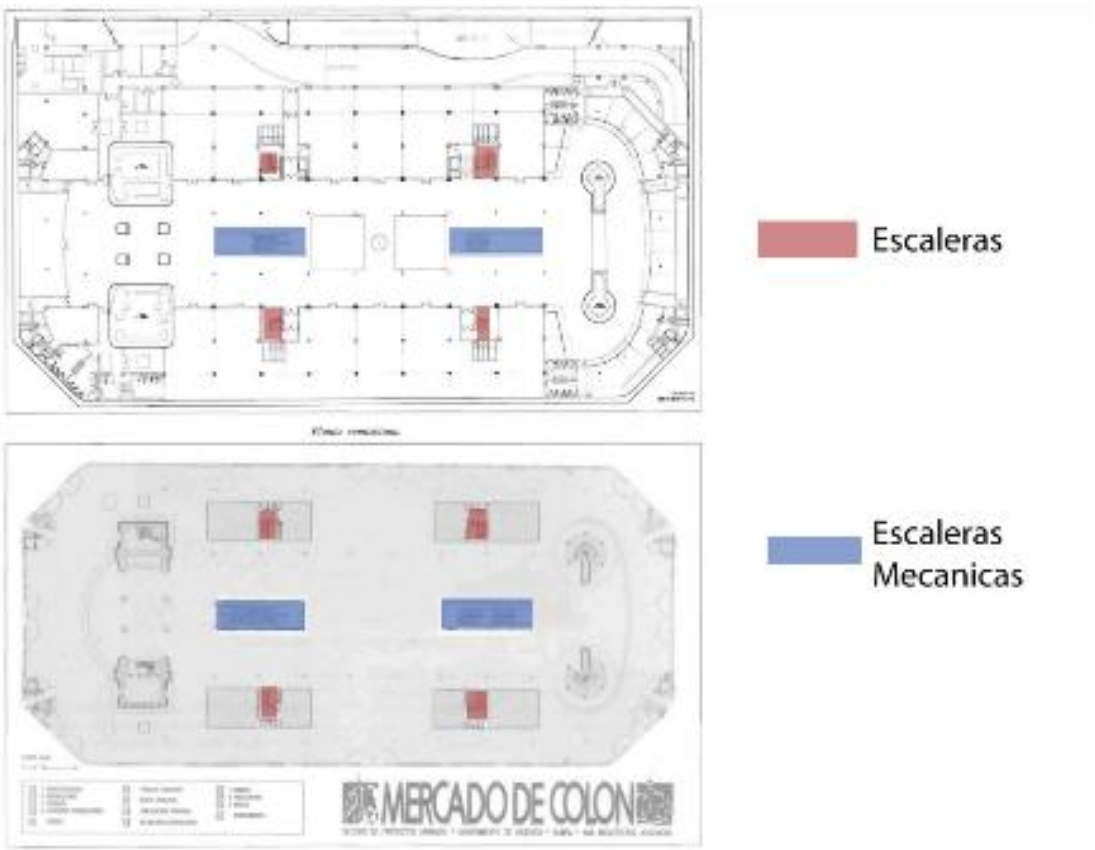



*Gráfico 37 Esquema circulaciones verticales Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



*Gráfico 38 Vistas circulaciones verticales Mercado Colon*

## Circulaciones Horizontales

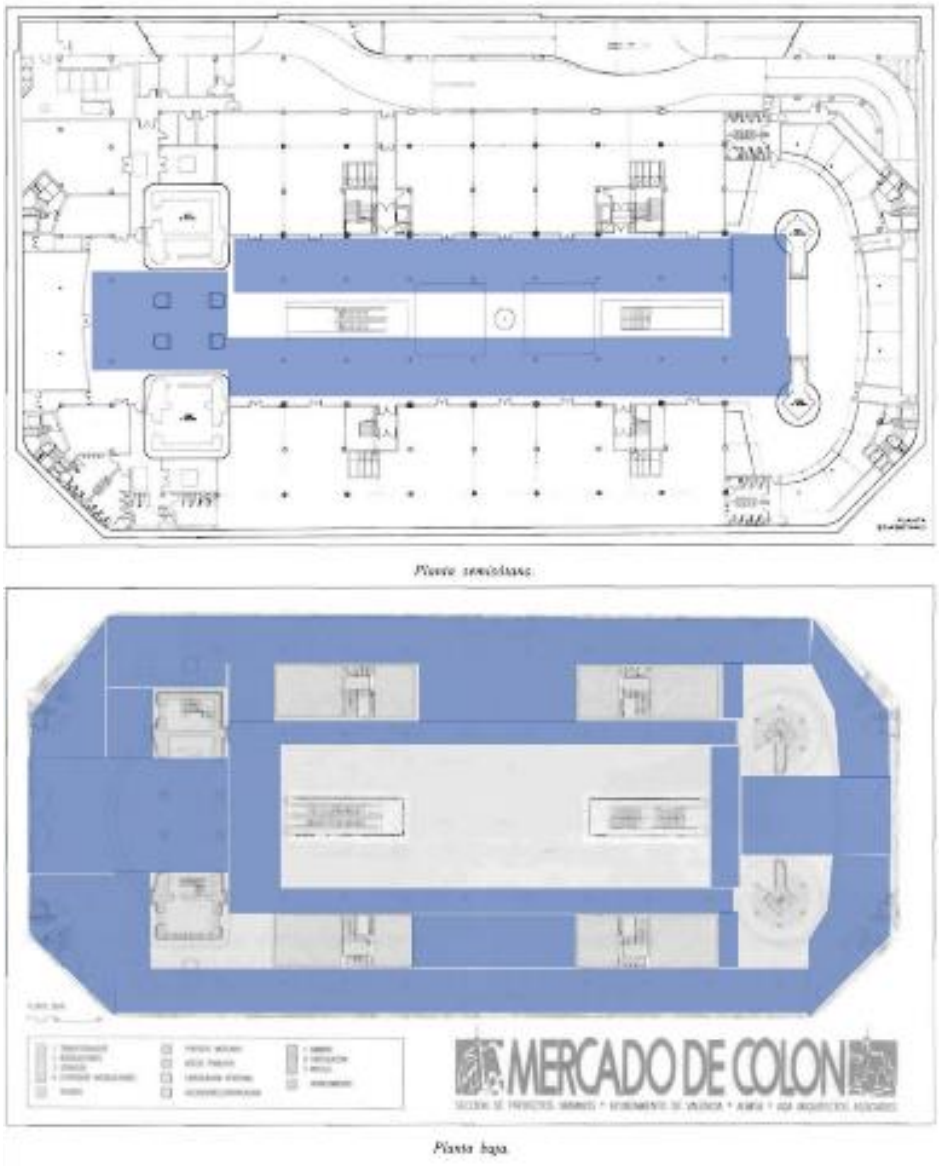



*Gráfico 39 Esquema circulacones horizontales Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

ACCESOS

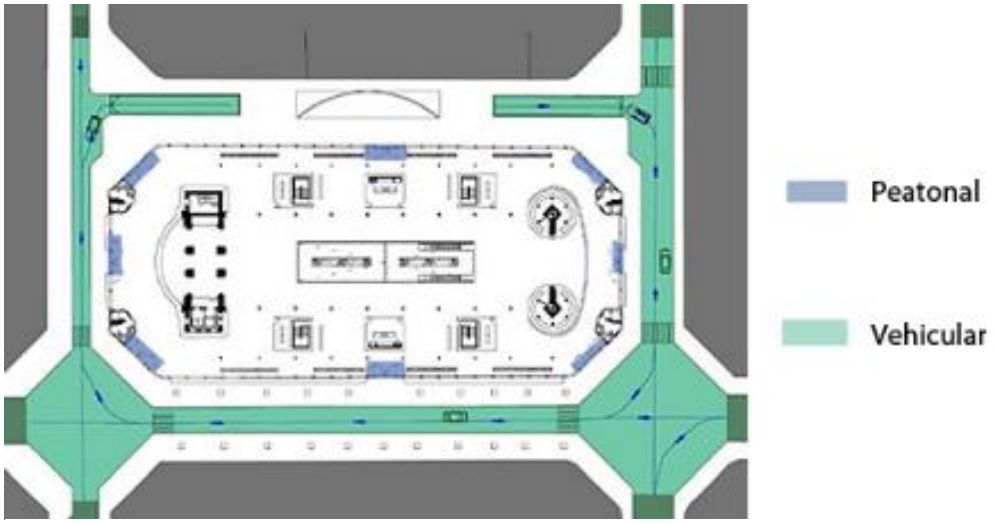



*Gráfico 40 Esquema accesos Mercado Colon*



*Gráfico 41 Vistas accesos Mercado Colon*

**FUNCION**

Programa:

El Edificio se organiza en tres áreas diferenciadas.

- 1 Subterránea estacionamientos y servicios
- 2 Mercado
- 3 Area comercial complementaria y de terrazas

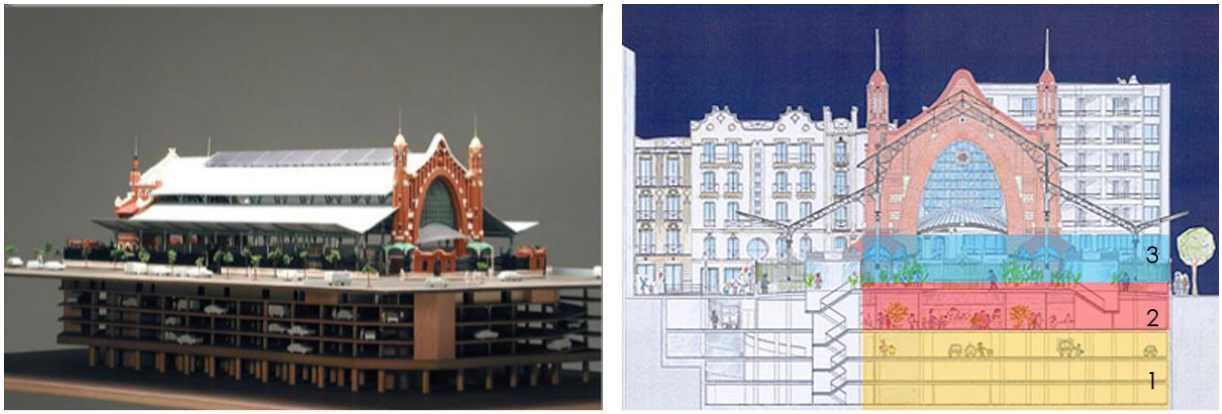



*Gráfico 42 Programa Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

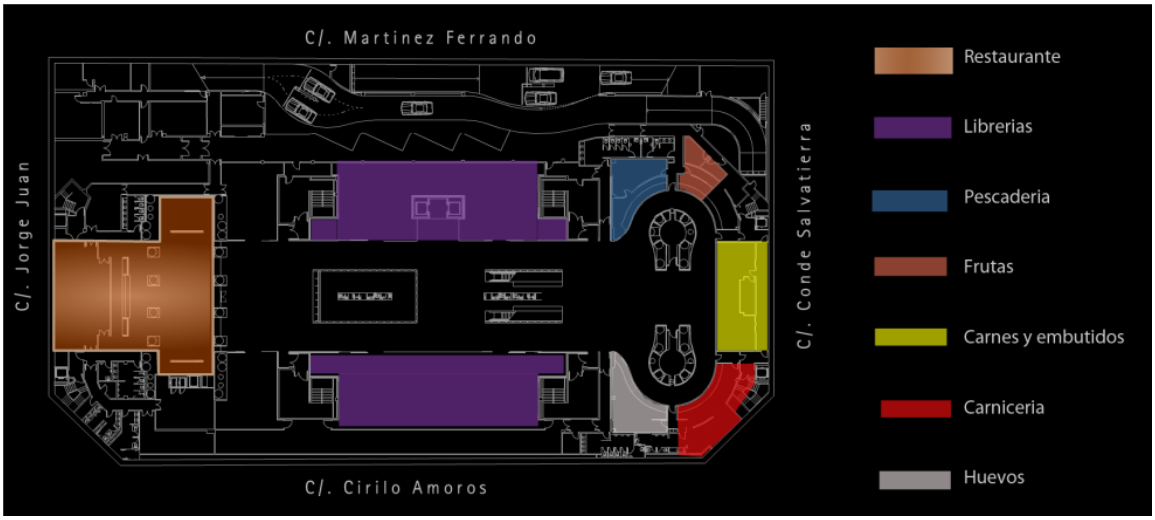



*Gráfico 43 Esquema semisótano Mercado Colon*

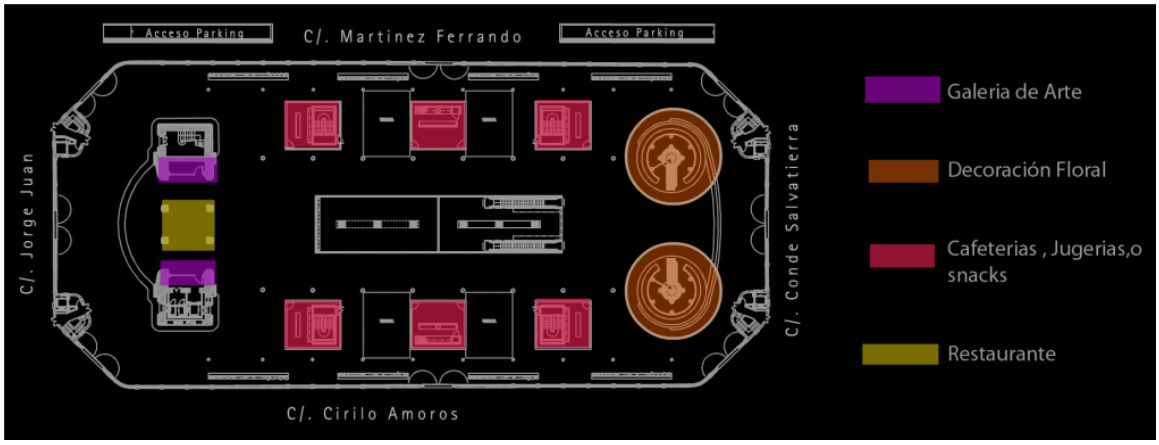



*Gráfico 44 Esquema planta baja Mercado Colon*

## CONSTRUCCION

Estructura

Estructura original: estructura de acero, cuya modulación sostiene la cobertura del mercado



*Gráfico 45 Vistas estructura metálica Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

La carga estructural hacia las plantas inferiores se realiza mediante sistema de pilotaje

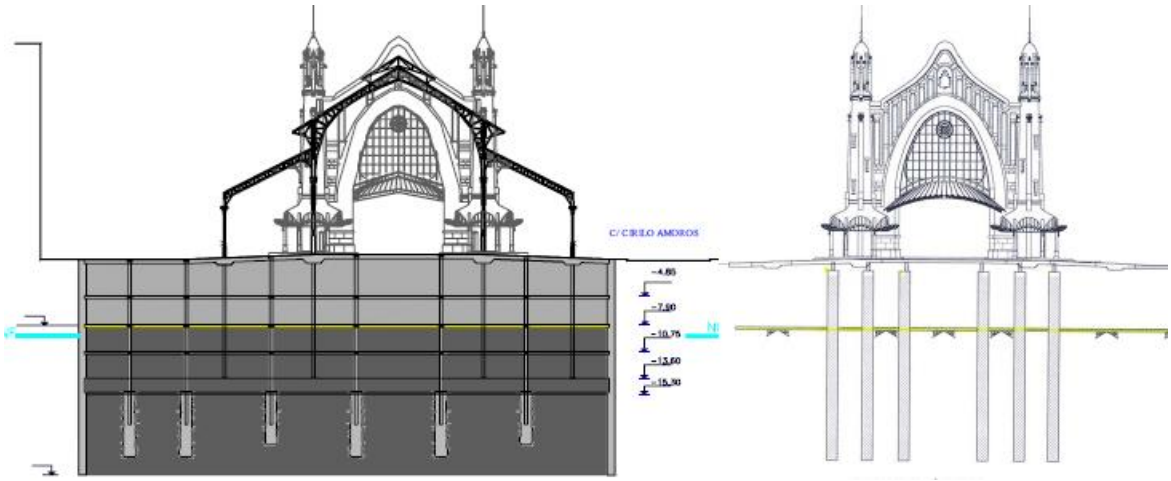


*Gráfico 46 Sistema de pilotaje Merado Colon*

Iluminacion y Ventilacion

La iluminacion  natural se de de manera zenital  por la cobertura y tambien por los extremos del edificio y los ingresos, debido a que el nivel de acceso es una planta libre

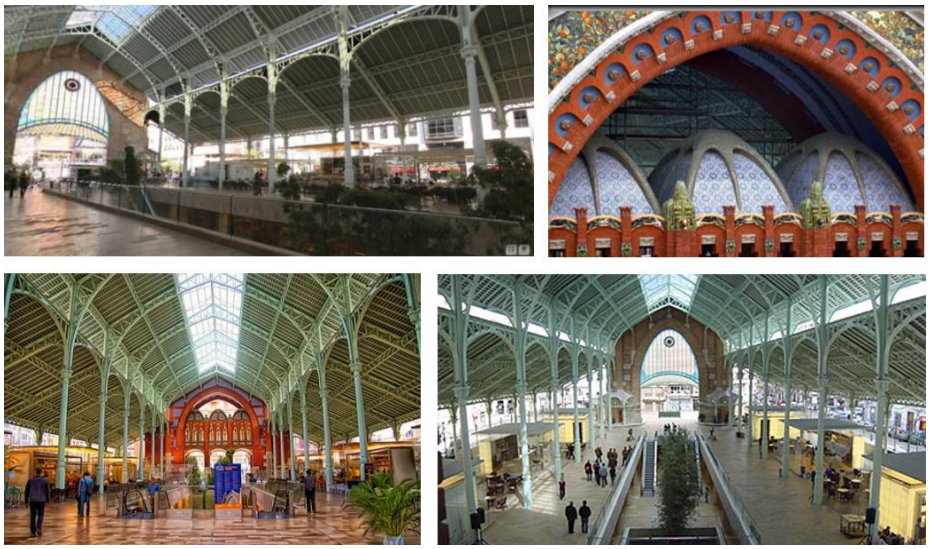


*Gráfico 47 Iluminación natural Mercado Colon*

En el semisótano y sótanos la iluminación es artificial



*Gráfico 48 Iluminación artificial Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Materiales y Colores

Estructura de acero, cobertura de acero y vidrio

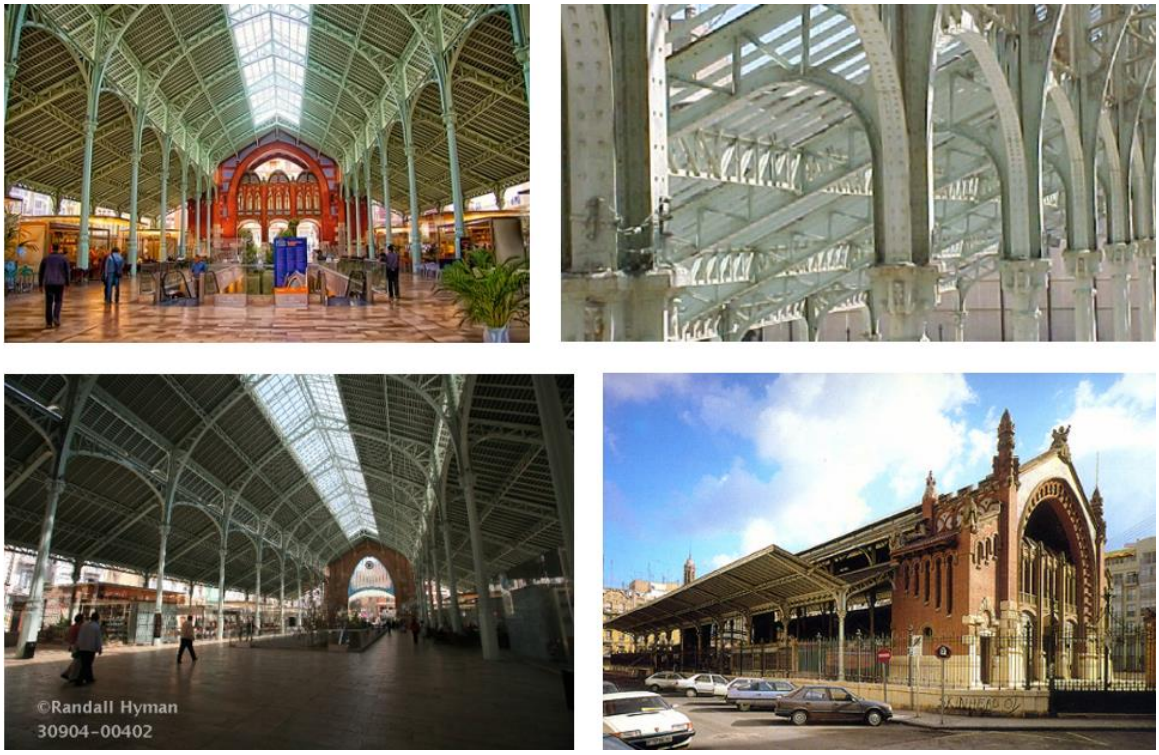



*Gráfico 49 Colores y materiales estructura  Mercado Colon*

Portadas son de ladrillo rojo con basamento de sillería y zocalo de piedra blanca

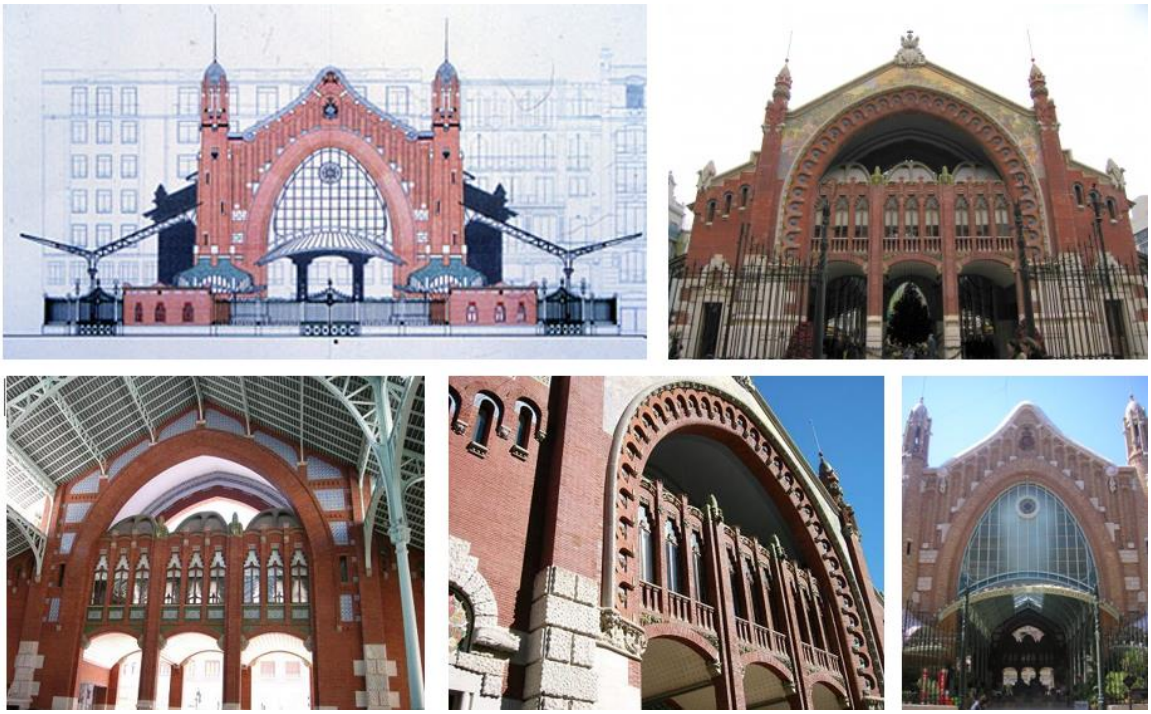


*Gráfico 50 Colores y materiales en portadas Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Murales y  molduras y coberturas  multicolor de piezas cerámicas



*Gráfico 51 Piezas ceramicas Mercado Colon*

Esculturas de píedra blanca



*Gráfico 52 Esculturas Mercado Colon*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 2. MERCADO PÚBLICO DE PORTO ALEGRE

**FICHA TECNICA**

Nombre: Mercado Público de Porto Alegre

Tipo de Intervención: Restauración

Ubicación: Porto Alegre - Brasil

Tipo de proyecto: Arquitectónico de Restauración

Profesionales Responsables: Coordinación Técnica General

- Arq. Octacílio Rosa Ribeiro (1991 a 1994)
- Arq. Teófilo Meditsch (1994 a 1997)
- Arq. Vera María Becker (1991 a 1997)

Equipo:

- Arq. Doris Oliveira
- Arq. Evaldo Schumacher
- Arq. Octacílio Rosa Ribeiro
- Arq. Teófilo Meditsch
- Arq. Vera María Becker

Premios: 3° Bienal Internacional de Arquitectura en noviembre de 1997.

Área: 15.394,04 m²

Número de Niveles: 3

Duración del Proyecto: de 1990 a 1997

Culminación e Inauguración del Proyecto: 19 de marzo del 1997

**BREVE DESCRIPCIÓN**

Inaugurado el 03 de octubre de 1896 para albergar el comercio de abastecimiento de Porto Alegre, llega a constituirse en un icono comercial y cultural de la ciudad, proyectado por el ingeniero Frederico Heydtmann, de estilo Neoclásico, sufre diversas modificaciones y sobrevive a inundaciones, incendios y amenazas de demolición. El 2 de diciembre de 1979,



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

es nombrado patrimonio histórico y cultural de Porto Alegre (Ley 4317/77), debido a esto en 1990 se conforma un equipo multidisciplinario para realizar un proyecto de restauración.

Los objetivos planteados en este Proyecto fueron:

- Rescate de la calidad estética del edificio
- Optimización de su potencial de abastecimiento
- Valorización de los espacios de socialización

El proyecto, recupera la percepción visual de la fachada, circulaciones internas y crea nuevos espacios, dotando al mercado de elementos de infraestructura moderna en el interior y el exterior para cualificar su espacio interno y asegurar su correcto funcionamiento, siendo algunas: 2 escaleras mecánicas, 2 elevadores, un memorial, vestuarios, 4 baterías de baños públicos, y un sistema de gas por tubería y la optimización de energía de las cámaras frías.

El Costo de la obra fue de R$ 9 millones siendo el 98% asumido por la prefectura de Porto Alegre y el12% restante por diversas donaciones y el fondo FUNMERCADO (Fondo Municipal del Mercado Publico) creado en 1987 por la Ley 5994/87. con la finalidad de costear la restauración, reforma, mantenimiento y construcción del mercado.

En noviembre de 1997, el proyecto de Restauración del Mercado obtiene la 3 ª Bienal Internacional de Arquitectura en la categoría Patrimonio Cultural.




*Gráfico 53 Proceso histórico Mercado Publico de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

El proyecto de restauración se realizó en cuatro etapas.

Primera: recuperación del techo y primer piso.1992



*Gráfico 54 Recuperación techo y primer piso Mercado Publico de Porto Alegre*

Segunda: Inserción de la nueva cobertura del patio e integración visual del 2do piso. 1994



*Gráfico 55 Cobertura y fachada segundo nivel Mercado Publico de Porto Alegre*

Tercera: Recuperación del piso superior. 1995



*Gráfico 56 Segundo nivel culminado Mercado Publico de Porto Alegre*

Cuarto: Modificación al Interior del mercado. 1995



*Gráfico 57 Trabajos al interior Mercado Publico de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



*Gráfico 58 Maqueta Mercado Publico de Porto Alegre*

Fotos actuales

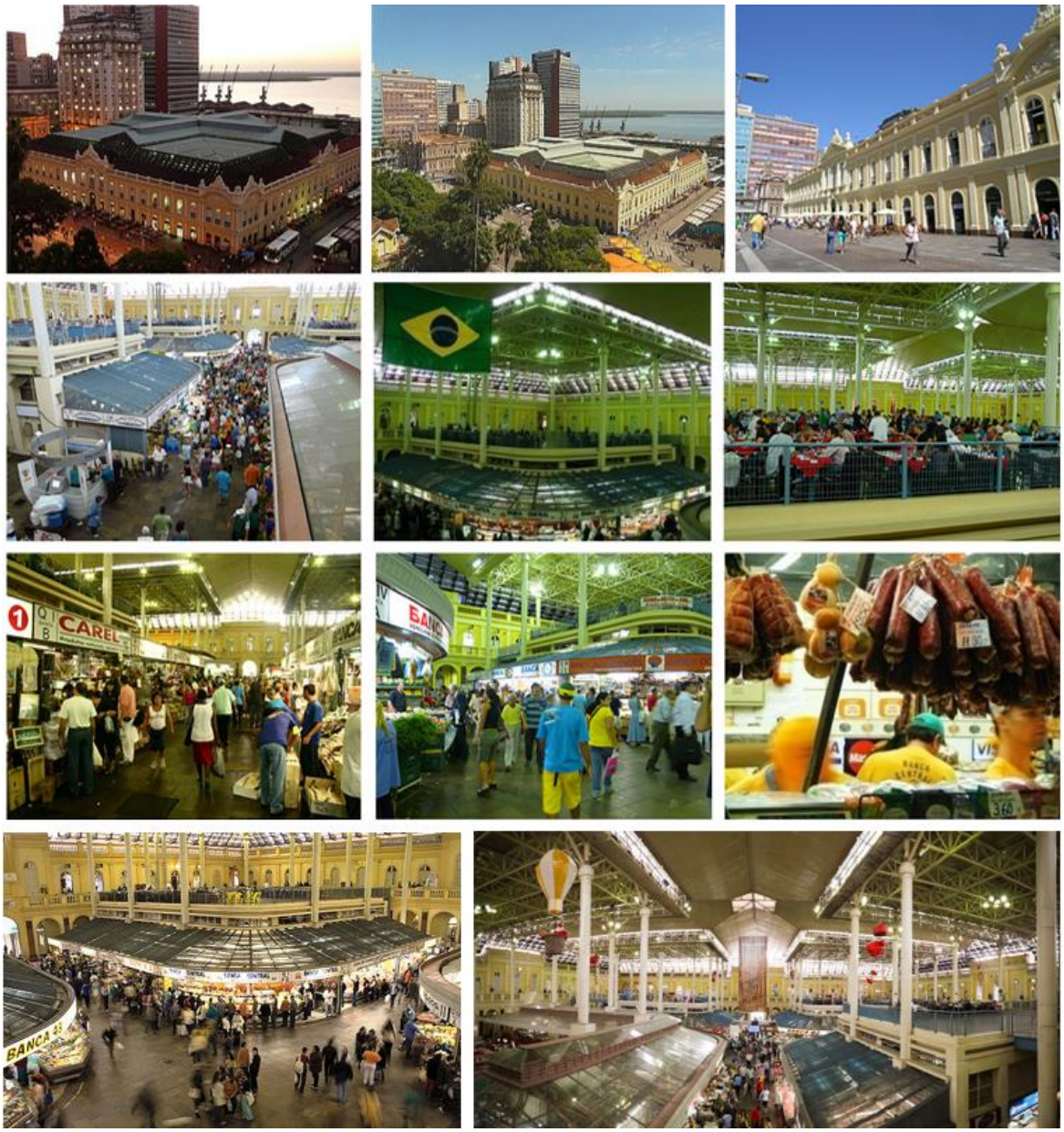



*Gráfico 59 Collage Mercado Publico de Porto Alegre post intervención*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 2.1 CONTEXTO

El Mercado Publico de Porto Alegre se localiza en el sector Oeste de la ciudad, en el casco histórico

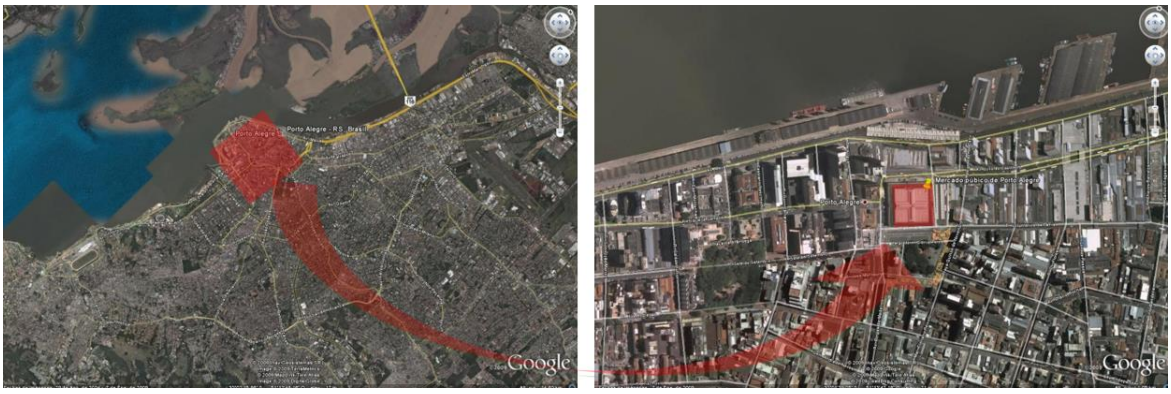



*Gráfico 60 Localización del Mercado Publico de Porto Alegre*

## PERIMETRO

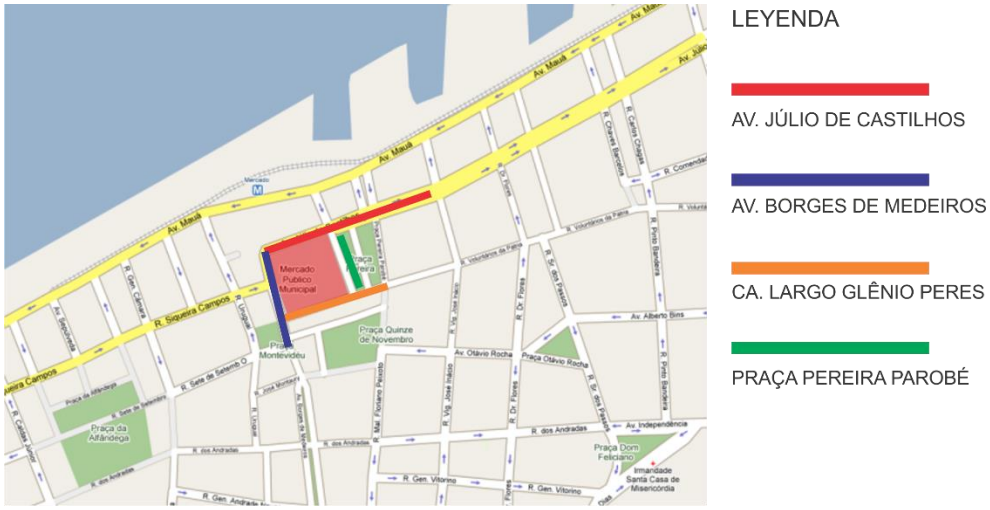



*Gráfico 61 Perímetro Mercado Publico de Porto Alegre*

## ENTORNO INMEDIATO




*Gráfico 62 Entorno inmediato Mercado Publico de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## VALORES ARQUITECTONICOS DE LA ZONA

### Chalet de la Plaza XV de Agosto




*Gráfico 63 Ubicación y vistas chalet Plaza VX de Agosto*

### Palacio Municipal




*Gráfico 64 Ubicación y vistas Palacio Municipal Porto Alegre*

### Terminal de Omnibuses

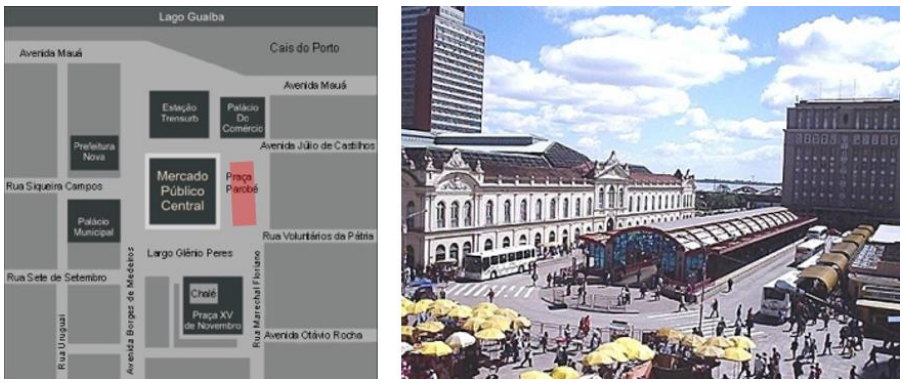



*Gráfico 65 Ubicacion y vistas terminal de omnibuses*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Estación de Trensurb




*Gráfico 66 Ubicación y vistas estación Trensurb*

Palacio do Comercio




*Gráfico 67 Ubicación y vistas Palacio do comercio*

Prefectura




*Gráfico 68 Ubicación y vistas nueva prefectura*

## ESPACIOS LIBRES

El mercado cuenta con 3 espacios libres en su entorno inmediato, los cuales sirven de desfogue para la dinámica generada el mercado en la zona

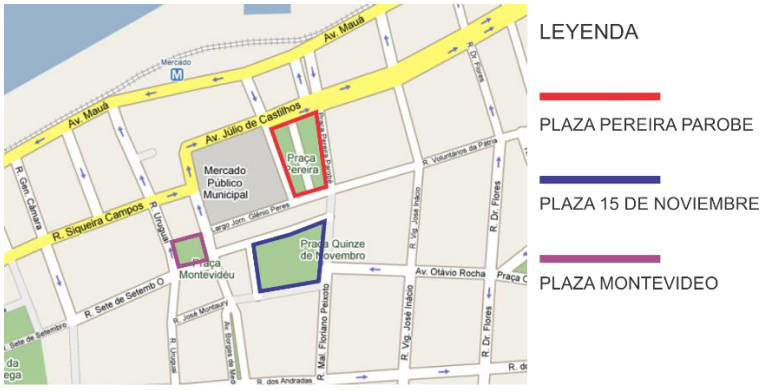



*Gráfico 69 Espacios libres entorno Mercado Publico de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**LLENOS Y VACIOS:** El grano de edificación de la zona no es regular, en lado es de manera densa y en otro lado no es denso, en el entorno inmediato predominan el vacío sobre el lleno.

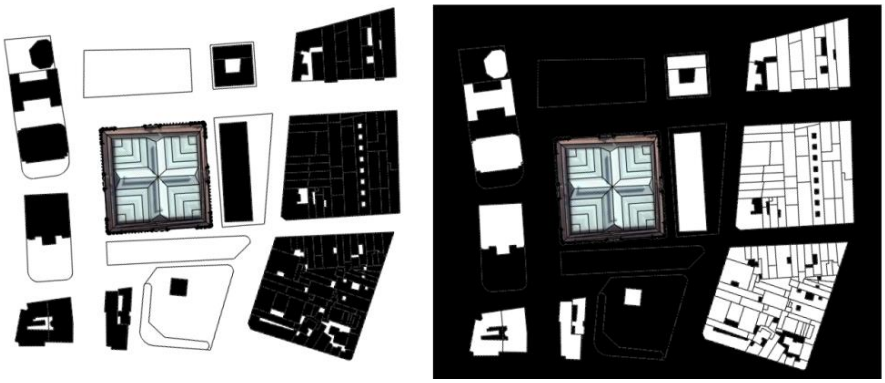


*Gráfico 70 Llenos y vacíos entorno Mercado Publico de Porto Alegre*

**ALTIMETRIA:** No se evidencia un predominio claro del número de niveles en las edificaciones, creando un entorno diverso y por momentos confuso, contando con fuertes contrastes de altura, el entorno inmediato al mercado presenta alturas muy fuertes, lo cual es aliviado gracias a los espacios libres que existen entre el mercado y su entorno edificado.

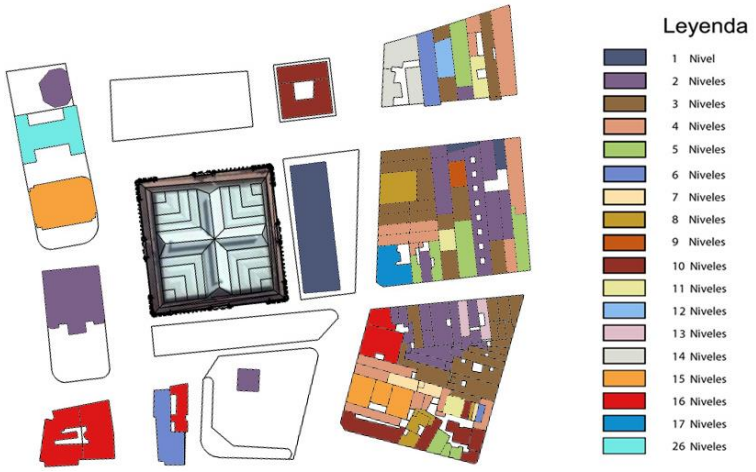



*Gráfico 71 Alturas de edificación entorno Mercado Publico de Porto Alegre*

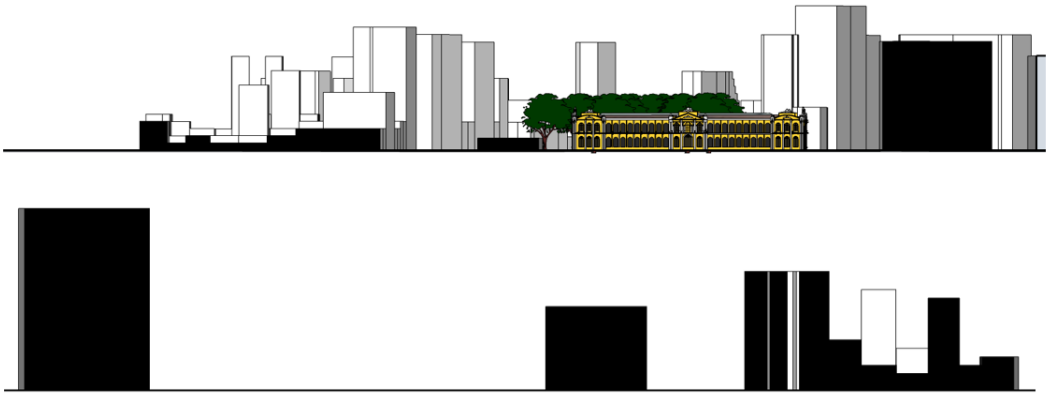


*Gráfico 72 Perfiles Av. Julio de Castilhos*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

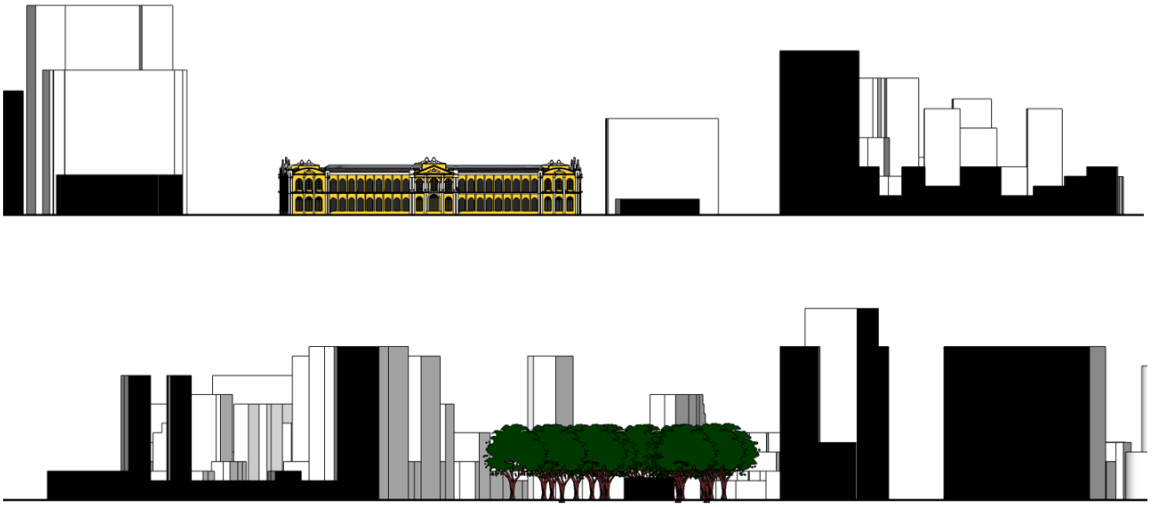


*Gráfico 73 Perfiles Ca. Largo Glênio Peres*

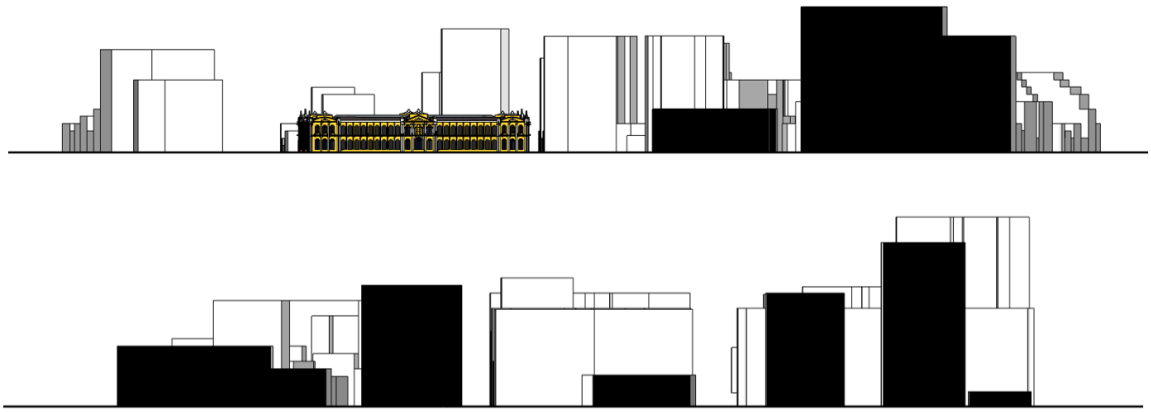


*Gráfico 74 Perfiles Av. Borges de Medeiros*

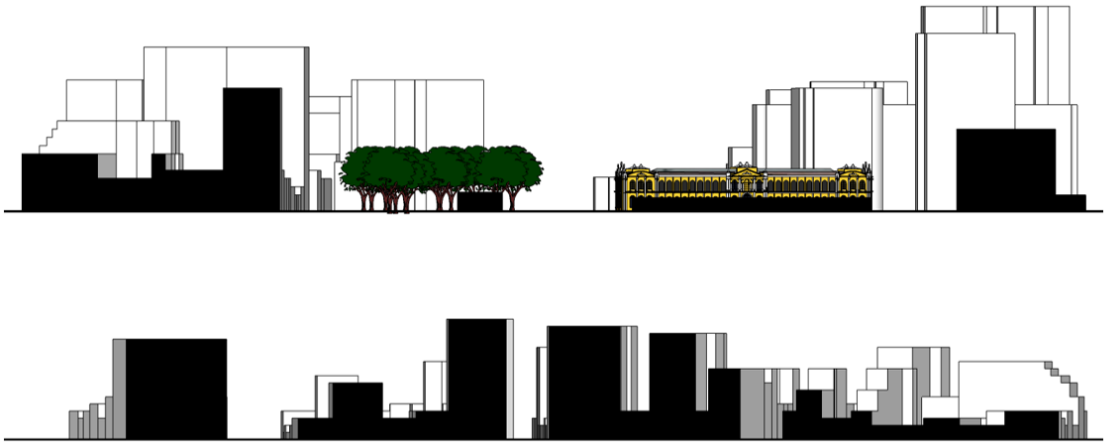


*Gráfico 75 Perfiles Praça Pereira Parobé*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

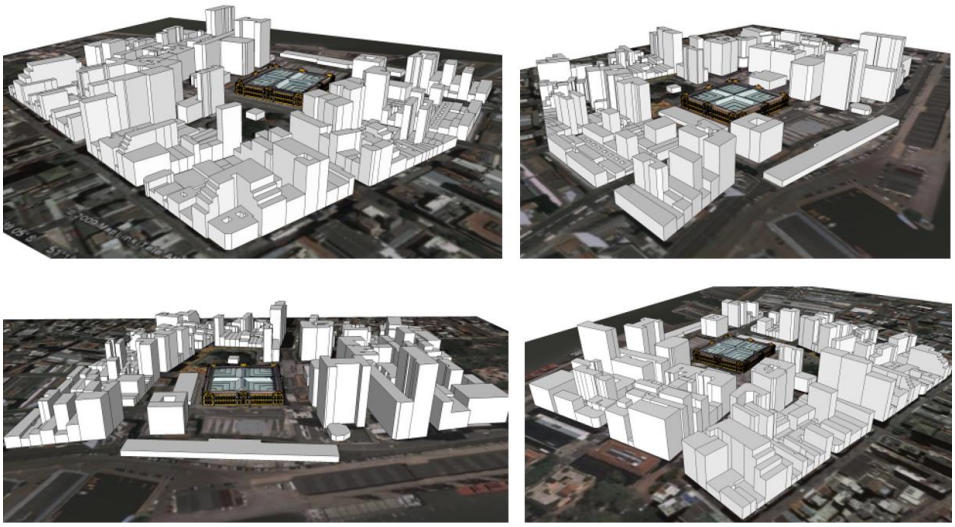


*Gráfico 76 Volumetría entorno Mercado Publico de Porto Alegre*

**USOS:** De usos diversos, la zona presenta en su mayoría equipamientos de servicio público, como instituciones, también cuenta con un gran porcentaje de espacios libres.

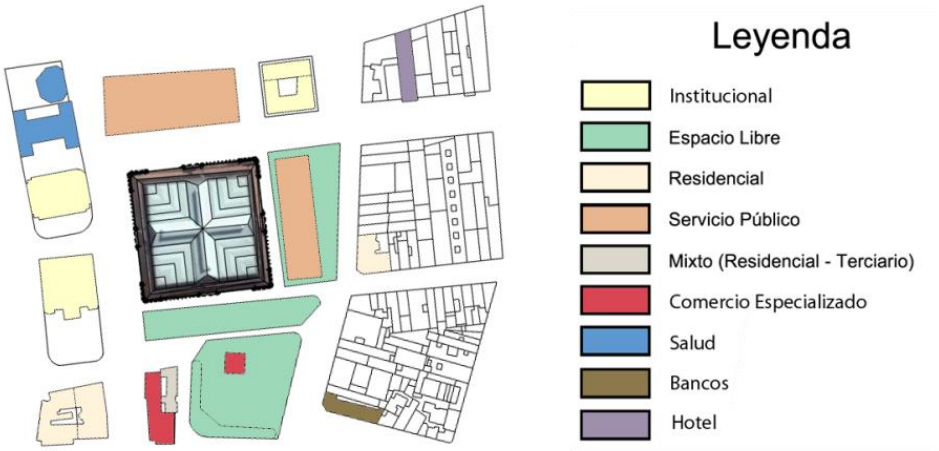



*Gráfico 77 Usos de suelo entorno Mercado Publico de Porto Alegre*

## ACCESIBILIDAD Y TRANSPORTE

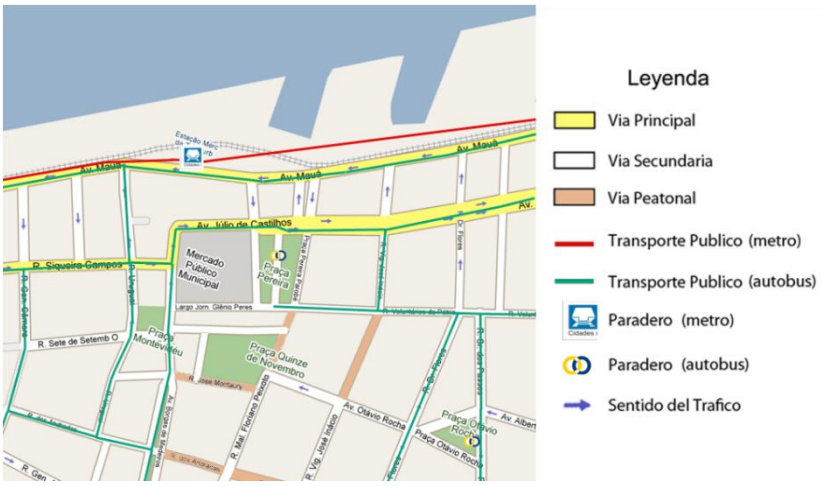



*Gráfico 78 Vialidad entorno Mercado público de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**SISTEMA DE TRANSPORTE:** El sistema de transporte público en Porto Alegre se realiza en metro (TrenSurb) y en autobús (carris), encontrandose a cargo de la prefectura para el metro y un concesionario para el autobús.

**FLUJO VEHICULAR – PARADAS:** El sistema de transporte está organizado para que las vías de transporte público (autobús) pasen por el mercado con un gran paradero en frente del de la estación de metro, asi el principal medio de movilización es mediante el sistema de transporte público, sin saturar las calles con tráfico privado.

**USOS Y CRITERIOS:** Se optimizan las condiciones para las actividades de consumo ampliando el mix comercial tradicional situándola en el segundo nivel y mezanine, ganando la planta baja para el desarrollo de actividades de abastecimiento tradicional, lúdicas y culturales, estas últimas se consideran complementarias, consisten en ferias y festivales itinerantes, conciertos, actuaciones especiales, performances etc.

## 2.2 USUARIOS (GRUPO META)

El tipo de Usuario o grupo meta fueron

- Amas de casa: Abastecimiento de productos de primera necesidad.
- Turismo cultural

## 2.3 VARIABLES DEL EDIFICIO

**ESTILO ARQUITECTÓNICO:** Debido a los diferentes cambios realizados en la vida del Mercado este tuvo un estilo ecléctico, en el proyecto de restauración se debía recuperar el estilo original de las fachadas, siendo este Neoclásico

**ESTRUCTURA INTERIOR:** El proyecto de restauración debía conservar el sistema estructural interior ya que era considerado patrimonio.

**INTEGRACIÓN ESPACIAL:** Aunque el mercado tenía dos niveles, estos no tenían una integración espacial por la cual el proyecto de restauración debía generar dicha integración para que el mercado sea concebido como un todo y no como dos niveles separados.

**ACTIVIDAD DE ABASTOS:** El Mercado debía conservar las actividades de abastecimiento de productos de primera necesidad ya que esta constituía su principal riqueza, promoviendo la interacción social de la población y la identidad de la gente con su mercado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**ACTIVIDADES CULTURALES:** Se debía generar un ambiente propicio para el desarrollo de actividades culturales- sin interrumpir las actividades propias del mercado, reforzando asi la identidad cultural de la población con su mercado.

Actualmente se desarrollan exposiciones de pinturas, ferias de libros, de productos típicos, ferias gastronómicas, y muestras de expresión artística –actuación, danza, música- todas estas actividades se desarrolla por temporadas.

## 2.4 ANALISIS ARQUITECTONICO

VOLUMETRIA: Se compone de un solo volumen que contiene todo el espacio interior.



*Gráfico 79 Volumetría Mercado Publico de Porto Alegre*

La composición de la fachada era ecléctica por las diversas modificaciones por las que paso el edificio, pero en el proceso de restauración recupero su estilo original, neoclásico.

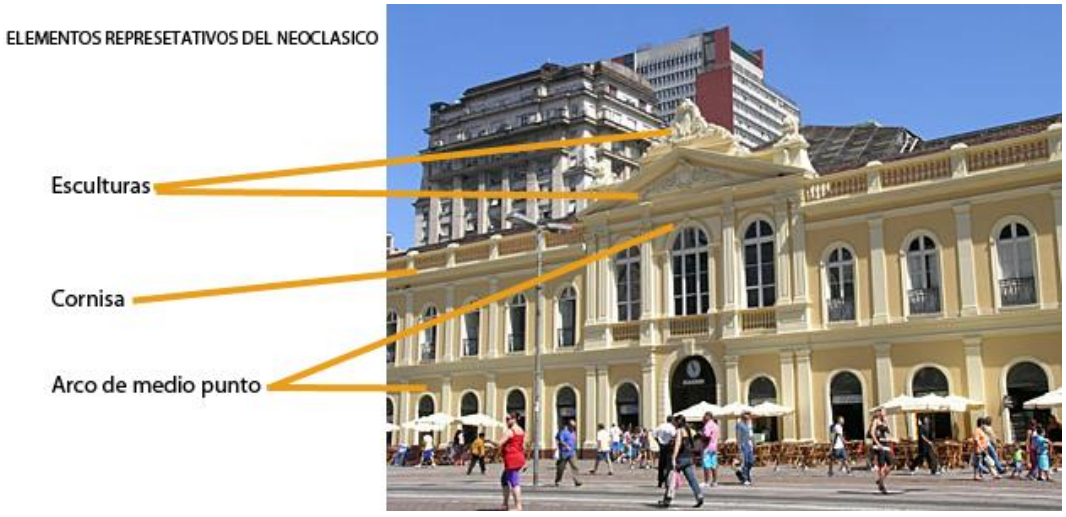



*Gráfico 80 Composición fachada Mercado Publico Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**ORGANIZACIÓN:** Se organiza de forma centrípeta por medio de un patio central el cual posee dos niveles de altura, protegido por una cobertura de acero y vidrio la cual cobija la planta baja que alberga las actividades de abastecimiento tradicional, lúdicas y culturales, coronada por un nivel de mezanine a manera de gran balcón, donde se ubicaron restaurantes, fotocopiadoras, etc. con esto se buscó la dinamización del espacio y la conexión visual y socialización entre todo el público.




*Gráfico 81 Vistas del patio cenral y mezanine Mercado Publico de Porto Alegre*

## CIRCULACION

Circulaciones Verticales

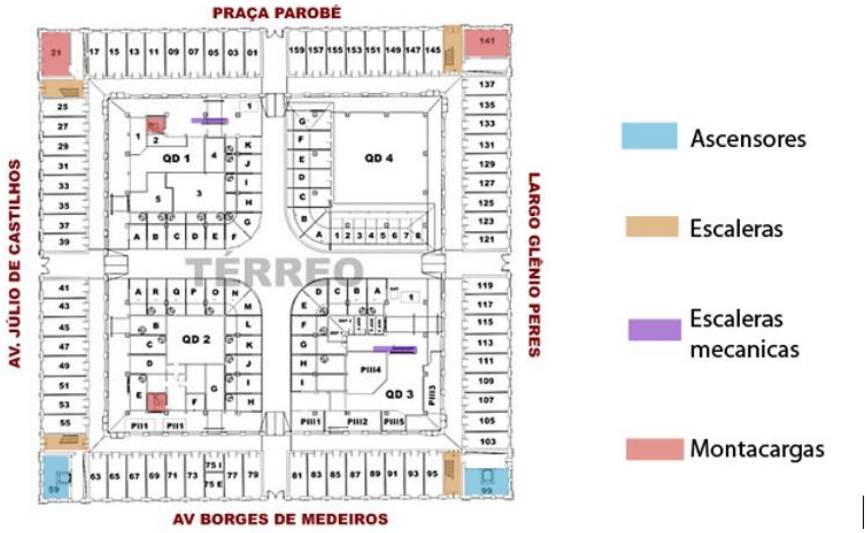



*Gráfico 82 Esquema circulaciones verticales planta baja Mercado Publico Porto de Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

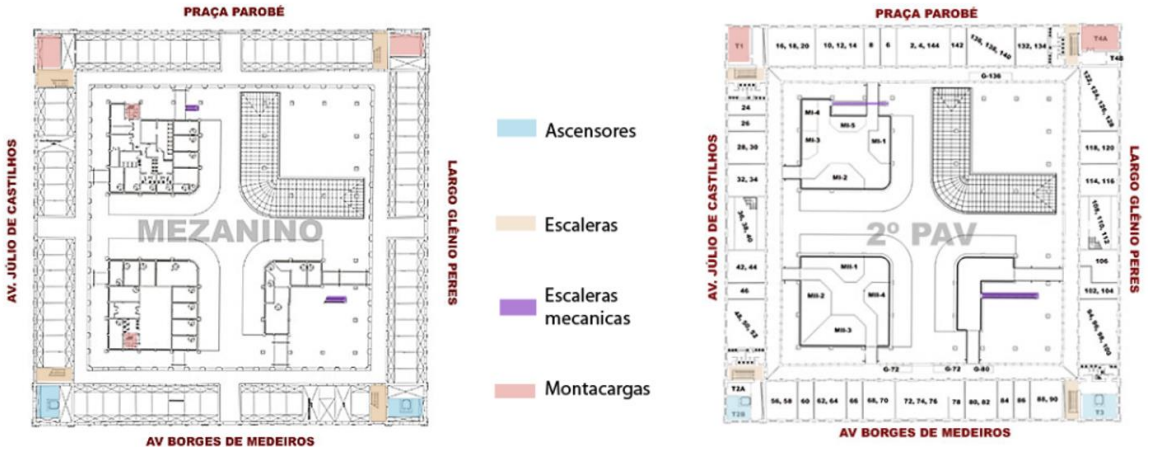



*Gráfico 83 Esquema circulaciones verticales mezanine y segundo nivel Mercado Publico Porto de Alegre*

## Circulaciones Horizontales




*Gráfico 84 Esquema circulaciones verticales Mercado Publico de Porto Alegre*

## ACCESOS

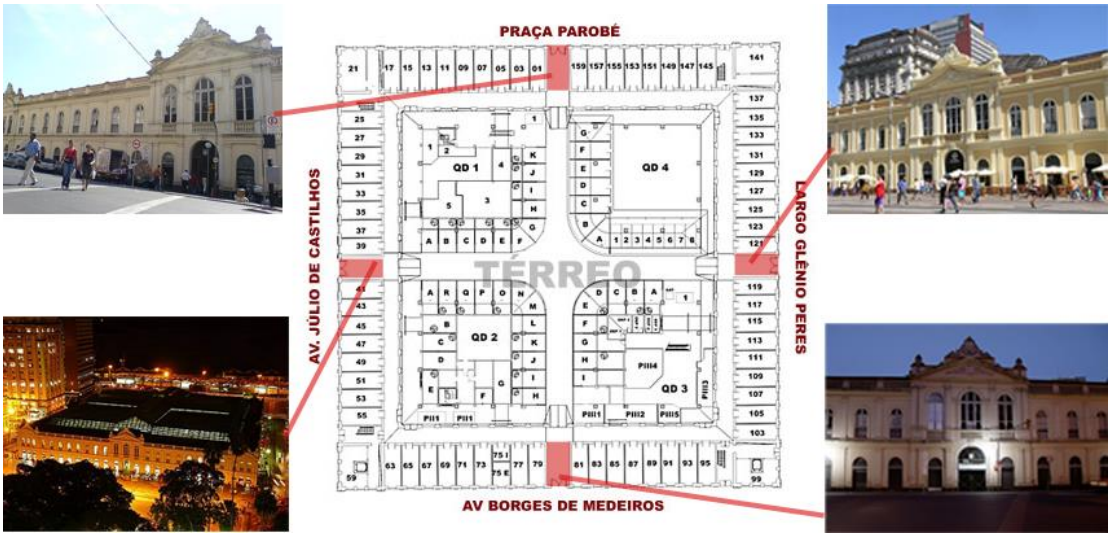



*Gráfico 85 Esquema de accesos Mercado Publico de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FUNCION

Planta Baja: En este nivel se encuentran la mayoría de las tiendas y puestos del mercado




*Gráfico 86 Esquema y vista planta baja Mercado Publico de Porto Alegre*

Mezanine: Planta intermedia donde se encuentran los depósitos de los puestos y tiendas, cafetería y vestuarios para los funcionarios.

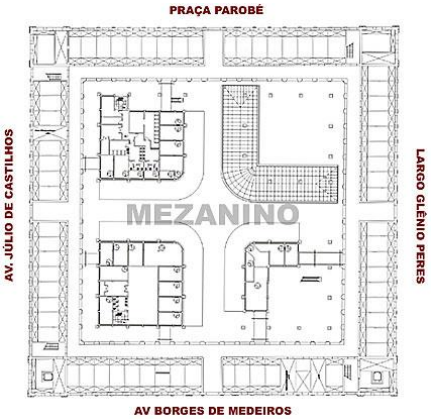



*Gráfico 87 Esquema mezanine Mercado Publico de Porto Alegre*

Segundo Nivel: Piso, donde se ubican varias tiendas de servicios complementario como 7 restaurantes, fotocopiadora, telecentros.

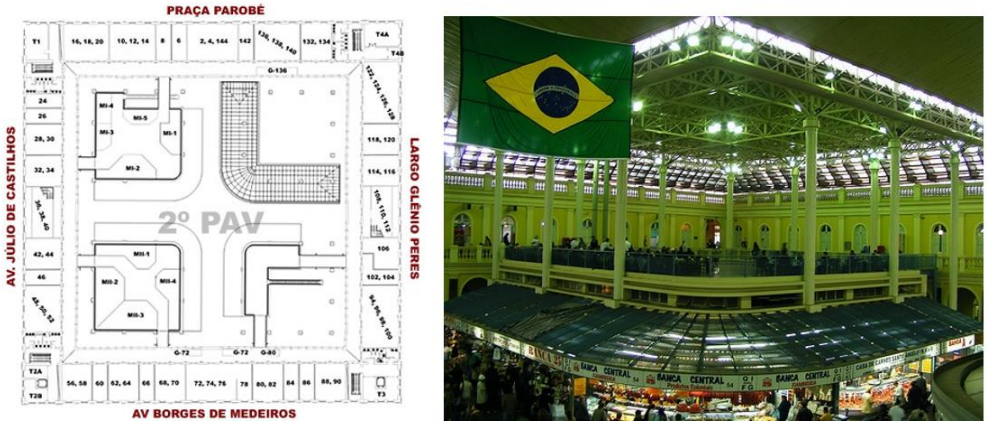



*Gráfico 88 Esquema y vista segundo nivel Mercado Publico de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Iluminacion y Ventilacion: La iluminacion y ventilacion es naturalde manera zenital indirecta por la cobertura del patio central

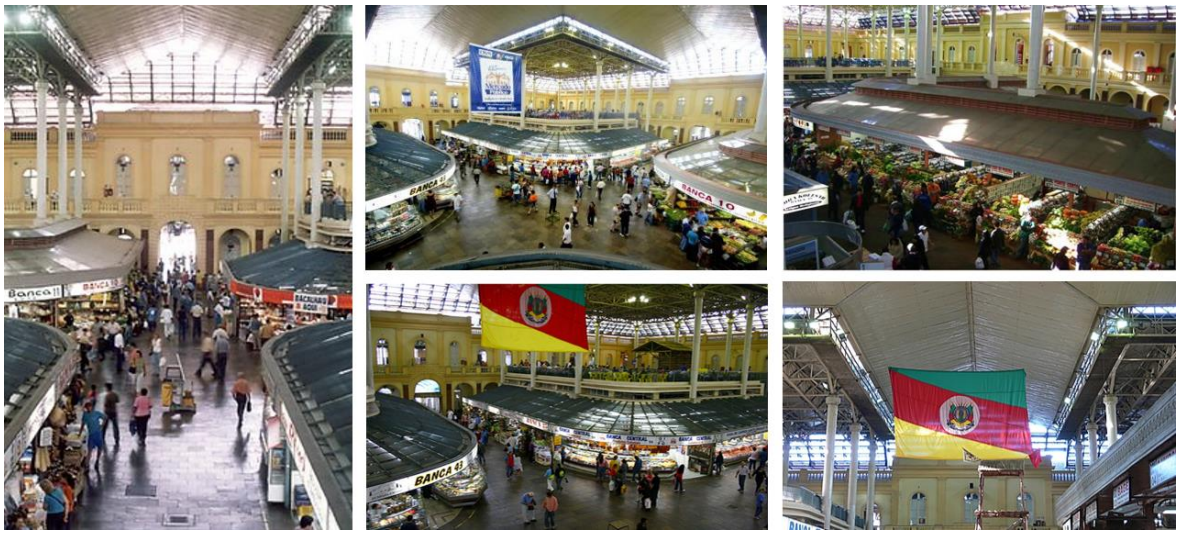


*Gráfico 89 Vistas iluminación zenital Mercado Publico de Porto Alegre*

Materiales y Colores

Coberturas vidrio y acero,



*Gráfico 90 Cobertura Mercado Publico de Porto Alegre*

Columnas estructurales de acero



*Gráfico 91 Columnas metalicas Mercado publico de Porto Alegre*

Color: amarillo y blanco

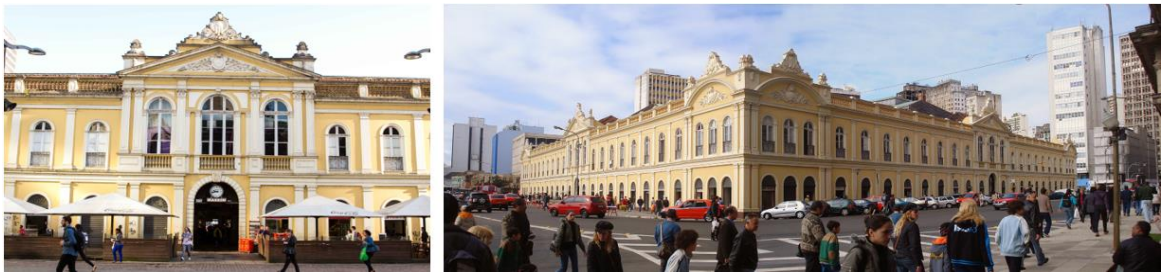


*Gráfico 92 Colores Mercado Publico de Porto Alegre*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 3. MERCADO LIBRE DE CHACAO

**FICHA TECNICA**

Nombre: Mercado Libre de Chacao

Ubicación: Caracas - Venezuela

Profesionales Responsables: Marques & Tamayo Arquitectos C.A

- Arq. Alberto Manrique V.
- Arq. Guadalupe Tamayo
- Sr. Jesús Manrique

Área: 11.500 $m^2$

Número de Niveles: 4

Duración del Proyecto: de 2001 al 2008

Culminación e Inauguración del Proyecto: 30 de octubre de 2008

**BREVE DESCRIPCIÓN**

Construido hace más de 45 años se ubica en el casco central de Chacao, centro tradicional del municipio, este mercado se logra constituir en un lugar propicio para el desarrollo de la cultura, contribuyendo a elevar y mantener la calidad de vida en el sector.

El Mercado Libre de Chacao fue declarado "Tradición Oral" del municipio de Chacao mediante resolución N° 003-05 el 20 de febrero del 2005 Dicha "Tradición Oral" se encuentra incluida en el "I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano 2004-2005", publicado en el catálogo del Patrimonio Cultural del Municipio de Chacao (Órgano creado en la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural)

¿Qué es Tradición Oral?

Se denomina Tradición Oral a todo patrimonio vivo de país, costumbre, tradición y vivencia que tiene significado y relevancia por ser una actividad que propicia el intercambio, la interacción, la participación, el dialogo y define la identidad de nuestro pueblo

El Proyecto del Mercado Libre es la primera Etapa del Proyecto de Espacios Públicos "Mercado Libre y Centro Cívico de Chacao" del Plan Maestro



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA




*Gráfico 93 Isometría proyecto Mercado Libre de Chacao*

El proyecto Mercado Libre y Centro Cívico de Chacao consta de tres etapas

Primera: Mercado Libre de Chacao

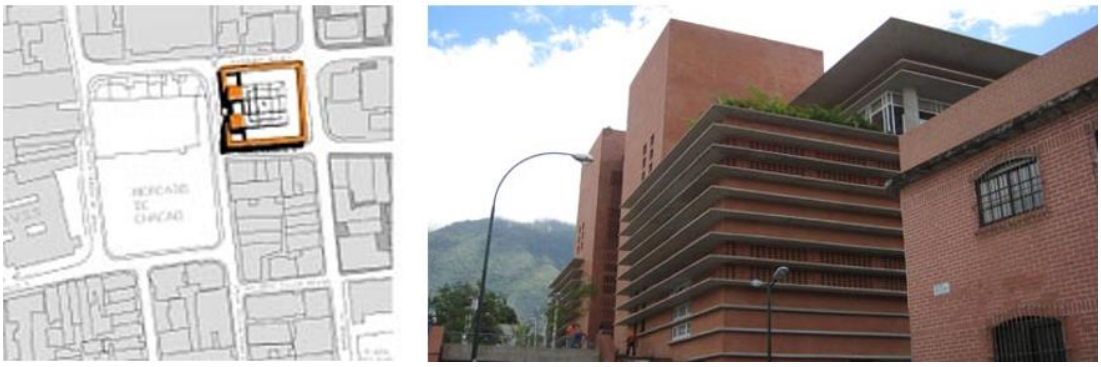


*Gráfico 94 Ubicación y vista del mercado en plan general*

Segunda: Plaza Pública y Estacionamientos Subterráneos



*Gráfico 95 Ubicación y vista de plaza cívica en plan general*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tercera: Centro Cívico



*Gráfico 96 Ubicación y vista de centro cívico en plan general*

El objetivo de este proyecto integral es generar una serie de espacios para el uso ciudadano, lograr la regeneración urbana de sectores estratégicos recreacionales, y brindar así una mejor calidad de vida a sus habitantes, ofreciéndoles núcleos de servicio propicios para el encuentro ciudadano y el intercambio cultural, generando áreas públicas comerciales, educativas y de estacionamientos, que contribuyan a la revitalización del Casco de Chacao.

**VISIÓN DEL MERCADO**

Mercado Popular de Chacao un acervo cultural que debe ser protegido, promovido e impulsado para su preservación como tesoro para las generaciones futuras.



*Gráfico 97 Collage vistas generales Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## 3.1 CONTEXTO

El Mercado Central de Chacao ocupa 11.620 $m^2$ de construcción en el sector este de la ciudad de Caracas (municipio de Chacao)



*Gráfico 98 Localización Mercado Libre de Chacao*

## LOCALIZACION EN LA CIUDAD:




*Gráfico 99 Perímetro Mercado libre de Chacao*

## VALORES ARQUITECTONICOS DE LA ZONA

Iglesia San José de Chacao

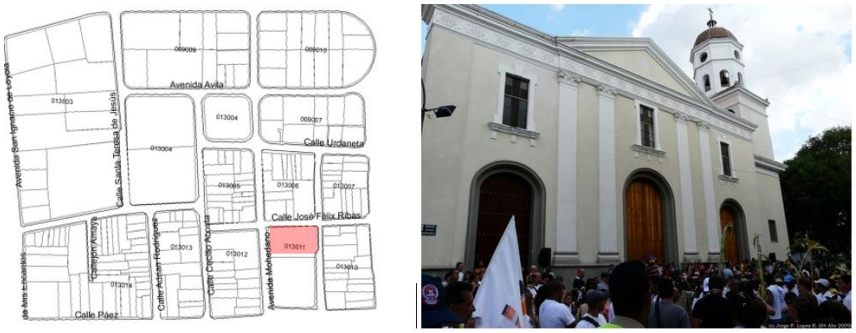



*Gráfico 100 Ubicación y vista Iglesia San José de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Plaza Simón Bolívar de Chacao




*Gráfico 101 Ubicación y vista Plaza Simón Bolívar de Chacao*

Futura Plaza San José de Chacao




*Gráfico 102 Ubicación y vista Plaza San José de Chacao*

Futuro Centro Cívico Cultural de Chacao




*Gráfico 103 Ubicacion y vista Centro Civico Cultural de Chacao*

**ESPACIOS LIBRES:** cuenta con dos espacios libres en su entorno, siendo el más cercano la Plaza cívica San José de Chacao y el otro espacio es la plaza Simón Bolívar

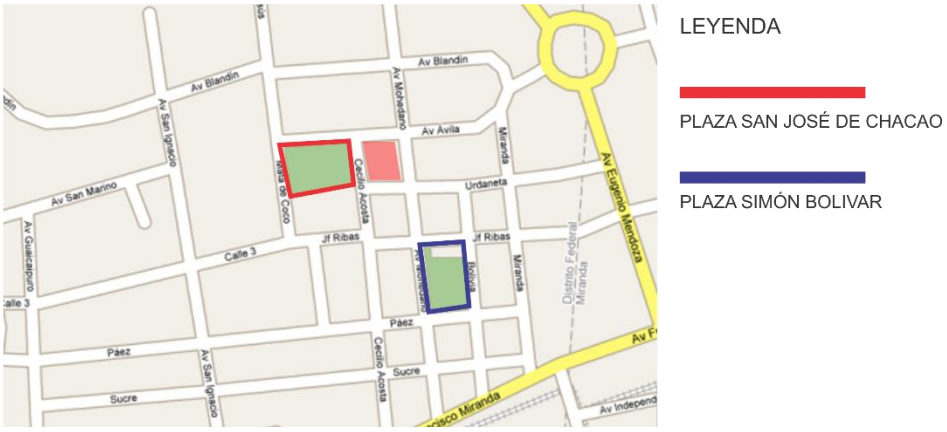



*Gráfico 104 Espacios libres entorno Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**LLENOS Y VACIOS:** El grano de edificación de la zona no es regular, en lado es de manera densa y en otro lado no es denso, en el entorno inmediato predominan el vacío sobre el lleno.

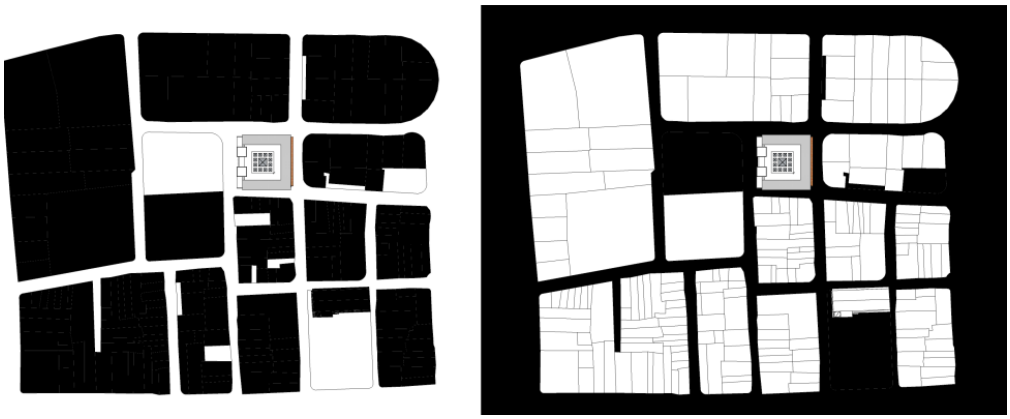


*Gráfico 105 Llenos y vacíos entorno Mercado Libre de Chacao*

**ALTIMETRIA:** La zona está caracterizada por una heterogeneidad de aturas, predominan las construcciones de 2 y 3 niveles, mientras que las más reciente presentan mayores alturas.




*Gráfico 106 Alturas de edificación entorno Mercado Libre de Chacao*

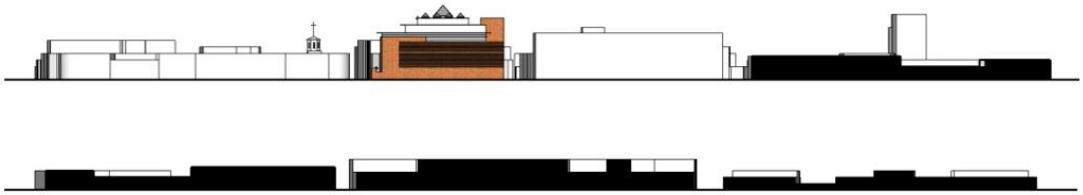


*Gráfico 107 Perfiles Av. Avila*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



*Gráfico 108 Perfiles Av. Mohedano*

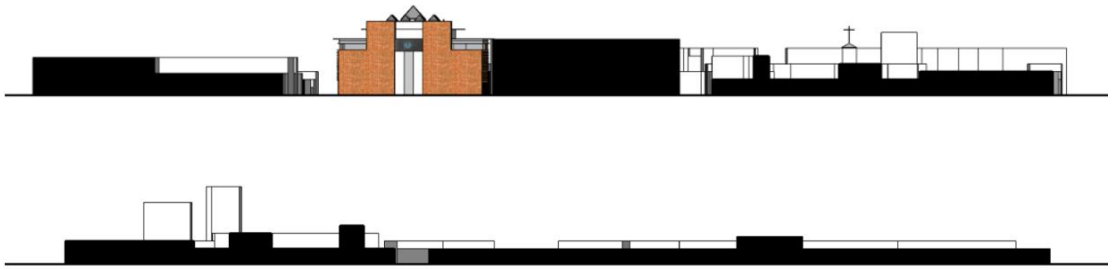


*Gráfico 109 Perfiles Calle Cecilio Acosta*

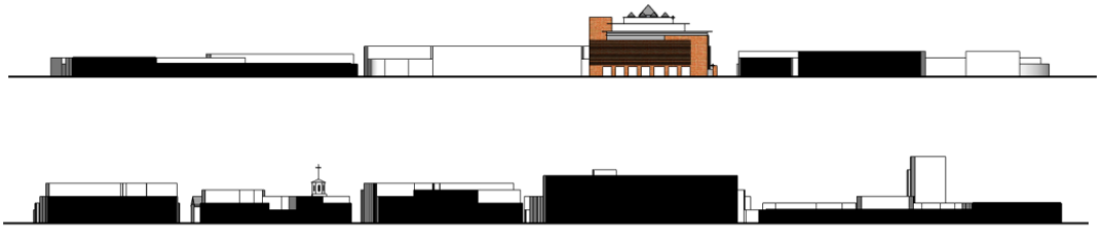


*Gráfico 110 Perfiles Calle Urdaneta*

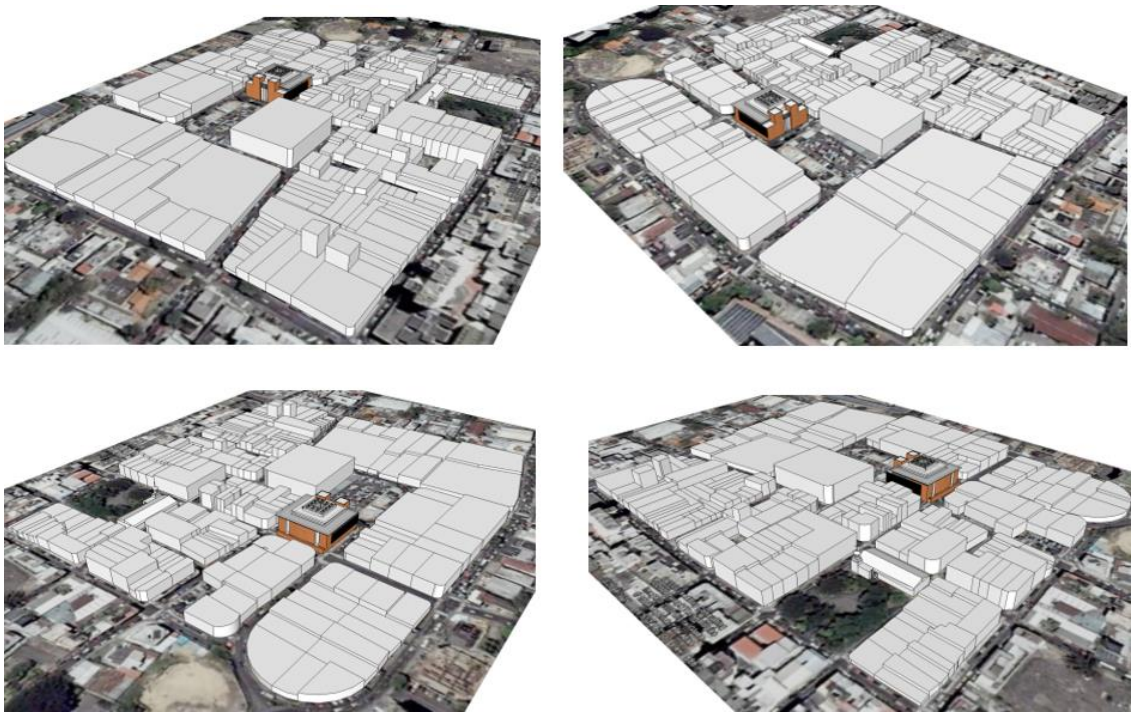


*Gráfico 111 Volumetría entorno Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

USOS: Predomina la mezcla del uso residencial y comercial, por lo que el uso del suelo es mixto. La tipología predominante es la de edificios por apartamentos con locales comerciales en planta baja, con estructuras adosadas, carentes en su mayor parte de estacionamientos.

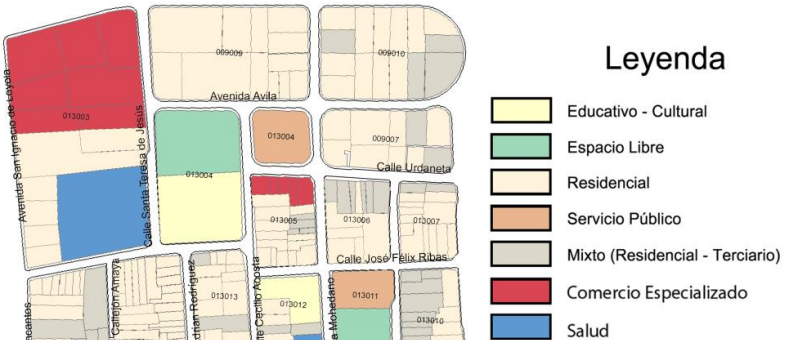



*Gráfico 112 Usos de suelo entorno Mercado Libre de Chacao*

ACCESIBILIDAD Y TRANSPORTE

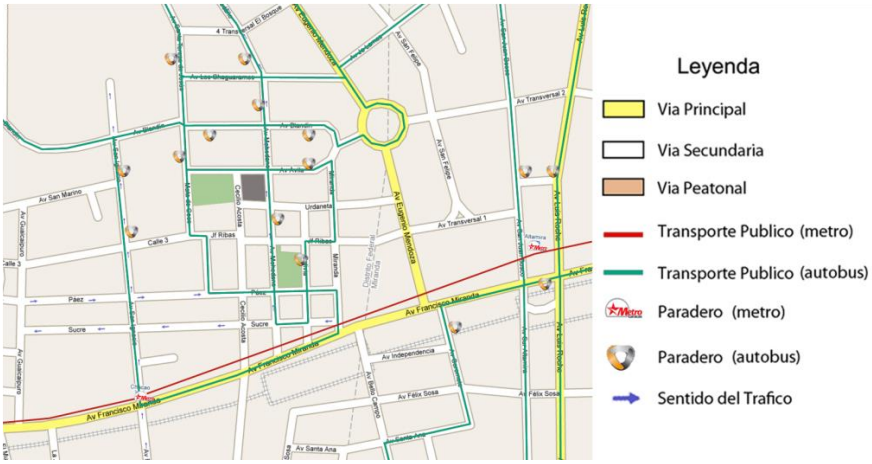



*Gráfico 113 Vialidad entorno Mercado Libre de Chacao*

**SISTEMA DE TRANSPORTE:** El sistema de transporte público en Chacao se realiza de maneras, en metro (Metro Caracas) y en autobús (TransChacao), el sistema de transporte se encuentra a cargo del Gobierno Municipal.

**FLUJO VEHICULAR - PARADAS:** El sistema de transporte en la zona está organizado de manera que permite un buen flujo peatonal, una de las vías de transporte público (autobús) pasa por el mercado con un paradero en frente del mercado y otros a poca distancia, las vías aledañas al mercado son de tránsito vehicular restringido, de esta manera el principal medio de movilización del público es mediante el sistema de transporte público, sin saturar las calles con tráfico generado por la movilización hacia el mercado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## 3.2 USOS Y CRITERIOS

El Mercado de Libre de Chacao mantuvo las mismas actividades que tenía anteriormente optimizando las condiciones para su desarrollo además de incorporar la venta de comidas típicas de la ciudad, para consolidar la actividad comercial e insertarlo a la oferta cultural y turística de Chacao con la intención de constituirlo como el referente comercial de Caracas

## 3.3 USUARIOS (GRUPO META)

Amas de casa: Abastecimiento de productos de primera necesidad.
Turistas: Servicios, ocio y souvenirs

## 3.4 VARIABLES DEL EDIFICIO

Tradición Oral: El tipo de actividad que se desarrollaba anteriormente constituía una "Tradición Oral", ya que promovía la interacción social y el intercambio cultural de la población, por lo el tipo de actividades debían mantenerse bajo condiciones óptimas.

## 3.5 ANALISIS ARQUITECTONICO

VOLUMETRIA: El Edificio este compuesto por la intersección de varios volúmenes geométricos simples



*Gráfico 114 Elementos volumetricos Mercado libre de Chacao*

La unión de esta serie de volúmenes compuestos a manera de intersección radial y simétrica da al edificio una composición formal con influencia del estilo Art Deco.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

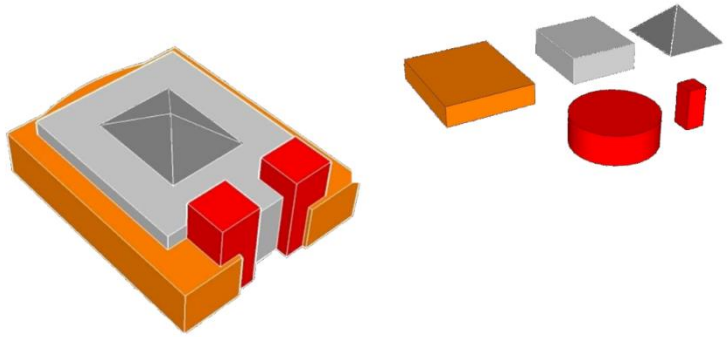


*Gráfico 115 Esquema volumetrico Mercado libre de Chacao*

**ORGANIZACION**

El Mercado se visualiza como un gran atrio de encuentro ciudadano, definido como el corazón de la vida cultural y comercial de Chacao



*Gráfico 116 Vistas atrio central Mercado Libre de Chacao*

El espacio central posee cuatro niveles de altura con un total de veinte metros, se encuentra protegido por un sistema de coberturas acristaladas que permiten la entrada de luz natural.



*Gráfico 117 Vistas balcones y cobertura acristalada*

La cubierta cobija la planta baja coronada con un nivel de mezzanine amanera de gran balcón, con esto se buscó la dinamización del espacio y la conexión visual entre todo el público asistente al mercado, este aspecto es muy importante ya que además de comprar la gente va al mercado a ver, caminar, encontrarse con otros, lo cual lo convierte en un nuevo espacio público para la ciudad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## CIRCULACION

El Edificio construye un gran espacio interno cuya envolvente permite un gran movimiento peatonal constituido por un sistema de rampas que permite un fácil desplazamiento entre los niveles del edificio, el sitema de ampas permite  el facil dezplazamiento de carritos, conches y sillas de ruedas, cuenta ademas con un sistema de escaleras y ascensores bien identificados.

Circulaciones Verticales

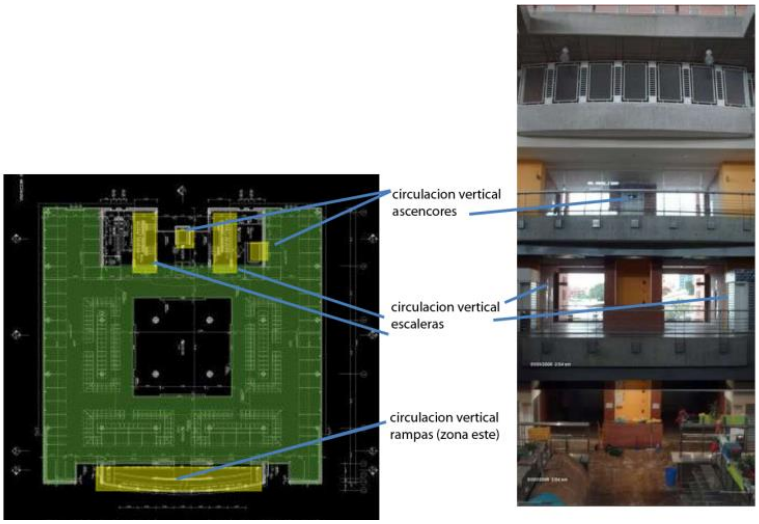



*Gráfico 118 Esquema circulaciones verticales*




*Gráfico 119 Vistas circulaciones verticales Mercado Libre de Chacao*

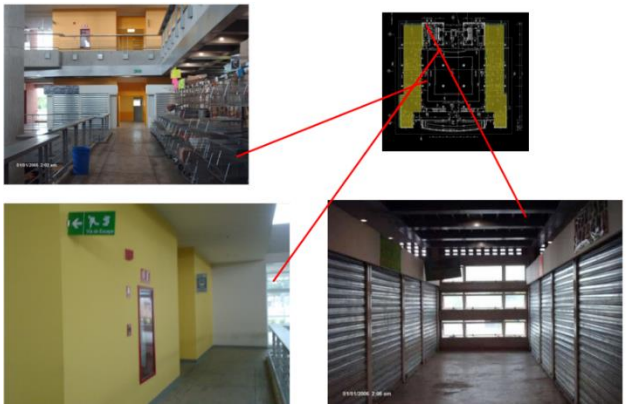


*Gráfico 120 circulaciones horizontales Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## ACCESOS

Peatonales

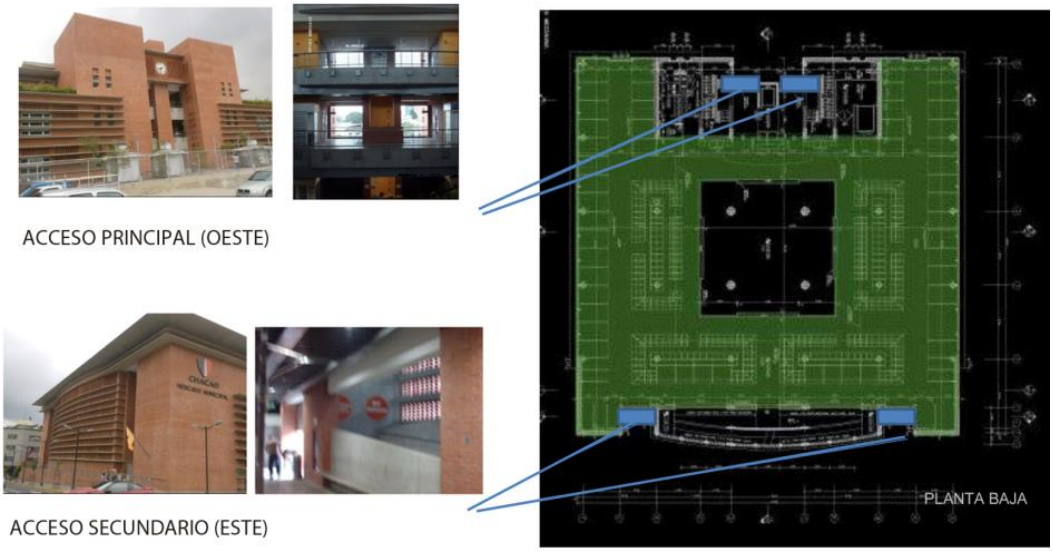



*Gráfico 121 Esquema y vistas accesos peatonales Mercado Libre de Chacao*

Vehicular

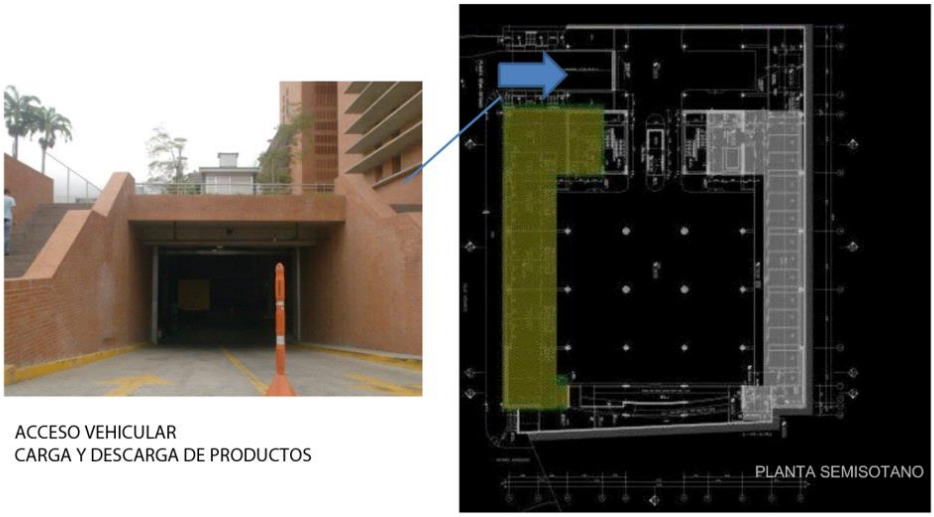



*Gráfico 122 Esquema y vista acceso vehicular Mercado Libre de Chacao*

## FUNCION

Programa: El Edificio se organiza en tres áreas diferenciadas.

- Subterranea estacionamientos y servicios
- Mercado
- Area comercial complementaria y de terrazas



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

La distribución de los comerciantes fue hecha en base al tipo de mercancías, peso y caducidad, es así que existen dos tipos de lugares de expendios, los puestos y comercios en el área perimetral y las playas de bateas ubicadas en la zona central y de circulación de las plantas del mercado. Con la idea de organizar y racionalizar el funcionamiento de venta de los productos, los puntos de ventas han sido distribuidos en dos niveles

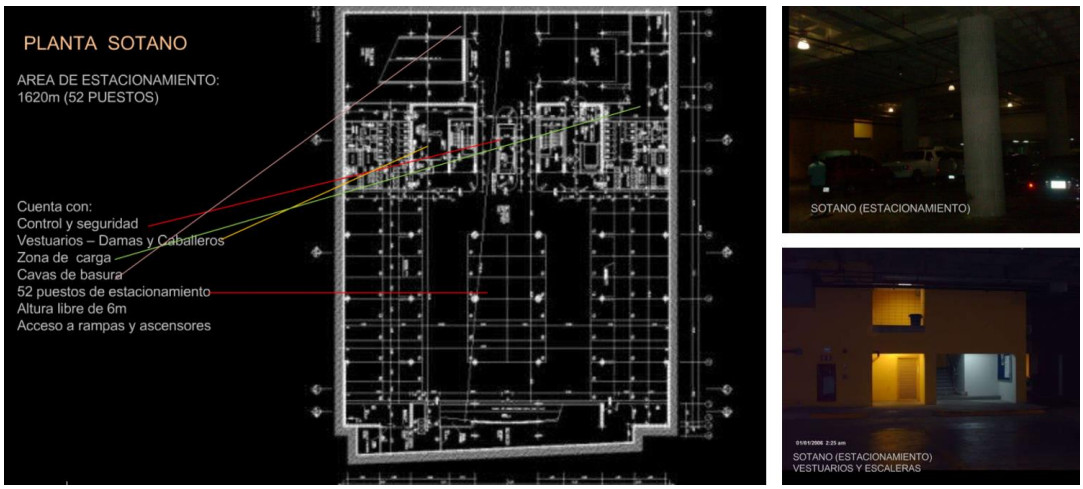



*Gráfico 123 Esquema y vistas Mercado Libre de Chacao*

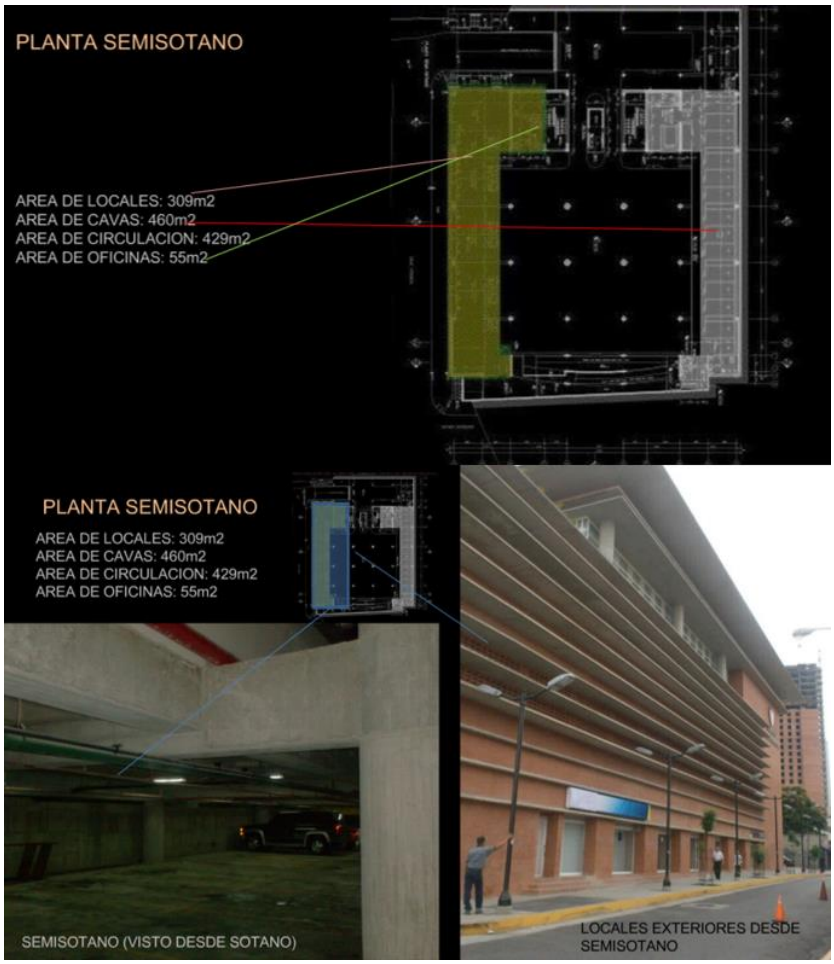



*Gráfico 124 Esquema y vistas Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

En el perímetro de la planta baja se encuentran los locales de venta de carne, pescado, café, pollo, quesos, chicharrón, se previó un área destinada a los carritos y carretilleros para facilitar el recorrido de los usuarios durante sus compras.

Las bateas centrales están conformadas por los puestos de productos perecederos (papas, hortalizas, huevos, gallinas, hiervas, verduras, plátanos, dulcería criolla)

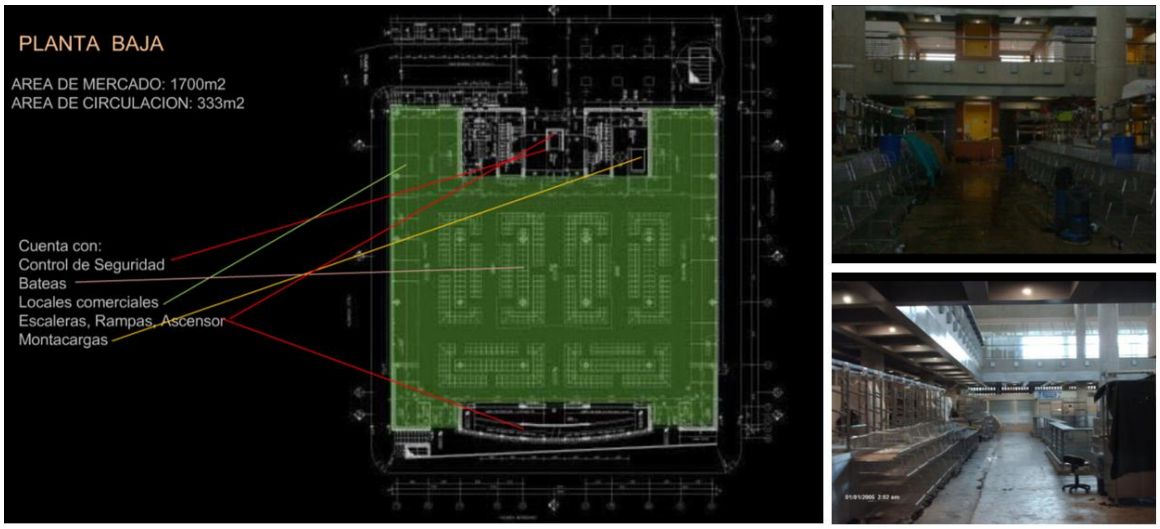
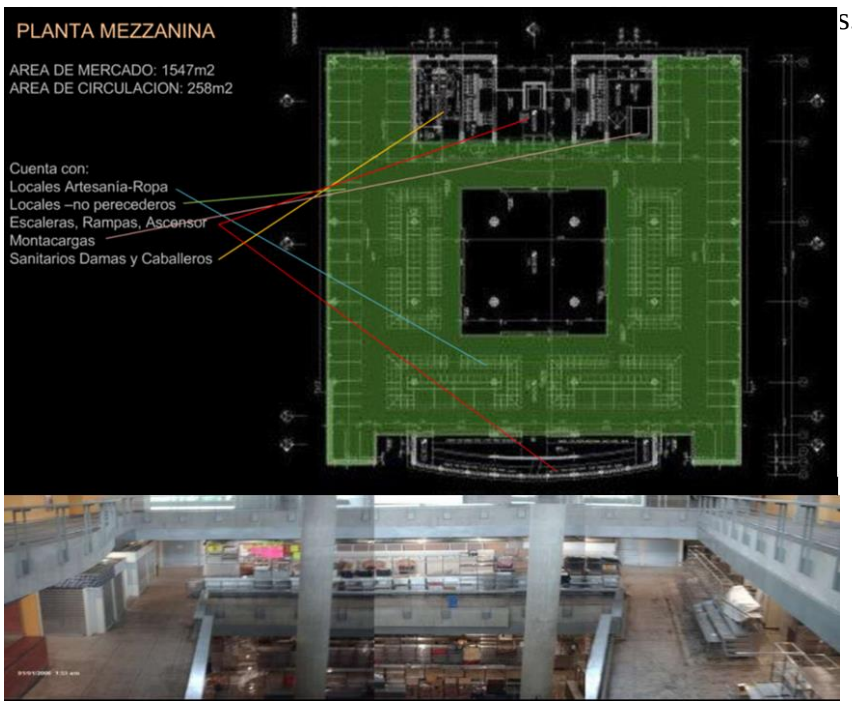



*Gráfico 125 Esquema y vistas planta baja Mercado Libre de Chacao*

En el nivel de mezanine se ubican las mercancías más livianas y de fácil manejo tales como frutas y flores, en los locales perimetrales e encuentran los puesto de lencería, ropa, perfumería, cosméticos, leche, artesanías cerámica y velas, cinco puestos fueron destinados




s.

*Gráfico 126 Esquema y vista planta mezzanina Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Tanto la plata baja como el mezanine cuentan con servicios comunes de vigilancia, áreas de bancos y los módulos de circulación vertical (ascensor, montacargas, rampas y escaleras) que conectan los diversos niveles, los estacionamientos y el área de cavas.

En el primer nivel se encuentra la feria gastronómica, se encuentra inspirado en el mercado de Mérida, con sus matronas cocinando la comida típica de la región, con la idea de disponer mesas para los visitantes y usuarios y poder disfrutar de la visita al mercado.




*Gráfico 127 Esquema y vistas nivel 1 Mercado Libre de Chacao*




*Gráfico 128 Esquema terraza Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**CONSTRUCCION**

Estructura: se compone de un sistema aporticado con losas nervadas bidireccionales y columnas circulares que soportan los lucernarios y cúpula central




*Gráfico 129 Vistas estructuras Mercado Libre de Chacao*

**Iluminacion y Ventilacion**

La iluminacion es de manera natural, principalmente por las cpulas acristaladas y las aberturas de las aprte superior del edificio, tambien cuenta con vanos en los nucleos de circulacion que permiten iluminacion y visuales al exterior



*Gráfico 130 Vistas lucernarios Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

La ventilación natural es posible gracias a las paredes caladas de ladrillo que se encuentran tanto en los núcleos de circulación como en las paredes laterales



*Gráfico 131 Vistas sistema de ventilación natural Mercado Libre de Chacao*

**Materiales y Colores**

Predominio del ladrillo complementado con concreto visto, vidrio en la cúpula y mobiliario metálico y piezas de cerámico decorativo para la realización de un mural al interior




*Gráfico 132 Collage materiales y colores Mercado Libre de Chacao*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# CAPITULO V
# MARCO REAL



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 1. AMBITO DE ESTUDIO

Es necesario determinar un ambito de estudio en un area ambito de estudio mayor localizando las zonas y equipamentos de mayor vocación comercial, recreativa y cultural asi como sus principales caracteristicas y concentración de público. Tambien se abordara la localización de las zonas mayor concentración poblacional para establecer asi su impacto e influencia a nivel urbano.

De esta manera podremos determinar al ambito de la intervención que debera albergar a la propuesta arquitectonica en el Mercado San Camilo y el impacto y influencia de este.

## 1.1 A NIVEL URBANO

### POBLACIÓN

De acuerdo con estimaciones del PDM Arequipa del año 2007 al 2015 la población del departamento de Arequipa presento un crecimiento poblacional del 8.8% y se estima para el año 2025 un crecimiento de 11.1% (con respecto al 2015)

*TABLA N° 1 Arequipa crecimiento poblacional departamental*

| CRECIMIENTO POBLACIONAL DEPARTAMENTO DE AREQUIPA | | | |
|---|---|---|---|
| AÑO | 2007 | 2015 | 2025 |
| POBLACION | 1,152,303 HAB | 1,253,721 HAB | 1,393,138 HAB |

*Fuente: PDM Arequipa 2016-2025/ IMPLA 2015*
*Elaboración: Propia*

Considerando a nivel de la provincia

*TABLA N° 2 Arequipa crecimiento poblacional provincial*

| CRECIMIENTO POBLACIONAL PROVINCIA DE AREQUIPA | | | |
|---|---|---|---|
| AÑO | 2007 | 2015 | 2025 |
| POBLACION | 864,250 HAB | 969284 HAB | 1147202 HAB |

*Fuente: PDM Arequipa 2016-2025/ IMPLA 2015*
*Elaboración: Propia*

Y a nivel de Ámbito Urbano (Ámbito de estudio PDM)

*TABLA N° 3 Arequipa crecimiento poblacional urbano*

| CRECIMIENTO POBLACIONAL DE AREQUIPA AMBITO URBANO PDMA | | | |
|---|---|---|---|
| AÑO | 2007 | 2015 | 2025 |
| POBLACION | 821,260 HAB | 1,253,721 HAB | 1,393,138 HAB |

*Fuente: PDM Arequipa 2016-2025/ IMPLA 2015*
*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Podemos apreciar el crecimiento poblacional progresivo en los distritos de Arequipa, a excepción de Vitor, Pocsi, Miraflores y Arequipa. Tomando como referencia el año 2007 por ser el año desde el que se da el mayor desarrollo de Arequipa (en 2001 comienza y desde 2007 esta consolidado) observamos las TC (tasa de crecimiento) positivas en los distrito de la ciudad teniendo la mayor concentracion poblacional en los distritos de Cerro Colorado, Paucarpata, Cayma y José Luis Bustamante y Rivero respectivamente, contrariamente a esto las TC son negativas en los distritos de Vitor, Pocsi, Miraflores y Arequipa esta ultima con un -1.51 la segunda TC negativa mas alta en terminos generales y la mas alta pertenciente al ambito metropolitano.

*TABLA N° 4 Arequipa crecimiento poblacional por distritos*

| POBLACION AREQUIPA POR DISTRITOS | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| DISTRITO | AÑO | | | | | TC ANUAL |
| | 1981 | 1993 | 2007 | 2010 | 2015 | 2007-2015 |
| AREQUIPA | 48,801 | 77,209 | 61,519 | 59,947 | 54,095 | -1.51 |
| ALTO SELVA ALEGRE | 59,222 | 53,405 | 72,696 | 77,404 | 82,412 | 1.67 |
| CAYMA | 22,150 | 47,257 | 74,779 | 81,875 | 91,802 | 2.85 |
| CERRO COLORADO | 44,621 | 61,865 | 113,171 | 126,738 | 148,164 | 3.87 |
| CHARACATO | 2,885 | 3,429 | 6,726 | 7,676 | 9,288 | 4.76 |
| CHIGUATA | 1,836 | 2,113 | 2,686 | 2,826 | 2,940 | 1.18 |
| JACOBO HUNTER | 594 | 39,180 | 46,092 | 47,758 | 48,326 | 0.61 |
| JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO | 42,981 | 64,345 | 76,410 | 77,966 | 76,711 | 0.05 |
| LA JOYA | 13,269 | 14,844 | 24,192 | 26,644 | 30,233 | 3.12 |
| MARIANO MELGAR | 39,770 | 47,428 | 52,144 | 53,326 | 52,667 | 0.13 |
| MIRAFLORES | 48,014 | 50,590 | 50,704 | 50,946 | 48,677 | -0.50 |
| MOLLEBAYA | 615 | 778 | 1,410 | 1,587 | 1,868 | 4.06 |
| PAUCARPATA | 70,585 | 101,428 | 120,446 | 124,240 | 124,755 | 0.45 |
| POCSI | 778 | 670 | 602 | 594 | 547 | -1.14 |
| POLOBAYA | 1,989 | 1,329 | 1,445 | 1,485 | 1,477 | 0.28 |
| QUEQUEÑA | 555 | 904 | 1,219 | 1,296 | 1,376 | 1.61 |
| SABANDIA | 1,907 | 2,792 | 3,699 | 3,920 | 4,136 | 1.48 |
| SACHACA | 8,653 | 13,261 | 17,537 | 18,576 | 19,581 | 1.46 |
| SAN JUAN DE SIGUAS | 1,023 | 879 | 1,295 | 1,402 | 1,535 | 2.32 |
| SAN JUAN DE TARUCANI | 2,199 | 2,110 | 2,129 | 2,216 | 2,179 | 0.29 |
| SANTA ISABEL DE SIGUAS | 1,159 | 1,179 | 1,246 | 1,281 | 1,264 | 0.18 |
| SANTA RITA DE SIGUAS | 1,495 | 2,716 | 4,456 | 4,918 | 5,592 | 3.19 |
| SOCABAYA | 48,430 | 38,288 | 59,671 | 66,851 | 78,135 | 3.87 |
| TIABAYA | 8,187 | 13,462 | 14,677 | 14,992 | 14,768 | 0.08 |
| UCHUMAYO | 5,838 | 7,458 | 10,672 | 11,475 | 12,436 | 2.07 |
| VITOR | 2,609 | 3,238 | 2,693 | 2,616 | 2,345 | -1.62 |
| YANAHUARA | 15,412 | 17,379 | 22,890 | 24,211 | 25,483 | 1.42 |
| YARABAMABA | 1,000 | 951 | 1,027 | 1,105 | 1,125 | 1.19 |
| YURA | 1,640 | 6,303 | 16,020 | 19,183 | 25,367 | 7.29 |

*Fuente: INE – Compendio Estadístico 2011 / Sistema de consulta en línea*
*Elaboración: Propia*

Con mas detalle podemos ver como este decrecimiento poblacional en el distrito de Arequipa ha sido progresivo en los periodos intercensales a patir del año 1993, evidenciando a partir del censo del año 2000 una tendencia sostenida descendiente en la actividad de residencial.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 5 Evolución poblacional distrito de Arequipa*

| EVOLUCION POBLACIONAL DISTRITO DE AREQUIPA | |
|---|---|
| AÑO DEL CENSO | POBLACION |
| 1981 | 48,801 HAB |
| 1993 | 77,209 HAB |
| 2000 | 71,007 HAB |
| 2005 | 65,927 HAB |
| 2007 | 61,519 HAB |
| 2010 | 59,947 HAB |
| 2015 | 54,095 HAB |

*Fuente: INEI – Compendio Estadístico 2011/Sistema de consulta en línea*
*Elaboración: Propia*

Podemos apreciar que el sector Centro Histórico a sido el de mayor decreción de la vivienda siendo reemplaza mayoritariamente por el comercio (Grafico 133 y 134)y casi en su totalidad en la zona circunadante al Mercado San Camilo . Segun el diagnostico de la propuesta PlamCha 2016-2026 en la zona monumental observamos una presencia mayoritaria del comercio con un 50.43% sobre la vivienda con un 33.6%.

*Gráfico 133 Uso de suelo Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2016-2025*

Como sintesis podemos decir que Arequipa a sufrido un incremento poblacional significativo en los ultimos años, sin embargo contraria a esta tendencia la provincia de Arequipa sufrido el decrecimiento progresivo de la actividad residencial, principalmente en el sector Centro Histórico, en la cual la vivienda a sido desplazada por otras actividades siendo la principal la actividad comercial, acentuandose esto en la zona monumental.

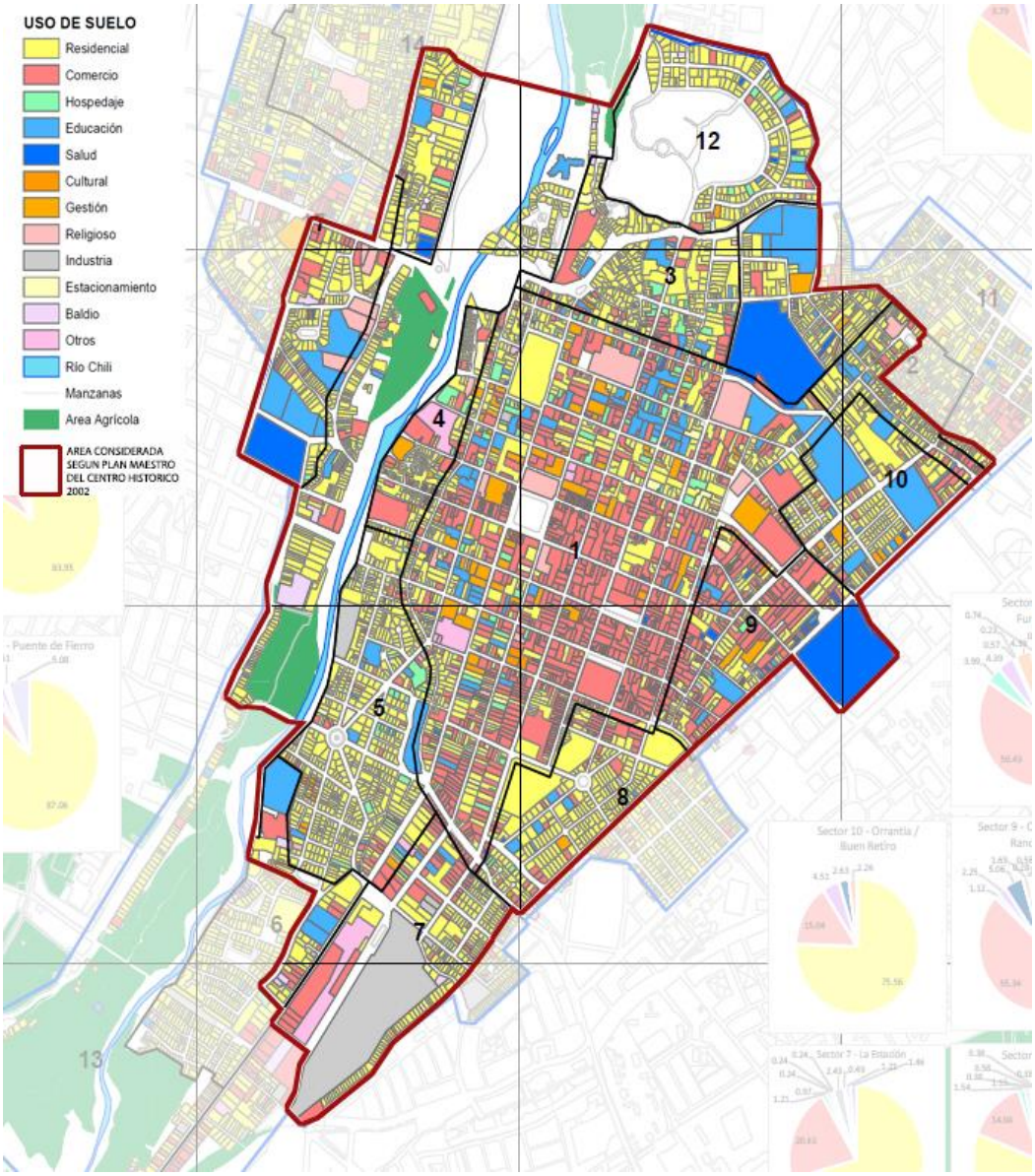
Por tanto la ciudad de Arequipa presenta una gran oferta de actividades en su zona central pero también presenta un problema del despoblamientomiento progresivo generando un desequilibrio en su ambito urbano, de igual manera al presentar un crecimiento poblacional sostenido en el resto de sus provincia la ciudad de Arequipa deberia presentar diferentes equipamientos urbanos fuera de la zona central para satisfacer las necesidades de la población que se asienta principalmente fuera de ella.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 134 Mapeo usos de suelo Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027 (Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

## EQUIPAMIENTO URBANO

*"El término equipamiento urbano está referido al conjunto de edificaciones y espacios, predominantemente de uso público, en los que se realizan actividades complementarias a las de habitación y trabajo, o bien, en las que se proporcionan a la población servicios de bienestar social y de apoyo a las actividades económicas. En Funcion a las actividades o servicios especificos a que corresponden se clasifican en:"*

- *Equipamiento de educación*
- *Equipamiento de salud*
- *Equipamiento de cultura*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- *Equipamiento de recreación y deportes*
- *Equipamiento administrativo*
- *Equipamiento de seguridad*
- *Equipamiento de comercio*
- *Equipamiento de usos especiales*

(Ministerio de vivienda, construcción y saneamiento del Perú, 2011)

**EQUIPAMIENTO DE EDUCACIÓN**

**PRIMARIA Y SECUNDARIA**

Según estadisticas del Ministerio de educación en 2016 Arequipa cuenta 1487 instituciones educativas que brindan educación primaria y secundaria , en conjunto o de forma separada, con una población de 189,643 alumnos, teniendo la mayor concentración en el distrito de Arequipa con 252 instituciones, con una población de 39,452 alumnos, de esta cantidad el Centro Histórico y zona de amortiguamiento alberga 156 instituciones con una población de 22,549 alumnos, de estos la zona monumental alberga 79 instituciones educativas con una población de 12,845 alumnos.

Cabe resaltar que muchos de estos colegio son nuevos y operan en casonas y solares de la zon monumental por cual no pueden realizar obras de expansión o de reformación del los mismos, dad el carácter patrimonial de los olares de la ona monumental, por cual carecen de algunos ambientes que permitirian un mejor funcionamiento, tales como salones de uso multiple, laboratorios, auditorios etc.

**EDUCACION SUPERIOR**

Según la misma estadistica Arequipa actualmente cuenta con un total de 200 instituciones que brindan educación superior no universitaria con una población de 34,625 alumnos de los cuales la mayor cancentración se da en el dristrito de Arequipa con 126 instituciones y una población de 22,574 alumnos, ubicandose en el sector del Centros Histórico y zona de amortiguamiento 75 instituciones con una población de 14,057, ubicandose en la zona monumental 45 instituciones con una población de 9,500 alumnos.

De igual forma estas instituciónes funcionan en casonas de la zona monuemental, la mayoria de estas son del rubro de turismo e idiomas, administración e informatica, por lo que no precisan grandes requerimientos en sus instalaciones , sin embargo podrian verese



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

postenciados de poder contar con salones de usos ultiples oauditorios, para la realización de eventos academicos como seminarios o conferencias.

Con respecto a la Educación superior universitaria Arequipa cuenta con 17 instituciones que brindan formación superior universitaria, encontrandose 1 en el distrito de Mariano Melgar, 1 en Tiabaya, 1 en José Luis Bustamante y Rivero, 3 en Yanahuara y 11 en el distrito de Arequipa, ubicandose en sector Centro Historico y zona de amortiguamento 6 con 2 de estas en la la Zona Monumental.

Cabe resaltar que 13 de estas universidades entraron en funcionamiento a partir del 2006 en adelante (las ultimas se aperturaron en al año 2016 y 2017), si bien cuentan con sedes y locales de aulas adecuadas para su puesta en funcionamiento aun no poseen un campus y algunos ambientes que se encuentran en ellos como auditorios, biblioteca, cafeteria, etc. (la universidad Tecnologica del sur cuenta con un campu pero aun no concluido y complemente implementado), al ser relativamente nuevas en su mayoria, por que pocriamos clasificarlas en dos grupos, universidades mayores y universidades jovenes; con 4 y 13 componentes respectivamente.

Al no contar con una estadistica actualizada de la población estudiantil de las universidades jovenes deberemos realizar partir de un breve analisis en base a las 4 universidades mayores de la ciudad, y en base a la estadistica pubicada en 2007 por la ANR en la que figuran estas, siendo la mas actualizada hasta la fecha, según dicha estadistica en la ciudad de Arequipa el promedio de atención fue de 1/205,619 habitantes, el Sistema Nacional de Estandades de Urbanismo indica en sus lineamientos indica que el la dotación universitaria debe ser proporcionada para poblaciones mayores a 200,000 habitantes, y 1/2000, tomando en cuenta ciertas consideraciónes para los rangos de toleracia, siendo que no debe encontrarse a mas de 60 min de viaje en vehiculo de su area de influencia mas alejada.

En 2007 la población de Arequipa era de 864,250 hab, con 822,479 de optar a educación universitario, dando el rango de atención 1/205,619, tomando el consideración de tiempo de viaje a el area de influencia mas lejano debido a su ubicación centralizada, se considero que la demanda de infraestructura se encontraba cubierta, según la estadistica mas reciente del PDM Arequipa en 2015 la población de Arequipa asciende a 969,284 hab., incrementandose en 8.8% con respecto al 2007 se puede inferir el mis crecimiento para la estadistica de rango de atención teniendo una población de 894,857, tomando las 4 universidades mayores (por contar con campus completamente implementado) el rango de atención sería 1/223,714



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

estando aun cubierta con el margen de tolerancia, tomando en cuenta el incremento de 4 a 17 universidades desde 2007 el rango sería de 1/52,638 encontrandose completamente cubierta la infrestructura pudiendo incluso hablase de una sobre oferta, pero resaltando a su vez que estas nuevas univeridades no cuentan con campusy/o implementación completa.

**EQUIPAMIENTO DE SALUD**

Arequipa cuenta con 94 establecimientos de distribuidos en 7 hospitales, 5 clinicas, 26 centros de salud y 54 puestos de salud, teniendo la mayor concentración de establecimientos de rango mayor (hospitales, clinicas y policlinicos) distribuidos en el Area Central y en sus area inmediata y mediata, siendo estos el Hospital Goyeneche, Hospital Honorio Delgado Hospital EsSalud Arequipa, Hospital III YanahuaraEssalud, considerandose tambien El Hogar Clinica San Juan de Dios y dos en puntos mas alejados a la zona central siendo estos el Hospital Edmundo Escomel EsSalud y el Hospital Carlos Alberto Seguin Escobedo.

Esta centralización de servicios mayores de salud provoco que se buscara reducir la falta de atención y/o los largos desplazamientos concretandose en la construcción del Hospital Miltar en el distrito de Cayma y el Hospital Docente de la Universidad Nacional de San Agustin en el distrito de Cerro Colorado, Según indica el Sistema Nacional de Estandades de Urbanismo en sus lineamientos que este tipo de equipamientos debe darse en poblaciónes mayores a 2500,000 hab. y el rango de atención de este debe ser de 1/250,000 hab (estos deben ser de atencion al público general por lo que no se consideran ramas especializadas por tipo de enfermedad o rango de edad)., no debiendo encontrarse estos a mas de 90 min de viaje en vehiculo de su area de influencia mas alejada. Tomando en cuenta que la población de Arequipa es de 969,284 hab, obtenemos un rango de atención de 1/107,698 hab. Encontrandose a nivel de infraestructura cubierto, pero la gran centralización de estos equipamientos obliga a largos despalzamiento y genera una carga mayor de atención por acumulación, deribando en una cobertura ineficiente, debiendose plantear equipamientos de rango mayor en las zonas perifericas de la ciudad para reducir las carga de atención acumulada asi como los largo desplazamientos y de realizar implementaciones o creación de nueva infraestructura en el area central que estas deban ser de rango menor y/o especializado.

**EQUIPAMIENTO DE CULTURA**

Con respecto al equipamiento cultural actualmente Arequipa cuenta el Teatro Municipa, la Biblioteca Central, el Palacio de Artes Mario Vargas Llosa, si ser ninguno de estos de alcance metropolitano, por su capacidad limitada al encontrarase en el centro histórico de



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Arequipa los dos primeros y el tercero por la gestión y problemas de diseño e implementación que presenta, adicionalmente cuenta con 11 museos y 2 salas de arte todas ubicadas en el centro Historico y algunas casones usadas para promover la actividad cultural siendo estas promovidas casi en su totalidad por universidades privadas, las cuales tambien presentan de igual forma cuenta con los monumentos declarados de la zona monumental.

Como podemos apreciar Arequia no posee equipamientos culturales de alcance metropolitano, cabe resaltar al mismo tiempo que todos los equipamientos mencionados anteriormente se encuentran en el sector del Centro historico y zona de amortiguamiento ubicandose casi en su totalidad en la zona monumental de forma dispersa sin una articulación que permita constituirlo en un sistema de equipamientos culturales.

De igual forma el Sistema Nacional de Estandades de Urbanismo proporciona los siguientes lineamientos para la dotación de equipamientos de cultura.

*TABLA N° 6 Dotacion del equipamiento cultural*

| DOTACION DE EQUIPAMIENTO DE CULTURA | | |
|---|---|---|
| CATEGORIA | RANGO POBLACIONAL | TERRENO MINIMO (M2) |
| MUSEO | 75,000 | 3,000 |
| BIBLIOTECA | 25,000 | 1,200 |
| AUDITORIO | 10,000 | 2,500 |
| TEATRO | 250,000 | 1,200 |
| CENTRO CULTURAL | 125,000 | 5,000 |

*Fuente: Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo*
*Elaboración: Propia*

Como podemos apreciar para una poblacion mayor a 25,000 hab., se requieren una variedad de equipamientos de cultura con areas determinadas las cuales les permiten poseer alcance metropolitano, teniendo en cuenta que la población de Arequipa es de 969,284 hab., se deberia contar con una mayor variedad y cantidad de equipamientos culturales según la clasificación del Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo de igual manera contar con sus requerimentos en area.

Tomando en cuenta todo esto podemos concluir que la oferta cultural en Arequipa ademas de estar centralizada generando un desequilibrio entre la oferta cultural y el público, es escasa debido a que ninguna cuenta con alcance metropolitano ni forma parte de un sistema articulado que permita dotarla de atractivo para la población.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## EQUIPAMIENTO DE RECREACION Y DEPORTE

El Sistema Naciona de Estandares de Urbanismo señalan los siguientes lineamientos para la dotación de Equipamiento de recreación y deporte.

*TABLA N° 7 Dotación del equipamiento de recreación y deporte*

| DOTACION DE EQUIPAMIENTO DE RECREACION Y DEPORTE | | |
|---|---|---|
| CATEGORIA | RANGO POBLACIONAL | AREA (M2) |
| ESTADIOS MUNICIPALES | MAYOR A 25,000 | 10,000 |
| COLISEOS | MAYOR A 390,000 | 12,000 |
| HIPODROMOS | MAYOR A 1,000,000 | 10 Ha |
| VELODROMOS | MAYOR A 1,000,000 | 10 Ha |
| POLIDEPORTIVOS | MAYOR A 500,000 | 60,000 |
| COMPLEJO DEPORTIVO | MAYOR A 160,000 | 25,000 |
| CANCHAS DE USO MULTIPLE | MAYOR A 10,000 | 1,000 - 2,000 |
| CENTROS RECREACIONALES | MAYOR A 300,000 | 30,000 |
| CLUBES METROPOLITANOS | MAYOR A 1,000,000 | 60,000 |
| PARQUES Y LOCALES VECINALES | MAYOR A 5,000 | 500 |
| PARQUES ZONALES | MAYOR A 50,000 | 20,000 |
| PARQUES METROPOLITANOS | MAYOR A 1,000,000 | 2,500 |

*Fuente: Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo*
*Elaboración: Propia*

De igual forma precisa que para la habilitación de parques en centros urbanos estos deben tener como premisa basica el standard internacional de 9 m2 de area verde/hab., entendiendo que las actividades recativas son en su conjunto acciones llevadas a cabo de manera planificada de carácter individual o grupal con la finalidad de alcanzar satisfacción personal a través de la diversión y/o el entretenimiento.

Podemos inferir por esto que las areas destinadas a estas activdades (ya sea plazas o parques) deben ser accesibles y procurar su disfrute por medio de la ocupación y el recorrido por parte del usuario y no con fines meramente decorativos.

Teniendo en cuenta esto observamos que Arequipa presenta un desquilibrio en la dotación de este tipo de equipamiento, teniendo la mayor concentración de parques distrito de Jóse Luis Bustamante y Rivero, en contraste con el resto de la ciudad especialmente con la zona Cono Norte la cual carece casi complemente de ellos, lo cual deriba en que el indice de area verde de Arequipa sea de 5.2 m2/hab., encontrandose muy por debajo de los parametros establecidos por OMS.

De igual forma debemos precisar que la gran mayoria de estos se encuentran cerrados en su totalidad y en algunos casos casi de forma permanente debido a la gestión de turno que presenten, dificultando el acceso libre a los usuarios y en los que no se encuentran cerrados se ha procedido con la disminucion y/o el enrejado de la areas verdes convirtiendolas en elementos decorativo y al mismo tiempo generando congestión en el transito al tener que



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

circundar obligatoriamente estas areas enrejadas reduciendo significativamente el area de transito, convirtiendolas en areas poco agradables en su transito y altamente evitables por los usuarios las cuales solo las transitan cuando no tienen otra opción de transito, podemos observar esto incluso en el Centro Histórico, el cual teniendo plaza y parques establecidos y sin posibilidades de expansión han sufrido esta metamorfosis, pudiendo citar casos como la Plazoleta San Camilo y el Parque Duhamel.

Con respecto a los equipamientos de carácter techado son de pequeña escala, viendo limitadas sus funciones en el ambito urbano, sin llegara a cubrir los lineamientos de la el Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo.

De igual en su conjunto el desequilibrio en la dotación de este tipo de equipamientos mencionado en parrafos anteriores forma no permiten que se cubran los requerimientos de RNE el cual precisa que estos deben distribuirse en la ciudad de forma que no exista una distancia mayor de 300 ml. a un área derecreación pública desde una unidad de vivienda.

Con respecto al equipamiento deportivo de carácter metropolitano podemos destacar los estadios Melgar y de la Universidad Nacional de San Agustín, las Piscinas de Tingo y la Olímpica en Cayma; en Yanahuara el centro deportivo de Magnopata; y el conjunto formado por el Kartódromo y Velódromo en Cerro Juli.

De todo lo expuesto anteriormente podemos concluir que existe un claro deficit en equipamientos de recración y deporte, tanto en los de rango mayor (alcance metropolitano) y los de rango menor (recreación local) producto del desequilibrio en la distribución de estos, la escala que poseen (salvo casos puntuales) y del proceso de enrejamiento al que han sido sometidos casi en su totalidad.

**EQUIPAMIENTO ADMINISTRATIVO**

El equipamiento administartivo se refiere a las instituciones públicas en las que los ciudadanos realizan sus tramites y procedimientos a diferentes instancias de los gobiernos, estando el funcionamiento de estas estrchamente vinculado a la jeraquía rol y funcion que les otorga el Sistema Urbano Nacional, tradicionalmente estas se ubican en el area central de las ciudades, migrando posteriormente a la periferia debido a los requerimientos de infraestructura que precesisan para realizar sus labores, ya que al estar en zonas tradicionales y por lo general de valor patrimonial con el trancurrir del tiempo y con la imposibilidad de realizar grandes reformas o expansienes en estas resultan insuficientes e inadecuadas para el correcto funcionamiento de las labores que se les asigna asi como tambien para la dotación



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

adecuada de estos servicios a la población en un entorno urbano en constante expansión y crecimiento tanto territorial como poblacional.

Arequipa no ha sido ajena a este proceso, producto de la cual entidades como la DIGEMIN, el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Educación y la ONPE han migrado hacia la periferia del area central de Arequipa, sin embargo esta migración a resultado insufieciento ya que la localización de los equipamientos administrativos aun se encuentra casi en su totalidad centralizada, tal como se puede apreciar en el siguiente cuadro

*TABLA N° 8 Distribución del equipamiento administrativo*

| EQUIPAMIENTO ADMINISTRATIVO AREQUIPA | |
|---|---|
| EQUIPAMIENTO | DISTRITO |
| MINISTERIO DE AGRICULTURA | HUNTER |
| MINISTERIO DE EDUCACION | YANAHUARA |
| MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS | AREQUIPA |
| MINISTERIO DE INSDUSTRIA Y TURISMO | AREQUIPA |
| PROMUDEH | AREQUIPA |
| OFICICINA DE MIGRACIONES | JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO |
| PREFECTURA | AREQUIPA |
| CTAR | AREQUIPA |
| CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA | AREQUIPA |
| CAMARA REGIONAL DE TURISMO | AREQUIPA |
| BENEFICENCIA PUBLICA | AREQUIPA |
| ANEA | AREQUIPA |
| AUPA | AREQUIPA |
| INABIF | AREQUIPA |
| FONCODES | AREQUIPA |
| PRONAA | AREQUIPA |
| SUNAT | AREQUIPA |
| COFOPRI | AREQUIPA |
| CONTRALORIA GRAL DE LA REPUBLICA | AREQUIPA |
| COFIDE | AREQUIPA |
| INDECOPI | AREQUIPA |
| CONCYTEC | AREQUIPA |
| RENIEC | AREQUIPA |
| CAPECO | AREQUIPA |
| INEI | AREQUIPA |
| INC | AREQUIPA |
| INSTITUTO NACIONAL DEL DEPORTE | AREQUIPA |
| ONPE | YANAHUARA |
| SUNARP | AREQUIPA |

*Fuente: PDM Arequipa 2016 - 2025*
*Elaboración: Propia*

Como podemos apreciar de los 29 equipamientos administartivos de Arequipa solo 4 se encuentran fuera del distrito de Arequipa, lo cual genera un deficit de dotación de este tipo de equipamientos en la ciudad y un deficit de atención debid los largos desplazamientos que se deben realizar debido a la centralización de los mismos, tomar en cuenta que Arequipa cuenta con una población de 969,284 hab. esta centralización de los equipamientos administrativos, arroja un deficit en los rangos de atencion situandolos muy por debajo de los rangos nacionales del Sistema nacional de Estandares urbanos, siendo estos



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 9 Distribución de equipamientos urbanos a nivel nacional*

| JERARQUÍA URBANA | EQUIPAMIENTOS REQUERIDOS |
|---|---|
| Áreas Metropolitanas / Metrópoli Regional: 500,001 - 999,999 Hab. | Palacio Municipal<br>(Regional, Provincial, Distrital)<br>Juzgado de Paz Letrado (y no Paz Letrado)<br>SAT<br>SUNARP<br>RENIEC<br>SUNAT<br>BANCO DE LA NACIÓN<br>SERPOST<br>INDECI<br>INC<br>ONP<br>AGROBANCO<br>Caja Municipal<br>INDECOPI<br>COFOPRI |
| Ciudad Mayor Principal 250,001 - 500,000 Hab. | |
| Ciudad Mayor 100,001 - 250,000 Hab. | |
| Ciudad Intermedia Principal 50,001 - 100,000 Hab. | |
| Ciudad Intermedia 20,001 - 50,000 Hab. | Palacio Municipal<br>Juzgado de Paz<br>SAT<br>RENIEC<br>BANCO DE LA NACIÓN<br>SUNARP<br>SUNAT<br>SERPOST<br>INDECI<br>INC<br>ONP<br>AGROBANCO<br>Caja Municipal |
| Ciudad Menor Principal 10,000 - 20,000 Hab. | Palacio Municipal<br>Juzgado de Paz Letrado<br>SAT<br>RENIEC<br>BANCO DE LA NACIÓN<br>SUNARP<br>SUNAT |
| Ciudad Menor 5,000 - 9,999 Hab. | Palacio Municipal<br>Juzgado de Paz Letrado<br>SAT<br>RENIEC<br>BANCO DE LA NACIÓN |

*Fuente: Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo*
*Elaboración: Equipo Tecnico Consultor – Febrero 2011*

## EQUIPAMIENTO DE COMERCIO

Arequipa a experimentado un crecimiento significativo desde el año 2001, producto del fenomeno sismico que experimento lo cual llevo a la asignación de grandes presupuestos para la inversión en obras de carácter productivo e infraestructura de servicio social en la ciudad del Arequipa, lo cual desencadeno un fuerte desarrollo de la ciudada en todos sus sectores destacando entre estos el sector comercial.

Tradicionalmente el comercio de alcance metropolitano se situo en el Area central de la ciudad concentrandose en tres puntos siendo estos la Plaza de Armas, (comerciocentral metropolitano), el Mercado San Camilo (comercio intensivo de consumo) y Centro comercial Don Ramon en la Av. Siglo XX (comercio de consolidación progresiva de alcance



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

metropolitano). Caracterizandose por su bajo y/o nulo nivel de especialización ademas poseer una distribución desordenada y de forma desarticulada de los servicios necesarias para su correcta dotación y funcionamiento como son vías adecuadas, terminales de transporte, cabe resaltar tambien que los dos primeros al pernecer a la zona monumental, adicionalmente en el caso del mercado San Camilo una infraestructura creada para requerimientos de una epoca determinada y en el caso del centro comercial Don Ramon por haber emergido de forma espontanea, no cuentan en su infraestructura con los requerimientos tecnicos para su correcto abastecimiento como son areas de servicio, almacenaje, estacionamiento, cargar y descarga etc, todo esto en conjunto llevo a generar fuertes conflictos entre estos equipamientos y el área urbana.

A partir del año 2007 se presenta un fuerte desarrollo del comercio especializado en la ciudad producto de la aparición de nuevos formatos comerciales del sector retail y de capitales privados producto del fuerte desarrollo que experimento la ciudad de Arequipa convirtiendola en una plaza atractiva para la inversión, de estos se destacan cuatro grandes equipamientos ubicados en las principales avenidas de la ciudad, siendo estos Real Plaza (AV. El Ejercito), Parque Lambramani (Av. Los Incas), Mall Aventura Plaza (Av. Porongoche) y Mall Aventura Cayma (Av. El Ejercito) los cuales generaron y siguen generando un fuerte impacto sobre la ciudad ademas de insertar nuevos formatos de compra deribando en el cambio del peril del consumidor arequipeño.

Adicionalmente a esto en Mayo del año 2009 se concluyo la peatonalización de la calle mercaderes esto llevo a una fuerte consolidación del comercio especializado en estas, marcando una tendencia que fue fue seguida por todo el Centro Histórico a excepción de la Zona de San Camilo y IV Centenario, quedando practicamenteestos como un gueto dentro del centro histórico, lo cual a producido que se generen fuertes conflictos entre entre la zona urbana del Centro Histórico y estos sectores acentuando sus grados de deterioro.

La progresiva aparición de estos nuevos fomatos comerciales ademas de llevar a un cambio de perfil del comprador Arequipeño como se menciono anteriormente ha llevado a que dada la categoria de metropoli asignada, Arequipa cuente con un rango de atención de 1/242,469 hab., cubiriendo los rangos de atención de estos según Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo siendo de 1/500,001-999,999 hab.

Cabe resaltar que si bien los rango de atención se encuentran cubiertos la dotación de estos se encuentra cubierta y que la incursión del sector retail a brindado una mayor cobertura para



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

el desarrollo comercial a nivel espeializado, aun persisten los problemas en el sector central ocasionados por la tensión entre la zona San Camilo con el resto del Centro Histórico.

**EQUIPAMIENTO DE S EGURIDAD Y DE USOS ESPECIALES**

Según el Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo, los equipamientos de seguridad responden a la función que tiene el Estado de proteger el libre ejercicio de los derechos y libertades fundamentales de las personas, así como mantener y restablecer el orden interno democrático y el orden público, siendo asi que estas abarcan las tipologias de carceles y comisarias, en el caso de los equipamientos de usos especiales, no existe una definición del mismo, solo se remite a nombrar los equipamientos considerados dentro de esta categroia sin ser especifico.

“Se consideran como equipamiento de usos especiales los cementerios, las estaciones de bomberos, las instituciones financieras, establecimientos de culto religioso, colegios profesionales, instituciones o representaciones internacionales, etc. que constituyen elementos importantes en los centros urbanos“ (Ministerio de vivienda, construcción y saneamiento del Perú, 2011)

Llamamos la atención sobre la definición de estos equipamientos debido que puede resultar confusa(en el caso de los equipamientos especiales) y en alguna medida ineficiente, considerando que el Perú es un país a la vez que multi racial y cultural cuenta con una variedad de pisos geograficos y condiciones naturales, en los cuales existen ciudades con graves amenazas de riesgos naturales, esto es considerado al realizar una comparativa con las clasificaciones de estos equipamientos (sus homologos) en paises con similares condiciones de riesgos (nos centraremos en el caso de sismos por ser el mayor riesgo en Arequipa), como los casos de Chile Japon, Estados Unidos, Inglaterra, Mexico o Ecuador, en los cuales el homologo al equipamiento de seguridad es el Equipamiento de Seguridad Pública, en el cual ademas de considerar, las carceles y comisarias e incluir a las estaciones de bomberos, considera equipamientos que sirvan para contrarestar los riegos naturales o servir de apoyo en las etapas posteriores a estos, considerando esta tipologia como Zonas Seguras.

Esto lo hacen al considerar este tipo de infraestructura (debido a sus caracteristicas de riesgo) como un derecho humano fundamental, basandose en la declaración Universal de los Derechos Humanos del año 1948, la cual señala: “Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona” (Organizacion de las Naciones Unidas, 1948).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es asi que  han establecido politicas a traves de las cuales se han buscado optimizar las intervenciones urbanas, orientando parte de sus instalaciones para estos fines siendo el caso mas relevane (por la magnitud y por ser el pionero en este tipo) el caso del Metro de Londres, en el cual ademas de servir para resolver los problemas viales de la ciudad, oriento su construcción subterranea (tipo bunker) para servir como zona segura para el traslado de la población en caso de sismos y de ataques nucleares, de igual manera esta inciativa fue seguida en Japón en los cuales se orientaron estas construcciones para casos de sismos y tsunamis. En Latinoamerica se encuentran los casos de Chile, Mexico, y Ecuador en los cuales se ha incluido estas consideraciones al momento de realizar una  intervención de infraestructura urbana.

De manera complementaria en sus politicas han incluido la consideración de estas zonas seguras en intervenciones privadas o de alianzas público-privadas, brindando como incentivo, facilidades administrativas, de impuestos, etc.,  complementando las iniciativas estatales, para asegurar la mayor dotación de este tipo de equipamiento.

Es asi que en el tipo de equipamiento en el sector privado podemos mencionar el caso del Edificio Multipropósito Marriott Plaza en la provincia de Guayas en Ecuador y el centro Comercial Garden Santa Fe en Mexico DF en los cuales sus sotanos (estacionamientos en el primero y el segundo se trata de un edificio subterraneo) estan orientados a servir como zonas seguras en casos de desastres naturales (según la información del estudio de impacto ambiental del proyecto).

*Gráfico 135 Garden Santa Fe*




*Fuente: El Financiero - Mexico*



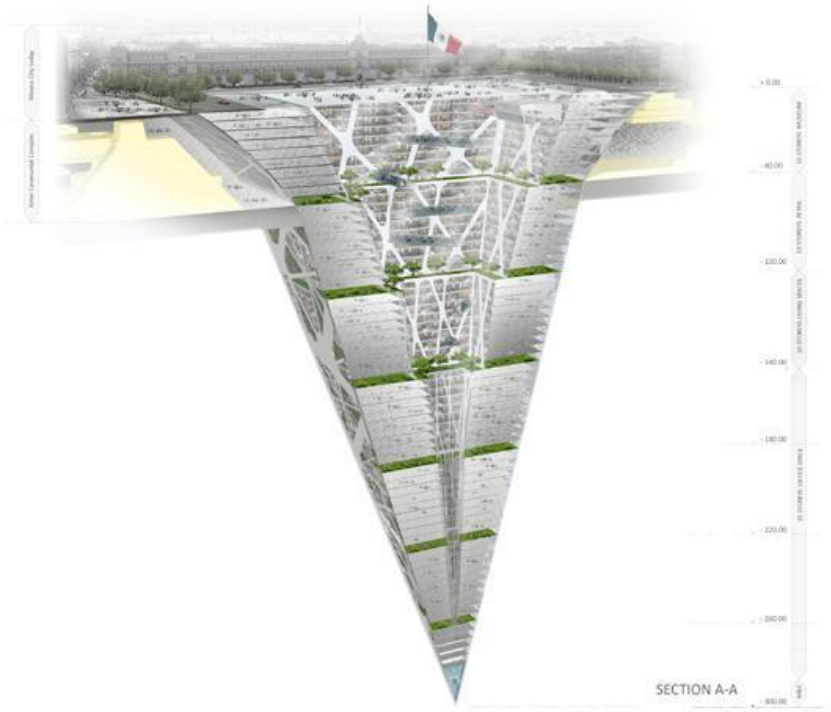
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

De igual forma en la modalidad de alianza público-privada podemos mecionar el caso del mega proyecto Rascasuelos Zocalo DF (aun en proyecto y en evaluación por la Jefatura de Gobierno de Distrito) en Mexico, el cual contempla la construcción de un complejo de 65 pisos subterraneos que alberguen oficinas, viviendas y negocios bajo la Plaza central de la ciudad, el cual fue concebido como una solución a la densificación de la ciudad de Mexico DF así como para servir de zona segura y de apoyo en casos de desastres naturales.

*Gráfico 136 Rascasuelos Zócalo DF*




*Fuente: BNKR/Arquitectura*

Considerando los altos riesgos de peligro sismico y volcanicos de la ciudad de Arequipa, considero que este tipo de equipamientos si bien aun no se encuentran contemplados en el Sistema Nacional de Equipamientos Urbanos, son necesarios y utiles para la ciudad(asi como a nivel nacional), al considerar el historial de fenenomenos sismicos (24 en total y cuatro considerados como los mas devastadores) y sus efectos posteriores.

De igual manera estas iniciativas internacionales representan una oportunidad para su inserción o consideración como equipamiento, orientando construcciones (considerando las caracteristicas y magnitud de las mismas) hacia la dotación de este tipo de infraestructura.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## 1.2 A NIVEL DISTRITAL

El distrito de Arequipa es parte de los 29 distritos que confroman la provincia de Arequipa y de los 19 que conforman el ambito metropolitano, siendo el distrito mas antiguo de Arequipa.

Cuenta con una población de 54,095 hab. y una extensión de 12,8 km2, se ubica en el centro del ambito metroplitano limitando con los siguientes distritos:

- Norte: Yanahuara – Alto Selva Alegre
- Sur: Paucarpata – José Luis Bustamante y Rivero – Jacobo Hunter
- Este: Miraflores – Mariano Melgar
- Oeste: Sachaca

En su núcleo central alberga el Centro Histórico de Arequipa (casi la totalidad al excepcion de algunas manzanas ubicadas en los distrito de Yanahuara y Miraflores) Grafico 137.

No cuenta cuenta con una reglamentación especifica a nivel de distrito (Plan Urbano Distrital, sin embargo el centro histórico al ser considerada por el PDM Arequipa 2016-2025 como ZRE (Zona de Reglamentación Especial) cuenta con un Pla Espécifico, siendo este el Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa (continuando en vigencia aún el plan del año 2002, quedando la reglamentación de la provincia regida por el Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa para Zona Centro Histórico y para la zona restante por las disposiciónes del PDM Arequipa 2016-2025.

Cabe puntualizar que algunas manzanas de la zona Centra Histórico se encuentrán en los distritos de Yanahuara y Miraflores (4 y 7 respectivamente ademas de laPlaza San Antonio en el distrito de Miraflores) quedando estas manzanas excluidas de la reglamentación propia del distrito y regidas por el Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa.

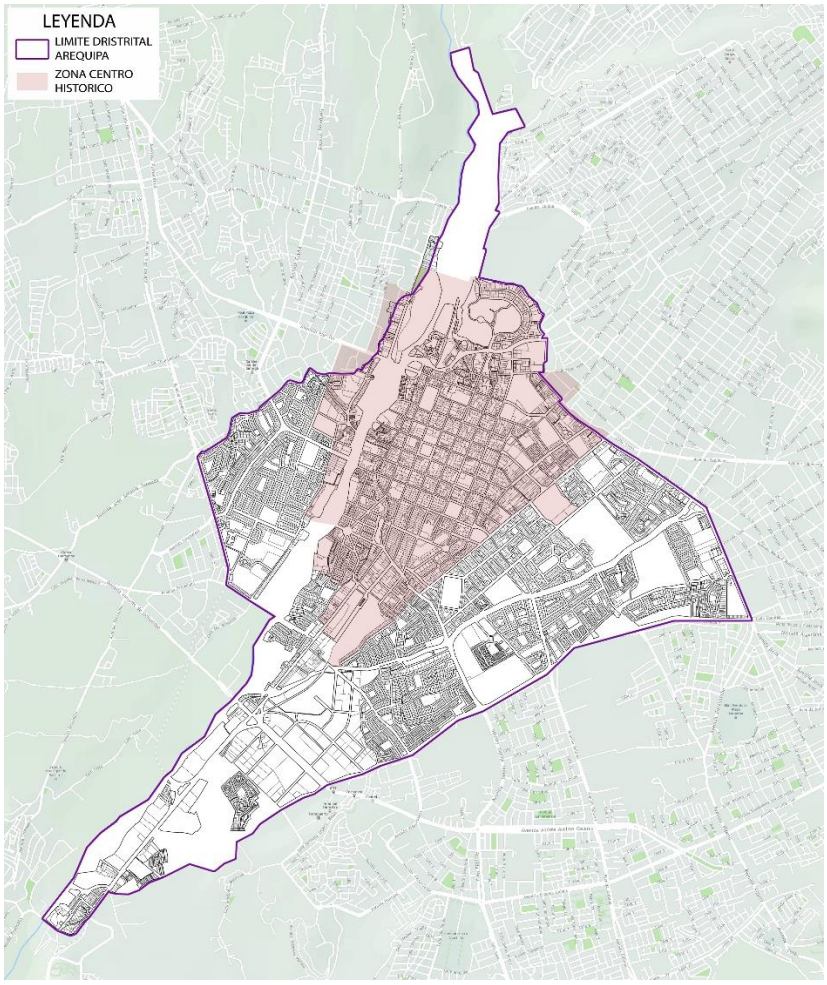


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 137 Limites Distrito de Arequipa - Centro Histórico*




*Fuente: IMPLA - Visor GIS 2017*
*Adaptación: Propia*

## ACTIVIDADES Y EQUIPAMIENTOS

Tal como vimos anteriormente, a nivel poblacional la provincia de Arequipa a experimentado un decrecimiento progresivo a partir del año 1993 contrariamente al crecimiento ascendente de la mayoria de provinicas del ambito urbano de Arequipa.

Este fenomeno a marcado un desplazamiento masivo de la actividad residencial, siendo en su mayoria reemplazado por la actividad comercial, de igual forma la gran mayoria de equipamientos urbanos de alcance metroplitano se ubican en el distrito de Arequipa, marcando por un lado la gran oferta de actividades y un problema de desploblamiento en el distrito.

El caso del Centro Histórico por poseer una reglamentación tratamiento especial, sera tratado mas delante de forma individual, sin embargo se hara mención de los equipamientos mas relevantes ubicados en el.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es asi que la provincia de Arequipa en su zona circundante al sector centro histórico presenta las siguientes actividades:

**RESIDENCIA**

Ocupa el mayor porcentaje de ocupación, presentando tres tipologias de vivienda, siendo estas RDA-1 (Residencial Densidad Alta Tipo 1), RDM-1 (Residencial Densidad Media Tipo 1) y RDM-2 (Residencial Densidad Media Tipo 2), Presentandose la RDM-1 consolidada en las zona inmediata al centro histórico.

**EDUCACION**

Se presentan las tiipologias de Educación E1 (Escolarización) y E3 (Educación Superior), siendo las presencias mas respresentativas y de alcance metropolitano:

- E1: Colegio Independencia Americana, La Salle, Nuestra Señora del Pilar, Colegio San Jeronimo(*)
- E3: Universidad Nacional de San Agustin (Campus Prinicipal, Campus Sociales, Campus Medicina), Universidad Católica San Pablo, Universidad Católica de Santa María(*), Tambien se cuenta con la presencia de la Universidad Tecnologica del Sur, dentro del Centro Histórico y presencias menores como la Universidad Autonoma del Sur y la Universidad Ciencias de la Salud.

**SALUD**

Se encuentran las tipologias de H-3 y H-4 , ambas de alcance metropolitano, teniendo la presencia de según categoria de:

- E3: Ubicada en su integridad en el Centr Histórico, Hospital Goyeneche, Hospital y policlinico Essalud Arequipa, Hospital III Yanahuara(*)
- E4: Hospital Honorio Delgado, Hospital Carlos Alberto Seguín Escobedo (ubicado en el Centro Histórico)

**RECREACION**

El distrito de Arequipa no presenta una ecasa cantidad de espacios recreativos al aire libre (parques y plazas) fuero del Centro Histórico, siendo la presencia mas relevante la del Parque Lascondes y el Paruqe Libertad de Expresión(*), dentro del centro Histórico se presentan tambien las presencias de la Plaza de Armas, Plazoleta San Camilo, Plaza San Francisco y



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

paruqe duhamel resultanto estas tambien escasas, adicionalmente se presenta la Presencia del paruqe selva Alegre siendo esta la presencia mas relevante dentr del distrito

En cuanto a recreación deportiva cuenta con las presencias del Estadio Melgar, Estadio de la Universidad Nacional de San Agustin, Estadio Umacollo(*) y el Coliseo Municipal.

**CULTURA**

Fuera del ámbito del Centro Histórico el distrito no cuenta con equipamientos de cultura como bibliotecas, auditorios museos o un centro cultural que aglutina todas las demás, tampoco cuenta con espacios de carácter privado como salas de exhibición, salas de lectura o salas de conferencias.

En este contexto las presencias mas relevantes de estos equipamientos son las del Teatro Municipal y la Bibilioteca Central, ademas de contar con los diferentes monumentos declarados y los espacios culturales promovidos por las universidades privadas, sin ser ninguna de los descritos anteriormente de Alcance metropolitano, adicionalmente se cuenta con el Palacio Metropolitano de Bellas Artes, el cual si bien fue proyectado para ser de alcance metropolitano no puede ser considerado en esta categoria debido a los problemas de diseño y gestión que presenta lo cual genera que este subutilizado, ademas de considerar para esto su actual situación legal.

**COMERCIO**

El distrito presenta una fuerte presencia comercial del tipo especializado principalmente en el Centro Histórico (destacando La calle mercaderes)a excepción de la zona del barrio San Camilo y IV Centenario. Fuera de este ambito la presencia comercial se encuentra consolidada en las avenidas Geovanni Bellini, Marsical Ramón Castillo, Jesús, Dolores, Venezuela, Independencia y Joge Chavez-Goyeneche, siendo en estas de carácter zonal, se muestra un crecimiento acelerado de la misma pero de forma desrodenada y con un avance significativo hacia la especilización. De igual manera se presenta una consolidación en las Av. Victor Andres Belaunde (*) y Jose Abelardo Quiñones(*), siendo en estas altamente especializada.

A nivel de Equipamiento se destacan el Centro Comercial Don Ramón y el Mercado San Camilo siendo este ultimo caracrterizado por su bajo nivel de especialización y en ambos casos por presentar problemas de infraestructura insuficiente. Tambien se pueden destacar los equipamientos del sector privado (del modo retail) como Plaza Vea y Tottus. De igual



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

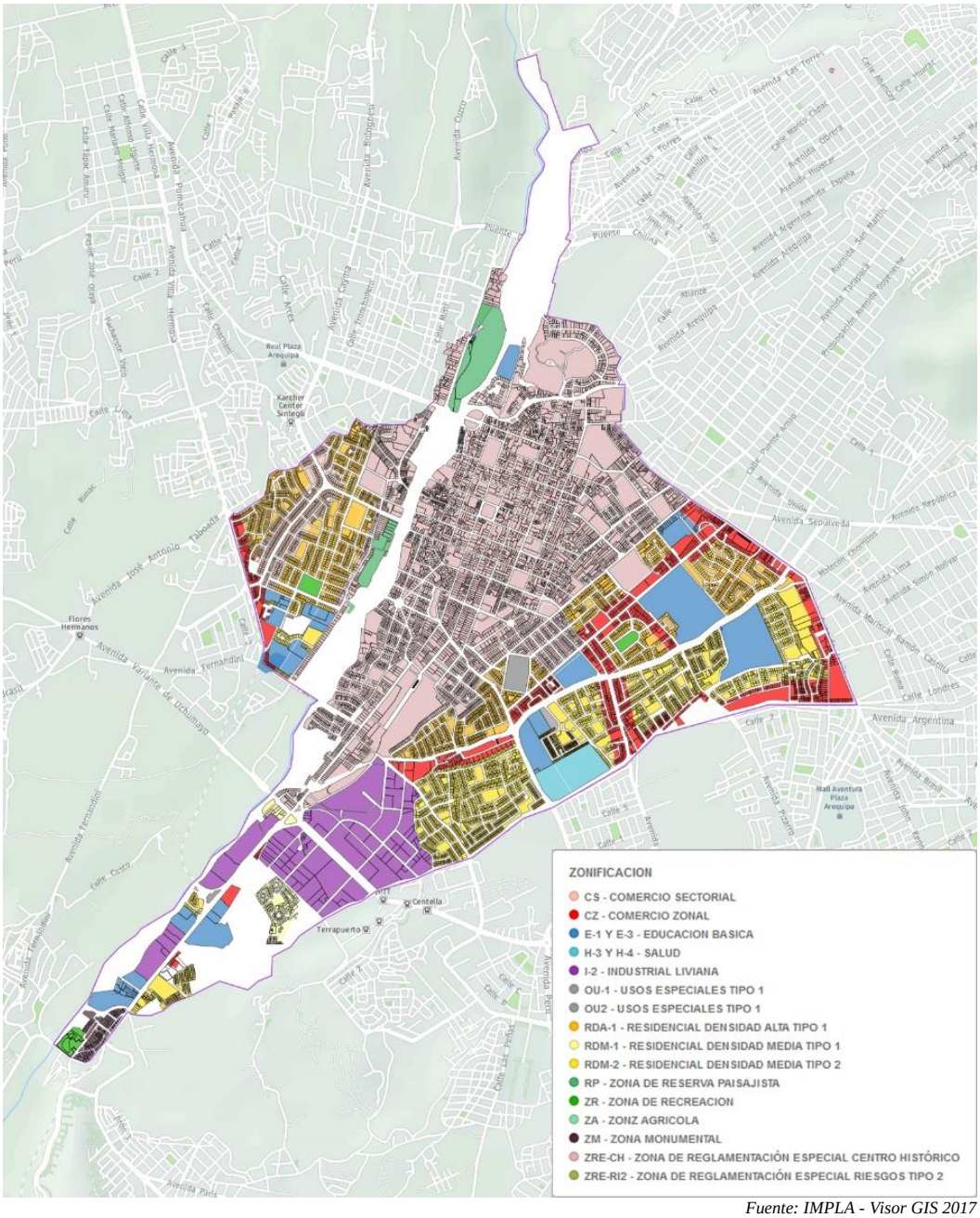
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

manera se puede observar una presencia significativa de la actividad industrial ligera sobre las avenidas Migue Forga y Alfonso Ugarte.

(*) Estos equipamiento (y en dos casos avenidas)se encuentran en el Barrio de Umacollo el cual es considerado en su integridad como parte del distrito de Yanahura por la Municipalidad de Yanahuara, mas no por el Instituto Municipal de Planeación (IMPLA), Responsable del PDM Arequipa 2016-2025, según la legislación Nacional al existir este tipo de contradicción prevalece la institución de mayor jerarquia, siendo en este caso el IMPLA al ser el responsable del PDMA, por tal motivo se tomarón en cuenta.

*Gráfico 138 Zonificación Distrito de Arequipa*




*Fuente: IMPLA - Visor GIS 2017*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

## 1.3 CENTRO HISTORICO Y ZONA MONUMENTAL

El Centro Histórico de Arequipa se extiende sobre una supercie de 441.4 ha, ubicandose en ambos margenes del Rio Chili, con predominanccia sobre la margen izquierda, siendo sus limites el barrio de Selva Alegre hasta el límite del Cercado, cruzando el río Chili al distrito de Yanahuara, siguiendo por las calles Leoncio Prado, Misti, hasta la avenida Ejército, Enmel, Garaycochea, callejón Loreto, avenida San Jerónimo, puente Bolívar, avenida Parra, pasaje Martinetty , hasta la parte final de la avenida Venezuela, pasaje Otoya, Manzanitos, Micaela Bastidas, Benito Bonifaz, Agricultura, hasta el Malecón Socabaya, avenida Jorge Chávez, avenida Goyeneche, incluyendo el Hospital del mismo nombre, y en el distrito de Miraflores, por las Calles Tacna, Sol de Puno, Plaza Luna Pizarro, Villafuerte, Sáenz Peña, El Filtro, hasta el límite del Cercado, cruzando la Torrentera de San Lázaro, hasta el Barrio de Selva Alegre.

En terminos generales se constituye por dos sectores definidos siendo estos

**Zona Monumental**

Declarada mediante decreto en 1972 se extiende sobre una superficie de 212.70 ha. aprox., su parte mas antigua constituida por el damero fundacional ocupa una extensión de 141.33 ha. siendo denominado como damero fundacional, el cual posee una reticula ortogonal perfecta, albergando la mayor parte de monumentos declarados.

**Zona de Amortiguamiento**

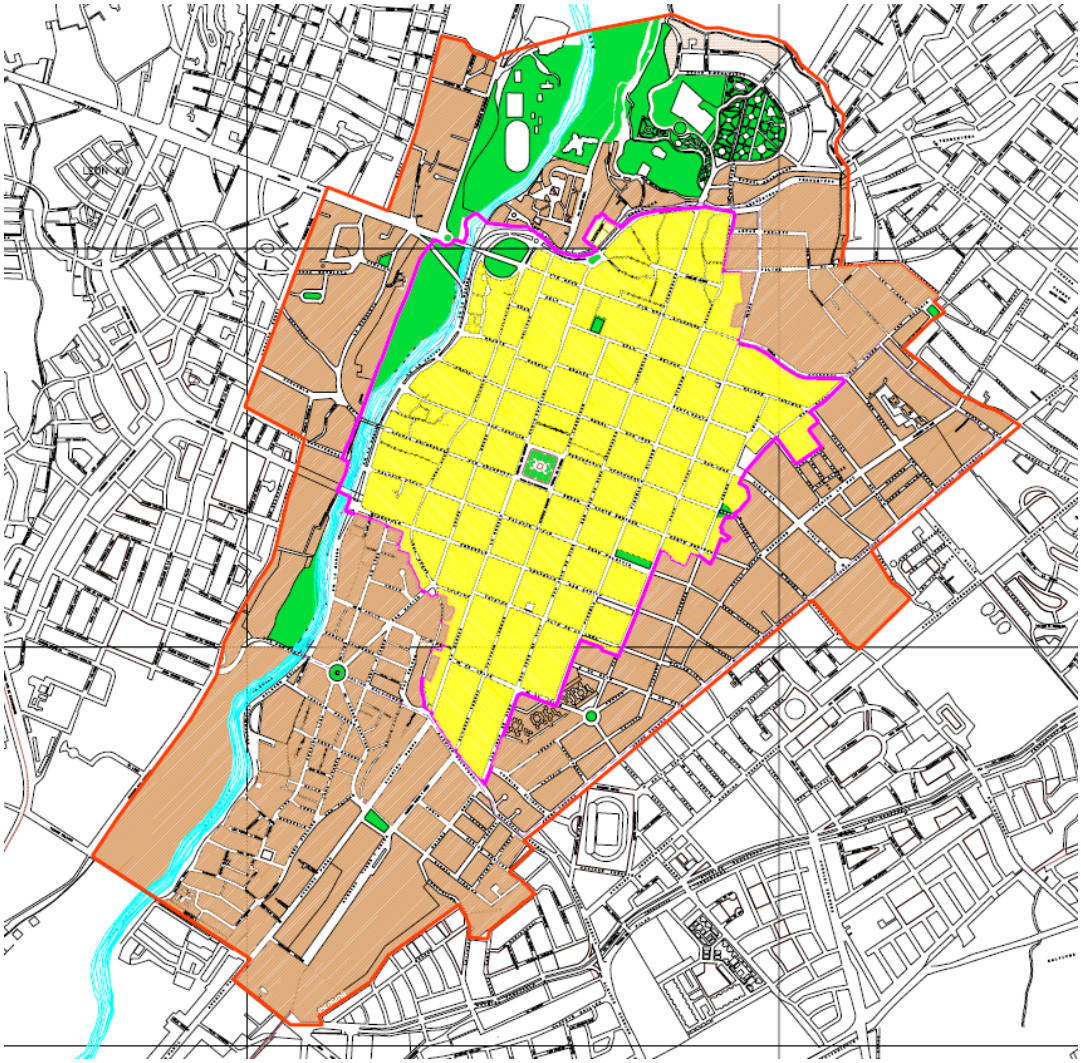
Circunda la zona monumental definiendo los limites totales del Centro Histórico, Se extiende sobre una superficie de 228.7 ha. aprox., sirviendo de espacio de transicion de la zona monumental con el resto de la ciudad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 139 Zona monumental y zona de Amortiguamiento*



*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico*

**COMPONENTES TERRITORIALES**

BARRIOS Y ASENTAMIENTOS

En el ambito del Centro Histótico existen barrios y asentamientos que se constotuyen como los hitós refrenciales del mismo siendo estos

**Barrio de San Lázaro**

Siendo el barrio mas antiguo de la ciudad se caracteriza por su traza organica de origen indigena compuesto por callejuelas sinuosas y estrechas encontrando en su centro la Plazoleta Campo Redondo de tipologia de cancha andina, siendo el lugar mas emblematico del mismo, predomina el uso residencial susbsitiendo la mayoria de las viviendas originales, construidas con las tecnicas de par y nudillo, con cobertura de torta en cal y arena



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Damero Fundacional**

Se constituye por 49 mazanas, pertenecientes a la fundación española de la ciudad constituyendose en el nucle principal del Centro Histórico caracterizandose por su traza ortgonal, albergando la Plaza de Armas como su espacio principal, en el se ubican la mayoria de monumentos declarados, destacando el Monasterio de Santa Catalina, el Complejo de San Francisco y los Claustros e Iglesia de la Compañía de Jesús.

**El Solar y el Barrio Obrero**

Se en cuentra localizado en ambos margenes del rio entre los Puentes Bolognesi y Grau, sobre el puente Bolgnesi se encuentran la mayoría de Tambos de la ciudad, sobre la Av. La Marina se ubican el barrio obrero y la tipologia vecinal conocida como "El castillo del Diablo" presentando este ultimo los mayores problemas de tugurización y desterioro de este zona, tambien se ubican las instalaciones de la que fueron las que fueron las primeras industrias de Arequipa, molinos curtiembres y maestranzas, su localización sobre los margenes del río y con presencia de zonas de cultivo sobre la margen derecha la convierten en una de las zonas con amyor potencial paisajistico.

**El Filtro**

Se ubica en el perimetro de la Zona Monumental al este del Barrio de San Lazaro, en ellas se ubicaba una de las principales acequias histporicas de la ciudad la cual alimentaba al al centro de la ciudad debiendo a esto su nombre.

**Santa Marta o la Rancheria**

En su origen este fue el reducto de indio de la ciudad, localizando en el la carcel y el Hospital de pobres San Pedro, en este lugar se dio la primera expansión de la ciudad siendo esta hacia las pampas de Miraflores, orginanado el Barrio San Antonio.

**Barrio San Antonio**

Se ubica en el distrito de Miraflores, siendo la primera expansión de la ciudad, en su origen se constituyo como una de las principales entradas de la ciudad desde Puno y las partes Altas de Moquegua.

**La Antiquilla y La Recoleta**

Se situa sobre la margen derecha del Río Chili, de acceso inmediato al puente Grau, por su ubicación en su origen se constituyo como el principal acceso a la ciudad dede la costa



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ademas de servir como nexo entre el centro de la ciudad y los asentamiento indigenas de La Chimba (hoy distrito de Yanahuara), albergo algunos tambos, subsistiendo a dia de hoy el Tambo Ruelas (declarado monumento nacional) tambien destaca la iglesia y convento de la Recoleta.

**El Vallecito**

Se trata de uno de los primeros barrios modernos de la ciudad datantos de los anos ’20, se ubican en el los primeros Chalets de influencia Europea en la ciudad, en su concepción se aplico el modelo urbanistico de Ciudad Jardin caracterizandolo por su trama radial calles arborizadas y el modelo de casas jardin ubicando la vivienda al centro del lote dejando el espacio circundante a ellas como jardin, debiendo a estas caracteriscas su nombre.

**Maria Isabel y La Estación**

En el se ubico la Estación de ferrocarriles de la ciudad convirtiendo en su origen en uno de los lugares de mayor dinamica, sobre el Boulevard Parra y la avenida Tacna y Arica se ubican vivienda de influencia Inglesia, habiendo sido estas las viviendas de los trabajadores y administradores de la empresa inglesa Peruvian Railway, que fue la duña y administradora de los ferrocarriles de la ciudad en sus origenes.

**Zemanat**

Se localiza en la margen derecha del Río Chili, se trato de un lugar de baños termales de gran belleza paisajistica, por lo que en los años cuarenta se localizo en el (hasta nuestros dia) el principal club de la ciudad siendo este el Club Internacional.

**IV Centenario**

Este barrio se construyo en los años cuarente como parte de los trabajos urbanisticos por el cuarto centenario de la ciudad (debiendo a esto su nombre) y en los años setententa siendo una de las principales de intervención urbana para erradicación de tugurios, se ubican en el Edificaciones de estilo neolonial destacando la casona rosada y de estilo moderno, siendo las presencia mas importante la del conjunto habitacional Nicolás de Pierola.

**Selva Alegre**

Tambien construido en los años cuarenta como parte de los trabajos urbanisticos por el cuarto centenario de la ciudad, teniendo como elemento mas representativo la construcción del primer parque municipal de escala urbana denominado Parque Selva Alegre, al rededor del



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

cual se dispusierón las viviendas mediante una traza concentrica, siendo cocebido para albergar la residencia de la familias mas pudiente de la ciudad, poseyendo hasta nuestros días una de las mejores condiciones ambientales por la presencia del parque y sus amplio espacios verdes complementarios.

**ZONIFICACIÓN**

Al tratarse el Centro Histótico de una Zona de Reglamentación Especial, esta posee un tratamiento y reglamentación especiales, puediendo ser zonificada de forma no convencional para poder adecuarse a sus caracteristicas, contexto, conyuntura y objetivos.

Es asi que en el año 2002 la Superintendecia Municipal de Administración y Control del Centro Histórico - Oficina Tecnica del Centro Histórico Convenio AECI-MPA (hoy Gerencia del Centro Histórico y Zona Monumental) mediante el Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa, establece una zonificación propia para los sectores que comprenden el Centro Historico de Arequipa (Zona Monumental Y Zona de Amoriguamiento)

Esta zonificación se realizó identificando sectores con características propias en base a los valores patrimoniales, la tipología arquitectónica, alturas de edificación y el estado de los inmuebles, considerando también los usos y tendencias de la zona; contemplando ademas el tratamiento de espacios con modalidades de acción específicas, tanto a nivel urbano y arquitectónico.

Este tipo de zonificación se define como Áreas de Tratamiento y tienen como soporte legal el D.L. 969, siendo la misma aceptada e inscrita por la UNESCO al momento de la Inscripción del Centro histórico de Arequipa como parte de la lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Este asi que El Plan Maestro de Centro Histórico de Arequipa realiza su zonificación por medio de 12 areas las cuales denomina Zonas de Tratamiento (ZT), Asignandole a cada una un rol predominante y contemplando a su vez que cada una debera contar con su propio plan.

Estas Zonas de Tratamiento son:

**Zona de Tratamiento 1 Cívico Cultura**

Conformanda por tres cuarteles del damero fundacional definen su perimetro las calles Ayacucho, Puente Grau, Villalba, Cruz, Verde, Sucre, avenida Salaverry, calle San Juan de Dios, calle Mercaderes, calle Colón, Plaza España, San Pedro, con una superficie de 78,57



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Has. y un perímetro de 4762,69 ml., siendo zona con mayor area de la zona momunetal y la zona conmayor valor patrimonial albergando el 80% del área patrimonial de la UNESCO donde se ubican los principales monumentos cívico religiosos de la ciudad como el Monasterio de Santa Catalina, La Compañía, el Complejo de San Francisco, La Merced, San Agustín, Santa Teresa y La Catedral, el Hospital Goyeneche, está, con la Plaza de Armas como principal centro referencial.

**Zona de Tratamiento 2 San Camilo**

Comprenden su perimetro las calles San Juan de Dios, Garcí Carbajal, Piérola, 2 de Mayo, Pizarro, Víctor Lira, Av. Jorge Chávez, Paucarpata, Av. Independencia, Pasaje Santa Rosa, calle Colón y calle Mercaderes. con una superficie de 51,64 Has. y un perímetro de 3802,96 ml., siendo la zona con mayor grado de degredación y deteriororo, igualmente es la zona que alberga la menor cantidad de vivienda habiendo sido esta sustituida por edificios comerciales, tipo galerías y edificaciones menores(construcciones nuevas y construcciones preexistententes modificadas) dedicadas al comercio, alberga la mayor cantidad de campos feriales, mercadillos de comercio informal y establecimientos comerciales entre ellos el antiguo mercado San Camilo, considerado monumento nacional.

**Zona de Tratamiento 3 San Lázaro**

Comprenden su perimetro las calles Ayacucho (1ra cuadra), Puente Grau, Torrentera de San Lázaro ambas márgenes (Av. Juan de la Torre), Pasaje Selva Alegre, Puente J.E. Portugal , calle Rivero. Tiene una superficie de 15,29 Has. y un perímetro de 1916,85 ml., siendo el barrio más antiguo de Arequipa, su uso es eminentemente residencial y turístico.

**Zona de Tratamiento 4 El Solar**

Comprenden su perimetro la Av. La Marina, las calles Consuelo, Cruz Verde, Villalba y el Puente Grau incluyendo los parques Biela y Grau. con una superficie de 18,19 Has. y un perímetro de 2248,11 ml., alberga la mayor cantidad de tambos y algunos tugurios, su localización es privilegiada por estar frente al río y la Av. La Marina constituyendo el zócalo de la plataforma monumental del centro histórico.

**Zona de Tratamiento 5 Paisajisa del Chili**

Comprenden su perimetro el puente Bolívar, la margen derecha del río Chili, hasta el límite del cercado incluyendo los farallones. Comprende el Malecón Bolognesi, la Quinta Salas, la Alameda Pardo, Pasaje Huesitos, y por los farallones hasta el puente Bolívar. Tiene una



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

superficie de 34,35 Has. y un perímetro de 4307,19 ml., se encuentra conformada en su mayoria por zonas agricolas, siendo una de las zonas con mayor valor paisajisticos.

**Zona de Tratamiento 6 El Vallecito**

Comprenden su perimetro las calles Consuelo, continuando por la calle Cruz Verde, Sucre, la Av. Parra hasta el Puente Bolívar, Malecón Chili y Av. La Marina. Tiene una superficie de 52,59 Has. y un perímetro de 3483,44 ml., Siendo uno de los primeros barrios residenciales “modernos”, diferenciado por su traza radial y calles arborizadas. Es sede de varias empresas y hoteles, pero sigue manteniendo su carácter residencial.

**Zona de Tratamiento 7 IV Centenario**

Comprenden su perimetro las calles las calles San Juan de Dios, Garcí de Carbajal, Piérola, 2 de Mayo, Pizarro, Víctor Lira, Av. Jorge Chávez y Av. Mariscal Cáceres. Tiene una superficie de 17,20 Has. y un perímetro de2016,66 ml. Alberga la mayor cantidad de proyectos de renovación urbana en la erradicación de tugurios en los años setenta. La proximidad al Mercado San Camilo ha deteriorado la zona, que fue en los años cincuenta una zona de alta categoría residencial.

**Zona de Tratamiento 8 San Antonio**

Comprenden su perimetro el pasaje Santa Rosa, Av. Goyeneche, calles Tacna, Sol de Puno, plaza Luna Pizarro, calles Villafuerte, Sáenz Peña, El Filtro, hasta el límite del Cercado, Torrentera de San Lázaro, calles Rivero, Ayacucho y San Pedro. Tiene una superficie de 48,49 Has. y un perímetro de 3818,17 ml. Se encuentra conformada por diversos barrios residenciales como Orrantia y Buen Retiro en las proximidades del Monasterio de Santa Rosa; San Antonio, en el distrito de Miraflores; y El Filtro en las proximidades de San Lázaro. Alberga diversas actividades con densidades de vivienda heterogéneas y equipamientos de interés metropolitano como el Hospital Nacional de EsSalud y colegios nacionales.

**Zona de Tratamiento 9 La Recoleta**

Comprenden su perimetro el Puente Bolívar, Avenida San Jerónimo, Callejón Loreto, calle Garaycochea, Av. Emmel, Av. Ejercito, calle Misti, calle Leoncio Prado, hasta el límite del Cercado, Av. Francisco Bolognesi, limite de la “Quinta Salas”, pasaje Pardo, callejón Huesitos, límite de los farallones de la margen derecha del río Chili. Tiene una superficie de 45,37 Has. y un perímetro de 6086,17 ml. Aberga diversas actividades con un uso



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

predominantemente residencial de alata categoria, Se caracteriza por su traza irregular prehispánica, siendo el Callejón Loreto, la calle Beaterio, la calle Recoleta y la calle Cortaderas especialmente sinuosa y estrechas y frente a la Av. Bolognesi con callejuelas internas. alberga elementos monumentales como la Casa Ricketts, la Iglesia y Convento de La Recoleta con su museo, la Casa de Javier de Belaúnde, con el único balcón limeño, y el Tambo de Ruelas, también alberga equipamiento de salud, de nivel metropolitano.

**Zona de Tratamiento 10 La Estación**

Comprenden su perimetro la Av. Salaverry, Av. Mariscal Cáceres, pasaje Agricultura, calles Benito Bonifaz, Micaela Bastidas, Manzanitos, pasaje Otoya, hasta la parte final de la Av. Venezuela, pasaje Martinetty, y Av. Parra. Tiene una superficie de 35,50 Has. y un perímetro de 2922,76 ml. Esta zona , Alberga construcciones de influencia inglesa, comercio especializado y18 hectáreas de la empresa del ferrocarril proyectados para su habilitación con fines ambientales y de recreación para convertirse en el segundo parque metropolitano o Parque sur de la ciudad.

**Zona de Tratamiento 11 Selva Alegre**

Comprenden su perimetro la torrentera de San Lázaro, pasaje Selva Alegre, Ripacha hasta el límite del Cercado. Tiene una superficie de 29,53 Has. y un perímetro de 2243,25 ml., Alberga el mayor Parque infantil de la ciudad (Parque Selva Alegre), el bosque de eucaliptos y el "Hotel de Turistas", hoy Hotel Libertador, considerado monumento nacional. Se caracteriza por su traza envolvente alrededor del parque y sus excelentes condiciones ambientales.

**Zona de Tratamiento 12 Molino Blanco**

Comprenden su perimetro la Torrentera de San Lázaro, margen izquierda del río Chili hasta el límite del Cercado, Ripacha. Tiene una superficie de 14,71 Has. con un perímetro de 2239,74 ml. Alberga el Molino de Santa Catalina y la Quinta Vivanco, su uso es residencial, turístico y paisajístico.

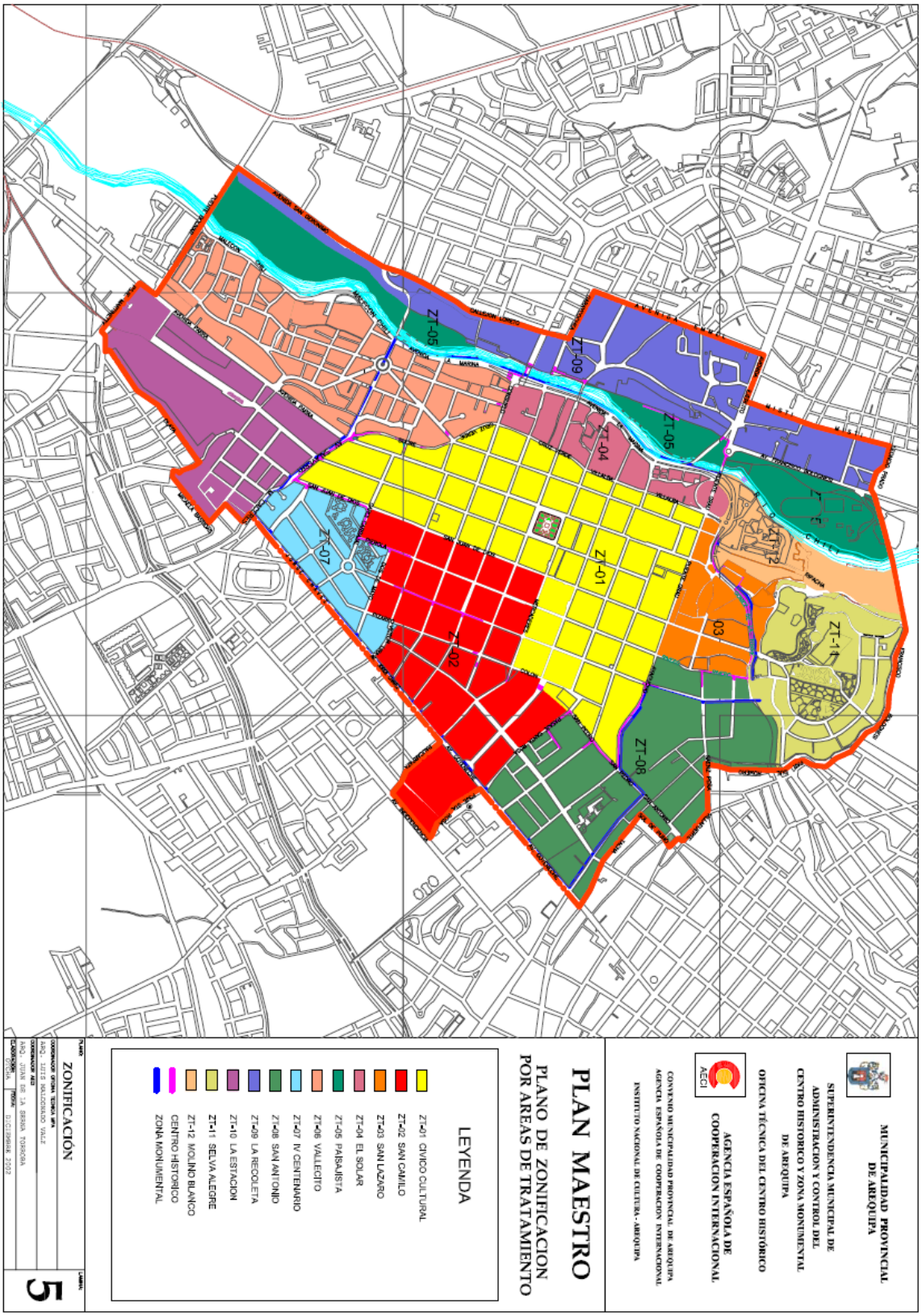


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 140 zonificación por áreas de tratamiento Centro Histórico*




*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**ACTIVIDADES Y EQUIPAMIENTOS**

A partir de 1993 la provincia de Arequipa a experimentado un decrecimiento poblacional progresivo sufriendo este proceso principalmente el Centro Histórico.

A manera de generalidades debemos precisar algunas caracteristicas actuales con respecto al año 2000 en que se realizo el diagnostico para el posterior Plan Maestro del Centro histórico de Arequipa, (para esto tomaremos en consideración el diagnostico de la propuesta PlamCha 2017-2027).

- Incremento predial, En el año 2000 existían 4,857 predios, en la actualidad ascienden a 5,017, esto podría deberse a un proceso de subdivisión predial.
- El numero de predios de actividad residencial a disminuido y el destinado al comercial se ha incrementado, ambos significativamente mostrando un desplazamiento de la viviendo principalmente por parte del comercio.
- De igual forma aunque con una presencia menor a la comercial han aumentado el numero de predios de uso educativo (basica regular, acedemias y educacion superior) reemplazando a la vivienda, ademas se detecto la aparicion de la tipologia de uso mixto.

**RESIDENCIA:** El uso residencial es de densidad baja y media en su mayoria, con presencia de torres de vivienda en casos puntuales, la vivienda a sido desplazada casi en su totalidad de la zona monumental, Los sectores con predominio de vivienda son San Lázaro, Selva Alegre, La Recoleta, El Vallecito, Cuarto Centenario, Orrantia, Buen Retiro, Barrio Obrero y El Solar, pero estas muestran el desplazamiento de la vivienda debido a la introducción de usos comerciales y servicios (hoteles, hostales, restaurantes).

**EDUCACION:** El uso educativo a mostrado un incremento pasando de 97 en el año 2000 a 149 en 2017, ubicandose 76 en la Zona de Amortiguamiento y 73 en la Zona Monumental, de estos 78 se dedican exclusivamente a adctividades educativas y el resto al usoo mixto de educación y vivienda.

De los predios dedicados uso educativo exlusivo 7 son del nivel inicial, 8 del nivel primario, 14 secundarios, 35 centros de educación ocupacional, o academias, 12 tecnológicos, que también están en la categoría comercial de academias, y 2 universitarias, de las de uso mixto no existe una estadistica cuantitativa aunque la mayoria de estas se dedican a la educación ocupacional y academias siendo mayoritaria esta ultima.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**SALUD:** El centro Histórico cuenta con la presencia de hospitales, puestos de salud general, de análisis, odontología y centros de estética, la presencia de estos asciende a 41 predios ubicados principalmente en la Zona de Amortiguamiento con 34 predios y 7 en la Zona Monumental.

De estos destacan el Hospital Gayeneche, Hospital Essalud, Policlinico Essalud, Hospital III Yanahuara ye el Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo.

**RECREACION:** Se localizan 35 espacios abiertos correspondientes a las categorías, pública, privada y agricola distribuidos en 8 plazas, 17 parques, 1 parque metropolitano, 1 club privado y 8 areas agricolas, sumando un total de 47.4 ha., las areas agricolas representan el 46% de esta area con 21.77 ha.

Las presencias mas representativas de estas son la Plaza de Armas (por su carácter fundacional), El parque Selva Alegre y Club Internacional

**CULTURA:** El centro Histórico cuenta con la presencia de 279 monumentos declarados, ubicados mayoritariamente en la Zona Monumental, se distribuyen en 26 monumuentos de arquitectura religiosa, 10 monumentos de arquitectura civil pública, 2 monumentos de arquitectura civil militar y 241 monumentos de arquitectura civil domestica.

A nivel de equipamiento se cuenta con el Teatro Municipal, La biblioteca Central ademas de contar con museos ubicados pricipalmente en los monumentos de carácter religioso, ademas de salas de exposiciones promovidas por las universidades privadas los cuales se ubican en las casonas pertenecientes al grupo monumentos de arquitectura civil domestica, tambien se encuentra el Palacio Metropolitano de Bellas Artes Mario Vargas Llosa.

**GESTION:** La Zona Monumental de Centro Histórico cuenta con la presencia de las principales instituciones públicas de la ciudad, destacando entre estas La Municipalidad Provincial de Arequiipa, Gobierno regional de Arequipa, Poder Judicial, SUNAT, SUNARP, Banco Central de Reserva, ademas de contar con una cantidad de entidades financieras y las cedes centrales de los principales bancos de la ciudad.

**COMERCIO:** Como se meciono anteriormente la presencia comecial ha sido la de mayor crecimiento en el Centro Histórico, siendo la mayoria de estos establecimiento de venta al por menor y de comercio especializado, existen tambien la presencia de establecimientos de venta al por mayor y/o distribuidores.

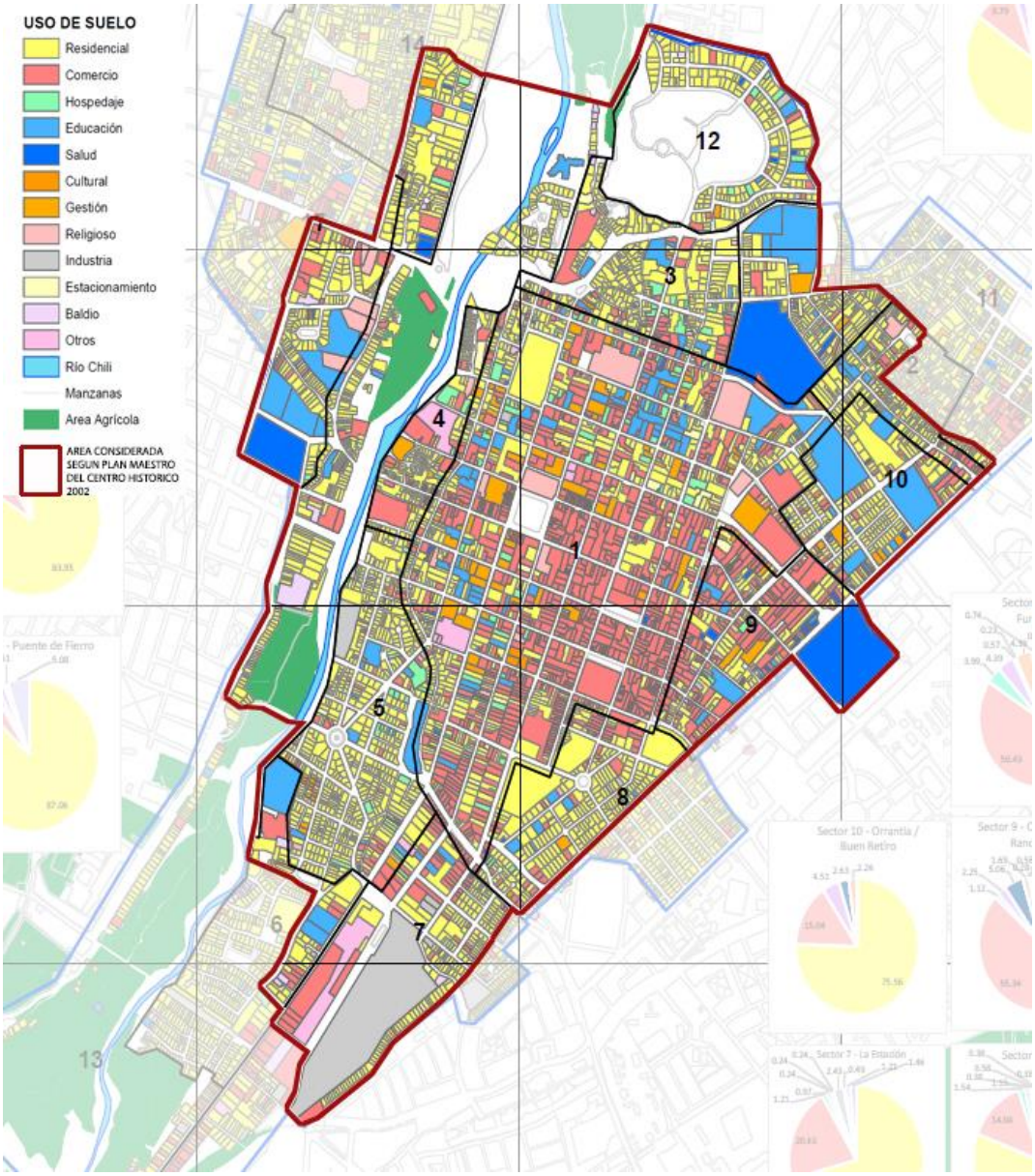


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Existen tres puntos focales predominantes siendo estos, la Calle mercaderes con predominancia del comercio especializado (marcando la tedencia mayor del comercio en el Centro Histórico) el Mercado San Camilo y el Centro Comercial Don Ramón en la Av Siglo XX, estos ultimos caracrterizados por presentar problemas de infraestructura insuficiente. Lo cual genera problemas de deterioro, siendo la mas aguda la del Mercado San Cmilo y su entorno inmediato debido sus problemas de infraestructura y al bajo nivel de especilización. Tambien se pueden destacar la presencia del supermercado Plaza Vea En la Av. La Marina.

*Gráfico 141 Mapeo usos de suelo Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027 (Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

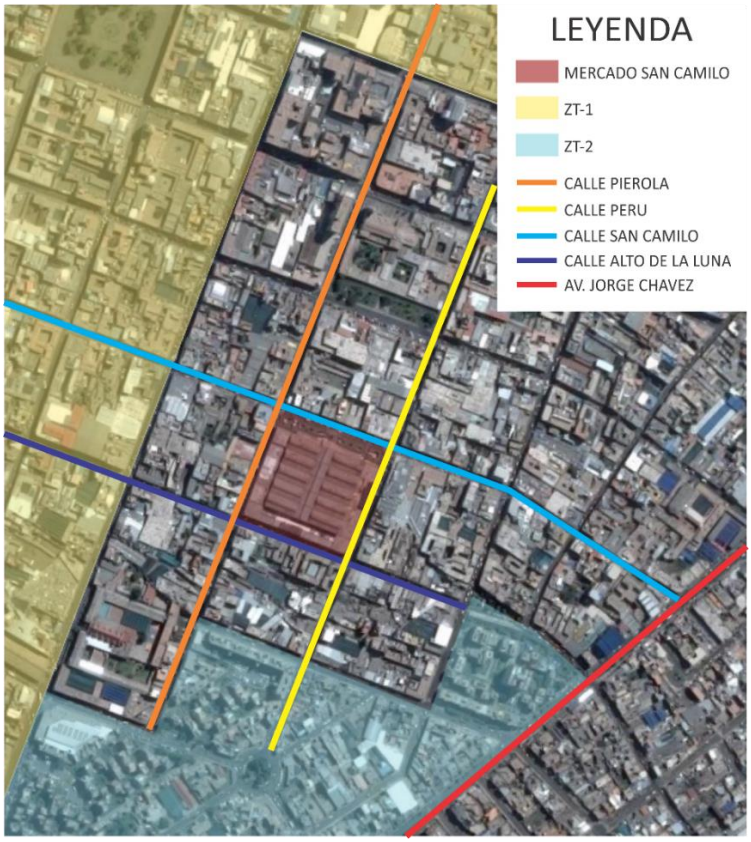
## 1.4 A NIVEL DE LA PROPUESTA

### UBICACIÓN DEL ELEMENTO ARQUITECTONICO

La intervención se realiza en el Mercado San Camilo el cual se ubica entre las calles: San Camilo, Perú, Alto de la Luna y Piérola, definiendo estas su perímetro, con una latitud de 16°24’11.15”S y longitud de 71°32’05.58”O., con un área bruta de 1.21 Has (12100 m2) y un perímetro de 462.28 ml.

En su entorno inmediato por la zona norte y oeste colinda con la ZT-1 en la cual se ubican la mayoría de monumentos declarados poseyendo una gran presencia del turismo, también se ubican los principales centros gestivos de la ciudad, ambos en su conjunto han contribuido a que tenga una fuerte presencia de oficinas y comercio siendo este de carácter especializado resaltando la Calle mercaderes. Por el lado sur colinda con la ZT-7 la cual si bien posee una fuerte presencia residencial principalmente por la presencia del conjunto habitacional Nicolás de Piérola, esta presenta altos grados de tugurización esta zona comparte los grados de deterioro e inseguridad de la Zt-2, por el lado oeste colinda con la Av. Jorge Chávez (en su prolongación Goyeneche) una de las principales vías de la ciudad, en la aproximación a esta vía (Zt-2) se observan las mismas características de uso, seguridad y deterioro.

*Gráfico 142 Ubicación de la propuesta*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es importante resaltar que la zona de emplazamiento se caracteriza por ser una de las más deterioradas e inseguras de la ciudad, razón por la cual es una de las menos pobladas (vivienda), siendo casi en su totalidad de uso comercial con presencia de galerías comerciales, de mercadillos y ferias de comercio no especializado.

**DEFINICIÓN DEL AREA DE TRATAMIENTO**

**POR EL NORTE**

Ubicamos las Calles Mercaderes y Octavio Muñoz Najar, ya que supone la primera uno de los limites con la Zt-1 Civico Cultural y por el tipo de actividad que se da en ella, siendo la via comercial mas significativa e influyente del Centro Histórico, encontrandose ella consolidada por el comercio especializado y habiendo marcado la tendecia hacia la especialización del comercio en la gran mayoria del Centro Histórico, tambien se considero la calle Octavio Muñoz Najar por ser la continuidad natura del la Calle Mercaderes y conectar directamente con una de las vias principales de la ciudad siendo esta la AV. Jorge Chavez-Goyeneche.

**POR EL SUR**

Incluiremos la calle Garci Carbajal, dada la cercania con ella y al pertenecer una cuadra de esta como limite de la ZT-7 y por la presencia del Conjunto Nicolas de Pierola, conectandose con la Av, Jorge Chavez.

**POR EL ESTE**

Ubicamos una de las principales vías de la ciudad, la Av. Jorge Chavez - Goyeneche, de gran impacto sobre la zona de la propuesta tanto por su cercania, su caracter vial y por la magnitud de la actividad comercial que se desarrolla en ella, ademas de ser el al mismo tiempo el limite de la ZT-2 y del Centro Histórico (por el este) con el resto de la ciudad, constituyendose en su principal punto de interacción entre ambos, por lo que podemos definir esta vía como uno de nuestros limites mas significativos.

**POR EL OESTE**

Ubicamos la Calle San Juan de dios, siendo el otro limite con la ZT-1 y por la su actividad que al contrario de la Calle Mercaderes esta presenta la Influencia del Mercado San Camilo y su perimetro, marcando asi el carácter comercial de esta vía siendo en su mayoria no especializada y con presencia de mercadillos.



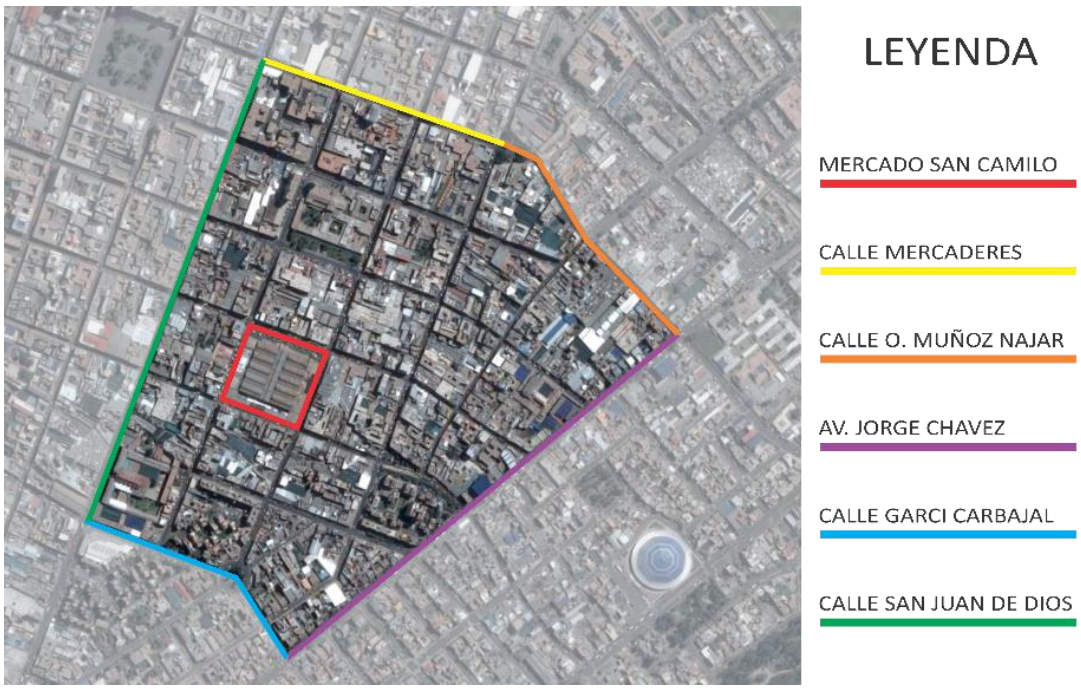
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Se debe resaltar que para la elección de las Calle mercaderes y San Juan de Dios se considero que ademas su carácter de limite entre la Zt-1 y la Zt-2 se constituyen como los principales puntos de interacción entre estas, lo cual ayudara a definir las estrategias a seguir para la propuesta.

*Gráfico 143 Delimitación de la zona de tratamiento*




*Elaboración: Propia*

## CONSIDERACIONES FINALES

El proyecto se ubica en la Zt-2 por lo que el analisis tendra mayor incidencia sobre esta pero, se ralizara un analisis en paralelo de la ciudad, el centro historico, ZT 2 y el entorno inmediato, incidiendo en estos dos ultimos en algunos puntos del analisis; a fin de comprender la relación e influencias que ejercen entre si debido a la naturaleza de la propuesta de carácter comercial y metropolitano, debiendo ser abordada desde un enfoque macro y al ubicarse en una zona patrimonial y tratarse de un monumento declarado, tambien debe abordarse desde un nivel micro, ambos al mismo tiempo.

Por último se hace la indicación de que para este análisis no se tomaran en cuenta las zonificaciones, usos, cartera de proyectos y demás lineamientos de la propuesta PlaMCha 2017-2027, ya que no se encuentra aprobada, siguiendo en vigencia el Plan Maestro del año 2002, algunos lineamientos y cartera de proyectos del PlaMCha 2017-2027 podrán ser mencionados pero solo a manera de referencia o compatibilidad a proyección futura, sin embargo su diagnóstico si se tomarán en cuenta al tratarse de una base de datos actualizada.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 2. VARIABLE HISTORICO PATRIMONIAL

## 2.1 DESARROLLO HISTORICO DE AREQUIPA

### ORIGENES

Contrariamente a lo que se creyo durante muchos años, el Valle del Chili -lugar donde se ubica la ciudad de Arequipa- no se trato de una zona deshabitada hasta el momento de la fundación española de la Ciudad de Arequipa, por el contario fue una zona intensamente habitada debido a sus condiciones de emplazamiento y acaracteristicas, siendo prueba de estos la imesa cantidad de acequias prehspanicas que posee el centro Hist´rico de la ciudad y su zona circundante (Teoria que fue planteada por Francisco Mostajo y porsteriormente confirmada por diversos historiadores siendo el mas relevante Gillermo Galdos) esta ocupación se dio principalmente por dos grupos los Yarabayas y los Collaguas o Chimbas, asentandose los primeros en el hoy radicional barrio de San Lazaro y los segundo en la zona de La Chimba hoy distrito de Yanahuara, sobre las margenes del rio donde hoy se asienta el Centro Histórico el uso fue eminentemente agricola, mediante trabajos de andenerias debido al apresencia del rio y las pendiente del terreno, posteriormente, drante el periodo Inca existio ocupación de esta zona por parte del imperio incaico, pero con algunas construcciones menores y sin llegar a fundar algun asentamiento o ciudad en ella (esto fue confirmado en años reciente al encontrar evidencia de estas construcciones en las zonas del Centro Histórico cercanas al Rio Chili, siendo las mas destacada los cimientos de epoca incaica, hallados en el Tambo de la Palla)conservando su rol eminentemente agricola, manteniendo el carácter de valle que poseia su paisaje al momento de la ocupación española

### FUNDACIÓN Y COLONIA

Es asi que este valle por sus condiciones y emplazamiento llaman la atención de Francisco Pizarro durante su paso por el en 1539, ordenando la fundación de una ciudad en dicho emplazamiento una año despues, es asi que el 15 de Agosto de 1540 es fundada la ciudad de Arequipa por mandato de Francisco Pizarro bajo la denominación de Villa hermosa, siendo Garcí Manuel de Carbajal el teniente gobernador de turno y responsable de su ejecución.

La Fundación se lleva a cabo sobre el Margen izquierdo del Rio siendo conformada esta (según datos del Acta fundacional) por una traza otrogonal de 49 manzanas incluyendo la Plaza de Armas como su centralidad mayor estas manzanas se dispusieron a manera de cuadrado con unas dimensiones de 111.40m en cada uno de sus lados y separados por calles de 10.30m, con formando una extensión total de 875 m. de longitud de norte a sur y 850



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

metros de este a oeste, quedando delimitado el perimetro de esta area al norte por el Jirón Ayaucho, y parte del Puente Grau, al sur por las calles San Camilo y Consuelo, al este por las calles Colón y Pizarro y al oeste por las calles Villalba y Cruz Verde sufriendo en este sector la unica inflecciónnde la traza ortogonal debido a la topografia.

Las manzanas fueron subdivididas en 4 y 8 solares, siendo distribuidas jerarquicamente desde la plaza central según la importancia de los habitantes, en el caso de las instituciones religiosas estas llegaron a ocupar una manzana completa y algunos casos particulares como los conventos de Santa Catalina y San Francisco ocuparon mas area.

Durante los trescientos años que abarco la etapa colonial, el patron de crecimiento poblacional y de ocupación en la ciudas fue lento, teniendo su ocupación residencia basicamente en el area inmediata a la plaza central donde se encontraba el equipamiento politico, administrativo y religioso. Esto se debio en parte a los sismos de 1582 y 1784 que debastan la ciudad en su totalidad planteando su traslado en ambas ocasiones, producto del primero se cuenta con sillar de tufo volcanico en la ciudad siendo tomado este como una oportunidad de material a pie de obra, comenzando la reconstrucción de la ciudad con el uso predominante de este material dotando a la ciudad de una de sus principales caracteristicas hasta nuestros días. En 1784 de los 2,064 edificios solo quedan 62 en pie y todos estos al borde del derrumbe, lo cual obliga a los pobladores a trasladarse al campo y habitar durante un tiempo prolongado en campamentos y carpas en calles y plazas.

El barrio de San Lazaro y la zona de Santa Marta fueron destinadas como rancherias y reductos de indios, el Puente Real hoy puente bolognesi comunicaba a la ciudad con la zona de la chimba actual distrito de Yanahuara y se constituan en la principal via de acceso de la costa por que que en ambos margenes del rio se ubicaron los tambos de la ciudad.

**REPUBLICA**

Se comprende en la segunda decada del Siglo XIX, como consecuencia del proceso de indepenpendencia del Perú el Puerto del callao deja de ser el unico puerto del pais, modificando los flujos comerciales constituyendo a Arequipa como el centro hegemonico del Sur, comenzando un proceo de desarrollo producto de la actividad comercial lanera.

En 1868 se produce un fuerte sismo que debasta la ciudad casi en su totalidad, afectando templos y viviendas llevando a plantear el traslado de la ciudad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En 1871 se produce la introduccióndel ferrocarril en la ciudad, constituyendose en un eje adicional para el comercio con la costa, dotando a la ciudad de un auge economico impulsando asi el proceso reconstrucción y desarrollo de la ciudad despues del sismo del año 1868, generado un proceso de expansión de la ciudad hacia el este con la introducción de nuevos conceptos y estilos urbanisticos y arquitectonicos (principalmente Ingleses) apareciendo la Av. Siglo XX, Av. Parra y el barrio Vallecito. Asi tambien como el proceso de urbanización de Yanahuara, llevando a la construcción del Puente Grau, cabe resaltar que tambien se inicio la expansión hacia la zona de miraflores siendo esta primera expansión de la ciudad, en esta zona junto con las expansiones de barrio obrero, Jacinto Ibañes se ubicaron las personas de escasos recursos.

Producto de esta expansión se aumenta el numero de equipamientos en la ciudad en la periferia, constryendose el Hospital Goyeneche y el Mercado San Camilo, adicionalmente se aumenta la infraestructura de la ciudad con la construcción de los puentes Grau, y Bolivar y se inaguran fabricas siendo la mas importante y emblematica la fabrica Pedro P. Diaz.

Es asi que los equipamientos de la ciudad muestran una desentralización, del nucleo central (Plaza de Armas), hacia la periferia donse empezaban a asentar el principal uso residencial de la ciudad, marcando en el nucleo central y su entorno imediato un avance de la actividad comercial e industrial, llegando a establecerse 19 empresas comerciales y 15 industriales.

**EPOCA MODERNA**

En el Año de 1940 se conmeran los 400 años de fundación de Arequipa, este hecho provoca el planemiento de un proyecto de expansión urbana y dotación de equipamiento de la ciudad por parte del gobierno local, encargdo este al Ingeniero Alberto de Rivero.

Este Plan se basa en un sistema de expansión radiocentrico en cuanto vías y usos de suelo, es asi que se plantea un anillo residencial circundando el damero fundacional habilitando los barrios de IV Centenario y Selva Alegre, la dotación de equipamiento se concretiza en la construcción del Teatro Municipal en la Calle Mercaderes, la Bilioteca Central Ateneo en la intersección de las calles Tristan con Alvarez Thomas, El Colegio Independencia y la Universidad Nacional de San Agustin en la Av. Independecia, El Hotel de turiistas y El Parque Municipal Selva Alegre en el barrio de Selva alegre, de igual manera si bien no se trata de un equipamiento una delos proyectos mas revlantes fue la del Conjunto Habitacional Nicolas de Pierola en el barrio IV Centenario.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Estas iniciativas generan un fuerte proceso de expasión hacia las zonas norte y sur de la ciudad generando un desplazamiento aceleralerado de la poblocaión hacia la periferia, consolidadndo la presencia comercial en la zona cental de la ciudad, de igual manera en las decadas de los sesenta y setenta se propicia un fuerte impulso de la aca actividad industrial por parte de la Junta de Rahabilitación y Desarrollo de Arequipa, llevando a la creación del parque industrial articulandola con la ciudad, de igual forma desaparecenlas fabricas ubicadas en el centro de la ciudad dejando sus emplzamientos en ellas quedando asi como espacios subutillizados y en algunos casos (como los tambos) siendo ocupados para la residencia tugurizada debido a las caracteriscas de la infraestructura

**SIGLO XXI**

En el año 2001 un fuerte sismo sacude la ciudad producto del cual se genera la ceacion de la Junta de Reconstrucción y desarrollo a traves de la cual se destinan fuertes presupuestos. Destinandolos a la reconstruccion y la inversión en la consolidació de la actividad industrial en la ciudad, marcando estos un fuerte desarrollo economico, esto tambien genera un fuerte proceso de expansión sobre las zonas eriazas de la ciudad, siendo esta de manera desorganizada y espontanea, asentandose principalmente en la zona del cono norte, de igual forma se intensifica el despoblamiento de la zona central de la ciudad y su ocupuación por la actividad comercial, de igual forma el desarrollo economico de arequipa genera la depredación de las zonas agricolas producto de la especulación empresarial, sobre al año 2007 se produce la llegada de grandes proyectos comerciales en la periferia de la ciudad , sin embargo la mayoria de equipamientos urbanos de la ciudad continuan centralizados en la zona central lo cual ha llavado a genrear fuertes problemas de vialidad y contaminación producto de los intesivos viajes que se dan hacia el ademas de acentuar tmabien estos el proceso de despoblamiento del area centeal el cual subsite hasta nuestro dias.

**CENTRO HISTORICO Y ELEMENTOS PATRIMONIALES**

El área central de la ciudad denominada Centro Histórico de Arequipa, fue declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO el 2 de diciembre del año 2000, en base al reconocimiento a la existencia y persistencia de los valores culturales e históricos que encierra, desde su fundación hasta mediados del siglo XX.

Este se compone por la zona monumental y su zona de amortiguamiento, la zona monumental abarca el damero fundacional y su en entorno imediato siendo declarada mediante decreto en 1972 , albergando la mayor parte de monumentos declarados.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

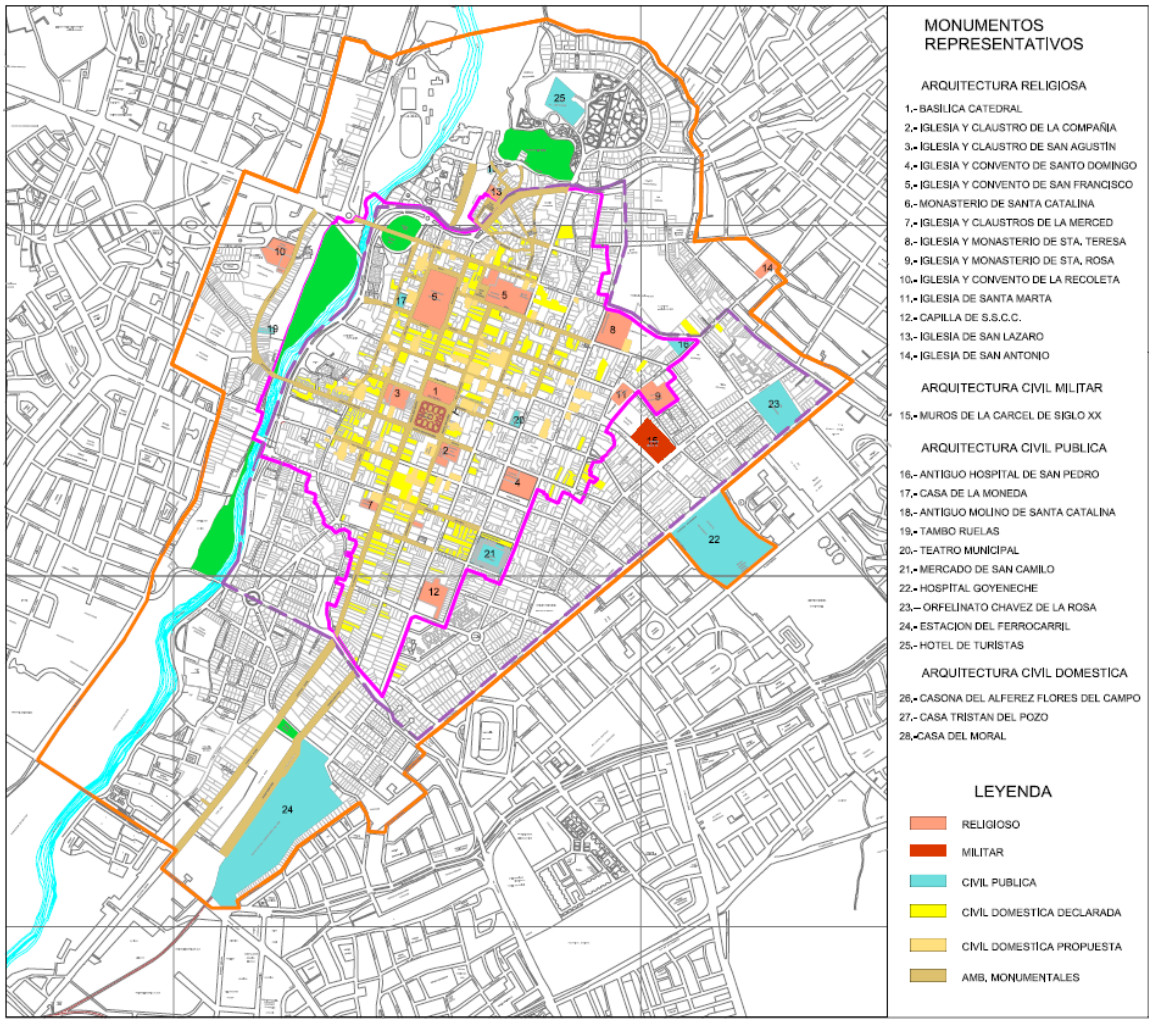
REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

La zona De amortiguamiento se compone por el entono mediato de la zona monumental, abarcando parte de las zonas de la expansión de la ciudad en los periodos republicano y moderno, albergando algunos monumentos declarados siendo estos pertenecientes al periodo republicano.

Como se dijo anteriormente los monumentos declarados se encuentran en todo el ambito del centro histórico encontrando su mayor concentración en la zona monumental, estos se componen por 26 monumuentos de arquitectura religiosa, 10 monumentos de arquitectura civil pública, 2 monumentos de arquitectura civil militar y 241 monumentos de arquitectura civil domestica.

Siendo considerados por la gerencia del Centro Histórico como los mas respresentativos 28 de estos, compuestos por 14 monumentos de arquitectura religiosa, 10 de arquitectura civil pública, 3 de arquitectura civil domenstica y 1 de arquitecura civil militar.

*Gráfico 144 Mapeo de monumentos del Centro Historico*




*Fuente: Plan Maestro del centro Histórico de Arequipa 2002*
*Adecuación: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 2.2 HISTORIA DEL MERCADO SAN CAMILO

El Mercado San Camilo se construye en la epoca republicana de la ciudad, dotando de una ubicación definitiva para el mercado de abastos, este se asienta sobre un predio que data de la epoca fundacional, el cual albergo uno de los templos mas imponentes de Arequipa, el Templo y Convento de Hospicio de San Camilo el cual no fue contemplado en la etapa de fundación, confiriendo a su proceso historico un carácter particular, motivo por el cual sera tratado en tres instancias para comprender el proceso histórico del hoy Mercado San Camilo.

### DEL PREDIO, EL TEMPLO DE SAN CAMILO Y LA ORDEN DE LA BUENA MUERTE

Tal como se meciono el predio en cual se asienta el mercado San Camilo es uno de los predios originarios de la etapa fundacional de Arequipa (1540), la cual se encontraba en el limite de la ciudad ubicada en el cuadrante sur-este de la misma

*Gráfico 145 Ubicación del predio en plano colonial de 1784*



*Fuente: Archivo Gerencia del Centro Histórico y Zona Monumental*

Los limites de la misma la constiuyen las por en por entonces Calle de la Buenamuerte (Calle San Camilo), Calle del Carmen (Calle Pierola), Calle del Rastro (Calle Perú) y Calle del Huatanai (Calle Alto de la Luna), cabe resaltar que en su momento la Calle del Huatanai no era continua, encontrando su continuidad cortada por el predio del hoy Mercado San Camilo, siendo posteriormente este recortado dando continuidad a la calle, tal como era el criterio de subidivisión y asignación de la epoca (se subdividian en 4 y 8 solares y se distribuian por orden de importancia de los habitantes desde la plaza central), encontrandose el predio subdividido en 8 solares.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Paralelamente a esto en 1709 arriba al Perú (puerto del Callao) el primer padre de la Orden de la Buena Muerte (dedicada al hospicio) con la intención de recolectar fondos para la Canonización de San Camilo de Lelis, sin embargo debido a su vocación y las necesidades de la ciudad de Lima su estadia se prolonga olvidando su misión original siendo asi que 1710 pide a España la fundación de una casa de la Orden en Perú, en el periodo de 1710-1745 recibe diversas donaciones de predios en los cuales fundan en 1710 la primera casa y una capilla, en 1732 un noviciado y en 1745 una segunda casa, consolidando la presencia y gran popularidad de la Orden de la Buena Muerte, llegando en 1754 a ser una de las ordenes encargadas de impartir catedra en Universidad Mayor de San Marcos.

Es debido a esta popularidad que en uno de sus viajes a Lima el notario arequipeño Pedro de Silva llega a conocer a la orden y la labor que esta realizaba, quedando impresionado y admirado por las mismas

No existen registros de los dueños originarios de los solares del predio del hoy Mercado San Camilo al momento de la fundación, sin embargo en el año de 1753 el Notario Pedro de Silva dispone en su testamento heredar a la Orden de la Buena Muerte sus propiedades siendo estas su casa de residencia y una huerta contigua (en el predio del hoy Mercado San Camilo). Estipulando su intensión de que estas sirvieran para los inicios de fundación de la Orden de la Buena Muerte en Arequipa, la cual ingresa a la ciudad en 1756 (no existe consenso en las fuentes sobre si fue con 2 o 4 padres) para hacer posesión de dicha herencia a la muerte de Pedro de Silva en 1754.

Las labores de los padres de La Buena Muerte le significan gran simpatia y popularidad por los habitantes por lo cual en 1755 Jose Gonzales de la Fuente les hereda una viña en el valle de vitor y 4000 pesos para que estan sirvieran a la fundación de la orden y su convento en la ciudad de Arequipa, nombrando como ejecutor a Cayetano Cueto (Tesorero de la catedral) el cual solicito a la casa mayor de Lima la fundación de una casa en Arequipa en 1756, siendo esta aprobada inmediatamente y recibiendo el apoyo del cabildo de Arequipa, en 1758 en un viaje fallecen dos de los padres de la orden (siendo uno de estos el padre superior y fundador en Arequipa) dejando un solo cura en la ciudad, motivo por el cual se recibe la orden de la casa de Lima de retirar la fundación de la orden en Arequipa, sin embargo esta medida no tienen acogida entre los pobladores y gobernantes de Arequipa por cual no tienen efecto dejando a la orden en la CIudad y solicitando se envien mas curas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es apartir de este periodo que la orden la Buena Muerte recibe diversas donaciones y herencias por parte de los pobladores de Arequipa, con el fin de ayudar a consolidar la fundación de la orden, es asi que en 1759 a su muerte Cayetano Cueto nombra a la Orden de la Buena Muerte herederos universales de su fortuna y bienes, entre los que figuraban la mansión en la que residia en la ciudad, en 1760 las hermanas Marcela e Ines Caceres donan los bienes de sus padres (figuran entre estos la residencia en la ciudad -en el predio del hoy Mercado San Camilo-), en 1760 recibe de Diego Caceres Ulloa Sus propiedades en Quequeña, en la ciudad(en el predio en mención) y un olivar en el Valle del Tambo y en 1779 recibe en donación pura perfecta e irrevocable entre vivos (el equivalente a un adelanto de legitima) la hoy Casa Tristan del Pozo de parte del Obispo Manuel Abad Yllana, lo cual fue ratificado en su testamento en 1780.

Pese a este ambiente faborable diversos factores como estafas al momento de vender algunas de sus propiedades o apropiaciones de las mismas por parte del cabildo y venta posterior, hicieron que la orden no pueda hacer posesión de todas sus posesiones por donación o herencia sienda la perdida mas significativa la de la actual Casa Tristan del Pozo, sin embargo pese a esto la orden de La Buena Muerte llego a posser propiedades tanto en la ciudad como fuera de ella las cuales les generaban rentas e ingresos fijos ademas de abastecerlos de alimentos, concretamente en el predio del hoy Mercado San Camilo llegan a poseer poco mas de la mitad de toda la manzana, haciendo uso de la primera herencia de Pedro de Silva, usandola como residencia y hospicio, construyendo una capilla y manteniendo las demas propiedades para alquiler.

Como referencia podemos tomar los registros de 1824 en los que figuran que la propiedad de la Orden de la Buena Muerte pertenece al cuartel 3, manzana 5 compuesta por la propiedad del Sr. Dionisa Mexia, Iglesia de la Buena Muerte, Casa del Presbitero Juan de Dios Tamayo y cerca de la Huerta en la calle del Huatanay.

Todo esto hace que desde 1768 se envien diversas peticiones por parte de las autoridades locales y eclesiasticas, (tanto en uso de su cargo como a nivel personal) al Virrey en Lima para que autorize la fundacion formal de la orden(solo con esto una orden podia establecer una iglesia, un convento y/o un colegio y asentarse como una orden mayor dentro de un territorio), las cuales resultan infructuosas, por lo que a partir de 1776 el Obispo de Arequipa Manuel Abad Yllana decide enviar al Virrey en Lima un expediente completo de la situación de ingresos y propiedades de la orden (para demostrar que llegaban a cubrir los requisitos)y de la necesidad de contar con su presencia en Arequipa, adicionalmente a esto envia



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

peticiónes directamente a Carlos III, Rey de España, a esta iniciativa se suman posteriormente, el gobernador del Cabildo, caciques, y los demas gobernadores de indios , enviando todos por su cuenta solicitudes directamente a Carlos III (de Igual forma todos estos usan sus "contactos" en España para realizar estas tareas a la vez que pidieron usar su influencia para obtener respuestas positivas).

En 1784 se produce un sismo que debasta ciudad, destruyendo todas las propiedades de la orden en el predio de la Calle de la Buena Muerte, pese a esto la orden construye un nuevo hospicio en el mismo predio. Esto debido a que durante este periodo los ingresos de la orden habian crecido sustancialmente con relación a 1776, ademas de recibir la visita del Virrey entre 1796 y 1797 a insistencia del Obispo Chavez de la Rosa, es asi que el expediente de 1776 es enviado por el Virrey en 1797 al entoces Rey de España Carlos IV, firmando la cedula de autorizacion para la fundación de un colegio o una casa formal de la Orden de la Buena Muerte en Arequipa en 1801.

En 1802 llegan los planos del proyecto desde Italia siendo el encargado del diseño el arquitecto romano Martin Pietri, y son sometidos a la aprobación de las autoridades, siendo aceptados en muy poco tiempo y comenzando la excavación de cimientos ese mismo año, estando encargado de dirigir la obra el alarife Manuel Espinoza (construyendo una de las naves laterales) y desde 1810 Lorenzo Domingues (por

abandono de Espinoza), recibiendo en 1803 la bendición de la piedra fundamental por el vicario general de la diosecis y el provisor(El Obispo Chavez de la Rosa fallece en 1805 y aun no se habia asignado un nuevo abispo a Arequipa).

Para cubrir los gastos de la construcción la orden vende sus propiedades en la ciudad quedando unicamente con el predio en construcción, esta avanzaba de manera lenta por lo que población se sumo a las labores de construcción de manera voluntaria, siendo asi que despues de diversas viscisitudes se culminan las obras el 24 de septiembre de 1813, realizando la colocación de la ultima piedra de la cupula con la presencia del nuevo Obispo Luis Gonzaga, el cabildo y toda la población.

Posteriormente se realizaron los trabajos de acabados de paredes, pisos y altares, siendo algunas de estas obras como por el ejemplo el cimborrio, dirigidas por el poeta Mariano Melgar, quedando las obras concluidas el 17 de Julio de 1817, recibiendo la bendición del Obispo y estabeciendo la fiesta de San Camilo el dia 20 de Julio. Una vez culminados los trabajos se procedio a la ornamentación del templo, para la cual la población hizo numerosas



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

donaciones de joyas, alhajas y demas posesiones en oro y plata, siendo las mas significativas las de Rosa Y Josefina Zegarra quienes donaron todas sus alhajas y posesiones en plata labrada y oro, ademas de algunas propiedades para cubrir los gastos de los trabajos, no existen muchos datos detallados ni imagenes del aspecto final del templo, sin embargo se encuentran algunas de sus caracteristicas en relatos y memorias en las cuales figuran que su fachada era de estilo Neoclasico inconcluso según los planos orginales, con talladuras que la asemejaban a una filigrana proveniente del barroco popular, contaba con tres naves anchas con cruzero cuyos arcos servian de base a una de las mas suntuosas cupulas conocidas, tambien se detalla que toda la sacristia estaba cubierta por damascos carmesi, rapacejos de seda y dos arañas de oro y cristal, es asi tambien que en estos se habla del Templo de San Camilo como el mas imponente y suntuoso de la ciudad y uno de los mas suntuosos, imponentes y bellos del Perú y de America, siendo en algunos descrito como la obra mas hermosa del Perú en su epoca, de su cupla se dijo que por sus dimensiones, hechura y solidez era la primera de Arequipa y con dificultad habria otra que la iguale.

Cabe resaltar que el nombre original del templo y convento fue el de San Miguel Arcangel, pero fue la población la que la llamo templo o iglesia de San Camilo, perdurando dicho nombre en la memoria hasta nuestros dias.

En 1819 se produce una coyuntura cargada de adversidades, fallece el padre superior Jose Gonzales (responsalble de la consolidacion de la orden y construcción del templo y convento), se producen conflictos internos y acusaciones entre los padres de apropiación y mal uso de las limosnas y donaciones, siendo el principal acusado de esto el padre Francisco Zea quien paradojicamente logra ser nombrado como el nuevo Padre Superior, lo cual provoca que varios curas pidan su retiro de Arequipa a Lima y si la respuesta era negativa abandonaban el convento para residir en una vivienda particular y en algunos casos abandonaban la orden.

En medio de todo este clima se produce la independecia del Perú en 1821, provocando la retirada del ejercito realista y con ellos la gran mayoria de padres de la orden en Lima y de algunos en provincias, quedando la orden sin Padre Superior por lo que el superior de Arequipa viaja a Lima y es nombrado Padre Superior de la Orden en 1822, quedando en Arequipa como Superior el padre Cristobal Facundo quien habia abandonado el convento. Posteriormente en 1823 Francisco Zea es cambiado en su cargo por José Cayro marcando el triunfo de los religiosos nacionalistas por sobre los realistas, no se conocen los motivos exactos pero es en todo este contexto que se ordena la supresión del Convento de la Orden



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

de la Buena Muerte en Arequipa pasando a manos de la autoridad civil y eclesiastica desapareciendo la orden al ser despojada de todos sus bienes, con la salida de los padres de la Orden de la buena Muerte de la ciudad, el templo es destinado por la autoridad eclesiastica como vice-parroquia y se produce la desaparición de parte del ornado.

Paralelamente a esto en 1821 un sismo causa graves daños en el templo, la administración civil al ser su propietaria se encarga de su reparación, en medio de estas labores en 1823 el ejercito realista recupera la ciudad de Arequipa, con lo que proceden al reconocimiento de los derechos y privilegios de las instituciones eclesiasticos, decretando la restitucion de todos sus bienes y propiedades a la Orden de la Buena Muerte, por lo cual son enviados dos padres de la orden , para tomar posesion de los bienes, las propiedades y reactivar el convento y las labores de la orden, pero encuentran una dificultad se les restituyen los bienes y propiedades a excepción del templo, por lo que el 18 de agosto de 1824 se dirigen a la autoridad civil para que esta a su vez se dirija a la autoridad eclesiastica y puedan proceder a la restitución del Templo, siendo esto ordenado por el Obispo Jose Sebastian Goyeneche el 31 de agosto de 1824, con esto se procede a la reapertura del convento y templo por parte de los padres de la Orden de la Buena Muerte.

En 1824 se produce la victoria del Ejercito Libertador de Simon Bolivar marcando la instauración definitiva de la Republica y la desaparición total de la Orden de la Buena Muerte en Arequipa, quedando el convento y el templo cerrados, este ultimo hasta 1825 en que se le designa para para albergar la escuela Lancasteriana, en 1826 el Supremo Concejo de Estado de la Republica dicta un decreto de secularización de las ordenes religiosas, con este decreto se termina de dar el golpe de gracia a cualquier inciativa de la orden por retornar y reabrir la casa de Arequipa. De igual forma este decreto motiva la desaparición de muchas ordenes y sus casas en todo el pais, de hecho no es hasta el año de 1833 que se obtiene la autorización para la reapertura de la casa principal de la Orden de la Buena Muerte en Lima sin haber podido ser efectiva por visicutudes y situaciones de supresión y represión a los religiosos, no pudiendo ser reaperturada hasta 1844 para lo que en el mismo año se tuvo que volver a obtener la autorización para la reapertura.

En 1836 tiene lugar en Arequipa la Batalla entre Salaverry y Santa Cruz, debido a esto el templo de San Camilo es ocupado por el ejercito, destinado como sala de hospital militar y posteriormente es cerrado, según relatos en esta ocupación se produjeron grandes deterioros al templo ya que los militares ingresaron forraje y animales en el.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

El mismo año Felipe Olazabal consigue la autorización para su habilitación como vice-parroquia, siendo entregada la custodia del templo a la orden Mercedaria siendo el encagado de la apertura y custodia Fray Javier Corbacho, al momento de la apertura del templo este se encontraba en un estado deplorable, según los relatos y memorias de la epoca se encontraba en una profunda inmundicia, ademas se encontro que el templo habia sufrido grandes deteriorios y sido victima de saqueo por parte de los militares (como todos los templos) con la desaparición de buena parte de su ornación general y desaparicion completa de la ornación y articulos de oro y plata (estos eran fundidos y posteriormente usadas para cubrir los gastos de las batallas del ejercito por lo que era imposible la recuperacion de los originales) ademas de encontrar todas las imágenes arrinconadas y desnudas, el padre Corbacho junto a su familia y los pobladores quedan profundamente indignados y emprenden inmediatamente un proceso de restauración y restitución de la ornacion del templo, el cual se ve cortado en el año 11 del mismo (1847) al ser designado Corbacho como coadjutor de la catedral, quedando el templo nuevamente cerrado.

De acuerdo al procedimiento regular, al quedar cerrado y sin ninguna orden encargada de su custodia el templo pasa a ser posesión de la Diocesis de Arequipa (Obispado), es asi que permance cerrado permanentemente y no se sabe nada de el hasta el sismo del año 1868, el cual fue uno de los mas debastadores de la ciudad, producto de esto el templo termina derruido al igual que los demas templos y gran parte de la ciudad, en esta ocasión nadie muestra interes en la reconstrucción del templo ya que debido a la magnitud de los daños en la ciudad, la población y autoridades tienen como prioridad la reconstruccion de las viviendas y edificios pubicos, al no contar con una orden asignada a su custodia no hubo ningun religioso que se interesace por la reconstrucción del templo, de hecho los templos de la ciudad fueron reconstruidos por ese motivo, al estar todos (a excepción del de San Camilo) habitados por ordenes, las que se encargaron de la reconstrucción sin recibir ningun tipo de apoyo de la población ni de las autoridades por los motivos antes mecionados.

Esto sumado a las caracteristicas del templo hicieron imposibe pensar en una nueva reconstruccion con las caracteristicas originales, es ante esa imposibilidad que se decide realizar en su lugar la construcción de una capilla, siendo asi que el 29 de octubre de 1868 tiene lugar una reunion entre el Vicario Capitular de Arequipa y la Comisión Central de Auxilios de Arequipa, en la que se llega al acuerdo de construir dicha capilla en el predio del Templo San Camilo (presumiblemente por parte de la autoridad civil) a condición de



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

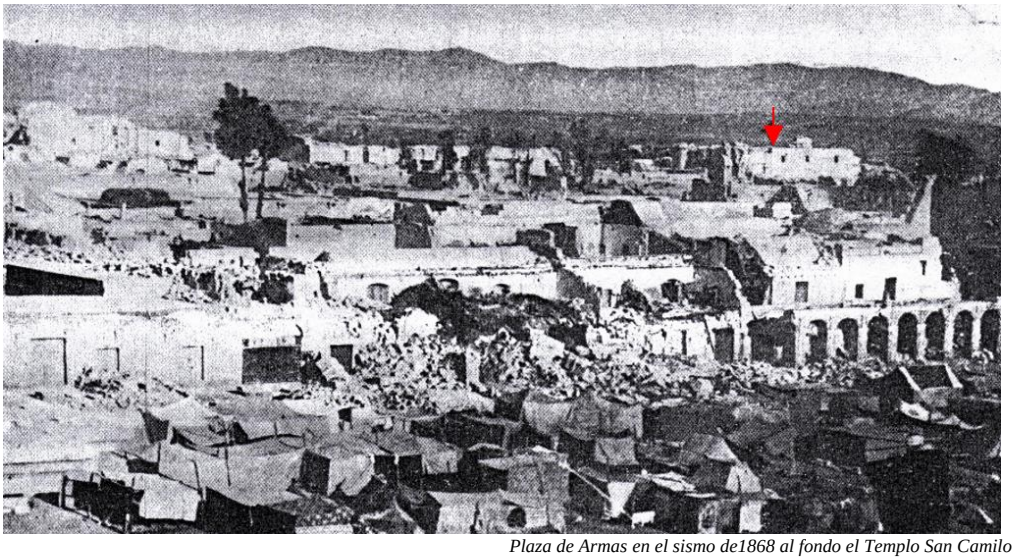
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

autorizar la sustracción del material util para la construcción del nuevo hospital de la ciudad (Hospital Goyeneche) reservando los materiales necesarios para la construcción de la capilla.

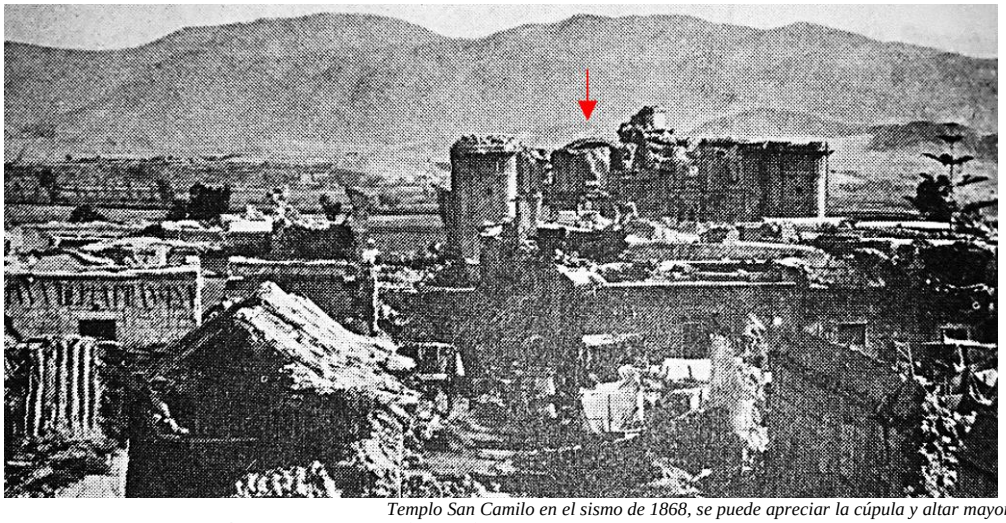
Producto de este acuerdo se inicia la sustracción del material para la construcción del nuevo hospital, sin embargo la otra parte del acuerdo no es cumplida, por el contrario continua la sustracción de los materiales del templo como si se tratase de una cantera, terminando de sustraer todo el material desplomado y pasando a derribar las paredes en pie y sustraer el material sin reservar nada para la capilla quedando asi el predio practicamente descampado y marcando la desaparción definitiva del otrora Templo y Convento de Hospicio de La Orden de la Buena Muerte, San Camilo.

*Gráfico 146 Sismo 1868*



*Plaza de Armas en el sismo de1868 al fondo el Templo San Camilo*
*Se aprecian las caras, frontal (Calle San Camilo) y lateral (Calle Piérola)*
*Fuente: Archivo Sr. Octavio Llerena*

*Gráfico 147 Sismo 1868*



*Templo San Camilo en el sismo de 1868, se puede apreciar la cúpula y altar mayor*
*Foto desde la Calle Perú, pudiendo apreciar la fachada frontal (Calle San Camilo) y en primer plano parte de la Plazuela Santo Domingo (Parque Duhamel)*
*Fuente: Archivo Personal*

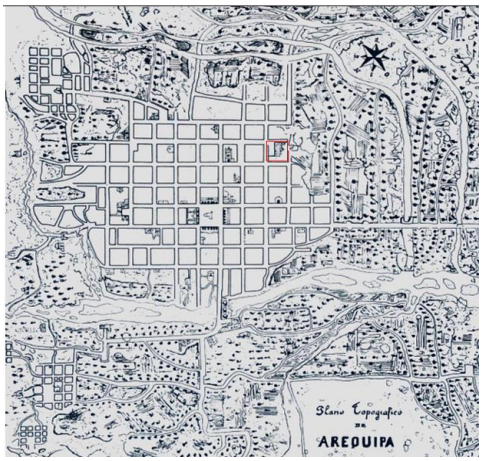


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 148 Plano Topográfico de Arequipa del Siglo XIX*




*Puede apreciarse el Templo San Camilo, su entorno inmediato y su ubicación en la ciudad y en el predio.*
*Fuente:Evolución Histórico Urbana de Arequipa Ramón Gutierrez 1992*

*Gráfico 149 Cúpula y Altar Mayor del Templo San Camilo en el sismo de 1868*



*Ppuede apreciarse parte del arco de una nave, ademas de una persona en primer plano que nos da idea de la escala monumental de la obra*
*Fuente: Archivo Personal*

## DEL COMERCIO Y EL MERCADO EN LA CIUDAD

"Es Arequipa la ciudad mas representativa y pintoresca de la República", asi describia Jorge Basadre a Arequipa en 1980 y ciertamente lo fue desde sus origenes, debido a las caracteristicas que le conferian su emplazamiento el cual la covertiria en el centro hegemonico del sur, desarrollando una dinamica comercial que seria clave para su desarrollo pues debemos recordar Arequipa formaba parte del Corregimiento de Arequipa y su ubicación inicialmente fue la de la actual Camaná (Villa Hermosa de Camaná) posteriormente se traslada al Valle del Chili emplazandose "sobre la barranca del Rio" y procediendo rapidamente a su fundación oficial en 1540, de igual forma cabe recordar que desde ese momento en adelante la ciudad fue victima de 24 sismos con 4 (que abarcan hasta el siglo XIX) de tal magnitud que llevan a plantear el traslado de la ciudad, sin llegar a realizarla debido en parte a la dinamica comercial que se habia establecido debido a su ubicación y caracteristicas naturales.

Primero daremos un vistazo rapido a la conformación macroeconomica comercial histórica de Arequipa, para luego centrarnos en la actividad y su proceso en el area urbana con una mejor compresión de los factores que la influeciarón.

En la costa de Arequipa la geografia rocosa y con muchas elevaciones dificultaban el embarque, lo que significo un obstaculo para su conexión exterior, su zona urbana se veia interrumpida por angostos valles junto con la campiña, configurandola en una comunidad cerrada, en la que su producción se oriento al comercio de exportación y el autoabastecimiento, ya que su zona agricola era abundante en variedad, mas no en volumen



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

como para compertir con el norte , el mismo patrón poseia su mineria que no podia competir con Potosi, por lo que su ubicación fue clave al posibilitar su articulación en el circuito comercial del sur, convertiendola en la principal abastecedora del altiplano creando un fuerte relación con el sur a diferencia de con el resto del pais. la base economica hasta 1950 fue la de la agricultura y el comercio, no fue hasta mediados del siglo XIX que produjeron nuevas actividades economicas.

Como manifestó Quiroz de Paz Soldán. En Arequipa no existio nunca una nobleza numerosa y economicamente poderosa como en Lima, no existieron ni grandes riquezas ni titulos de nobleza, era un territorio aislado dentro del dominio español (Quiróz Paz Soldán, 2011).

Se vinculo comercialmente con Lima por medio de la importación de productos de Europa pero rapidamente esta decayo ya que se surtia de mejor manera por medio de Arica, esta intensa actividad en el eje comercilal del sur  le generaba altos ingresos motivando la fundación de una casa de la moneda.

Esto origino que en torno al comercio fueran surgiendo  grandes familias que se asentaron definitivamente en la ciudad, las clases sociales se configuraron en torno a estos la primera clase se constituia por propietarios de tierras y haciendas en valles y la campiña , producian vinos o aguardientes, y produjeron articulos de pan llevar dedicandolo al comercio de exportancion por no tener oportunidad de competir a nivel local con los productos clandestinos(como lo veremos mas adelante), el segundo grupo social era el de pequeños propietarios de areas rurales dedicados exclusivamente a la agricultura orientado al abastecimiento interno y el tercer grupo lo integraba la plebe que no contaban con propiedades y se constituian en la fuerza laboral del campo y la ciudad, en medio de este contexto a finales de 1779 se produce el aumento de los tributos, la alcabala sube del 4 al 6% y el almojarifazgo al 5% lo cual afecto a los productores y comerciantes que introducian productos para el absatecimiento de la ciudad, lo cual produjo el 1 de enero 1780 la rebelion antifiscal en Arequipa involucandrose en ella todos los grupos sociales, uniendose los interes de las clases dominantes y de la plebe en contra de la Corona Española.

Ese mismo año se produce la revelión de Tupac Amaru generando la muerte de gran numero de campesinos y destrucción de numerosas propiedades, paradojicamente a diferencia de la rebelión antifiscal la actitiud con respecto a la Corona Española fue contradictoria, ya que la actitud de la clase dominante y de los caciques fue la del apoyo a la causa realista, incluso en la peble que se vio dividida el mayor porcentaje era de apoyo al Rey y la menor de apoyo



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

a la rebelión siendo este (probablemente por su porcentaje menor) de forma muy temerosa. Esto produce un estancamiento economico por la decadencia de la mineria, la agricultura y el comercio, igualmente la aparición y progresivo aumento del contrabando (principalmete Ingles) por lo abierto (y sin mucha protección al no ser puerto) de sus costas, en las que se introducian vino cognac, textiles, muebles, enseres coches herraduras y articulos navales cuyo precio y calidad no tenian competencia con la producción local.

Pasado este periodo se establece en 1784 la intendecia de Arequipa, siendo el limite con el virreinato del Rio de la Plata y con Chile manteniendo un trafico comercial activo con ellos teniendo a Arequipa como nucleo en el que la exportación se dedicaba a la lana de ovinos y fibra de camelidos, llevando a conformar de firmas comerciales extranjeras, principalmente Inglesas, pese a la intensidad comercial, los ingresos y la amplitud geografica de Arequipa no se le tomo en consideración, para establecimiento de una Audiencia propia, lo cual la hacia jusrisdicción de Lima, en 1787, se establece la Audiencia del Cuzco a lo cual se genra la incetidumbre de si Arequipa deberia pertencer a la jurisdicción de esta, seguir perteneciendo a la jurisdicción de Lima, o crear una Audiencia y constituirla en una jurisdicción propia, a lo cual se decidio que seguiria pertenciendo a la Jurisdicción de Lima, lo cual cual junto al aumento de impuestos lleva a agravar la postura con respecto a España y en esta ocación mostrandose a favor de la causa independentista.

En 1811 se produce la independencia del Perú lo cual conlleva la apertura de los puertos de Arequipa (dejando asi de ser el Callao el unico puerto comercial del Perú) abriendola hacia el comercio mundial marcando una desarticulación de los circuitos comerciales regionales y nacionales establecidos, lo cual pese a las intenciones de la republica de generación de mayor dinmismo del comercio hacia el mundo y de crecimiento y consolidación interna de la republica a partir de este, produce una desintegración republicana, frente la integración que habia significado el sistema virreinal, en el cual el comercio interior era intenso y ademas se tenian aspiraciones e intenciones de los pobladores de establecer industrias, en esta ocasión se intensifica la especialización productiva orientada hacia la exportación y se dispara la importancia de las actividades comerciales de importación generando una elite comercial importadora, la cual ya venia creciendo desde los finales del virreinato manifestandose en la rebelión antifiscal antes mencionada, conscientes de estas falencias el gobierno nacional intenta combatir esta desintegración, dando mayor importancia al comercio interno y la generación de industria regional y local sin embargo los comerciantes arequipeños estaban empeñados en defender un sistema comercial basado en las importaciones, sin mostrar



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

interes en la generación de una industria propia ni a la introducción “por ningun motivo” de industrias foraneas en la ciudad al considerarlas una grave amenaza a su sistema comercial.

Este sistema economico obligo a las grupos comerciales importantes preexistentes a decidir entre abandonar Arequipa o sumarse a este sistema, marcando la partida de la gran mayoria y los otros a quedarse sumandose a este sistema como por ejemplo la familia Goyeneche. Las actividades esta nueva “Oligarquia comercial” (ya que sumaba a la nueva elite comercial y las adeciones mencionadas) incluian la importación de articulos europeos, aguardientes (importación y venta) y adquisición de tierras.

En medio de todo este contexto se produce la independencia del Alto Perú como la Republica de Bolivia y la iniciativa de la conferderación Peruano-Boliviana, debido a las diferencias entre las intenciones del gobierno nacional y del sistema comercial de Arequipa la gran mayoria de la población se muestra a favor de la Confedereación, debido a la gran prosperidad que habia alcanzado Bolivia bajo el Gobierno de Santa Cruz, siendo los principales atractivos su separación de Lima y la libertad de sus actividades comerciales, llegando a declarar la independencia de la Republica Independiente de Arequipa la cual no fue reconocido por el gobierno nacional (hecho histórico documentado) para proceder a su adeción a la Confedereación de forma autonoma, siendo esto uno de los detonantes para la rebelión de Salaverry al Gobierno y sus intenciones de conformación de la Confederación (no es hasta que se conocen las condiciones de la adesion a la Confederación que Arequipa cambia su postura a estar en contra), lo cual culmina con la disolución de la Confederación.

En 1872 comienza la proliferación de la Banca departamental en la que se crea el Banco de Arequipa (siendo el unica con una dependecia para recibir depositos de ahorros) esta banca emitia billetes independientes sin respaldo economico, esto sumado a la libertad empresarial, la carencia de una ley de Bancos y de una Banca Central que regulase la emisión de billetes llevandolo al fracaso y dejando solo dos bancos en todo el Perú uno en Lima y otro en Tacna.

En 1929 se produce la crisis mundial, marcando a su vez la crisis de Arequipa en la que la debil demanada del mercado interno no compensaba la caida en la demanada externa, llevando a la quiebra y endeudamiento de los comerciantes minoristas frente a los mayoristas, grandes oleadas de desempleo y migración hacia la zona urbana, llevando a Arequipa a ser considerado hasta 1940 como una zona de comercio bien desarrollado en una región atrasada , en la que sus actividades comerciales y finacieras eran intensas pero modestas en su magnitud, es asi que como parte de los planes por el IV Centenario de



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Arequipa en 1940 se inicia el proceso de industrialzación aunque de forma lenta, aprovechando (a pesar de la crisis) que por su ubicación aun formaba parte del circuito comercial del sur del pais junto a Puno y Cuzco, manteniedose como el centro neuralgico de este, la lentitud del proceso de industrialización se debía a que la clase alta mantenia una mentalidad conservadora y no se interesaba por la industria, apreciandola como una empresa "audaz, dificil y cas imposible", manteniendo como actvidad prepoderante el comercio, la agricultura y los servicios en orden de importancia, el comercio era principalmente enfocado para el abastecimiento de la población local.

Este proceso de industrialización, comienza un desarrollo progresivo impulsado por la descentralizacion industrial del sur desde 1930, llevandola con el tiempo a ser aceptada y a la conversión de los comerciantes y agricultores en industriales, teniendo como consecuencia a una clase laboral mas calificada y un mercado de consumo mas amplio, esto tambien lleva a un desfase entre la industrialización y otras actividades que obligan a la modernización de la actvidad agraria y ganadera (tambien impulsada por la disminuación de la exportación de lanas y cueros), es hasta epoca que en la ciudad no se produce un crecimiento urbano significativo ya que las actividades anteriores a la industrial fueron de gran importancia e intensas pero no habian constituido el impulso para el crecimiento urbano de Arequipa, a partir del proceso de industrialización se produce dicho desarrollo con la creación del barrio obrero, la aparición de urbanizaciónes y la lotización del barrio de Umacollo.

En cuanto al area urbana, al momento de la fundación la distribución de solares vino acompañada en el acta fundacional con una condición *"que los vecinos y otras personas que tuvieran solares en la dicha Villa Hermosa los pueblen y edifiquen sus casas en ellos dentro de seis meses cumplidos primeros siguientes con las penas que el Señor Gobernador mande e ansi fue pregonado"*, esto con la intensión de consolidar la vida urbana en una comunidad cuyas actividades principales (agricolas o mineras) se daban fuera del nucleo urbano, evitando asi la tendenca a radicarse en las haciendas o encomiendas, para esto la ubicación del nucleo urbano presento dos ventajas la conexión directa con la campiña y de servir de nexo entre la producción del valle de siguas majes y collaguas, llevando a concentrar en el casco urbano las gestiones comerciales

San Lazaro se constituyo en el centro de soporte alimenticio y almacenamiento para el intercambio, por su actividad agricola (debido a existenciade las acequias), su cercania a la traza fundacional hizo que con el tiempo la ocupacón poblacional se marque por un reemplazo de la población indigena por la de mestizos y blancos de de bajo nivel economico



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

y la aparicón de la actividad de artesanos. Mientras que la chimba debido a su alejamiento fisico por la presencia del rio se constituyo en el reducto de indios al igual que la zona de miraflores en la que se daba un comercio esporadico con el altiplano y el collasuyo. Llevando a la consolidación y ocupación completa del damero fundacional en 1625, llevando a la densificación de las manzanas del nucleo central sacrificando sus huertos y una expansión esclaonada en las chacras y huertas de la periferia.

Asi como la configuración urbana se dio a partir de la plaza hacia la perifieria y la distribución de los propiedades, la calidad edificatoriay de los pobladores de mayor categoria era de la perfieria al centro, de igual forma la ubicación e importacia del comercio en la ciudad siguio este patrón, es asi que La Plaza Central se constituye en el nucleo central del comercio de abastecimiento de la ciudad en el cual ademas de las labores de culto y del cabildo se realizaba el mercado de la ciudad en el formato de mercado abierto con la presencia de toldos, en la periferia de la ciudad se ubicaban los corrales de llamas y el cargamento de la sierra sur, por las margenes del rio hasta el sigloXVIII se ubicaba el alojamiento de viajeros (entre ellos comerciantes) y los depositos de los productos, de los valles y la campiña de la ciudad, marcando la aparición de los tambos como formato comercial ya que se dedicaban a esta actividades y servian de puestos de venta mayorista ademas de crear miniferias en sus instalaciones entre los viajeros y comerciantes, antes de proceder a la distribución a la ciudad (de ahí proviene las dimensiones de sus espacios y su configuración en pequeñas plazas internas), los meztizos se ocupaban de las actividades mas importantes siendo estos plateros, labradores, arrieros, tenderos, pulperos, veleros, mantequeros, sombrereros, carpinteros, curtidores, etc, la actividad comercial se conectaba con la periferia con la aparición de tiendas en calles comerciales, siendo los pricnipales trayectos los de Santa Catalina-La Merced, San Francisco-Ejecicios y San Juan de Dios y en menor escala Mercaderes, Santo Domingo y Moral, hacia la perfiferia se ubicaron los artesanos los cuales si bien numerosos no tenian mayor relevancia ya que la actividad era una de las peores vistas.

La catedral construyo en todo su entorno tiendas y covachas (en el atrio) que se arrendaban para los gastos de mantenimiento y labores de culto, por el norte habian algunas tiendas y el hoy portal de San Agustin servía de cerco al convento y albergaba la casa del cabildo y la la carcel, Los conventos se erigieron tambien como entidades financieras ya que realizaban prestamos hipotecarios a sus feligreses y vecinos.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

De igual forma los demas conventos e iglesias siguieron la tendencia de creación de tiendas, asi como la densifiación de las manzanas se dio en sacrificio de sus zonas de huertos en los conventos se realizo lo mismo para posibilitar la construcción de las tiendas para arrendamiento, siendo los mas resaltantes el Monasterio de Santa Catlina y el Convento de San Agustin con un total de 21 tiendas, en los portales de la Plaza se produjo la primera aparición del comercio ambulatorio informal, se instalaron los mercanchifles en todo el perimetro, en la zona del cabildo los vendedores de zapatos, en la zona de San Agustin las mercerias, vendedores de cintas y estibadores (indigenas).

En 1741 se producen los primeros trabajos de infraestructura urbana, siendo esta instalación de una tuberia en barrio cocido que llevaba el agua de las acequias hacia la pileta central, a la cual acudia la población para proveerse de la misma consolidandola tambien como el principal lugar de encuentro de la ciudad, posteriormente de esta tuberia se comzaron hacer ramales para la distibucion del agua primero hacia el convento de san francisco y posteriormente a los demas conventos y sus plazas (incluso se hizo la solicitud en diversas ocasiones de esto para el hospicio de la Buena muerte debido a la importancia que habia adquirido entre la población) y muy posteriormente al resto de la ciudad.

La catedral en 1834 aumenta 8 covachas llegando a 36 y en 1879 amplio el numero de tiendas con 10 nuevas tiendas (mas costosas que las anteriores) en el contorno y el callejon traseros permitiendo la recuperación del mismo, marcando el auge comercial de zona central y del sector terciario, como parte de este auge y con la densificación y subdivisión de las manzanas se sufre una gran modificación en el paisaje urbano con la aparicióndel comercio en el resto del nucleo central siendo principalmente chicherias y locales de artesanos en los patios de las viviendas, las familias de alto ingresos tambien incursionaron en el comercio en el area urbano aperturando tiendas de venta de articulos de importación (principalmente de Inglaterra), de igual forma los tambos se convirtieron en zonas de vivienda permanente y locales de artesanos.

En 1868 se comienzan la remodelación de la Plaza de Armas para convertirlo en lugar orientado a la recreción y la contemplación, demoliendo las cobachas de la catedral y trasladando el mercado a la plaza de Santo Domingo (Parque Duhamel), ordenando planos para el nuevo mercado al ingeniero Echegaray, esta iniciativa no tuvo acogida por parte de la población quienes argumentaban que la ubicación del mercado no era lo suficientemente “central” fue entonces que se paso de tener un mercado central a un sistema de mercadillos en las plazas de Santa Marta, San Francisco y la Alameda de San Lazaro



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

El sismo de 1868 trunca este proceso y puso en evidencia la carencia de la estructura economica de Arequipa por la carencia de industrias, evidenciando limitaciones para una recuperación rapida, a su vez los efectos del sismo se aprovecharon para llevar a cabo el traslado del mercado a los mercadillos en San Francisco, Santa Marta y la Alameda de San Lazaro, ademas de otras modificaciones y una politica de planificación urbana al momento de la reconstrucción.

Se produce tambien la introducción del Ferrocarril en Arequipa lo cual genera cambios en la dinamica comercial de Arequipa debido a que esta representaba una nueva via de acceso mas rapida y directa para el circuito comercial del sur, lo cual lleva a un declive en el uso de las rutas preexistentes y su equipamiento viendose afectados principalmente los tambos que dejan sus labores de centro de alojamiento de los comerciantes y de deposito para los productos, cambiando su uso a vivienda permenete y locales de artesanos.

En 1880 como parte de esta poltica de planifica urbana en la reconstrucción de la ciudad se plantea la necesidad de mejoramiento y consolidación de los espacios abiertos (parques y plazas) de la ciudad, siendo asi que las plazas y parques no deberian albergar mercadillos y ferias de forma permanente creando la necesidad de contar con un mercado central que albergue a todos los comerciantes que anteriormente se habian ubicados en las plazas de Santa Marta, San Francisco y la alameda de San Lazaro, llevando plantear en el predio del antiguo Templo y Convento de la Buena Muerte la construcción del Mercado San Camilo.

En 1881 se habilita el predio y se traslada parte los comerciantes a el siendo inaugurado como mecado San Camilo (sin contar con infraestrucutura alguna).

En 1887 se traslada a los comerciantes de San Camilo a los mercadillos ya establecido ademas de crear un nuevo mercadillo en la Plaza de Santa Marta (hoy Plaza España)

En 1899 se traslada el mercado de la plazuela de San Francisco a la alameda de San Lazaro (que ya contaba con un mercadillo) para convertirla en un parque, en 1910 se ordena el traslado del mercado al Parque Bologensi (Hoy parque Duhamel) pero esta se suspende

En 1926 se produce el traslado de todo el mercado (mercado San Camilo y de San Lazaro) de forma provisional al Parque Bolognesi con la intesión de crear en la alameda la Plazuela Independecia (hoy Ovalo de San Lazaro) y facilitar los trabajos de construcción del Mercado San Camilo y el posterior traslado de los comerciantes (el cual no se dio hasta 1938), sin embargo la población de San Lazaro se habian habituado a la presencia del mercado (recordemos que ademas del primer mercadillo, tambien se sumaron posteriormente los



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

comerciantes de San Francisco)por lo que reclamaron el traslado a la Plaza Bolognesi, por lo que el Municipio coloco una recova en la plazuela de Campo Redondo para reemplazar el mercado en San Lazaro, de igual forma en 1929 mediante ordenanza municipal prohibe el transito de bestias de carga por la ciudad

Toda esta carga comercial en el nucleo central de la ciudad hizo que nuevamente se genere un proceso de ocupación por parte del comercio terciario en las inmediaciones del mercado en el Parque Bolgnesi extendiendose posteriormente a todo el nucleo central. Asi hasta 1960 el nucleo central experimenta la caida del uso residencial desplazado por el uso comercial terciario de forma intesiva pero sin generar hasta ese momento problemas de tugurización, pero que posteriormente al sismo de ese año se manifestaria de forma intempestiva.

*Gráfico 150 mercado en plaza de Armas 1860*




*Se aprecia los toldos que conformaban el mercado*
*Fuente: Archivo Sr. Octavio Llerena*

*Gráfico 151 Catedral 1862*



*Se aprecian las covachas de arrendamiento*
*Fuente: Archivo Sr. Octavio Llerena*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 152 Mercado en el predio de San Camilo*




*De fondo la Calle Alto de la Luna*
*Fuente: Servicio postal del Perú*

*Gráfico 153 Mercado en la Alameda de San Lázaro*



*Fuente: Servicio Postal del Perú*

**DEL MERCADO SAN CAMILO**

*...Resumiendo:*

Como se vio anteriormente, el Mercado San Camilo se asienta sobre un predio que data de la epoca fundacional, destinado para la vivienda y que llego a ser ocupada por esta y posteriormento albergo (no en la totalidad de la manzana) La Iglesia mas imponente y suntuosa de Arequipa, el Templo y Convento de Hospicio de la Orden de la Buena Muerte, orden religiosa que posteriormente desaparecio de la ciudad, lo que produjo que el Templo y Convento pasen por diferentes dueños o encargados de su custodia y destinandose a diversos usos para finalmente debido al sismo de 1868 quedar derruido, siendo imposible pensar en su reconstrucción se planea su reemplazo por el de una capilla, por medio de un acuerdo entre las autoridades civiles y eclesiasticas, acuerdo que a su vez no fue cumplido y decanto en la desaparición casi por completo de cualquier rastro del Templo y el convento(solo se retiro el material util que servia para construcción mas no el escombro), dejandolo como un lote practicamente vacio.

De igual forma se vio como las condiciones de emplazamiento de Arequipa marcaron su actividad comercial, generando dinamicas que repercutieron en la ubicación del comercio en el nucleo urbano, concretamente en lo que respecta al mercado de abastos, este se ubico y consolido en la plaza central en forma de mercado abierto y posteriormente debido a los planes urbanos de la autoridad civil en 1868 se plantea su traslado, lo cual genero protestas pasando asi de un primer plan de traslado a una sola ubicación, a ser divido en tres



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

mercadillos dentro de la ciudad, coincidentemente ese mismo año se produce uno de los sismos mas devastadores cuyas consecuencias son aprovechadas para llevar a cabo estas inicativas asi como otras en el proceso de reconstrucción, siendo una de estas en 1880 la del mejoramiento y consolidación de los espacios abiertos de la ciudad generando la necesidad de un mercado central que albergue todo el comercio de los mercadillos, es asi que estos mercadillos se instalan y gradualmente van cambiando de ubicación (incluso al predio futuro mercado) llegando en un momento a ser concentrados en un solo lugar siendo este el Parque Bolognesi (hoy parque Duhamel) como preambulo a su ubicación final en el que seria el nuevo mercado central de la ciudad, El Mercado San Camilo.

Es asi que 1880 nos encontramos en una coyuntura con dos actores principales, un mercado de abastos que necesitaba una ubicación en el nucelo urbano y un predio en el nucleo urbano de amplias dimesiones y disponible, estableciendo una correspondecia tácita entre ellos. la cual es percibida por las autoridades siendo asi que se destina el predio de la calle San Camilo para albergar el proyecto del nuevo mercado central, este se planteara a travez de una construcción parcial que fuera creciendo con la adición de nuevos salones debiendo concluir su primera fase en 1884.

Es asi que el 6 de enero de 1881 se “Inaugura” el mercado en el predio el cual debido a su carga histórica es llamado Mercado San Camilo, debemos mencionar que esta “inauguración” del mercado consistia en una habilitación del terreno para su uso como feria abierta ya que no se habia realizado ningun tipo de infraestructura o construcción (ni siquiera de veredas), tampoco se contaba con un proyecto del edificio.

*Gráfico 154 Mercado en el predio de San Camilo*




*De fondo se aprecia la Calle Alto de la Luna*
*Fuente: Servicio postal del Perú*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Posteriormente a esta ocupación es que se van desarrollando la sucesión de trabajos y acontecimientos concernientes a la futura edifición, siendo estos en orden cronologico:

1881 Enero 06: Se "inagura" el Mercado San Camilo y tiempo despues se procede al trabajo de las veredas del predio.

1883 Junio 12: Se concluyen de las veredas de la plazoleta, se inicia la construcción de los depositos de carne de res, estando las obras a cargo de Juan Rodriguez, el concejo crea una comisión exclusiva para la recepción de las obras del mercado.

1887 Marzo 31: Se procede al retiro del escombro (probablemente del antiguo templo) y nivelado de terreno en la zona de la plazoleta. Se procede tambien al traslado de los comerciantes, distribuyendolos en los mercadillos de Santa Marta (Plaza España), San Francisco y Parque Bologenesi(Parque Duhamel).

1891: Se encarga al Arquitecto E. Lopez de Romaña (que llevaba en ese momento la construcción de los altos de los portales de la Plaza de Armas) la proyección del nuevo mercado central. Entre este año y 1900 la municipalidad solicita un emprestito de S/.150,000 para afrontar las obras de agua potable en la ciudad y del nuevo mercado.

1892: Las Familias notables de la Ciudad elevan un petitorio a la prefectura solicitando la construcción de una recova en el predio del Mercado San Camilo.

1895: Se encarga al Arquitecto-Ingeniero Pedro E. Paulet el diseño de una recova en San Camilo, proyecto que se construye en un 85% siendo reformado en el proceso de su construcción por Julio Andres Arce y Oscar Lopez Aliaga.

1898: El Arquitecto E. Lopez de Romaña entrega el proyecto del nuevo mercado Central, sin embargo debido a motivos económicos se siguen usando la recova y el deposito que se construyeron de forma idependiente sin ser parte de un diseño mayor.

1906: Se encarga al Arquitecto-Ingeniero Pedro E. Paulet realizar un nuevo diseño para el mercado, ese mismo año el director de obras publicas Jose Maria Recabarren le pide ampliar el pasillo central y proceder con los planos de detalles, manifestando que considera al proyecto demasiado ambicioso para la escala de la ciudad.

El proyecto de Pedro E. Paulet estaba concebido para constituirse en un hito urbano tenia un area interior de 7,475 m2, en su interior contaba con 54 tiendas de circunvalación y 914 puestos de venta, en los angulos se contaria con pabellones y en el medio un gran kiosko, la



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

fachada presentaria una gran torre que le daria el carácter de hito urbano compitiendo con las torres de los templos.

1907: Ante la premura del gobierno local por la obra (aun no se habian concluido los planos) se plantea la importación de un mercado prefabricado de hierro (la actual estructura metalica del mercado) siendo esto aceptado y procediendo a realizar las gestiónes para su importanción, siendo la encargada de la fabricación la Sociedad Metalurgica de Sena.

1910 Noviembre 26: Se dispone y lleva a cabo el traslado de los comerciantes en la recova de San Camilo al Parque Bolognesi,se suspende a las pocas horas por el prefecto de la ciudad.

1910 Diciembre 08: Se inauguran oficialmente los trabajos de construcción y colocación de la primera piedra del Mercado San Camilo, esta cuenta con la presencia del Presidente de la Republica Augusto B. Leguia, el alcalde de la ciudad, Eleodoro del Prado, el Inspector de obras Públicas Ruperto Cuba, el prefecto Celso Pastor, los autores del proyecto los ingenieros Julio Andrés Arce y Oscar Lopez, el contratista de la obra Cayetano Arenas y el Obispo de la Diocesis de Arequipa Monseñor Mariano Holguín encargado de la bendicón de la primer piedra, tambien conto con la presencia de un pequeño grupo de la población, sin embargo este acto se vio interrumpida por la llegada de un grupo de pobladores originando un conato de revuelta, tomandose seis detenidos en calidad de instigadores, los motivos fueron que el proyecto municipal aprobado contemplaba la construcción del mercado solo en un tercio de la manzana (Recordemos que el templo y convento ocupaban la mayoria de la manzana mas no su totalidad) siendo esto contrario a los deseos de la población y la prensa que exigian que se utilice la totalidad de la manzana tal como lo contemplaba el proyecto original de Pedro E. Paulet, lo cual no se produjo debido a la negativa de las autoridades de realizar una expropiación argumentando que no se habia llegado a un acuerdo entre las partes, de igual manera se acusaba a los ingenieros Arce y Lopez de apropiarce del proyecto de Pedro E. Paulet. Realizando simplemente un recorte del mismo, adjudicandose su autoria, (no se pudo tener acceso en esta investigación a los planos del proyecto de Paulet, sin embargo debo precisar que es notable la similitud de la obra final -en la que se ocupo toda la manzana- y la descripción del proyecto original de Pedro E. Paulet llegando incluso a ser muy similar en areas, el proyecto de Paulet según la descripción tendria una area interna de 7,475 m2 y este diseño -ya contemplando la totalidad de la manzana- tedria un area interna de 7,500 m2)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Los predios que no se habian podido expropiar se situaban en la calle Salaverry tal como se pude apreciar en un informe de Cayetano Arenas:

*Un Fundo Urbano, nombrado Plaza de San Camilo, de esta ciudad y cuyos linderos son: por el norte, fundo de Doña Magdalena Talavera viuda de Ponce, de Don Geronimo Rondon y de Doña Maximiliana Lopez de Romaña, calle de San Camilo por medio; por el sur, fundos de Don Ezequiel y Don Mariano Muñoz, calle Alto de la Luna por medio, por el este, Casa del Doctor José Felipe Calle, calle del Perú por medio y por el oeste fundos del Doctor Eleodoro M. del Prado, de Doña Margarita Belaunde, del Doctor Andres Meneses, de Doña Escolastica Martinez, de Don Mariano Zegarra y de Don Julio Ojeda, ha sido hipotecado por la municipalidad de Arequipa a favor del Banco del Perú y Londres según registros públicos.*

En dias posteriores a la inauguración de los trabajos y el conato de revuelta la prensa expuso que los opositores a iniciar el proceso de expropiación eran Manuel Muñoz Najar y la Familia de Eleodoro M. Prado (el alcalde de Arequipa) por intereses personales, esto inicia una campaña exigiendo iniciar el proceso de expropiación.

1911: El concejo resuelve el ensache del proyecto a toda la manzana e iniciar el proceso de expropiación el cual duro hasta finales de 1929 e inicios de 1930.

1910 Diciembre 14: El Poder Ejecutivo emite la Resolución Legislativa N°1360: Exoneración de derechos de Aduana para los materiales que se importen del extranjero con destino a las obras del Mercado y Canalización de Arequipa, permitiendo asi entre otras cosas el ingreso de la estructura metalica de Europa.

1920: La Municipalidad de Arequipa realiza un contrato con emprestito de 250,000 libras con la firma Fred T. Ley Co., para las obras de agua potable, construcción del matadero y la culminación de Mercado San Camilo.

1934: Se plantean los reinicios de las obras para la culminación del mercado San Camilo, para lo cual se encomienda un proyecto de modernización al Arquitecto Emilio Hart-Terré, siendo este aprobado por Concejo Municipal el mismo año.

Este proyecto contemplaba un replanteo Neocolonial de las fachadas.

1936: Se aplaza la construcción del mercado de San Camilo debido a que el proceso de construcción sostenida resiente el presupuesto municipal y que la construcción del mercado consumia las dos terceras partes del presupuesto municipal de obras públicas, en este mismo



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

año la propuesta del Arquitecto Emilio Hart-Terré (que ya contaba con la aprobación del Concejo Municipal) es cuestionado y combatido intensamente por la prensa y los vecinos, ante esta presión la Municipalidad deja sin efecto el proyecto.

Debido a esto el Municipio convoca una reunion a todos los Arquitectos e Ingenieros residentes en la Ciudad, para solicitar su apoyo y ayuda, a esta reunión acuden 15 profesionales los cuales prometen tomar a su cargo un nuevo proyecto integral para poder culminar el Mercado San Camilo, creando una comisión presidida por el arquitecto Luis Emilio de Olazabal(declinando posteriormente por motivos de salud) y Francisco Barreda de Bustamante.

La propuesta final fue realizada por Luis Alfredo Gilardi, José Miguel Gutierrez, Julio Barcellos, Humberto Bellido Avila y Rodolfo Miranda, respetando el diseño orginal(que muchos consideraban autoria de Pedro E. Paulet), encarando su ultima etapa.

1938 Mayo 01: Se inaugura el Mercado San Camilo siendo entregado al publico en ceremonia a las 11:30 de la mañana con la asistencia deL Prefecto, Coronel Juan C. Diaz, el Presidente de la Corte Superior de Justicia Francisco G. Harmsen, el Comandante General de la III división, Coronel Fausto Figueroa, el Alcalde de Arequipa Alberto Rey de Castro el Rector de Universidad Nacional de San Agustin Francisco Gomez de la Torre, el Vicario Gral de la Diocecis y Dean del V.Cabildo Monseñor Eusebio Valencia, estando encargado de la bención. Tambien asistieron diversos funcionariosde administración publica, magistrados, etc ademas de la prensa.

Según el informe del Inspector de la obra José A. Portugal especifica los detalees de la obra siendo estos:

Costo total de S/.1,461,040,21 correspondiendo al mercado antiguo S/. 561,218.74,

Area total 12,650 m2 y un area interior de 7354 m2 , ubicando 800 mesas que deberian ir aumentando.

Constaba de tres pabellones de dos pisos en todo el perimetro formado por las calles Alto de la Luna, Pierola y Peru hasta la Union con la fachada, con un area total de 3,571 m2, ademas de contar con tiendas hacia el exterior y el interior en el primer piso y haca el interiro en el segundo piso, contaba en la calle Peru con una cuna maternal y un kindergarden (hoy convertido en un puesto de Salud) con ambientes amplios en area pero mal distribuidos.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es apartir de este momento que el Mercado San Camilo inicia sus actividades de forma ininterrumpida, sin cambios significativos

1958 Enero 15: Se produce un terremoto que no causa daños significativos, unicamente algunas rajaduras superficiales en el edificio

1960 Enero 13: Tiene lugar un nuevo terremoto, este produce nuevas rajaduras, caida de cornizas y algunos deplomes en las fachadas frontal y posterior, la estructura metalica no sufre daños.

1960 Noviembre 14 El concejo resuelve realizar los trabajos de reconstrucción de los desplomes en las fachadas afectadas y de reforzamiento en los dos pisos internos y encargandose la obra a la empresa Cilloniz-Olazabal-Urquiaga

1965: Se realiza la instalación de las redes de agua y alcantarillado del mercado San Camilo, se encargan los trabajos a la empresa Cilloniz-Olazabal-Urquiaga

1966: Se realizan trabajos para la ampliación del numero de puestos del segundo piso,encargadose de la obra la empresa INARA, finalizando los trabajos en julio del mismo año y siendo puestos en funcionamiento inmediatamente.

1987: La Gestión de Luis Caceres Velazquez genera un proyecto de remodelación y venta del mercado, este proyecto contemplaba la demolición completa del mercado y la construcción de uno nuevo, producto de esto es que de demuele la Fachada original reemplazandola por la actual, y se construye un sotanos en la Plaza, y que hoy en dia el 26% de puestos cuenten con propietarios, en medio de todo este contexto es que los comerciantes del mercado se manifiestan en contra quedandose a dormir en el mercado para impedir que las obras avancen y solicitan al gobierno nacional, la declaración del mercado como Monumento Histórico, por ser el segundo mercado de abasto mas antiguo del Perú, siendo esta solicitud aceptada y declarandolo como Monumento Histórico el dia 27 de Agosto de 1987, paralizando asi las obras y el proceso de venta.

Al ser un Monumento Histórico declarado forma parte de la lista de Monumentos Historicos que se envio para la declaratoria del Centro Histórico de Arequipa como Patrimonio de la Humanidad, siendo admitida por la Unesco y declarado el 2 de diciembre del año 2000.

Según los registros del INC los elemetos del mercado que son considerados como elementos patrimoniales y por tanto intangibles, son su actividad comecial como elemento de cultura viva y la estructura metalica del mercado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 155 Primera piedra del Mercado San Camilo*



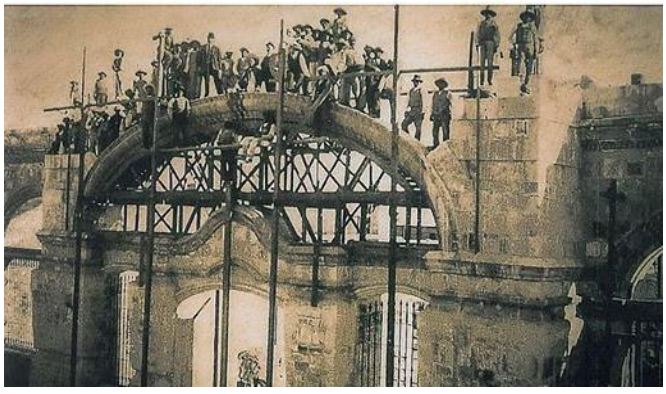
*8 de diciembre de 1910*
*Se aprecia de fondo la Calle Alto de la Luna y en la esquina el tambo la Casa Rosada*
*Fuente: Archivo Sr. Octavio Llerena*

*Gráfico 156 Construcción del Mercado San Camilo*



*Se aprecian las tiendas de los trabajadores y los materiales*
*Fuente: Archivo Sr. Octavio Llerena*

*Gráfico 157 Construcción del Mercado San Camilo*



*Se aprecia la construcción del portón de ingreso en la fachada principal*
*Fuente: Archivo personal*

*Gráfico 158 Mercado San Camilo 1818*



*Se aprecia de fondo la fachada original con la torre y la plazoleta,*
*Fuente: Archivo Sr. Octavio Llerena*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 159 Mercado San Camilo 1937*



*Se aprecia la fachada que no sufrió cambios, además de la intensa concentración y actividad de la plazoleta*
*Fuente: Archivo Sr. Octavio Llerena*

*Gráfico 160 Mercado San Camilo actualidad*



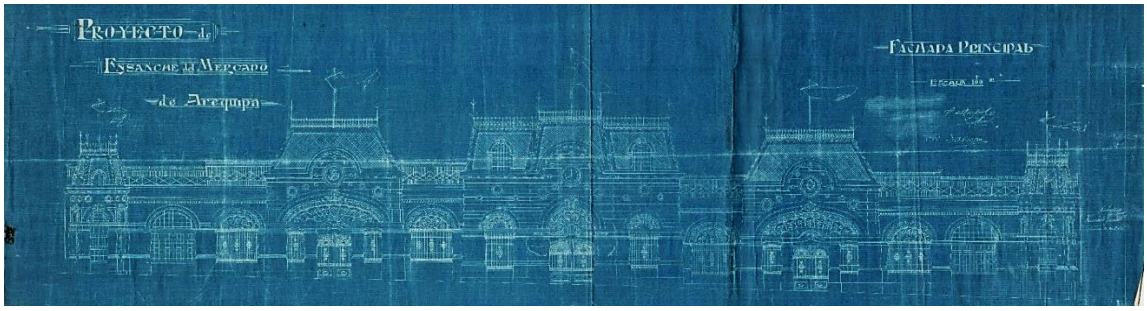
*Mercado San Camilo en la actualidad*
*Se aprecian las modificaciones en la fachada y la plazoleta*
*Fuente: Diario el pueblo*

*Gráfico 161 Interior Mercado San Camilo*



*Podemos apreciar la estructura metálica y de fondo el pabellón de la calle Pierola y parte del pabellón nuevo de la fachada*
*Fuente: Jorge Bedregal La Vera*

*Gráfico 162 Fachada original Mercado San Camilo*




*Plano Blueprint de la fachada original (Calle San Camilo) del Mercado San Camilo*
*Fuente: Arq. Carlos Rodríguez Quiroz*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 3. VARIABLE FISICO AMBIENTAL

## 3.1 FACTORES GEOGRAFICOS

### LOCALIZACIÓN

Arequipa Metropolitana se encuentra ubicada en la región centro occidental de Sudamérica, a 16º 24’ 17” latitud sur y 71º 32’ 09” longitud oeste. A una altitud media de 2328 m.s.n.m. en la que se asientan el distrito de Arequipa y el centro Histórico de la ciudad, la parte más alta se localiza sobre los 2810 m.s.n.m. en Alto Cayma (Cayma), y la más baja sobre los 2041 m.s.n.m. en el Huayco (Uchumayo),

Esta localización la situa dentro del área de influencia del Cinturón de Fuego del Pacífico estando sujeta a fenómenos provocados por la Placa de Nazca y la Placa Continental de América del Sur. A ello se debe la actividad volcánica y sísmica en la ciudad.

### TOPOGRAFIA Y MORFOLOGIA

El Marco geografico de Arequipa presenta el dominio predominante de 3 Volcanes (Misti, Chachani y Pichu Pichu) y la presencia del Rió Chili (atravesando la ciudad de norte a suroeste), con areas de cultivo aledañas asentandose sobre ambas margenes, Cuenta tambien con la presencia de numerosas torrenteras las cuales atraviesan tambien atraviesan la ciudad

La topografia del area central se configura en un plano inclinado con una pendiente media de 1.5%, y en las proximidades de la cuenca del río con un fuerte incremento de desnivel llegando a una pendiente aproximada de 30º.

### RIESGOS NATURALES

Arequipa es una area mundialmente conocida por ser una area de riesgo siendo principalmente de tres tipos,

**Riesgo Sismico:** debido a su localización dentro del area de rinfluencia del Cinturon de Fuego del Pacifico, constituyendola en uan las zonas de mayor riego sismico en el sur del Perú, habiendo experiementado hasta la fecha un total de 24 fenomenos de esta naturaleza, siendo los mas representativos los de los años

1582: Se produce un sismo por la erupción del volcan Huaynaputina dejando la ciudad destruida y sepultada por sus cenizadas, lo que lleva a los pobladores a plantear el traslado de la ciudad a lo cual las autoridades eclesiasticas se opusieron argumentando que se contaba la presencia de material a pie de obra (Sillar de tufo volcanico) el cual fue uno de los factores



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

clave para que Arequipa no sea trasladada y comiencen las labores de reconstrucción masiva con dicho material (convirtiéndose hoy en dia en uno de los elementos representativos de la cultura arequipeña

1784: Con una Magnitud 8.4 Richter y de intensidad VII MM., dejando 54 muertos y 500 heridos, además de destruir por completo la ciudad dejando la mayoría de las edificaciones completamente demolidas (el pequeño porcentaje de las que quedaron en pie con riesgo de desplomarse).

Entre las edificaciones mas efectadas se encontraban la integridad de los templos y conventos y el Hospicio de la Buena Muerte (posteriormente Templo y Convento de hospicio San Camilo), también se produjo el desplome de un tramo del Puente Real (Hoy Puente Bolognesi), producto de esto durante mucho tiempo los pobladores habitaron en campamentos, en plazas calles y plazas por años, llegando a plantear nuevamente el traslado de la ciudad la cual no se llevo a cabo y se procedio a la reconstrucción de la ciudad efectuando la primera modificación en su trazado.

1868: Con una magnitud 8.6 Richter y de intensidad XI MM, el cual fue acompañado por un Tsunami destruyendo casi por completo la ciudad de Arequipa (solo quedaron tres edificios sin daños) quedando completamente demolidos algunos de los edificios mas representativos de la epoca como fueron las Iglesias de La Merced, Santa Rosa, Santa Teresa y San Camilo. dejando otras en estados crtico obligando en muchos casos al derribo de los restos, esta se planteo el traslado de la ciudad a otro emplazamieto, con gran aceptación por parte de las autoridades tomando como referencia el caso del sismo de 1861 en Mendoza Argentina, sin embargo la población se nego a esto por lo que se procedio a la reconstrucción de la ciudad. Se realizaron labores de reconstrucción intensiva asi como como un nueva modificación en la traza de la Ciudad.

2001: Con una magnitud de 7.9 Ms. y una duración de dos minutos, ocasionó grandes pérdidas, con graves daños en las viviendas y desplome parcial de algunos de los monumentos mas relevantes como la Catedral, y el templo de San Agustín, el impacto de este llevo a una revisión modificación y rigidización de las normas de construcción para la ciudad además de motivar la creación de la Junta de Reconstrucción a traves de la cual se asignan grandes presupuestos, destiandos a la reconstrucción de la ciudad pero princialmente a la inversión en proyectos de desarrollo industrial, iniciando el desarrollo acelerado de la ciudad.

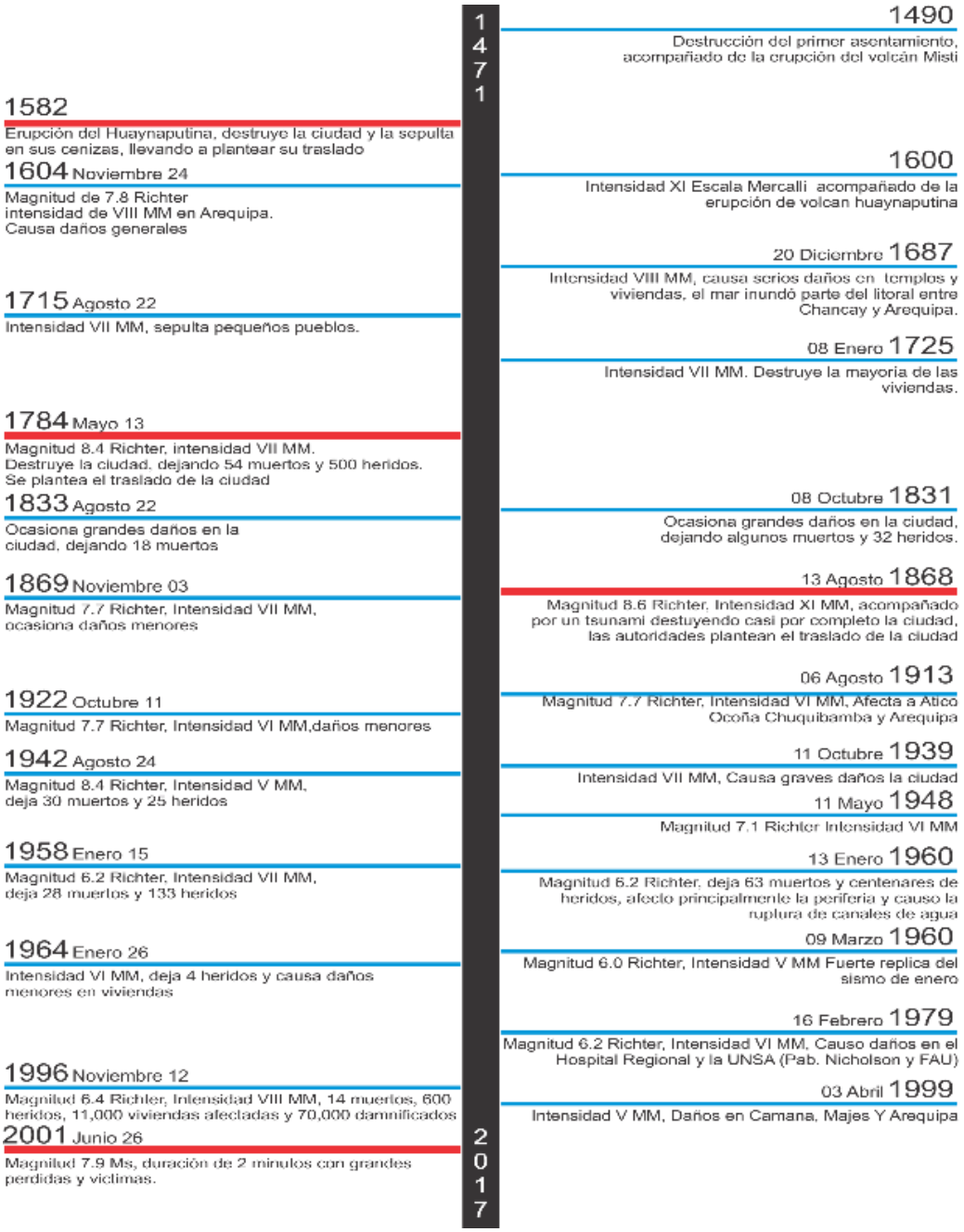


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 163 Cronología sísmica de Arequipa*




*Fuente: Propuesta PlamCha 2017-2027*
*Elaboración: Propia*

De igual manera en todas los fenomenos sismicos una de las zonas mas afectadas (y en la mayoria la mas afectada) fue el sector hoy conocido como Centro Histórico, debido a las coondiciones de su emplazamiento, el cual se encuentra clasificado como una zona de alto riesgo sismico.

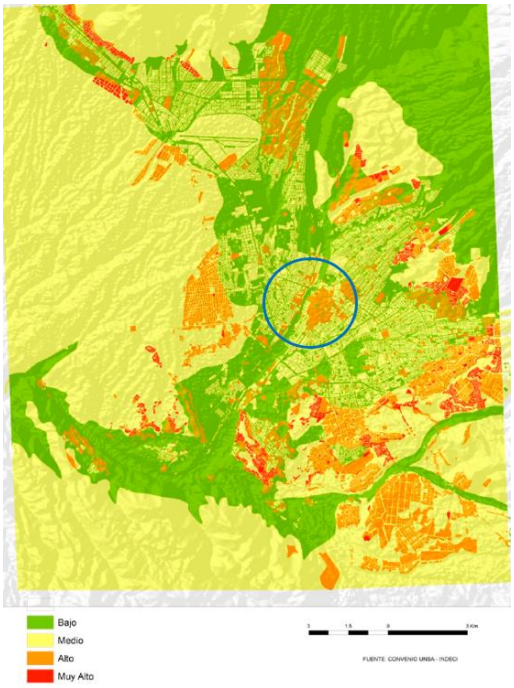


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

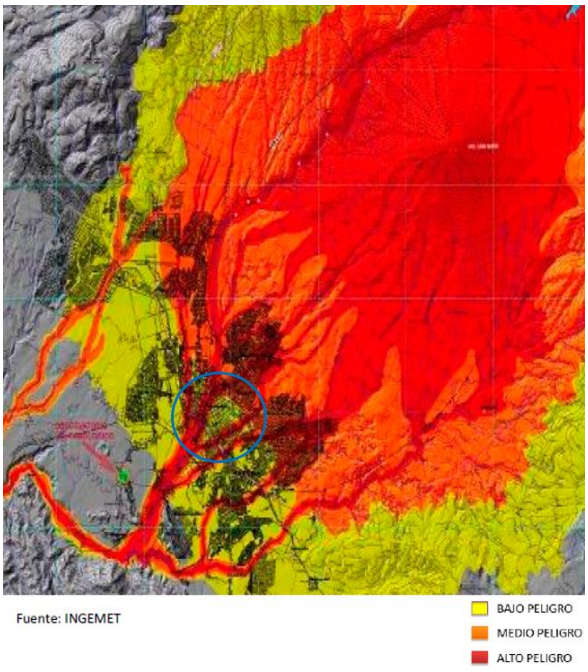
*Gráfico 164 Mapa de riesgo sísmico Arequipa*




*Fuente: Plan de Desarrollo Metropolitano Arequipa 2016-2025*
*Elaboración: IMPLA 2015*

**Riesgo Volcanico:** Por la presencia de 7 volcanes (Misti , Chachani Pichu Pichu, Sabacaya, Ampato, Hualca Hualca, Coropuna) y su proximidad con la mayoria de estos, estando 4 de estos en actividad según el Insituto Geofísico del Perú, siendo los volcanes Chachani, Coropuna, Misti y Sabancaya, presentando estos ultimos la mayor actividad.

*Gráfico 165 Mapa de riesgo volcánico Arequipa*




*Fuente: Plan de Desarrollo Metropolitano Arequipa 2016-2025 / INGEMET*
*Elaboración: IMPLA 2015*



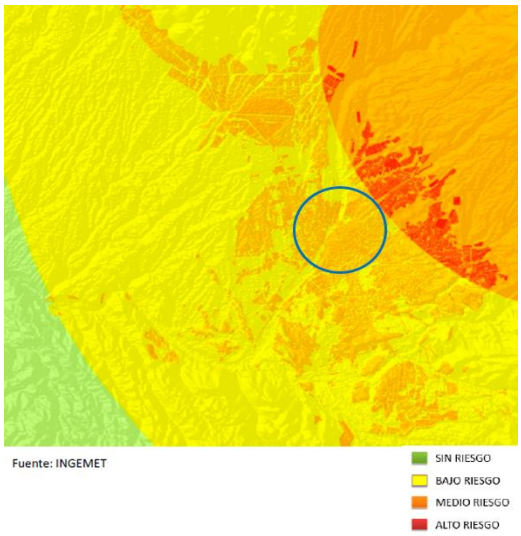
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Debido a su topografia sector del Centro Histórico se encuentra en una zona clasificada de bajo peligro para el peligro volcanico circundad por zonas de alto peligro, y para riesgo de erupción de baja intensidad esta clasificada como zona de bajo riesgo.

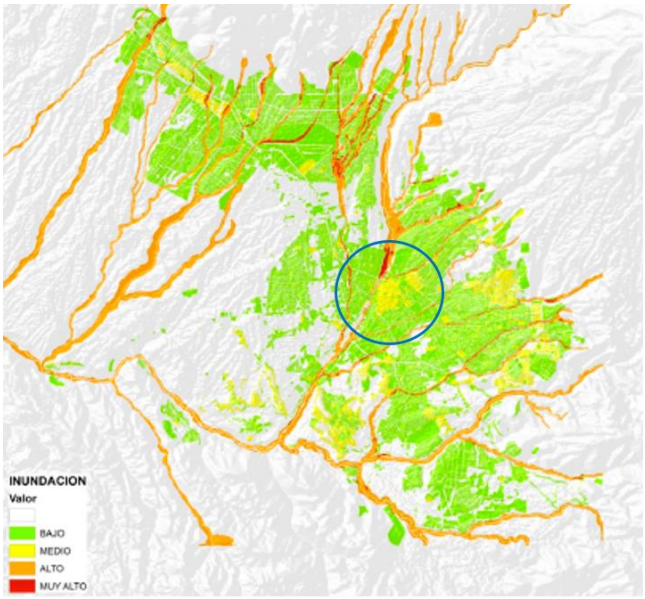
*Gráfico 166 Mapa de riesgo por erupción Arequipa*




*Fuente: Plan de Desarrollo Metropolitano Arequipa 2016-2025 / INGEMET*
*Elaboración: IMPLA 2015*

**Riesgo por Inundaciones:** El emplazamiento del Centro Histórico se encuentra clasificado como una zona de riesgo medio por inundación y su perimetro con riesgo bajo, debido a la defiencia en la red de alcantarillado (ciudad), la presencia del Rio Chili y las numerosas torrenteras, que sumado a la pendiente suponen riesgo de desborde (principalmente de las torrenteras), en la temporada de verano (unica estación lluviosa del año) .

*Gráfico 167 Mapa de riesgo por inundación Arequipa*




*Fuente: Plan de Desarrollo Metropolitano Arequipa 2016-2025*
*Elaboración: IMPLA 2015*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 3.2 FACTORES CLIMATOLOGICOS Y AMBIENTALES

### CLIMA

El Centro Histórico de Arequipa Presenta un clima templado y seco, en sus origenes el clima era relativamente seco debido a la presencia de las areas de cultivo en llas margenes del rio y e inmersan en la trama urbana, las cuales constituian su zona de compensación ambiental.

Sin embargo la depredación progresiva de estas areas ha derivado que hoy en día el clima sea predominatemente seco, durante las estaciones de primavera, otoño e invierno, debido a sus niveles de humedad, semiarido debido a las tasas de precipitación efectiva anual, templado por su condición térmica.

Sin embargo aun conserva la caracetristica de carecer de los rigores de invierno de la sierra y de los estíos de la Costa.

### TEMPERATURA

Su temperatura varía entre los 10°C y los 21°C sin superar los 25°C en sus picos mas altos.

Durante el periodo comprendido entre los meses de diciembre a marzo se presenta la temporada humeda con presencia de nubes por la tarde y precipitaciones moderadas, durante los meses de Junio y Julio (Invierno) su temperatura desciende hasta una media de 6°C siendo esta su temporada mas fría,

La sensación termica en esta temporada no es de frio agudo debido a la caracteristica seca de su clima durante estos meses.

### HUMEDAD

Presenta una humedad relativa de 46%, con una maxima de 70% en verano y una minima de 27% durante primavera, otoño e invierno,

### VIENTOS

Se encuentran determinados por un sistema de vientos locales y el paso de sistemas frontales de baja presión atmosférica, condicionadas por la configuración topográfica.

La presencia vienta se da principalmente en horas de la noche y primeras horas del día, se presentan brisas de montaña con una dirección Nor-Este y en el transcurso del día predominan las brisas de valle con una dirección Sur-Oeste, con una velocidad fluctúante entre 1,5 m/s y 2,5 m/s durante el día



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## PRECIPITACION PLUVIAL

Los Indices de precipatacion son uniformes en el sector Centro Histórico, teniendo una precipitación anual de 94.6mm, siendo la temporada de mayores precipataciones la comprendida durante los meses de enero, febrero y marzo con 28.0mm, 35.6mm y 21.3mm respectivamente , el resto del año las precipitaciones oscilan entre los 0.00mm y 4.3mm.

## RADIACIÓN SOLAR

Su ubicación dentro del area de influencia del Cinturón de Fuego del Pacífico sumado a los problemas de contaminación han llevado a que poseea uno de los indicies de radiación mas altos a nivel mundial y sudamericano y el mas alto a nivel nacional con una radiación solar global que oscila entre 850 a 950 w/m2 (vatio/metro cuadrado).

Las horas de sol llegan a las 4.000 horas de exposición al sol al año, con 300 días de sol con cielo despejado.

*TABLA N° 10 Climatología anual Centro Historico*

| PARAMETROS CLIMATICOS ANUALES CENTRO HISTORICO AREQUIPA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| MES | TEMPERATURA MAX. MEDIA (°C) | TEMPERATURA MEDIA (°C) | TEMPERATURA MIN. MEDIA (°C) | LLUVIAS (mm) | RADIACION (horas de sol) | HUMEDAD RELATIVA (%) |
| ENERO | 21.5 | 15.3 | 8.6 | 28.6 | 223.2 | 52.0 |
| FEBRERO | 21.0 | 15.1 | 8.8 | 35.6 | 188.3 | 59.0 |
| MARZO | 21.4 | 15.1 | 8.5 | 21.3 | 244.9 | 58.0 |
| ABRIL | 21.7 | 14.7 | 6.9 | 0.7 | 294.0 | 48.0 |
| MAYO | 21.8 | 14.1 | 6.3 | 0.2 | 288.3 | 41.0 |
| JUNIO | 21.3 | 13.6 | 5.5 | 0.0 | 291.0 | 45.0 |
| JULIO | 21.4 | 13.2 | 5.5 | 0.0 | 291.4 | 44.0 |
| AGOSTO | 21.9 | 13.6 | 5.5 | 1.8 | 310.0 | 43.0 |
| SEPTIEMBRE | 22.3 | 14.7 | 6.4 | 1.4 | 297.0 | 42.0 |
| OCTUBRE | 22.6 | 14.7 | 6.6 | 0.2 | 303.8 | 39.0 |
| NOVIEMBRE | 22.5 | 14.6 | 6.6 | 1.1 | 309.0 | 39.0 |
| DICIEMBRE | 22.1 | 15.2 | 7.7 | 4.3 | 291.4 | 43.0 |
| **ANUAL** | **21.8** | **14.5** | **6.9** | **94.6** | **3333.3** | **46.0** |

*Fuente: SENAMHI/World Meteorological Organization/Meteo Climat/Deustcher Wetterdienst*
*Elaboración: Propia*

## CONTAMINACION AMBIENTAL

El modelo de expansión radiocentrica horizontal de la ciudad de Arequipa y la ubicación de las mayoria de equipamientos urbanos de la ciudad en esta ha determina que se realicen viajes constantes hacia esta zona teniendo un uso intensivo de los puentes que comunica



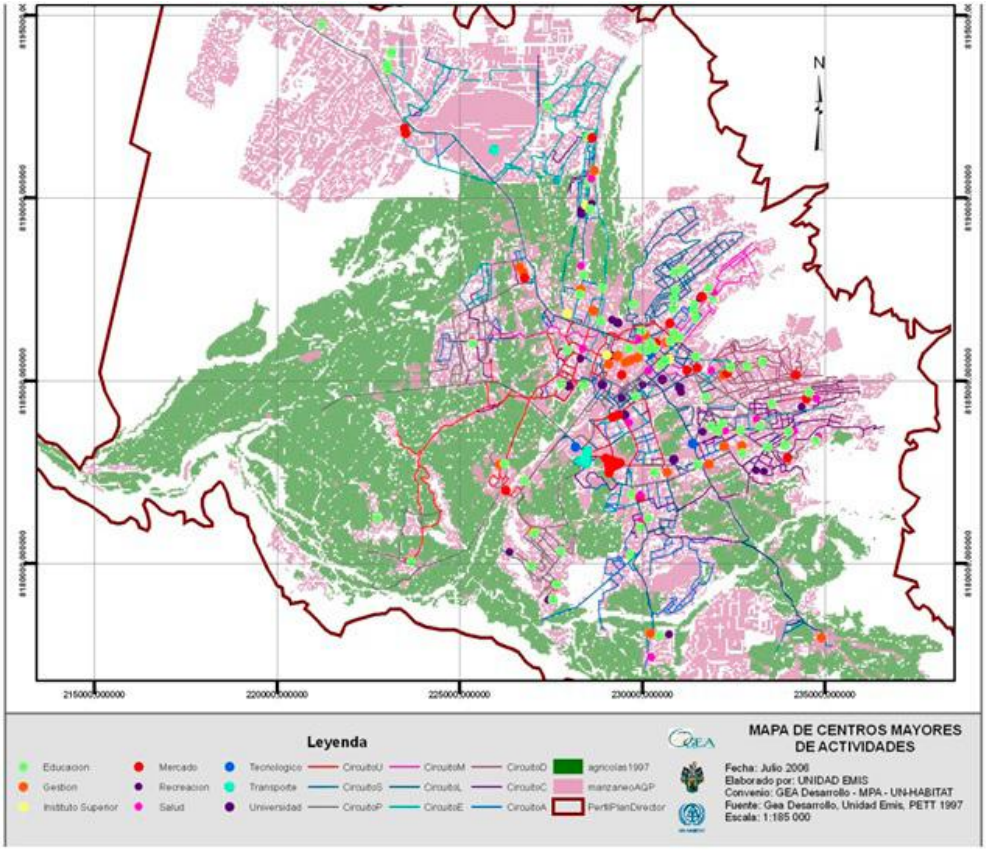
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ambos margenes del Rio Chili, siendo los de uso mas intesivo los Antiguos Puentes Bolognesi y Grau, siendo este ultimo el de uso mas intensivo por la presencia de transporte público, esto tambien supone una carga intesiva del parque automotor de la ciudad sobre las calles del Centro Histórico siendo este uno de los principales factores de deterioro ambiental del mismo, debido a que (según estudios de la gerencia del centro histórico y zona monumental) se componen un 70% de unidades altamente contaminantes y un 30% de unidades ambientalmente obsoletas, con emisiones de monóxido de carbono, plomo, dióxido de nitrógeno y material particulado en suspensión que superan los valores permisibles de calidad de aire, aceptados internacionalmente.

*Gráfico 168 Mapa de concentración de actividades Centro Historico*




*Fuente: Estrategia Ambiental Urbana para Arequipa, Políticas para la Gestión de la movilidad urbana en Arequipa 2007*

Esta presencia intensa de las rutas vehiculares publicas y de carácter privado tal como se menciono anteriormente se debe tambien a la ubicación de la mayoria de equipamientos publicos de la ciudad , predominando los de salud y gestión, esto sumado al modelo de expansion de la ciudad convierte al Centro Histórico en una zona de paso casi obligatorio, convirtiendola en una de los focos de contaminacion atmosferica por emisiones en la ciudad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 169 Mapa de contaminación atmosférica Arequipa*




*Fuente: Tesis "Residencia para el Adulto Mayor en Characato"-2004 UNSA*

## CONTAMINACION SONORA

En este aspecto se repite el mismo patrón debido a las mismas caraacteristicas descritas en el punto anterior situando al parque automotor como la principal fuente de contaminación sonora en el Centro Histórico de la ciudad.



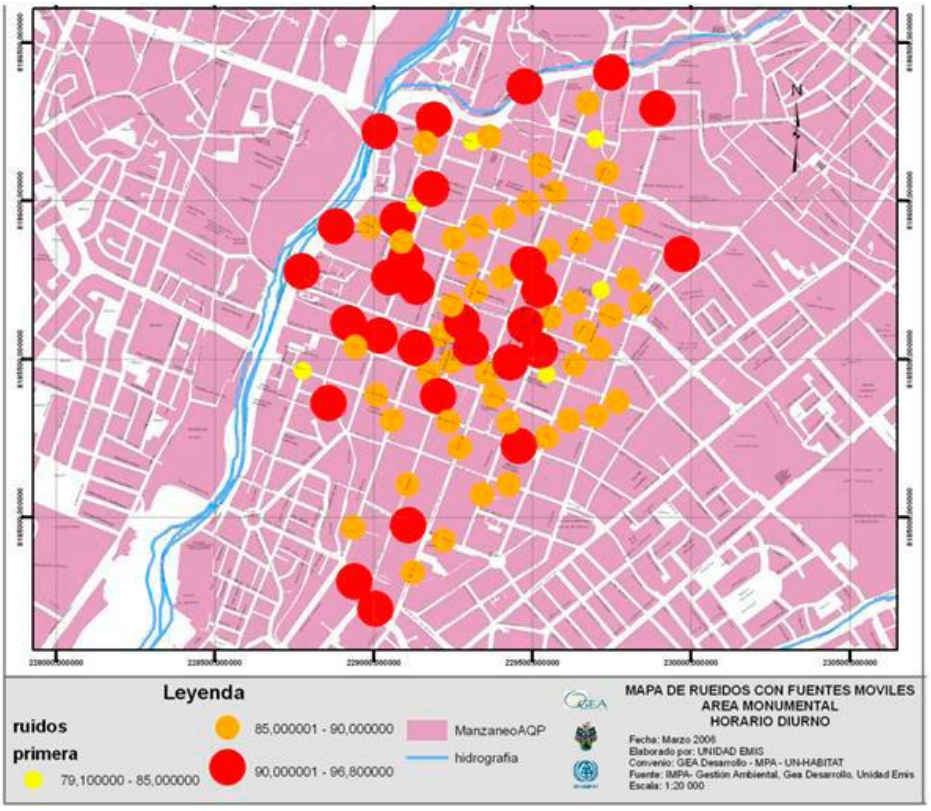
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Según informe de la Gerencia del Centro Histórico la mayoría puntos de evaluación establecidos en el documento Estrategia Ambiental Urbana para Arequipa, Políticas para la Gestión de la movilidad urbana en Arequipa 2007, exceden los estándares permitidos durante el día, localizandose en 5 sectores predominantes: Alrededores de la Plaza de Armas, entorno de las calles Mercaderes-Moran-Perú, la calle Sucre–Bolívar y entorno, la Av. Salaverry entre Sn. Juan de Dios y la Merced y a lo largo de la Av. La Marina-J. de la Torre.

*Gráfico 170 Mapa de ruidos por fuentes móviles Centro Histórico*




*Fuente: Estrategia Ambiental Urbana para Arequipa, Políticas para la Gestión de la movilidad urbana en Arequipa 2007*

## ZONA DE COMPENSACION AMBIENTAL

El Ministerio del Ambiente define la compensación ambiental como el conjunto de medidas y acciones generadoras de beneficios ambientales proporcionales a los daños o perjuicios ambientales causados por el desarrollo de los proyectos, siempre que no se puedan adoptar medidas de prevención, corrección, mitigación, recuperación y restauración eficaces, estableciendo los siguientes criterios para la selección y desiganción de areas que constituiran las zonas de compensacion ambiental.

- Que sean cercanas al área de influencia del proyecto.
- Que estén sometidas a presiones o amenazas de pérdida o degradación de la biodiversidad y funcionalidad de los ecosistemas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Que permitan una conectividad que evite o reduzca fragmentación y propicie la conservación de especies.
- Que cuenten con potencial para asegurar ganancias de conservación.
- Que cuenten con potencial de obtención de beneficios ambientales para la población local.

Es en este contexto que la zona de compensación ambiental del Centro Histórica se conforma por el conjunto de sus espacios abiertos de carácter publico o privado (plazas, parques, clubes) pudiendo ser estos areas verdes o plazas arborizadas, vías arborizadas y por las zonas agricolas ubicadas en los margenes del Río Chili. sumando un total de 47.41 Ha., conformadas en un 23% por areas verdes privadas con 10.91 Ha. un 31% por areas verdes públicas con 14.73 Ha. y un 60% por areas agricolas con 21.77 Ha.

Encontrando la dotación de areas verdes de carácter público deficitiario, estando estas conformadas por 8 plazas y 17 parques encontrandose estas de forma dispersa y siendo en su mayoría espacios de dimensiones reducidas, la unica presencia importante es la del Parque selva alegre.

De igual forma el procentaje de vias arborizadas resulta insuficiente, incluso pese a la arborización de la calle Mercaderes producto del proyecto de peatonalización de 2004, ya que de acuerdo a la densidad poblacional de la ciudad de Arequipa se debería contar con una aproximado de 3 arboles por habitantes, y según reporte de la gerencia del Centro Histórico la cantidd de arboles (sumando vias y parques) del Centro Histórico arrojan un deficit forestal porcentual de 95%.

La dotación de espacios de carácter privado se encuentra conformado por 1 parque y 1 club, siendo estos el Parque Selva Alegre Hotel Libertador y el Club Internacional, de igual manera estas presencias aunque de dimensiones importantes resultan insuficientes en parte debido a que se ubican en el margen derecho del Río Chili que representa la zona menor del Centro Histórico.

En cuanto a las areas agricolas estan han sufrido una disminución significativa con respecto a su conformación original , esto se debio a dos factores, siendo el primero la construcción de la Av. La Marina la cual si bien era necesaria para la ciudad no contemplo un sistema de compensación ya que para su construcción se erradicaron las zonas de cultivo de la margen izquierda del Rio Chili, el segundo factor fue el proceso de depredación sufrieron estas zonas y que aun subsite hasta nuestros dias (Grafico 171).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

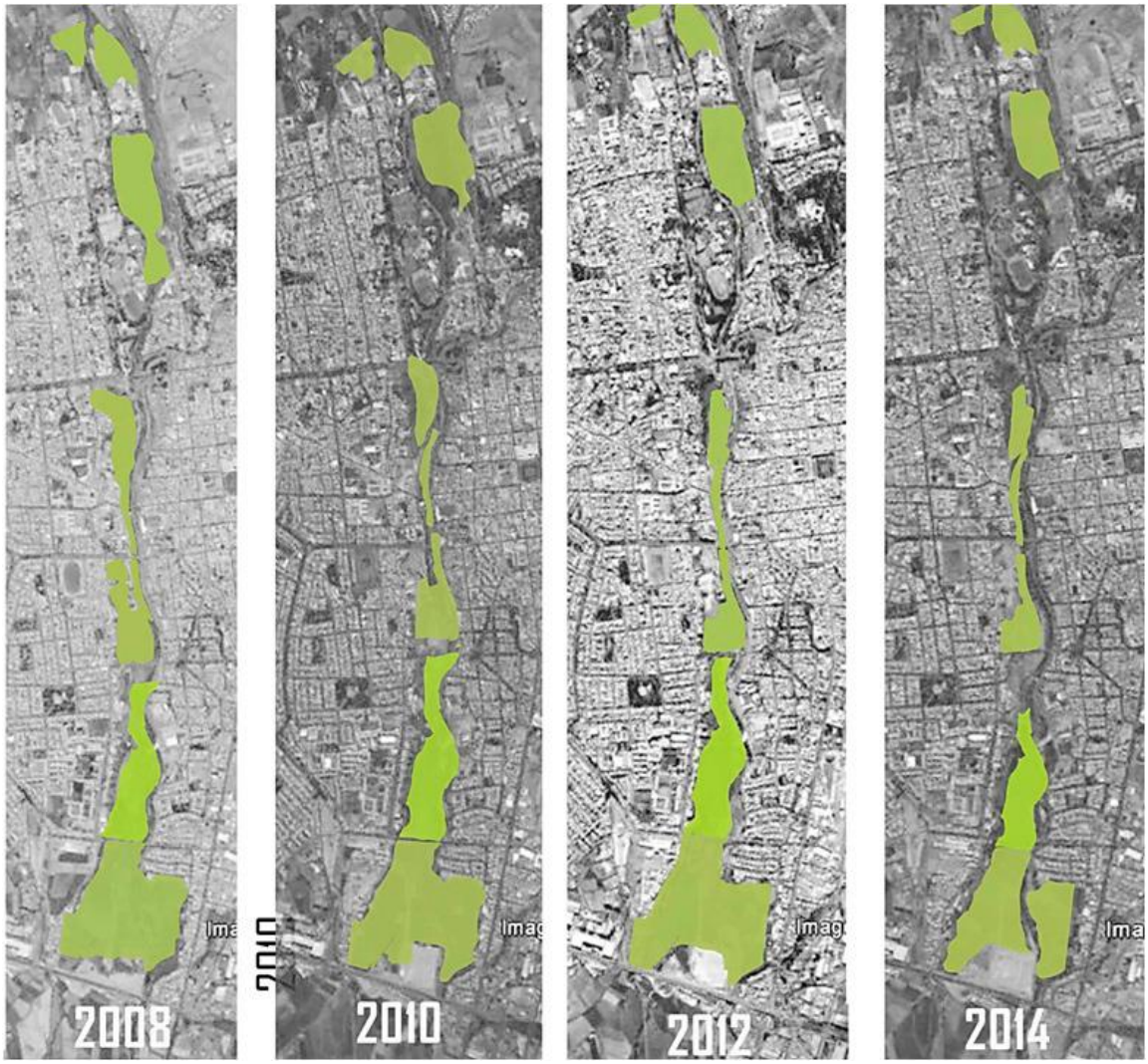
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Según reporte de la Gerencia del Centro histórica en 2016 la suma de estos factores y de otros como:

- Cuantificación de la Radiación Superficial.
- Cuantificación de la Rugosidad de la Superficie.
- Cuantificación de la Escorrentía
- Cuantificación del Almacenamiento y Secuestro de Carbono.
- Cuantificación de los Indicadores de Biodiversidad.

Han canstituido al Centro Histórico de Arequipa como el área con peor comportamiento ecológico de la ciudad.

*Gráfico 171 Evolución de la campiña en la cuenca urbana del Rio Chili*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027*
*Elaboración: Arq. Dora Guillen*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 172 Áreas verdes Centro Histórico*




*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

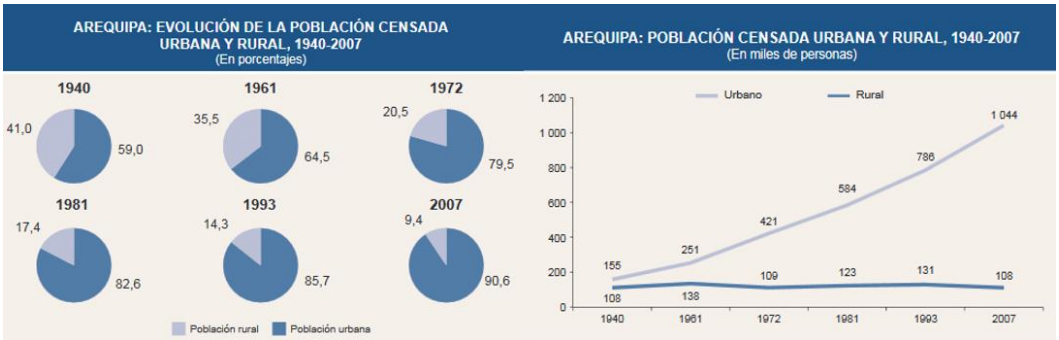
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 4. VARIABLE SOCIO ECONOMICA

## 4.1 POBLACION

La región Arequipa tenido un crecimiendo poblaciónal elevado con tasas de crecimiento ligermanente superiores a las del país, con un marcado incremento en la zona urbana por sobre la rural que muestra tasas de crecimiento lentos.

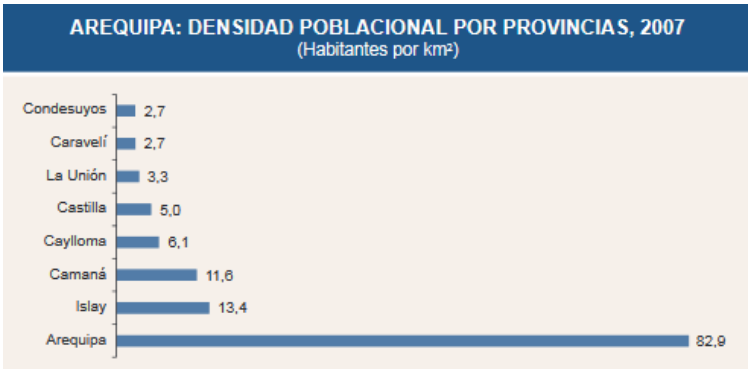
*Gráfico 173 Evolución poblacional de Arequipa al 2007*




*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe economico social BCRP Arequipa 2016*

Estas tasas muestran un marcado crecimiento del ambito urbano y decrecimiento del rural en Arequipa a partir del año 2001, a nivel de provincias la distribución de las tasas crecimiento se diera de manera erratica, identificando tres grandes grupos, las provincias que tenian una tasa de crecimiento superior o similar a la tasa de crecimiento regional, las provincias que con una tasa de crecimiento del alrededor 1% y finalmente las provincias de comportamiento irregular o tendencia negativa, durante estos años la composición a sufrido variantes, compuestos en un primer momento por Arequipa y Camana en el primero, por Islay y La Unión en el tercero y el restos de provincias en el segundo, el unico que se ha mantenido en su grupo(llegando a ser el unico en el) fue Arequipa, siendo la segunda ciudad mas poblada del pais y con perspectivas a un aumento en sus tasas de crecimiento a futuro.

*Gráfico 174 Densidad poblacional de Arequipa al 2007*




*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe economico social BCRP Arequipa 2016*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Según interpetración del INEI este fenomeno se dio a raíz del sismo de 2001, que provoco la creación de la Junta de Rehabilitación y Desarrollo de Arequipa a traves de la cual se asignaron grandes presupuestos para la inversión en obras de carácter productivo e infraestructura de servicio social en la ciudad del Arequipa.

Esto generó un fuerte proceso de industrialización y generación de empleos por mano de obra, provocando un fuerte desarrollo socio económico de la ciudad, permitiendo la provisión de servicios de manera más eficiente y la aparicion de nuevos formatos comerciales por las economías de escala que se generaron, incrementando la migración del ambito poblacional urbano (nueve de cada diez habitantes se concentran en el ambito urbano) situandola como la segunda ciudad mas habitada del Perú y según informe del BCRP como una de las ciudades con mayor potencial de desarrollo socio economico.

*TABLA N° 11 Crecimiento poblacional Perú - Arequipa*

**CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN CENSADA, 1940-2007**
(Tasa de crecimiento anual en porcentajes)

| | 1940-1961 | 1961-1972 | 1972-1981 | 1981-1993 | 1993-2007 | 1940-2007 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Perú** | **2,3** | **2,9** | **2,6** | **2,2** | **1,6** | **2,2** |
| Lima Metropolitana 1/ | 5,1 | 5,4 | 3,8 | 2,7 | 2,1 | 3,9 |
| **Arequipa** | **1,9** | **2,8** | **3,3** | **2,2** | **1,6** | **2,2** |
| Urbana | 2,3 | 4,8 | 3,7 | 2,5 | 2,1 | 2,9 |
| Rural | 1,2 | -2,1 | 1,3 | 0,5 | -1,4 | 0,0 |

*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe económico social BCRP Arequipa 2016*

## 4.2 ESTRUCTURA POBLACIONAL

### NIVELES SOCIO ECONOMICOS (NSE)

Según los informes del Banco mundial y el BID, el Perú a experimento un crecimiento intempestivo de la clase media (NSE B y C) el cual continua desarrollandose, pasando de ser del 11.9% en 2005 al 57% en 2015, esta se compone en promedio por un 28% de clase media tradicional y un 72% por clase media emergente, siendo esta tendencia y margenes seguidias de cerca por Arequipa .

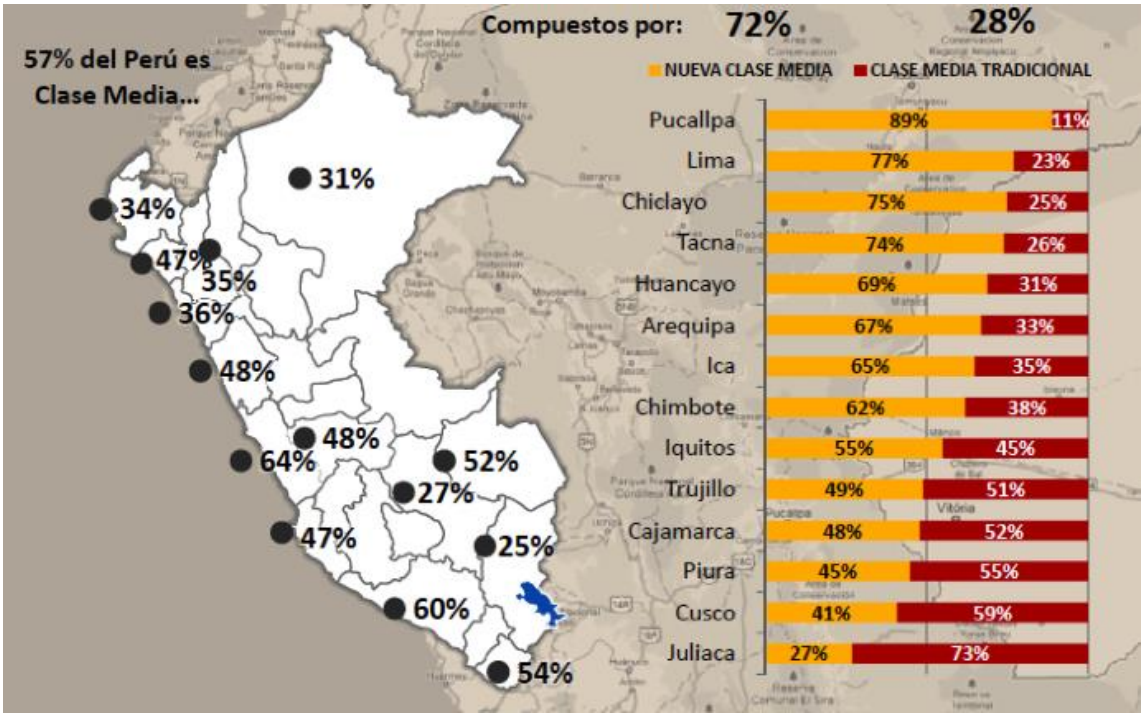


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

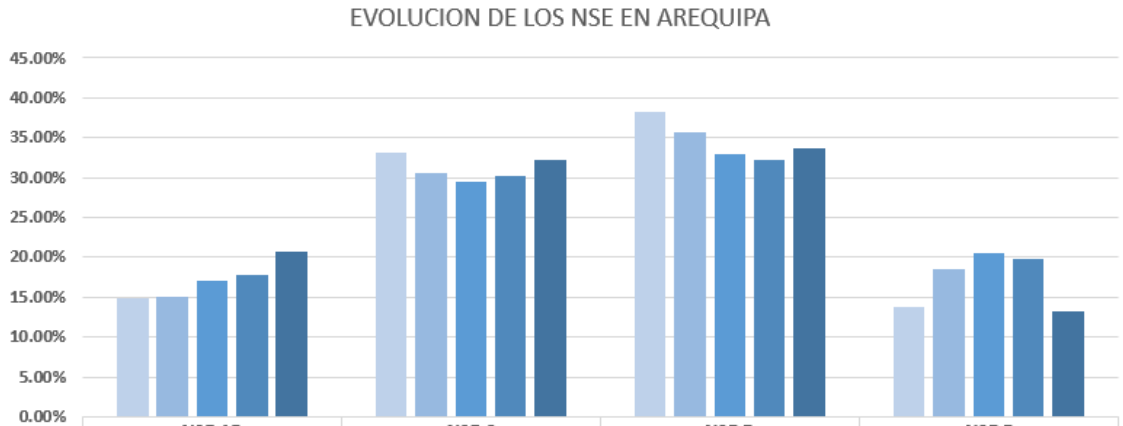
*Gráfico 175 Clase media a nivel nacional*




*Fuente: Arellano Marketing*

Actualmente la población de arequipa se compone en su mayoria por la clase media (NSE B y C), marcando una tendencia al crecimiento sostenido de esta y de la clase alta (NSE A), oscilaciones a la baja en los NSE D y E.

*Gráfico 176 Evolución de los NSE en Arequipa*




| | NSE AB | NSE C | NSE D | NSE E |
|---|---|---|---|---|
| 2007 | 14.90% | 33.10% | 38.30% | 13.70% |
| 2013 | 15.10% | 30.60% | 35.70% | 18.60% |
| 2014 | 17.00% | 29.40% | 33.00% | 20.60% |
| 2015 | 17.80% | 30.20% | 32.20% | 19.80% |
| 2016 | 20.80% | 32.30% | 33.60% | 13.30% |

*Fuente: Asosiación Peruana de empresas de investigación de mercados – Camara de comercio e industria de arequipa*
*Elaboración: Propia*

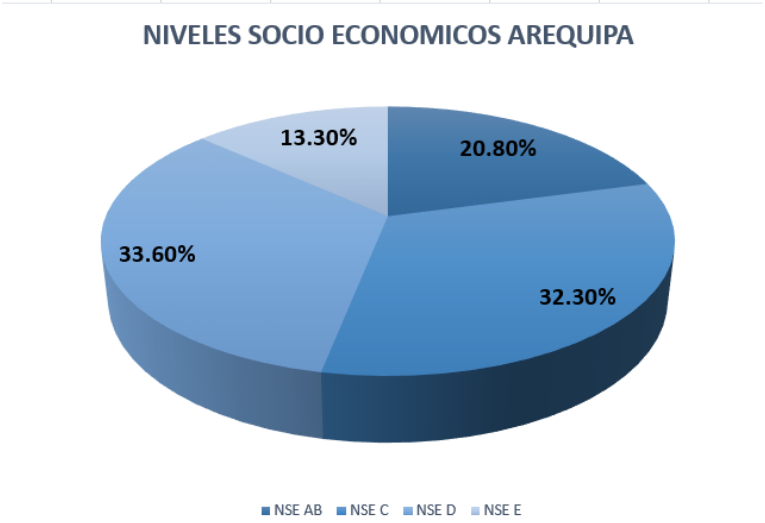


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 177 NSE en Arequipa*




*Fuente: Asosiación Peruana de empresas de investigación de mercados – Camara de comercio e industria de arequipa*
*Elaboración: Propia*

Este avance significativo se sustenta en elementos como las tasas de dependencia, nivel educativo alcazado, niveles de ingreso que a su vez generan otros indicadores como patrones de comportamiento, prioridades de consumo, niveles exigencia, etc, lo cual influye directamente en la dinamica de mercado de la ciudad.

**EDADES**

La población de la ciudad de Arequipa se compone mayoritariamente por la poblacion joven y adulta integrante de la PEA (rango de edades 15 a 64 años) con un porcentaje del 68.6 %, marcando una tasa de dependecia en descenso, lo cual indica un porcentaje muy alto de la población economica independiente representando a su vez un alto de porcentaje de la población con posibilidades de consumo, situando a Arequipa (según proyeciones del BCRP) dentro del grupo cercano al bono demografico.

*TABLA N° 12 Población en grandes grupos de edad*

**POBLACIÓN, POR GRANDES GRUPOS DE EDAD 1981,1993 Y 2014**
(Porcentaje)

| Grupos de Edad | 1981 | 1993 | 2014 a/ |
|---|---|---|---|
| 0 - 14 | 38,8 | 33,1 | 23,9 |
| 15 - 64 | 56,8 | 61,8 | 68,6 |
| 65 y más | 4,4 | 5,1 | 7,5 |

*Fuente: INEI*
*Indicadores socio economicos de la provincia de Arequipa 2014*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 13 Estructura poblacional etaria*

**INDICADORES DE ESTRUCTURA POBLACIONAL, 1993, 2007 Y PROYECCIÓN 2025 1/**
(En porcentajes)

| | 1993 | 2007 | Proyección 2025 |
|---|---|---|---|
| **Perú** | | | |
| Edad promedio | 25,1 | 28,4 | 32,0 |
| Dependencia 2/ | 71,4 | 58,5 | 49,6 |
| **Región Arequipa** | | | |
| Edad promedio | 26,3 | 30,1 | 34,1 |
| Dependencia 2/ | 61,8 | 51,0 | 47,2 |

*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe económico social BCRP Arequipa 2016*

*TABLA N° 14 Tasas de dependencia regional*

**TASA DE DEPENDENCIA POR REGIONES AL 2025**
(En porcentajes)

| | | | |
|---|---|---|---|
| Amazonas | 50,8 | La Libertad | 48,5 |
| Ancash | 51,6 | Lambayeque | 49,5 |
| Apurímac | 55,0 | Lima | 45,8 |
| **Arequipa** | **47,2** | Loreto | 49,9 |
| Ayacucho | 53,9 | Madre de Dios | 39,8 |
| Cajamarca | 49,4 | Moquegua | 43,2 |
| Callao | 44,6 | Pasco | 49,7 |
| Cusco | 49,7 | Piura | 52,4 |
| Huancavelica | 63,2 | Puno | 53,1 |
| Huánuco | 54,6 | San Martín | 47,0 |
| Ica | 47,6 | Tacna | 43,4 |
| Junín | 55,8 | Tumbes | 41,4 |
| | | Ucayali | 46,7 |

*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe económico social BCRP Arequipa 2016*

## EDUCACIÓN

En Arequipa el nivel educativo ha venido marcado por un crecimiento sostenido desde el año 2005 teniendo su auje en el periodo 2008 – 2010 y recuperandose desde tal año, superando el registro de la media nacional, lo cual se ve reflejado en los promedios de año de estudio, el nivel educación alcanzado un ritmo de crecimiento superior al del país, ubicando a arequipa en el segundo puesto del ranking nacional.

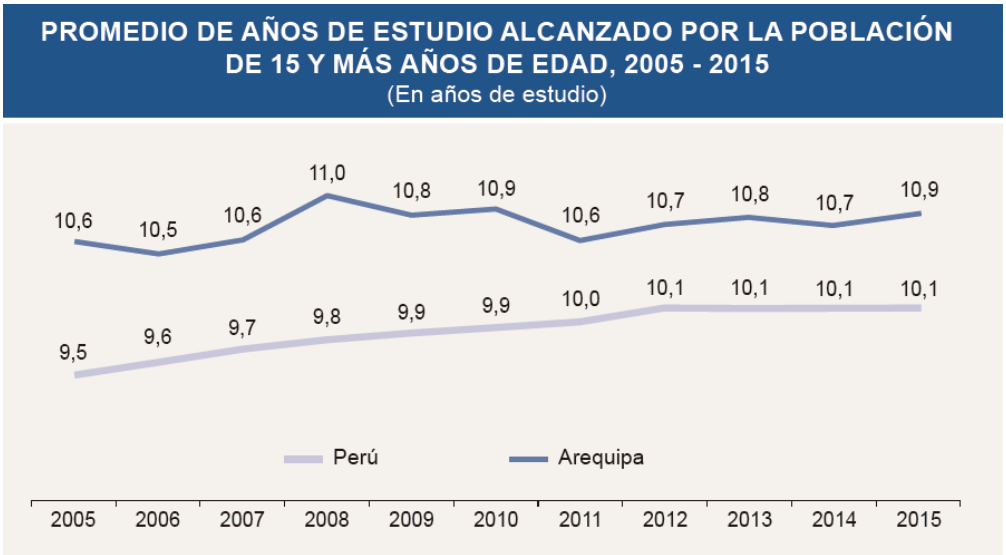


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

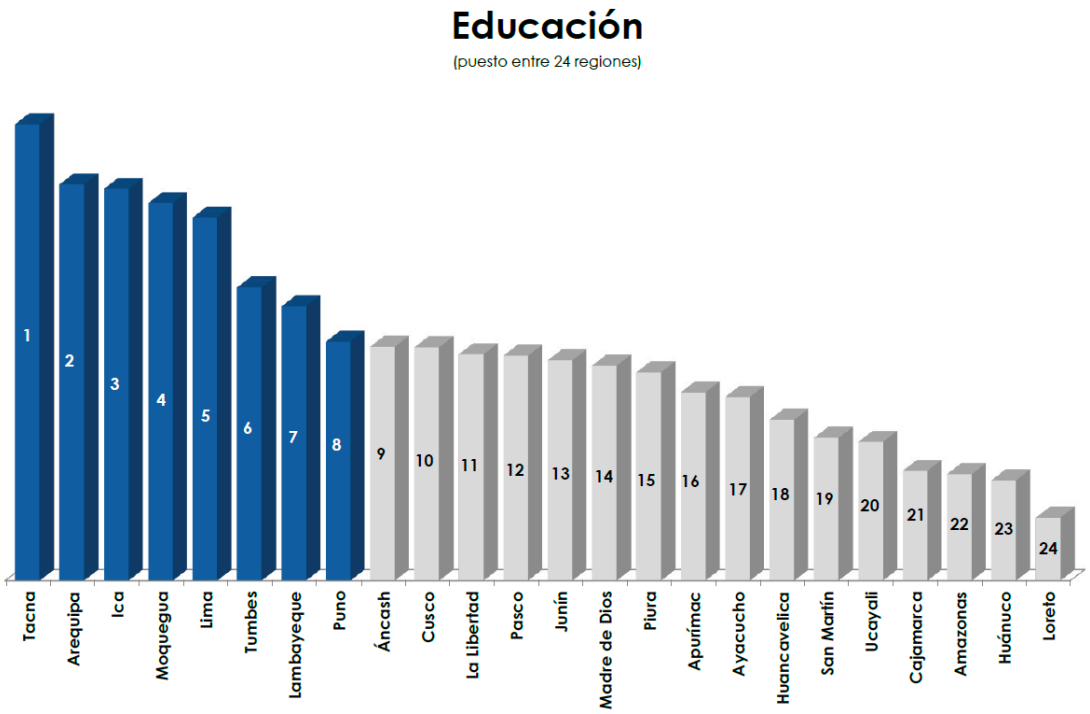
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 178 Nivel de estudios por edades*




*Fuente: INEI – ENAHO - BCRP*
*Informe económico social BCRP Arequipa 2016*

*Gráfico 179 Niveles de educación por ciudades*




*Fuente: Instituto Peruano de Estudios*
*Indice de competitividad regional 2017*

En cuanto a nivel educativo alcanzado la población de Arequipa casi no presenta diferencias entre la población femenina y masculina arrojando un porcentaje alto de la población con educación superior con un 37,5%, distribuidos en la formación superior no universitaria con un 20.4% y formacion superior universitaria con un 17.1%.

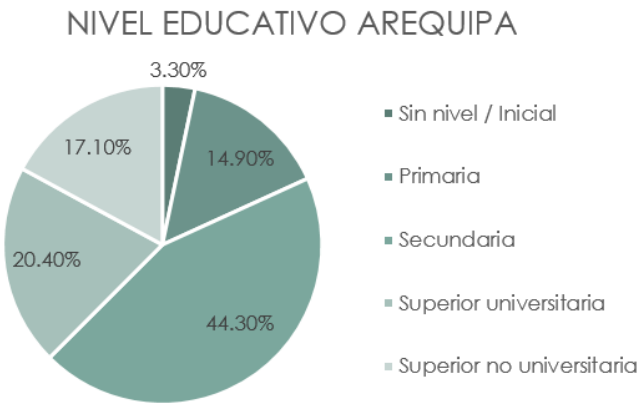


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 180 Niveles educativos en Arequipa*




*Fuente: INEI – BCRP / Elaboración: Propia*
Informe económico social BCRP Arequipa 2016

Según informe del Ministerio de educación este ultimo grupo a mostrado un aumento significativo con perspectivas de crecimiento, podemos dar como explicación a esto dos factores, la gran oferta que existe debido a la incursión masiva de instituciones universitarias del sector privado desde el año 2006, en el cual la ciudad contaba solo con cuatro universidades, incrementandose a diecisiete en 2017 siendo todas incursiones de carácter privado, el segundo factor es la gran oportunidad que representa la educación universitaria, frente a las carreras técnicas y la educacion basica, con perspectivas de aspirar a un mayor salario o ingresos economios.

*TABLA N° 15 Aparición de Universidades en Arequipa*

| UNIVERSIDADES EN AREQUIPA | |
|---|---|
| UNIVERSIDADES NACIONALES | AÑO |
| UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN | 1828 |
| UNIVERSIDADES PRIVADAS | AÑO |
| UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA | 1963 |
| UNIVERSIDAD CATOLICA SAN PABLO | 2003 |
| UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS | 2004 |
| UNIVERSIDAD NESTOR CACERES VELASQUEZ | 2006 |
| UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DEL SUR | 2007 |
| UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE | 2009 |
| UNIVERSIDAD DEL MAR | 2009 |
| UNIVERSIDAD PRIVADA SAN PEDRO | 2010 |
| UNIVERSIDAD AUTONOMA SAN FRANCISCO | 2010 |
| UNIVERSIDAD DE LA SALLE | 2012 |
| UNIVERSIDAD PRIVADA AUTONOMA DEL SUR | 2012 |
| UNIVERSIDAD JAVIER PRADO | 2012 |
| UNIVERSIDAD PRIVADA DE CIENCIAS DE LA SALUD | 2012 |
| UNIVERSIDAD JOSE CARLOS MARIATEGUI | 2012 |
| UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES | 2016 |
| UNIVERSIDAD CONTINENTAL | 2017 |

*Nota: Se tomaron en cuenta solo las fechas de autorización de funcionamiento definitivo*

*Fuente: Ministerio de Educación2017/ Censo Nacional Universitario 2007*
*Elaboració: Propia*

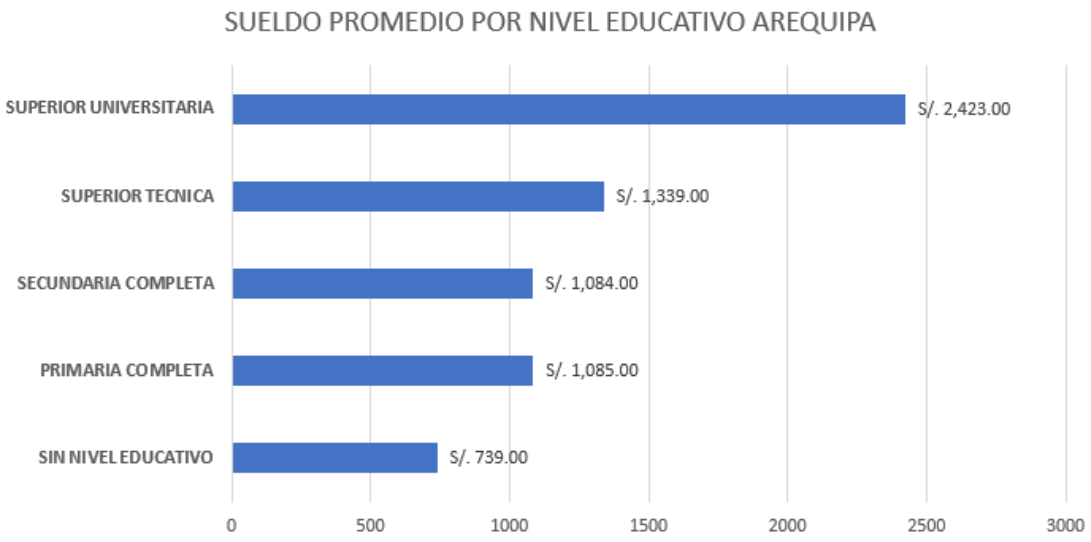


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 181 Sueldos por nivel de estudios*

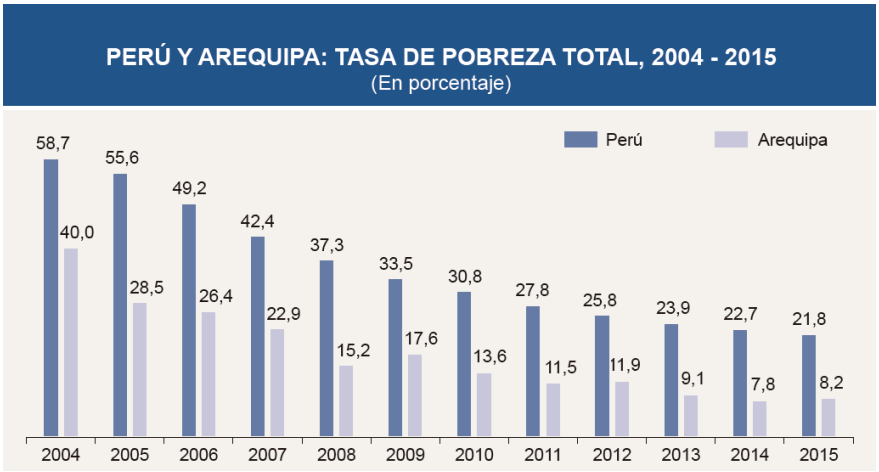



*Fuente: Ministerio de trabajo – Observatorio socio economico laboral 2016*
*Elaboració: Propia*

## POBREZA MONETARIA Y NIVEL DE INGRESOS

La pobreza monetaria mide el nivel de posibilidades de la población para satisfacer sus necesidades basicas alimenarias y no alimetarias, según informe del BCRP en 2016 se experimento una reducción considerable de el nivel de pobreza a nivel naciona durante el periodo comprendido entre los años 2004 -2015 reduciendose en 37 puntos porcentuales de 58.7% a 21.8 %. Arequipa a mostrado la misma tendencia en la tasa de pobreza mostrando una reducción de 31.8 puntos porcentuales manteniendose siempre por debajo del promedio nacional pasando de 40% a 8.2%.

*Gráfico 182 Tasa de pobreza Perú y Arequipa*




*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe económico social BCRP Arequipa 2016*



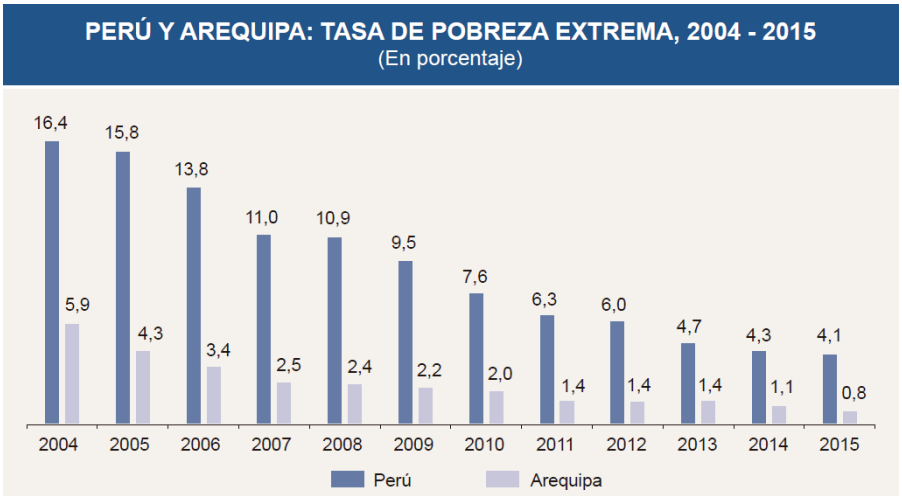
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

De igual forma la reducción de la pobreza extrema (en el cual se situa el grupo con menos posibilidades y/o sin posibilidades de satisfacciónde las necesidades basicas alimentarias y no alimentarias) a tenido una reducción importante, siguiendo la tendencia nacional y manteniendose por debajo del promedio nacional, la cual redujo este porcentaje de forma sostenida en el periodo 2004-2015 pasando de 16.4% a 4.1%a nivel nacional y en arequipa de 5.9% a 0.8%

*Gráfico 183 Tasa de pobreza extrema*




*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe económico social BCRP Arequipa 2016*

Esta reducción en la tasa de pobreza se encuentra relacionada con el crecimiento del PBI per cápita, gasto real per cápita y su vinculación con la evolución en los niveles de ingresos el primero pasando de S/. 735 a S/.795 con un crecimiento del 8.2%, mostrando un crecimiento mayor de gasto en los quintiles con menos ingresos y un menor gasto en los quintiles con mayores ingresos.

*TABLA N° 16 Gasto mensual promedio*

**AREQUIPA: GASTO PROMEDIO PER CÁPITA MENSUAL SEGÚN QUINTILES DE GASTO, 2009 - 2015**
(Soles constantes base=2015 a precios de Lima Metropolitana)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Variación porcentual 2014/2015 | Variación porcentual 2009/2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Promedio** | **735** | **784** | **783** | **788** | **803** | **803** | **795** | **-1,0** | **8,2** |
| Quintil 1 | 276 | 301 | 320 | 316 | 335 | 349 | 343 | -1,7 | 24,3 |
| Quintil 2 | 453 | 475 | 504 | 512 | 535 | 537 | 523 | -2,6 | 15,5 |
| Quintil 3 | 611 | 643 | 657 | 665 | 686 | 687 | 678 | -1,3 | 11,0 |
| Quintil 4 | 821 | 868 | 869 | 879 | 918 | 907 | 894 | -1,4 | 8,9 |
| Quintil 5 | 1 519 | 1 633 | 1 574 | 1 569 | 1 557 | 1 538 | 1 540 | 0,1 | 1,4 |

*Fuente: INEI – BCRP*
*Informe económico social BCRP Arequipa 2016*



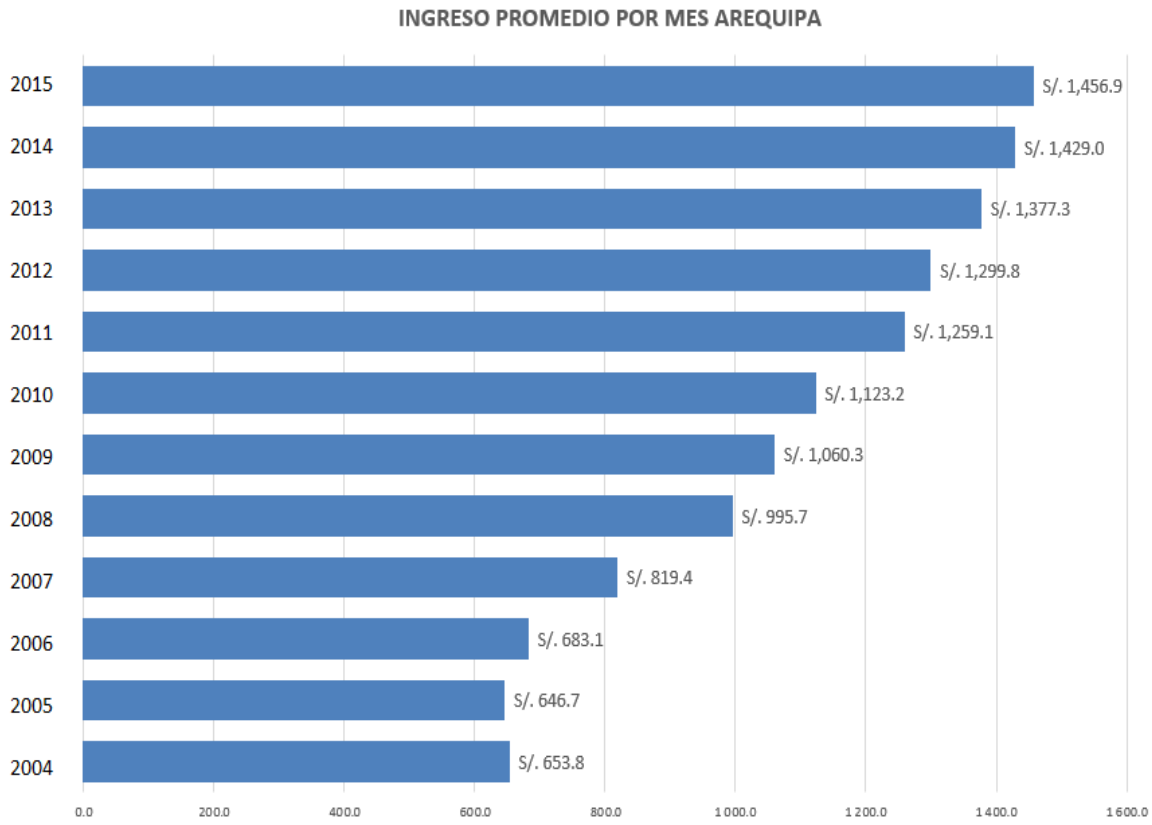
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

De igual manera los niveles de ingreso han tenido un progeso considerable en el periodo 2004-2015 mostrando un crecimiento del 143.64% pasando de S/.635.8 a S/.1456.9. representando una oportunidad en las posibilidades de consumo, ahorro y acceso al credito.

*Gráfico 184 Evolución de los ingresos mensuales en Arequipa*




*Fuente: INEI – Ingresos promedio por ambito geografico 2016*
*Elaboració: Propia*

## 4.3 EVOLUCION ECONOMICA DE AREQUIPA

Según estadísticas del Banco Central de Reserva del Perú, el Producto Bruto Interno (PBI) de Arequipa se ha mantenido en alza en los últimos años. En el 2009 el crecimiento fue de 6.3%, en el 2010 de 10.2% y en el 2011 la cifra fue de 7.2%. Para este 2017, según datos de la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, la economía en la región crecerá en 6.4% (por encima del promedio nacional).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

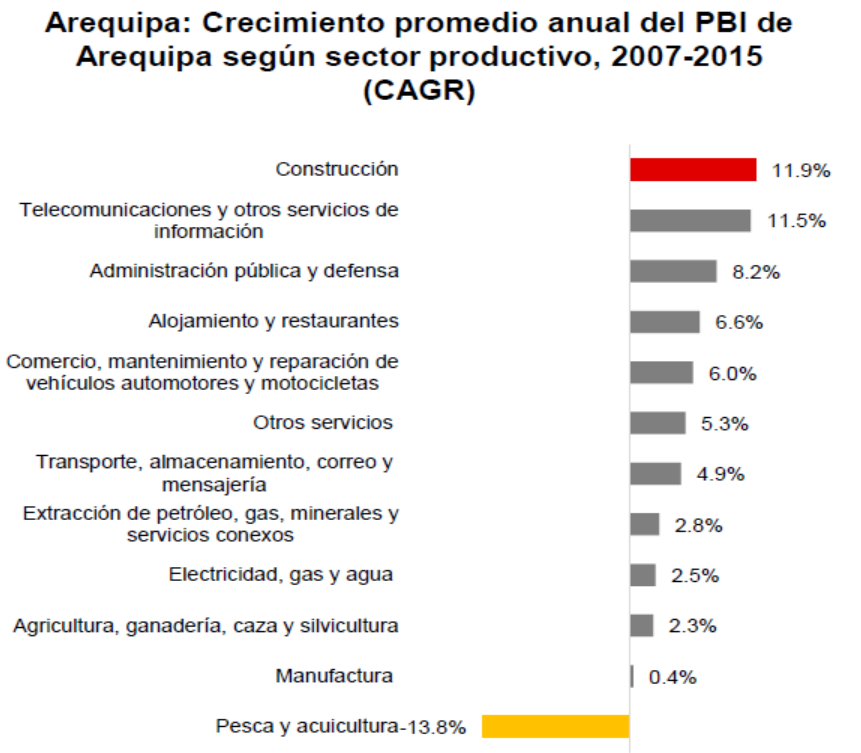
*TABLA N° 17 Crecimiento PBI por sectores*

| Sectores | 2008-2013 | 2014 | 2015 | 2016* | 2017* |
|---|---|---|---|---|---|
| Agropecuario | 3.1 | 4.3 | -2.6 | 2.4 | 5.0 |
| Pesca | -20.1 | 41.7 | -7.3 | -15.5 | 27.9 |
| Minería | 3.5 | -13.5 | 18.6 | 80.7 | 2.1 |
| Manufactura | 0.9 | 2.7 | -6.0 | -1.5 | 1.0 |
| Electricidad y agua | 4.3 | -19.1 | 3.2 | 4.6 | 3.1 |
| Construcción | 16.9 | 9.3 | -11.3 | 1.0 | 6.2 |
| Comercio | 7.0 | 6.9 | 2.9 | 2.8 | 3.5 |
| Servicios | 6.6 | 5.5 | 4.60 | 5.3 | 4.6 |
| **PBI total** | **5.0** | **0.7** | **3.6** | **21.5** | **3.3** |

*Fuente: INEI – BCRP-Macroconsult / Elaboración: Aurum Consultoría y mercado*
*Informe Perspectivas Económicas Arequipa 2017*

Al distribuir el PBI en sectores productivos el sector construcción presento el margen más amplio con un 11% y después de la administración pública los sectores con mayor porcentaje son los de consumo y actividades de entretenimiento, como restaurantes y comercio especializado, teniendo un 6.6% y 6.0% respectivamente.

*Gráfico 185 Crecimiento anual PBI por sectores*




*Fuente: INEI - Elaboración: Aurum Consultoría y mercado*
*Informe Perspectivas Económicas Arequipa 2017*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es así que la evolución del PBI a mostrado un crecimiento sostenido alcanzando su auge en periodo comprendido entre los años 2002-2008 mostrando una desaceleración importante en el año 2009 (producto de la crisis económica internacional) retomando un ritmo de crecimiento sostenido desde el año 2010.

*Gráfico 186 Crecimiento del PBI Perú y Arequipa*

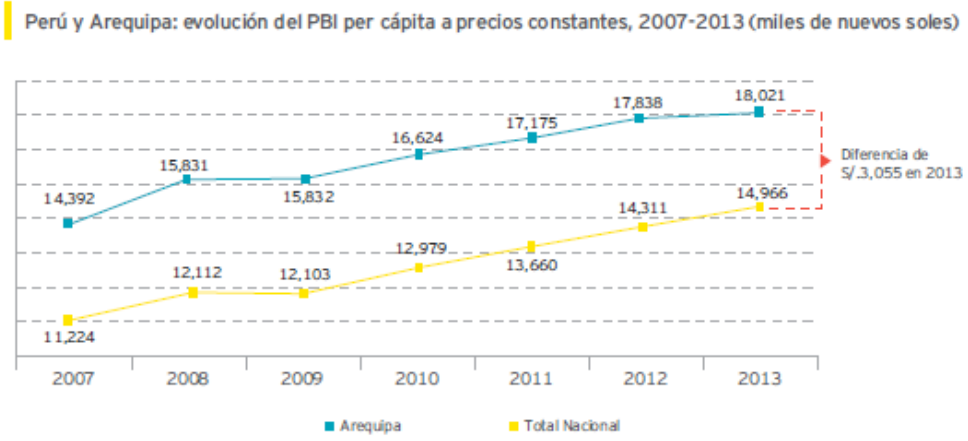



| | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Perú | -0.4% | 4.8% | 12.8% | 8.6% | 2.5% | 6.9% | -0.7% | 0.9% | 3.0% | 0.2% | 5.0% | 4.0% | 5.0% | 6.8% | 7.7% | 8.9% | 9.8% | 0.9% | 8.8% | 6.9% | 6.3% |
| Arequipa | 3.9% | 7.1% | 13.5% | 7.5% | 1.7% | 7.2% | 0.4% | 2.4% | 3.5% | -1.5% | 8.5% | 3.5% | 5.4% | 6.8% | 6.1% | 15.5% | 11.1% | 1.0% | 6.1% | 4.4% | 5.0% |

*Fuente: INEI – Ey building a better working world*
*Guía de negocios e inversión en el Perú 2015-2016*

De igual manera podemos apreciar que con respecto al PBI per cápita, se ha mostrado la misma tendencia la cual según datos de Ey Building a better working world se ha mantenido hasta hoy, situándolo por encima del crecimiento nacional siendo de S/.3,055 manteniéndose sin variaciones significativas en los últimos años.

*Gráfico 187Evolución del PBI Perú y Arequipa*




*Fuente: INEI – Ey building a better working world*
*Guía de negocios e inversión en el Perú 2015-2016*



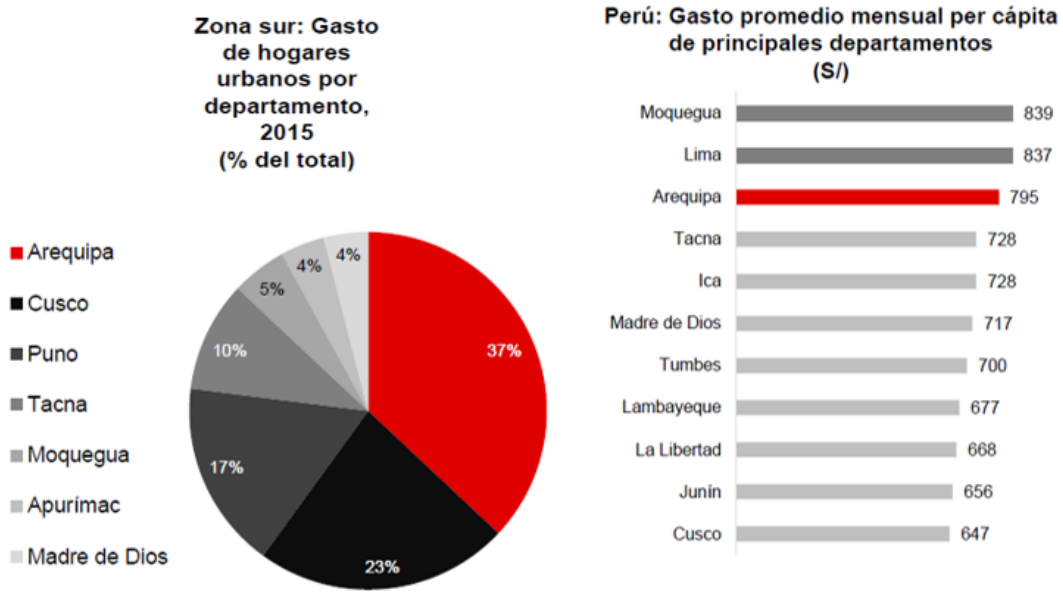
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En cuanto al gasto por hogares de la Región Sur, el departamento de Arequipa se sitúa como el departamento de mayor gasto mensual per cápita al año 2015 situándolo como el tercer más alto

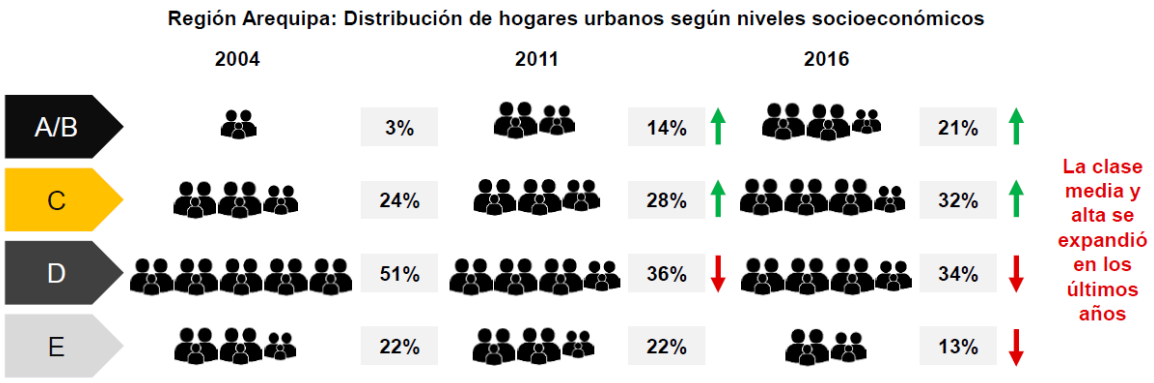
*Gráfico 188 Gasto por hogares zona sur y Perú*




*Fuente: INEI, Elaboracion Aurum conultoria y mercado*
*Informe Perspectivas economicas Arequipa 2017*

De manera comparativa del año 2011al 2016 se muestra un crecimiento sostenido de la clase alta y media alta y en contraposición el descenso sostenido en las clases media baja y baja, sostenida principalmente en los niveles de crecimiento de la población disminuyendo la población joven e infantil, e incrementándose la población adulta de 40 años a más la cual constituye el mayor porcentaje de la población económicamente activa.

*Gráfico 189 Hogares urbanos por NSE Regio Arequipa*




*Fuente: Asociación Peruana de empresas de investigación de mercado*
*Informe Perspectivas económicas Arequipa 2017*

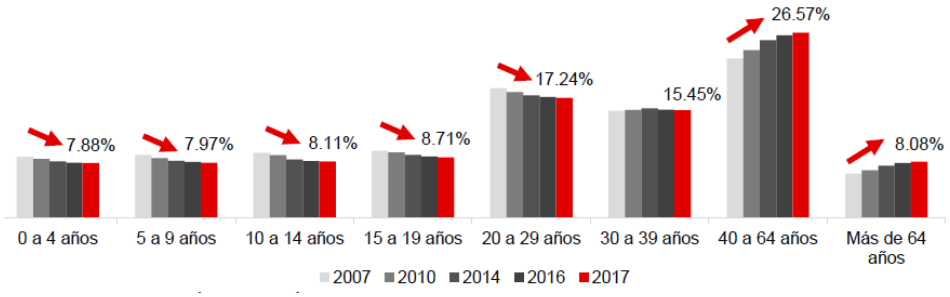


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

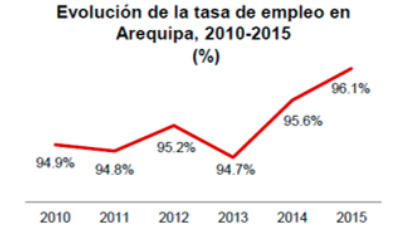
*Gráfico 190 Hogares urbanos por edades Region Arequipa*

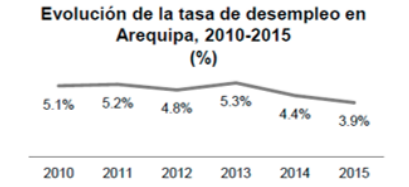



*Fuente: INEI, Elaboracion Aurum conultoria y mercado*
*Informe Perspectivas economicas Arequipa 2017*

De igual manera la tasa de desempleo al 2015 se redujo al 3.9% y la de subempleo a 31.2%, con el ingreso promedio ubicándose en S/.1450 influenciado por incremento del nivel educativo de la población económicamente activa, el cual le permite una mejor oportunidad en la consecución de una plaza laboral además de aspirar a mejores trabajos y/o a una mejor remuneración.

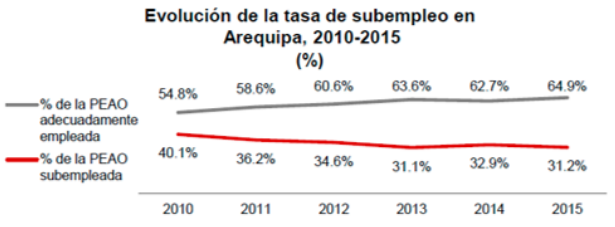
*Gráfico 191 Tasa de empleo, desempleo y subempleo en Arequipa*

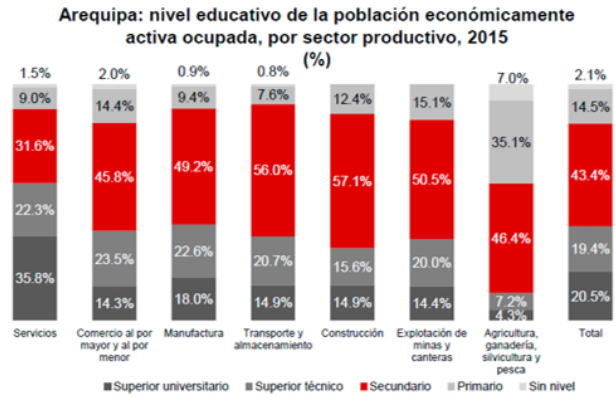



Ingreso promedio mensual por trabajo (S/.)

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|
| Arequipa | 1,259 | 1,299 | 1,377 | 1,429 | 1,457 |
| Perú | 1,069 | 1,156 | 1,186 | 1,239 | 1,305 |




*Fuente INEI - Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe Perspectivas económicas Arequipa 2017*

En cuanto al acceso al credito (el cual incluye los prestamos) Arequipa a mostrado un crecimiento significativo del 26.9% manteniendose por encima del nacional y marcado por el credito en moneda nacional constituyendo el 80.9% con un crecimiento del 21.6% por sobrese el credito en moneda extranjera representando el 19.1% con un crecimiento del 0.8% según informe de BCRP, tendiendo su mejor perfomarance en el credito destinado a personas, tal como indica la Camara de Comercio de Arequipa siendo este el credito



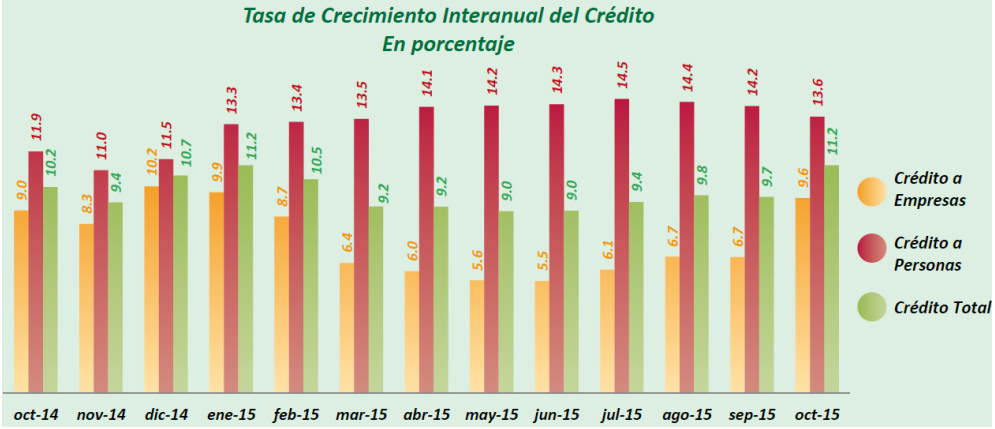
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

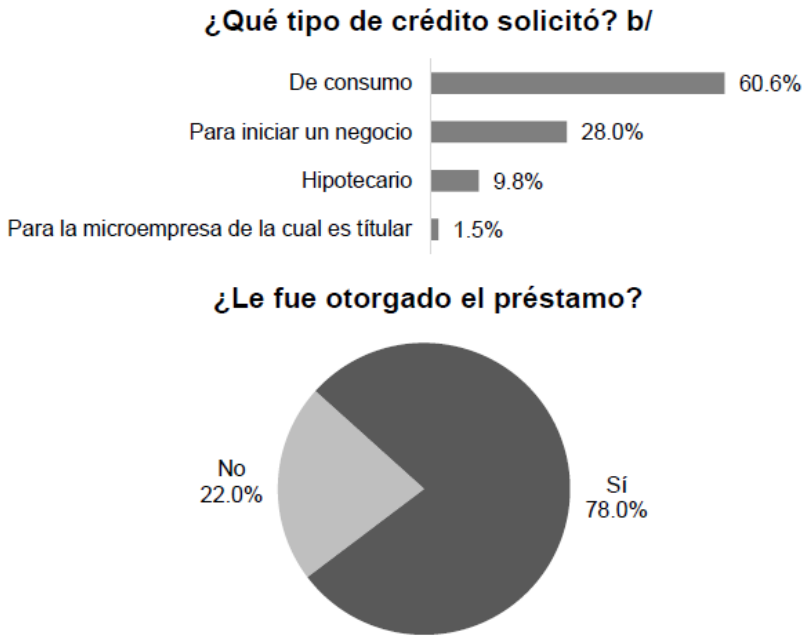
destinado principalmente al consumo y creditos hipotecarios, siendo el credito destinado al consumo el tipo de credito más solicitado con un margen de diferencia muy amplio sobre los demas constituyendo el 60.6% del total.

*Gráfico 192 Tasa de crecimiento del crédito en Arequipa*




*Fuente: Superintendencia de Banca seguros y AFP*
*Elaboración: Cámara de comercio de Arequipa*
*Indicadores Económicos IV trimestre*

*Gráfico 193 Acceso al crédito en Arequipa*




*Fuente: Aurum consultoría y mercado*
*Informe Perspectivas económica Arequipa 2017*

De igual manera las posibilidades de ahorro han sufrido un incremento notable a partir de mes de julio del 2015 sufriendo una disminución en septiembre y reactivándose en octubre con una tasa de crecimiento variable superior al 8%, llegando a ser en momentos de 16.3% según informe del BCRP, con tendencias a un crecimiento sostenido según informe de la Cámara de comercio de Arequipa, reflejando una mejora considerable en el entorno económico de Arequipa.



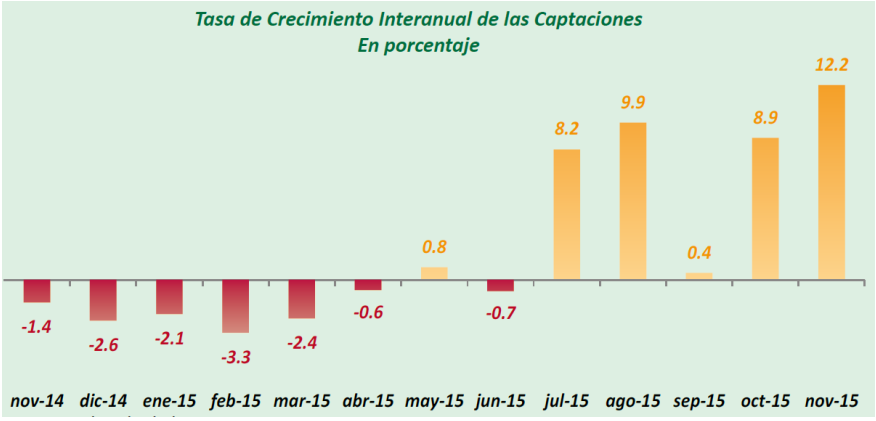
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Al igual que en el acceso al crédito los ahorros muestran una supremacía de la moneda nacional con un 73.1% por sobre la moneda extranjera con un 26.9%

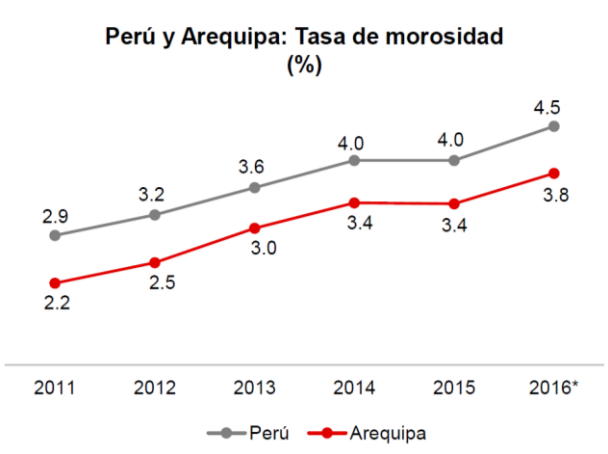
*Gráfico 194 Captacion del credito en Arequipa*




*Fuente: Superintendencia de Banca seguros y AFP*
*Elaboración: Cámara de comercio de Arequipa*
*Indicadores Económicos IV trimestre*

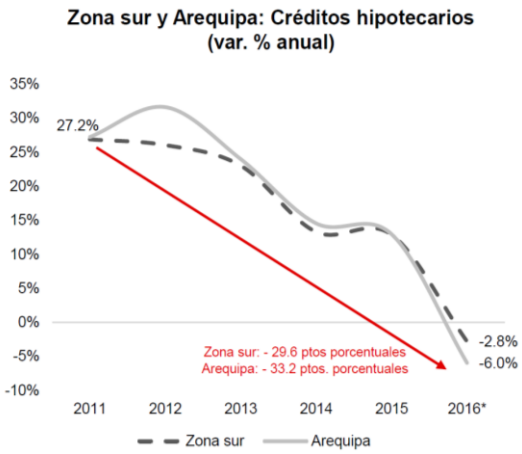
Con respecto al indice de morosidad esta a mostrado un incremento sostenido pero manteniendose siempre por debajo del promedio nacional, según informe de la camara de comercio este indice de morosidad no afecta ni es afectado por los creditos a personas y destinadas al consumo que presentan un buen comprtamiento casi sin presencia de morosidad, este crecimiento sostenido es generado por los creditos otorgados a la pequeña y microempresa dado el mayor riesgo financiero inherente que estas representan y en una menor medida a los creditos hipotecarios, razon por los cuales estos han sufrido una menor flexibilidad para su otorgamiento.

*Gráfico 195 Tasa de morosidad Arequipa*




*Fuente: Superintendencia de Banca seguros y AFP Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe Perspectivas económicas Arequipa 2017*

*Gráfico 196 Créditos hipotecarios en Arequipa*




*Fuente: Superintendencia de Banca seguros y AFP Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe Perspectivas económicas Arequipa 2017*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Esta evolución marcada por un notable crecimiento sostenido tiene su posible explicación en las variables presentadas en los puntos anteriores que denotan una clara tendencia de crecimiento en las posibilidades de consumo, acceso al ahorro y al credito, constituyendo a Arequipa en una plaza atractiva con perspectivas de crecimiento para la inversión privada en estos campos, lo cual se ve reflejado en la incursión masiva de instuciones financieras y cadenas de supermercados y centros comerciales del sector retail a partir del año 2007 llegando hasta hoy a sumar 43 entidades financieras en la región y en la ciudad de arequipa y 29 proyectos del sector retail con perspectivas de crecimiento según los informes del banco Mundial y el BID que proyectan a partir del 2017 la incursion de 9 centros comerciales de capitales extranjeros y nacionales.

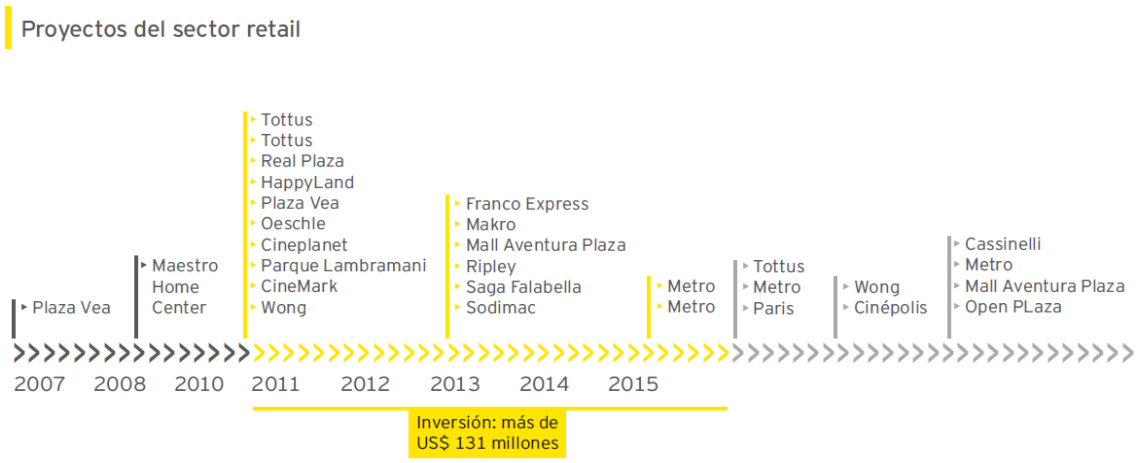
*TABLA N° 18 Entidades financieras en Arequipa*

**Entidades financieras que operan en la región Arequipa**

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | BanBif | 12 | Caja Los Libertadores | 23 | CRAC Credinka | 34 | Financiera Confianza |
| 2 | Banco Azteca | 13 | Citibank del Perú | 24 | CRAC Incasur | 35 | Financiera Edyficar |
| 3 | Banco Cencosud | 14 | CMAC Arequipa | 25 | CRAC Los Andes | 36 | Financiera Efectiva |
| 4 | Banco Continental | 15 | CMAC Cusco S.A. | 26 | CRAC Señor de Luren | 37 | Financiera Nueva Visión |
| 5 | Banco de Crédito | 16 | CMAC del Santa | 27 | Crediscotia | 38 | Financiera Proempresa |
| 6 | Banco del Comercio | 17 | CMAC Huancayo | 28 | EDPYME Alternativa | 39 | Financiera TFC S.A. |
| 7 | Banco Falabella | 18 | CMAC Ica | 29 | EDPYME Credivisión | 40 | Interbank |
| 8 | Banco Financiero | 19 | CMAC Piura | 30 | EDPYME Marcimex S.A. | 41 | Mibanco |
| 9 | Banco GNB | 20 | CMAC Sullana | 31 | EDPYME Micasita S.A. | 42 | Scotiabank Perú |
| 10 | Banco Ripley | 21 | CMAC Tacna | 32 | EDPYME Raíz | 43 | Sura EAH |
| 11 | BBVA | 22 | CMCP Lima | 33 | EDPYME Solidaridad | | |

*Fuente: SBS – Ey building a better working world*
*Guía de negocios e inversión en el Perú 2015-2016*

*Gráfico 197 Proyección del sector retail en Arequipa*




*Fuente: INEI – Ey building a better working world*
*Guía de negocios e inversión en el Perú 2015-2016*



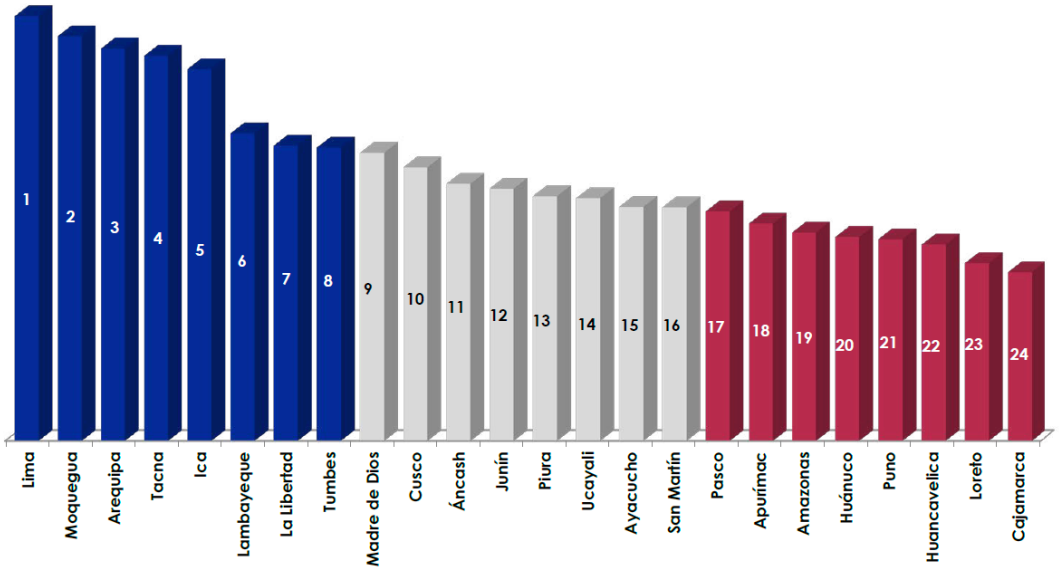
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

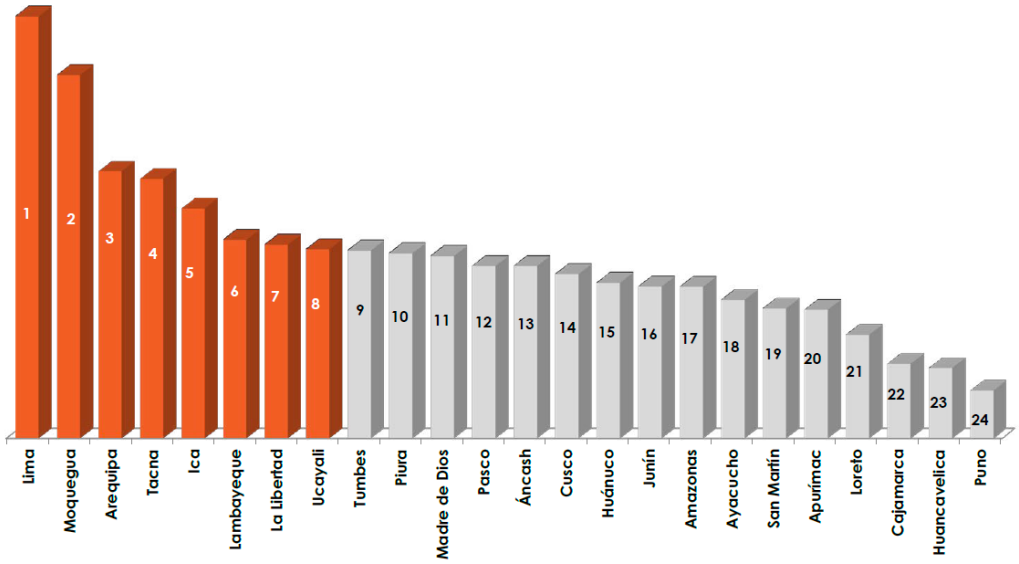
Debido a todos factores es que en el índice de competitividad regional Arequipa se posiciona como la tercera región a nivel nacional por tercera vez consecutiva, de igual manera se posiciona se posición como tercera en el pilar de entorno económico, destacando como la primera con mayor disponibilidad de servicios financieros y la segunda de acceso al crédito y PBI real, además de resaltar que se ubica como cuarta en nivel de ingresos por trabajo cuarta en empleo adecuada y tercera en educación de la fuerza laboral.

*Gráfico 198 Índice de competitividad a nivel nacional*




*Fuente: Instituto Peruano de Estudios*
*Indice de competitividad regional 2017*

*Gráfico 199 Entorno económico a nivel nacional*




*Fuente: Instituto Peruano de Estudios*
*Indice de competitividad regional 2017*

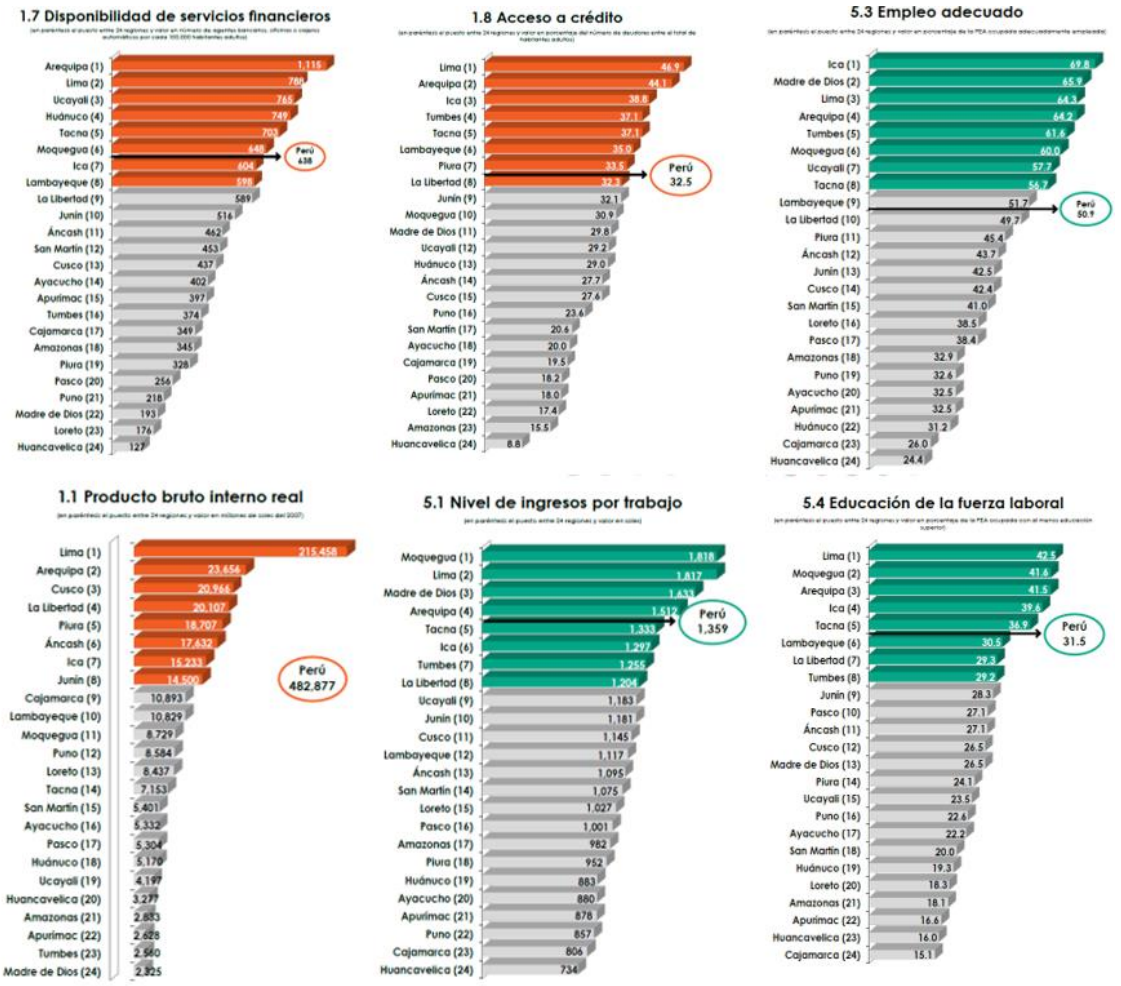


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

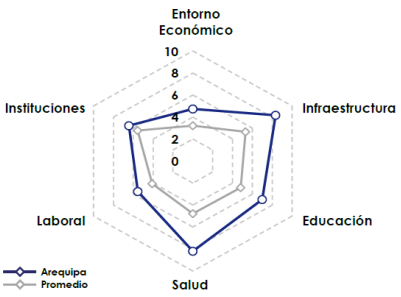
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 200 Elementos de competitividad a nivel nacional*




*Fuente: Instituto Peruano de Estudios*
*Indice de competitividad regional 2017*

*Gráfico 201 Ficha económica de Arequipa*




# AREQUIPA

Arequipa se ubica en la tercera posición y mantiene su puesto. La región muestra mejoras importantes en los pilares Instituciones y Educación. En el primero, avanzó seis posiciones por el aumento de la resolución de expedientes judiciales y la mayor ejecución de inversión pública. En el segundo, subió una posición por la mayor asistencia escolar primera y secundaria.

| Índice de Competitividad Regional | 2017 | | 2016 | | 2015 | | 2014 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Puesto (de 24) | Puntaje (de 0 a 10) | Puesto (de 24) | Puntaje (de 0 a 10) | Puesto (de 24) | Puntaje (de 0 a 10) | Puesto (de 24) | Puntaje (de 0 a 10) |
| **Índice Total** | **3** | **6.7** | **3** | **6.7** | **3** | **6.5** | **3** | **6.4** |
| Entorno Económico | 3 | 4.7 | 3 | 5.0 | 3 | 4.7 | 3 | 4.9 |
| Infraestructura | 2 | 8.3 | 2 | 8.5 | 2 | 8.3 | 2 | 8.1 |
| Salud | 3 | 7.0 | 4 | 7.4 | 4 | 7.4 | 2 | 7.3 |
| Educación | 2 | 8.2 | 4 | 7.9 | 5 | 7.5 | 5 | 7.3 |
| Laboral | 5 | 5.5 | 5 | 5.9 | 6 | 5.2 | 4 | 5.9 |
| Instituciones | 7 | 6.4 | 13 | 5.4 | 14 | 5.7 | 17 | 4.9 |

*Fuente: Instituto Peruano de Estudios*
*Indice de competitividad regional 2017*



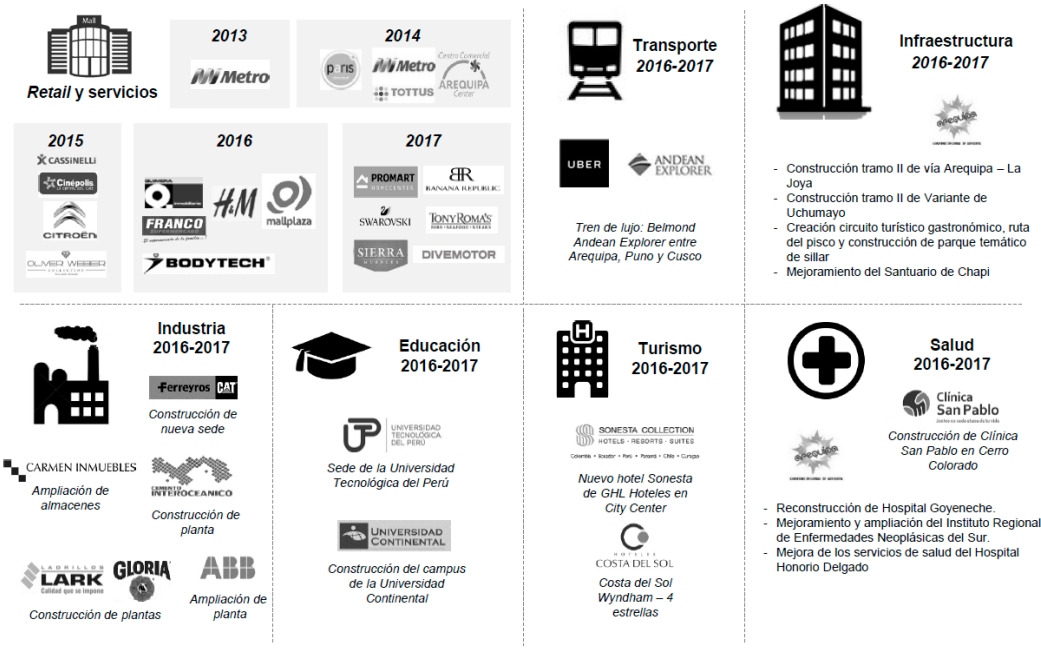
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Todos los datos mostrados anteriormente indican un entorno de inversión favorable del cual emerge un nuevo perfil de consumidor el cual al poseer un mayor ingreso promedio en base a su nivel de educación demanda mejores niveles de especialización, canales de pago, seguridad y condiciones a nivel de infraestructura los cuales repercuten en sus preferencias y hábitos con respecto a la actividad de consumo, este motivo es por el cual el canal moderno denominado retail continua creciendo en la ciudad de Arequipa, teniéndolo como uno de los principales sectores de inversión desde el año 2013.

*Gráfico 202 Proyectos de inversion futuros en Arequipa 2013 - 2017*




*Fuente: Aurum Consultoría y mercado*
*Informe Perspectivas económicas Arequipa 2017*

## 4.4 FORMATOS COMERCIALES

Como se evidencio en el estudio previo a partir del entorno favorable de inversión se ha producido la inserción de un nuevo formato comercial en la ciudad siendo este el formato retail el cual abarca desde supermercados, pasando por tiendas de marca, grandes superficies, centros comerciales, hasta sucursales bancarias y en algunos casos restaurantes (ej. comida rápida), estando muy relacionado con las cadenas de tiendas, franquicias, centrales de compras compra a través de crédito (tarjetas de crédito y otras) y el comercio online.

Es así que este formato debido a su diversidad de productos, actividades y niveles de especialización, entra en competencia directa con la mayoría de formatos comerciales preexistentes, siendo la competencia más directa la establecida con las mercados



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

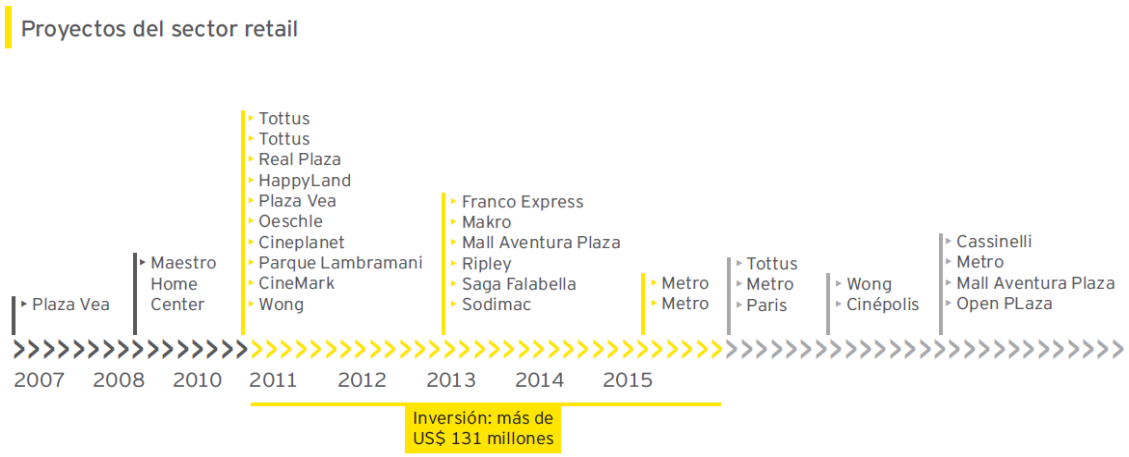
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

tradicionales (Mercados de Abastos) y Centros comerciales tradicionales (Ej. Siglo XX, el Avelino) debido que estos ofrecen un volumen comercial, actividades comerciales y tipo de productos variados y amplio, al igual que el sector retail que en ocasiones engloba de forma conjunta la oferta de ambos, en el caso de comercios menores (ej. Restaurantes, tiendas), si bien también representa una competencia tacita, esta no podría considerarse directa, por el contrario podría considerar complementaria, debido a que ejerce influencia sobre estas, motivando giros comerciales o cambios en las condiciones habitabilidad o de especialización, así como impulsar la aparición de nuevos comercios, compatibles con las características de estos y de la zona.

Este formato es introducido en Arequipa desde mucho antes con la aparición de la empresa local Estilos y la incursión de algunas franquicias como Topi Top, pero no es cobra mayor relevancia (al no introducir nuevos conceptos comerciales) hasta 2002 con la incursión de Saga Falabella en la ciudad, posteriormente cobra mas participación (y masificación) a desde el año 2007 con la incursión de Plaza Vea, Tottus, Parque Lambramani, Real Plaza, etc.

*Gráfico 203 Ptoyeccion del sector retail en Arequipa*




*Fuente: INEI – Ey building a better working world*
*Guía de negocios e inversión en el Perú 2015-2016*

Es así que conforme a su inserción en la oferta comercial de Arequipa el sector retail se ha consolidado, no solo por el número de comercios de este tipo, también lo ha hecho nivel económico al ser la demanda interna y el consumo interno en este sector la principal impulsadora en el crecimiento del PBI a pesar de la desaceleración producto de la crisis económica mundial de 2009, tal como indica el reporte de Equilibrium Clasificadora de Riesgo.

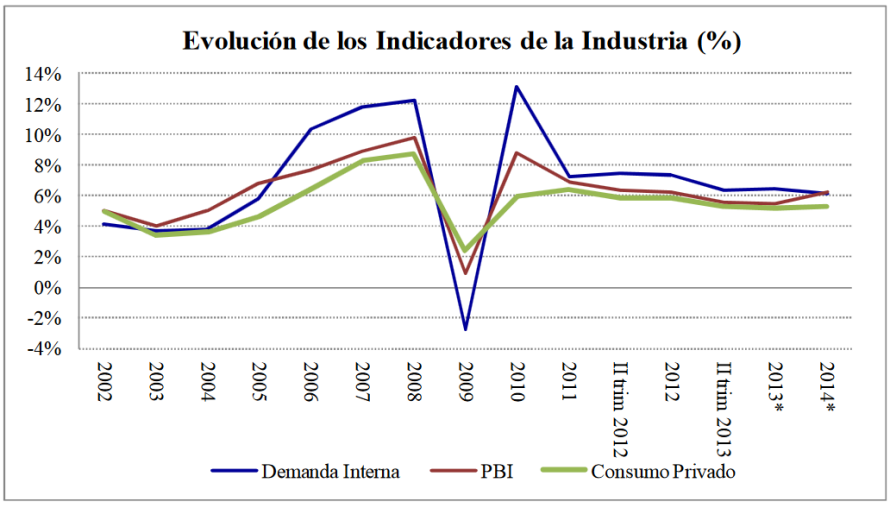


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

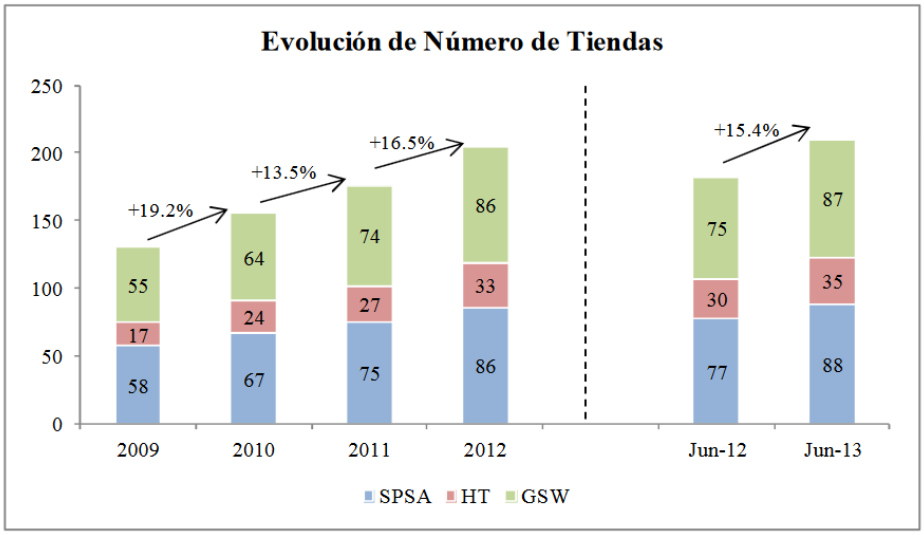
*Gráfico 204 Indicadores industriales de Arequipa*




*Fuente: Equilibrium Clasificadora de riesgo*
*Informe Análisis del sector retail 2013*

Esto ha hecho se ponga especial interés en el mercado de provincias, debido a la continua mejoría de su PBI y el crecimiento sostenido de la clase media y alta, la cual marca también el crecimiento del porcentaje de un usuario más exigente en las condiciones de compra, tipo de productos y niveles de habitabilidad en la infraestructura comercial, favoreciendo el desarrollo del comercio moderno, siendo esto percibido por los principales grupo comerciales de este sector como Supermercados Peruanos (SPSA), Cencosud (Ex grupo Wong -GSW-) y Grupo Falabella (HT), impulsando los planes de expansión y participación en los mercados de provincia.

*Gráfico 205 Evolución tiendas retail en provincia*




*Fuente: Equilibrium Clasificadora de riesgo*
*Informe Análisis del sector retail 2013*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

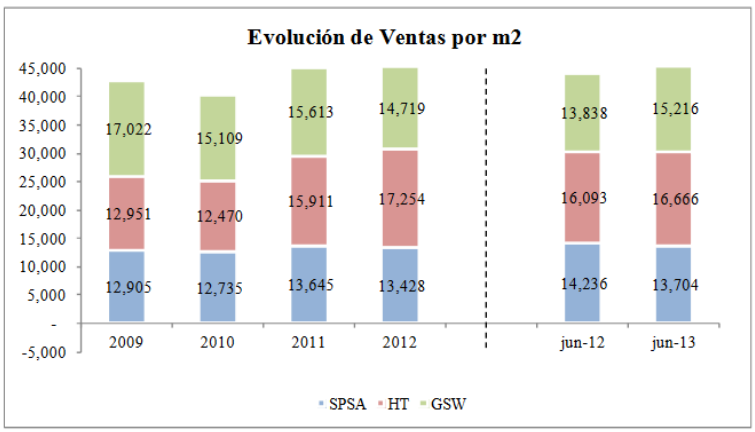
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Algunos de los motivos de esta inserción exitosa se encuentran en el nivel de organización que presenta este tipo de comercio, la cual por lo general cuentan con una entidad financiera asociada encargada de la emisión de las tarjetas de crédito a utilizarse en todos sus locales, lo que les permite impulsar sus niveles de consumo y fidelización de sus clientes, actualmente se busca incrementar sus niveles de uso mediante la flexibilidad de estas con el lanzamiento de tarjetas de marca abierta que puedan ser utilizadas en otros locales no necesariamente vinculados al grupo económico.

De igual forma se pone especial atención en las características físicas de la infraestructura a nivel de abastecimiento y exposición de productos, siendo prioritaria en esta la flexibilidad de los espacios, que permite el cambio en la distribución y volumen del surtido, de igual forma se busca satisfacer necesidades de los usuarios, poniendo especial énfasis en ofrecer espacios de parqueo par el fácil acceso y satisfacer los diferentes espectros de consumo (abastecimiento de hogares, ferretería, vestido, restaurantes, etc.) de forma complementaria entre ellas en un entorno (infraestructura) que brinden mayor calidad en los niveles de habitabilidad y seguridad (se contemplan sistemas y planes de vigilancia) en la compra y estimulando la recreación y esparcimiento mejorando la experiencia del usuario y propiciando una mayor estancia y recurrencia en ellas, siendo tomado esto como un potenciador de consumo.

Estas características han permitido la evolución positiva de forma progresiva en sus niveles de venta y sus márgenes brutos. Podemos tomar como ejemplo los casos de Real Plaza que tiene un promedio de afluencia de anual de 9.5 mm (mm: millones) de personas y de S/. 189mm en ventas y Mall Aventura Plaza Porongoche con una afluencia de 12.33mm e ingresos de $ 169mm.

*Gráfico 206 Ventas por m2 sector retail*




*Fuente: Equilibrium Clasificadora de riesgo*
*Informe Análisis del sector retail 2013*

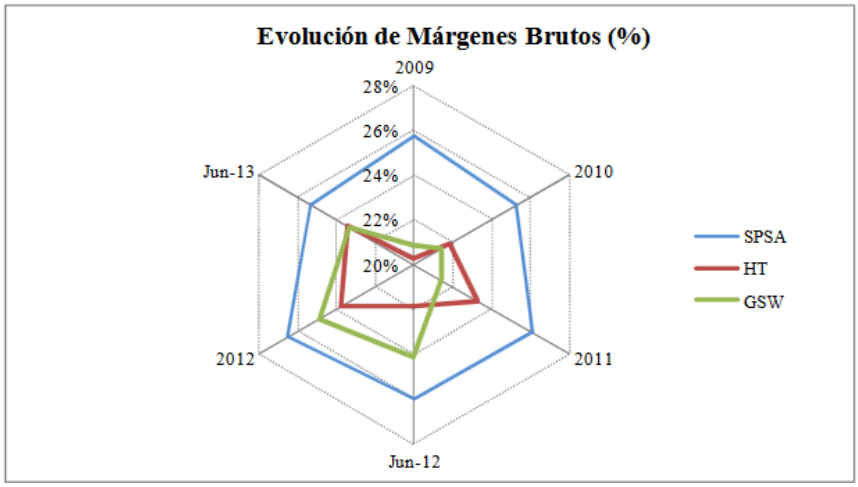


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 207 Márgenes de ventas sector retail*

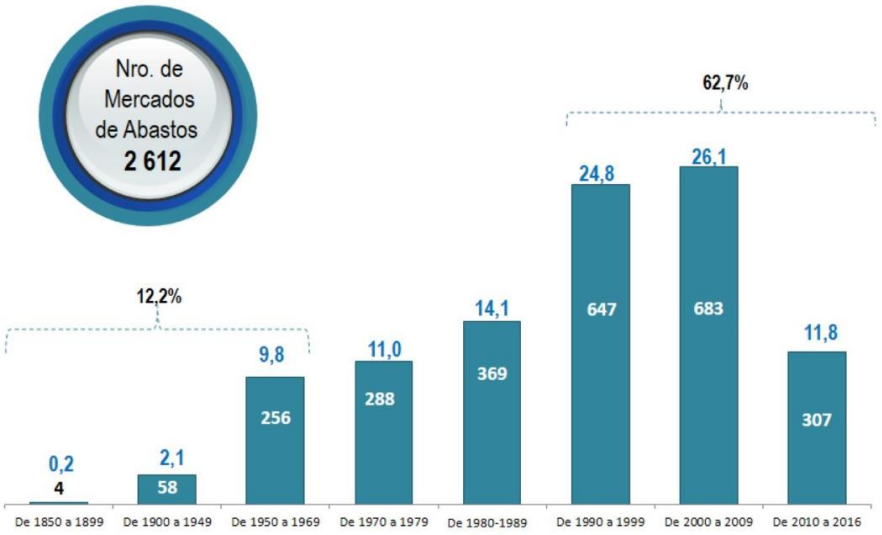



*Fuente: Equilibrium Clasificadora de riesgo*
*Informe Análisis del sector retail 2013*

Es así como este formato comercial al ser acompañado de nuevos formatos de compra (uso de tarjetas de crédito, tarjetas de tienda, canjeo de puntos uso de cupones etc.) ha introducido nuevos patrones conductuales en el consumidor, modificando su perfil y/o creando nuevos perfiles, ganando terreno sobre sus competidores directos (a nivel de formato comercial).

En el formato de tradicional de Mercado de Abastos, según el Censo Nacional de Mercado de Abastos en 2016 indican que este formato a novel nacional ha tenido un incremento con respecto a las últimas estadísticas de los años 1996 y 2008, marcando un crecimiento de 138.1% y 61.7% , con una distribución de 118 mercados en Arequipa (Grafico n°210), sin embargo muestran una caída en sus operaciones en los últimos años (Grafico n° 208) relacionado con el incremento de operaciones del formato del sector retail (Grafico n° 209).

*Gráfico 208 Operaciones de los mercados de abastos*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

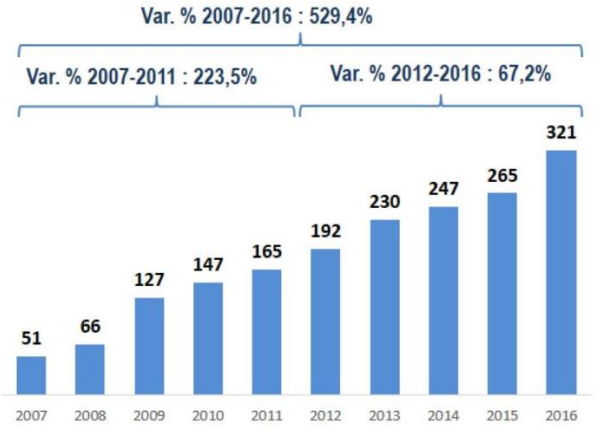


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

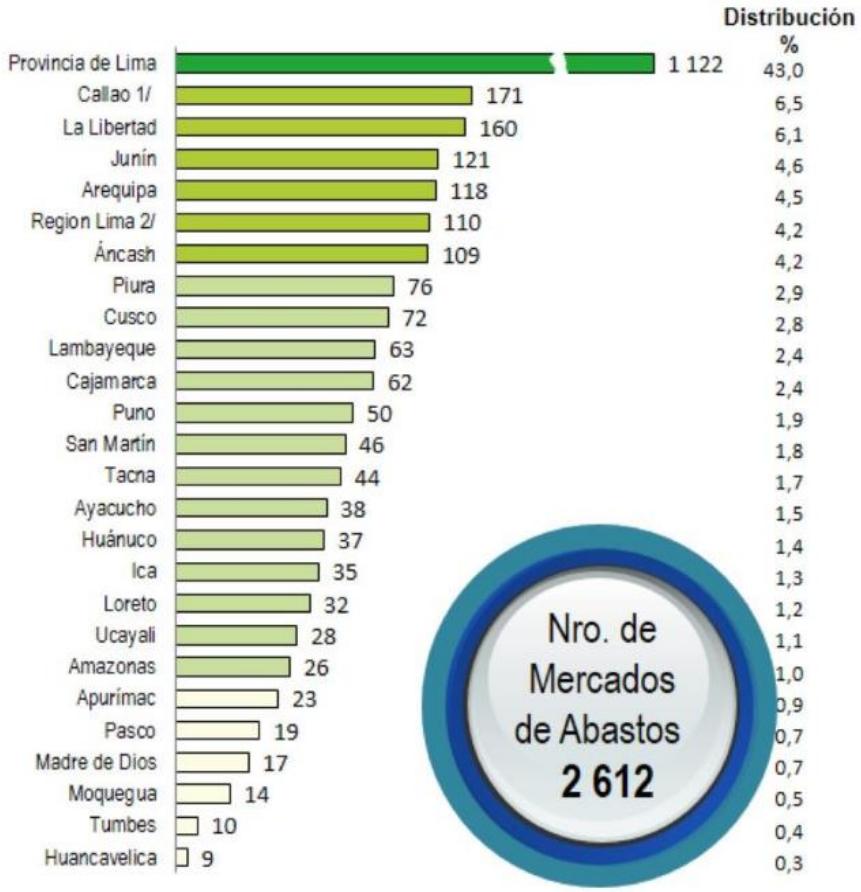
*Gráfico 209 Operaciones de supermercados del sector retail*




| Razón Social | Nro de establecimientos |
|---|---|
| **TOTAL** | **321** |
| SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. (Plaza Vea, Vivanda y Mass) | 128 |
| CENCOSUD RETAIL PERU SA (Hipermercados Metro S.A. y Wong) | 113 |
| HIPERMERCADOS TOTTUS S.A. | 48 |
| MAKRO SUPERMAYORISTA S.A. | 13 |
| SUPERMERCADOS LA INMACULADA S.A.C. | 9 |
| FRANCO SUPERMERCADO E.I.R.L. | 4 |
| HIPERMERCADOS TOTTUS ORIENTE S.A.C. | 2 |
| SUPERMERCADO CANDY S.A.C. | 2 |
| CANDY MARKET CAMPOY S.R.L. | 1 |
| SUPERMERCADOS CASTOPE S.R.L. | 1 |

*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

*Gráfico 210 Distribución de mercados de abastos a nivel nacional*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

Esta caída en las operaciones producto de la competencia con nuevos formatos comerciales tiene su correspondencia en el aporte al PBI en los últimos años, siendo en Arequipa de 5.5%

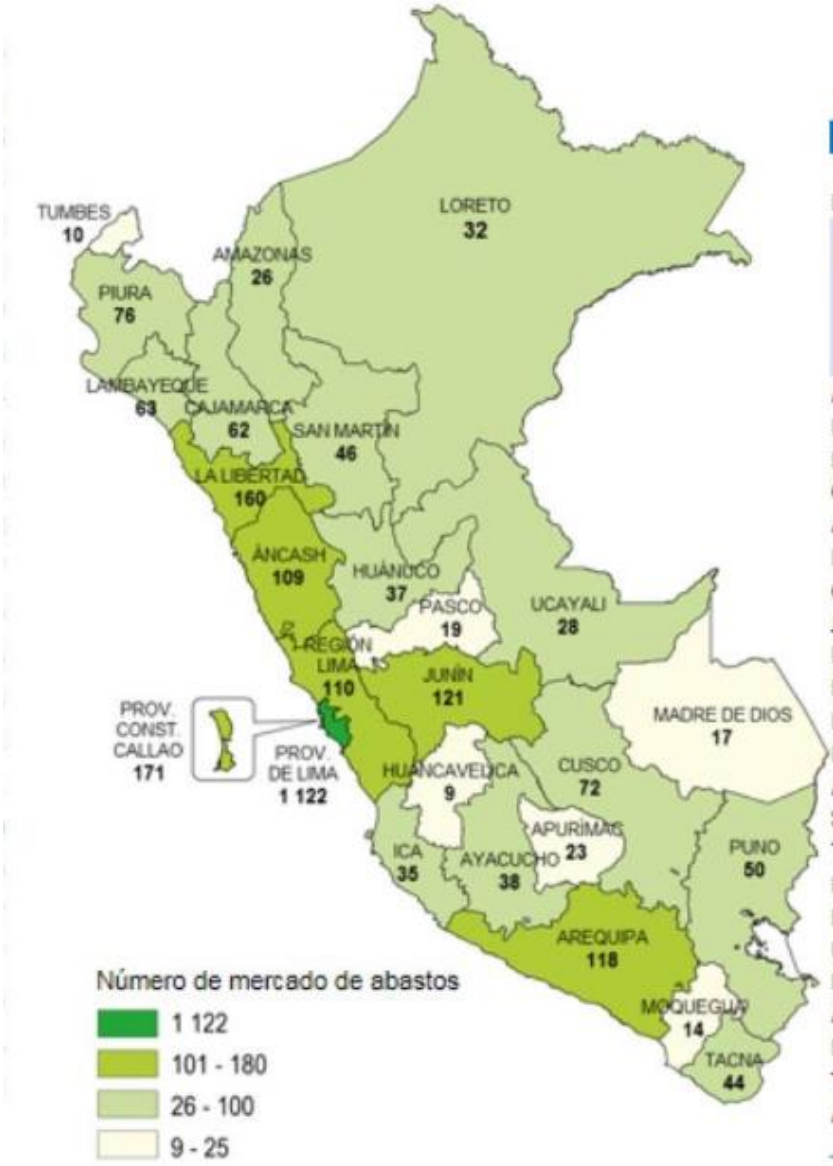


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 211 Aporte de los mercados de abastos al PBI*




**Aporte al PBI 2011-2016 (%)**

| Departamentos | |
|---|---|
| Lima | 48,9 |
| Provincia de Lima | 40,5 |
| Callao | 4,8 |
| Lima Provincias | 3,6 |
| Arequipa | 5,5 |
| La Libertad | 5,0 |
| Piura | 4,6 |
| Cusco | 4,4 |
| Ancash | 3,8 |
| Ica | 3,6 |
| Cajamarca | 3,0 |
| Junín | 2,7 |
| Lambayeque | 2,5 |
| Puno | 2,2 |
| Loreto | 2,0 |
| Moquegua | 1,6 |
| Ayacucho | 1,2 |
| San Martín | 1,2 |
| Tacna | 1,2 |
| Huánuco | 1,1 |
| Pasco | 1,1 |
| Ucayali | 1,0 |
| Huancavelica | 0,8 |
| Amazonas | 0,7 |
| Madre de Dios | 0,6 |
| Tumbes | 0,6 |
| Apurímac | 0,6 |

*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

Los rubros tradicionales en este formato aun representan el mayor porcentaje en estos comercios, sin embargo, la competencia con los nuevos formatos comerciales a originado la aparición de nuevos rubros considerados como no tradicionales (no se especifica en la estadística) presentando un porcentaje alto, lo cual encuentra su correspondencia con las nuevas preferencias de los usuarios habituales de este formato que han presentado un aparición con porcentajes similares que buscan mayores niveles de especialización.

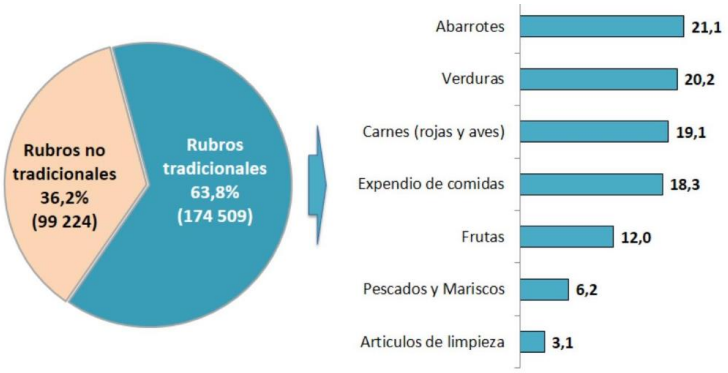


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

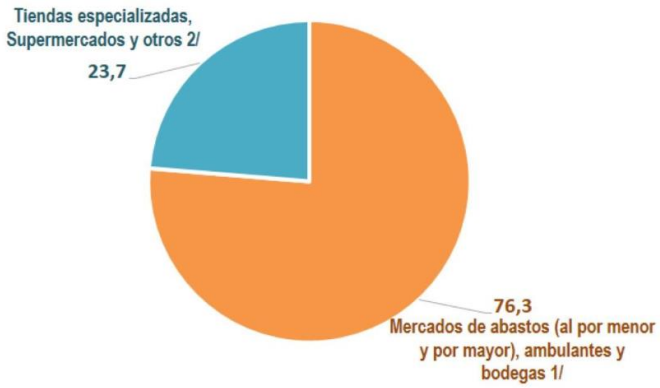
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 212 Rubros en los mercados de abastos*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

*Gráfico 213 Preferencias de los usuarios habituales*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

Sin embargo, esta inserción y probable éxito de las mismas encuentran limitaciones, en las características físicas y organizativas de estos comercios, siendo estas mayores en los casos de mercados preexistentes, los cual representa una gran desventaja frente al sector retail el cual presenta mejor implementación y mejores niveles de habitabilidad por tratarse de infraestructuras modernas.

Si bien a nivel de servicios básicos y servicios higiénicos diferenciados y recojo de basura diario presentan un margen amplio de mercados que cuentan con ellos, con porcentajes mayores al 90% y 70% respectivamente (Gráficos n° 214, 215 y 216), en otros aspectos se presentan deficientes, contenedores de residuos sólidos (Grafico n° 216) como en infraestructura adecuada (Grafico n° 217), , sistemas de tanque o cisterna (Grafico n° 218), sistema de seguridad y el adecuado almacenamiento de carnes con cámaras frigoríficas (Grafico n° 59), aspectos que inciden en el consumidor teniendo en cuenta que como se mencionó anteriormente se trata de un nuevo consumidor más exigente y mejor informado debido al crecimiento de las clases media y alta.

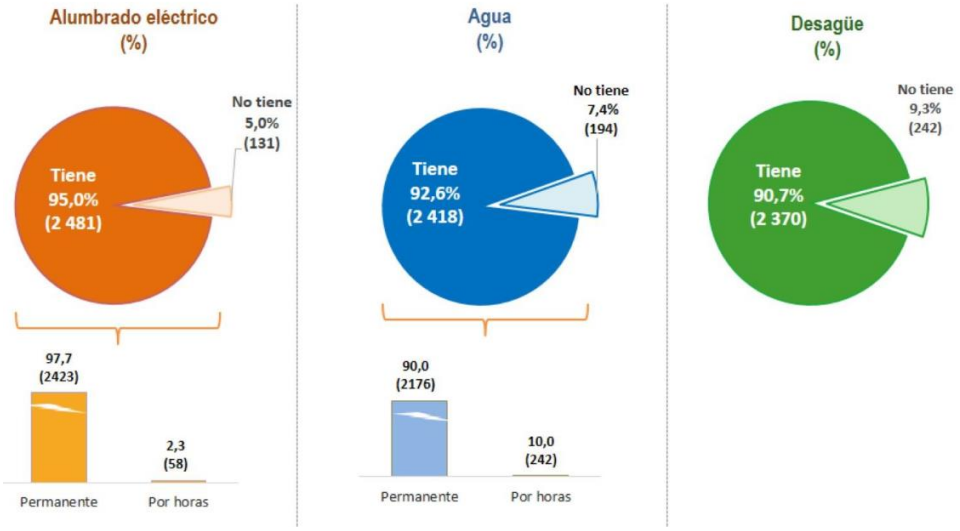


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

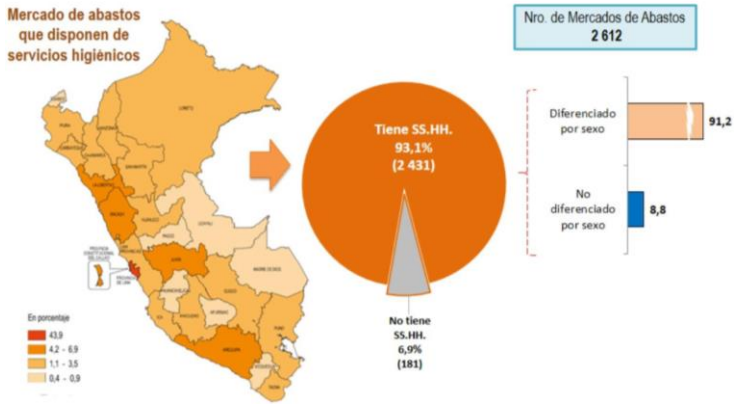
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 214 Servicios básicos en mercados de abastos*



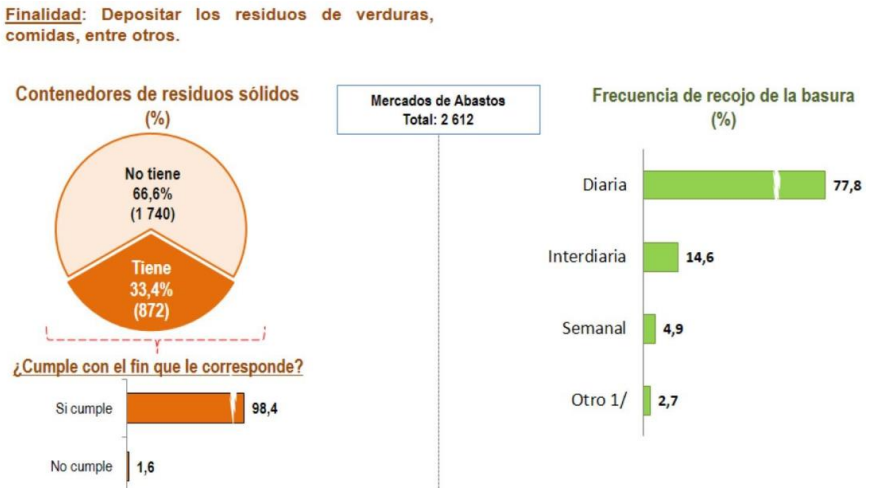

*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

*Gráfico 215 Servicios higiénicos diferenciados en mercados de abastos*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

*Gráfico 216 Sistema de residuos sólidos en mercados de abastos*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

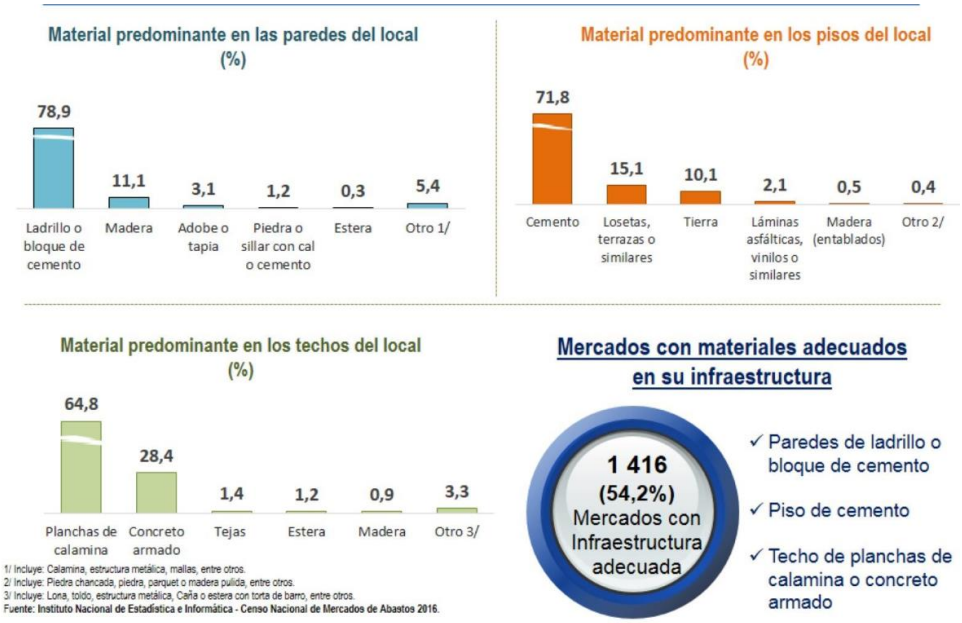


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 217 Infraestructura en mercados de abastos*



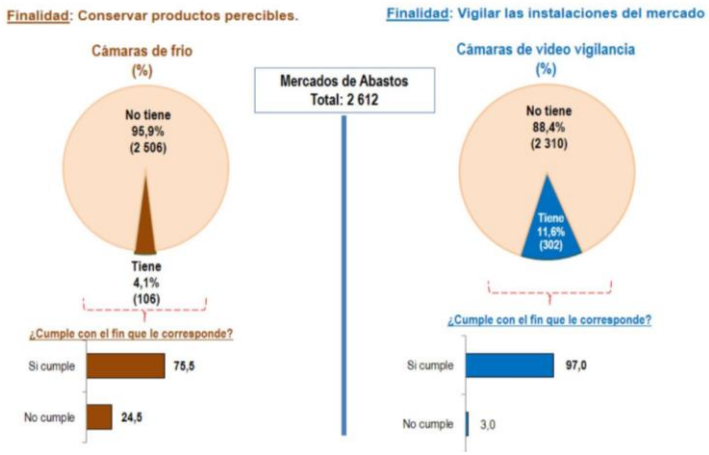

*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

*Gráfico 218 Sistema de tanque o cisterna en mercados de abastos*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*

*Gráfico 219 Sistemas de seguridad cámara frigorífica en mercados de abastos*




*Fuente: INEI*
*Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

El Mercado San Camilo comparte estos patrones (lo cual se verá más adelante), lo cual en un entorno económico en el cual se ha mostrado un crecimiento sostenido de las clases media y alta traduciéndose en un consumidor más exigente en los diversos aspectos al momento de la actividad de compra, le representa una desventaja competitiva frente al modelo comercial de supermercados del sector retail.

Según los reportes del Mercado San Camilo recogidos en un artículo periodístico del Diario en Pueblo en 2016, el número de visitas promedio en el mercado San Camilo hasta el año 2006 era de 20,000 personas (número bajo considerando las visitas promedio del sector retail), a partir del año 2007 (año en el que se dio el boom del sector retail en Arequipa) este ha experimentado un descenso sostenido llegando en 2016 a ser del 50% teniendo un promedio de visitas de 10,000 personas, marcando así su descenso. Lo cual ha tenido una repercusión lógica en volúmenes de venta e ingresos de los comerciantes, siendo así que los ingresos promedio de ventas en los puestos del mercado en 2006 era de S/.1000 a S/.500, mostrando un descenso sostenido a partir de 2007 llegando en 2016 a ser de S/.500 a S/.100 y en algunos casos siendo menores a S/.100.

Lo cual también se ha traducido en la desaparición de 110 puestos de venta de los 960 activos que poseía en su patio central, siendo los rubros más afectados los de carne ovinos con la desaparición de 60 puestos de los 80 que poseía y de pescados y mariscos con la desaparición de 10 de los 40 puestos que existían.

Como mencionamos anteriormente este formato comercial posee desventajas competitivas de infraestructura frente a otros comerciales, a esto se debe sumar otro, el nivel organizativo que posee; al tener tanto propietarios como inquilino, siendo propietarios el 30 % de los puestos, en una infraestructura comercial es algo común contar con el grupo de propietarios e inquilinos, siendo lo normal que el grupo de propietarios de la infraestructura se trata de grupos comerciales que se hacen cargo de su administración, realizando alianzas estratégicas, estadísticas y estudios constantes para definir estrategias comerciales para potenciar el número de visitas a sus instalaciones para así lograr una mayor valor de atracción a los arrendatarios ya establecidos y futuros debido a que este flujo de visitas se traduce en un volumen potencial de compras, sin embargo este caso no es el mismo al tratarse de un equipamiento público bajo el manejo del gobierno local, con un 26% de propietarios los cuales son los propios comerciantes que si bien se encuentran organizados por medio de una junta de propietarios estos poseen la misma jerarquía entre ellos, pero por su porcentaje bajo no pueden realizar acciones o toma de decisiones sin tener que realizar coordinaciones tanto



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

con el gobierno local como con el resto de comerciantes, de igual manera estos al no tratarse de grupos económicos importantes o inversionistas, ven limitadas sus acciones (poniéndonos en un escenario en el cual tuviera potestad del manejo del mercado) para realizar cambios o renovaciones debido sus limitaciones económicas, lo cual también dificultad la realización de alianzas estratégicas, derivando en un nivel organizativo y de manejo caótico de este formato comercial.

Es así como podríamos considerar que este porcentaje de propietarios de acuerdo con sus características y al manejo del Mercado San Camilo resulta intrusivo para el manejo adecuado de acuerdo con los estándares organizativos de competitividad modernos.

Estas características a su vez evita que se realice una planeación estratégica para la fidelización y atracción de nuevos clientes, lo cual hace que sean afectados directamente (y de forma importante) por factores externos, así como sucedió en 2015 con el cambio de sentido vial de la calle Alto de la Luna y la prohibición de estacionar en la calle San Camilo, producto de los cuales el mercado San Camilo bajo un 70 % las ventas y cantidad de vistas en ese año según reporte de Radio programas del Perú en Octubre del 2015.

De igual forma estas deficiencias en el nivel organizativo, genera falencias en aspectos internos clave para los clientes, como el de la percepción de seguridad al interior de la infraestructura, (debemos resalta que el Mercado San Camilo cuenta con un circuito cerrado de cámaras y 14 efectivos de seguridad),

Al tratarse de percepción, resulta en un factor clave en las preferencias de los compradores, los cuales no solo considera la existencia de un sistema de seguridad o la eficiencia de este, también consideran el entorno en el cual el realizan la actividad comercial, por medio del cual pueden sentirse en condiciones de inseguridad o de riesgo de acciones delictivas o de poner en riesgo su salud por la calidad y el estado de conservación de los productos.

Es así que estos factores han tenido su efecto negativo en el Mercado San Camilo el cual adicionalmente al descenso sostenido en los volúmenes de visitas y de ingresos de 2006 a 2016, en 2017 ha experimentado una reducción estimada del 40% de sus volumen de vistas y ventas, siendo esto (según entrevista del Diario el Búho a Carmen Villafuerte Sánchez, presidente de la Junta de Propietarios del Mercado San Camilo en abril de 2017 producto de estos factores de percepción en el comprador, marcando el retroceso de este formato comercial (con amenaza de un desplazamiento futuro) por el avance del formato del sector retail, debido, las características competitivas que presentan ambas .



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

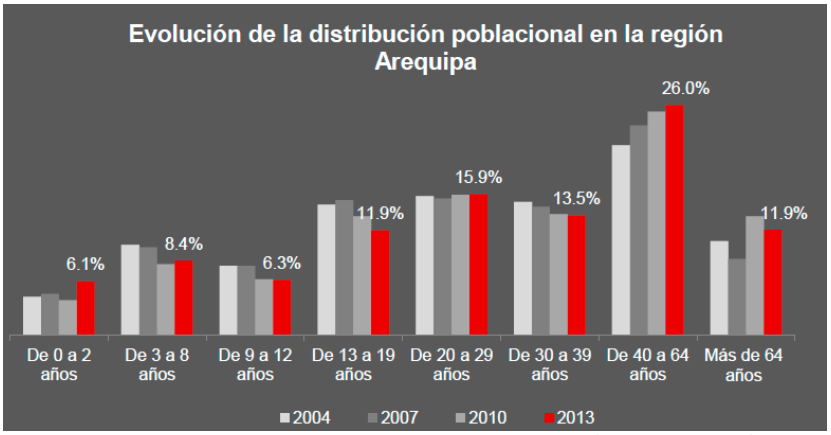
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 4.5 PERFIL DE CONSUMIDOR

### EDADES

Como se vio anteriormente la población de la región Arequipa muestra una tendencia a la baja en los grupos de niños y jóvenes (entre los 3 y 10 años) y un incremento en el grupo adulto (mayoritariamente entre los 40 a más) los cuales presentan mayores niveles de exigencia en calidad debido al crecimiento de poder adquisitivo y nivel de educación incrementando los productos y servicios para este segmento de la población.

*Gráfico 220 Población por edades Arequipa*

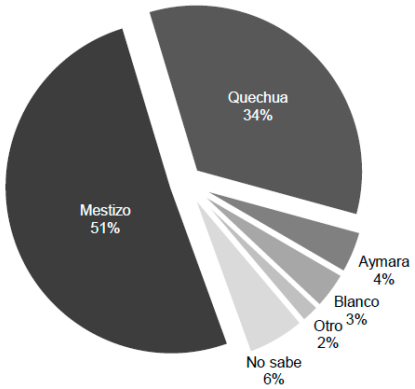



*Fuente: INEI – Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

### DIVERSIDAD CULTURAL

En cuanto a grupos étnicos el mayor porcentaje se identifica como mestizo y el menor como blanco lo cual también debe ser tomado a consideración ya que estos presentan una serie de características en tanto a hábitos y costumbres, que influyen (si bien no son determinantes) en la aceptación de modelos comerciales y su adaptación a estos y en la hibridación o creación de nuevos modelos (productos, servicios y entorno) para la actividad comercial.

*Gráfico 221 Grupos étnicos Región Arequipa*




*Fuente: INEI*
*Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

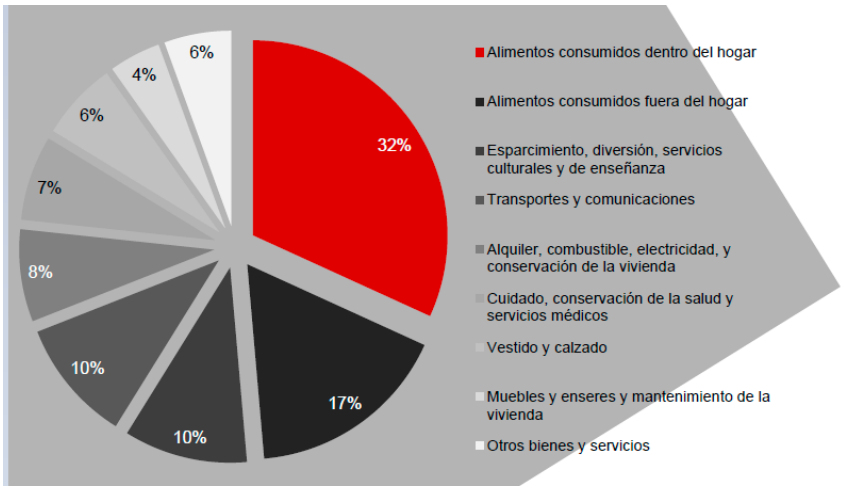
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## PRIORIDADES DE CONSUMO

A nivel general el consumo de alimentos dentro del hogar se ubica como la prioridad mayor con un 32%, seguido por el consumo en alimentos fuera del hogar y de actividades de esparcimiento, y en un nivel medio vestidos y calzados (actividades del comercio especializado) con un 17% , 10% Y 8% respectivamente, sumando un 35%

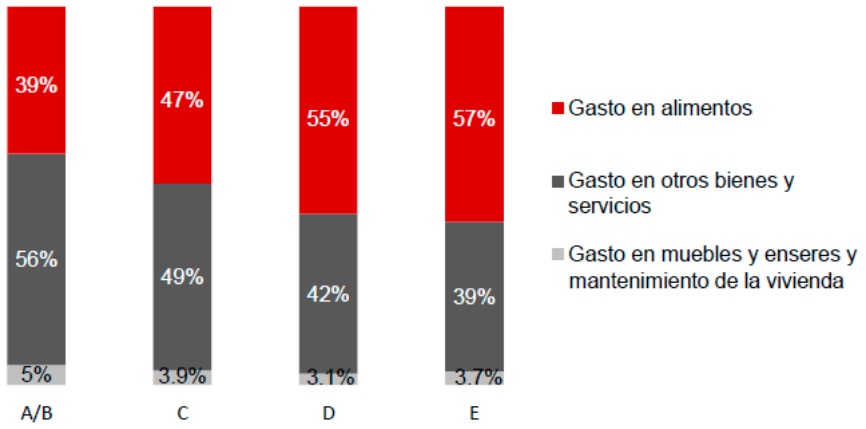
*Gráfico 222 Prioridades de consumo en Arequipa*




*Fuente: INEI-Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

Esto se valida al realizar la evaluación general de consumo por nivel socioeconómico

*Gráfico 223 Tipo de consumo general en Arequipa*




*Fuente: INEI-Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

A un nivel más detallado podemos ver que la clase alta y media alta (las clases con tendencia al crecimiento) después del consumo de alimentos dentro del hogar, priorizan el consumo en actividades de esparcimientos y alimentos fuera del hogar, en tanto las Clases D y E aunque en un menor porcentaje también las priorizan en un nivel muy alto.

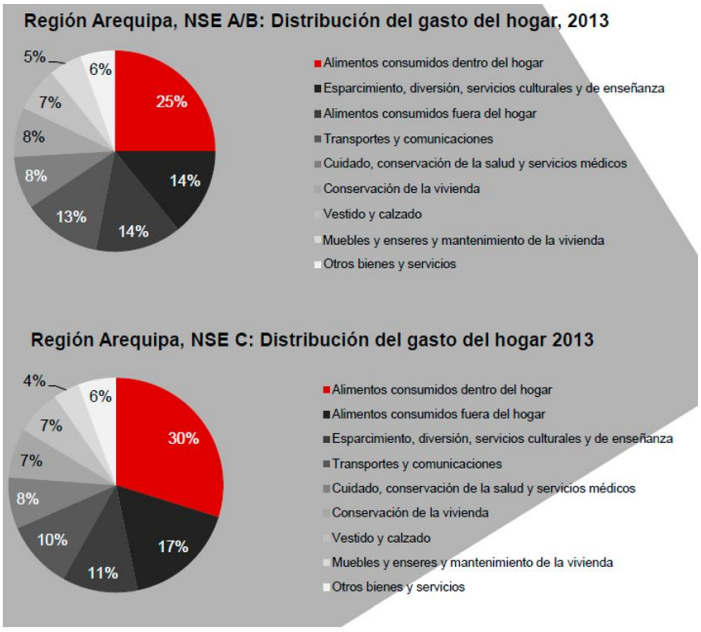


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 224 Prioridades de gasto por NSE Arequipa*




*Fuente: INEI-Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

## FACTORES DE ELECCIÓN

Una vez identificadas las prioridades de consumo pasamos a definir los factores de elección de consumo, estos se refieren a los factores que determinan la elección de donde realizar el consumo.

Como podemos observar según el estudio realizado por Aurum consultoría y mercado en 2014 el factor calidad utilidad o seguridad del bien o servicio se posiciona como la prioritaria seguido del factor precio en casi todas las categorías, a excepción de la categoría en la cual el precio es el factor prioritario, sin embargo este se ubica con un margen muy corto de un 1%, con lo cual hablamos de un empate técnico.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 19 Factores de elección*

**Ciudad de Arequipa:**
**Importancia al momento de decidir la compra, por aspecto considerado, según categoría de producto**
**(% de residentes que consideran que el aspecto es uno de los "más importantes")**

| Aspecto / Categoria | Precio | Marca, prestigio o tradición del bien o servicio | Calidad, utilidad o seguridad del bien o servicio | Promociones y publicidad | Canales de distribución, lugares de compra o formas de compra | No consume |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Comidas en restaurantes | 65.4% | 17.8% | 73.9% | 17.8% | 24.3% | 3.3% |
| Alimentos para el hogar | 61.3% | 30.0% | 82.8% | 32.0% | 23.5% | 0.0% |
| Atención de la salud | 44.3% | 11.3% | 75.6% | 2.0% | 4.8% | 0.8% |
| Educación de los hijos | 33.9% | 24.0% | 88.6% | 1.5% | 8.5% | 32.3% |
| Educación de usted | 33.3% | 18.1% | 87.5% | 1.4% | 2.8% | 64.0% |
| Ropa | 67.8% | 22.4% | 66.8% | 36.2% | 14.8% | 0.5% |
| Cines, bares y discotecas | 33.9% | 10.5% | 35.8% | 31.1% | 10.9% | 35.8% |
| Bebidas alcohólicas | 58.7% | 38.1% | 61.9% | 17.5% | 9.0% | 52.8% |
| Bebidas gaseosas | 49.4% | 37.5% | 59.2% | 28.7% | 9.3% | 3.3% |

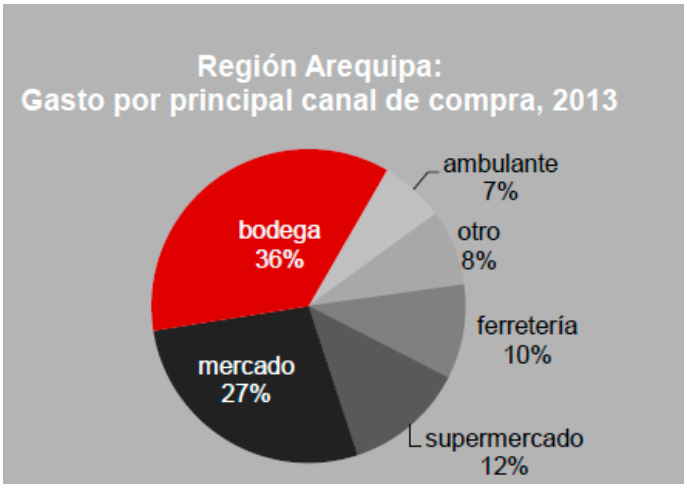
*Fuente: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

Los datos presentados en la tabla anterior evidencian que, si bien el factor precio es importante, al tener un perfil de consumidor con un poder adquisitivo en alza y con mayor grado de instrucción, este se convierte en un consumidor más informado y exigente el cual prioriza la calidad, utilidad y/o seguridad al momento de realizar el consumo, dejando en un segundo plano el precio e incluso muy por debajo al factor de promociones y publicidad.

## CANALES DE COMPRA

**Mantenimiento del Hogar:** Esta categoría incluye artículos de lavandería, aseo del hogar limpieza entre otros, el principal canal de compra es el de las bodegas, seguidas por los mercados y los supermercados emergen como un canal de compra importante.

*Gráfico 225 Arequipa canal de compra artículos del hogar*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*



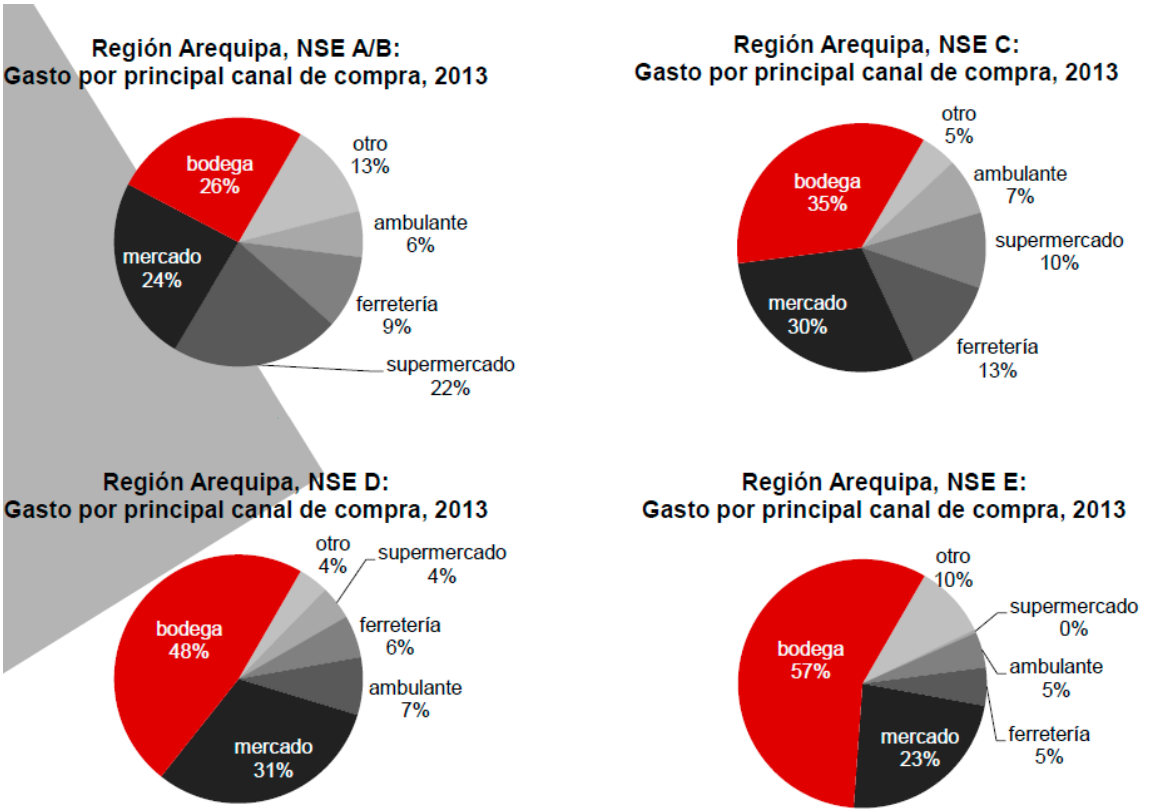
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

A excepción de los NSE (nivel socio económicos) D y E los supermercados (retail) representan un canal de compra importante que ha venido en un alza sostenida durante los últimos años, esto debido al nivel de especialización y de variedad del supermercado (se pueden realizar varias actividades comerciales en un mismo lugar sin necesidad de desplazamientos largos) que poseen y las condiciones de confort y seguridad que ofrecen los locales comerciales, según el informe de Aurum consultoría y mercado en 2014 se espera que los próximos años el porcentaje de compras en bodega sea absorbido casi en su totalidad por los retail modernos y vaya desplazando a los mercados tradicionales, los cual si bien aún presentan un porcentaje alto este ha venido en un descenso progresivo, debido a las condiciones físicas, de confort y de seguridad que ofrecen frente a los retail.

*Gráfico 226 Canal de compra por NSE artículos del hogar*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

**Alimentos y Bebidas Dentro del Hogar:** En esta categoría el principal son los mercados y las bodegas con un margen muy amplio, seguidos por los supermercados como tercer canal de compra, pero con un porcentaje bajo.

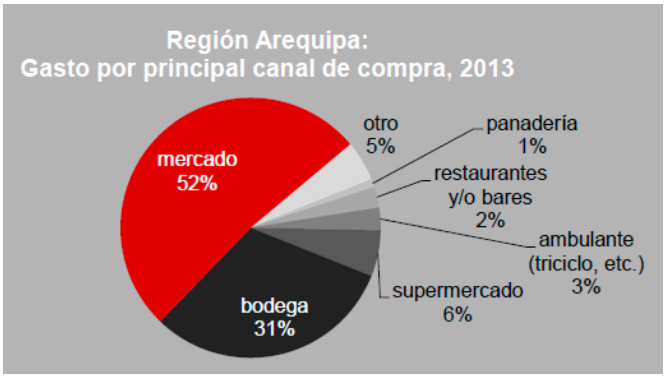


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

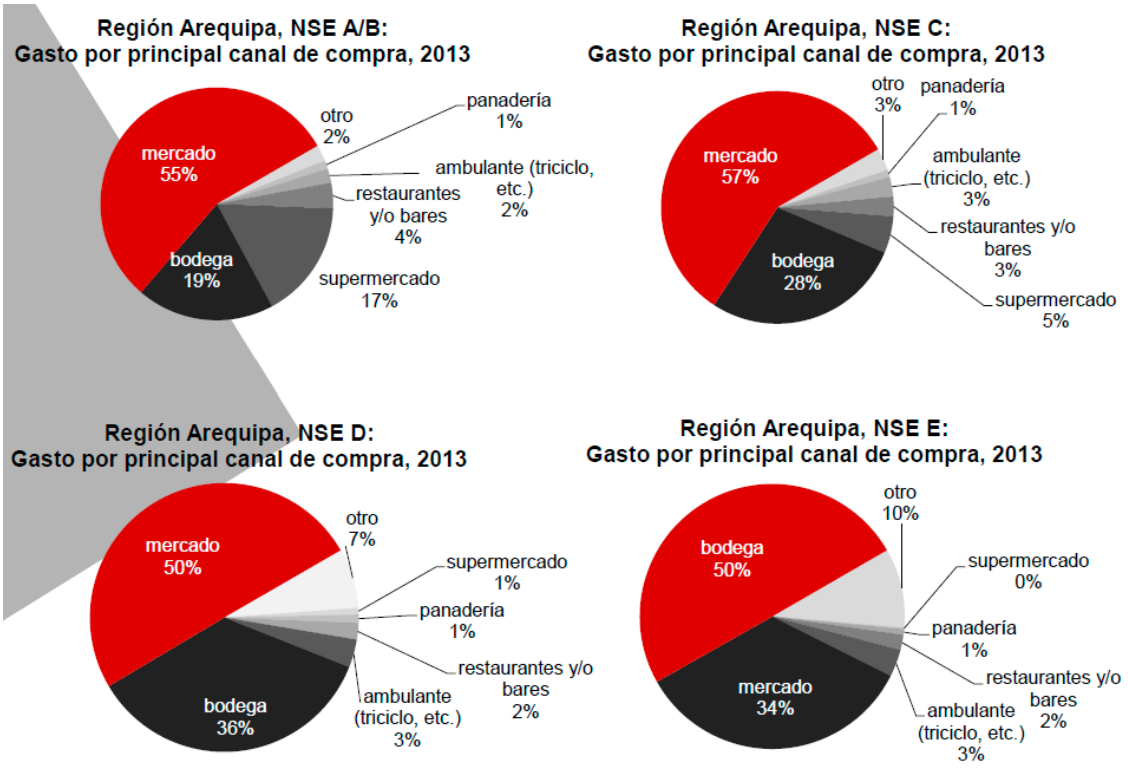
*Gráfico 227 Arequipa canal de compra comidas y bebidas*




*Fuente: INEI*
*Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

En todos los NSE los canales de compra prioritarios son los mercados y las bodegas respectivamente, a excepción de NSE E en el cual la bodega se sitúa como el canal prioritario (presumiblemente por las distancias y desplazamiento hacia los mercados).si bien el canal de compra de los supermercados ocupa un porcentaje bajo cabe resaltar que este aparece como un canal de compra considerado incluso en el NSE D, con un nivel de crecimiento aunque bajo pero sostenido esto debido a las cualidades descritas en la categoría mantenimiento del hogar según el informe realizado por Aurum consultoría y mercado en 2014, se estima que en los próximos años el formato retail contara con una participación mayor a costa de los mercados tradicionales y las bodegas.

*Gráfico 228 Canal de compra por NSE comidas y bebidas*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

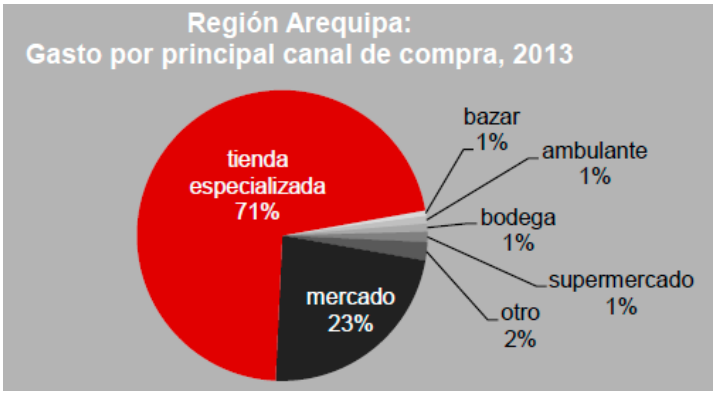


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Vestido y Calzado:** En esta categoría el principal canal de compra son las tiendas especializadas por un porcentaje muy amplio con una tendencia al crecimiento amplia seguida por los mercados con porcentaje considerable, pero con tendencia a la baja.

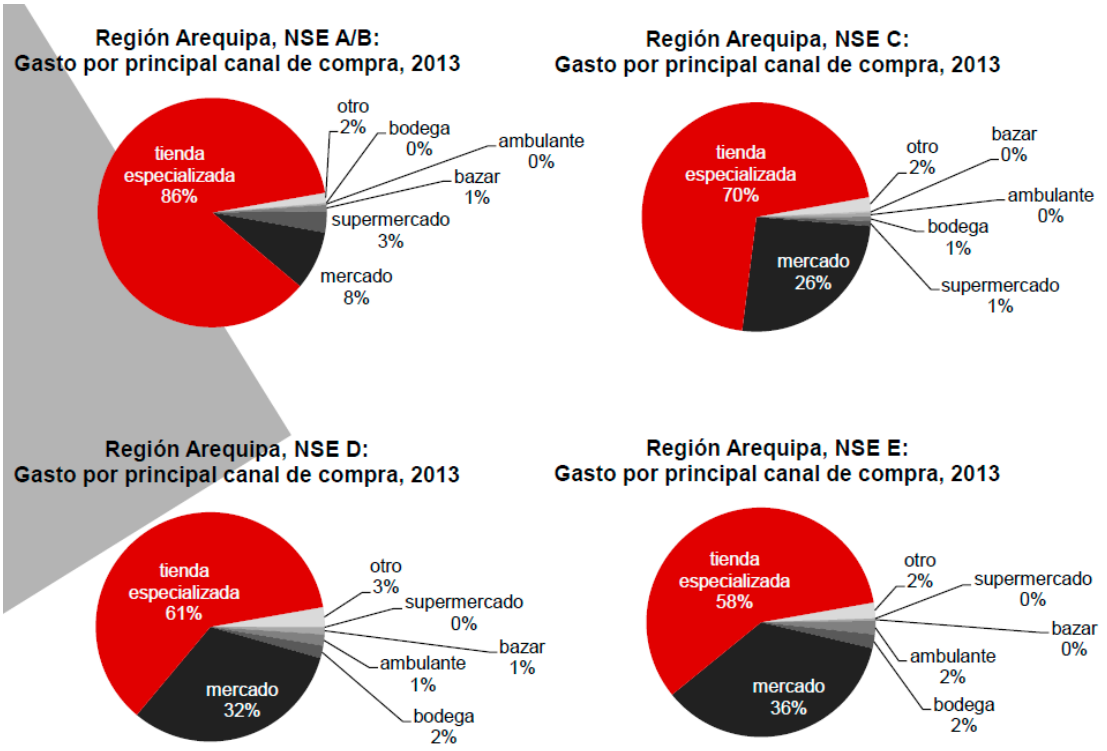
*Gráfico 229 Arequipa canal de compra vestido y calzado*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

En todos los niveles socioeconómicos se presenta la tienda especializada como el canal de compra prioritario seguido con un porcentaje relevante a excepción del NSE A/B. Según el informe de Aurum consultoría y mercado en 2014, se espera que esta tendencia se imponga en todos los NSE, en formato de tienda independiente o retail desplazando a los mercados.

*Gráfico 230 Canal de compra por NSE vestido y calzado*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*



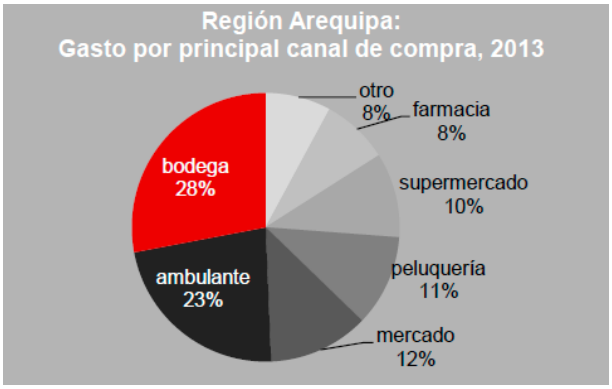
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Bienes y Servicios de Cuidado Personal:** Esta categoría presenta a la bodega como el canal de compra más importante seguido del comercio ambulatorio con tan solo un 5% de diferencia entre ambos, sin embargo, esta visión general no podría ser tomada como determinante en la preferencia del canal de compra ya que esta es la categoría en la que se presentan mayores diferencias en la preferencia del canal compra por NSE.

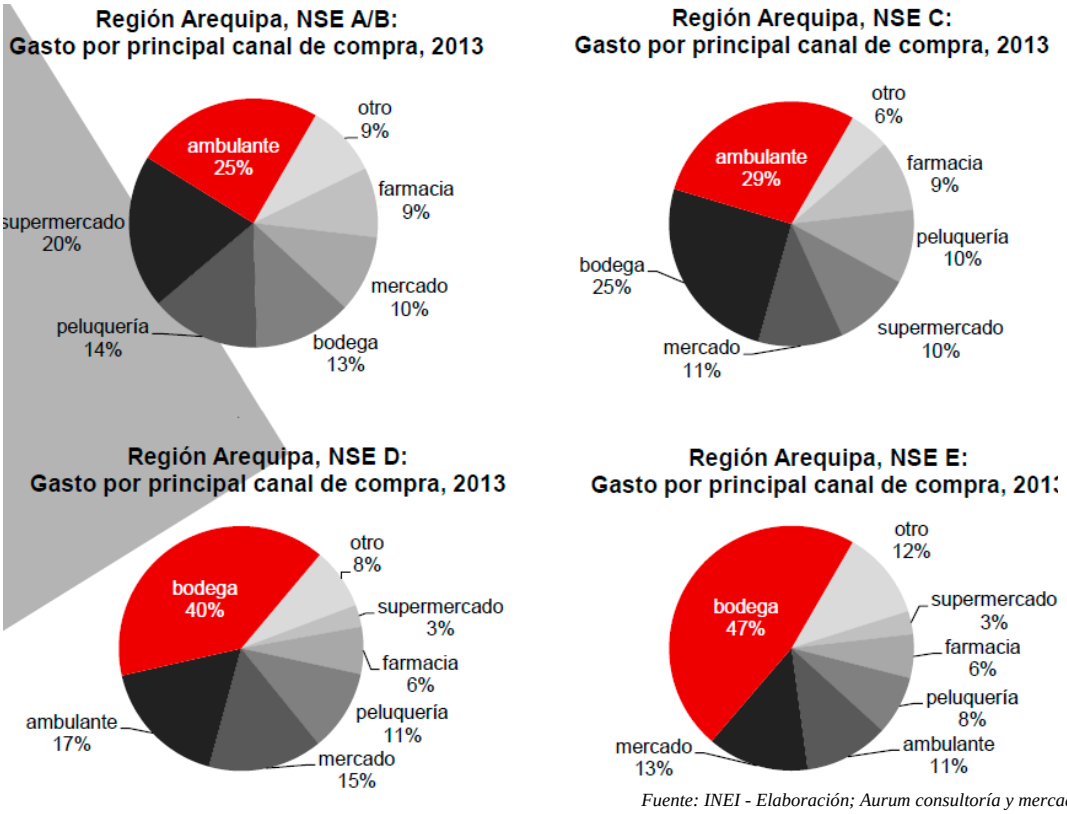
*Gráfico 231 Arequipa canal de compra artículos de cuidado personal*




*Fuente: INEI*
*Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

En el NSE A/B el comercio ambulatorio se posiciona como el principal canal de compra, pero mientras que en el NSE A/B es seguida por los supermercados en el NSE C es seguido por la bodega, en tanto en los NSE C y D la bodega se posiciona como el canal de compra prioritario, seguidos por el ambulante y el mercado respetivamente.

*Gráfico 232 Canal de compra por NSE artículos de cuidado personal*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*



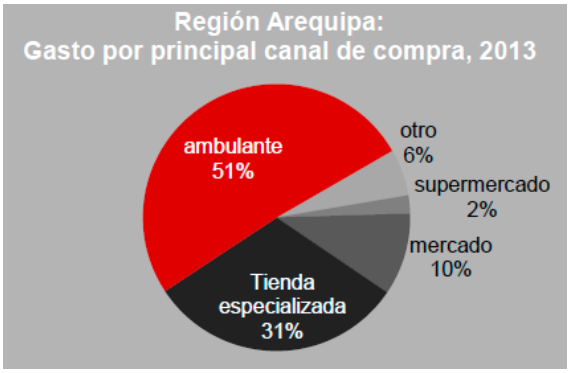
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Muebles y Enseres:** En esta categoría el principal canal de compra es el comercio ambulatorio seguidos por las tiendas especializadas, principalmente las del modo retail (Sodimac, Maestro Home center) por encima de la tienda independiente y el mercado en un tercer lugar con un porcentaje bajo.

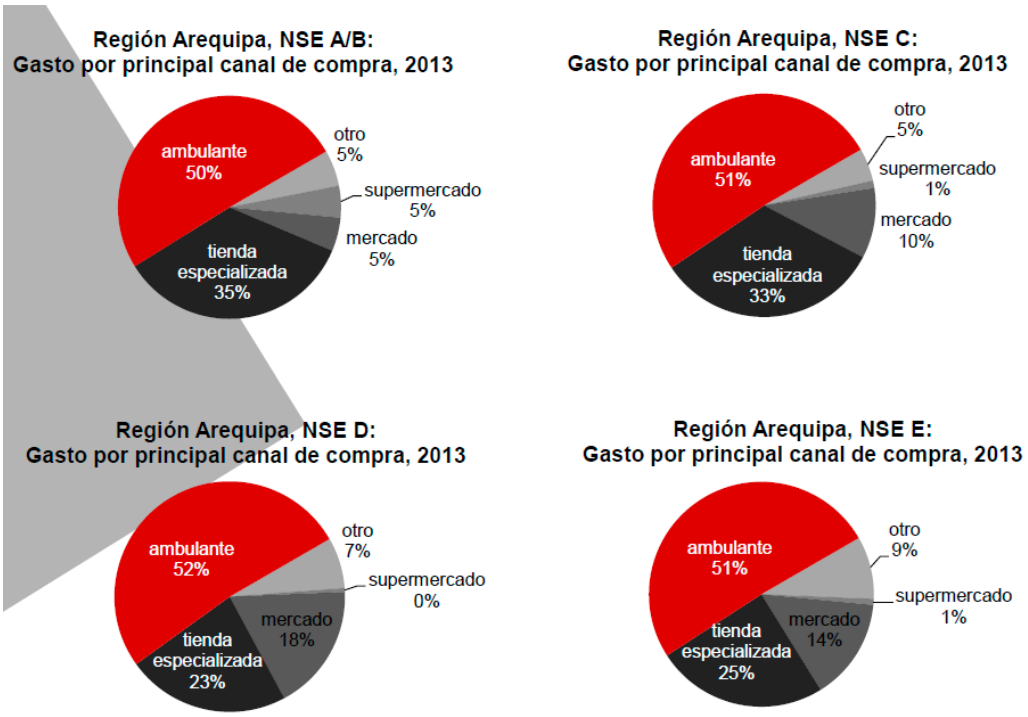
*Gráfico 233 Arequipa canal de compra muebles y enseres*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
Informe El consumidor Arequipeño 2014

Mientras las cifras generales marcan la misma tendencia en los NSE A/B y C, es en los sectores con menos ingresos donde el mercado gana una mayor relevancia, destacando también esta categoría como la categoría con menos variación en preferencia de canal de compra entre los NSE, lo cual según el informe de Aurum consultoría y mercado en 2014 representa una oportunidad en el comercio especializado, el cual se proyecta como el canal de compra que ganara mayor participación.

*Gráfico 234 Canal de compra por NSE mueble y enseres*




*Fuente: INEI - Elaboración; Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**SEGMENTACION ACTITUDINAL DEL PERFIL DEL COMPRADOR**

Tradicionalmente la segmentación de mercados se realiza únicamente a través de variables socio demográficas como NSE, sexo, edades, etc. Pero la segmentación realizad en base a comportamientos y actitudes frente a una categoría y servicio han demostrado ser mucho más útiles ya que permiten una focalización hacia los diversos factores (precios, difusión, tipo de infraestructura, variedad de surtido, niveles de especialización, etc.) que influyen en el consumidor al momento de realizar una elección de compra

Tomando en cuenta todos estos factores actitudinales y cruzados con la información presentada en los puntos anteriores (donde también se mencionan los factores sociodemográficos tradicionales) es que en la ciudad de Arequipa se logran identificar 4 segmentos o "clústers" de consumidores.

**Los Optimistas:** Este segmento agrupa a los compradores que nunca dejarían de realizar sus compras en supermercados y centros comerciales (Incluso frente a una desaceleración o disminución en sus ingresos económicos), compran bienes y servicios que están de moda y les gusta conocer bien a las empresas detrás de los bienes y servicios que consumen. Asimismo, planifican normalmente sus compras y les gusta conocer las características de los bienes y servicios que adquieren. Según Aurum consultoría y mercado en su informe del 2014 en Arequipa este segmento ocupa el 13% del total ubicando principalmente sus componentes en los NSE A/B, de distintos grupos de edades, residiendo principalmente en los distritos de Yanahuara y Cerro Colorado, siendo en casi dos tercios de sexo masculino.

**Los Ascendentes:** Este segmento agrupa a los consumidores que solicitarían un crédito para mantener su nivel de gasto, en caso sus ingresos disminuyesen. Normalmente compran los bienes y servicios que están de moda y les gusta conocer bien las empresas detrás de los bienes y servicios que consumen. Según Aurum consultoría y mercado en su informe del 2014 en Arequipa este segmento ocupa el 45% del total ubicando casi dos tercios de sus componentes en los NSE A/B y C, con una gran mayoría en el NSE C, más del 50% de este segmento tiene menos de 35 años y a pesar de su propensión al consumo, muchos de ellos aún no tienen o no utilizan tarjetas de crédito, pero planean hacerlo en el futuro. Este segmento reside principalmente en los distritos de Cayma, José Luis Bustamante y Rivero, y Paucarpata.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

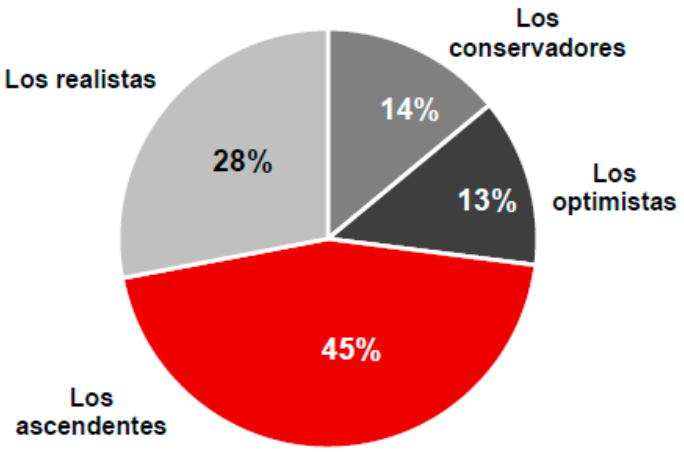
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Los Conservadores:** Este segmento agrupa a los consumidores no suele tener o utilizar tarjeta de crédito y no solicitarían un crédito para mantener sus niveles de gasto en caso se reduzcan sus ingresos. No tienen posibilidades de ahorrar para asegurar la compra de bienes básicos en el futuro. Según Aurum consultoría y mercado en su informe del 2014 en Arequipa este segmento ocupa el 14% del total ubicando sus componentes mayoritariamente en los NSE C y D, con más de 35 años. A pesar de no contar con posibilidades de ahorro y de crédito (lo cual repercutiría directamente en una desaceleración, disminución o corte de ingresos económicos) muestran cierta fidelidad a las marcas, al considerar que la marca y el prestigio de los bienes y servicios no dejan de ser importantes cuando caen los ingresos. Este segmento reside principalmente en los distritos de Alto Selva Alegre y Socabaya.

**Los Realistas:** Este segmento agrupa a los consumidores que cambiarían su estilo de vida y sus gastos actuales si sus ingresos disminuyeran, no suelen comprar los bienes y servicios que están de moda ni planifican sus compras. Tampoco suelen conocer en profundidad las características de los bienes y servicios que adquieren, ni a las empresas que están detrás de los mismos. Según Aurum consultoría y mercado en su informe del 2014 en Arequipa este segmento ocupa el 28% del total, predominando consumidores de bajos recursos ubicando sus componentes mayoritariamente en los NSE D y E, de distintos grupos de edades, con una ligera predominancia de las mujeres y piensan que pueden quedarse sin ingresos repentinamente, a pesar de esto realizan compras en supermercados y centros comerciales pero dejarían de realizar esas compras en caso de una desaceleración, disminución o corte de ingresos económicos. Este segmento reside principalmente en los distritos de Cerro Colorado, Mariano Melgar, Sachaca y Paucarpata.

*Gráfico 235 Arequipa segmentación del comprador*




*Fuente: INE - Elaboración: Aurum consultoría y mercado Informe El consumidor Arequipeño 2014*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

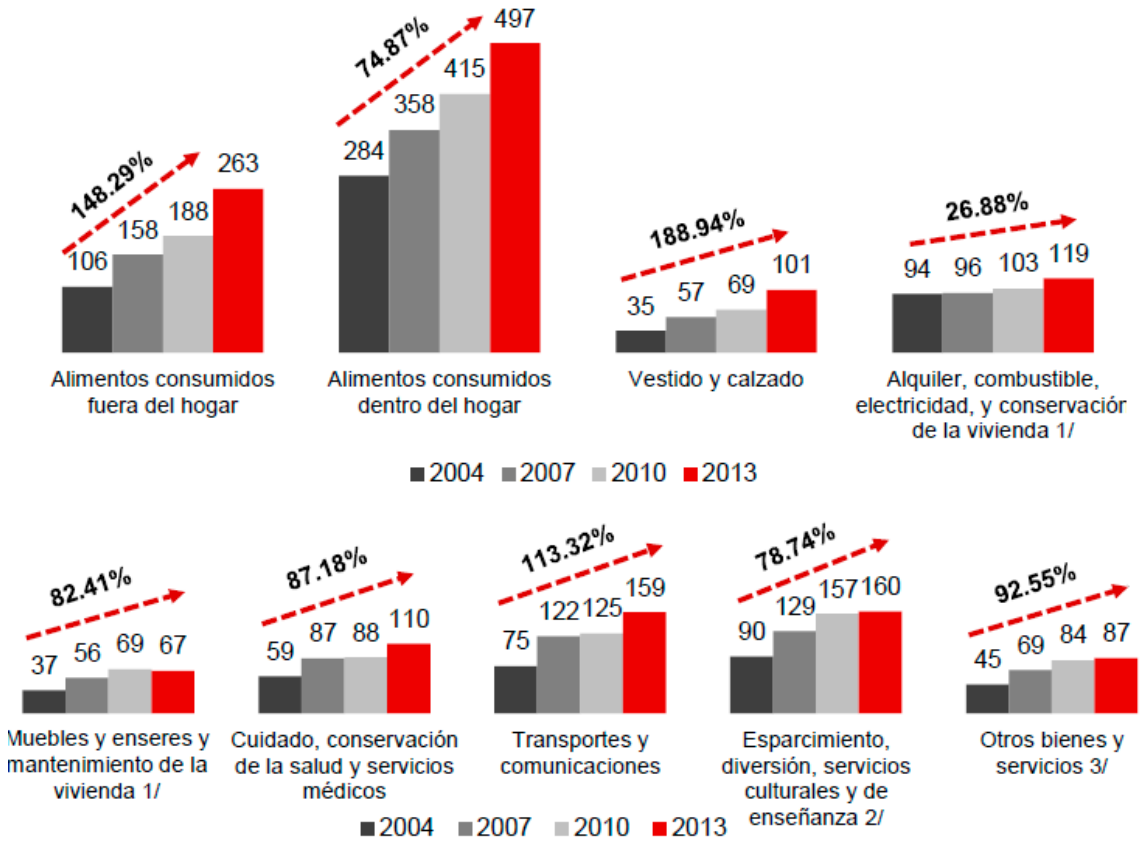
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## PROYECCIÓN DEL TIPO DE GASTO

En base a todos los datos presentados anteriormente y la identificación de los segmentos de consumidores podemos identificar la proyección de las prioridades de gasto en el consumidor de Arequipa, que en términos absolutos ha incrementado su gasto mensual en todas las categorías destacando los porcentajes de crecimiento de las categorías de vestido y calzado, alimentos consumidos fuera de hogar y transportes y comunicaciones.

*Gráfico 236 Arequipa evolución del tipo de gasto*




*Fuente: INE - Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

Según informes de Aurum consultoría y mercado y Ey Building a better working world esta tendencia ha sido uniforme (proporcionalmente) en todos NSE, esta característica, sumada a las tendencias de crecimiento y prioridades de gastos, nos permiten proyectar un potencial de crecimiento en las diversas actividades siendo superior al 100% en todas.

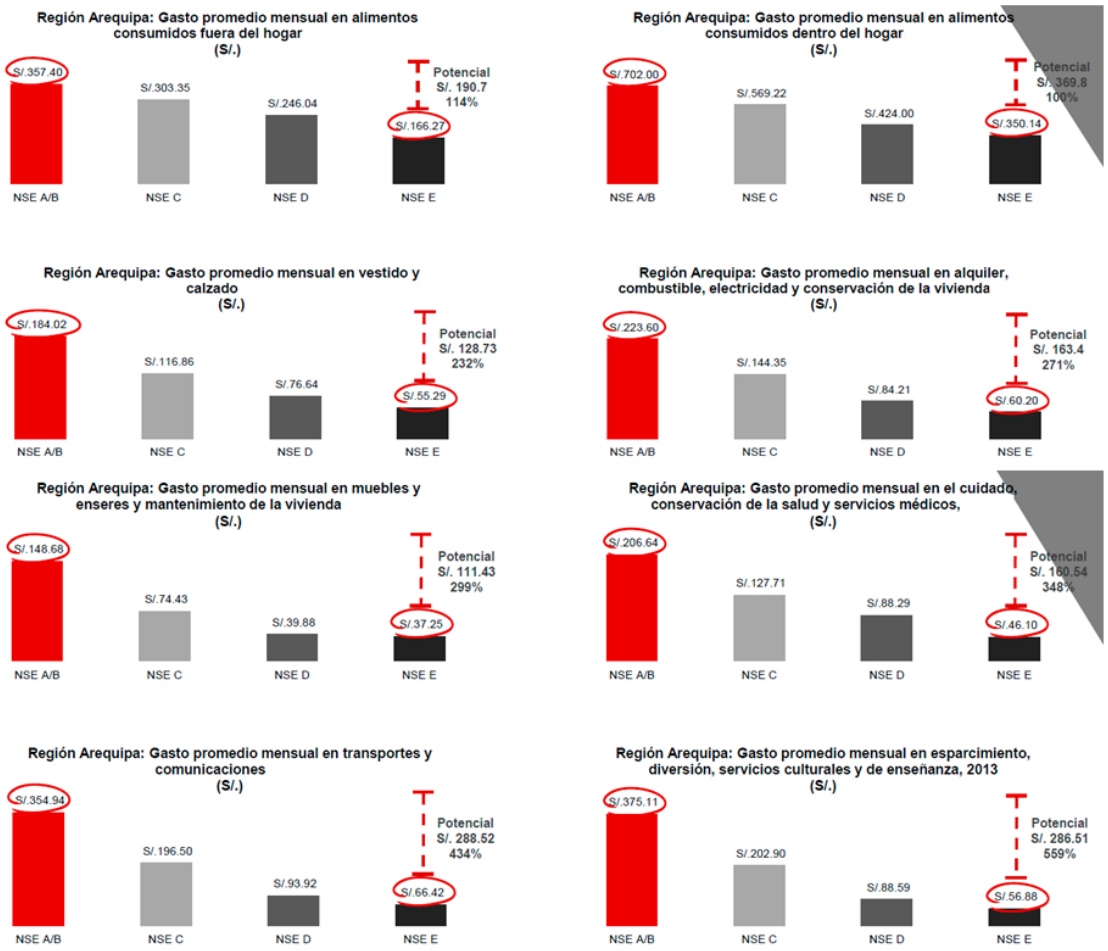


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 237 Evolucion del tipo de gasto por NSE*




*Fuente: INE - Elaboración: Aurum consultoría y mercado*
*Informe El consumidor Arequipeño 2014*

A estas características se le debe sumar las incorporación de nuevos patrones de comportamiento del consumidor, debido a su mayor apertura a estos por su nivel de educación, nivel de ingreso y especialmente acceso al crédito y la incursión nuevos formatos comerciales, que aprovechan estas características. Según estudio realizado por Aurum consultoría y mercado esta última característica si bien aún muestra un porcentaje menor de uso en el consumidor a mostrado un crecimiento acelerado, de igual forma según el mismo estudio esto a desembocado a que en tan solo un año el destino del crédito sea mayoritariamente (y en algunos casos únicamente) para el consumo personal pasando de un 24.8% a un 32.1%, siendo esta una prioridad para el para este porcentaje únicamente contemplando el gasto en otros rubros si el acceso al consumo personal vía crédito no fuera una opción posible, mostrando el mismo patrón ante un incremento de sus ingresos.

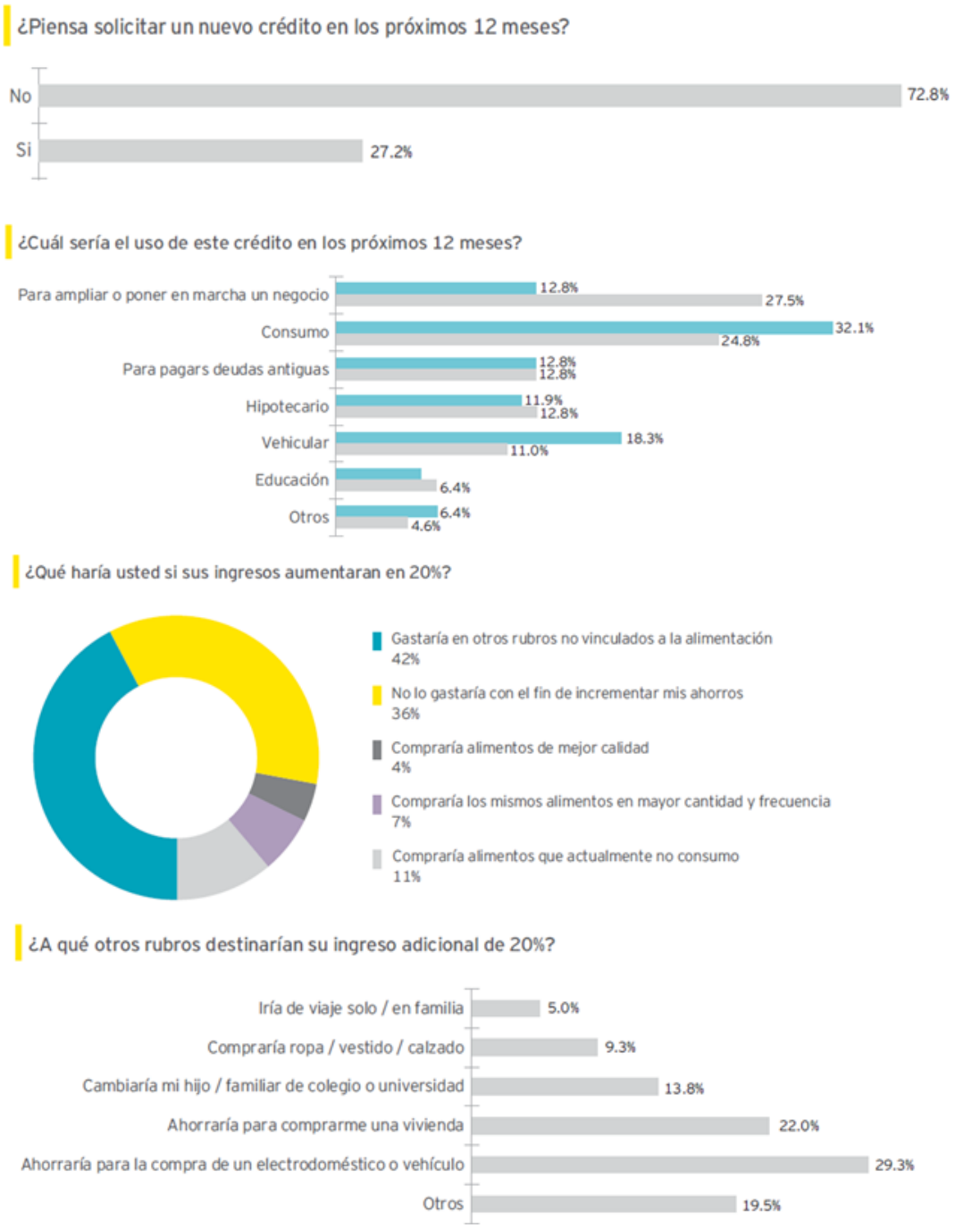


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 238 Comportamiento del crédito en Arequipa*




*Fuente: Aurum consutoía y mercado - EY Building a better working world*
*Guia de negocios e inversión en el Perú 2015-2016*

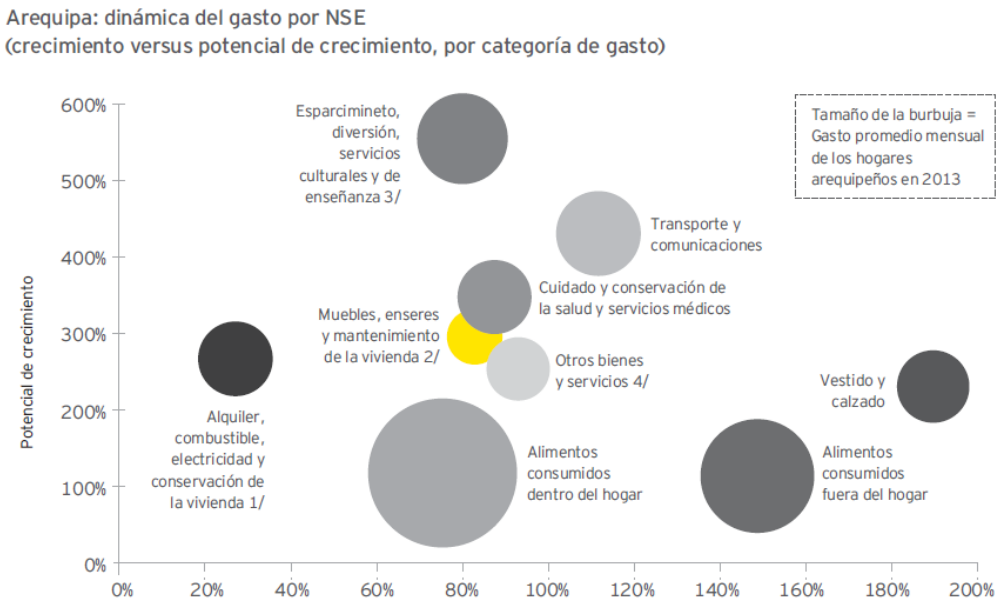
Todo lo expuesto anteriormente en su conjunto marcan una dinámica de gasto en la que se refleja la tendencia de crecimiento de las diversas categorías pero que a su vez evidencia el gran potencial de crecimiento de las actividades de esparcimiento, diversión, servicios culturales y de enseñanza.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 239 Arequipa dinámica del gasto por NSE*




*Fuente: INE – EY Building a better working world*
*Guia de negocios e inversión en el Peru 2015-2016*

Esta tendencia de crecimiento uniforme en los NSE, sumada a la dinámica de gasto y a los datos presentados hasta este punto posicionan a Arequipa con una de las mejores perspectivas económicas favorables a largo plazo a nivel nacional, tomando en cuenta que el gasto aún es reducido en comparación a regiones similares en Latinoamérica y basado en la tendencia de crecimiento sostenido y las dinámica de gasto es que se proyecta mayores incrementos en las diferentes categorías en las que destacaran las categorías de transporte y comunicaciones, servicios médicos, cuidado y conservación de la salud y muy espacialmente las actividades de esparcimiento diversión servicios culturales y de enseñanza debido que es el de mayor potencial de crecimiento siendo este de 567.9%.

*TABLA N° 20 Gasto mensual promedio por NSE*

Arequipa: gasto promedio mensual del hogar por nivel socioeconómico (NSE), en nuevos soles

| Categoría de gasto | NSE A/B | NSE C | NSE D | NSE E | Potencial de crecimiento (A/B-E)/E |
|---|---|---|---|---|---|
| Alimentos consumidos fuera del hogar | 357 | 303 | 246 | 166 | 115.1% |
| Alimentos consumidos dentro del hogar | 702 | 569 | 424 | 350 | 100.3% |
| Vestido y calzado | 184 | 116 | 76 | 55 | 232.7% |
| Alquiler, combustible, electricidad y conservación de la vivienda | 223 | 144 | 84 | 60 | 271.7% |
| Muebles y enseres y mantenimiento de la vivienda | 148 | 74 | 39 | 37 | 300.0% |
| Cuidado, conservación de la salud y servicios médicos | 206 | 127 | 88 | 46 | 347.8% |
| Transportes y comunicaciones | 354 | 196 | 93 | 66 | 436.4% |
| Esparcimiento, diversión, servicios culturales y de enseñanza | 375 | 202 | 88 | 56 | 567.9% |
| Otros bienes y servicios | 153 | 109 | 63 | 42 | 261.9% |

*Fuente: INE – EY Building a better working world*
*Guia de negocios e inversión en el Perú 2015-2016*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 5. VARIABLE URBANA

## 5.1 IMAGEN URBANA

Arequipa a experimentado un proceso intensivo de desarrollo a nivel regional y provincial a partir del año 2007, teniendo como consecuencia un crecimiento acelerado de su entorno económico y de la actividad comercial. De esta manera se han venido asentando en la ciudad nuevos formatos comerciales de carácter distrital, interdistrital y metropolitano, producto de la inserción de capitales extranjeros y nacionales, dentro de las caracteristicas de su proceso de ocupación podemos señalar

**CRECIMIENTO URBANO CAOTICO**

Caracterizado por una expansión acelerada y desordenada, en gran parte por ocupación ilegal e informal del terreno eriazo y de areas agricolas desde el año 2002 (592.ha aprox) principalmente en la zona del cono norte (zona eriaza) y en los distritos de yanahuara y Arequipa (areas agricolas).

Asi mismo existe una subutilzación de las zonas de expansión urbana planificada especialmente en la zona norte y sur de la ciudad, tambien se evidencia el despoblamiento acelerado del area central de la ciudad generando proceso de subutilización, cambio de uso, y tugurización en la zonas habitadas, los cuales a su vez generan procesos de deterioro e inseguridad en las zonas agricolas de la depredación de la denominada campiña Arequipeña.

Existe tambien una llamativa ocupación y consolidadción de vivienda en las zonas con mayor grado de vulnerabilidad y riesgo de desastres naturales como torrenteras, quebradas, áreas de peligro volcánico, inundación y deslizamientos.

**INTERRELACIÓN FISICA CENTRALIZADA**

Existe un alta concentración de actividades administrativas, de educación y salud posicionadas principalmente en el centro histórico de la ciudad, como en áreas ledañas a los distritos de Yanahuara, Cayma, Cerro Colorado y José Luis Bustamante y Rivero, conformando unas zonas centralizadas de influencia metropolitana.

De igual manera esta centralizacion de actvidades de a generado un prosceso inverso de segregación de la vivienda, teniendo distritos con ausencia de centralidades forzando a la población a realizar continuos viajes al área central para la realización de actividades de trabajo, compras, atención de salud y educación.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**BAJA DENSIDAD**

Arequipa cuenta con una población de 918,671 habitantes con un densidad de 158 hab/ha siendo esta baja (el DS 004-2011-VIVIENDA cataloga como baja 1 y 165hab/ha). Especialmente en el area central de la ciudad, producto del crecimiento desordenado y sin planificación de la ciudad tambien presenta subutilización de las zonas de expansión previstas (las cuales cuenta con la dotación de servicios basicos y vias de acceso).

Esto supone un coste adicional alto para lograr cubrir a las zonas de crecimiento espontaneo no planificado con la dotación de servicios basicos e infraestructura vial.

**MOBILIDAD URBANA DEFICIENTE**

En terminos generales Arequipa presenta un deficit de corredores viales y la ausencia de un sistema integrado de transporte (en funcionamiento), por lo que el sistema de trasnporte se da a cargo de empresas menores que nocumplen los estandares optimos teniendo casi en totalidad unidades obsoletas y de poca capacidad.

Como se menciono en un punto anteriro la centralización de actividades en el centro histórico y la fata de centralidades en otros distritos genera una cantidad excesiva de viajes al Centro histórico con una presencia de 243 empresas de transporte publico. aprox que transitan diariamente por el centro histórico sumado a la cantidad masiva de unidades de transporte respentando el 12% del total privado(taxi)el cual repsenta el 60% y la presencia de trasnporte particular con un 28%,

Esto representa una sobrecarga excesiva en la infraestructura vial del centro histórico, mas aun si tomamos en consideracíon que al tratarse de una zona declarada por la UNESCO de valor patrimonial, esta no puede sufir alteraciones significativas tales como cambios en el trazado, ensanchanmiento de vias etc.

De igual forma la sobrecarga excesiva vehiculos que trasnsitan por el centro histórico a llevado a un deficit de sistemas multimodales en esta (vias peatonales, ciclovías).

**CALIDAD AMBIENTAL DEFICIENTE**

Actualmente Arequipa cuenta con un sistema de areas recreativas y areas verdes deficiente, con escasa presencia de ambas, igualmente el proceso de expansión y ocupación descrito en los puntos anteriores y la depredación de la campiña ha generado la desertificación de la ciudad debido a la disminución acelerada de las de los espacios antes mencionados las cuales



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

en su conjunto constituyen las areas de compensación ambiental de la ciudad teniendo actualmente una dotación de 3m2/hab siendo el ideal 9m2/hab según la OMS.

Tal como se menciono, el Centro histórico de la ciudad alberga una cantidad significativa del parque automotor de la ciudad siendo el principal responsale de la contaminación sonora que presenta, el cual se encuentra por encima de los estandares permitido por la Municipalidad provincial de Arequipa y el Programa de las naciones unias para los asentamientos humanos.

De igual forma esta saturacion vehicular es la principal responsable del del alto grado de contaminación atmosfercia que presenta el Centro histórico, encontrando en su composición (según estudios de la gerencia del centro histórico y zona monumental) un 70% de unidades altamente contaminantes y un 30% de unidades ambientalmente obsoletas, con emisiones de monóxido de carbono, plomo, dióxido de nitrógeno y material particulado en suspensión que superan los valores permisibles de calidad de aire, aceptados internacionalmente.

Todo esto en conjunto a ocasionado que en terminos generales Arequipa tenga un nivel de calidad ambiental bajo con altos niveles de contaminación.

**CENTRALIDADES**

Las centralidades urbanas se definienen como zonas que possen la intersección y cooexisencia de polaridades definidas por una red de actividades en la que interactuan una actividad urbana principal y sus complementarias, dado que ningun equipamieno por si solo puede satirfacer todas las necesidades del usuario van surgiendo estas actividades complemetarias, generando el interes y atractivo de las personas hacia estas definiendo asi su ambito de influencia.

Sus potencialidades son las de contibuir a la estructuración de la ciudad, permitir la consolidación de zonas urbanas, satisfacción de las necesidades de los habitantes, evitar desplazamientos largos de la polación, mejora en las condiciones de habitabilidad y en la economia de la ciudad, el impacto de la atracción de estas supone tambien riesgos potenciales como la superposición de actividades, no complemenetarias o con bajo nivel de especialización, insuficiencias en la red vial, contaminación, reemplazo y erradicacón de actividades (por ejemplo la vivienda desplazada por comercio) y el declibe progresivo de la identidad del lugar y de los pobladores por la suma de lo anteriomente mencionado.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

De tal modo, una centralidad es un ambito urbano con polaridades compementarias entre si, destinadas a satisfacer las diferentes necesidades de la población, tales como gestión, educación, salud, bienestar social y comercio, la complementaridad entre las polaridades debe ser en todos los niveles (infraestructura, especialización, diversidad etc), ya que de no ser asi puede generar un conflicto entre la centralidad y su o sus polaridades, lo cual puede llevar al deterioro de la centralidad o al aislamiento y deterioro de la polaridad y su entorno inmediato, entendiendo tambien que una sola actividad puede generar una polaridad mas no una centralidad por si misma.

Precisamente cuando la polaridad es generada por el sector privado esta representa una oportunidad de centralidad pero tambien representa un riesgo al no saber ser aprovechado por los gobiernos locales, ya que este tipo de polaridad obedece a intereses privados y particulares, pudiendo generar los problemas descritos como riesgos en el segundo parrafo.

El PDM Arequipa 2016-2025 define sus centralidades de la siguiente manera:

***"Centralidades y sistema de centralidades."***

"Para tal fin se ubicaron los principales equipamientos de comercio,salud, educación, recreación y otros usos, catalogándolos a nivel local, sectorial, zonal y metropolitano y se determinó su radio de influencia según el Manual para la Elaboración de Planes de Desarrollo Urbano del Ministerio de Vivienda. A ello se suma un similar tratamiento de las vías principales. Este estudio permitió observar el carácter radiocéntrico de la ciudad de Arequipa, y aunque aparece una centralidad en el cono Norte, actualmente se mantiene aislada. Así mismo se puede observar la dispersión de equipamientos menores en los distritos de Alto Selva Alegre, Miraflores, Mariano Melgar, Paucarpata, Sabandía, Characato, Socabaya, Cerro Colorado (Pachacutec y Ciudad de Dios, Zamácola) y Cayma (partes altas), lo que genera la condición de dependecia de los distritos periféricos con el área central, por tanto los corredores principales que confluyen hacia el centro de la ciudad se convierten en las centralidades lineales que van acumulando mayor concentracion de actividades a medida que se acercan al cento de la ciudad." (Instituto Municipal de Planeamiento, 2016)

De esta descripción y de lo explicado anteriormente podemos inferir que salvo el centro histórico de la ciudad, Arequipa no posee centralidades, ergo no posee un sistema de centralidades, posee polaridades con potencial de centralidad pero que aun no han sido consolidadas, esto resulta coherente al ver que el centro histórico de la ciudad posee la mas alta concentración de actividades, de gestión, educación salud y comercio a nivel



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

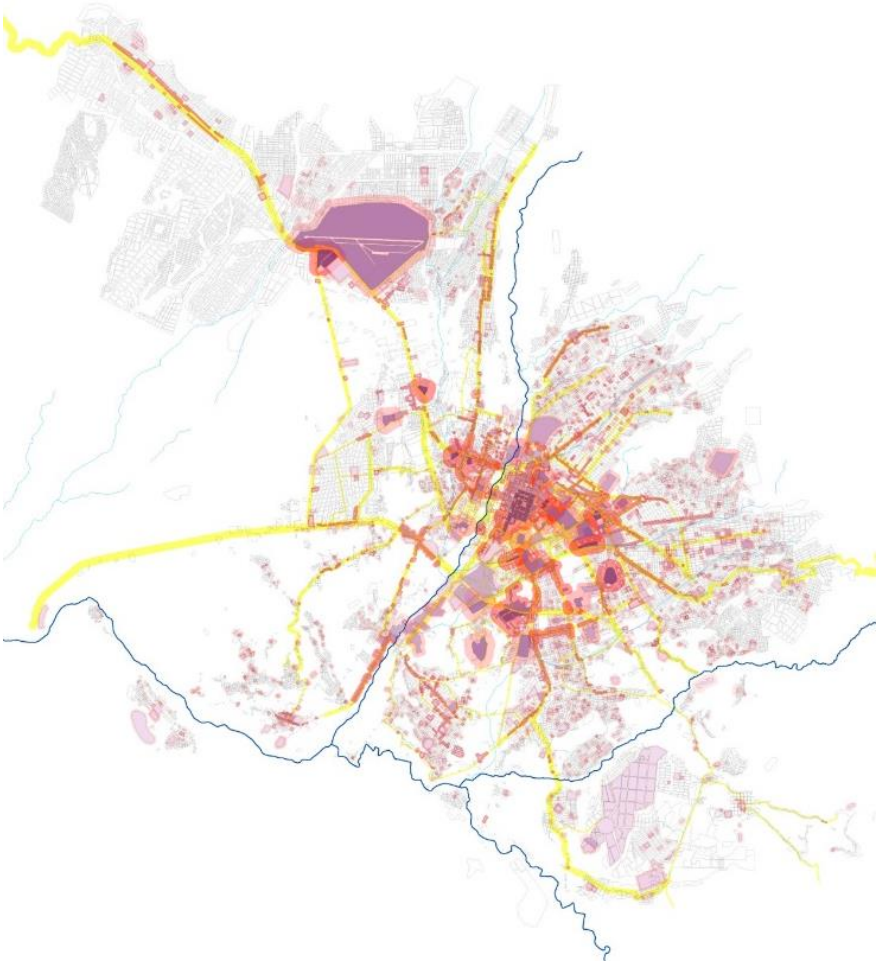
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

metropolitano, razon por la cual genera masivos y largos desplazamiento de la población llevando a una saturación e insuficiencia en su red vial (lo cual acarrea problemas de contaminación, accidentes de transito etc) y deterioro.

De igual forma como se explico anteriormente la complementaridad de las polaridades de la centralidad debe ser en diferentes niveles para no generar un conflicto entre la polaridad y su centralidad.

*Gráfico 240 Arequipa centralidades según Plan de Desarrollo Metropolitano*



*Fuente: Plan de desarrollo metroplitano de Arequipa 2016-2025*
*Elaboración: IMPLA*

Esto ultimo es lo que ha sucedido con parte de la ZT-2 San Camilo, de manera algida en el entorno inmediato al mercado San Camilo, el cual es la principal polaridad comercial de su centralidad Centro Histórico de Arequipa), pero que a diferencia de la dinamica del centro histórico y de otra de las polaridades comerciales del mismo (calle mercaderes) esta presenta bajos grados de especialización, razón por la cual se ha establecido a un conflicto entre esta polaridad y su centralidad llevando a que esta presente los mas altos grados de deterioro (del centro histórico), asi como de inseguridad, caos vehicular, bajos niveles de habitabilidad y



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

de calidad ambiental, si bien en los ultimos años se a observado inserción de actividades comerciales especializadas en su entorno, pero debido a las condiciones estas han sobrevido por poco tiempo y las que persisten han sido son las entidades financieras, lo cual evidencia la consolidadción de carácter comercial de la zona, pero que a sido a costa del desplazamiento progresivo de la vivienda hasta llegar practicamente hasta su extinción.

De igual forma su influencia ha llevado al deterioro de otras zonas como la ZT-7 y la ZT-1 (en la calle San Juan de Dios) en las que se observa el mismo proceso y caracteristicas similares.

*Gráfico 241 colindancias zonas de tratamiento*




*Elaboración: Propia*

**BORDES**

Tradicionalmente los bordes han sido concebidos como lineas que el observador no usa o usa como sendas configurandolos limites o fronteras que estblecen competencias territoriales, actualmente la complejidad de lo urbano a llevado que los bordes sean concebidos bajo otro enfoque no solo como elementos fisicos, tambien como elemntos dinamicos de interación entre lo urbano y lo rural en un nivel regional y al interior del ambito urbano elementos de importancia en la relación entre la forma urbana y la comunidad en la que intervienen de manera dinámica actores sociales, modelos de sociedad y discursos institucionales que trasforman el paisaje urbano, generando nuevas narrativas y discursos.

> En este contexto, el patrimonio cultural y arquitectónico se utiliza como instrumento para la configuración del borde como símbolo de identidad y diferencia, que sirve a dos procesos paralelos: el reforzamiento de la identidad nacional y la integración a la estructura global de competitividad urbana y a la industria del turismo. La



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

> resignificación del espacio físico y del significado de lugar a través de las prácticas cotidianas en el, al igual que el reforzamiento de ciertos elementos de la memoria colectiva, son estrategias para dar forma tanto a comunidades territoriales como a imaginadas. (Villamizar Duarte, 2014)
>
> La conformación del borde se centra en crear un significado simbólico reflejado en la estructura física y en las prácticas cotidianas en el espacio urbano en donde diversas identidades que encuentran y enfrentan generando un conflicto que afecta el uso y apropiación del espacio urbano. (Villamizar Duarte, 2014)

El objeto de intervención Mercado San Camilo se ubica en la ZT-2 del Centro histórico de Arequipa Cercano a una de las Principales vías de la ciudad como es la Av. Jorge Chavez por lo que podemos definir esta como el borde urbano mas significativo en el entorno inmediato, tambien podemos incluir La calle Garci Carbajal, dada la cercania con ella y al pertenecer una cuadra de estas como limite de la ZT-7 y por la presencia de la actividad que se da en ellas y del Conjunto Nicolas de Pierola.

De igual forma incluiremos las calles San Juan de Dios y Mercaderes, ya que suponen el Limite con la Zt-1 Civico Cultural y por el tipo de actividad que se da en ellas las cuales muestran la forma de interacción que se da en la Zt-2 y la Zt-2 y definiran las estrategias a seguir para la propuesta, ya que mientras la Calle San Juan de dios muestra la Influencia clara de la actividad y su forma (en su mayoria no especializada) de la Zt-2 y La Calle mercaderes con influencia o continuidad de los niveles de especialización de la Zt-1.

**TRANSECTOS**

El transecto se define como un sistema analítico por medio de un corte transversal que permite identificar los diferentes habitats y el refuerzo de los elementos de este, los cuales varian según su nivel e intensidad, esto a fin de realizar ajustes urbanos para crear una serie de hábitats específicos y definir su transición para permitir una correcta transición e interacción del habitata general.

El transecto integra la metodología ambiental para generar un continuum entre lo rural y lo urbano, desapareciendo límite entre lo natural y lo artificial. Esta jerarquía urbano-rural diseña tipos apropiados de edificios y calles para cada área, definiendo 6 categorias que van progresivamente desde lo mayoritariamente silvestre hasta lo menos natural mas edificado, siendo esta secuencia de forma centripeta llevando a estar la categoria 6 en el centro.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Si bien el transecto esta concebido para un ambito macro en el cual se realiza una trasnicion entre lo rural y lo urbano el concepto del mismo se refiere la forma de transición mas adecuado entre dos o mas zonas para permitir su correcta interacción.

Dada la complejidad de la zona de estudio y sus marcadas diferencia con gran parte de la centralidad del centro histórico y su nivel de influencia y consecuencias sobre la ZT-7 es que creo pertinente usar este concepto y adaptarlo para generar una correcta inserción e interacción de la propuesta con las caracteristicas y dinamicas del Centro Histórico, por lo cua hablamos de la interacción entre microzonas lo cual nos llevaria a definir un microtransecto.

Una vez definidos nuestros bordes se definira un microtransecto entre las calles Mercades y Garci Carbajal por contener esta la mayor oportunidad de interacción de la Zt-2 san camilo con el resto del Centro Histórico.

Es asi que los elementos de nuestro microtrasnecto seran :

**Calle Mercaderes-Octavio Muñoz Najar**

Siendo el borde norte del Area de tratamiento representa la unica via petonal dedicada del Centro Histórico, conectandose directamente con la Plaza de Armas siendo la vía con mejores niveles de habitabilidad y transito debido a su peatonalización en 2009, encuentra su continuidad natural en la Calle Octvio Muñoz Najar la cual es una via peatonal vehicular hasta la mitad de su primera cuadra(altura de las galerias La Gran Vía) y siendo una via vehicular en adelante, esta presenta una cambio significativo en su sección (en comparación con la Calle Mercaderes) y baja sus niveles de habitabilidad conforme se aproxima a la Avenida Jorge Chavez-Goyeneche, conectandose directamente con esta y con la calle San Juan de Dios.

**Calle Santo Domingo**

Una de las vias principales del Centro histórico tanto por su flujo vehicular y peatonal, conectandose directamente con la Calle San Juan de Dios (borde del Area de Tratamiento) y con la Plaza de Armas(en su continuidad Calle General Morán- via de 1cuadra), reduciendo sus niveles de habitabilidad conforme se aleja de ella y reduciendo su sección en la cuarta cuadra, cuenta en su segunda cuadra con la presencia del templo Santo Domingo, no se conecta con la Avenida Jorge Chavez.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Calle Dean Valdivia**

Se conecta directamente con la calle San Juan de Dios y Avenida Jorge Chavez, contando en su segunda cuadra con la presencia del Parque Duhamel, bajando sus niveles de habitabilidad a apartir de esta cuadra, hasta su conección con la Av. Jorge Chavez y reduciendo su sección desde su cuarta cuadra.

**Calle San Camilo**

Se conecta directamente con la calle San Juan de Dios y la Avenida Jorge Chavez, contando en su segunda cuadra con la presencia del Mercado San Camilo, bajando sus niveles de habitabilidad(abruptamente) a apartir de esta cuadra, hasta su conexión con la Av. Jorge Chavez y reduciendo su sección desde su cuarta cuadra, se configura como la via mas importante del microtransecto por ser el borde frontal del objeto de intervención, presenta niveles altos de deterioro debido a la presencia del merado y el flujo vehicular y peatonal que este genera, asi como por el flujo comercial que soporta.

**Calle Alto de la Luna-Victor Lira**

Se conecta directamente con la calle San Juan de Dios y la Avenida Jorge Chavez (a través de la calle Victor Lira), Contando en su segunda cuadra con la presencia del Mercado San Camilo, bajando sus niveles de habitabilidad(abruptamente) a apartir de esta cuadra, hasta su conexión con la Av. Jorge Chavez, cambiando su sección desde su cuarta cuadra en la cual comienza la Calle Victor Lira, la cual cuenta con la presencia de un parque lineal (pequeño) en un costado, un mercadillo y un jardin lineal en el otro costado y la presencia del Conjunto habitacional Nicolas de Pierola.

Se configura como la segunda via mas importante del microtransecto por ser el borde posterior objeto de intervención, presenta los niveles mas altos de deterioro del microtransecto debido a la presencia del merado y el flujo vehicular y peatonal que este genera, asi como por el flujo comercial que soporta, siendo esta usada como la principal via de abastecimiento del Mercado San Camilo el cual no cuenta en su infraestructura con los espacios adecuados para estas labores.

**Calle Dos de Mayo**

Se conecta directamente con la y la Avenida Jorge Chavez (a través de la calle Victor Lira), Contando en su segunda cuadra con la presencia del Mercado San Camilo, bajando sus niveles de habitabilidad(abruptamente) a apartir de esta cuadra, hasta su conexión con la Av. Jorge Chavez, cambiando su sección desde su cuarta cuadra en la cual comienza la Calle



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

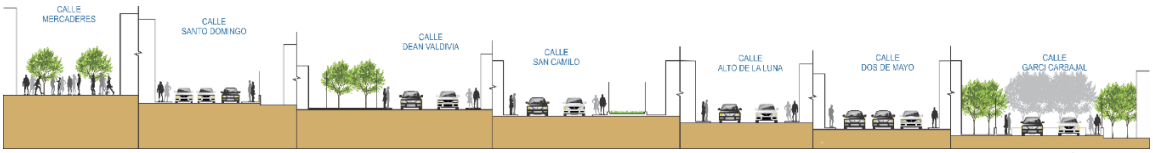
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Victor Lira, la cual cuenta con la presencia de un parque lineal (pequeño) en un costado, un mercadillo y un jardin lineal en el otro costado y la presencia del Conjunto habitacional Nicolas de Pierola, sien embargo esta via rsulta ineficiente a nivel peatonal debido las dimesiones y condiciones de sus circulaciones.

**Calle Garcí Carbajal**

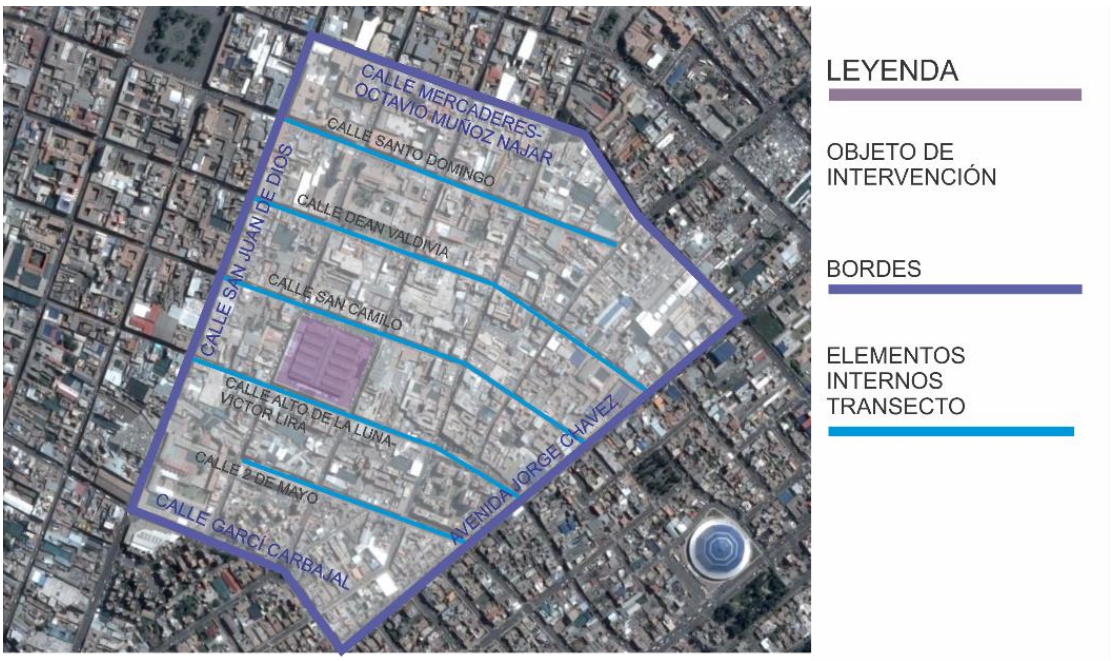
Siendo el borde sur del Area de tratamiento se, conecta directamente con la calle San Juan de Dios y la Avenida Jorge Chavez siendo la vía con menor flujo vehicular y peatonal del microtransecto debido a la influencia de las calles Salverry y Perú, a pesar de su sección vial y de sus niveles de habitabilidad normales y uniformes en todo su trayecto, en su segunda cuadra cuenta con la presencia del conjunto habitacional Nicolas de pierola y al final de esta con la presencia de la Plaza Romaña apartir de la cual realiza un inflexion hasta su conexión con la Avenida Jorge Chávez.

*Gráfico 242 Transecto Corte en la segunda cuadra de la Calle San Camilo (atravesando el Mercado*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 243 Zona de intervención y componentes del transecto*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**HITOS Y NODOS**

Los hitos son elementos físicos que debido a su diseño o caracteristicas singulares sirven de orientación a las personas dentro del ambito urbano, pueden ser desde una edificaciónas hasta un elemento natural o no natrural singular (ej. un arbol de gran altura y/o grosor, un elemento publictario de grandes dimensiones, etc.) pudiendo funcionar a distintas escalas pudiendo localizar un espacio a nivel barrial, a escala metropolitana localizado zonas y espacios de especial singularidad dentro de la ciudad, desde el exterior de la ciuadad y desde la ciudad hacia el exterior a traves de intervenciones dentro del paisaje o con singularidad del paisaje.

Los nodos son puntos estrategicos de la ciudad  o de una zona de la ciudad que la gente usa como punto de encuentro, pudiendo ser una lina o un encuentro de lineas virtuales o reales , pueden ser focos intensivos de partida o llegada, siendo una convergecia de caminos o un punto de ruptura de transporte o tambien pueden ser concentracion que adquieren imortancia por la condensación de un eterminado uso o carácter físico, en ambos casos pueden constituir el foco y epítome de la identidad de un barrio del cual se erigen como simbolos.

Es por esto que un elemento arquitectonico puede erigirse como un hito y un nodo al mismo tiempo dado que el hito se considera a partir de la lectura de imagen desde lo físico y del nodo a partir del uso, por lo que tanto hito y nodo pueden ser considerados en conjunto.

A nivel metropolitano Arequipa cuenta con hitos y nodos tradicionales como la catedral, el parque Selva Alegre, cementerio de la apacheta, estadio melgar, estadio UNSA, etc, desde el año 2007 a conseceuncia de la fuerte inversión de capitales en la actividad comercial de Arequipa han aprarecido nuevas edificaciónes las cuales se han constituido en hitos y nodos de influencia metropolitana, siendo este el caso de los centros comerciales, Real Plaza, Mall Aventura Porongoche, Mall Aventura Cayma, Parque lambramani y Arequipa Center, lo cuales se han erigido como algunos de los hitos y nodos metropolitanos mas importantes de la Arequipa contemporanea debido al fuerte impacto y atracción que han generado, tambien ubicamos el Arequipa Plaza Norte de cono norte pero este podria talvez ser considerado como un hito mas no un nodo (aun) debido al bajisimo impacto, atractivo e influencia que ha generado en la zona micro y menor aun a nivel metropolitano, de igual forma el Arequipa City Center debido a que aun no se encuentra concluido pero que supone un hito por sus caracteristicas físicas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

A nivel zonal en el sector del Cenro Histórico podemos ubicar una gran cantidad de hitos y nodos siendo principalmente estos los monumentos declarados tales como, la Catedral, igfesias de la Compañia de Jesus, Santo Domingo, San Francisco, La Merced, San Agustín, Santa Teresa, Convento de Santa Catalina, Mercado San Camilo y el Hospital Goyeneche, tambien encontramos otros como el centro comercial Don Ramon, La Ex Carcel, Conjunto Habitacional Nicolas de Pierola, a nivel de nodo puro podemos ubicar El Parque Selva Alegre, Plaza San Francisco, Parque Duahamel, Calle Mercaderes y la Plaza de armas siendo esta ultima el principal Nodo del Centro Histórico.

En el Sector definido por nuestos Bordes y su entorno inmediato podemos ubicar, como nodo puro, la Calle mercaderes la calle mercaderes y la Av. Jorge Chavez por tratarse de una de las principales vias a nivel metropolitano y representar un punto de ruptura del transporte en la zona, las Calles Pizarro y San Juan de Dios no poderian ser consideradas como nodo ya que si bien presentan un flujo y actividad intensa, debido a sus caracteristicas estas no constituyen puntos de encuentro a diferencia de la calle mercaderes. Como nodo e hito ubicamos el Hospital Goyeneche, Iglesia Santo Domingo, Conjunto Habitacional Nicolas de Pierola y el mercado San Camilo, siendo este ultimo el principal hito y nodo de nuestra zona de intervención.

**SENDAS**

Se consideran sendas a los vias de comunicación que el usuario recorre comun,ocasional o potencialmente, ayudando a organizar y conectar los diversos sectores del ambito urbano, estas pueden ser calles carreteras vias peatonales, etc.

Las muncipalidades, gobiernos locales y oficinas tecnicas tienen la labor de su ejecución, mantenimiento, rehabilitación, señalización, ornato y mobiliario urbano de las vías locales de su jurisdicción, de acuerdo con las normas establecidos por la Gerencia de transporte urbano y circulación vial de Arequipa en concordancia con las disposiciones del PDM Arequipa – 2016 2025.

**JERAQUIZACIÓN**

Según ordenanza Municipal N° 160 del 14.11.2002 por la Municipalidad Provincial de Arequipa la clasificación de las vías son las siguientes:

**Vías Interregionales:** Forman parte del sistema nacional de carreteras, permitiendo la integración de la ciudad de Arequípa con el resto de las regiones nacionales.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Vías Expresas:** constituyen los principales elementos de la estructura vial articulando la ciudad con las vias de articulación regional, se encuentran comprendidos de la siguiente manera:

- Cerro Colorado: Av. Aviación, Av. Villa Hermosa, Autopista Arequipa – La Joya
- Yanahuara – Sachaca: Av. Paralela a vía del Ferrocarril
- Arequipa: Variante de Uchumayo, Av. Forga
- José L. Bustamante y Rivero: Av. Andrés Cáceres, Paseo de La Cultura
- Paucarpata: Av. Los Claveles

**Anillos Viales:** Su función es la de rodear el area central de la ciudad, canalizando el flujo vehicular descongestinando el centro histórico, el PDM Arequipa 2016-2025 establece dos anillos viales:

- Primer Anillo Vial: Se encuentra comprendido por las avenidas: La Marina, Malecón Vallecito, vía paralela a la Av. Parra, Venezuela, Progreso, Arequipa y Juan de la Torre.
- Segundo Anillo Vial: Se encuentra comprendido por las avenidas: Cayma, Trinidad Morán, José Abelardo Quiñones, Víctor Andrés Belaunde, Metropolitana, Miguel Forga, Los Incas, Londres, Prolongación Mariscal Castilla, Teniente Ferrer, Progreso, Carlos Marx, Rossevelt, Av. que rodea el Colegio Militar, Puente de Chilina y Av. Ramón Castilla.

**Vías Arteriales:** Su función es la de interconectar los grandes sectores de la ciudad, articulandose directamente con las vías expresas y anillos viales, a fin de permitir el transito vial con media o alta fluidez permitiendo la buena distribución del trafico a las vias colectoras y locales permitiendo la integración con el uso del suelo colindante. Se encuentran comprendidas por las avenidas: Túpac Amaru, Prolongación Mariscal

Castilla, San Martín, Jorge Chávez, Perú, Rosaspata, Simón Bolívar, Amazonas, Ricardo Palma, José Olaya, Leticia, Oscar Neves, Calle Elías Aguirre, Ferrer, Prado, Chocano Prado, carretera Chilina - Arequipa, Pasando por Charcani, Av. 54, Av. De las Torres.

**Vías Colectoras:** su funcion es la de canalizar el transito de las vías locales a las arteriales brindan servicio al tránsito de paso y las propiedades adyacentes, pudiendo ser colectoras distritales o interdistritales

**Vías Locales**: Su función es la de proporcionar acceso a los predios olotes, llevando únicamente su tránsito propio, tanto deingreso como de salida conectándose entre ellas y con



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

las vías colectoras, albergan el transito de vehículos livianos y ocasionalmente semi pesados permitiendo el estacionamiento vehicular y transito peatonal irrestricto.

Intercambio Viales: comprende areas de 65 metros de radio mínimo encontrandose actualmente los siguientes.

- Intercambio Vial: Cono Norte
- Intercambio Vial: Av. Aviación/ Autopista Arequipa-La Joya
- Intercambio Vial: Autopista Arequipa-La Joya/Prolongación Av. Industrial.
- Intercambio Vial: Av. Aviación/Vía de Evitamiento
- Intercambio Vial: Av. Primavera/Villa Hermosa
- Intercambio Vial: Puente Grau
- Intercambio Vial: Av. Arequipa/Av. Progreso
- Intercambio Vial: Av. Sepúlveda/Av. Venezuela
- Intercambio Vial: Av. Jesús/Av. Los Incas
- Intercambio Vial: Av. Los Incas/Av. Dolores
- Intercambio Vial: Av. Jesús/Av. Los Claveles
- Intercambio Vial: Variante de Uchumayo/Vía de Evitamiento
- Intercambio Vial: Variante de Uchumayo/Av. Pérez Araníbar
- Intercambio Vial: Variante de Uchumayo/Sector Amautas
- Intercambio Vial: Puente San Isidro/ Av. Alfonso Ugarte
- Intercambio Vial: Miguel Forga/Los Incas
- Intercambio Vial: Andrés Avelino Cáceres/Vidaurrázaga
- Intercambio Vial: Andrés Avelino Cáceres/Alcides Carrión
- Intercambio Vial: Av. Alfonso Ugarte/ Sector Cuartel de Tingo
- Intercambio Vial: Arancota/ Urb. Palacio 1

Encontramos en el sector del centro histórico

- Anillo Vial: Es el primer anillo vial establecido en el PDM Arequipa 2016-2025 comprendidas por la Avenida La Marina, Malecón Vallecito, vía paralela a la Av. Parra, Venezuela, Progreso, Arequipa y Juan de la Torre.
- Vias Arteriales: Comprendidas por la Av. Ejército, Av. Parra - Alfonso Ugarte, Av. Salaverry - Av. Alcides Carrión y Av. Mariscal Castilla.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Vías Colectoras: Comprendidas por la Av. Jorge Chavez, Av. Goyeneche, Av. Independencia, Av. Abelardo Quiñones, Av. V. A. Belaúnde, Av. Trinidad Morán, Av. Cayma, Av. Enmel, Av. R. Palma y la salida a Umacollo por el puente San Martín.
- Vías Locales: comprenden el resto de vias corendidas en el Centro Histórico.

Adicionalmente a estas el Plan Maestro del centro Histórico establece una jerarquia vial adicional.

- Vías preferenciales locales: Comprendidas por las calles Jerusalén - San Juan de Dios, Bolívar-Sucre, Ayacucho-Puente Grau, La Paz, San Agustín- Mercaderes, San José-Moral, y Prolongación Salaverry. De ls caulaes se diferencian la Calle mercaderes como via peatonal y la calle Bolivar-Sucre como via peatonal con transito vehicular restringido.

En el sector de intervención definido por nuestos bordes en los que encontramos

- Vía Colectora: Avenida Jorge Chavez
- Vías Preferenciales Locales: Calle Mercaderes, Calle San Juan de Dios.
- Vías Locales: Calles Santo Domingo, Dean valdivia, San Camilo, Alto de la Luna, Dos de Mayo, Garcí Carbajal, Calle Nueva, Pizarro, Perú, Pierola, Leticia, Quinta Romaña.

La estructura monocentrica de la ciudad y la configuración del Centro Histórico como la unica centralidad consolidada de la misma ha llevado a que el transito en su sistema de vias se venga realizando de manera caotica, llevando a la congestión y saturación de la gran mayoria de sus vias, generando accidentes vehiculares, altos grados de contaminación y deterioro del patrimonio arquitectonico.

Puntualmente en las calles que circunadan al mercado San Camilo (Calles San Camilo, Peru, Pierola, Alto de la Luna) se observan estos problemas debido ademas de la influencia de viajes que genera la centralidad Centro Histórico se presenta por las actividades que se desarrollan en estas calles, las cuales son en su totalidad de carácter comercial, y de poca especialización, con una mixtura de comercio ambulatorio, comercios minoristas, mayoristas y de mercadillos, los cuales precisan de zonas estacionamiento, de carga y descarga adecuadas para su abastecimiento, las cuales no existen en el sector debido a las caracteristicas fisicas e inalterables de la trama, dado que estas vias en su totalidad se tratan de vias locales las cuales deberían alberga unicamente transito ligero y ocasionalmente semipesado, lo cual no ocurre en estas vias ya que el poco nivel de especialización y mistura



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

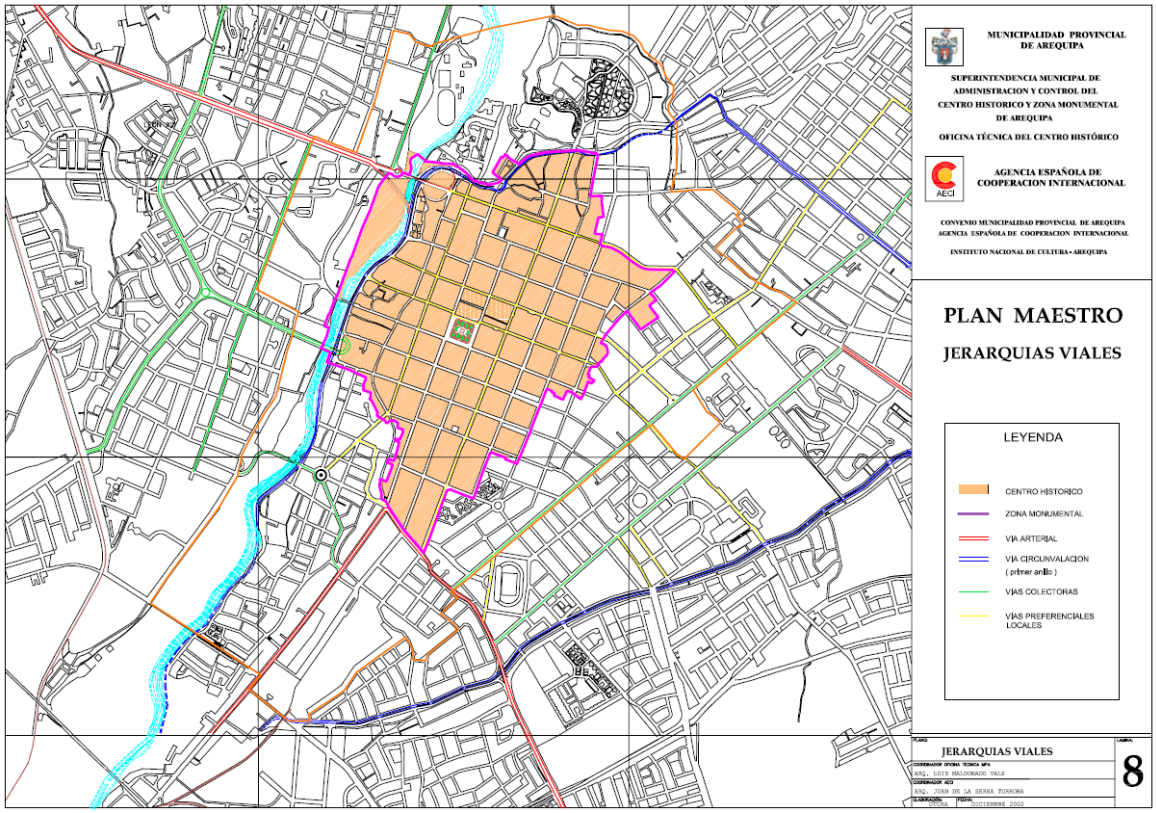
de tipos de comercio no permite que se establezcan horarios para el abastecimiento de los comercios incluyendo al Mercado San camilo, que al no contar con las zonas de estacionamiento, carga y descarga adecuado hacen uso de la via de forma intermitente y continua durante todo el día lo cual agrava aun mas los problemas congestion y deterioro.

**ESTADO DE LAS VIAS**

El estado fisico de las vias del centro Historico en general es uniforme y en buen estado constituido por una superficie de rodadura de adoquines de piedra, destacndose las Mercaders y Sucre-Bolivar por su tratamiento peatonal y peatonal con transito vehicular restingido respectivamente, producto de los royectos de mejora y mantenimiento del CentroHistórica de Arequipa.

De igual Manera el estado físico de las vias del nuestro sector de intervencion es uniforme y aceptable, mas no la condiciones transitabilidad debido a la intensidad de la actividad comercial, y la congestion vehicular en estas, adicionalemnte la presencia de comercio amulatorio a conllevado a la apropiacion de las veredas y porciones de las calles, agravando los bajos niveles de transitabilidad en estas.

*Gráfico 244 Jerarquía vial Centro Histórico*




*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 245 Jerarquía vial y estado de vías en el área de tratamiento*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 5.2 MORFOLOGIA URBANA

### TRAMA URBANA

Según el plan maestro del Centro Histórico de Arequipa, en el existen cinco tramas urbanas distintas ineteractuando entre si (Fig 2), respondendiendo a distintas epocas, siendo en orden cronologico:

- **La Trama Indigena de San Lazaro y La Antiquilla**

  En ambas zonas el trazado es de tipo organico con callejuelas estrechas, en San Lazaro ademas es de tipo radial con un espacio central (plaza campo redondo), este trazado proviene de la epoca precolonial de la ciudad teniendo como base los trazadaos de las parcelas de cultivo y las acequias.

- **La Cuadricula Ortogonal Española**

  Esta trama pertenece al denominado Damero Fundacional de la ciudad (datando 1540) que ta como vimos en su proceso historico fue sufuriendo pocas modificaciones sin ser estas significativas, se compone manzanas regulares de 110ml x 110ml y calles de 10.50ml de sección con algunas excepciones del conveto de Santa Catalina por su dimensión y las manzanas del limite oeste las cuales debido a la topografia possen un borde irregular, en ambos casos estas excepciónes no signifacan un cambio o modificación de la trama ortogonal manteniendo la fisonomia de la misma.

- **La Trama Radial de Vallecito**

  Proveniente de la decada de 1920, de conformacion radial y trazado electico, si bien presenta ejes radiales (desde el ovalo central), predomina una tendencia ortogonal y sobre sus limites presenta variaciones debido a la topografia presentando graderias, compuesto de 20 manzanas de distintas dimensiones y formas, con calles de 20ml de sección.

- **La Ciudad Jardin de Selva Alegre**

  Proveniente de la decada de 1940 como parte de los planes de IVCentenario de la ciudad, de conformacion radial y concentrica, se organiza alrededor del Parque Selva Alegre, compuesto de 13 manzanas en forma radial de distinto largo si, con calles de 20ml de sección.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

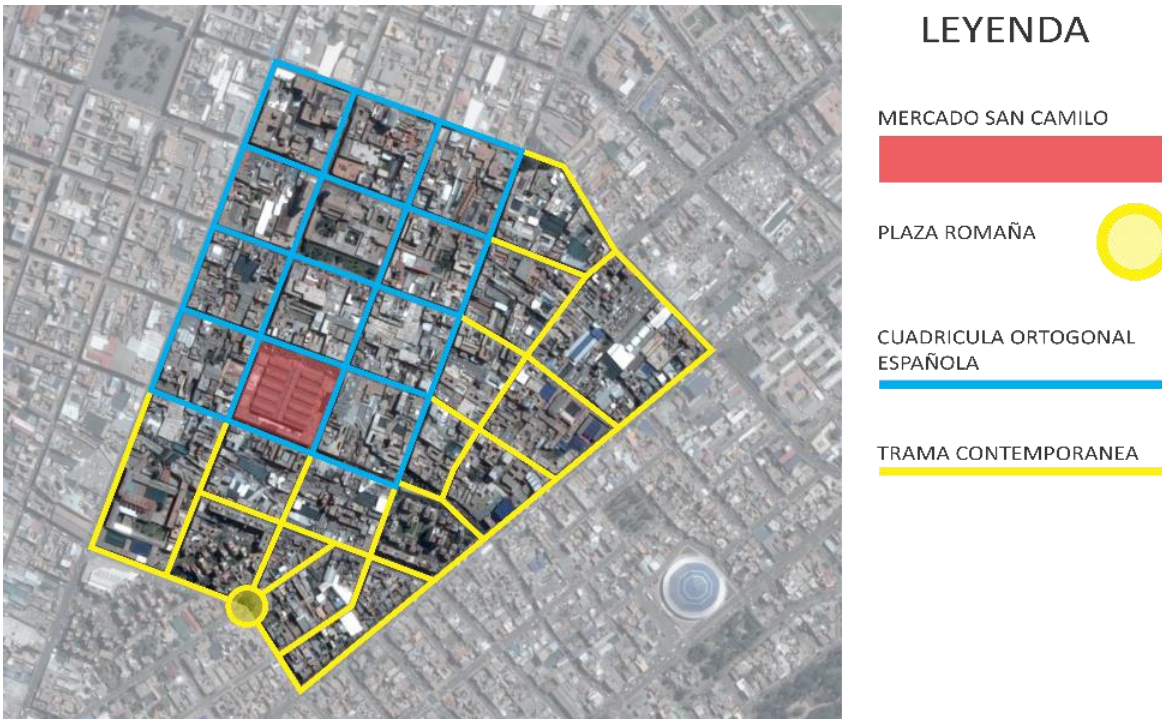
- **La Trama Contemporanea**

  Proveniente de la decada de 1940 como parte de los planes de IVCentenario de la ciudad, de conformacion eclectico ya que se compone de varios elementos se situa en la zona de IV Centenario y la Av. Jorge Chavez-Goyeche, y la zona de el Filtro la zona de IV Centenario presenta una conformacion radial con la presencia de la Plaza Romaña y un trazado ortogonal que se extiende a su vez sobre todo el largo de la Av. Jorge Chavez-Goyeneche, por la zona del Filtro presenta un trazado irregular (sin llegar a ser organico) con inteciones de ortogonalidad, debido a la topografia y limites de la zona.

## EN EL AREA DE TRATAMIENTO

En nuestra area de tratamiento encontramos la presencia de dos de las cinco tramas descritas anteriormente (Fig 1), siendo estas la cuadricula ortogonal española y la trama contemporanea, siendo asi que nuestra area de tratamiento presenta una traza ortogonal y con una pequeña inflexion en la Plaza Romaña.

*Gráfico 246 Tramas urbanas en el área de tratamiento*




*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa*
*Elaboración: Propia*

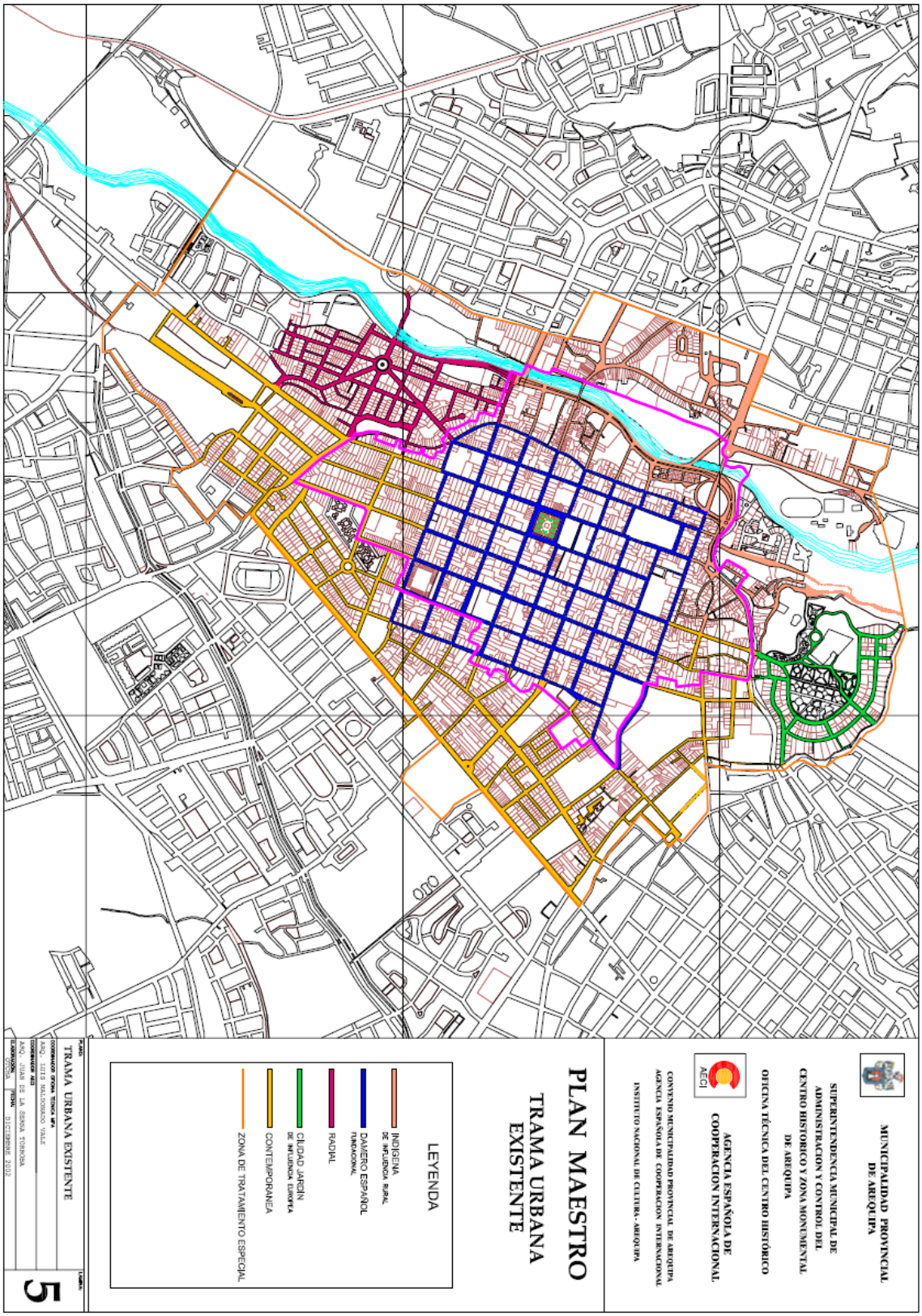


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 247 Trama urbana del Centro Histórico*




*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

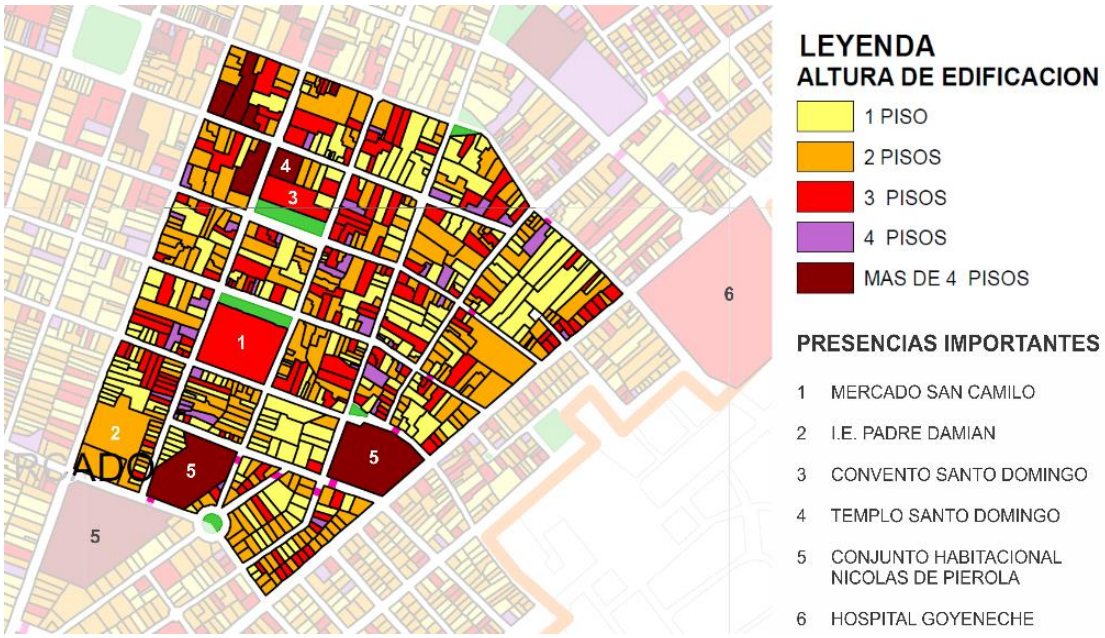
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## ALTURA DE EDIFICACIÓN

En el Centro Historico de Arequipa existe una mixtura de altuas de edificación que va de uno has mas de cuatro pisos (Gráfico 250) mostrando una predominancia de las aulturas de 1 y dos pisos, las alturas 3 y mas de 4 pisos muestran una presencia importante en su numero y dimesiones de los lotes siendo destinados principalmente para equipamientos, las alturas de 4 pisos muestran una presencia menor en toda el area.

El Area de Tratramiento muestra el mismo patron (Gráfico 249), las edificaciónes de 3 pisos tienen una mayor presencia que en el resto de Centro Historico , las presencias mas importantes dentro del sector son las del I.E. Padre Damian (2 pisos), Mercado San Camilo, Convento de Santo Domingo (3 pisos), Templo de Santo Domingo y el Conjunto Habitacional Nicolas de Pierola (mas de 4 Pisos). De igual forma una presencia importante es la de Hospital Goyeneche (3 Pisos) en el entorno inmediato.

*Gráfico 248 Alturas de edificación en el área de tratamiento*



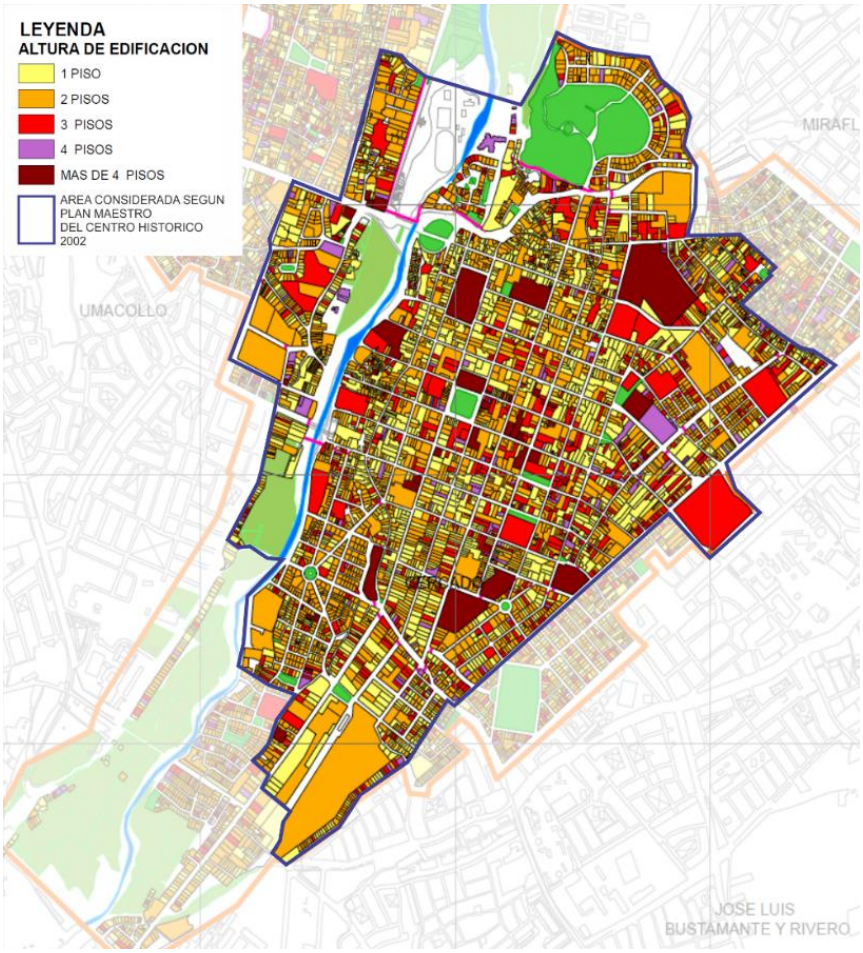

*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 249 Alturas de edificación Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

## ESTADO DE CONSTRUCCIÓN

El estado de construcción del Centro Histórico de Arequipa presenta las categorias, bueno, regular malo y ruinoso, el estado mas consolidado es el regular y el de menor presencia el de bueno, seguido del ruinoso y malo respectivamente (Gráfico 252.).

En el area tratamiento encontramos el mismo patron (Gráfico 251), con excepción del estado bueno que es inexistente, la mayor concentración de las construcciones en la categoria malo de todo el Centro Hiórico de Arequipa se presneta en esta zona, aunque de manera dispersa, las construcciones en estado ruinoso son bajas y de forma dispersa. Como se meciono anteriormente en la zona se encuentra consolidado el estado regular en las edificaciones, aunque debemos tambien considerar que debido al grado de deteriro producto del la forma en la que se da la actividad comercial afecta gravemente a estas, situandolas en alto riesgo de llevarlas a la cateogria malo en muy poco tiempo, especialmente en el entorno inmediato del Mercado San Camilo, Parque Duhamel y en las Calles San Juan de Dios y Dos de Mayo y en una menor medida en la Avenida Jorgue Chavez.

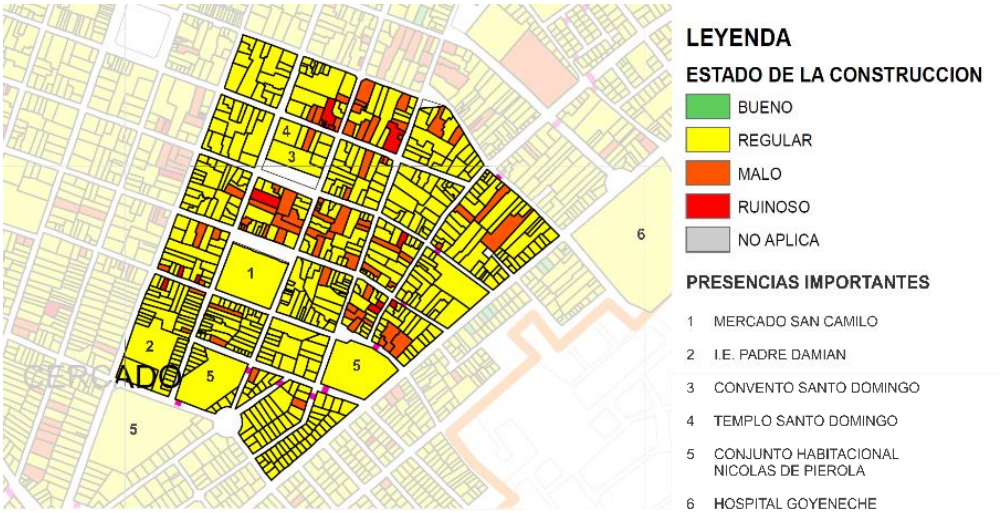


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

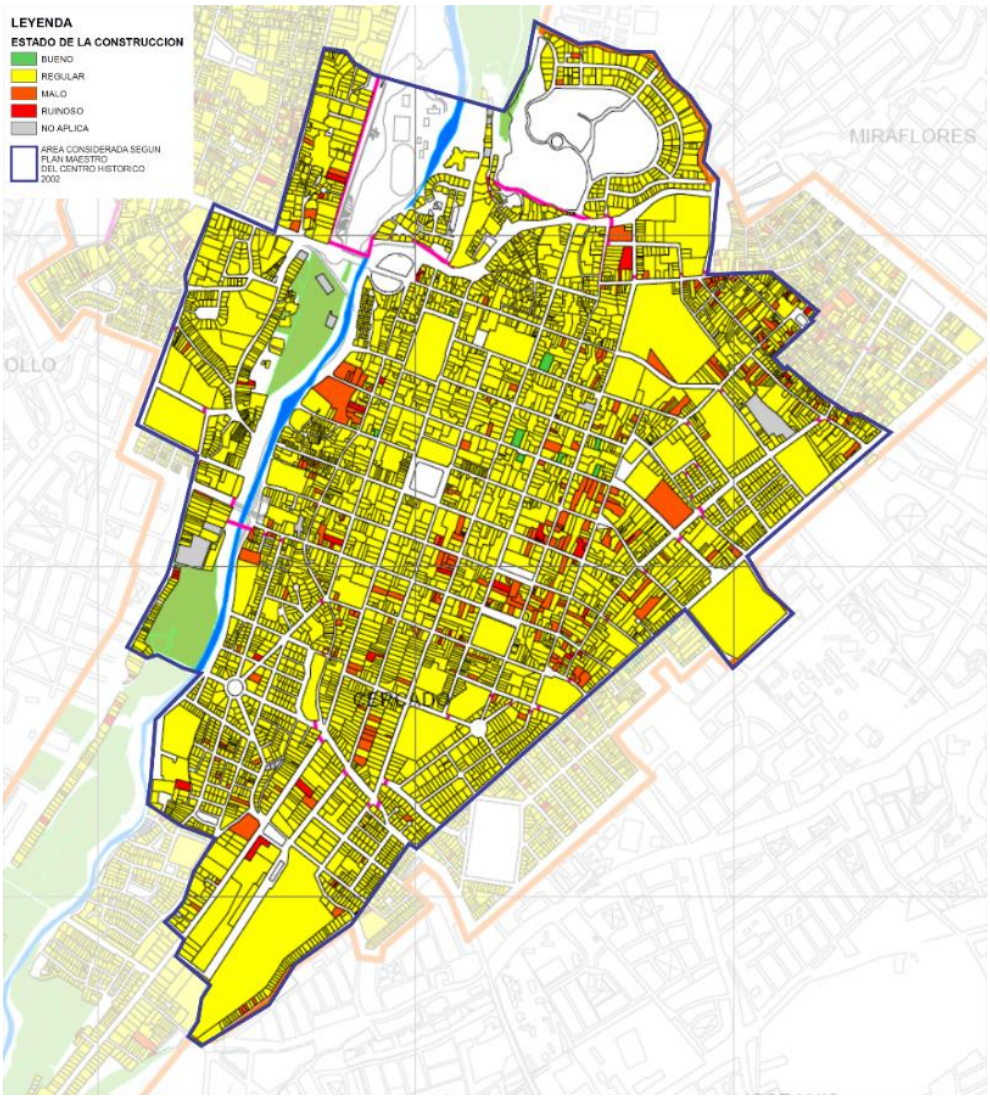
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 250 Estado de edificación en el área de tratamiento*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

*Gráfico 251 Estado de edificación Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**ESPACIOS ABIERTOS Y AREAS VERDES**

Como hemos visto anteriormente Arequipa presenta un deficit en el numero y la distribución de los espacios abiertos y areas verdes (careciendo de un gran parque de nivel metropolitano) los cuales junto al area agricola comprenden el area de compensación ambiental, siendo importante por proveer áreas de recreación y principalmente para contribuir a la captación del CO2, esto no es ajeno al Centro Histórico de Arequipa que cuenta con poca presencia de de espacios publicos (Gráfico 254), siendo los ma relevantes de estos La Plaza de Armas y el parque selva alegre siendo este ultimo la unica presencia significa de un Area verde, situandose en la zona de menor intesidad de actividades del Centro histórico, a su vez debemos considerar que estos espacios son necesario tanto por alta concentración de habitantes que presenta durante el dia y por los altos niveles de emisiones de CO2 debido a la inmensa carga vehicular que soporta. Ademas debemos resaltar una debilidad fundamental, el hecho de ademas de no ser numeroso y en su mayoria de dimensiones modestas, se encuentran enrejados haciendo dificil y en algunos casos imposible su uso por parte de las personas.

En el Area de tratamiento encontramos el mismo patrón, aunque curiosamente enontramos una mayor presencia cuantitativa de estos espacios, es asi que encontramos cinco de estos espacios (Gráfico 253) siendo estos, La Plaza 5 de Agosto, Plaza Romañana, el parque lineal en Victor Lira, Parque Duhamel  la Plazoleta San Camilo, sin embargo encontramos, la debilidades antes mencionadas tanto a nivel de las dimensiones como de enrejamiento.

Ademas de esto encontramos una debilidad relevante, el hecho de que las areas verdes en estos espaciós se encuentra de forma fragmentada (entorpenciendo el flujo peatonal) y/o con fines meramente decorativos, a excepción de la Plaza 5 de agosto (producto de su rediseño en 2009) lo cual significaria que si bien al quitarles el enrejamiento brindaria mejores condiciones, esto no seria muy relevante, a excepción del Parque Duhamel en el cual la mayor parte es de area verde (incluso con caminerias internas), que debido al enrejamiento representa un punto poco deseable por los peatones, por las dimesiones de sus espacios de circulación en el perimetro el cual en el lado colindate al convento de Santo Domingo lo hace poco visible y subutilizado a pesa de contar con una dimesión amplia de 2.5 ml .

De igual se cuenta con vias arborizadas en la Av.Jorge Chavez y en la Calle Mercaderes (producto de su peatonalización en 2009), las cuales resultan insuficientes, sin embargo dada



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

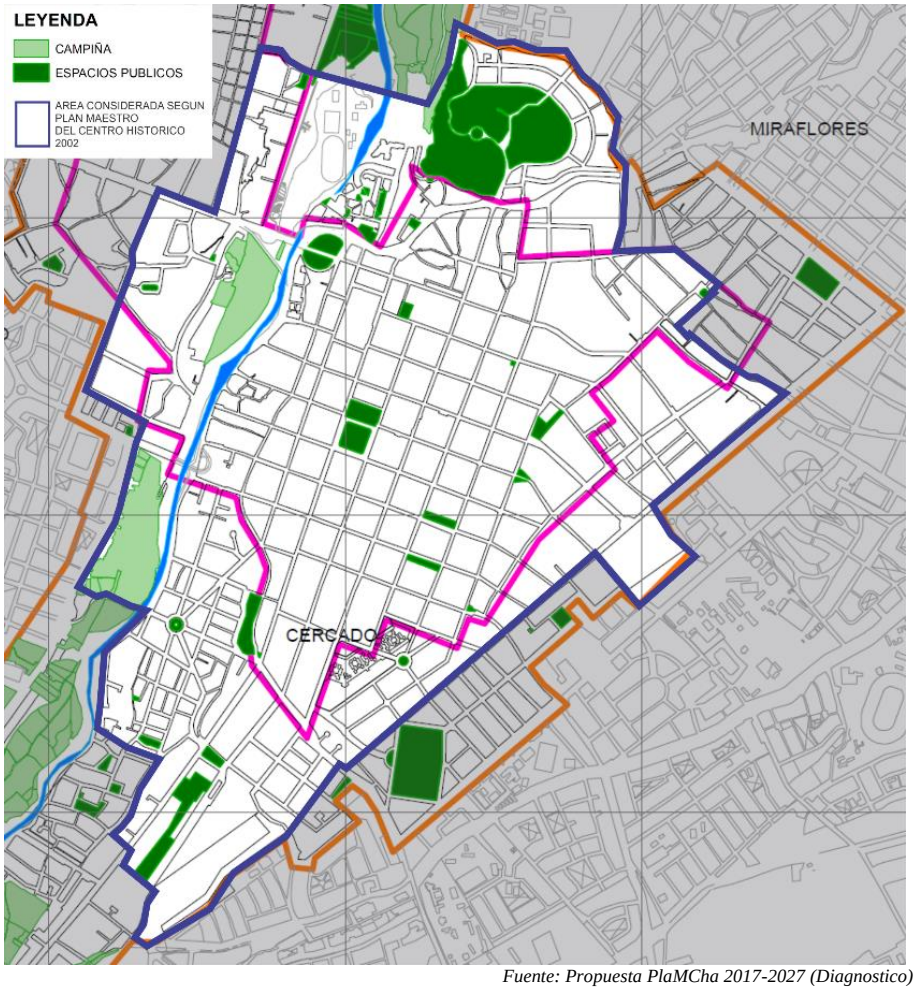
las condiciones intangiblidad del centro histporica la iniciativa de la calle mercaderes representa una oportunidad en el mejoramiento para la dotación de estos espacios

*Gráfico 252 Espacios abiertos y áreas verdes en el área de tratamiento*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 253 Espacios abiertos y áreas verdes Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027 (Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 254 Plaza Romaña*



*Gráfico 255 Parque Víctor Lira*



*Gráfico 256 Parque Víctor Lira*



*Se puede apreciar el cercado al filo de la pista y la ausencia de vereda para peatones*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 257 Parque Víctor Lira*



*Gráfico 258Parque Víctor Lira*



*En Ambas Fotos se puede apreciarel encerramientos y estreches de las vias peatonales*

*Gráfico 259 Mercadillo Víctor Lira*



*Se puede apreciar el cercado al filo de la pista y la ausencia de vereda para peatones*

*Gráfico 260 Parque Duhamel*



*Fuente: Tipos (in)Urbanos Wordpress*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 261 Parque Duhamel*



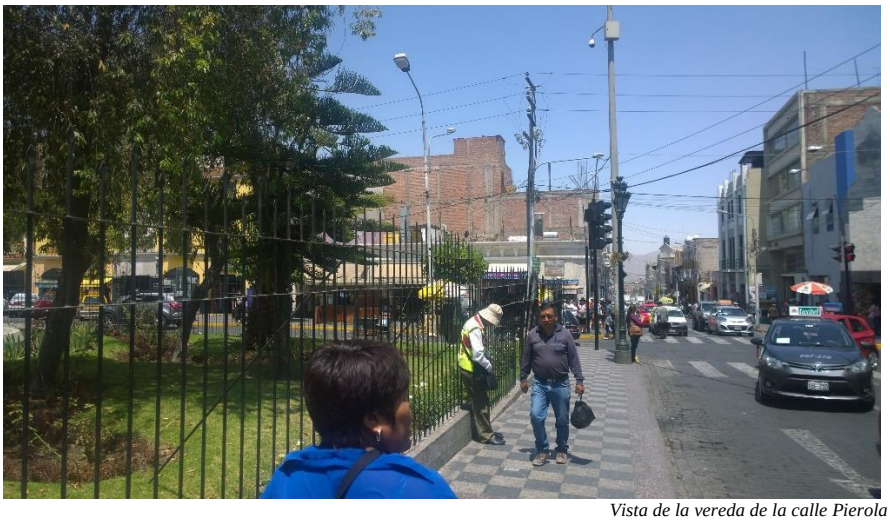
*Se puede apreciar el cercado del parque y la saturación de las veredas*

*Gráfico 262 Parque Duhamel*



*Vista de la vereda colindante al Convento Santo Domingo*

*Gráfico 263 Parque Duhamel*



*Vista de la vereda de la calle Pierola*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 264 Plazoleta San Camilo*



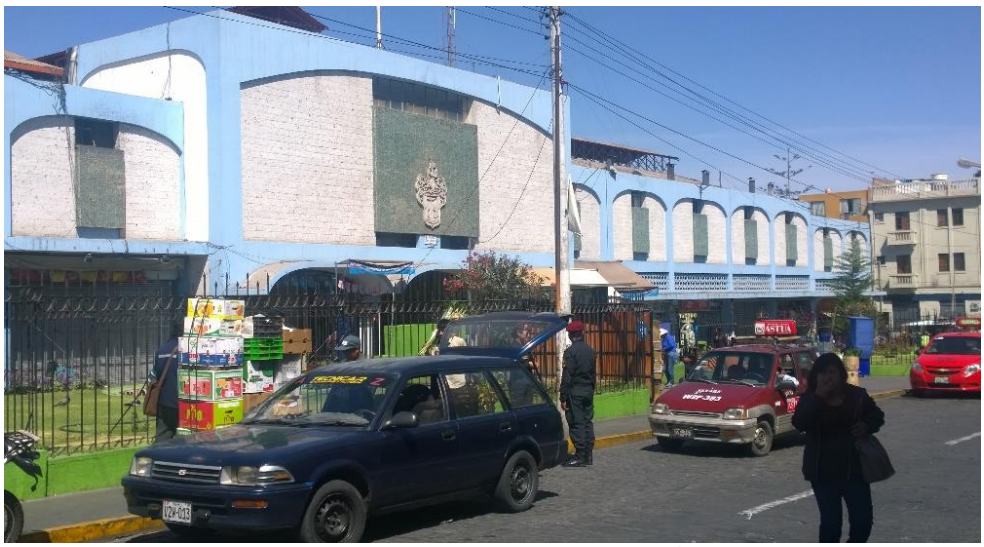
*Fuente: Tipos (in)Urbanos Wordpress*

*Gráfico 265 Plazoleta San Camilo*



*Vista desde la Calle Perú*
*Se puede apreciar el cercado del parque y la saturación de las veredas*

*Gráfico 266 Plazoleta San Camilo*



*Vista de la Calle San Camilo Se aprecia la saturación de las veredas por carga de productos*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 267 Plazoleta San Camilo*




*Se observa la saturación por comercio ambulatorio, carga de productos y flujo peatonal, debido en parte a la estrechez de las vías peatonales productos de los sótanos comerciales*

*Gráfico 268 Calle Mercaderes*



*Gráfico 269 Calle Mercaderes*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 270 Plaza 5 de Agosto*



*Gráfico 271 Av. Jorge Chavez primera cuadra*



*Gráfico 272 Av. Jorge Chávez área de tratamiento*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 5.3 FUNCIONALIDAD URBANA

### INFRAESTRUCTURA

### SERVICIOS DE AGUA, DESAGUE Y ELECTRICIDAD

Los servicios de agua, desague y electrcidad se encuentran totalmente cunbiertos en el Centro Histórico de Arequipa, sin embargo, según informe de la Gerencia del Centro Histórico de Arequipa, la Zona Monumental (siendo esta la zona mas antigua de la ciudad) es la zona con las redes de agua, desague y electricidad mas obsoletas.

Se han realizado trabjos de mejoramiento y renovación de estas redes, mediante los trabajos de rehabilitación y mejoramiento de espaciós publicos, asi como al de renovación de pavimentos aprovechando los mismos para realizar la renovación de redes, realizando las labores de cableado subterraneo y la construcción de una red de drenaje de aguas pluviales (modulo piloto), par recolección de agua pluvial en la zona comprendida entre las calles Ayacucho y San Jose.

De igual forma se han localizado colectore en el Puente Bolognesi, Av La Paz, Av Goyeneche, Av Juan de la Torre y Av. La Marina,

### RECOLECCION DE RESIDUOS

La recolección de residuos en el Centro Histórico de Arequipa se da mediante el Programa de segregación en la fuente y Recolección Selectiva de Residuos Solidos, creada mediante la Ordenanza Municipal 694-2011 y reglametada por Decreto de Alcaldía N° 003-2012. comprende recolección (mediante camion colector municiipal) en vivienda, comercios, empresas, instituciones, voluntariado y un proyecto piloto.

La ruta de recojo se establece por medio de los principales ejes comerciales y empresariales siendo estos las rutas: Mercaderes, San Jose, Santo Domingo y Dean Valdivia, en estas rutas el 65% de los de los comercios se han sumado al programa de segregación de residuos solidos, teniendo como elemento motivador el otorgamiento de la certificación ambiental local ESAR (Reconocimiento a las Empresas Social y Ambientalmente Responsables con la Gestión de Residuos Solidos).

Como parte de este prgrama apatri de 2012 se complemeta la recolección por camión municipal , con la recolección por motos colectoras (inicialmente 3 actualmente 30 en circulación) las cuales trasladan los desechos al camion colector municipal.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Pese a todo esto si bien se ha mejorado la recoleción de reiduos solidos en Centro Histórico esta resulta inficiente debido a que en el sector que genera mayor porcetaje de desechos se da el comercio de manera no especializada y en algunos casos informal, los cuales no estan sumados a dicho programa.

De igual manera una de las deficiencias es que en dichas zonas no se cuenta con el equipamiento adecuado para la recolección de basura (tachos de basura) a excepcioón de la Plaza de Armas y la Calle Mercaderes en la que se ha situado tachos diferenciados. Esto debido en parte a que en estos estan enrejado y no se tiene acceso a ellos y en otro las areas verdes se encentran enrejadas dejando un area util escasa en el cual no seria posible la instalación de tachos sin entorpecer el flujo peatonal.

En el Area de tratamiento, se ubica este gran porcentaje de comercio(se ubica tambien el mayor porcentaje de comercios de todo el CentroHistórico), siendo el mayor generador de residuos el Mercado San Camilo y los comercios aledaños (solo el mercado genera 10 toneladas de basura al dia) si bien esta zona es recorrida por camion colector y se han realizado inicitivas como la colocación de un contenedor colector en la esquina de las Calles Pierola y alto de la Luna y una dotación de 30 cilindro en el mercado, estos se encuentran rapidamente desbordados al no contar con la infraestructura necesaria en sus instalaciónes para una adecuada carga y descarga y abastecimiento  ni de recolecciónde residuos lo cual no permite un manejo adecuado de los mismos, generando que durante todo el dia (al verse desbordados en pocas horas) se encuentre la presencia de basura a la intemperie de forma masiva)  sobre  por lo que podemos concluir que este , lo cual ademas de generar problemas de detrior tanto fisico como ambiental, la convierten en un foco de infecciónes.

Por lo que podemos concluir que el manejo y sistema de recolección de residuos en nuestra area de tramainto es alarmantemente deficiente.

**USOS DE SUELO Y DENSIDAD**

**USO**

En Centro Histórico de Arequipa existe una mixtura de usos de los predios que van desde lo residencial hasta el industrial, haciendo un total de 12 usos (contando el de otros el cual por el tipo y cantidad no puede ser cuantificados de forma unitaria) siendo los mas predominantes los usos residencial, comercial, y de equipamientos urbanos (Salud, Educación, Cultura Gestión) (Fig. 1), remarcando que la mayor concentración de



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

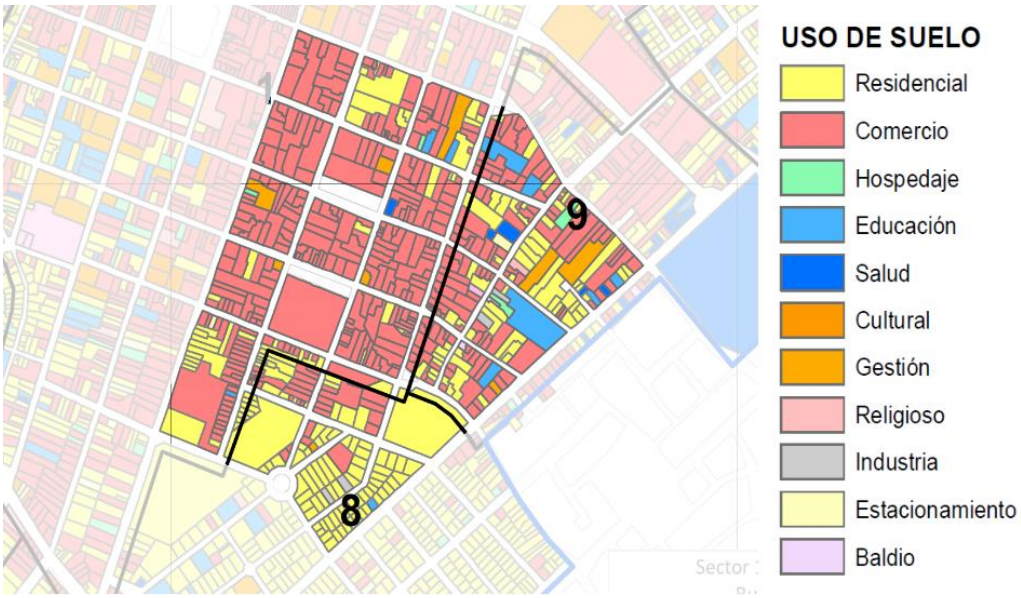
equipamientos urbanos de toda Arequipa se da en el Centro Histórico, generando la serie de problemas que se vierón a lo largo de todo el documento.

La mayor concentación del uso residencial se da en la zona perifierica del Centro Historico, ubicada principalmente en las zonas de San Lázaro, Selva Alegre, La Recoleta, Vallecito, Cuarto Centenario, Orrantia, Buen Retiro, Barrio Obrero y El Solar, las cuales están experimentando la introducción del uso comercial (hoteles, hostales y restaurantes en su mayoria), mientras que en la zona central (Damero Fundacional) esta es minima predominando el uso comercial, que en su mayoria es de tipo especializado a excepción del sector del Mercado San Camilo en el cual se da la mayor concentración comercial.

En el Area de Tratamiento el uso predominante de los predios es el comercial (Gráfico 274.), el uso residencial tiene una presencia casi nula (por el desplazamiento de este por parte del uso comercial) en terminos cuantitativos, aunque debemos resaltar la presencia del conjunto habitacional Nicolas de Pierola.

La actividad comercial es intensa y se da a apartir de la presencia del Mercado San Camilo, siendo casi en su totalidad de tipo no especializado, con presencia de algunas galerias y de ferias o mercadillos, de igual forma este tipo de ocupación a generando la presencia masiva del comercio ambulatorio informal, lo cual en su conjunto a generado el deterioro de toda la zona y una tensión entre esta zona y el resto de Centro Histórico.

*Gráfico 273 Usos de suelo en area de tratamiento*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

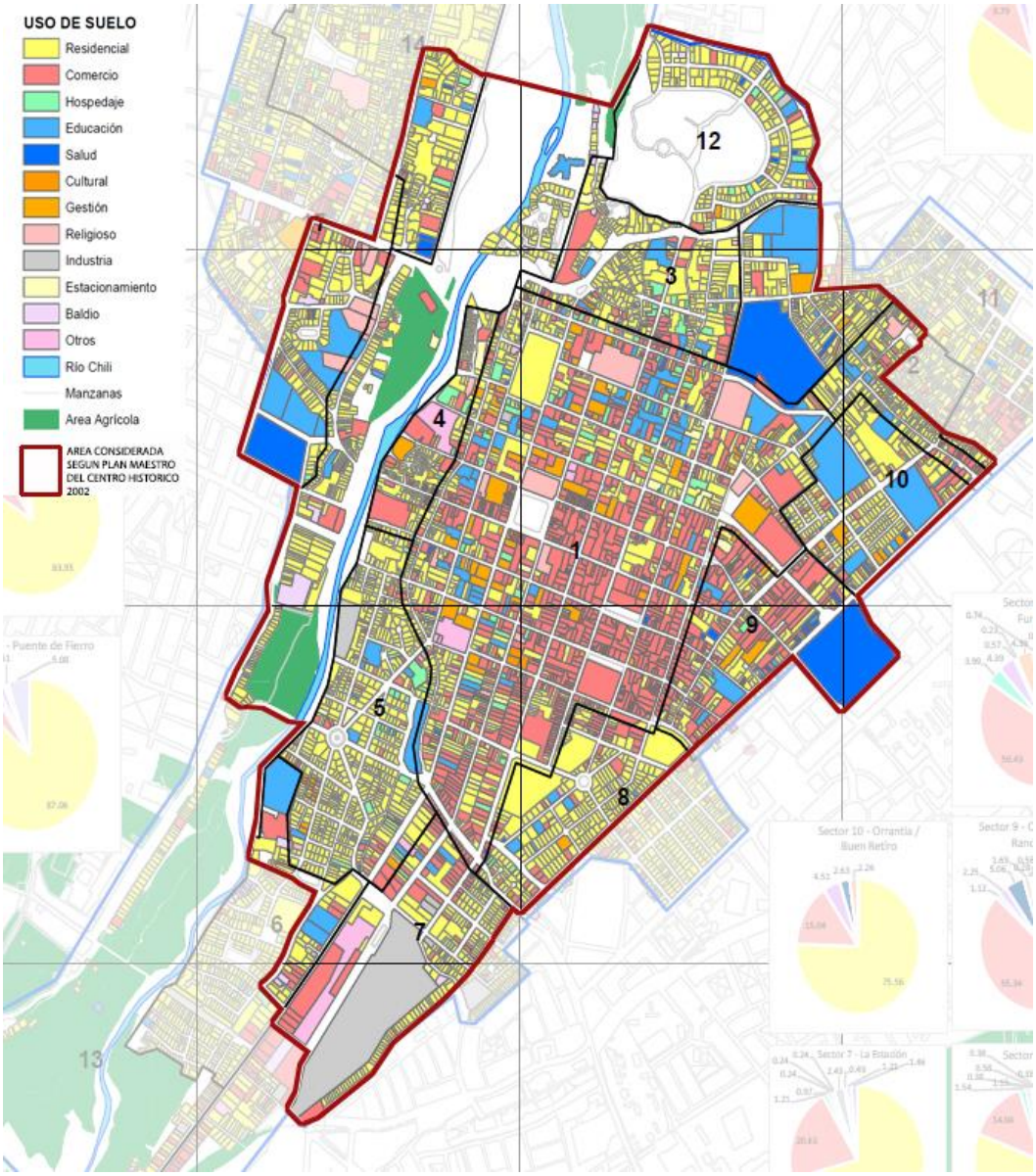


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 274 Usos de suelo Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027 (Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

**TENENCIA**

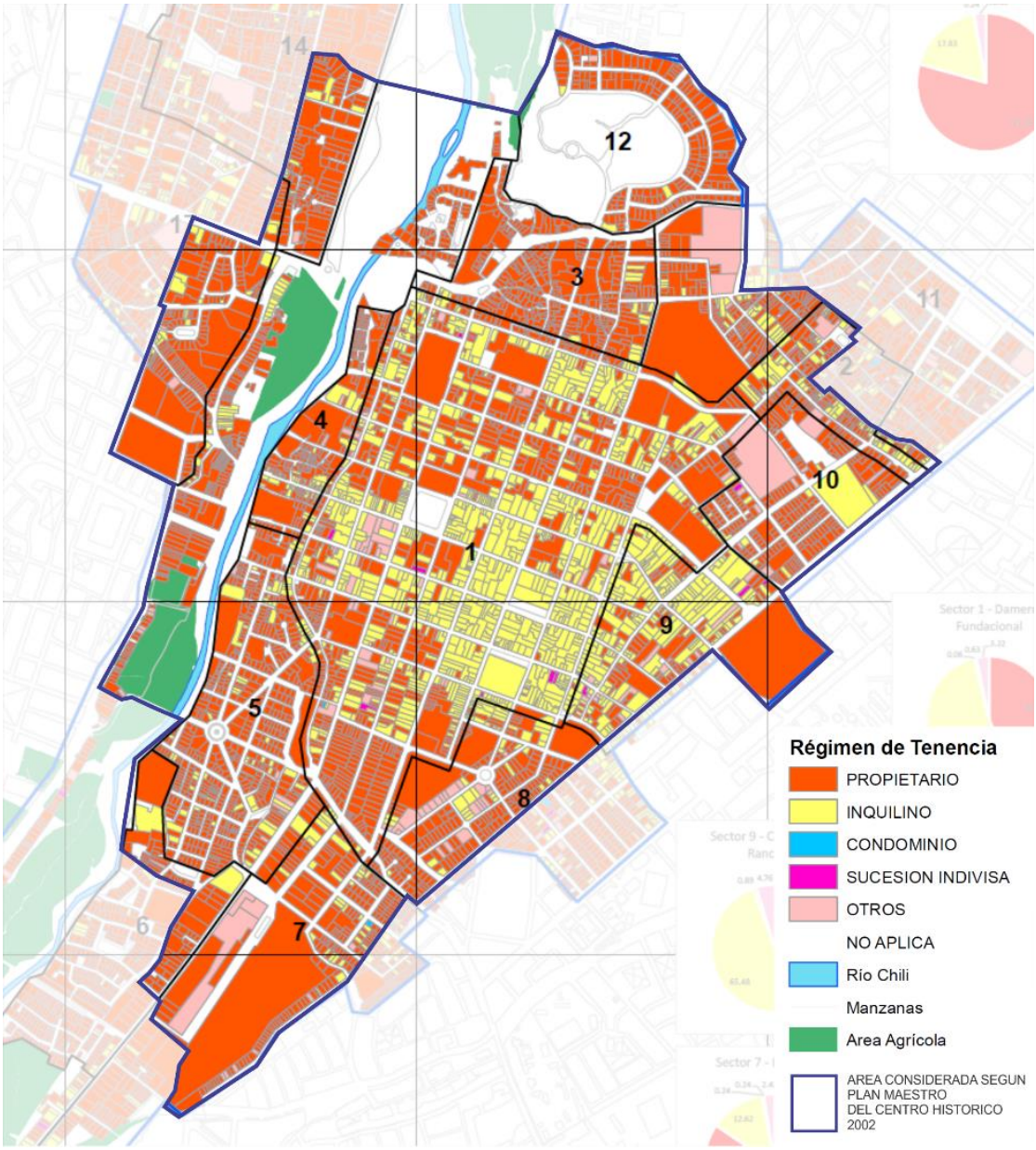
En cuanto al regimen de tenencia En el Centro Histórico de Arequipa existen cinco categorias siendo estas las de propietario, inquilino, condominio, sucesion individual y otros (Gráfico 276), siendo mayoritaria la tenencia por ropietarios e inquilinos, la primera tiene su mayor concentración en la zona periferica, mientras que la segunda en la Zona monumental, seguidos por la categoria de otros, y con una presencia minima de la tenencia por condominio y sucesion individual con presencia en once y dos predios respectivamente.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 275 Régimen de tenencia Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027 (Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

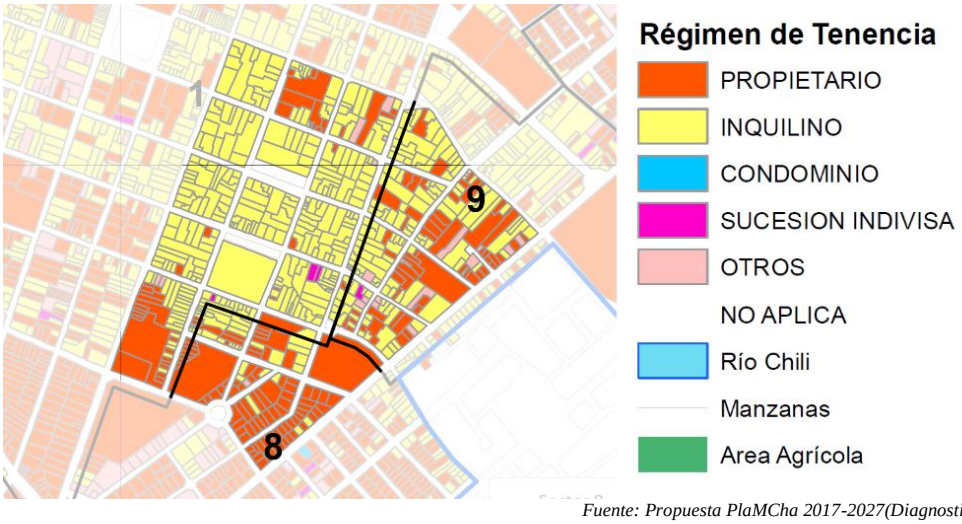
En el Area de Tratamiento la predominancia de la tenecia (Gráfico 277)es por inquilinos, probabemente por ser en el uso comercial el dominante,cabe resaltar que si bien el Mercado San Camilo figura como tenecia por inquilinos según sus registro el 26% de los puestos comerciales cuentan con propietario, esta categoria es seguida de la tenencia por propietarios, con presencia de residencia mayoritariamente por el Conjunto Habitacional Nicolas de Pierola y una minima presencia de la tenencia por sucesión indivisa y otros con 4 y 17 predios respectivamente, la presencia de tenencia por condominio es nula.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 276 Régimen de tenencia en el área de tratamiento*



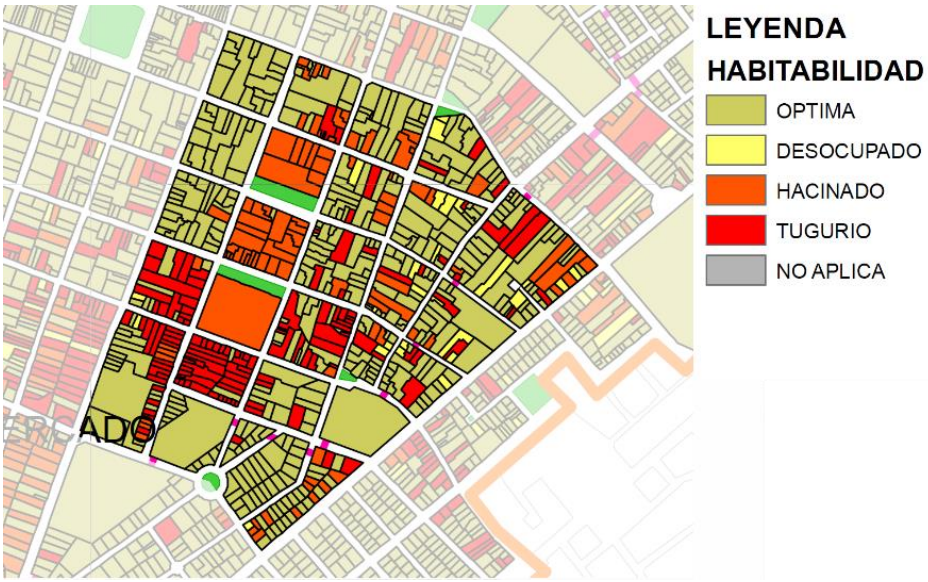

*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

## DENSIDAD Y HABITABILIDAD

Los niveles de habitabilidad por la densidad en la ocupación de los predios en el Centro Historico presenta categorias (Gráfico 278) siendo estas las de optima, desocupado, hacinado, tugurio y no aplica, siendo predominante la categoria de optima, cabe resaltar que la habitabilidad en el centro historico es mayoritariamente comercial.

Esta categoria es seguida por las de hacinado y tugurio, teniendo su concentración mayoritariamente en la zona delMercado San Camilo y arededores del Conjunto Habitacional Nicolas de Pierola.

*Gráfico 277 Habitabilidad en el Centro Historico*



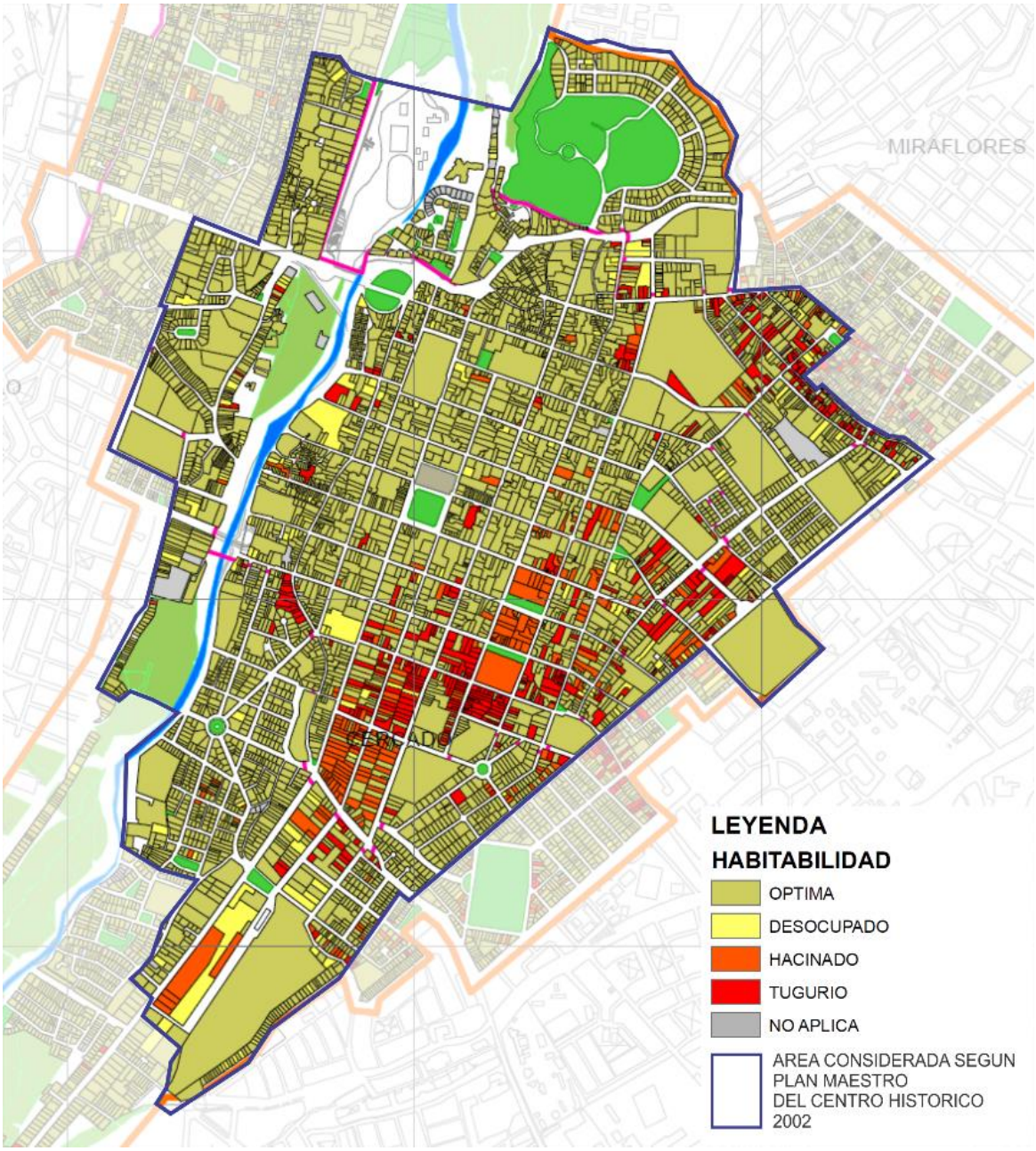

*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 278 Habitabilidad Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027 (Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

En el area de tratamiento encontramos una mayor concentración el los niveles de habitabilidad optima, sin embargo encontramos una gran presencia de los niveles hacinado y tugurio, teniendo su concentración casi por completo en las inmediaciones del Mercado San Camilo y en las manzanas parelalas a en el, por donde se dan los mayores flujos comerciales (Gráfico 279). Debemos resaltar que el mercado San camilo presenta altos grados de hacinamiento en sus instalaciones, con 961 puestos comerciales, lentre los cuales se encuentran en su mayoria en el patio central, y en menora medida en los pabellones laterales, estos presentan algunos problemas de dimensionamiento y localización, siendo en algunos sobredimensionados, para la actividad que realizan y en otros casos



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

subdimensionados, siendo las esquinas las princpales con el problema de sobredimensionamiento de igual forma los corredores a excepción del central , presentan dimesiones minimas que sumado a la actividad de los puestos agravan este problema, al igual que la falta de un sistema de carga y descarga para el abastecimiento y de depositos adecuados que se realizas ocupando el area de circulación.

## 5.4 MOVILIDAD URBANA

### INFRAESTRUCTURA VIAL Y FLUJO VEHICULAR

Como se vio en los estudios previos la estructura vial del Centro Histórico tiene una estrucutura propia dada por el Plan Maestro de Centro Historico (Gráfico 280), adicionando un tipo de via propio, tomando como base la clasificación de vias del Plan Director AQPlan 21 el cual fue respetado por el PDAM Arequipa 2016-2025, es asi que tenemos:

- Anillo Vial: Es el primer anillo vial establecido en el PDM Arequipa 2016-2025 comprendidas por la Avenida La Marina, Malecón Vallecito, vía paralela a la Av. Parra, Venezuela, Progreso, Arequipa y Juan de la Torre.
- Vias Arteriales: Comprendidas por la Av. Ejército, Av. Parra - Alfonso Ugarte, Av. Salaverry - Av. Alcides Carrión y Av. Mariscal Castilla.
- Vías Colectoras: Comprendidas por la Av. Jorge Chavez, Av. Goyeneche, Av. Independencia, Av. Abelardo Quiñones, Av. V. A. Belaúnde, Av. Trinidad Morán, Av. Cayma, Av. Enmel, Av. R. Palma y la salida a Umacollo por el puente San Martín.
- Vías preferenciales locales: Comprendidas por las calles Jerusalén - San Juan de Dios, Bolívar-Sucre, Ayacucho-Puente Grau, La Paz, San Agustín- Mercaderes, San José-Moral, y Prolongación Salaverry. De ls caulaes se diferencian la Calle mercaderes como via peatonal y la calle Bolivar-Sucre como via peatonal con transito vehicular restringido.
    - Vías Locales: comprenden el resto de vias corendidas en el Centro Histórico.

En el Area de Tratamiento encontramos: (Gráfico 281)

- Vía Colectora: Avenida Jorge Chavez
- Vías Preferenciales Locales: Calle Mercaderes, Calle San Juan de Dios.
- Vías Locales: Calles Santo Domingo, Dean valdivia, San Camilo, Alto de la Luna, Dos de Mayo, Garcí Carbajal, Calle Nueva, Pizarro, Perú, Pierola, Leticia, Quinta Romaña.

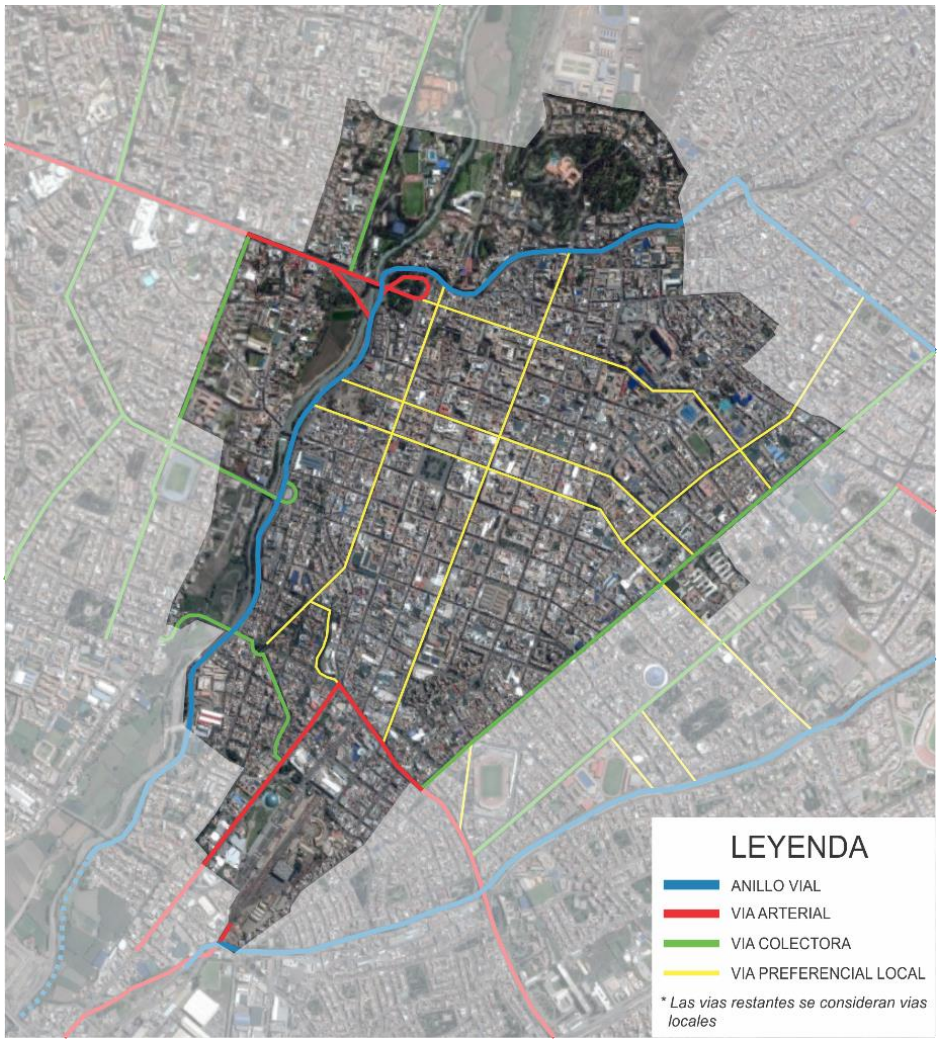


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

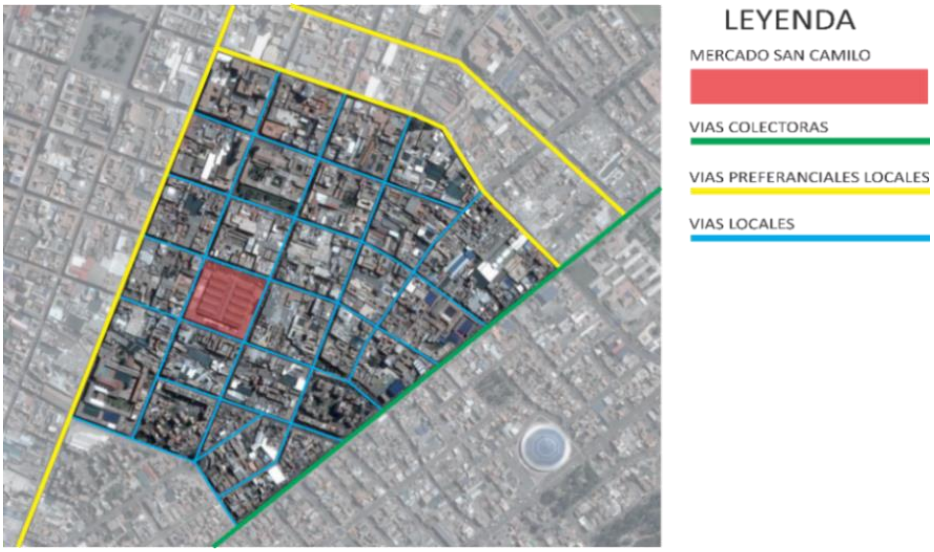
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 279 Sistema vial Centro Historico*




*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico 2002*
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 280 Sistema vial en el área de tratamiento*




*Fuente: Plan Maestro del Centro Histórico 2002*
*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

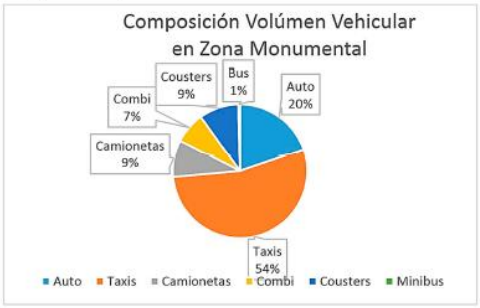
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

De igual forma como se dijo en los estudios previos, la estructura monocentrica de Arequipa concentrando la mayor parte de equipamientos publicos en el Centro histórico produce que este sea un destino recurrente entre los habitantes de la ciudad, recibiendo la mayor carga de flujo vehicular en la ciudad, siendo prioritarimente de tranporte privado (taxi) en todas sus modalidades (Grafico n° 86), recibiendo una diversidad de flujos que van desde el moderado (100-199 Veh/Hora) hasta el molesto (400+ Veh/Hora)(Fig.4), es asi que se evidencia como un lugar de transito casi obligado por las rutas de transporte publico, las cuales atraviensan el centro histórico por distintos trayectos (Fig.5), siendo los principales los de las calles Ayacucho, Puente Grau, Villalba, Cruz Verde, Sucre y las Avenidas Jorge Chavez-Goyeneche, Parra, Salaverry y La Marina-Juan de la Torre.

Con respecto al Area de Tratamiento en esta se encuentran cuatro vias albergando los recorridos de transporte público, siendo la principal (por la jerarquia vial y el flujo) el de la Av. Jorge Chavez, completan las vias mencionadas las calles 2 de Mayo (quinta cuadra), Leticia (primera y segunda cuadra) y Garci Carbajal.

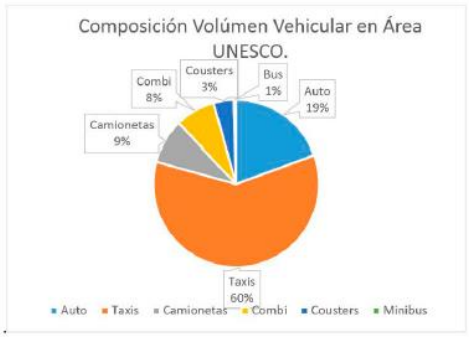
*Gráfico 281 Tipo de transporte en el Centro Histórico*

**Figura 15: Composición Volumen Vehicular en Zona Monumental.**



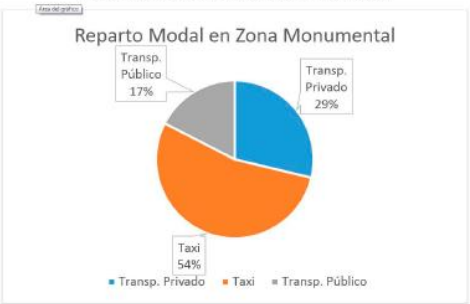

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 16: Composición volumen vehicular en Área UNESCO.**



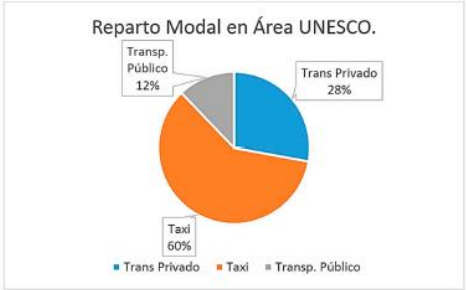

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 17: Reparto Modal en Zona Monumental**




*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 18: Reparto Modal en Área UNESCO.**




*Fuente: Elaboración propia*

*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*

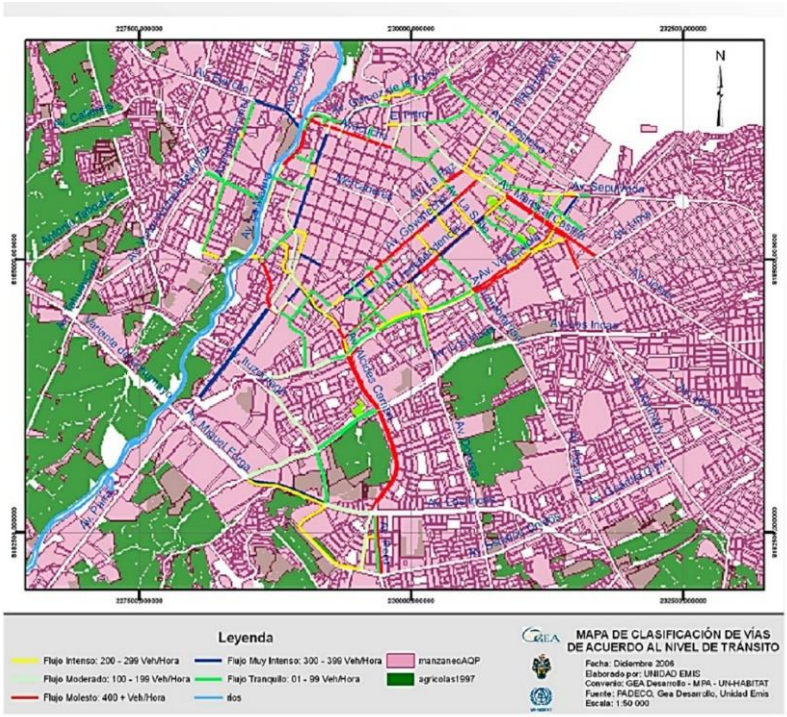


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

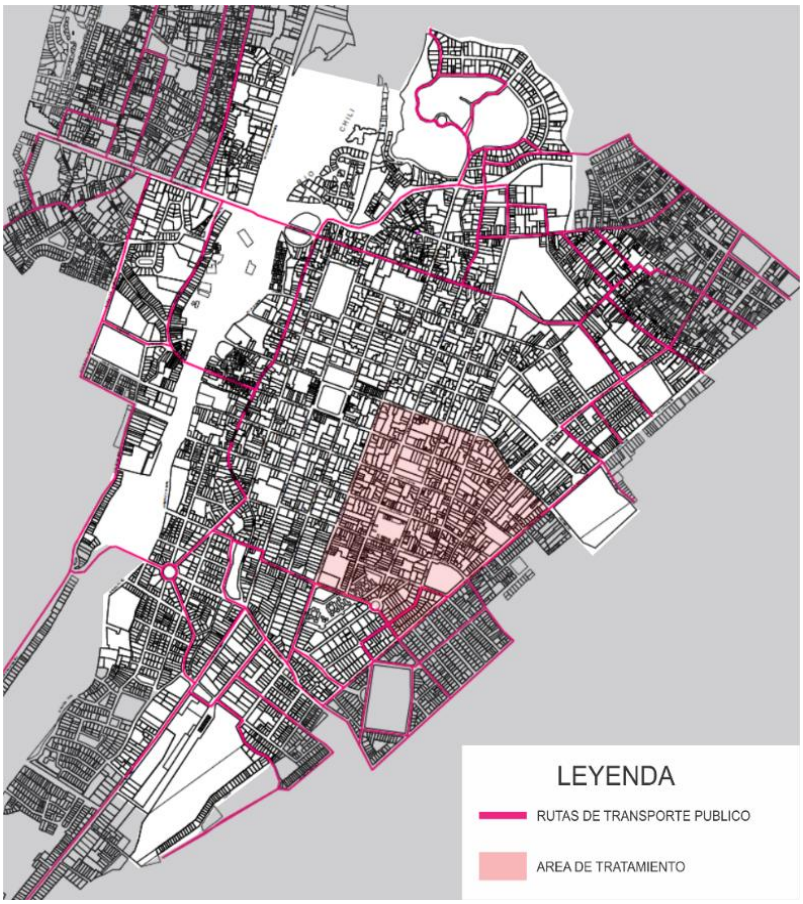
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 282 Cargas viales de transporte publico Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*

*Gráfico 283 Rutas de transporte publico Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*



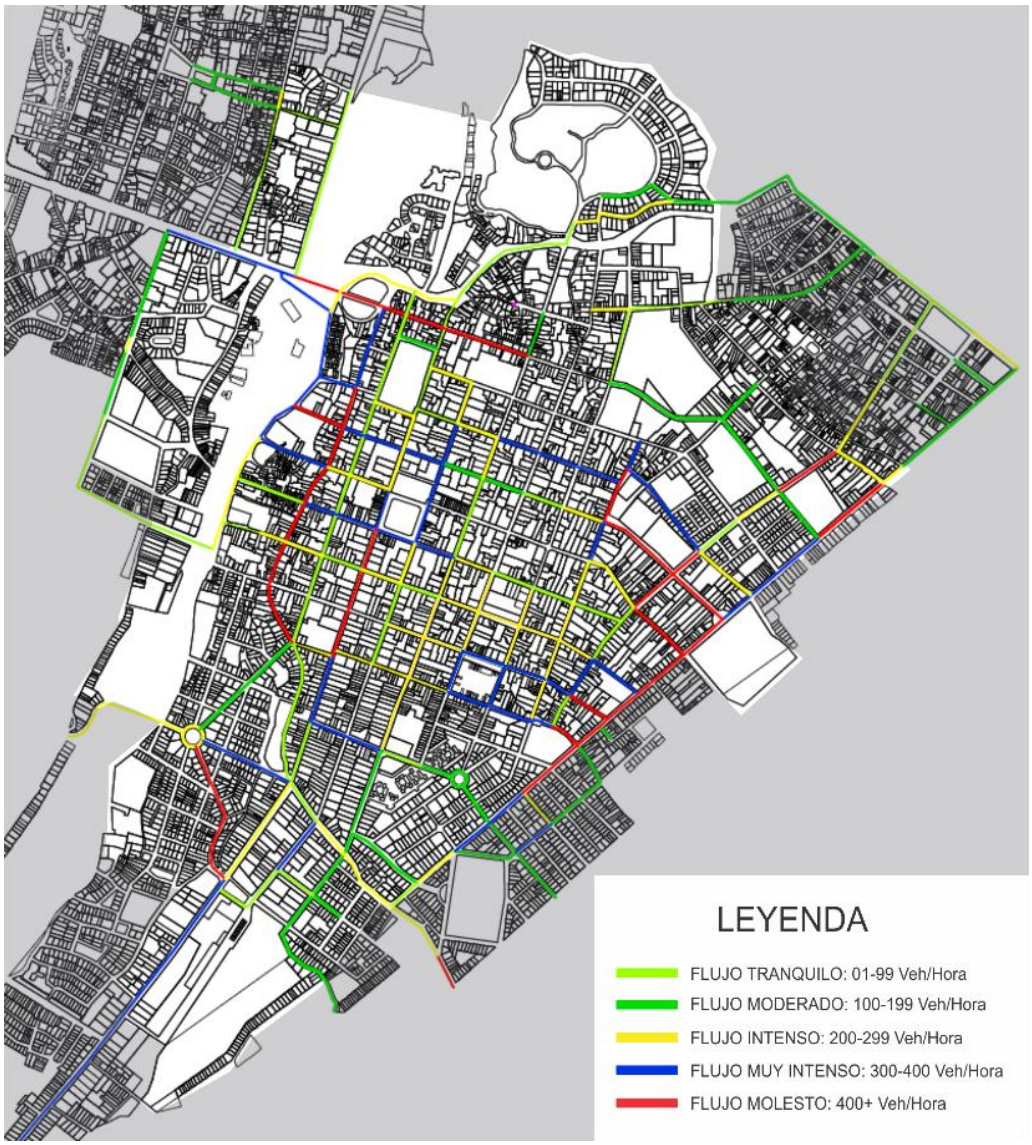
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Adicionalmente al flujo vehicular producto de las rutas de transporte publico en centro histórica recibe flujo vehicular masivo por oarte del transporte privado (taxis) y el particular es asi que tenemos los siguientes flujos(Gráfico 285).

*Gráfico 284 Flujo vehicular Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico) / Estudio De Vialidad Urbana Para El Expediente Técnico Del Proyecto De La Plaza Mayor Y Calles Adyacentes Principales En El Distrito De Arequipa, Provincia De Arequipa – Arequipa Reporte Final Septiembre 2016*
*Elaboración: Propia*

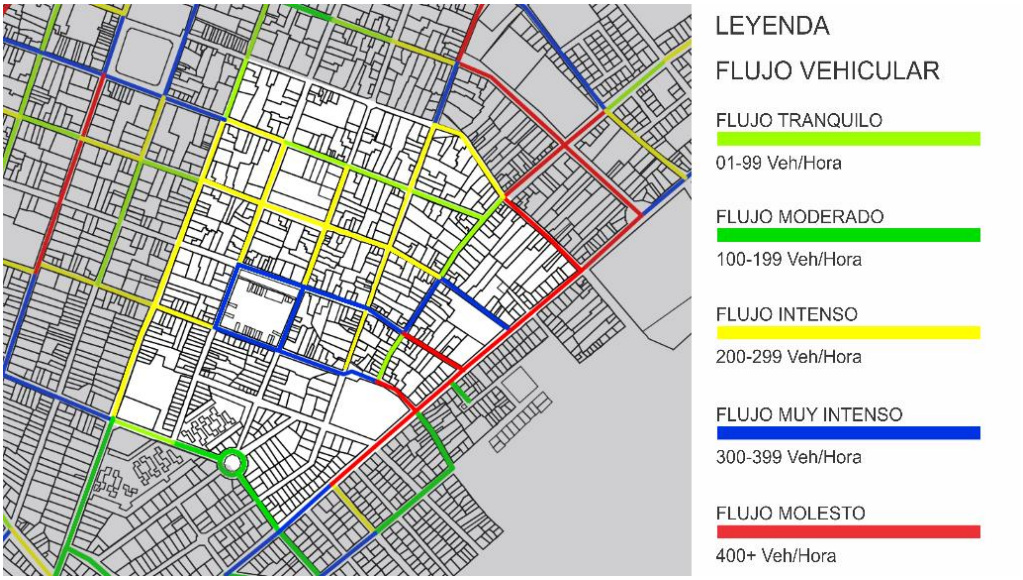
Es asi que en nuestra zona de tratamiento se encuentra todo el espectro de flujos comerciales establecidos, siendo mayoritarios dlos de mas altos, conccentrandose las categorias Flujo Molesto en la Av. Jorge Chavez, Flujo Muy Intenso en los alrededores de Mercado San Camilo, Flujo intenso en los alrededores del Parque Duhamel, y Calle San Juan de Dios, Flujo moderado en la Calle Garci Cabajal y Flujo Tranquilo en la calle Santo Domingo (Gráfico 286).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 285 Flujo vehicular en el área de tratamiento*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico) / Estudio De Vialidad Urbana Para El Expediente Técnico Del Proyecto De La Plaza Mayor Y Calles Adyacentes Principales En El Distrito De Arequipa, Provincia De Arequipa – Arequipa Reporte Final Septiembre 2016*
*Elaboración: Propia*

Esta concentración de flujos mayoritariamente altos sumado a las caracteristicas fisicas de las vias ha hecho que en muchos casos, estas queden desbordadas por el mismo (incluso en la Av. Jorge Chavez), veremos sus caracteristicas a continuación.

**AV. JORGE CHAVEZ (Via Colectora)**

Cuenta con una sección vial de 17.50 ml. con veredas de 1.80 ml. en su lado izquierdo y 3.00 ml. en el derecho dejando una pista de 12.70ml., soporta una carga vehicular de 400 a mas vehiculos/Hora, siendo esta mayoritariamente de transporte publico seguido del transporte privado (taxis) y particular.

*Gráfico 286 Sección vial Av. Jorge Chávez*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**CALLE SAN JUAN DE DIOS (Via Local)**

Cuenta con una sección vial de 14.20 ml. con veredas de 1.50 ml. dejando una pista de 11.20 ml., soporta una carga vehicular de 200 a 299 vehiculos/hora, siendo esta mayoritariamente de transporte privado (taxis) y particular, no cuenta con presencia de transporte publico.

*Gráfico 287 Sección vial Calle San Juan de Dios*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Elaboración: Propia*

**CALLE OCTAVIO MUÑOZ NAJAR (Via Preferencial Local)**

Cuenta con una sección vial de 8.50 ml. Con veredas de 1.25 ml., dejando una pista de 6.00 ml. soporta una carga vehicular de 200 a 299 vehiculos/hora, en su primera cuadra y de 400 a mas vehiculos/hora en la segunda, siendo esta mayoritariamente de transporte privado (taxis) y particular, no cuenta con presencia de vehiculos de transporte publico.

*Gráfico 288 Sección vial Calle Octavio Muñoz Najar*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**CALLE SANTO DOMINGO (Via Local)**

Cuenta con una sección vial variable, siendo en las cuadras 1,2 y 3 de 10.50 ml. Con veredas de 1.25 ml dejando una pista de 8.00 ml y en la cuadra 4 de 9.50 ml con veredas de 1.00ml dejando una pista de 7.50 ml, soporta una carga vehicular de 200 a 299 vehiculos/hora, en su primera cuadra y de 100 a 199 vehiculos/hora en la segunda tercera y cuarta, siendo estas mayoritariamente de transporte privado (taxis) y particular, no cuenta con presencia de vehiculos de transporte publico.

*Gráfico 289 Secciones Viales Calle Santo Domingo*







*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**CALLE DEAN VALDIVIA (Via Local)**

Cuenta con una sección vial variable, siendo en las cuadras 1,2 y 3 de 10.50 ml. Con veredas de 1.25 ml dejando una pista de 8.00 ml y en las cuadras 4 y 5 de 6.50 ml con veredas de 1.00ml dejando una pista de 4.50 ml, soporta una carga vehicular de 300 a 399 vehiculos/hora, en su quinta cuadra y de 200 a 299 vehiculos/hora en la primera, segunda, tercera y cuarta, siendo estas mayoritariamente de transporte privado (taxis) y particular, no cuenta con presencia de vehiculos de transporte publico.

*Gráfico 290 Secciones viales Calle Dean Valdivia*







*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

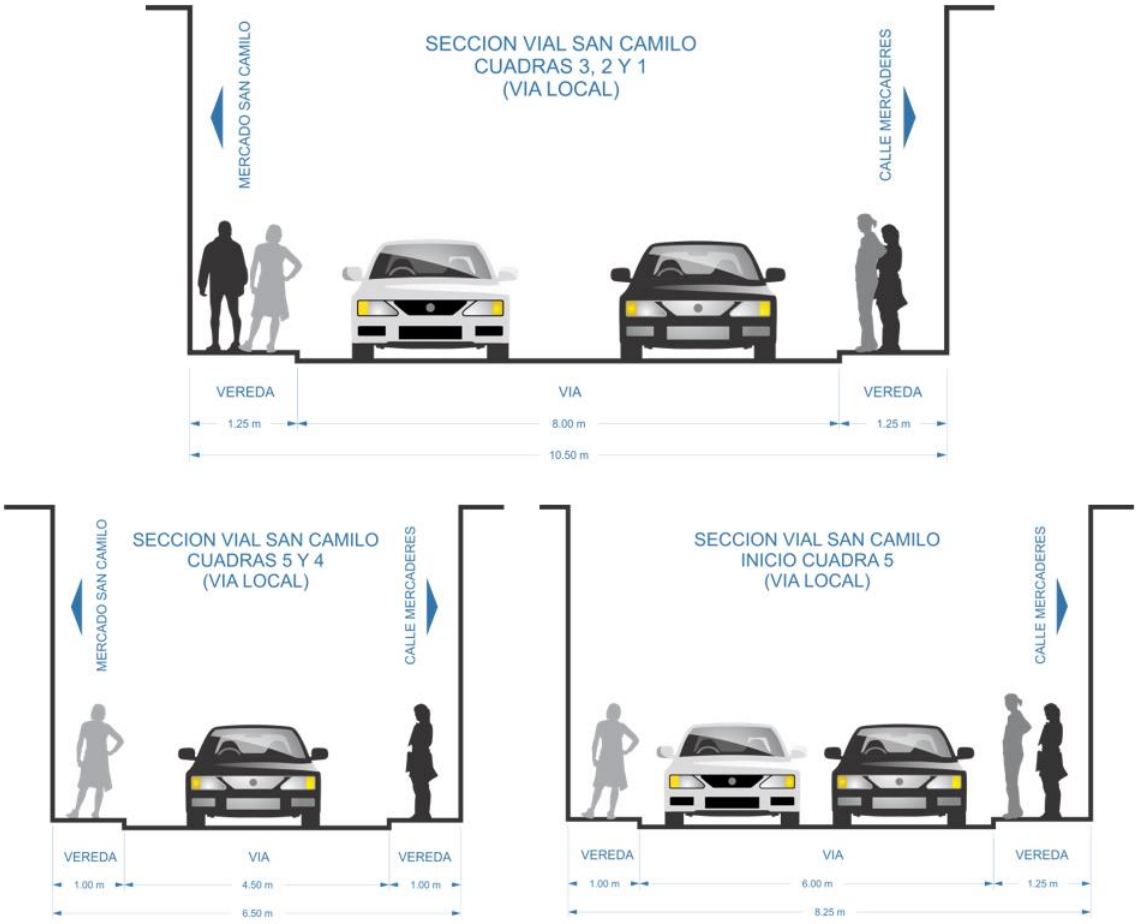
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**CALLE SAN CAMILO (Via Local)**

Cuenta con una sección vial variable, siendo en las cuadras 1,2 y 3 de 10.50 ml. Con veredas de 1.25 ml dejando una pista de 8.00 ml y en las cuadras 4 y 5 de 6.50 ml con veredas de 1.00ml dejando una pista de 4.50 ml.

*Gráfico 291 Secciones viales Calle San Camilo*




*Elaboración: Propia*

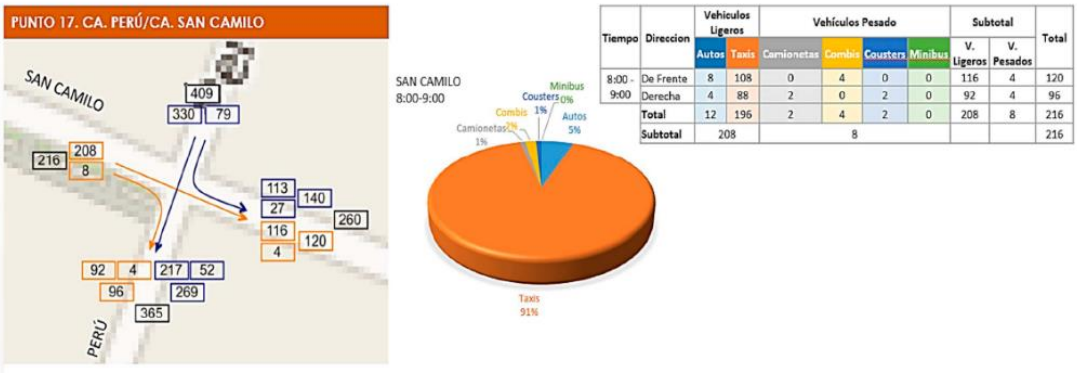
En la quinta cuadra se presenta una variación (desembocadura Av. Jorge Chavez) con una sección de 8.25 ml, veredas de 1.00 ml en su lado izquierdo y 1.25 ml en el derecho, dejando una pista de 6.00 ml, soporta una carga vehicular de 400 a mas vehiculos/hora, en su quinta cuadra y de 300 a 399 vehiculos/hora en la, segunda, tercera y cuarta, siendo estas mayoritariamente de transporte particular y privado (taxis), siendo masiva esta ultima en la segunda y tercera cuadra (Grafico n° 293) no cuenta con presencia de vehiculos de transporte publico.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 292 Transporte predominante calle San Camilo*



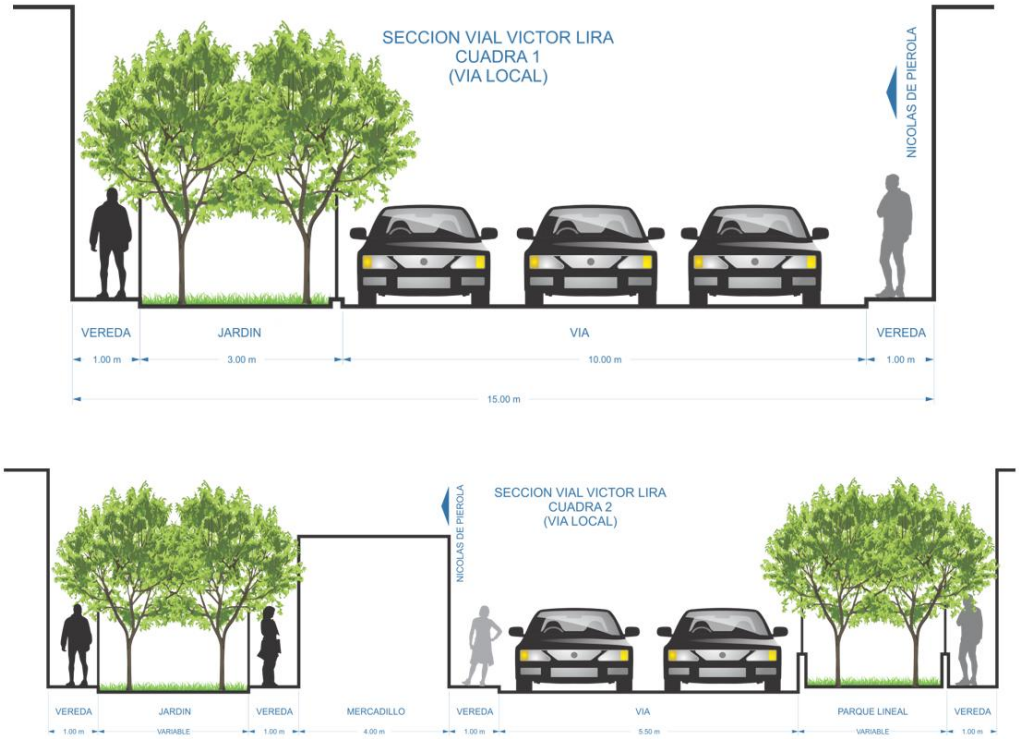

| Tiempo | Direccion | Vehiculos Ligeros | | Vehículos Pesado | | | | Subtotal | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Autos | Taxis | Camionetas | Combis | Coasters | Minibus | V. Ligeros | V. Pesados | |
| 8:00 - 9:00 | De Frente | 8 | 108 | 0 | 4 | 0 | 0 | 116 | 4 | 120 |
| | Derecha | 4 | 88 | 2 | 0 | 2 | 0 | 92 | 4 | 96 |
| | Total | 12 | 196 | 2 | 4 | 2 | 0 | 208 | 8 | 216 |
| | Subtotal | 208 | | 8 | | | | | | 216 |

*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*

## CALLE VICTOR LIRA (Via Local)

Cuenta con una sección vial no constante, siendo en la primera cuadra variable por la presencia del parque lineal (pequeño y cercado) y el jardin, ya que ambos se van ensanchando, cuenta con veredas de 1.00ml , en el lado izquierdo cuenta con la presencia de tres veredas, entre los cuales se ubican el jardin y un mercadillo de 4ml de ancho, en lado derecho no presenta vereda sobre la pistala cual es de 5.50 ml y en su segunda cuadra con una sección de 14.50 ml., con la presencia de un jardin (cercado) de 4.50 ml al lado izquierdo, y una vereda de 1m al lado derecho dejando una pista de 8.00 ml, no soporta mayor flujo vehicular siendo eminentemente de transporte privado (taxi) y particular en menor medida.

*Gráfico 293 Secciones viales Calle Víctor Lira*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**CALLE ALTO DE LA LUNA (Via Local)**

Cuenta con una sección vial de 10.50 ml. Con veredas de 1.25 ml., dejando una pista de 8.00 ml. soporta una carga vehicular de 300 a 399 vehiculos/hora, siendo esta mayoritariamente de transporte privado (taxis) y particular, tambien cuenta con la presencia de transporte de carga ligero(recuerrente) por la presencia del Mercado San Camilo y los comercios aledaños, los cuales hacen uso de la pista para su parqueo y la descarga de prouctos, no cuenta con presencia de vehiculos de transporte publico.

*Gráfico 294 Sección vial Calle Alto de la Luna*




*Elaboración: Propia*

**CALLE DOS DE MAYO (Via Local)**

Cuenta con una sección vial de 13.60 ml. Con veredas de 1.00 ml., dejando una pista de 11.60 ml., no soporta una mayor carga vehicular siendo esta mayoritariamente de transporte privado (taxis) y particular, tambien cuenta con la presencia de transporte de carga ligero(recuerrente) por la presencia del mercadillo Tiendas la Grande en la calle pierola (con la que se corta) y los comercios aledaños, los cuales hacen uso de la pista para su parqueo y la descarga de productos, cuenta con la presencia de vehiculos de transporte publico en la quinta cuadra, la cual continua su recorrido en la Calle Leticia.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 295 Sección vial Calle 2 de Mayo*




*Elaboración: Propia*

**CALLE GARCI CARBAJAL (Via Local)**

Cuenta con una sección vial de 10.50 ml. Con veredas de 1.25 ml., dejando una pista de 8.00 ml. soporta una carga vehicular de 100 a 199 vehiculos/hora en su tercera y cuarta cuadra y de 01 a 99 vehiculos/hora en su segunda cuadra, siendo esta de transporte privado (taxis), particular y de transporte publico, las cuales conectan directamente con las calles San Juan de Dios, Leticia y la Av. Jorge Chavez.

*Gráfico 296 Sección vial Calle Garci Carbajal*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**CALLE LETICIA (Via Local)**

Cuenta con una sección vial de 8.50 ml. Con veredas de 1.00 ml., dejando una pista de 6.50 ml. no soporta mayor carga vehicular siendo esta de transporte particular y de transporte público transporte privado (taxis) en menor medida, cuenta con la presencia ocasional de transporte de carga como parte de la ruta a los comercios de la calle 2 de mayo y de la zona del Mercado San Camilo.

*Gráfico 297 Sección vial Calle Leticia*

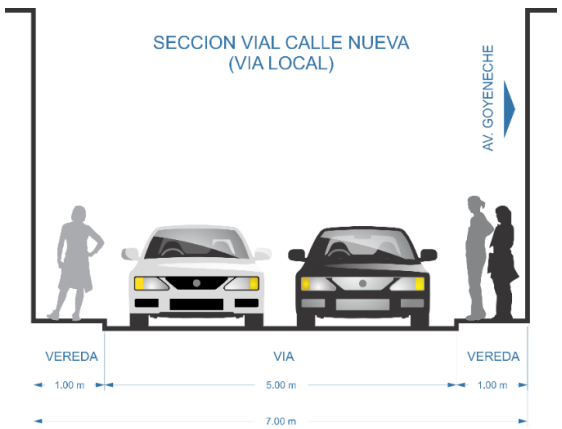



*Elaboración: Propia*

**CALLE CALLE NUEVA (Via Local)**

Cuenta con una sección vial de 7.00 ml. Con veredas de 1.00 ml., dejando una pista de 5.00 ml. soporta una carga vehicular de 01 a 99 vehiculos/hora en su primera, segunda y cuarta cuadra y de 300 a 399 vehiculos/hora en su tercera cuadra siendo esta de transporte particular y de transporte publico transporte privado (taxis) en menor medida, cuenta con la presencia recurrente de transporte de carga como parte de la ruta a los comercios de la Calle 2 de mayo, Santo Domingo, la zona del Mercado San Camilo, Octavio Muñoz Najar y la Av. Siglo XX.

*Gráfico 298 Sección vial Calle Calle Nueva*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**CALLES PIZARRO, PERU, PIEROLA (Vias Locales)**

Estas calles cuentan con una sección vial típica de 10.50 ml. Con veredas de 1.50 ml., dejando una pista de 7.50 ml. soportando las siguientes cargas vehiculares.

**CALLE PIZARRO**

Soporta una carga vehicular de 200 a 299 vehiculos/hora siendo esta de transporte particular y transporte privado (taxis), cuenta con la presencia recurrente de transporte de carga como parte por la presencia masiva de comercios en la calle y por forma parte de la ruta a los comercios de la Calle 2 de mayo, Santo Domingo y la zona del Mercado San Camilo.

**CALLES PERU Y PIEROLA**

Soportan una carga vehicular de 200 a 299 vehiculos/hora en la segunda y tercera cuadra y de 300 a 399 vehiculos/hora en la cuarta cuadra siendo esta de transporte particular y publico transporte privado (taxis), cuenta con la presencia recurrente de transporte de carga ligera por la presencia de los comercios en ambas calles, resaltando en el caso de la calle Pierola el supermercado El Super.

En la cuarta cuadra de ambas se observa una presencia masiva del transporte Privado(taxis) por sobre el transporte particular (Grafico n° 301), de igual forma se observa la presencia recurrente del transporte de carga ligera por la intensa actividad comercial del Mercado San Camilo y los comercios aledaños, los cuales usan la pista para el parqueo y descarga de mercaderia, de igual forma se observa la presencia masiva del comercio informal ambulatorio que hace uso de la pista, veredas y la Plazoleta San Camilo.

*Gráfico 299 Sección vial típica*




*Elaboración: Propia*

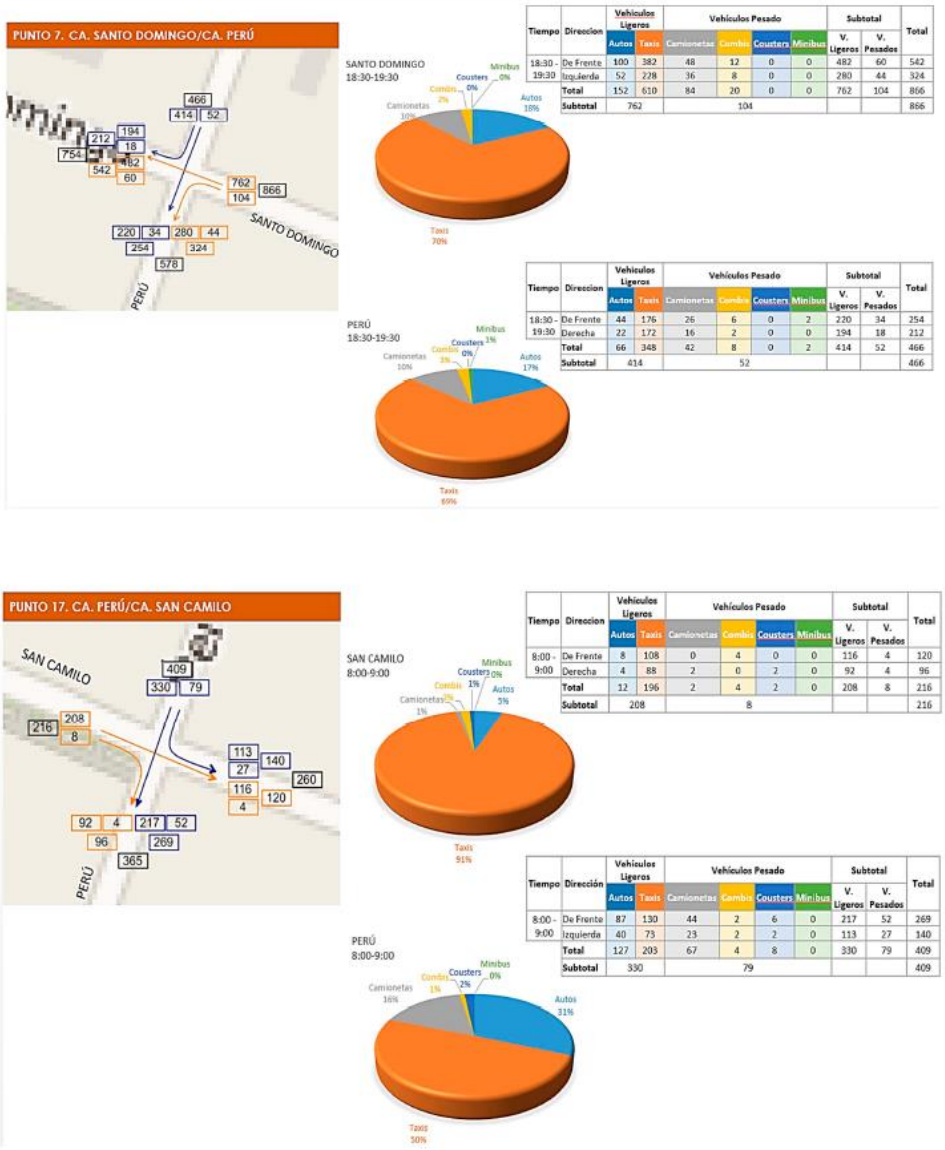


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 300 Tipo de transporte predominante*




| Tiempo | Direccion | Vehículos Ligeros | | Vehículos Pesado | | | | Subtotal | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Autos | Taxis | Camionetas | Combis | Cousters | Minibus | V. Ligeros | V. Pesados | |
| 18:30 - 19:30 | De Frente | 100 | 382 | 48 | 12 | 0 | 0 | 482 | 60 | 542 |
| | Izquierda | 52 | 228 | 36 | 8 | 0 | 0 | 280 | 44 | 324 |
| | Total | 152 | 610 | 84 | 20 | 0 | 0 | 762 | 104 | 866 |
| | Subtotal | 762 | | 104 | | | | | | 866 |

| Tiempo | Direccion | Vehículos Ligeros | | Vehículos Pesado | | | | Subtotal | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Autos | Taxis | Camionetas | Combis | Cousters | Minibus | V. Ligeros | V. Pesados | |
| 18:30 - 19:30 | De Frente | 44 | 176 | 26 | 6 | 0 | 2 | 220 | 34 | 254 |
| | Derecha | 22 | 172 | 16 | 2 | 0 | 0 | 194 | 18 | 212 |
| | Total | 66 | 348 | 42 | 8 | 0 | 2 | 414 | 52 | 466 |
| | Subtotal | 414 | | 52 | | | | | | 466 |

| Tiempo | Direccion | Vehículos Ligeros | | Vehículos Pesado | | | | Subtotal | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Autos | Taxis | Camionetas | Combis | Cousters | Minibus | V. Ligeros | V. Pesados | |
| 8:00 - 9:00 | De Frente | 8 | 108 | 0 | 4 | 0 | 0 | 116 | 4 | 120 |
| | Derecha | 4 | 88 | 2 | 0 | 2 | 0 | 92 | 4 | 96 |
| | Total | 12 | 196 | 2 | 4 | 2 | 0 | 208 | 8 | 216 |
| | Subtotal | 208 | | 8 | | | | | | 216 |

| Tiempo | Dirección | Vehículos Ligeros | | Vehículos Pesado | | | | Subtotal | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Autos | Taxis | Camionetas | Combis | Cousters | Minibus | V. Ligeros | V. Pesados | |
| 8:00 - 9:00 | De Frente | 87 | 130 | 44 | 2 | 6 | 0 | 217 | 52 | 269 |
| | Izquierda | 40 | 73 | 23 | 2 | 2 | 0 | 113 | 27 | 140 |
| | Total | 127 | 203 | 67 | 4 | 8 | 0 | 330 | 79 | 409 |
| | Subtotal | 330 | | 79 | | | | | | 409 |

*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*

**FLUJO PEATONAL**

En cuanto al flujo peatonal, los mayores flujos se concentran en 11 calles (Gráfico 303) siendos estas las calles San Agustin - Mercaderes (primera y segunda cuadra de la primera y la primera, segunda y tercera de la segunda), San Jose (primera cuadra), Santa Marta (primera cuadra), Puente Bolognesi - General Morán, Santo Domingo (primera cuadra de Puente Bolgnesi, primera y segunda cuadra de Santo Domingo), Dean Valdivia (segunda cuadra), Consuelo - San Camilo ( primera y segunda cuadra de la primera, segunda y tercera cuadra de la segunda), Cruz Verde (cuarta cuadra), Sucre (quinta cuadra), La Merced (tercera cuadra), Alvarez Thomas (tercera cuadra), San Juan de Dios – Jerusalen (primera, segunda y cuarta cuadra de la primera, primera, tercera y cuarta cuadra de la segunda), Pierola –



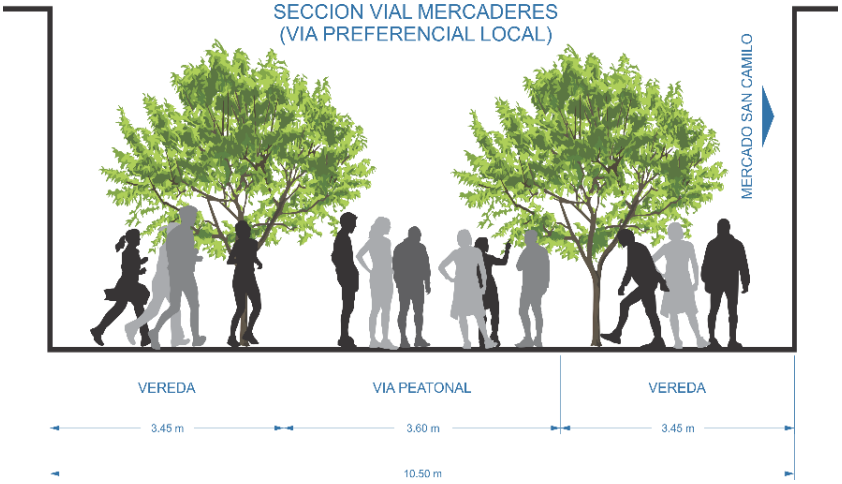
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

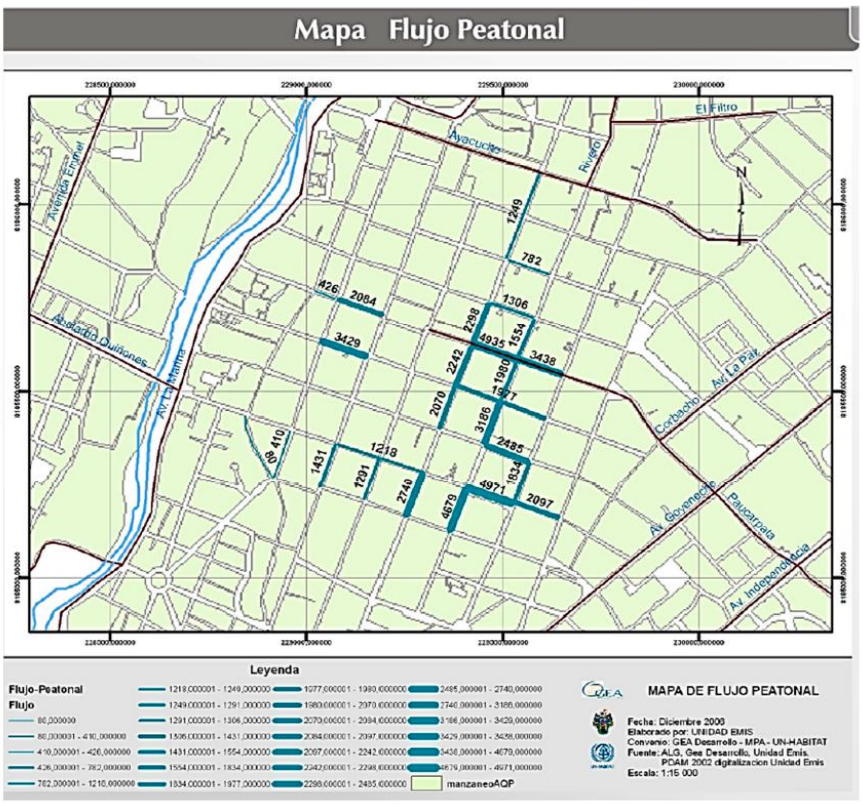
Rivero (primera, segunda y cuarta cuadra de la primera, primera cuadra de la segunda, Perú (tercera cuadra), a nivel vial de estas destacan la Calle Sucre – Bolivar como via petonal compartida (transto vehicular restringido) y la Calle Mercaderes como via peatonal exclusiva, con una sección de 10.50 ml, con caminerias laterales (arboladas) de 3.45 ml y una camineria central de 3.60 ml.

*Gráfico 301 Sección vial Calle Mercaderes*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 302 Flujo peatonal Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico*



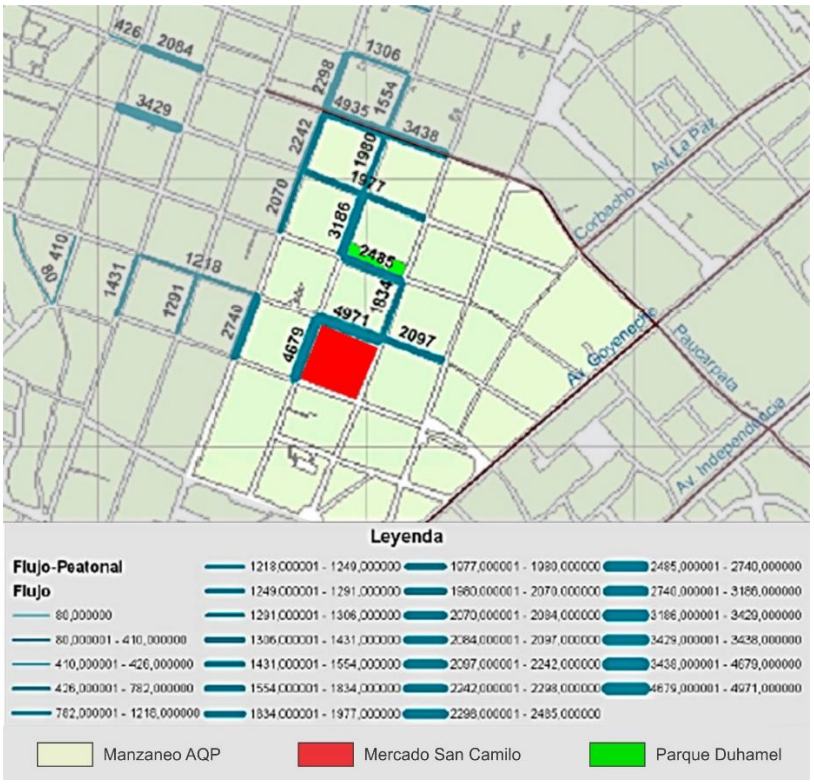
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Los mayores flujos peatonales se encuentran concentrados en nuestra zona de tratamiento (Gráfico 304), principalemente en los alrededores del Parque Duhamel y el Mercado San Camilo, siendo incluso superiores a la Calle Mercaderes, sin embargo como ya se vio a lo largo del estudio estas vias resultan ineficientes debido a diversos factores siendo los principales las dimesiones de las veredas, en als caules tambien se localiza comercio ambulatorio y el enrejamiento de las areas verdes que agravan esta situción tal como se vio en otros puntos del documento.

*Gráfico 303 Flujo peatonal en el área de tratamiento*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*

## 5.5 TIPOLOGIA EDIFICATORIA COMERCIAL

En el estudio para la proyección de un equipamiento comercial es preciso realizar el analisis de las tipologias comerciales existentes a fin de determinar las principales tendencias positivas y negativas del entorno inmediato, mediato y urbano, a fin de poder tomar decisiones que insidiran en la propuesta final, para esto tomaremos como referencia la Calle Mercaderes, la Calle San Juan de Dios y las calles perimetrales del Mercercado San Camilo (Calles San Camilo, Pierola, Peru y Alto de la Luna) debido a que estas concentran los mayores flujos comerciales del Centro Histórico de Arequipa, asi como de nuestra Area de Tratamiento, de igual forma al ser el Mercado San Camilo la mayor polaridad comercial de



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

la centralidad urbana Centro Histórico (siendo esta la unica centralidad de la ciudad), se realizara un breve analisis de los nuevos fromatos comerciales de impacto urbano que se han constituido en las principales polaridades comerciales a nivel urbano.

**ENTORNO MEDIATO E INMEDIATO**

**CALLE SAN MERCADERES**

Existe una mixtura de construcciones contemporaneas y de casonas antiguas, en las cuales el uso predominante es el comercial con presencias de galerias comerciales y tiendas, restaurantes, panaderias etc, estas actividades s se presentan con altos grados de especialización al igual que sus niveles de habitabilidad,

**CALLE SAN JUAN DE DIOS**

Existe una mixtura de construcciones contemporaneas y de casonas antiguas, en las cuales se asientan mercadillos y tiendas de productos de importanción, ropa, tecnologia, ferreterias, productos escolares, restaurantes, panaderias etc, existe la presencia tanto de la venta al menudeo como de venta mayorista, esta presecia es masiva y con altos grdos de deterior a partir de su cuarta cuada, y se va suavizando conforme se acerca a la calle mercaderes, existe una mixtura del comercio especializado (en su mayoria bajo nivel con exceciones puntuales con alta especialización) y del no especializado, pero ambos se dan en bajas condiciones de habitabilidad debido a las limitaciones de su infraestructura la cual no esta preparada para el volumen comercial que soporta.

**CALLE PIEROLA, PERU, ALTO DE LA LUNA**

Se observa el mismo patrón de la calle San Juan de dios, adicionalmente a los comercios en la interscción de la Calle Piero con San Camilo cuenta con la presencia de una entidad financiera, en estas calles se muestra la presencia masiva de mercadillos de bajao nivel de epecialización, siendo en la calle Pierola tanto de ventas al mayoreo y menudeo y una variedad de productos, en la Calle Perú es de ventas de ropa en su mayoria, y en la Calle Alto de la Luna, de venta de comestibles, semillas, y ferreterias. Todos estosmcon bajos niveles de habitabilidad y altos grados de deterioro.

En las calles Pierola y Perú a partir de su tercera cuadra, al igual que en la Calle San Juan de Dios, se van suavizando los niveles de habitabilidad, especialización y deterioro conforme se aproxima a la Calle Mercaderes, con presencia mayoritari de sastrerias y restaurantes. En la Calle Peru Peru por el Contrario se repite un mismo patrón en su toda su extensión.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

En todas estas calles debido a la cantidad de comercio el volumen comercail y los niveles de especialización , los comerciantes hacen uso de las pistas y veredas tanto para la venta (venta y exposición de productos), como para la carga y descarga de los mismo, debido a que estas no cuentan con la infraestructura necesaria para su abastecimiento.

* El patron de las calles Pierola y Perú se repite en la Calle Pizarro, mostrando como diferenciación que esta calle si muestra grados de especialización (variados) siendo dedicada en su mayoria para electronica pero mostrando los mismos problemas de las calles mencionadas

**CALLE SAN CAMILO**

En esta Calle se observa una mayor presencia de las edificaciones contemporaneas frente a las casonas, de las calles circundantes al mercado San Camilo esta es la que presenta mejores condiciones de habitabilidad (sin llegar a ser altos) y de especialización (sin llegar a ser altos salvo casos puntuales) tambien presenta una menor presencia de comercios en comparación conlas calles Pierola, Perú y alto de la Luna, cuenta con la presencia de una entidad financiera.

Al igual que en Las Calle Pierola, Perú, y alto de la Luna en esta calle los comerciantes hacen uso de la pistas y veredeas para la carga y descarga de productor, usando en su mayoria la veredade la Plazoleta San Camilo.

En su prolongación hacia la calle Pizarro se intensifica la presencia de galerias y mercadillos con bajo nivel de especializacion y alto volumen comercial los cuales presentan los mismos problemas de las Calles Pierola, Perú y Alto de la Luna. En su prolongación hacia la calles San Juan de Dios el volumen comercial se muestar un menor volumen comercial y la presencia de galerias con un mayor grado de especialización (si llegar a ser altos) y de locales de artesanos (figuras religiosas)

En las calles Pierola y Perú a partir de su tercera cuadra, al igual que en la Calle San Juan de Dios, se va suavizando los niveles de habitabilidad, especialización y deterioro conforme se aproxima a la Calle Mercaderes, cobrando una mayor presecia los comercios dedicados a la sastreria y de restaurantes. En la Calle Peru Peru por el Contraria se repite el mismo patrón en su toda su extensión.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**A NIVEL URBANO**

Se tomaran como referencia cuatro casos los cuales se encuentran completamente consolidados consolidados, al ser los mas exitosos y/o de mayor impacto a nivel urbano.

**REAL PLAZA AREQUIPA**

Ubicado en el distrito de Cayma, en la Av. El Ejercito, en el predio del antiguo Colegio Sophianum de los Sagrados Corazones. Comenzo sus operaciones el año 2007, cuenta con un area arrendable de 25,000 m2, contando en su programa cuenta con 2 tiendas anclas, Oeschle y Plaza Vea, y 100 tiendas, adicionalmente cuenta con dos franquicias que si bien no son tiendas podrian ser consideradas como "actividades ancla" por el grado de atracción y el flujo de visitas que generan, Bodytech y Cine Planet. Los cuales estan distribuido en forma lineal desde la parte media hasta la parte final del centro comercial.

Cuenta con un sotano donde su ubican los estacionamientos para clientes complementado con una zona de estacionamientos en el primer nivel y en el techo del food court con una capacidad para 500 vehiculos y los estacionamientos para carga y descarga en el sotano para el abastecimiento de los comercios, dos niveles en la parte frontal y tres en el fondo .

En el primer nivel se ubica la plaza de acceso con diversas tiendas, continuando por el pasillo lateral se ubica Plaza Vea y la girando hacia la derecha la zona de bancos, en el segundo nivel sobre la plaza central se ubican tiendas y el acceso a Oeschle, continuando por el pasillo hacia el fondo se ubica el segundo patio, food court, en el tercer nivel se ubican Bodytech, la discoteca Aura y las salas de cine, inicia sus operaciones de las 10:00 am. Hasta las 10:00pm, en el caso de la discoteca Aura esta se encuentra en funcionamiento hasta las 3:00am.

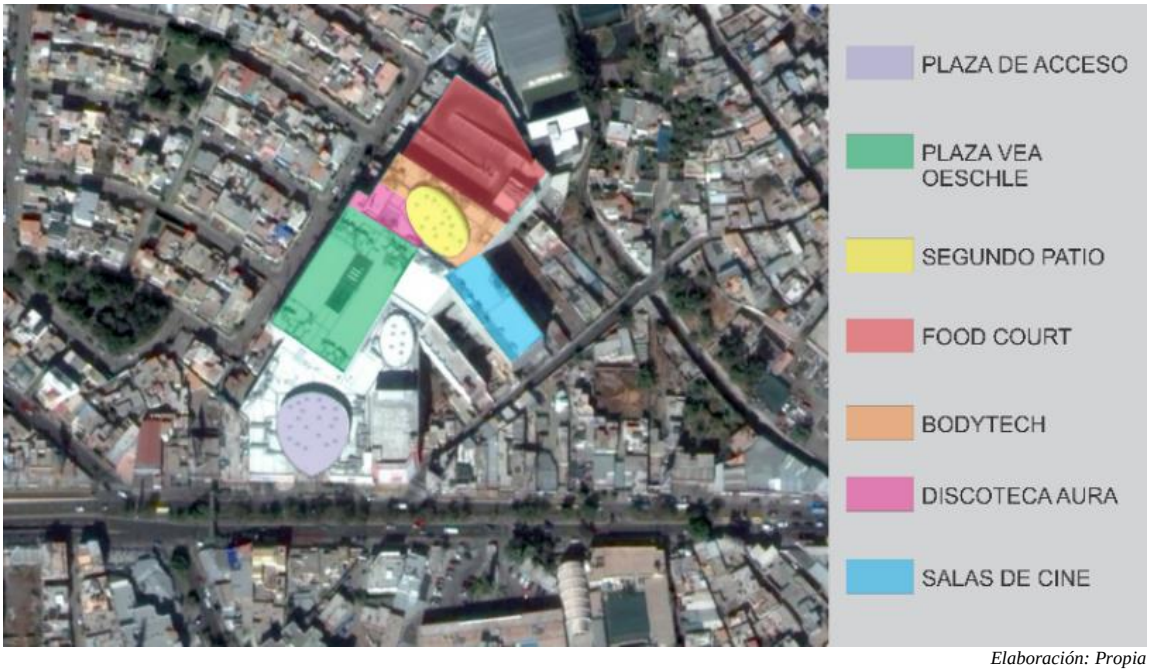
Entre los aspectos negativos, El acceso principal al estacionamiento de clientes y de abastecimiento se realiza por la misma via difereciandose conforme se avanza hacia el interior (debido a las limitaciones de terreno), el acceso alternativo de clientes en la calle Las Canoas, se encuentra en una via estrecha la cual aun no representa mayor problema debido a su poco uso pero a futuro generara grandes complicaciones conforme se vaya consolidando esta zona debido a la presencia del centro comercial, de igual forma la zona de abastecimiento de una tienda ancla (Oeschle) se ubica en una zona residencial pudiendo ocasionar problemas a futuro.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 304 Esquema Real Plaza Arequipa*




*Elaboración: Propia*

A nivel urbano el impacto vial que ha generado es modera al haberse asentado en una zona y una vía consolidada, aumentando la afluencia de vehiculos particulares y privados(taxis) sumandoa la carga vehicuar de las lineas de transporte publico preexistentes, lo cual en fechas regulares se ve ayudado por el cul de sac generado en la parte frontal.

Entre los aspecto positivos, la aparición de este centro comercial a ganerado la aparicion de algunos comercios con mayor grado de especialización asi como la mayor especilaización de algunos de los preexistentes, esto sobre la via haci Cerro Colorado, hacia la parte baja a consolidado el comercio de la zona debido a la cercania con el centro comercial Mall Plaza, no causado mayores efectos a estos sobre la Av.el ejercito, de igual forma ha surgido una revalorización del suelo en todo su entorno y esto ha dado lugar a la inversión del mercado inmobiliario y la promoción de vivienda en la zona posterior sobre la calle Las Canoas, sin embargo aun no se ha consolidado lo suficiente.

Presenta una variedad de actividades que van desde el abastecimiento hasta el espacimiento y recreación, adicionalmente a estas actividades cotidianas en fechas festivas realizas actividades de eventos de exihibición, lanzamiento de productos y presentación de artistas, que en conjunto y debido a sus altos nivles de especialización y habitabilidad generar una gran concentración de clientes asi como haber permitido la inserción de nuevos patrones de compra y formatos comerciales.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

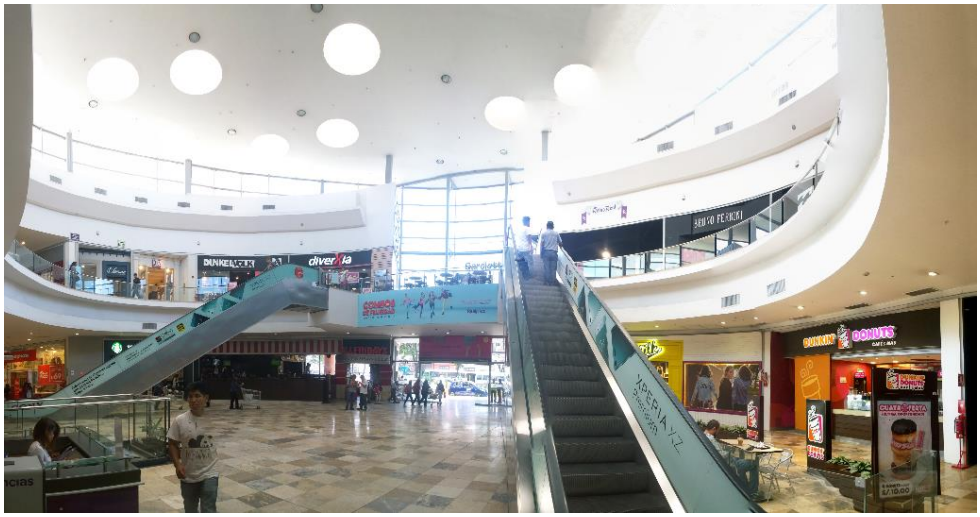
*Gráfico 305 Real Plaza fachada*



*Gráfico 306 Real Plaza fachada*



*Gráfico 307 Real Plaza hall de acceso*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 308 Real Plaza hall de acceso*




*Gráfico 309 Real Plaza hall de acceso*




*Gráfico 310 Real Plaza hall de acceso segundo piso*




*Gráfico 311 Real Plaza segundo patio*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 312 Real Plaza food court (primer nivel)*




*Gráfico 313 Real Plaza corredores segundo nivel*




*Gráfico 314 Real Plaza comercios menores en corredores*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

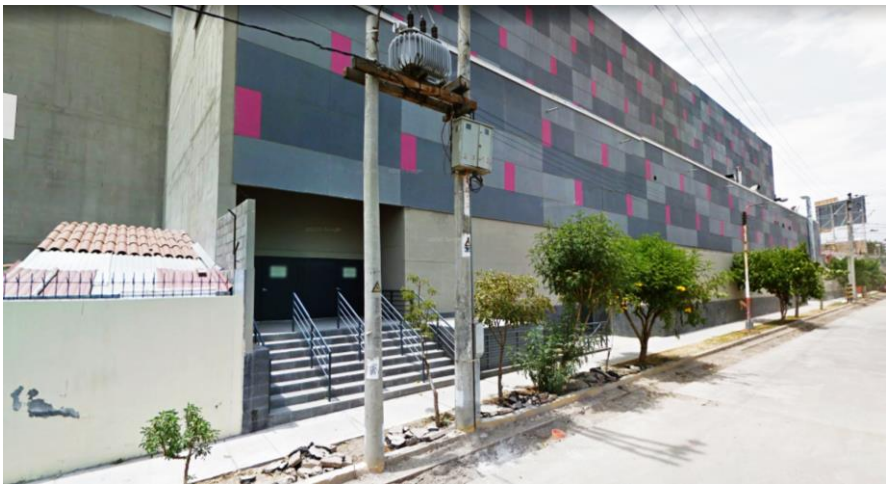
*Gráfico 315 Real Plaza acceso vehicular principal (Av. El Ejercito)*




*Gráfico 316 Real Plaza acceso vehicular secundario Calle Las Canoas*



*Gráfico 317 Abastecimiento Oeschle (Urb. León XIII)*



*Abastecimiento Oeschle (Urb. Leon XIII)*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 318 Real Plaza eventos especiales (Hall de acceso)*




*Gráfico 319 Real Plaza eventos especiales (Segundo piso)*




**MALL PLAZA**

Ubicado en el distrito de Cayma, en la Av. El Ejercito en su primera etapa en 2002 albergo unicamente a Saga Falabella, un food court y 4 salas de la franquicia Cine Planet, en 2015 comienza su proceso de ampliación siendo culminado y comenzando sus operaciones a finales del año 2016, contando con 4 niveles comerciales(1 sotano para area comercial y estacionamientos y 3 niveles comerciales a partir del nivel de acceso) y cuatro sotanos para estacionamientos con una capacidad total para 750 vehiculos, en su programa se contemplan 5 tiendas anclas, Tottus , Saga Falabella , Ripley, Cine Planet (con nueve salas de cine), los cuales se distibuyen de manera vertical, y 120 tiendas distribuidas en todos sus niveles, con un area arrendable de 45,000 m2.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En el primer nivel (sotano) se encuentra Tottus, la zona de bancos y un estacionamiento con capacidad para 38 vehiculos para parqueo de clientes, en su segundo nivel (nivel de acceso) se encuentra Saga Falabella (sobre Tottus), Ripley (al fondo) y estilos (al costado de ripley a la espalda de saga falabella), en su tercer nivel se ubican los segundos niveles de Saga Falabella y Ripley y las salas de cine (sobre Estilos), en el cuarto nivel se ubica el aceso a los cines y al fondo el food court(sobre Ripley), Inicia sus operaciones desde las 8:30 am hasta las 11:00 am.

*Gráfico 320 Esquema Mall Plaza*




*Elaboración: Propia*

A nivel urbano el impacto vial que ha generado es alto al haberse asentado sobre una zona comercial consolidada (es Saga Falabella) en una zona y una vía consolidada, aumentando la afluencia de vehiculos privados(taxis) sumando a la carga vehicuar de las lineas de transporte publico preexistentes, lo cual no es completamente resuleto en fechas regulares por el cul de sac (pequeño, siendo solo un leve ensanche de via) generado en la parte frontal.

Es asi que este cul de sac minimo, que si bien esta contemplado solo para aliviar el trafico de vehiculos privados (taxis) no es suficiente devido al trafico vehicular de la via, siendo talvez el unico aspecto negativo de este centro comercial .

Entre los aspecto positivos, la aparición de este centro comercial a generado la aparicion de algunos comercios con mayor grado de especialización asi como la mayor especilaización de algunos de los preexistentes(en su primer etapa) , en su ultiama etapa a optimizado al maximo el uso del terreno asi como la distribución de las tiendas anclas asegurando el flujo



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

de los usuarios asi como brindandoles espacios amplios para la circulación, de igual forma a optimizado la  la zona de estacioamientos y el acceso a ellos tanto para los clientes como para los vehiculos de carga, teniendo accesos difereciados para cada estos, teniendo dos accesos para clientes,uno sobre la calle Francisco mostajo y otro sobre a Calle Sevilla, en las cuales si bien se tratarn de vias normales ha generado retiros amplios(siendo mayor el de la Calle Sevilla) para facilitar el acceso y salida de los vehiculos, el acceso de Vehiculos de carga se ubica sobre la Calle Sevilla en el cual a generado un retiro amplio para el acceso de los vehiculos asi como tener una zona a nivel para realizar carga y descarga.

Otro de los aspectos positivos es que es el unico que a logrado eliminar (hasta el momento) la presencia del comercio ambulatorio al haber organizado a este tipo de comercio empadronandolos y brindandoles un espacio dentro del centro comercial en los pasillos y zonas de descanso, a traves de su programa La Feria en el cual ofrecen sus productos de la forma usual (en “carritos moviles”) pero con mejores condiciones que en el exterior tanto por la implementación de sus “carritos moviles” como por encontrarse en el interior de la infraestructura aprovechando sus cualidades espaciales y el flujo de personas, asi como en la forma de ofrecer los productos dado

que por la peculiaridad de su presencia genera atracción entre los usuarios y los comerciantes no realizan la oferta de los mismo de manera agresiva.

Presenta una variedad de actividades que van desde el abastecimiento hasta el espacimiento y recreación, adicionalmente a estas actividades cotidianas realizan eventos de forma regular durante el año como lanzamiento y exibición de productos y resentación de artistas, asi como realizando conciertos de artistas(según un cronograma mesual o anual) en sus instalaciones, los cuales son anunciados en los pasillos por medio de publicidad fija (banners colgantes).

Desde su primera etapa debido a su variedad comercl y sus altos niveles de especialización y habitabilidad generaro una gran concentración de clientes asi como haber permitido la inserción de nuevos patrones de compra y formatos comerciales, pudendo ser considerad talvez como el pionero en este aspecto lo cual fue aprovechado por los centros comerciales posteriores y tambien por el mismo en su etapa final adicionando una mayor vairedad de actividades mecionadas anteriormente.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 321 Mall Plaza fachada*




*Gráfico 322 Mall Plaza fachada*




*Gráfico 323 Mall Plaza corredor primer nivel sótano, vista hacia el fondo*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 324 Mall Plaza corredor primer nivel sotano, vista hacia Av. El Ejercito*




*Gráfico 325 Mall Plaza corredor segundo nivel vista hacia el fondo*




*Gráfico 326 Mall Plaza corredor segundo nivel , vista hacia el fondo*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

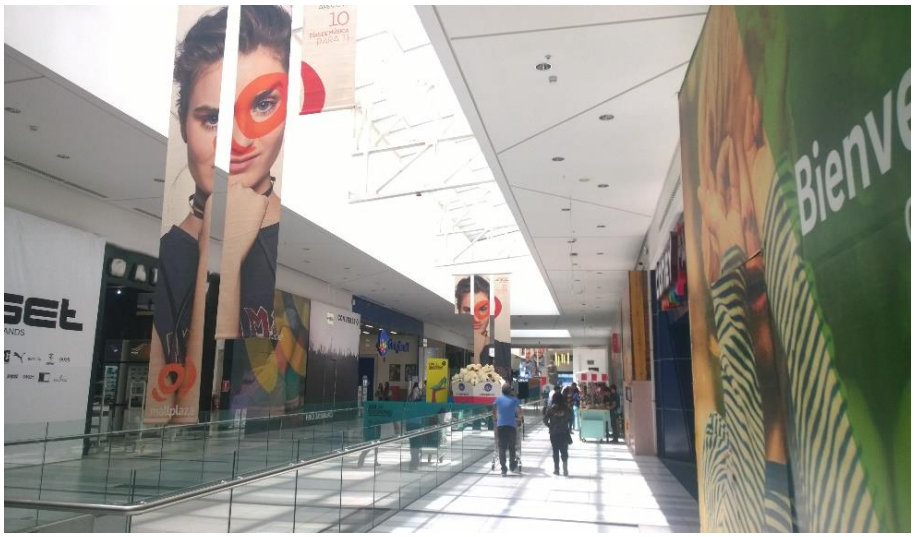
*Gráfico 327 Mall Plaza corredor segundo nivel, vista hacia el fondo*



*Gráfico 328 Mall Plaza corredor tercer nivel, vista hacia el fondo*




*Gráfico 329 Mall Plaza corredor cuarto nivel, vista hacia el fondo*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 330 Mall Plaza food court (cuarto nivel)*



*Gráfico 331 Mall Plaza corredor de circulación y lucernario (cuarto nivel)*




*Gráfico 332 Mall Plaza cuarto nivel*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 333 Mall Plaza acceso vehicular (Calle Francisco Mostajo)*




*Gráfico 334 Acceso vehicular y zona abierta de estacionamiento (Calle los Arces)*




*Gráfico 335 Mall Plaza comercio menores (Programa La Feria)*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 336 Mall Plaza eventos especiales (Segundo nivel)*




*Eventos especiales (Segundo nivel)*

**MALL AVENTURA PLAZA PORONGOCHE**

Ubicado en el distrito de Paucarpata, en la Av. Porongoche (Limite con el distrito de Jose Luis Bustamante y Rivero) en el predio del Antiguo Hipodromo de Porongoche, comenzo sus operaciones el año 2010, construido cobre un predio de 100,000 m2, con un area arreandable de 78,000 m2, contando en su programa con 4 tiendas anclas, Tottus , Saga Falabella y Ripley en los extremos,con un nivel el primero y dos niveles los otros dos y en la parte central Sodimac Home Center (en el primer nivel a manera de sotano abierto) con un nivel.

En el nivel de sotano (sotano abierto) se encuentra Sodimac Home Center y un estacionamiento con capacidad para 199 vehiculos para parqueo de clientes, abastecimiento (ocasional) cuenta con una pista diferenciada para vehiculos de carga, su primer nivel cuenta con dos accesos vehiculares, ocho stands en el la camineriaesterior, las tiendas anclas Tottus y Saga Falabella en el extremo izquierdo y Ripley en el extremo derecho, en medio los conecta una nave central (de dos niveles) que albergan el resto de comercios, en el segundo nivel se encuentran los accesos de la parte pposterior (en hal principal y el food court), los comercios, el food court y 6 salas de cines, en la zona abierta cuenta con estacionamientos (sobre la Av. Porogoche y la calle Antonio Raymondi) con capacidad para 701 vehiculos,usado tanto por los clientes como para las labores de abastecimiento de tiendas y comercios, menores estando diferenciados en distintas zonas, para absatecimiento de las tiendas anclas cuentan con una zona dieferenciada sobre la calle Antonio Raymondi y una pista para transporte de carga.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Hacia el exterior presenta mayoritariamente locales de comida, y en la parte central la zona de bancos, hacia el interior presenta una diversidad de comercios, tanto los comercios del interior como el exterior cuentan con altos niveles de especialización como de habitabilidad, cabe resaltar que si bien a nivel administrador los cines no estan considerados como una tienda ancla debido a su nivel atraccion de publico, podrian considerar una tienda ancla mas(como en otros casos) o en todo caso como una “actividad ancla”.

Actualmente se encuentra en proceso de ampliación adicionando tiendas en la zona frontal al costado de a zona de banco y con la construcción de un edificio de estacionamientos, inicia sus operaciones desde las 10:00 am hasta las 10:00 pm.

*Gráfico 337 Esquema Mall Aventura Plaza Porongoche*




*Elaboración: Propia*

Presenta una variedad de actividades que van desde el abastecimiento hasta el espacimiento y recreación, adicionalmente a estas actividades cotidianas en fechas festivas realizas actividades de eventos de exihibición, lanzamiento de productos y presentación de artistas, que en conjunto y debido a sus altos niveles de especialización y habitabilidad generar una gran concentración de clientes asi como haber permitido la inserción de nuevos patrones de compra y formatos comerciales.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Entre los aspectos negativos, la zona abierta no cuenta con areas de sombra o algun otro elemento dinamizador (fuentes de agua , lugares de descanso etc) lo que causa que estos no generen mayor actividad durante las horas de sol, tanto en dias laborales como en feriados y fines de semana.

A nivel urbano el impacto vial que ha generado es alto (en la Av Porongoche), debido a la afluencia de vehiculos particulares, privados(taxis) y la gran cantidad de lineas de transporte que soporta, sin embargo esto no es enteramente culpa del centro comercial ya que en su diseño este contempla (y se encuantra construido) un cul de sac ( 8.50 ml de pista) que deberia permitir la entrada de transporte privado asi como el ingreso y salida de las lineas de transporte, sin embargo el flujo vehicular de la via no permite que este sea utilizado debido a que los autos quedarian atrapados en dicho cul de sac, esto es debido a que si bien la Av. Porogoche es una via importante dentro de la ciudad, esta cuenta con una sección estrecha (10 ml de pista) para la jerarquia vial que posee lo que haria que debido al proceso de evolucion y expansion de la ciudad en cualquier momento se vea colapsada aun sin la presencia del centro comercial.

Entre los aspecto positivos, la aparición de este centro comercial a ganerado la aparicion de comercios con mayor grado de especialización asi como la mayor especilaización de algunos de los preexistentes, de igual forma ha surgido una revalorización del suelo y esto ha dado lugar a la inversión del mercado inmobiliario y la promoción de vivienda en la zona.

*Gráfico 338 Mall Aventura Plaza Porongoche vista general*




*Vista del conjunto*
*Fuente: America Retail)*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 339 Mall Aventura Plaza Porongoche  hall de acceso, primer nivel*




*Gráfico 340 Mall Aventura Plaza Porongoche, Sodimac (sotano abierto)*




*Sodimac (Sotano abierto)*

*Gráfico 341 Mall Aventura Plaza Porongoche hall de acceso, primer nivel*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 342 Mall Aventura Plaza Porongoche corredor primer nivel*




*Gráfico 343 Mall Aventura Plaza Porongoche  hall de acceso segundo nivel*




*Gráfico 344 Mall Aventura Plaza Porongoche hall de acceso segundo nivel*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 345 Mall Aventura Plaza Porongoche corredor segundo piso*



*Gráfico 346 Mall Aventura Plaza Porongoche corredor segundo piso*




*Gráfico 347 Mall Aventura Plaza Porongoche corredores de circulación*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 348 Mall Aventura Plaza Porongoche food court primer nivel*




*Gráfico 349 Mall Aventura Plaza Porongoche food court y acceso a cines*



*Gráfico 350 Mall Aventura Plaza Porongoche food y acceso posterior (primer nivel)*




*Gráfico 351 Mall Aventura Plaza Porongoche comercios en la zona exterior*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 352 Mall Aventura Plaza Porongoche  comercios en caminería de ingreso*




*Gráfico 353 Mall Aventura Plaza Porongoche Acceso Vehicular forntal principal (Av. Porongoche)*




*Gráfico 354 Mall Aventura Plaza Porongoche acceso vehicula frontal secundario (Av. Porongoche)*




*Gráfico 355 Mall Aventura Plaza Porongoche acceso vehicular posterior (Calle Antonio Raymondi)*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 356 Mall Aventura Plaza Porongoche eventos especiales (Hall de acceso)*




*Gráfico 357 Mall Aventura Plaza Porongoche eventos especiales primer nivel)*




*Gráfico 358 Mall Aventura Plaza Porongoche campañas de fidelización de clientes*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**PARQUE LAMBRAMANI**

Ubicado en el distrito de Jose Luis Bustamante y Rivero, en la Av. Lambramani en En terrenos agricolas, comenzo sus operaciones el año 2010, construido cobre un predio de 39 930.23 m2, con un area arreandable de 30,000 m2, contando en su programa con 5 tiendas anclas, Metro , Paris, Estilos, Cinemark y Maestro Home Center en el extremo derecho, con un nivel cada una, cuenta con 100 tiendas para arrendamiento.

El proyecto se encuentra divido en dos partes el extremo derecho de un nivel que alberga a Maestro Home Center y su estacionamiento con capacidad para 70 vehiculos y en la parte posterior la zona de carga y descarga y del lado Izquiedo el bloque que alberga el resto de comercios, estacionamientos y tiendas anclas, este cuenta con 8 niveles (4 sotanos y 4 niveles) los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera.

- **Nivel -15.00 m.**
  Ambientes: Estacionamiento, sistema de extracción de CO, depósitos,servicios higiénicos hombres y mujeres, cisternas, sala de bombas,escaleras mecánicas y rampas.
- **Nivel -12.50 m**
  Ambientes: Locatarios bancos, supermercado, plaza de mall, parking,servicios higiénicos, escaleras mecánicas rampas y ascensor.
- **Nivel -9.25 m**
  Ambientes: Estacionamiento, servicios higiénicos, sala de grupoelectrógeno, sala eléctrica, ascensor, escaleras eléctricas, rampas.
- **Nivel -6.00 m**
  Ambientes: Restaurantes, supermercado, tiendas, servicios higiénicos,ascensor escaleras mecánicas, rampas.
- **Nivel 0.00 m.**
  Ambientes:Tiendas, locatarios, restaurantes, servicios higiénicos,ascensor escaleras mecánicas,
- **Nivel 3.00 m.**
  Ambientes: Servicios higiénicos dos módulos.
- **Nivel 6.00 m.**
  Ambientes: Cines, administración, tiendas, restaurantes.
- **Nivel 12.00 m.**
  Ambientes: Pasillos de proyección, terrazas de restaurantes



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

En el nivel -12.50 (a nivel de la AV. Lambramani) se encuentrael supermercado Metro el cual no tiene comunicación directa con el interior del Mall y en el Nivel -6.00 se encuentra e ingreso principal, Paris y la plaza central de todo el proyecto, en el nivel 0.00 se encuentra Estilos, el food court y la discoteca Forum Lambramani, en el nivel 6.00 se encuentran el ingreso secundario, las salas de cine y el food court. Cuenta con estacionamientos en sotano con una capacidad para 568 vehiculos, , en la Av. Los Incas cuenta con rampas de acceso difereciado para vehiculos de cargas hacia los sotanos, en la parte alta de la Av. Los Incas se encuentra el acceso diferenciado a los estacionamientos de clientes, inicia sus operaciones desde 10:00 am hasta las 10: pm, en el caso de la discoteca Forum Lambramani se encuentra en funcionamiento hasta las 3:00 am .

*Gráfico 359 Esquema Parque Lambramani*




*Elaboración: Propia*

Entre los aspectos negativos, las dos zonas del conjunto no cuenta con un diseño que saque provecho de la afluencia de los comercios en ambas zonas, por el contrario la presecia de la playa de estacionamiento en medio de ellas hace que se perciban de forma separada y islada una del otro.

A nivel urbano el impacto vial que ha generado es alto (en la Av Los Incas), debido a la afluencia de vehiculos particulares, privados(taxis), sin embargo al igual que en lel caso anterior, esto no es enteramente culpa del centro comercial ya que en su diseño este contempla (y se encuantra construido) un cual de sac (6.00 ml de pista) que se se encuenatra desbordado en las fechas de mayor afluencia debido tambien a que si bien la Av. Los Incas es una via importante dentro de la ciudad, esta cuenta con una sección estrecha en sus pistas



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

(se compone de dos pistas de 6.50 ml y una verma central) para la jerarquia vial que posee lo que haria que debido al proceso de evolución y expansion de la ciudad en cualquier momento se vea colapsada aun sin la presencia del centro comercial.

Entre los aspecto positivos a diferencia de los casos anteriores la presencia del centro comercial no ha generado la aparición de nuevos comercios pero si a generado una mejor implementación de los pocos comercios preexistentes y una revalorización del suelo y la aparición de algunos proeyctos de vivienda en el entorno mediato mas no en el inmediato esto debido probablemente a la presencia de la torrentera en la Av. Los Incas y el paso desnivel que suponen un limite fisico con sus vecinos.

Al igual que los casos anteriores presenta una variedad de actividades (que podria ser mejor aprovechada como se menciona anteriormente) que van desde el abastecimiento hasta el espacimiento y recreación, adicionalmente a estas actividades cotidianas a lo largo de todo el año realiza diversas actividades de como lanzamiento de productos, presentación de artistas, desfiles de moda, ferias de modelismo etc. que en conjunto y debido a sus altos niveles de especialización y habitabilidad generar una gran concentración de clientes asi como haber permitido la inserción de nuevos patrones de compra y formatos comerciales.

*Gráfico 360 Parque Lambramani vista del conjunto*



*Fuente:Agencia Peruana de Noticias ANDINA*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 361 Parque Lambramani plaza central*



*Gráfico 362 Parque Lambramani corredor y comercios menores (Primer nivel)*



*Gráfico 363 Parque Lambramani plaza central y lucernario (Segundo nivel)*



*Plaza Principal (Segundo nivel)*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

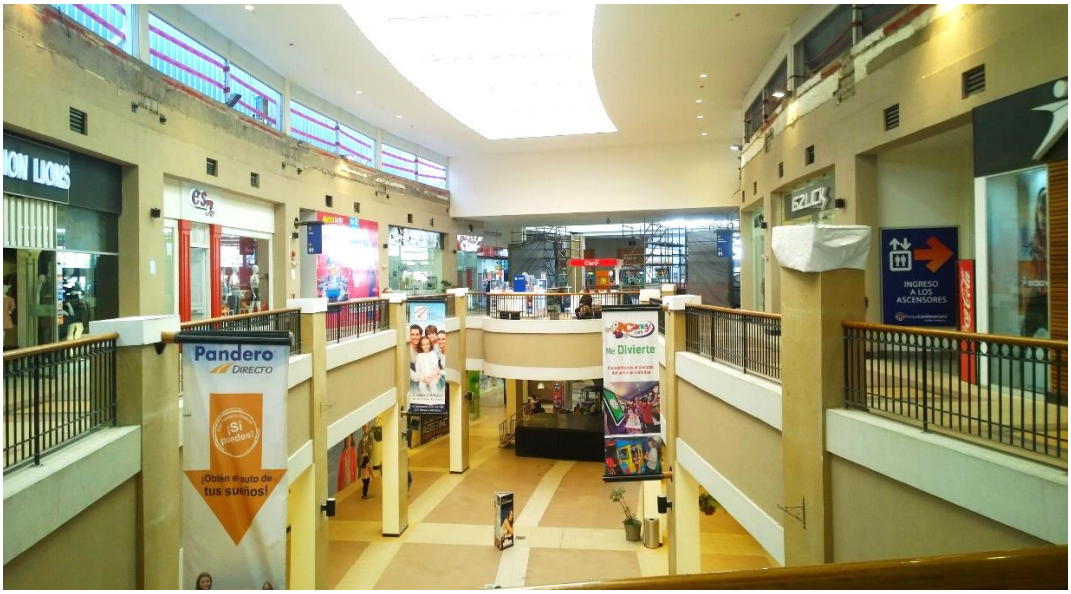
*Gráfico 364 Parque Lambramani corredor y comercios menores, primer nivel*




*Gráfico 365 Parque Lambramani food court (segundo nivel)*




*Gráfico 366 Parque Lambramani corredores*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 367 Parque Lambramani ingreso independiente a supermercado Metro (sótano)*




*Gráfico 368 Parque Lambramani rampas de acceso a supermercado Metro*



*Gráfico 369 Parque Lambramani circulación externa y rampa de vehículos de carga*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 370 Parque Lambramani ingreso secundario a las galerías, acceso vehicular de clientes, acceso Maestro Home Center*




*Gráfico 371 Parque Lambramani Acceso vehicular a  Maesto Home Center*

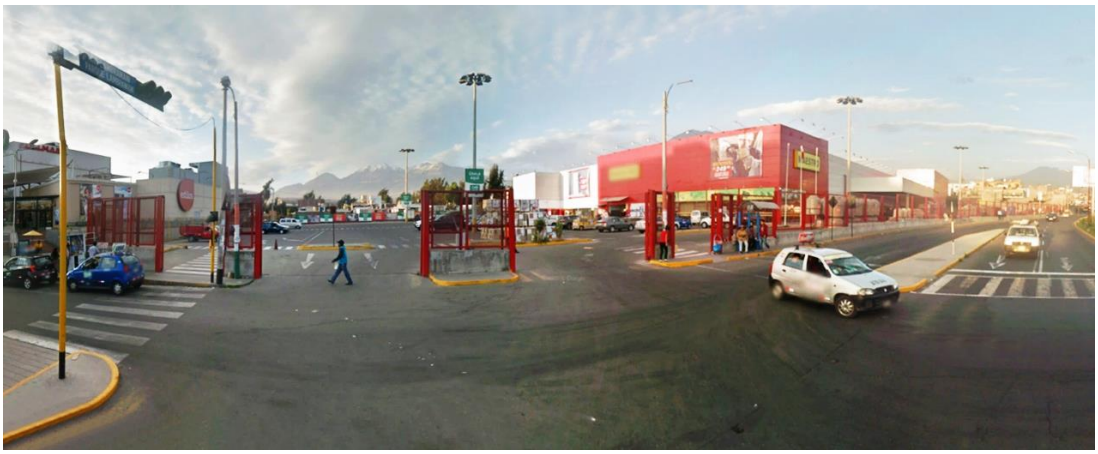


*Gráfico 372 Parque Lambramani eventos especiales (Primer nivel)*




*Fuente; Dep. de Marketing Parque Lambramani*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 373 Parque Lambramani eventos especiales (Primer nivel)*




*Fuente; Dep. de Marketing Parque Lambramani*

*Gráfico 374 Parque Lambramani eventos especiales (Primer nivel)*




*Fuente; Dep. de Marketing Parque Lambramani*

*Gráfico 375 Campañas de fidelización de clientes*




*Fuente: Dep. de Marketing Parque Lambramani*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**OBJETO DE INTERVENCION**

**MERCADO SAN CAMILO**

Ubicado en el distrito de Arequipa, en el damero fundacional o Zona Monumental de la zona denominada Centro Histórico de Arequipa, siendo un monumento declarado de esta, siendo reconociedo por la UNESCO desde el año 2000.

Se asienta en la segunda cuadra de la Calle San Camilo en la totalidad de la manzana, definiendo sus limites las calles San Camilo, Pierola, Perú y Alto de la Luna, comenzo sus operaciones el 01 de Mayo de 1937, sufriendo un proceso de remodelación y privatización (truncada) en 1987, producto del cual el 26% de puestos cuenta con propietario privado (el comerciante que opera en el) y se construyen el pabellón norte (Plazoleta San Camilo) y el sótano de la Plazoleta San Camilo (denominado Centro Comercial Plazoleta San Camilo Sotano) siendo culminadas las obras en 1992 , cuenta edificio de mercado de tres niveles, una plazoleta de acceso y un sotano independiente en la plazoleta., inician sus actividades el edificio del mercado de 6:00 am a 6:00 pm y el sotano de 8:00 am a 6:00 pm.

El mercado cuenta con un area construida estimada de 16,511.79 m2, distribuidos en 11,143.15 m2 en su primer piso, 4,614.74 m2 en su segundo piso (en los planos oficiales no figura el detalle de una zona de este) y 753.9 m2 en su tercer nivel (no existen planos de este nivel se estimarón en base a la superposición de la foto satelital y planos oficiales), con un area comercial de 13,823.95 m2, el sotano de la plazoleta cuenta con un area estimada de 1923.25 m2 (no existen planos, se realizo un levantamiento).

Cuenta en su programa con cuatro pabellones perimetrales y un patio comercial central, tres ingresos por la Plazoleta San Camilo, dos por la Calle Pierola, dos por la Calle Perú y tres por la Calle alto de la Luna, un deposito de carnes, un deposito de papas, dos deposito de bebidas, tres nucleos de baños (diferenciados), un puesto de salud, una zona administrativa (distribuido en dos lugares distantes), a excepción del pabellon norte el resto de pabellosnes presentan en su segundo nivel 3 desniveles de 0.80 m a 1.00 m, El sotano cuenta en su programa con una zona perimetral de stands, un corredor central, un nucleo de baños (diferenciados) y cuatro escaleras de acceso con stands bajo ellas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 376 Esquema Mercado San Camilo*




*Elaboración: Propia*

En la la plazoleta se ubican cuatro jardines (cercados) recortados por los lucernarios y escaleras de acceso al sotano, dejando una camineria de 3.00 ml hacia el mercado San camilo, caminerias perimetrales de 1.25 ml hacia las calles San Camilo, Perú y Alto de la Luna, dos caminerias intermedias (entre los jardines) de 5.25 ml y una camineria central de 15.30 ml con un lucernario circular de 2.25 ml de radio, tambien cuenta con siete kioskos para arrendamiento.

*Gráfico 377 Mercado San Camilo lucernarios en jardines*



*Gráfico 378 Mercado San Camilo caminería central de la plazoleta y lucernario*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 379 Mercado San Camilo caminería intermedia de la plaza*



*Gráfico 380 Mercado San Camilo quioscos de arrendamiento en caminería intermedia*



*Gráfico 381 Mercado San Camilo quioscos de arrendamiento en caminería intermedia*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 382 Caminería perimetral Calle San Camilo*

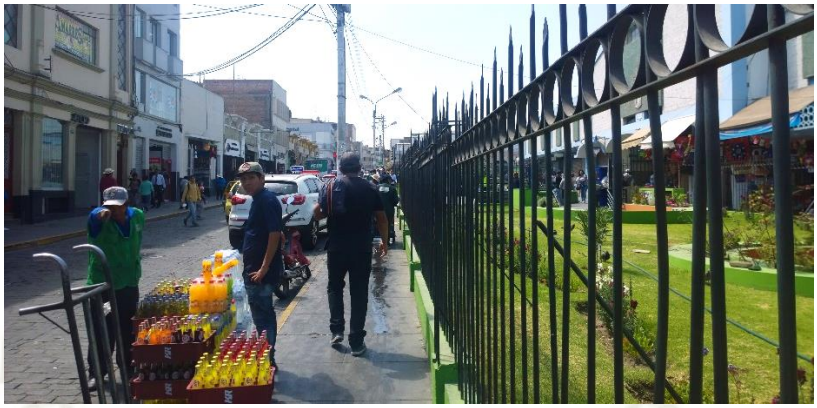


*Gráfico 383 Caminería perimetral Calle Piérola*



*Gráfico 384 Caminería perimetral Calle Perú*



*Gráfico 385 Caminería perimetral hacia el Mercado San Camilo*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

El sotano cuenta con 74 stands comerciales y un nucleo de baños (diferenciados), distribuidos en todo su perimetro, un corredor central en el cual se ubican 4 escaleras de acceso con 1 stand comercial debajo de cada una, haciendo un total de 78 stands comerciales para arrendamiento distribuidos según su giro comercial de la siguiente manera.

*TABLA N° 21 Programa actual sótano plazoleta San Camilo*

| SOTANO PLAZOLETA SAN CAMILO | |
|---|---|
| 74 STANDS COMERCIALES | |
| | |
| PELUQUERIA | 28 |
| SASTRERIA | 19 |
| MAQUETAS ESCOLARES | 4 |
| COMIDA | 4 |
| ESOTERISMO | 3 |
| MALETAS | 2 |
| TELAS | 1 |
| VELAS | 1 |
| MENAJE | 1 |
| TATUAJES | 1 |
| TIPOGRAFIA | 1 |
| VACIO | 10 |

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 386 Sótano de la plazoleta acceso desde la plazoleta*




*Gráfico 387 Sótano de la plazoleta corredor central y escaleras de acceso*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 388 Sótano de la Plazoleta corredor central, núcleo de baños y stands perimetrales*




*Gráfico 389 Sótano de la Plazoleta corredor central, núcleo de baños y stands perimetrales*



*Gráfico 390 Sotano de la Plazoleta corredor central, núcleo de baños y stands de escaleras*




*Gráfico 391 Sótano de la Plazoleta corredor central y stands de escaleras*





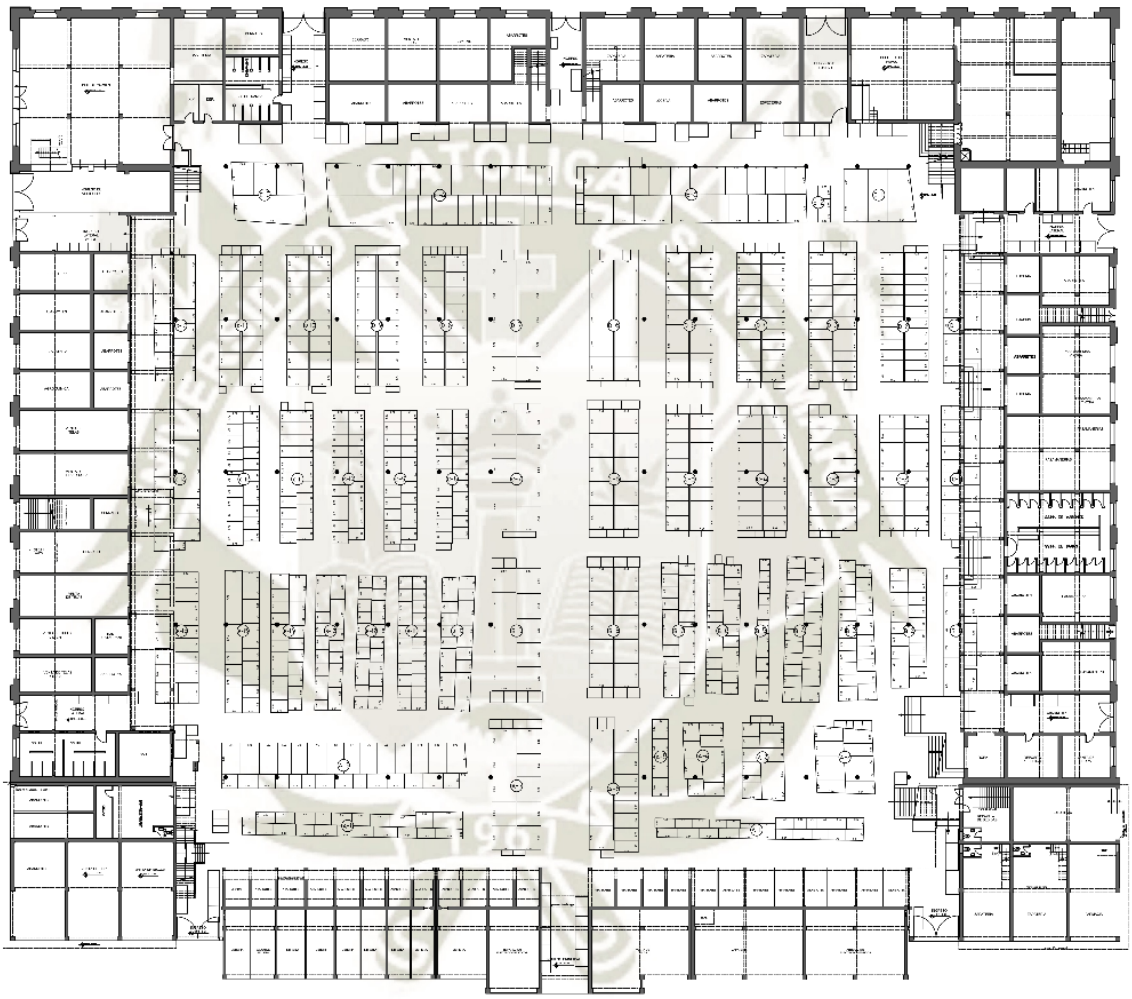

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

El Edificio de mercado cuenta con 1,308 espacios comerciales distribuidos en los tres niveles de sus 4 pabellones (los terceros niveles no figuran en los planos oficiales) con ambientes de acceso desde el interior y el exterior en los pablellones este y oeste y en su patio comercial central.

*Gráfico 392 Mercado San Camilo primer nivel*



*Fuente: Gerencia de Proyectos Reconstrucción y Desarrollo*
*Municipalidad provincial de Arequipa*

Debemos mencionar que segun los planos oficiales figura un deposito de basura , sin embargo este espacio en la actualidad se encuentra habilitado como una puerta de ingreso en la Calle Alto de la Luna y no se a asignando nigun espacio destinado al deposito de basura.

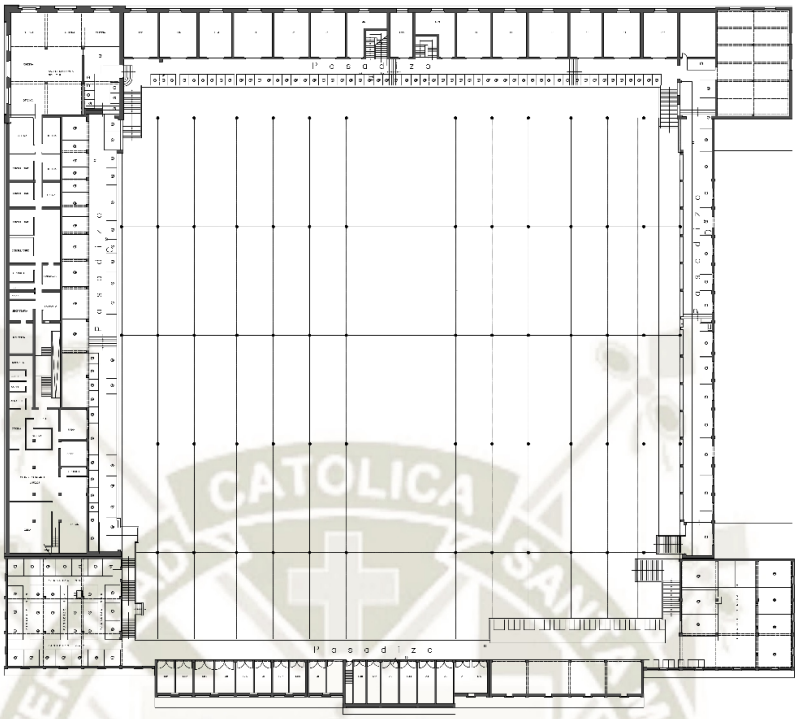


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

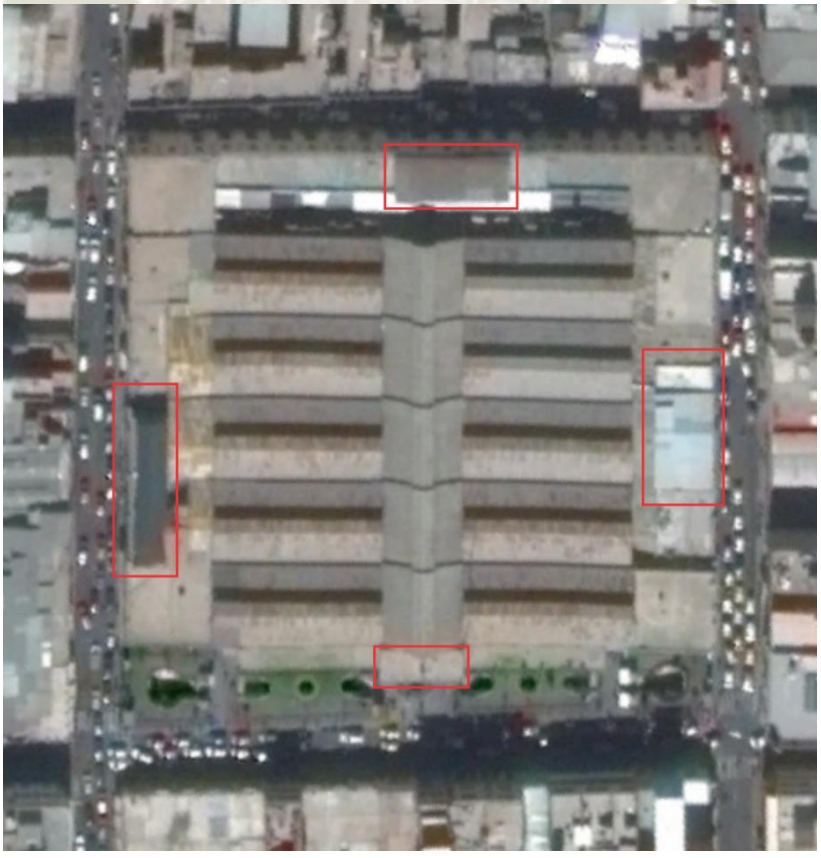
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 393 Mercado San Camilo segundo nivel*



*Fuente: Gerencia de Proyectos Reconstrucción y Desarrollo*
*Municipalidad provincial de Arequipa*

*Gráfico 394 Mercado San Camilo tercer nivel*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

su programa compone se compone y distribuye de la siguiente manera.

**Pabellon Norte (Plazoleta San Camilo)**

Cuenta con tres niveles (el tercer nivel no figura en planos) continene en su primer nivel 1 deposito de bebidas y 50 stands comerciales, adicional a estos en las puertas se encuentran un total de 2 kioskos, en su segundo nivel la estación radiofonica y 90 stands comerciales y en su tercer nivel la zona de administración y seguridad, distribuyendose en su programa de la siguiente manera.

*TABLA N° 22 Programa actual pabellón norte Mercado San Camilo*

| PABELLON NORTE MERCADO SAN CAMILO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 142 STANDS COMERCIALES | | | | | |
| **PRIMER NIVEL** | | **SEGUNDO NIVEL** | | **TERCER NIVEL** | |
| STANDS COMERCIALES | 52 | ESTACION RADIOFONICA | 1 | ADMINISTRACIÓN | 1 |
| EXTERIOR | | STANDS COMERCIALES | 90 | CCTV | 1 |
| STANDS COMERCIALES | 25 | ESQUINA CALLE PIEROLA | | | |
| LIBRERIAS | 17 | STANDS COMERCIALES | 15 | | |
| MENAJE | 2 | FLORISTERIA | 9 | | |
| DISCOS | 1 | ALMUERZOS | 5 | | |
| ELECTRODOMESTICOS | 1 | QUESO HELADO Y ALMUERZOS | 1 | | |
| SALON DE BELLEZA | 1 | ESQUINA CALLE PERU | | | |
| PASAMANERIA | 1 | STANDS COMERCIALES | 32 | | |
| ROPA INFANTIL | 1 | ALMUERZOS | 32 | | |
| PAGO DE SERVICIOS | 1 | CORREDOR | | | |
| INTERIOR | | STANDS COMERCIALES | 43 | | |
| DEPOSITO DE BEBIDAS | 1 | FLORISTERIAS | 25 | | |
| STANDS COMERCIALES | 25 | ALMUERZOS | 10 | | |
| ABARROTES | 23 | QUESO HELADO Y ALMUERZOS | 4 | | |
| JUGUERIA | 1 | ARTICULOS METALICOS (LECHERAS, ETC) | 1 | | |
| RESTAURANTES | 1 | VACIO | 3 | | |
| PUERTAS DE ACCESO | | | | | |
| STANDS COMERCIALES | 2 | | | | |
| PUERTA 10 | 2 | | | | |
| SALTEÑAS | 1 | | | | |
| PRODUCTOS NATURISTAS | 1 | | | | |
| PUERTA 1 | 0 | | | | |
| PUERTA 2 | 0 | | | | |

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 395 M.S.C. Pabellón Norte comercios hacia el exterior*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 396 Pab. Norte comercios primer nivel (pabellón al lado Derecho)*




*Gráfico 397 Pab. Norte. puerta de acceso 10*




*Gráfico 398 Pab. Norte puerta de acceso 1*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 399 Pab. Norte puerta de acceso 2*



*Gráfico 400 Pab. Norte segundo nivel esquina Calle Perú*



*Gráfico 401 Pab. Norte segundo nivel corredor y comercios (desde esq. de la Calle Perú*



*Gráfico 402 Pab. Norte segundo nivel esquina Calle Piérola*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 403 Pab. Norte segundo nivel corredor y comercios llegando a la esq. de la Calle Piérola*



## Pabellon Este (Calle Perú)

Cuenta con un sotano en desuso en la esquina sur (debajo del deposito de carnes) tres niveles (el sotano y el tercer nivel no figuran en planos), contiene en su primer nivel 1 nucleo de baños (capacidad 5 personas en mujeres y 3 en hombres), al exterior las escaleras de acceso(un tramo sin descanso) a un centro de salud y 9 stands, adicional a estos en las puertas se ubican un total de 8 kioskos, en su segundo nivel se ubica hacia el exterior el centro de salud y al interior 32 stands, en el tercer nivel se ubica la continuidad del centro de salud, distribuyendose su programa de la siguiente manera.

*TABLA N° 23 Programa actual pabellón este Mercado San Camilo*

| PABELLON ESTE MERCADO SAN CAMILO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 59 STANDS COMERCIALES | | | | | |
| **PRIMER NIVEL** | | **SEGUNDO NIVEL** | | **TERCER NIVEL** | |
| STANDS COMERCIALES | 27 | STANDS COMERCIALES | 32 | EXTERIOR | |
| EXTERIOR | | EXTERIOR | | PUESTO DE SALUD | 1 |
| DEPOSITO DE CARNES | 1 | PUESTO DE SALUD (AMBIENTES) | 31 | | |
| STANDS COMERCIALES | 10 | CONSULTORIOS | 5 | | |
| COLCHONES Y FRAZADAS | 3 | FARMACIA | 2 | | |
| ROPA | 3 | GUARDERIA | 1 | | |
| TELAS | 2 | CUNA | 1 | | |
| PASAMANERIA | 1 | OFICINAS | 8 | | |
| FERRETERIA | 1 | DIRECCIÓN | 1 | | |
| INTERIOR | | SECRETARIA | 1 | | |
| BAÑO DE MUJERES (Capacidad 5 persona | 1 | HALL | 1 | | |
| BAÑO DE VARONES (Capacidad 3 persona | 1 | ESTAR | 1 | | |
| STANDS COMERCIALES | 9 | SALA DE REUNIONES | 1 | | |
| ABARROTES | 5 | DEPOSITOS | 3 | | |
| BAR-RESTAURANT | 2 | BAÑOS INDIVIDUALES | 4 | | |
| VACIOS | 2 | BAÑOS COLECTIVOS (Cap.2 personas c/u) | 2 | | |
| PUERTAS DE ACCESO | | INTERIOR | | | |
| STANDS COMERCIALES | 8 | STANDS COMERCIALES | 32 | | |
| PUERTA 3 | 4 | ALMUERZOS | 28 | | |
| BAZAR | 2 | VACIOS | 4 | | |
| PRODUCTOS NATURISTAS | 2 | | | | |
| PUERTA 4 | 4 | | | | |
| PRODUCTOS NATURISTAS | 4 | | | | |

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 404 M.S.C. Pabellón Este, comercios hacia el exterior*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 405 Pab. Este puerta de acceso 3*




*Gráfico 406 Pab. Este Puerta de acceso 4*

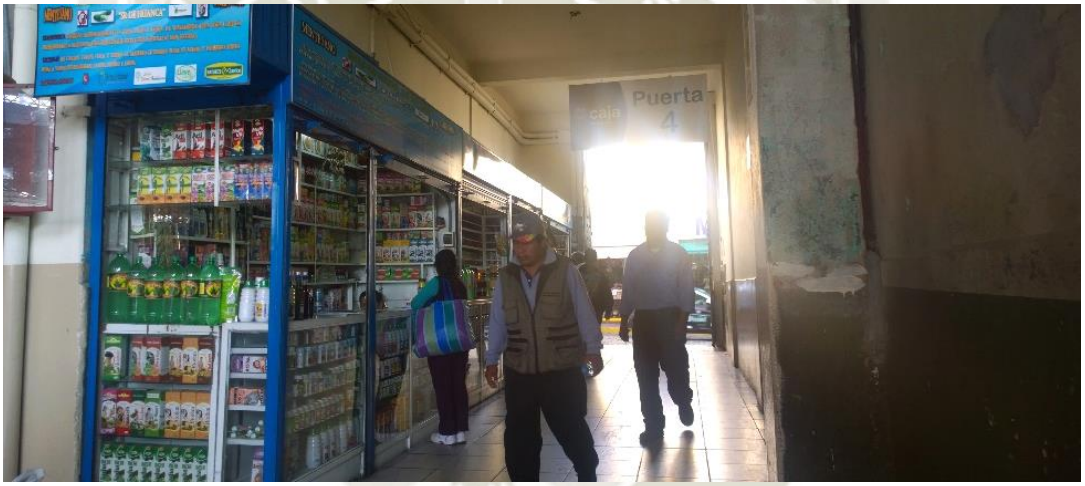



*Gráfico 407 Pab. Este primer nivel*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 408 Pab. Este segundo nivel esquina Calle Alto de la Luna*

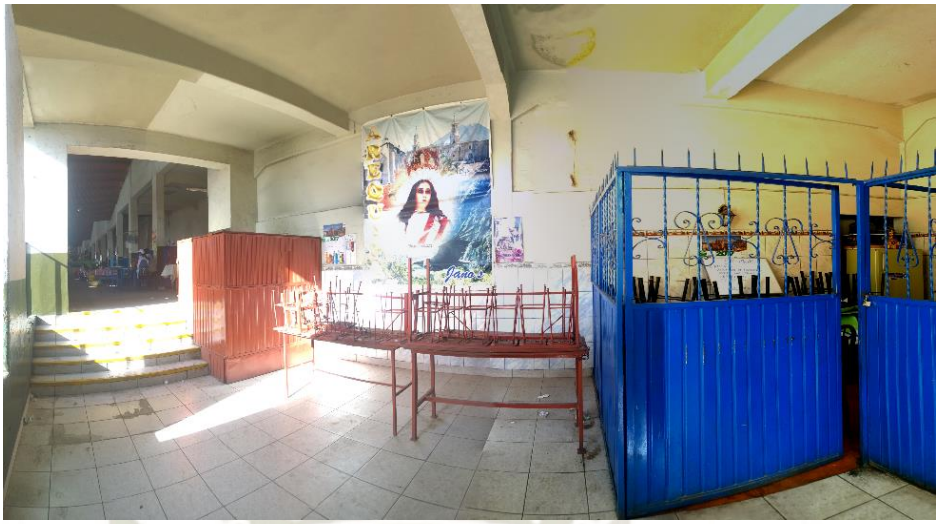


*Gráfico 409 Pab. Este segundo nivel*



*Gráfico 410 Pab. Este segundo nivel*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Pabellon Oeste (Calle Pierola)**

Cuenta con un sotano (con dueño privado) en la esquina norte, tres niveles (el sotano y el tercer nivel no figuran en planos), contiene en su primer nivel 1 nucleo de baños difereciados (capacidad 10 personas en mujeres y 9 en hombres) la oficina administrativa de la asociación de propietarios y comerciantes, 1 deposito de bebidas y 9 stands comerciales, adicional a estos en las puertas se encuentran un total de 9 kioskos, por el exterior ademas se se encuentran las escaleras de acceso (2) a los ambientes independientes del segundo piso, en el segundo nivel se ubica hacia el exterior un espacio independientes (no se especifica la función del mismo ni en los planos ni en los registros del mercado se presume sean depositos de algunas tiendas del exterior del mercado y de frutas y verduras del comercio ambulatorio por conversaciones con los comerciantes del mercado y visitas al mercado) y hacia el interior 45 stands comerciales, en el tercer nivel se ubica la continuidad de los espacios independientes del sgundo piso, distribuyendose en su programa de la siguiente manera.

*TABLA N° 24 Programa actual pabellón oeste Mercado San Camilo*

| PABELLON OESTE MERCADO SAN CAMILO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 73 STANDS COMERCIALES | | | | | |
| **PRIMER NIVEL** | | **SEGUNDO NIVEL** | | **TERCER NIVEL** | |
| STANDS COMERCIALES | 28 | STANDS COMERCIALES | 45 | EXTERIOR | |
| EXTERIOR | | EXTERIOR | | DEPOSITO | 1 |
| DEPOSITO DE CARNES | 1 | DEPOSITO | 1 | | |
| STANDS COMERCIALES | 10 | INTERIOR | | | |
| PASAMANERIA | 6 | STANDS COMERCIALES | 45 | | |
| ABARROTES | 2 | CORREDOR | 32 | | |
| LIBRERÍA | 1 | TELAS | 32 | | |
| ESPECIALIZADA DE COCINA Y REPOSTERIA | 1 | ESQUINA CALLE ALTO DE LA LUNA | 13 | | |
| INTERIOR | | ALMUERZOS | 5 | | |
| BAÑO DE MUJERES (Cap. 10 personas) | 1 | VACIOS | 8 | | |
| BAÑO DE VARONES (Cap. 9 personas) | 1 | | | | |
| OFICINA ADMINISTRATIVA (Asoc.prop.) | 1 | | | | |
| DEPOSITO DE BEBIDAS | 1 | | | | |
| STANDS COMERCIALES | 9 | | | | |
| ABARROTES | 5 | | | | |
| LOCERIA | 3 | | | | |
| ROPA | 1 | | | | |
| PUERTAS DE ACCESO | | | | | |
| STANDS COMERCIALES | 9 | | | | |
| PUERTA 8 | 3 | | | | |
| ESPECIERIAS | 3 | | | | |
| PUERTA 9 | 6 | | | | |
| VELAS | 3 | | | | |
| TAMALES | 1 | | | | |
| SANGUCHES | 1 | | | | |
| FLORES ARTIFICALES | 1 | | | | |

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 411 M.S.C. Pabellón Oeste, comercios hacia el exterior*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 412 Pab. Oeste puerta de acceso 8*




*Gráfico 413 Pab. Oeste Puerta de acceso 9*




*Gráfico 414 Pab. Oeste acceso al sótano*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 415 Pab. Oeste sótano (esquina norte)*

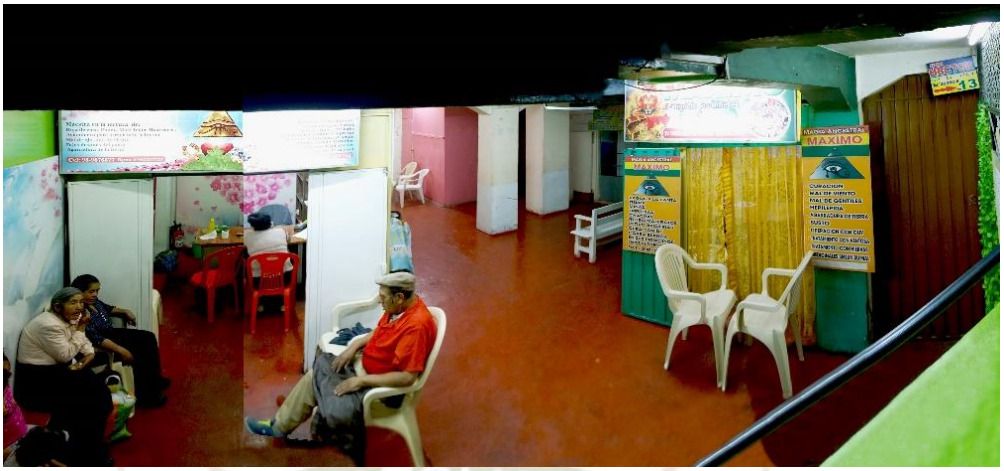



*Gráfico 416 Pab Oeste zona de acceso al sótano*




*Gráfico 417 Pab. Oeste primer nivel*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

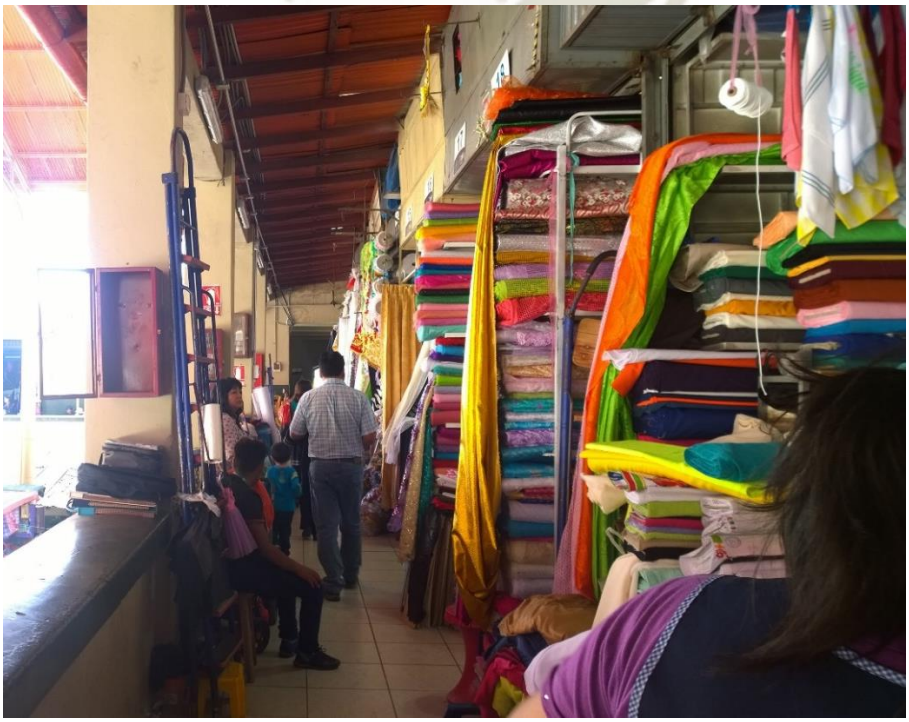
*Gráfico 418 Pab. Oeste primer nivel*



*Gráfico 419 Pab. Oeste esquina Calle alto de la luna (Segundo Nivel)*



*Gráfico 420 Pab. Oeste segundo nivel*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Pabellon Sur (Calle Alto de la Luna)**

Cuenta con tres niveles (el tercer nivel no figura en planos), contiene en su primer nivel 1 nucleo de baños diferenciado (capacidad 6 personas en mujeres y 6 en hombres), el deposito de papas, el salon de reuniones de las hermandades y cofradias del mercado y 19 stands comerciales, adicional a estos en las puertas se encuentran un total de 4 kioskos, en el segundo nivel se ubican 19 stands comerciales y en el tercer nivel se ubica un ambiente para venta de aves vivas con 32 stands comerciales, distribuyendose de la siguiente manera.

*TABLA N° 25 Programa actual pabellón sur Mercado San Camilo*

| PABELLON SUR MERCADO SAN CAMILO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 74 STANDS COMERCIALES | | | | | |
| **PRIMER NIVEL** | | **SEGUNDO NIVEL** | | **TERCER NIVEL** | |
| STANDS COMERCIALES | 23 | STANDS COMERCIALES | 19 | STANDS COMERCIALES | 32 |
| EXTERIOR | | INTERIOR | | INTERIOR | |
| DEPOSITO DE PAPAS | 1 | STANDS COMERCIALES | 19 | STANDS COMERCIALES | 32 |
| SALON DE HERMANDADES Y COFRADIAS | 1 | TELAS | 17 | AVES VIVAS | 32 |
| STANDS COMERCIALES | 11 | COMIDAS Y ALMUERZOS | 2 | | |
| ABARROTES, FRUTAS Y VERDURAS | 8 | | | | |
| COMBUSTIBLES (Alcohol) | 1 | | | | |
| RENOVADORA DE CALZADO | 1 | | | | |
| GASFITERIA | 1 | | | | |
| INTERIOR | | | | | |
| BAÑO DE MUJERES (Cap. 6 personas) | 1 | | | | |
| BAÑO DE VARONES (Cap. 6 personas) | 1 | | | | |
| STANDS COMERCIALES | 8 | | | | |
| ABARROTES | 1 | | | | |
| VACIO | 7 | | | | |
| PUERTAS DE ACCESO | | | | | |
| STANDS COMERCIALES | 4 | | | | |
| PUERTA 5 | 3 | | | | |
| PRODUCTOS NATURISTAS | 2 | | | | |
| REPARACION DE ELECTRODOMESTICOS | 1 | | | | |
| PUERTA 6 | 1 | | | | |
| VELAS | 1 | | | | |
| PUERTA 7 | 0 | | | | |

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 421 M.S.C. Pabellón Sur, comercios hacia el exterior*



*Gráfico 422 Pab. Sur puerta de acceso 5*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 423 Pab. Sur puerta de acceso 6*




*Gráfico 424 Pab. Sur puerta de acceso 7*



*Gráfico 425 Pab. Sur Deposito de papas primer nivel*



*Gráfico 426 Pab sur primer nivel*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 427 Pab. Sur segundo nivel*



*Gráfico 428 Pab. Sur ubicación del tercer nivel*



*Gráfico 429 Pab. Sur tercer nivel - venta de aves vivas*



**Patio Comercial Central**

Se ubican un total de 960 puestos comerciales de los cuales se encuentran ocupados 850, debemos mencionar que hacia el pabellon oeste existe un desnivel por el cual una hilera de 16 comercios se oriente hacia el pabellon generando un callejon de igual forma se concideran los comercios menores y kioskos repartidos en la plataforma del patio teniendo 26 sobre el



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

borde del pabellon sur, 3 alrededor de las escalereas de la esquina sudoeste, 4 alrededor de la escalera de la esquina noroeste que conecta con el pabellon norte, 2 bajo la escalera noroeste que conecta con el pabellon oeste y 1 bajo la escalera de la esquina noreste (de estos ultimos todos se encuentran ocupados). Distribuidos según su giro comercial de la siguiente manera.

*TABLA N° 26 Programa actual patio comercial central Mercado San Camilo*

| PATIO COMERCIAL CENTRAL MERCADO SAN CAMILO | |
|---|---|
| STANDS COMERCIALES | 960 |
| INTERIOR | |
| STANDS COMERCIALES | 960 |
| CARNE DE RES | 92 |
| CARNE DE POLLO | 32 |
| CARNE DE CERDO | 34 |
| CARNE OVINA | 20 |
| PESCADOS Y MARISCOS | 30 |
| MENUDENCIA | 64 |
| CHALONA | 10 |
| FRUTAS | 75 |
| VERDURAS | 78 |
| PAPAS | 79 |
| HUEVOS, LACTEOS Y DERIVADOS | 25 |
| EMBUTIDOS | 35 |
| PAN | 14 |
| JUGOS | 46 |
| CEVICHE | 14 |
| COMIDA CALIENTE (CHICHARRONES Y SIMILARES) | 8 |
| TAMALES | 2 |
| SANGUCHES | 8 |
| SALTEÑAS | 2 |
| HELADOS | 1 |
| CHICHA | 5 |
| CHIFLES | 34 |
| ACEITUNAS | 9 |
| ACEITES DE COCINA | 18 |
| ABARROTES | 4 |
| REMEDIOS NATURISTAS | 11 |
| PLANTAS DE JARDIN Y SEMILLAS | 9 |
| FLORES | 9 |
| SOMBREROS | 11 |
| ROPA | 3 |
| ARTICULOS ELECTRONICOS | 6 |
| VELAS Y ARTICULOS RELIGIOSOS | 3 |
| PRODUCTOS DE MADERA | 10 |
| PRODUCTOS PARA MASCOTAS | 19 |
| COPIAS DE LLAVES | 4 |
| AFILADORES | 5 |
| ESPECIERIAS | 21 |
| VACIOS | 110 |

*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 430 Patio Central vista segundo nivel esq. San Camilo - Piérola*




*Gráfico 431 Patio Central vista desde segundo nivel pabellón este*



*Gráfico 432 Patio Central vista desde el acceso principal-puerta de acceso 1*




*Gráfico 433 Patio Central pasillo central desde el segundo nivel de Pabellón Sur*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 434 Pasillos laterales vista desde el segundo nivel del Pabellón Oeste*



*Gráfico 435 Vista de comercios en pasillos*




*Gráfico 436 Vista de comercios en pasillos*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 437 Vista de comercios en pasillos*




*Gráfico 438 Vista de comercios en pasillos*




*Gráfico 439 Vista de comercios en pasillos*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 440 Vista de comercios en pasillos*




*Gráfico 441 Vista de comercios en pasillos*




*Gráfico 442 Vista de comercios en pasillos*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 443 Vista de comercios en pasillos*




*Gráfico 444 Vista de comercios en pasillos*




*Gráfico 445 Vista de comercios en escalera al Pabellón Oeste (Esquina San Camilo-Piérola)*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 446 Vista de comercios en escalera al Pabellón Norte (Esquina San Camilo-Piérola)*




*Gráfico 447 Vista de comercios en escalera a los Pabellones Norte y Este (Esquina San Camilo-Alto de la Luna)*




*Gráfico 448 Vista de comercios en escalera a los Pabellones Sur y Este (Esquina San Camilo-Piérola)*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 449 Vista de comercios hacia el Pabellón Sur*

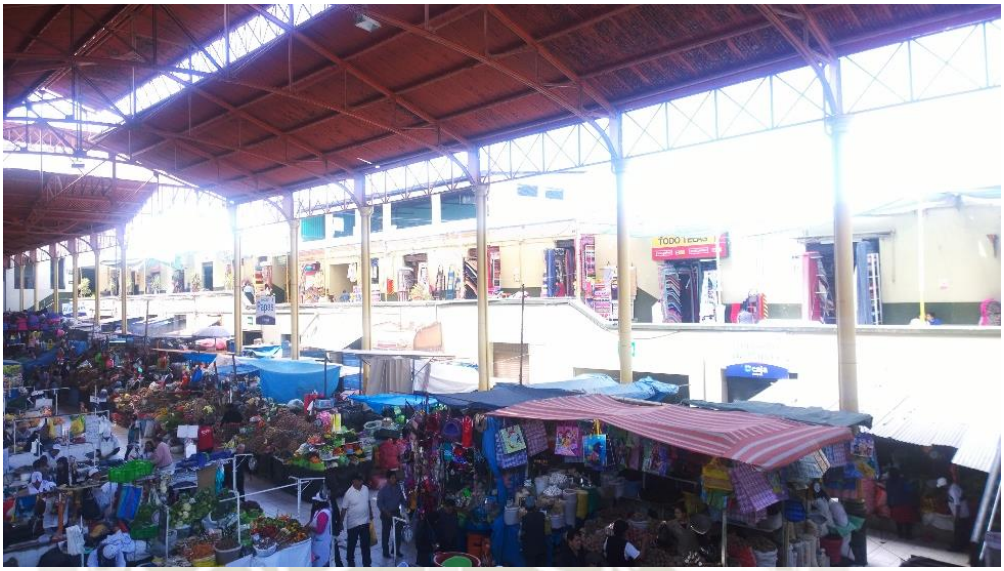


*Gráfico 450 Callejón en desnivel Plaza central comercial-Pabellón Oeste*



*Gráfico 451 Comercios adosados al Pabellón Sur*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 452 Comercios adosados al Pabellón Sur al fondo el depósito de carnes*



*Gráfico 453 Actividad comercial y de salida de carga del deposito de carnes*




A nivel urbano el impacto vial que ha generado es alto todas sus calles, debido a la afluencia de vehiculos, privados(taxis)y la presencia continua de vehiculos de carga para el abastecimiento interno del mercado y de los comercios exteriores del mercado, sumado al abastecimiento de los comercios aledaños, lo cual acurre en todas calles circunadantes al mercado.

*Gráfico 454 Calle Alto de la Luna*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 455 Calle Perú*




*Gráfico 456 Calle Piérola*




*Gráfico 457 Calle San Camilo*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Entre los aspecto positivos El Mercado San Camilo goza de una carga histórica entre las personas lo cual a nivel comercial la convierten en la imagen mas emblematica de la ciudad, de igual modo aun conserva compradores fidelizados por la tradición o nostalgia que genera este mercado, esta presencia emblematica se traduce tambien en la visita del mercado por parte de turistas extranjeros que acuden a el.

*Gráfico 458 Turismo en el Mercado San Camilo*



*Fuente: Diario Correo*

De igual forma cuenta con hermandades y cofradias formadas por los comerciantes, contando con una serie de actvicidades especiales de carácter religioso (misas y procesiones) al interior del mercado y en la plazoleta, las cuales se dan durante todo el año.

*Gráfico 459 M.S.C. Eventos especiales*



*Procesión del Señor del Perdón Y la Virgen de la Amargura*
*Semana Santa*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 460 M.S.C. Eventos especiales*




*Procesión de la Vigen de la Amargura – Setiembre*

*Gráfico 461 M.S.C. elementos especiales*




*Anda procesional de San Camilo de Lelis*
*Julio*

Se ha implementado desde 2015 con un sistema de video vigiliancia (22 camaras) y la contratación de personal de seguridad (15 efectivos) para brindar seguridad.

*Gráfico 462 Sistema de video vigilancia del Mercado San Camilo*




*Fuente: Diario Correo*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Entre los aspectos negativos, el manejo bicefalo (municipalidad y junta de propietarios) del mercado no permite que se lleven a cabo un mejor manejo, el cual contemple mejoras de forma mas continua en su infraestructura, ni labores estadisticas, de marketing, mercadeo, campañas comerciales, etc.

Asi como el mercado goza de una una imagen emblematica dentro de la mentalidad de los pobladores tambien goza de una mala imagen en cuanto a la seguridad y la salubridad, haciendo los esfuerzos por mejorar su seguridad antes mencionados no se representen mayores efectos en cuanto a la afluencia de publico, de hecho tal como se meciono en otro punto del documento, la precepción de seguridad negativa del mercado ha sido la pricnipal responsable de que en el ultimo año las ventas bajen en un 40%.

Carece de zonas adecuadas para su abastecimiento(zona de carga y descarga, depositos diferenciados, camaras frigorificas etc), motivo por el cual la carga y descarga se realiza en la via publica, los deposito con lo que cuenta se encunetran distantes de forma no nucleada lo que origina que se usen la el interior del mercado apra el traslado, causando congestión en sus pasillos, la carecnia de una zona dedicada al aabastecimiento del mercado origina que el manejo de los productos (en especial la carne) no sea la mas adecuada, por citar un ejemplo el deposito de carnes cuenta con una zona para el ingreso del vehiculo de carga, pero este no es utilizado (solo ocasionalmente como canton de limpieza mas no para la descarga) realizando la carga y descarga de la misma en la via publica (de hecho la riel para el traslado de la carne se ubica en la via publica), de igual forma no cuentan con camaras frigorificas para la conservación de productos lo cual ocasiona que se usen metodos aternativos de conservación (bloques de hielo) los cuales tampoco son manipulados adecuadamente.

Carece de un deposito o zona dedicada para el manejo de residuos solidos (basura) como se meciono anteriormente, los planos contemplan un deposito de basura sin embargo esta fue habilitada como un ingreso, esto origina que no haya un correcto manejo de los residuos para el recojo por parte del camión Municipal, originanado la algomeración de basura en la via publica (Calle Alto de la Luna) lo cual en conjunto con las carencias de abastecimiento representa graves problemas de salubridad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 463 Abastecimiento por la Calle Piérola*



*Gráfico 464 Abastecimiento por Calle Alto de la Luna*



*Gráfico 465 Abastecimiento  por Calle Alto de la Luna*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 466 Abastecimiento por Calle Perú*



*Gráfico 467 Abastecimiento por Calle San Camilo*



*Gráfico 468 Abastecimiento por Calle San Camilo*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 469 Abastecimiento Calle San Camilo*



*Gráfico 470 Abastecimiento al interior del mercado*



*Gráfico 471 Abastecimiento al interior del mercado*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 472 Abastecimiento al interior del mercado*



*Gráfico 473 Deficiencias de salubridad*



*Bloques de hielo para la consevación de productos -Calle Alto de la Luna*
*Notese el contacto directo de los bloques de hielo con el piso del vehiculo, ademas de encontrarse a la intemperie y sin ningun tipo de empaquetado*

*Gráfico 474 Deficiencias de salubridad*



*Riel de traslado de carne al exterior*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 475 Deficiencias de salubridad*




*Deposito de carne*
*Notese la presencia de carne en el piso*

*Gráfico 476 Deficiencias de salubridad*



*Basura en la Calle Alto de la Luna*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Otro de los aspectos negativo es el de la ubicación de la estructura metalica del patio central de forma independiente de los pabellones, lo que origina que en los pabellones este y oeste la estrucutura metalica se encuentre abruptamente y con el pabellón sur se origine una separción amplia generando el ingreso de sol directo durante la mayor parte del día lo cual hace que este pabellón si bien posee la camineria mas amplia sea poco transitada y los comerciante tanto en el primer como en el segundo nivel hayan colocado techos (telas y en un sector policarbonato) y en el segundo nivel dejen sus productos en la camineria, algo similar ha sucedido en el en el pabellón este en el que se han colocado calaminas de manera forzada debido a la diferencia de nivel del pabellón y el techo de la estructura , en los pabellones norte y parte del oeste en el que los comerciantes han colocado lonas y telas para evitar el ingreso de luz directa en el mercado, de igual forma la mala orientación del escalonado del techo hace que durante el día ingrese sol directo sobre los productos en distintas zonas del primer nivel, siendo las principales afectadas las zonas de verduras carnes de pollo , res y de pescados y mariscos, generando el deterioro de los productos , lo cual ha generado que que en el caso de las verduras (sobre los puestos en que cae luz directa) los comerciantes tengan durante periodos largos su mercaderia cubierta (con telas) para evitar el contacto directo y evitar el deterioro, generando la sensación de un puesto cerrado reduciendo sus ventas.

*Gráfico 477 Problemas asoleamiento segundo nivel pabellón sur*



*Problemas mencionados en el segundo nivel del Pabellón Sur*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 478 Separación de la estructura metálica y el pabellón sur*



*Gráfico 479 Lonas y telas en el pabellón sur (Segundo nivel)*




*Gráfico 480 Lonas en el pabellón norte*




*Gráfico 481 Lonas en el pabellón norte*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 482 Lonas en el pabellón oeste*




*Gráfico 483 Calaminas en el Pabellón Este*



*Gráfico 484 Encuentro de estructura metálica con pabellones*



*Gráfico 485 Sol directo sobre puestos de venta*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 486 Sol directo sobre puestos de venta*




*Gráfico 487 Sol directo sobre puestos de venta*




*Gráfico 488 Sol directo sobre puestos de venta*



*Gráfico 489 Sol directo sobre productos*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 490 Sol directo sobre productos*



*Gráfico 491 Sol directo sobre productos*



*Gráfico 492 Sol directo sobre productos*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Los espacios de circulación del segundo nivel de los pabellones este y oeste resultan insuficiente debido que en el caso del pabellón este al dedicarse a la venta de comidas es ocupado por el mobiliario y en el caso del pabellón es utilizado para al corte de tela y exposición del producto, adicionalmente a esto en el pabellón oeste la presencia del ambiente independiente a espaldas de la zona de telas deja muy poco espacio para los stands y la circulacion por lo que los comerciantes se ven forzados a realizar las acciones antes mencionadas, en el caso del pabellón sur este se encuentra cercado (maya metalica) lo cual hace que sea poco visible y por lo tanto poco concurrido de igual forma sobre una zona de este (hacia la esquina con la calle Pierola) se encuentran con una pared de triplay lo cual genera nula visibilidad de comercio desde cualquier zona del mercado, las esquinas de los pabellones se encuentran encerrados lo cual tambien origina los mismos problemas de visibilidad, los encuentros del pabellon norte con los pabellones este y oeste han sido mal resueltos originando que no haya continuidad en el recorrido, en caso del pabellon este se deben bajar unas grdas hasta el descaso y volver a subir al pabellon pasando por el costado del la zona cerrada de comedores lo cual hace que esta pase de manera inadvertida, en el caso del pabellon oeste se debe bajar hasta el patio central para luego subir por otras gradas al pabellon norte, se han colocado comercios alrededor de estas escaleras lo cual les quita visibilidad desde la zona baja hasta encontrasre con ellas al estar muy proximos, en el caso del encuentro del pabellon sur con los pabellones este y oeste este si brinda una continuidad en el recorrido, sin embargo en el caso del encuentro con el pabellon oeste la esquina goza de poca visibilidad al ser un espacio demasiado amplio para la cantidad de puestos que alberga los cuales se ubican en el perimetro del ambiente, en caso del pabellon este, la esquina se encuentra encerrada pero la circulación pasa por esta, sin embargo el espacio es muy reducido lo cual hace que esta sea percibida solo como una zona de circulación obligada mas no como una zona adecuada para el desarrollo del comercio (los puestos que antes existian en esta zona ya han sido desocupado por los comerciantes), de igual forma en el patio central existen circulaciones estrechas en las zonas mas concurridas de igual forma al contar con un espacio limitado para el numero de comercios, se ha producido que las columnas de la estructura metalica se haye colocada en medio de circulaciones estrechas, e incluso atrevesando puestos de ventas, de igual forma se han adosado comercios sobre el pabellón sur lo que hace que estos sean poco visibles y poco concurridos (a la actualidad solo se encuentra un puesto activo en el primer nivel del pabellón sur).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 493 Deficiencias en circulaciones*




*Comedores ocupando el pasillo del segundo nivel del pabellón este*

*Gráfico 494 Deficiencias en circulaciones*




*Escaleras para la transición del pabellón este al pabellón norte*
*Notese de fondo la zona de la esquina de los pabellones encerrada con muros teniendo que hacer uso de un banner para indicar la actividadque en ella se desarrolla*

*Gráfico 495 Deficiencias en circulaciones*



*Transición del pabellón este al pabellón norte , no se conecta directamente con el el pabellon este produciendo un cuello de botella*

*Gráfico 496 Deficiencias en circulaciones*



*Corredor del segundo nive del pabellón oeste, estreches de la circulacion por ocupacion indebida de los comercios y saturacion del numero de puestos comerciales*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 497 Deficiencias en circulaciones*



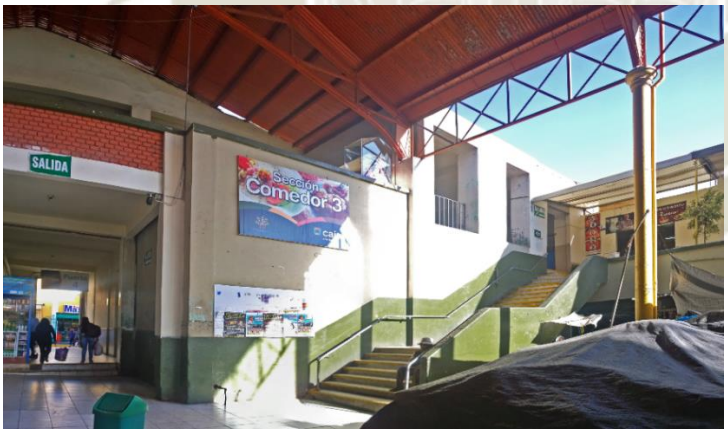

*Transición del pabellón oeste al pabellón norte Notese el encerramiento del sector del pabellón norte y la nula visibilidad de las actividades de este y de la esquina, asi como entre las escaleras para completar el circuito, por la presencia de dos escaleras contiguas independotes para cada pabellòn (norte y oeste) generando genrando un desprovchamiento del espacio*

*Gráfico 498 Deficiencias en circulaciones*




*Transición del pabellón oeste al pabellón norte Notese el encerramiento del sector del pabellón norte y la nula visibilidad de las actividades de este y de la esquina, asi como entre las escaleras para completar el circuito, por la presencia de dos escaleras contiguas independotes para cada pabellòn (norte y oeste) generando genrando un desprovchamiento del espacio*

*Gráfico 499 Deficiencias en circulaciones*




*Transición del Pabellón Este al Pabellón Sur Notese el encerramiento de la esquina y la poca visibilidad de esta*

*Gráfico 500 Cerramiento del sector del pabellón norte*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 501 Cercado del pabellón norte*



*Gráfico 502 Cercado en el pabellón norte y de la esquina con el pabellón Oeste*



*Gráfico 503 Deficiencias en pasillos del patio central*



*Gráfico 504 Deficiencias en pasillos del patio central*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 505 Columnas interrumpiendo circulaciones*



*Gráfico 506 Columnas interrumpiendo puestos comerciales*



*Gráfico 507 Columnas interrumpiendo circulaciones*



*Gráfico 508 comercios adosados al pabellón sur*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

La zona de emplazamiento posee una doble pendiente (en sentido norte-sur y este oeste) produciendo una dorencia de nivel de 1.50 m a 2.00 m aprox entre los puntos mas altos y los mas bajos, sin embargo esto no ha sido completamente o resuelto de manera satifactoria, ya que la plataforma del patio central a seguido el mismo patrón pero con una pendiente menor generando un desnivel de 1.00 m lo cual a originado la aparición del callejon colindate al pabellón oeste, lo cual la convierte en una zona aisalda  para reolver esto se han dispuesto gradas en sentido asecendente que no permiten una continuidad entre el ingreso y la zona comercial, sobre las mismas se han asentado comercio el cual entorpece la ciuculación y genera diversos problemas de igual forma la presencia de las escaleras de acceso del patio a los pabellones este y oeste han han genrado una zona insegura debido a que la continuidad del callejon se da debajo de estas debajo de las cuales tambien existen un tramo de gradas para resolver el desnivel del callejon con el nivel de acceso.

De igual forma la doble pendiente a sido seguida en el segundo nivel de los pabellones Este, Oeste y Sur, en los cuales se han dispuestos gradas para resolver los desniveles, lo cual si bien no permite un transito continuo no representa mayor problema en el pabellón Sur debido a las dimensiones de su corredor, pero si reprensta problemas graves en los pabellones Este y oeste en las cuales las dimensiones son reducidas, y como se menciono anteriormente el comercio hace uso de parte de la circulación lo cual sumado a estos desniveles origina un transito sumamente entorpecido.

Encontramos tambien circulaciones verticales completamente encerradas en el ingreso central del pabellón sur (puerta 6) las cuales presentan dimensiones minimas y su condición de cerramiento hace que estas pasen inadvertidas por la gran mayoria de usuarion lo mismo cual ha genrado que sean zonas poco seguras y con niveles de deterioro.

De igual forma el tercer nivel del pabellón sur fue construido de forma no planificada motivo por el el cual no cuenta un techamiento apropiado para soportar de manera eficaz las precipitaciones pluviales.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 509 Deficiencias por desniveles*



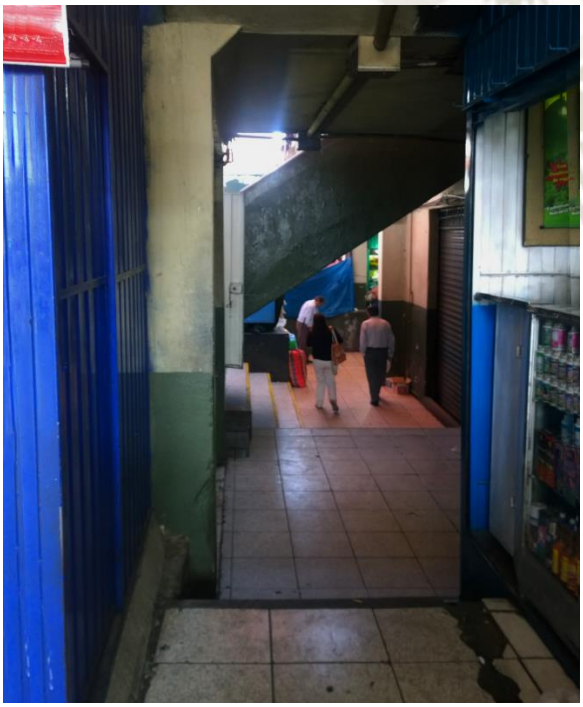
*Saturaciòn, tugurizacion falta de iluminaciòn en callejon genrado por el desnivel del patio central con el pabellon sur*

*Gráfico 510 Deficiencias por desniveles*



*Gradas para salar el desnivel del acceso oeste con la plaza central,, sumado a la prsencia de las escaleras contiguas e inpendientes (hacia los segundos niveles de los pabellon norte y oeste) generan espacios saturados y confusos a menra de "recovecos"*

*Gráfico 511 Deficiencias por desniveles*



*Circulación a manera de callejon generado bajo las escaleras (contiguas e inedeoendientes) que comunica con los del pabellones norte y oeste*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 512 Deficiencias por desniveles*



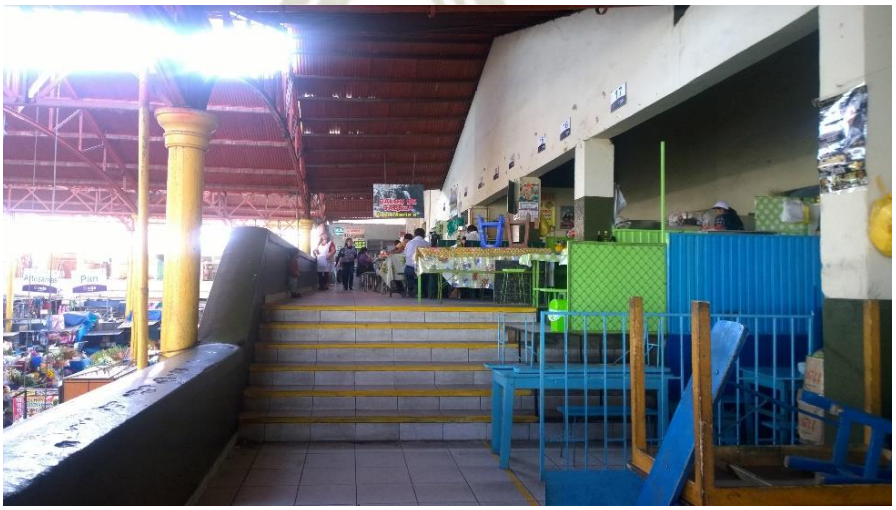
*Circulación bajo las escaleras del Pabellon Oeste*

*Gráfico 513 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel en la esquina del Pabellón Sur y Este*

*Gráfico 514 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel del Pabellon Este*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 515 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel del Pabellon Sur*

*Gráfico 516 Deficiencias por desniveles*




*Desnivel del Pabellon Sur*

*Gráfico 517 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel Pabellón Oeste*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 518 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel Acceso por la Calle Pierola – Puerta 8*

*Gráfico 519 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel Acceso por la Calle Pierola – Puerta 9*

*Gráfico 520 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel hacia el callejon del Pabellón Oeste-Plaza Central Comercial*

*Gráfico 521 Deficiencias por desniveles*



*Desnivel desde el callejon hacia la Plaza Central Comercial*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 522 Escaleras pabellón sur puerta 6*

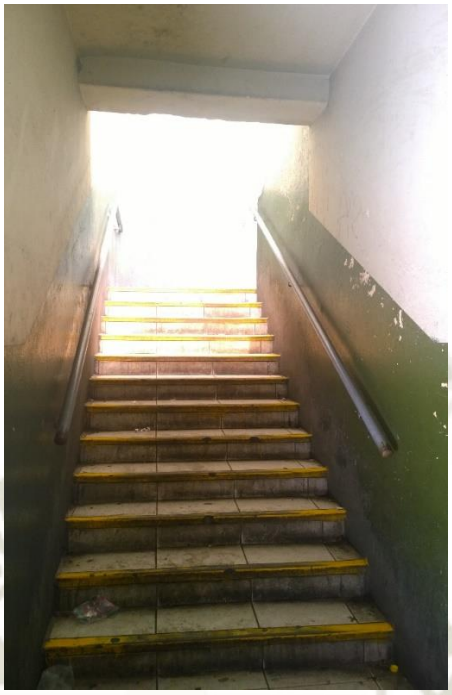


*Gráfico 523 Escaleras cuasi ocultas en la puerta 6*




*Gráfico 524 Techamiento improvisado del tercer nivel*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Se encuetra tambien un estado de la infraestructura comercial deficiente, en este punto nos referimos tanto a los ambientes comunes como a los stands comerciales, en el caso de la infraestructura comun esta fue mejorada en el año 2015 sin embargo dadas las limitaciones espaciales y de gestión esta sufre deterioro acelerado, haciendo que las labores de mantenimiento sean insuficientes de igual forma las renovaciones en la infraestructura se dan de forma muy espaciada (mayormente podrian considerarse mantenimiento ams no cambios de fondo ni renovaciones significativas), debemos considerar tambien que pese a la desaparicion de comercios en el mercado este sigue manteniendo altos niveles de hacinamiento, tal como lo evidencio el diagnostico de la Gerencia del Centro Historico en 2016, igualmente no se contempla la protección o mantenimiento de los puestos desocupados originando que sigan deteriorandose, las zonas de comidas de las esquinas son zonas encerradas que no cuentan con ningun tipo de sistema (extracción de humos etc.) o acondicionamiento que impida o reduzca los niveles de deterioro, lo mismo sucede en el pabellón este (segundo nivel), donde la actividad se da de forma abierta, sin embargo el cerramiento del techo y la carencia antes mencionadas causan deterioros en el techo y las paredes.

Las mayores mejoras se dan en los stands del patio comercial sin embargo estas se limita a la implementación individual (vitrinas, refrigeranción etc) lo que hace que no sea ni masiva, ni uniforme, en especial en la venta de carne rojas y blancas en las que se mantienen los productos a la intemperie en la mayoria de puestos, asi mismo el hacinamiento produce que muchas de las actividades se den en areas reducidas tanto para la elaboracion y exposición de productos como para la concurrencia y consumo del publico, de igual forma existe una aglomeración de actividades que en la mayoria de casos se dan en ambientes inadecuados y/o improvisados siendo uno de los mejores ejemplos la venta de aves vivas la cual se ubica en el ultimo nivel y no cuenta con las condiciones necesarias para el desarrollo optimo de esta actividad (traslado de anilamels, condiciones de salubridad, etc) haciendo que la propuesta comercial del mercado sea incompatible con la dinamica del centro histórico, al poseer los ya mencionados bajos niveles de especialización e implementación de los puestos (salvo casos puntuales) y de la infraestructura general.

En resumen podemos concluir que si bien existen trabajos de mejora de la infraestructura comun y de la implementación de los puestos, esta encuentra diversas limitaciones que hacen que posea una infraestructuro e implementacion deficiente.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 525 Deterioro en pisos*



*Gráfico 526 Deterioro en pisos*



*Gráfico 527 Deterioro em techos por humedad*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 528 Deterioro em techos por humedad*



*Gráfico 529 Deterioro en mobiliario comercial*

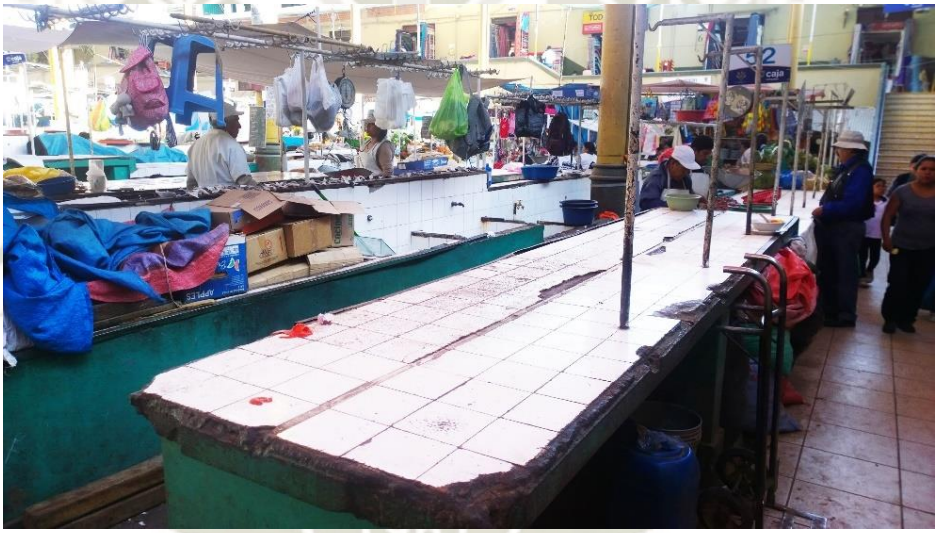


*Gráfico 530 Deterioro en mobiliario comercial*





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 531 Deterioro de mobiliario comercial*



*Gráfico 532 Deterioro de mobiliario comercial*




*Gráfico 533 estándares de implementación heterogéneos*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 534 Implementación adecuada*




*Gráfico 535 Deficiencias de implementación*



*Gráfico 536 Deficiencias de implementación*




*Zonas sin implementación adecuada y con ocupación de corredores de circulación*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 537 Problema de hacinamiento*



*Espacios reducidos para el desarrollo de actividades*

*Gráfico 538 Problema de hacinamiento*



*Espacios reducidos para el desarrollo de actividades*

*Gráfico 539 Problema de hacinamiento*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 540 Problemas de hacinamiento*



*Gráfico 541 Problemas de hacinamiento*



Han existido iniciativas de eventos especiales en agosto del 2014 (adicionales a los actvidades de carácter religioso expuestas anteriormente) en las instalaciones del mercado sin embargo estas han sido de gestión externa y por parte de la gestón del mercado lo, cual ha hecho que no tengan mayor repercusión, de igual manera los problemas de infraestructura expuestos en los puntos anteriores no han permitido que se desarrollen de manera adecuada (en especial por el ingreso de sol directo en la camineria de pabellón sur que es la mas adecuada para estas actividades por sus dimensiones) de igual forma estas actividades al darse me manera aislada (en cuanto a gestión) sin el soporte logistico ni de promoción adecuados, no han permitido que sean aprovechadas por completo para la afluencia de visitantes nuevos, solo se limitarón a concitar la atención momentanea de los visitantes de turno, los cuales (debido a las mismas limitaciones de infraestructura) no pueden tener una espectación adecuada de estas actividades, de igual forma no existe ningun tipo de campañas de fiedelización de clientes.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En 2016 se realizo la implementación en el tercer nivel de la sala de lectura para niños Marrio Vargas Llosa, la cual esta dirigida a los hijos de los trabajadores y visitantes, en el tercer nivel del pabellón norte, el cual sigue en funcionamiento, sin embargo esta se encuentra en una zona poco visible del mercado (recordemos la poca visibilidad del segundo nivel del pabellon norte) y que ademas no cuenta con ningun tipo de indicacion en su ingreso o de algun tipo de anuncio de su presencia en el mercado lo cual la hace imperceptible para los visitantes continuos al no por tratarse de una actividad identificada con las actividades del mercado.

De igual forma, las actividades especiales consolidadas que corren a cargo de las cofradias y hermandades del mercades las cuales no cuentan con un espacio adecuado para realizar las actividades (solo cuentan con un salon de reuniones), lo cual origina que las actividades previas y posteriores a estas se realicen en los pasillos  o ingresos del mercado (preparación de andas cambiado de imágenes, etc), de igual forma una vez concluidas estas los implementos (andas procesionales) son dejadas en el mercado (mayormente en los ingresos por la calle alto de la luna), lo cual ademas de ser algo inadecuado ara el desarrollo de las activiades normales del mercado tambien las hace correr riesgo de deterioro y/o robo, de igual forma sus actividades complementarias como paraliturgias se realizan en los corredores o el patio del mercado al no contar con un espacio para estas activiades consolidadas.

*Gráfico 542 Actividades especiales*



*Filarmonica en el Pabellón Sur Agosto 2014*
*Fuente: Agencia Peruana de Noticias ANDINA*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 543 Actividades especiales*



*Filarmonica en el Pabellón Sur Agosto 2014*
*Fuente: Agencia Peruana de Noticias ANDINA*

*Gráfico 544 Actividades especiales*




*Concurso de belleza Reyna del Mercado San Camilo*
*Fuente: Diario EL Pueblo*

*Gráfico 545 Actividades especiales*




*Anda procesional en puerta de acceso (Dias posteriores al acto proceional)*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 546 Actividades complementarias*




*Acceso de la sala de Lectura Mario Vargas Llosa*
*La sala se encuentra sobre los stands (Desocupados) 210, 211 y 212*

*Gráfico 547 Deficiencia en logística de actividades especiales*



*Anda procesional en puerta de acceso (Dias posteriores al acto procesional*

*Gráfico 548 Logística actividades especiales*




*Preparación de imagen procesional (Dias previos al acto procesional)*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 549 Logística actividades especiales*




*Preparación de imagen procesional (Dia del acto procesional)*

*Gráfico 550 Actividades especiales*



*Paraliturgia en el corredor del Pabellón Norte*
*Fuente: Diario Correo*

*Gráfico 551 Actividades especiales*




*Paraliturgia en el Patio Comercial Central*
*Fuente: Hughes Vanhoucke*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

El comercio informal es otro de los aspectos negativos del mercado, si bien esto no es responsabilidad directa del mercado si lo es el hecho de que esta se de en sus instalaciones, tanto en el los pasillos como en los puestas de acceso, debemos mencionar que el hecho de que el ambiente independiente del segundo nivel del pabellon oeste sirva (no se precissa si en parte de el o en su totalidad) de almacen para los productos de este tipo de comercio (según conversaciones con los comerciantes del mercado), no solo agrava esta situación, la fomenta y hace que esta perdure, haciendo aun mas dificil dar una solución a la misma.

*Gráfico 552 Presencia de la informalidad*




*Comercio informal en puestra de acceso Calle Pierola*

*Gráfico 553 Presencia de la informalidad*




*Comercio infromal al interior del mercado*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 554 Presencia de la informalidad*



*Comercio informal en puerta de acceso al segundo nivel del Pabellón Oeste Calle Pierola*

De todo lo expuesto hasta el momento en el documento podemos concluir que el mayor potencial de atracción de compra en el Mercado San Camilo es la nostalgia o tradición, lo cual representa un potencial u oportunidad que no es aprovechado debido a las mltiples limitación tanto de infraestructura y de gestión lo cual le presenta una desventaja competitiva frente a su competencia directa (supermercados del sector retail) debido a que estas ofrecen una mejorimplementación e infraestrcutura tanto para las labores de abastecimiento y manejo de la maercaderia, y para el desarrollo de la actividad comercial lo cual incide directamente en las preferencias del comprador que como se vio a lo largo del documento a sufrido cambios en sus patrones y prioridades de compra y elección de una plaza comercial, en cual el valor de la tradición o nostalgia (los cuales son los principales potecial de atracción del Mercado San Camilo) no es algo determinante o relevante al momento de su elección. De igual forma al carecer de un soporte gestivo que contemple acciones de marketing promocioón de la plaza comercial y fidelización de clientes hace que este decrecimiento en la preferencia de los compradores sea mas acelerado.

Adicionalmente los bajos niveles especilización de la actividad comercial del mercado es una de las mayores desventajas competitivas al ser este un factor importante dentro de las prioridades del nuevo consumidor (tal como se vio a lo largo del documento), lo cual se evidencia en la aparición de los nuevos formatos comerciales y en el tipo de actividad comercial que se desarrolla en el Centro Histórico, lo cual genera que la zona del mercado haya quedado rezagada con respecto a la centralidad a la que pertenece y no permita su integración a la dinamica comerial de la misma.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

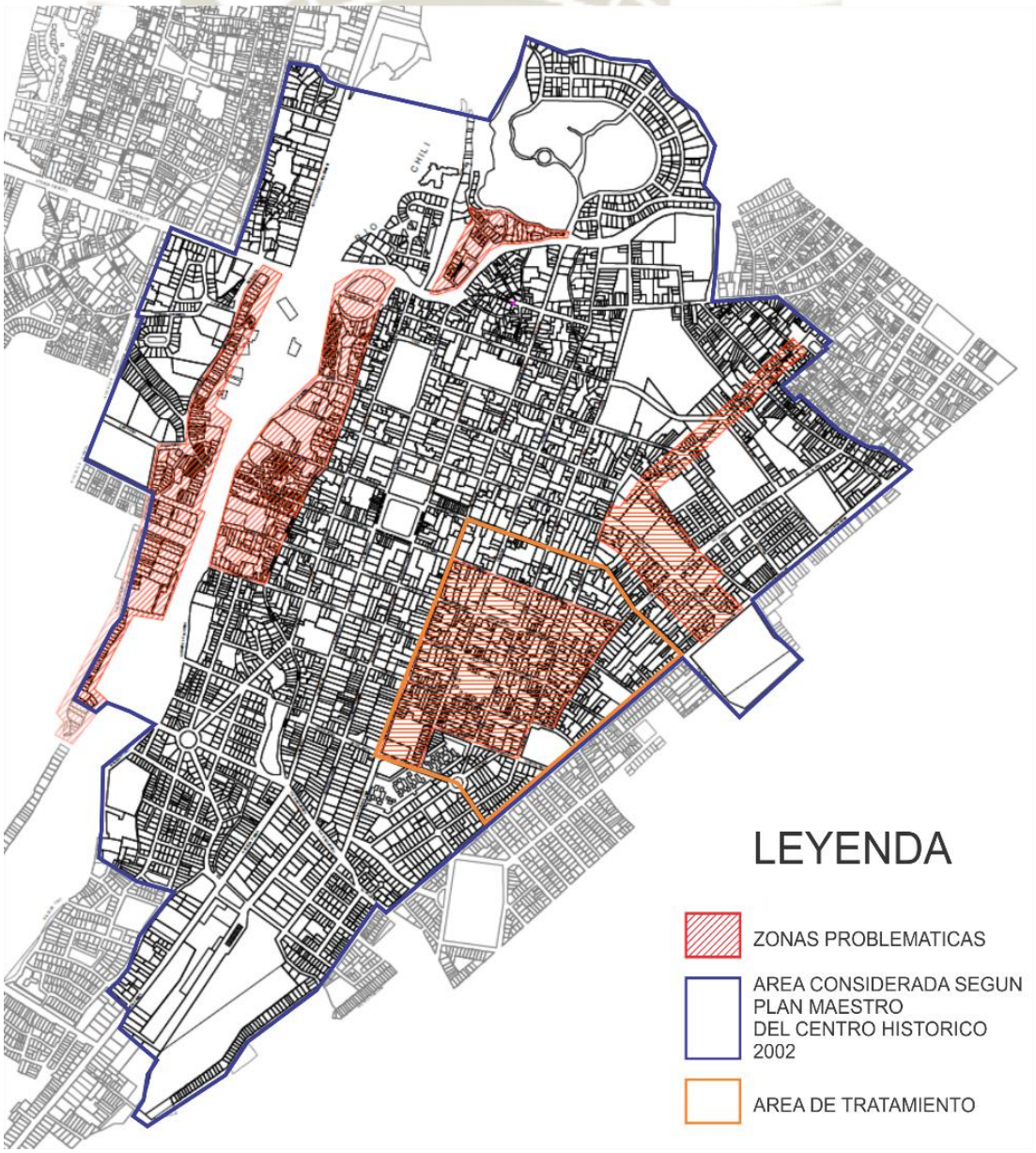
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 5.6 ZONAS PROBLEMATICAS.

Según reportes de la Gerencia del Centro Histórico, se encuentran detectados 5 zonas consideradas problematicas (Gràfico 556) las cuales concentran los principales problemas que se han viso durante el analisis, estando ubicadas en la zona la baja del Parque Selva Alegre, las dos margenes del Rio Chili (entre el puente Grau y puente consuelo),en recorrido compredido en la Av. Siglo XX y las calles San Pedro y San Antonio, y la Zona del Mercado San Camilo, la cual según este reporte y el Plan Maestro del año 2002, es la zona mas problemática del Centro Histórico, igualmente según El PDAM Arequipa 2016-2025 es asi considerada asi nivel de todo Arequipa, encontradose en nuestra zona de tratamiento.

*Gráfico 555 Mapa de zonas problemáticas Centro Histórico*




*Fuente: Propuesta PlaMCha 2017-2027(Diagnostico)*
*Adecuación: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# CAPITULO VI
# MARCO CONCEPTUAL



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 1. COMERCIO - CIUDAD - ARQUITECTURA

El origen del comercio se remonta a la aparición de las primeras sociedades sedentarias (que comenzaron como nomades) las cuales se dedicaron principalmente al pastoreo y la agricultura, actividades productivas contraladas que pasaron de asegurar el sustento de la comunidad a generar un excendente, el cual se dedico al comercio a través del trueque, generando asi la primera mercancia, posteriormente estos grupos fueron creciendo y relacionandose, pasando a fusionar diferentes comunidades en una sola, originando la aparición los grupos familiares los cuales continuaron dedicandose a sus actividades productivas y comerciales de forma individual, tanto dentro de la nueva comunidad como fuera de esta, marcando asi la aparición de la propiedad privada en convivencia con la propiedad pública.

Esta comunidades y sus asentamientos fueron evolucionando hasta convertirse en ciudades, en las cuales se busco entre otras cosas facilitar el comercio local e internacional, ya en Grecia tal como describe Platón en La Republica, el comercio sin ser la actividad primordial fue esencial para el desarrollo de su sociedad, por lo que se tomaban medidas con el fin de beneficiar al pueblo, llevando a la aparición del Ágora, donde se mezclaban el comercio, la cultura y la política siendo esta rodeada por edificios públicos y privados, posteriormente se creo una segunda Ágora dejando las actividades comerciales de la primera para la venta al detalle o menudeo y la otra para las ventas al por mayor, siendo ambas controladas por los gobiernos de las ciudades, con la aparicion de la actividad comercial en el Ágora nace el concepto del mercado (siendo su forma primigenia la de mercado abierto) y la posterior creacion de la moneda pasando del sistema de trueque a la compra por divisa.

Posteriormente en Roma el comercio incrementa su escala por lo que adquiere un rol primordial en la planificación de las ciudades, las cuales se ordenaron ortogonalmente con el fin de facilitar el transito y el transporte comercial, conectando las calles por medio de las calzadas con los mercados y el foro en el cual se mezclaban las actividades administrativas, religiosas, financieras y las comerciales a traves de la venta de articulos generales ya que la creación de los diferentes mercados se destino a la venta exclusiva de un tipo de mercacia como los vinos, pescados y verduras, naciendo asi el concepto de comercio especializado.

El estado controla los mercados generando reglamentaciones especificas, debido a este incremento en la escala comercial, marcando el nacimiento del derecho comercial.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En el medioevo luego del Siglo XI se produce el incremento abrupto de la población de las ciudades llevandolas a un proceso vertigioso de expansión, estos factores incrementa la escala comercial llevando a la inclusión de la escala regional a las ya existentes (local e internacional) y el uso masivo de la moneda.

La creacion de mercados se destinan al comercio local, conectado atraves de estos zonas agricolas vecinas las cuales podian vender sus excentes de producción en los mismos, en estos se establecen bancos para el cambio de divisas y el giro de letras de cambio, con este incremento comercial surgieron las primeras asociaciones gremiales de comerciantes las cuales dividían los distritos para la venta de los productos en esa región, fijaban los precios y la calidad de la producción. Surgiendo los conceptos del standard de calidad y del monopolio comercial, por los cuales se hacía indispensable pertenecer a una agremiación para el ejercicio de cada actividad comercial.

Con el proceso de expansión de las ciudades y de las rutas comerciales la escala comercial continua en crecimiento, asi como la variedad de productos, modificando los habitos y patrones de consumo aumentando el ritmo de la demanda hasta ser diaria, por lo que surge la nececidad de agrupar los comercios en un solo recinto con una dotacion y presencia permanente con el objetivo de ordenadar y asegurar el flujo continuo del comercio local marcando el nacimiento del mercado cerrado como infraestructura comercial, es asi que podemos mencionar dos etapas, la primera con el Palazzo Caprini de Donato d'Angelo Bramante, construido en 1501 e inaugurado en 1514 cuyo primer nivel se destino al comercio y el segundo a la vivienda urbana, su concepción y diseño supuso un punto de quiebre para el formato comercial, marcando la pauta para este tipo de infraestructura,

La segunda etapa llega con el Siglo XVII donde comercio local diario ya consolidado genera la evolución del sistema financiero orientado al comercio, es asi que se marca el auge del sistema de compra por credito, factor que aumento la capacidad adquisitiva de las personas debido a la innovación y facilidades en el sistema de pago, modificando nuevamente los patrones de consumo, debido a esta coyuntura se populariza la aparición de estructuras comerciales las cuales tambien evolucionan su concepción con el fin de satisfacer las necesidades del nuevo publico, dando paso a la aparición de nuevas estructuras como el Boston Town Hall and Marketplace (1657) y el Second Royal Exchange en Londres (1667-71) las cuales al igual que el Palazzo Caprini en su momento marcaron la pauta para las nuevas estructuras comerciales al enfocarse exclusivamente al comercio, estas mantuvieron similitudes en la tipologia formal, pero incrementaron su amplitud.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

A finales del siglo XVIII los procesos de planeamiento social y urbano de las ciudades dan paso a la creación de un nuevo formato: las Arcadas o galerias, las cuales consiten en pabellones lineales de dos pisos (dedicando el primero para tiendas y el segundo para apartamentos y habitaciones), conectados por calles techadas, esta tipologia fue el primer edificio pensado para acomodar tiendas, siendo la primera Les Galeries de Bois en el Palacio Real de Paris en 1770.

Sus principales caracteristicas fueron la iluminación natural y amplitud de los espacios comerciales y de circulación, permitiendo una mejor exposición de las mercancias (y en algunos casos del proceso de manofactura) y mejores condiciones para la actividad de consumo, modificando los habitos del cosumidor que comienza a tomar conciencia de la actividad comercial como una vivencia, tambien se debe resaltar que con este formato se introdujo el concepto de precio fijo de los productos y se retomo el concepto de uso mixto(Palazzo Caprini) en las edificaciónes comerciales.

Es a partir de esta nueva conciencia de la actividad comercial como vivencia que los formatos comerciales se desarrollan dando paso a la tienda por departamento con la aparición como tal de Harrods en Londres el año1880, esta evoluciona de una pequeña tienda en 1849, expandiendose con la compra de los edificios adyacentes, marcando la aparición del comercio urbano de gran escala por parte de un privado.

La conciencia del comercio como vivencia fue determinante para el desarrollo del nuevo formato, este inicia la explotación consciente y planificada de la experiencia de compra haciendo uso de diversos recursos para captar la atencion siendo un ejemplo de esto la aparicion de la primera escalera mecanica en 1898 usada en la tienda Harrods.

Este formato comercial siguio su desarrollo hasta evolucionar en el centro comercial o mall con la aparición en Kansas del Country Club Plaza el año 1922

Es a mediados del Siglo XX que comienza un vertiginoso avance tecnologico e industrial en el mundo afectando la dinamica de las actividades urbanas modificando los patrones de vida vida y de consumo de la población, esto consolida al formato del centro comercial como el formato comercial preferido por la población, llevando a al comercio a un roceso de expansión dramatica nunca antes visto, si consideramos que de 1922 a 1945 estados unidos contaba con 45 malls y para 1958 el numero se elevo a 2900 malls.

Tal como indica la Arquitecta Fernanda Hernandez Azmita en su tesis de Maestria Arquitectura Comercial, los factores que generaron esta expansión acelerada fueron



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- El crecimiento de la población.
- El espacio limitado en las áreas urbanas para el comercio.
- El aumento de autos
- El tráfico en los centros de los pueblos.
- La abundante accesibilidad de tierra.
- Desarrollos en ventilación con aire acondicionado e iluminación.

Es con esta dramatica expansión que la oferta comercial urbana queda (de facto) en manos del inverso privado, la cual al priorizar sus interes ve en la avidez de novedad un fator de explotación para los mismos, dando paso a la especulación con la cual pasaron de dinamizar y en algunos casos propiciar las expansiones urbanas a ser estructuras abandonas conforme surgiean nuevas expansiones provocando a su vez el traslado de los habitates a estas nuevas expansiones debido a la fuerte atraccion que generaban las nuevas estructuras comerciales.

Es asi que con la llegada de la crisis financiera el enfoque de las estructuras presenta una nueva variable la flexibilidad con el fin de seguir generando el interes del nuevo publico y adecuarse a los cambios en los patrones de consumo en la misma estructura.

## 2. ARQUITECTURA COMERCIAL

Como hemos podido ver el comercio ha jugado un rol vital en el emplazamiento y ordenamiento de las ciudades, influyendo en su desarrollo económico, funcional y en la dinamización de estas y sus sociedades, incidiendo directamente en la arquitecura y el urbanismo.

De igual forma se menciono como el comercio y los patrones de consumo fueron evolucionando hasta tomar conciencia de la actividad comercial como una vivencia lo cual fue determinante en la concepción y aparición de las estructuras comerciales, evolucionando desde el primer mercado en Grecia hasta los Centros comerciales o Malls de la actualidad.

“en lugar de que el comercio (como actividad) transcurra en la ciudad (como lugar), la ciudad (como idea) está teniendo lugar en el comercio (como lugar)” (Mc. Morrough, 2002)

“el ser humano no ha cambiado sus necesidades y su forma de interactuar o comercializar, sino que solo evoluciona, ya que desde los primeros mercados se vislumbran las pautas de lo que actualmente podría ser un centro comercial” (Hernandez Azmitia, 2012).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

La evolución de los formatos comerciales y su arquitectura se da como consecuencia de los diferentes cambios y avances de la sociedad los cuales han influido en la actividad comercial, Tal como lo señala Marcel Gómez i Alonso en su tesis doctoral Les Grans Superfícies comercials. Analisi d'un episodi en l'evolució de l'us comercial des de la gestió urbanística, los principales factores de influencia fueron:

> Económicos: aumento en el nivel de renta, industrialización práctica comercial, consolidación de la economía libre de mercado, etc.
>
> Tecnológicos: optimización y diversificación de medios de producción, mejora de vías de comunicación, aumento de capacidad de producción en frío, nuevas tecnologías comerciales de venta, etc.
>
> Sociales: rejuvenecimiento de la población, mujeres trabajadoras, coche privado, nuevos hábitos de consumo, aumento del tiempo libre y del consumo fuera de casa, compra por placer, etc.
>
> Urbanísticos: nuevas áreas residenciales, saturación de zonas comerciales tradicionales. (Gómez i Alonso, 1996)

De igual Forma Adriana Olaya-Cotrino en su tesis doctoral El Impacto de la Arquitectura del Comercio Urbano "La arquitectura ha sido empleada en la actividad comercial para dar cobijo, proporcionar condiciones de confort en el proceso del intercambio, mantener el producto en condiciones adecuadas para su venta, y generar un ambiente idóneo para efectuar el intercambio entre comprador y vendedor" (Olaya - Cotrino, 2010), pero tal como vimos a travez de los puntos anteriores el comercio al ser una de las partes visibles de la actividad economica y por su relación en el devenir la ciudad y la sociedad esta sujeto a un constante proceso de evolución y cambio por lo que el soporte arquitectonico de la actividad comercial debe contemplar este factor para evitar su detioro y posterior muerte por obsoletes.

"aun cuando la actividad comercial se ha expandido hasta el nivel de la ubicuidad, aun cuando forma parte inherente de la vida cotidiana, y aun cuando ha llegado a sobrepasar a las demás actividades en número y escala, es también la actividad más inestable y de más corta vida, la más vulnerable a declinar y caer en la obsolescencia" (Leong, 2002).

Esta necesidad de adaptación viene orientada a uno de los factores más importantes para el comercio, La atracción ya que antiguamente esta recaía casi en su totalidad en las



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

características del producto, lo cual ha sido relativizado debido a los avances en los niveles de producción, industrialización y globalización, haciendo necesario el uso de diversos recursos con el fin satisfacer y responder más rápido a los continuos y siempre cambiantes requerimientos del cliente.

Estos requerimientos han dejado de responder a necesidades básicas de consumo y abastecimiento, al entender al comercio como una actividad o vivencia por medio de la cual las personas también buscan satisfacer necesidades físicas, sociales, e incluso intelectuales y espirituales, por lo que este soporte arquitectónico a dejado de ser el contenedor de una actividad económica y se convierte en un entorno o ecosistema de ocio, presente en la vida cotidiana de las personas para generar momento emocional o experiencia de compra, como menciona Adriana Olaya-Cotrino en su tesis doctoral "Este cambio se refleja en la actitud del comprador: ya no va a comprar, ahora va de compras" (Olaya - Cotrino, 2010) mencionando además que:

> el espacio donde desarrollamos nuestros desembolsos, donde consumimos y adquirimos, puede dejar de ser un ambiente tosco, simple patio de operaciones. Ahora es un teatro donde el vendedor procura adaptar su ambiente a la mejor escenografía para dejar sobre el comprador la marca y condición de huésped con ánimo de regreso (Olaya - Cotrino, 2010).

En su ensayo "Ecology", Tae–Wook Cha establece el paralelo comercio-ecosistema:

"El comercio es ecología. En el ecosistema del comercio los compradores se mueven a través de las zonas de tiendas buscando alimentos, ropa, juguetes, como animales buscando el lugar para su sustento. Los vendedores luchan y protegen sus territorios ya que los compradores buscan mejores hábitats con más recursos y bajos precios. Los recursos se regeneran e intercambian continuamente entre los vendedores y compradores en el círculo del ecosistema comercial" (Cha, 2002).

Para la construcción de este ecosistema el comercio se vale de diferentes recursos para transmitir un mensaje positivo y atractivo al publico, proporcionando condiciones como comodidad, seguridad, etc, con el fin de aumentar su poder de atraccion, competitividad y generación de ventas, asegurando su vigencia y supervivencia.

"El comercio, a diferencia de otros temas arquitectónicos, se vale de la atracción como mecanismo de supervivencia" (Olaya - Cotrino, 2010)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es por este uso de recursos que la arquitectura del comercio urbano ejerce un impacto, tanto dentro como fuera de la ciudad. Su concepción se constituye de dos partes: la arquitectura "que no se ve" y la arquitectura "que se ve", para lo cuales se invierten cantidades dispares de recursos arquitectónicos, dependiendo del emplazamiento, formato comercial y artículos comercializables.

De estas dos partes la primera se refiere a todo el soporte logistico indispensable para para el correcto funcionamiento de la infrestructura comercial como parqueos, zonas perimetrales, almacenes etc, la segunda se refiere a la superficie comercial en la cual se realizara la actividad comercial por parte del público, en esta se ubican los puntos de ventas.

Es en esta ultima donde se enfrenta una dicotomia homogeneidad – heterogeneidad debido a que como se meciono anterioremte los procesos de producción y globalización han relativizado la diferenciación de productos en los cuales se ha ido experimentando una homegenidad dentro de la variedad que presentan por lo que la heterogeneidad se ha ido dando en la forma de ofrecer o presentar el producto convirtiendo al punto de venta en un elemento comunicador en el cual no solo se trata de vender el producto si no la filosofia detrás del producto par generar un elemento diferenciador yde persuacion para transformar la atracción en una venta, es por esto que cada punto de venta recurre a diferentes recursos dependiendo de las caracteristicas propias del productos y de la idea que tratan comunicar sobre el, por lo que incluso puntos de ventas de productos similares pueden ser totalmente diferentes en sus requerimientos (cantidad de metros cuadrados, especialización, decoración, etc). los cuales iran evolucionando de forma retroalimentativa con los requerimientos y preferencias del publico, por lo que el ecositema que soporte a estas "especies" comerciales y sus"micro-ecosistemas", debera poder contar con la flexibilidad necesaria para que estas puedan convivir generando una sinergia entre ellos y el gran ecosistema comercial.

Esta relación de sinergia asegurara la rentabilidad del ecosistema comercial, la cual se asocia a la cantidad de recursos que se emplea en la construcción del ecosistema comercial y los beneficios resultantes de esta, sin embargo al tratarse este de un elemento con un alto impacto en la ciudad y la sociedad, la rentabilidad no debe ser entendida de forma cerrada unicamente dentro de nuestro "ecosistema comercial" esta tambien debe ser entendida a nivel urbano como el rol que cumple dentro del sistema urbano que lo contiene y por tanto (al hablar de rentabilidad) entre los beneficios resultantes de la inversión de recursos en la construcción de este "ecosistema comercial" para ser un elemento positivo de la dialectica urbana.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

"La ciudad es un sistema. Y un sistema no son muchas cosas juntas, sino muchas cosas interactuando al mismo tiempo" (Rueda, 2003).

## 3. MERCADOS MUNICIPALES

Como vimos anteriormente el origen del mercado aparece de forma primigenia en el formato de feria abierta y evoluciona en el tiempo con el devenir de la ciudad, en el cual se generan diferentes espacios de consumo de acuerdo a los los requerimientos de la población, llegado a la necesidad de concentrar los comercios en un reciento que asegure la dotación diaria de la actividad comercial, es asi que la creación de los mercado municipales (tambien conocidos como mercados de abasto) se da en el siglo XIX como un equipamiento publico, elemento del modelo urbano de la ciudad industrial y la racionalidad de su diseño.

La creación de este equipamiento supuso un gran impacto para la actividad comercial y para la dianámica de la ciudad similar al de las nuevas superficies comerciales (Centros comerciales), constituyendo un paradigma tipologico, espacial, económico y social, tal como menciona el documento Informe Sobre La Necesidad De Reactivación De Los Mercados De Abastos En Andalucía Y El Algarve "No en vano se trata de la primera gran superficie comercial, que se instala en el primer tercio del XIX" (CECA Confederación Empresarial de Comercio de Andalucia, 2008).

"El mercado es altamente representativo de su contexto histórico, no solamente a través de su dimensión arquitectónica y estilística, sino también, y quizá sobre todo, por su identidad, tanto material como simbólica, dentro de la topografía urbana." (Zavala Sánchez, 2013)

Es así que los mercados se convirtieron en un equipamiento de primera necesidad para las políticas locales y la dinamica de las ciudades sin embargo los cambios avances de la sociedad (los cuales repercuten en los habitos, necesidades y patrones de consumo de la población) originaron la aparición de nuevos formatos comerciales los cuales contaban con diferentes características acordes a las necesidades y requerimientos de la nueva sociedad (cada vez mas global) que habitaba la ciudad, tanto en el funcional del edificio como en la dinámica del acto de consumo, por lo que supusieron un cambio de rumbo en la comprensión de la actividad comercial y del entorno en el cual se desarrolla.

Es ante esta situación que, si bien los mercados se constituyeron en elementos que forman parte de la memoria y de la identidad cultural de la ciudad adquiriendo el carácter de patrimonio histórico y cultural de la misma , tanto a nivel de infraestructura como de modelo



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

comercial comienzan a experimentar un estancamiento y desface con respecto a la dinamica urbana y economica de la ciudad con un alto riesgo de caer en la obsolescencia y su posterior desaparición, tal como menciona Zavala Sánchez:

> No se debe olvidar que el mercado ha sido, y todavía es, el marco físico del comercio cuya función dinamizadora de la sociedad y de apertura al exterior no se ha limitado a la simple circulación de mercancías. Muy al contrario, el comercio ha estado siempre vinculado a las grandes transformaciones de la economía, los transportes, las formas de pensamiento y la sociología de las poblaciones (Zavala Sánchez, 2013).

Por lo tanto se hace evidente que estos equipamientos tambien deben experimententar un proceso de transformación y evolución que le permita sobrevivir en la ciudad contemporanea, pero con una comprensión de su valor y proceso historico a fin de conservar su memoria construida y evitar su desaparaición.

Lograr esta reactivación es un proceso que trasciende al objeto arquitectonico ya que se deben cumplir con una serie de características físicas para que sean atractivos dentro de los cánones que impone la actual distribución comercial y adapatarse conforme a las demandas de innovación tecnologica y a las condiciones de mercado, por lo que el soporte arquitectonico debera responder a variables económicas, sociales, de uso de suelo, de especulación y de lo que se quiera lograr con el nuevo proyecto de acuerdo a los planes gubernamentales de desarrollo urbanístico, de los dueños del edificio y de los futuros usuarios, por lo que deberá ser entendido como una herramienta vital de las politicas de desarrollo, fomento, modernización y revitalización de la ciudad, su economia y el comerco interior en ella.

## 4. MERCADOS MUNICIPALES DE NUEVA GENERACION

Los mercados antiguos son equipamientos publicos comerciales que por lo general se crearon en las zonas tradicionales de los centros urbanos conocidos hoy en dia como centros historicos, debido al impacto que generaron se convirtieron en el emblema del desarrollo economico y comercial de la ciudad, por lo adquieren valor como elemento patrimonial de la misma.

Si embargo y como vimos en el punto anterior si bien se tratan de elementos patrimoniales que formaron parte importante del desarrollo economico social y cultura de las ciudades en el pasado, estos son suceptibles de caer en el estancamiento y desface (a nivel de infraestructura y modelo comercial) parasitando dicho desarrollo (tanto en su entorno



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

inmediato como en la ciudad en su conjunto) en el presente, pero que por medio de un proceso de recuperación o reactivación pueden recuperar dicho protagonismo en la recuperación de los centos urbanos y su desarrollo presente y futuro.

> La rehabilitación de los mercados municipales puede ser un contrapeso necesario que equilibre el sistema territorial y que aglutine una oferta comercial que done calidad y contenido a los tejidos centrales de la ciudad compacta, evitando el abandono de los centros de las ciudades. (Zavala Sánchez, 2013)

Es asi que en el año 2005 nace el concepto de los Mercados Municipales de Segunda Generación en el marco *del Plan Integral de Fomento de Comercio Interior de Andalucia*, a través del *Programa de Urbanismo Comercial*, hasta llegar al *Plan Modernización de Mercados Municipales de Andalucia*, Este concepto nace a raiz del *"evidente fracaso"* del modelo de gestion tradicionales de estos equipamientos y de proyectos de reactivación y recuperación (llevados a cabo hasta ese momento) de los mismos por parte de los Ayuntamientos, los cuales se enfocaban en el aspecto fisico del mercado, realizando acciones de rehabilitación, restitución, restauración adecuacion, etc, los cuales en retrospectiva resultaban equiparables como las simples labores de mantenimiento (en mayor o menor escala) al no contar con un soporte que trasciendo lo fisico y asegure el funcionamiento integral del mercado.

Esto ha hecho que dichas acciones resultaran insuficientes y/o deficientes cayendo rapidamente en el desface y obsoletez comercial, retomando con el tiempo el proceso de deterioro por el cual se realizo la intervención y en algunos casos intensificadolos o generando nuevos procesos de deterioro, tanto del mercado como de su entorno, afectando negativamente la imagen comercial del equipamiento, lo que se traduce en la pérdida de atractivo comercial sobre los consumidores. De igual forma al tratarse de edificios longevos que poseen elementos patrimoniales (físicos) requieren de un importante cuidado en el mantenimiento de los mismos, lo que implica excesivos gastos (al no funcionar como modelo comercial) y no lo hacen rentables de cara a las arcas públicas.

> Hay que ser conscientes de que sólo con las mejoras físicas en los mercados, incluso construyendo nuevos inmuebles más funcionales, no es suficiente para mejorar y dinamizar el actual sistema comercial tradicional de los mercados de abastos. Hay que optar por cambiar la mentalidad tanto de la Administración Local como de comerciantes, e iniciar una estrategia empresarial conjunta que lleve a una autonomía



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

en la gestión del Equipamiento que sea más eficaz en su gestión, y más profesional en la promoción y comercialización del mismo como formato comercial.

Los inmuebles que albergan este equipamiento público, como establecimiento comercial que son, tienen que cumplir una serie de características físicas para que sean atractivos dentro de los cánones que impone la actual distribución comercial. Pero también, para poder competir frente al resto de formatos comerciales más modernizados, es necesario que se doten de nuevas fórmulas de gestión para adaptarse a las nuevas condiciones del actual sistema comercial. (CECA Confederación Empresarial de Comercio de Andalucia, 2008)

Es asi que se pone en marcha la implementación de este nuevo concepto de mercado público (como un formato de colaboración público–privada) con el fin de hacer frente a los nuevos formatos comerciales modernos del sector privado y a los nuevos habitos de consumo, la dinamica economica-comercial y la constante evolución en estas, para asi retomar de manera activa y altamanete competitiva la oferta comercial de escala urbana por parte del sector público (el cual como se menciono anteriormente practicamente se había limitado a labores de mantenimiento, la oferta comercial de escala urbana a través de los formatos de operadores comerciales privados, principalmente por los supermercados) devolviendo a este equipamiento su rol como polaridad comercial siendo el principal
dinamizador de la centralidad, generando la evolución y reactivación de los sistemas comerciales tradicionales de los mercados públicos, para contribuir revitalización de los centros urbanos comerciales, por su capacidad de contribuir al proceso de modelos de ciudades sostenibles y de regulador y educador en los hábitos de los ciudadanos.

La reconversión del equipamiento público comercial ha de ser integral, si queremos que de nuevo sea el equipamiento público de referencia en la vertebración de nuestras ciudades y sus respectivos barrios y distritos, con una configuración policéntrica de las ciudades donde el comercio de proximidad contribuya a un desarrollo sostenible en lo social y en lo económico (CECA Confederación Empresarial de Comercio de Andalucia, 2008).

La reactivación de estos Mercados proporcionará un mayor dinamismo económico en su zona de influencia (Andalucía y/o Algarve), revitalizará la vida ciudadana de aquellas zonas urbanas en las que se ubican, mantendrá los empleos de sus pymes, ofrecerán al consumidor una atractiva alternativa de consumo y presentará en muchos casos un gran



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

> valor arquitectónico y artístico. Esto, unido a su capacidad para atraer clientela hacia sus inmediaciones, los convierten en verdaderas locomotoras de zonas urbanas, impulsando la instalación de establecimientos comerciales en sus alrededores y generando efectos sinérgicos. Tal es el caso de los Centros Comerciales Abiertos que son, cada vez más, un nuevo referente de la sociedad para mucho más que el lugar de compras, puesto que, vinculados a los espacios comerciales, también se suponen una respuesta a las demandas de ocio y cultura (CECA Confederación Empresarial de Comercio de Andalucia, 2008).

Este modelo demuestra ser exitoso en el corto plazo y lo sufuciente sostenible como para adaptarse a los cmabios y modificaciónes de las dinamicas de la ciudad, por lo que se extiende a la mayoria de la ciudades de España en las cuales es adaptado de acuerdo a sus contexto y caracteristcas partiulares de cada equipamiento, continuando su evolución (actualmente se encuentra en la quinta generación) manteniendo los principios y caracteristicas principales del sistema.

Es asi que podriamos seaparar en tres grandes grupos, los elementos que construyen este sistema, los cuales llamaremos: *"los tangibles"* , *"los intangibles" y "los condicionantes"*

El primero se refiere a los elementos y caracteristicas fisicas del equipamiento los cuales deberan responder a las conclusiones y requerimientos de los "los intangibles", estos se refieren a todo el marco institucional (politicas urbanas, economicas, modelo de gestión, estrategias comerciales, etc) que serviran de soporte al "los tangibles" y tendran actuación (a futuro) en "los condicionantes" los cuales se referien al giro comercial y el esceneracio o coyuntura en la cual se desarrollara la propuesta los cuales seran elementos que en un primer momento tendran una fuerte influencia sobre la propuesta y a futura seran fuerte influenciado por esta, estableciendo entre los tres grupos una correspondencia y retroalimentación directa asegurando su capacidad de adaptación y perdurabilidad.

A continuación se realizara la descripción de estos tres grupos y sus elementos tomando como base la Tesis Doctoral de Maria Dolores Zavala Sánchez: Intervenciones Contemporáneas en los Mercados Municipales Representativos de Cataluña y Valencia, Construidos a Finales del Siglo XIX y Principios del XX, y los informes de este tipo intervenciones de la Confederación de Comercio de Andalucia.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**LOS TANGIBLES**

A nivel general los mercados deberán contar con los siguientes elementos y/o características indispesables para su correcto funcionamiento:

- Gran espacio para la venta.
- Paredes que cerquen el espacio protegido del exterior.
- Cubierta para protegerlo del sol y la lluvia.
- Lugares en los sótanos para almacenar las mercancías.
- Cámaras frigoríficas.
- Lugares para inspección, administración y saneamiento.
- Dependencias y locales accesorios.

Después de hacer la caracterización y valoración de los edificios, los elementos con mayor valor histórico, documental, arquitectónico y significativo son los siguientes (en orden de importancia):

- La cubierta
- El espacio interior
- La estructura vista
- Los cerramientos

**CUBIERTA**

Constituye el valor fundamental del edificio por lo que se convierte en el principal elemento a conservar y recuperar, ya que ésta desaparece se pierde el conjunto del edificio.

Por lo general se realizaron aprovechando las ventajas que proporcionaban los nuevos materiales de la época: el hierro y el vidrio, los cuales permitieron soportar grandes luces y proporcionar un espacio totalmente iluminado, en elagunos casos se uso teja vidiriada o placas de uralita, en ambos casos se recupero el tipo de cobertura orginal en otros casos se procedio a la alteración de la cobertura o a la creación de una nueva cobertura, cuando el material y/o estilo de la cubierta original no representaban ningun valor aprovechable.

De estos ultimos podemos resaltar los proyectos de recuperación del Mercado de la Barceloneta, en el que se mantuvo gran parte de la estructura original y se creo una nueva cobertura, Tambien el proyecto de recuperación del Mercado de Snta Catalina de Enric Miralles en el cual la estrcutura y cobertura fueron una nueva creación.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**ESPACIO INTERIOR**

Constituyen su identidad espacial, Se concibieron como un espacio amplio y diáfano, por razones de ventilación, iluminación y para disponer de un gran espacio , resultado de las necesidades de la época en la que fueron construidos.

**ESTRUCTURA VISTA**

Construidos predominantemente en hierro, fueron el elemento determinando de la tipologia comercial del mercado tradicional, estas estructuras son propias de la revolución industrial o “epoca del hierro”, or lo que este tipo de estruturas son catalogadas como arquitectura de la epoca del hierro o patrimonio industrial (dentro de la cual tambien se encuentran las estaciones de tren y fabricas)

Esta se ha mantenido como parte importante del proyecto, para lo cual se han realizado la restauración de los elemntos y la recuperación del diseño original, en algunos casos tambien se han realizado restituciones con copias de las piezas originales, no siempre se conservan a la vista ya que son integrados al proyecto e cual realiza pisos intermedios o entreplantas.

**CERRAMIENTOS**

En estos elementos el mayor valor ornamental. Pueden sufrir ligeras modificaciones, que sin embargo no alteran la lectura del conjunto, tambien se peduden realizar restituciones que devuelvan la unidad de las mismas.

En general estos elementos se han conservado en los proyectos, sobre todo los que contienen elementos decorativos propios de la época los cuales han sido objeto de mantenimiento y restauración, y que en la mayoría de los casos se ha recomendado su conservación. En algunos casos estos se han mantenido como el unico elemento como unico elemento valorable muestra de la memoria del lugar y sobre el cual se comenzara a crear la nueva memoria. De este ultimo caso podemos destacar el Mercado de Santa Caterina en el que el unico elemento originario que fue conservado fueron las fachadas perimetrales a partir de las cuales se realiza el diseño de los elemnntos nuevos (estructura, cubierta, etc)

“la edificación deberá de conservar el suficiente número de elementos arquitectónicos del antiguo mercado con la finalidad de que ayuden a mantener el carácter y la memoria del lugar” (Miralles, 1996)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**LOS INTANGIBLES**

**GESTION Y POLITICAS COMERCIALES**

Los mercados de abastos tienen la condición de servicio público, y le corresponde al gobierno local tomar las medidas de regulación de los propios mercados, pero deja abierta la posibilidad de distintos tipos de gestión, siempre y cuando la municipalidad ejerza su autoridad en la intervención administrativa, inspección y vigilancia, entre otras funciones.

La gestión tradicional de los mercados presenta diferentes deficiencias que afectan su nivel competitivo y lo hacen poco atractivo a los consumidores, entre las principales deficiencias de la gestión tradicional se encuentran que Casi ningún mercado posee gerente propio con formación en gestión comercial, en la mayoría de caos solo se les asigna responsables municipales para asuntos administrativos genéricos y encargados para su mantenimiento, reforzando la dependencia extrema. Respecto al nivel de asociacionismo y cooperación, escasos mercados presentan asociacionismo interno entre sus comerciantes y en algunos casos si bien se encuentran asociados esta asociación no se da de manera unificada se únicamente por sectores y/o rubros, ambas situaciones lo que supone una seria traba para la implantación de los modernos sistemas de gestión que permitan gerenciar el mercado de manera unificada con un nivel de profesionalización adecuado que permita la generación y aplicación de estrategias comerciales así como eficiencia para las acciones sobre las infrastructura.

Uno de los ejemplos más claros de deficiencia en la gestión comercial es la escasa o inexistente flexibilidad horaria, ya que su la mayoria solo abre por la mañana hasta tempranas horas de la tarde, manejndo un horario similar al de los trabajos convencionales , por lo que al momento del fin fin de sus operaciones pierden la oportunidad de captar clientes potenciales de los cuales se benefician los otros nuevos formatos comerciales que manejan horarios mas flexibles, beneficiandose diariamente.

Es ante situación que han ido surgiendo diferentes modelos de gestión de estos equipamientos

***Gestion Interna o Directa por parte del gobierno Local***

- ***Sin organo especial:*** Es la alternativa mas convencional y presenta pocas variantes con repeto al sistema tradicional, por tanto es la menoss eficaz de todas, el gobierno local destina partidas presupuestarias anualmente en sus Presupuestos Generales para atender



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

el mantenimiento, la fiscalización administrativa y las garantías sanitarias de los mercados municipales, como se menciono presenta varias deficiencias debido a su dependencia extrema del gobierno central local y lo poco flexible de sus regimenes economicos**.**

- ***Con apoyo de un organo especial:*** Esta otorga cierto grado de independencia y especialización al mercado, para su realizacion se crea un Consejo de Administración presidido por un miembro de la Corporación y un Gerente, designado por el Alcalde o Presidente. El Consejo asume el gobierno y la gestión superior del servicio con asignación presupuestaria propia
- ***Mediante un organismo Local:*** Esta otorga autonomia financiera y de gestión al mercado, dotandolo de intrumentos similares a los del sector privado para propiciar na mejora competitva eficaz, se realiza por medio de una entidad de derecho público con personalidad jurídica propia distinta del gobierno local de quien depende.

***Gestion Externa o Indirecta por parte de una sociedad mercantil***

- ***Gestion externa por conseción:*** El gobierno local permanece como titular del servicio pero encomienda su explotación a un particular que corre con los riesgos económicos de la empresa. La concesión tiene una duración limitada. La finalización puede producirse fuera del plazo de tiempo previsto (reversión), por sanción de caducidad ante incumplimiento grave por el concesionario y por rescate anticipado,exigido por el interés público, que conlleva la indemnización al contratista.

  Debido a que el Gobierno local debe mantener el equilibrio financiero de la concesión, en caso de que la tarifa impuesta no satisfaga el coste de inversión y el de explotación, debe sufragar la diferencia estipulada mediante subvenciones.
- ***Gestion externa por autogestion:*** Se trata de una fórmula englobable dentro de la anterior. Es una concesión administrativa donde los concesionarios asumen un mayor protagonismo en la gestión del mercado, quedando para la Administración la supervisión y vigilancia de la gestión. Es la gestión y administración de los Mercados por los comerciantes del propio mercado agrupados en asociaciones legalmente constituidas.

  Se suele adjudicar, en régimen de concesión administrativa, la explotación del mercado de abastos mediante un convenio de autogestión a la Asociación de Comerciantes del Mercado. La autogestion por patrte delos propios comerciantes es la mas popular debido a ser considerada como el paso natural sin embargo si bien es mas eficiente (debido al



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

entusiasimo incia y el invlucramiento de los comerciantes de forma directa) que la gestion interna sin organo especial es la mas ineficiente en cuanto a gestion externa , debido al poco nivel de profesionalización (formación y competencias) por parte de los comerciantes en gestion comercial moderna convinada con la gestion patrimonial que implica en muchos casos estos mercados.

- ***Gestion externa por sociedad mercantil o cooperativa con capital mixto:*** El Gobierno local participa en la sociedad o la cooperativa, directamente o por medio de una entidad pública, en concurrencia con personas naturales o jurídicas

**TENDENCIAS**

- Se debe optar un visión empresarial, cambiar la mentalidad tanto de la Administración Local como de comerciantes, a través de una estrategia empresarial que otorgue total autonomía en la gestión del Equipamiento, tendiendo a la profesionalización de la administración tanto comercial como patrimonial, generando de manera eficaz su promoción, comercialización como formato comercial.

- Se puede recurrir de la concesión administrativa de la explotación del mercado a los propios comerciantes o a una empresa externa, dando la posibilidad de diseñar políticas comerciales, en relación a actuaciones de promoción y fidelización, de comunicación y de prestación de servicios al cliente y a los propios comerciantes del mercado: ampliación del horario comercial, creación y aplicación de la imagen corporativa del mercado, servicios añadidos, formación al comerciante, etc.

- En caso de optar optar por la autogestión por parte de los comerciantes, no podemos olvidar las deficiencias que estos presentan en cuanto a experiencia en la gestión global de equipamientos colectivos, las cuales deben ser superadas por medio de diferentes canales de capacitación que pueden ser generados por la misma gestión en curso y de manera continua, ya que gestionar de forma eficiente un Equipamiento Público Comercial de valores patrimoniales representa un reto complejo.

- Se debe Proporcionar al Mercado Municipal de un órgano de ejecución profesionalizado donde, además de las labores de administración necesarias, descargue a los comerciantes de las numerosas funciones que requiere una gerencia más o menos profesionalizada: diseño y ejecución del Plan Económico, del Plan de Comunicación, etc.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Se debe contar con con la partiipación de franquicias como alianzas estrategias ya que estas pueden ser usados a maneras de inversores para la obtención de recursos para la ejecuación de los proyectos de reactivación, de igual forma se debe recurrir a otros tipos de alianzas publicos privadas.

**LOS CONDICIONANTES**

Las condicionantes que han definen las intervenciones son :

- El uso
- El entorno
- Los recursos
- Los niveles de protección y catalogación

**EL USO**

Se presentan dos opciones para el giro comercial:

- Mismo uso, aunque adecuado a nuevas necesidades: de aparcamiento, instalaciones, supermercado y en algunos casos restaurantes y zonas de esparcimiento diversas.
- Mixer function: combinación de la actividad comercial con actividades de carácter cultural y de ocio.

En ambos casos, se conservado la función original de mercado con modificaciones y mejoras de acuerdo a las necesidades contemporáneas, de igual forma en ambos casos se incorpora la presencia de franquicias ya sean de supermercados o del rubro comercial del ocio (dependiendo del giro comercial escogido) como complemento a la función tradicional.de igua forma, se integraron también otro tipo de actividades de ocio, como restaurantes o salas de exposiciones, ferias itinerantes, etc.

La experiencia de los gestores de los mercados, indicaron que la integración de las franquicias benefician al comercio tradicional, que ya estaba llegando a niveles preocupantes de desuso por la fuerte competencia generaba entre ambos. Pero que al integrarlos en un mismo espacio, de alguna manera se complementan debido al fuerte poder de atraccción que generan estas franquicias, la cual se potencia al combinarla con el comercio tradicional. Siendo la incorporación de estas franquicias en muchos casos la que aporta una suma importante de los recursos económicos necesarios para llevar a cabo las rehabilitaciones y mantenimiento.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Otro factor que modifica el programa, es la necesidad de contar con aparcamientos, generalmente, subterráneos ya que es muy común encontrar restos arqueológicos de diversa importancia en el subsuelo de estos edificios, los cuales pueden modificar y/o potenciar el enfoque de la intervención si son aprovechados de forma adecuada.

**EL ENTORNO**

Este incide en el tipo de reforma que se llevara a cabo en especial cuando el emplazamiento se encuentra en zonas de revitalizacion urbana, las cuales han sido suceptibles (al encontrarse usualmente en zonas antiguas) de diversas intervenciones urbanas afectando en mayor o menor medida el valor histórico del edificio, por lo que

se respetara la historia o memoria pero se priorizara el valor contemporaneo de la propuesta, para poder definir el nivel de conservación del edificio histórico y su adaptación a las necesidades contemporáneas.

“Queremos respetar la erosión del tiempo en el edificio, pero evitar su deterioro posterior” (Hidalgo, 2013).

**LOS NIVELES DE PROTECCIÓN Y CATALOGACION**

Se refiere a la catalogación y estatus del inmueble según la legislaciones locales, nacionales y en algunos casos internacionales, generalmente alcanzan la catalogación de patrimonio declarado y reconocido.

Es de acuerdo a esta catalogación y estatus que se encuentran sujeto a normas y legiliaciones que protegen sus valores (patrimoniaes o de otra indole) ya sean protegiendo la integridad del inmueble o elementos puntuales de este

Esta condicion repercute en el enfoque de la propuesta y obligara en algunos casos a realizar labores especificas en la construcción (anastilosis, excavación con fines arqueologicos, restauración, etc) y el mantenimeinto futuro del edificio.

**LOS RECURSOS**

Los recursos para llevar a cabo las intervenciones, han incidido de la siguiente manera:

A mayores recursos, obras de mayor envergadura. Estableciendo una estrecha relación entre las otras condicionantes, por medio las cuales se pueden recurrir a diversos estrategias para la obtención de recursos, (alianzas publico privadas, fondos de rescate de bienes



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

patrimoniales, cooperación internacional, etc) produciendo soluciones diferentes en cado caso, siendo como indica Zavala las principales hasta el momento las siguientes:

**Sin protección y con recursos abundantes:**

Se realizaron obras contemporáneas de gran envergadura. Cuyo resultado fue un edificio nuevo o parcialmente nuevo.

**Con protección:**

**Mayores recursos:** se excavaronn plantas subterráneas para solucionar el déficit de espacio. El espacio interior se conservó. Ejemplos: Mercado de la Concepción, Mercado del Clot, de Sants, de la Libertad, Mercado de Colón, Sabadell, etc.

**Menores recursos:** Generalemente se construyó una entreplanta, sacrificando así el valor del espacio interior. Ejemplos: Mercado de Hostafrancs, Mercado del Poble Nou (Zavala Sánchez, 2013).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# CAPITULO VII
# PROPUESTA



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 1. FORMULACION DE LA PROPUESTA

Los centros históricos son lugares con una fuerte carga historico, cultural, a partir de la cual se dio el desarrollo economico, civico y cutura de la ciudad y su población por lo cual son considerados a partir de su estutus patrimonial, sin embargo poseen fuertes condicionanates a nivel fisico, los cuales los hace suceptibles de no poder hacer frente a los nuevos requerimientos de la ciudad y la sociedad generando diversos problemas (saturación de areas, despoblamiento, caos vehicular etc,)llevandolos caer en procesos de deterioro ya sea de sectores puntuales o en su integridad.

Esto necesidad hace que con el tiempo sean objetos de interveniones (ronavción urbana regeneración urbana, etc) y/o vayan cambiando de rol dentro del esquema para superar los problemas generados y asi asegurar su integración sostenible a la dinamica urbana de la ciudad.

La experiencia recojida en los diversos documentos (informes, tesis doctorales, etc) estudiados en la etapa de investigación señala que estas intervenciones, para ser exitosas deben trascender lo meramente fisico, siendo acompañadas de diversas politicas que sirvan de soporte a la infraestructura fisica. Por lo que la formulación de este tipo de propuesta se sirve de diversas disciplinas y herramientas para la gestión urbana.

El Objeto de intervención Mercado San Camilo es un equipamiento urbano, cuyo carácter comercial se encuentra consolidado, se localiza en un zona deteriorada del centro histórico de Arequipa la que incluso es catalogada como la mas aguda dentro de las zonas problematicas del centro histórico de acuerdo al diagnostico del Plan Maestro del Centro Histórico de Arequipa (año 2002) y que se ha mantenido como tal hasta el presente de acuerdo al diagnostico realizado para la propuesta PlaMCha 2017-2027

De igual forma durante el desarrollo del Marco Real se demostro que la ciudad de Arequipa no posee un sistema de centralidades urbanas, unicamente posee polaridades (de diferente carácter) disgregadas y una sola centralidad: El Centro Histórico, el cual si bien cuenta con todos los elementos de una centralidad presenta un conflicto con su polaridad comercial: El Mercado San Camilo, dicho conflicto no ha permitido que la centralidad se consolide de forma armonica.

Siendo evidencia de tal situación la deficitaria integración entre la dinamica del Centro Histórico (la cual ha tendido hacia la especialización de los servicios) y el sector del Mercado San Camilo, lo cual le ha acarreado un proceso agudo de deterioro, con problemas como



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

tugurización, bajos niveles de habitabilidad, inseguridad, desplazamiento de la vivienda a manos del comercio, el cual presenta bajos niveles de especialización convirtiendolo en poco atractivo y competitivo, agudizado por la aparición de nuevos formatos comerciales en la ciudad los cuales han ido ganando terreno de manera sostenida durante los ultimos dos años,.

Este escenario hace evidente que tal como se planteo al incio de este punto la propuesta debera ser contemplada como una herramienta dentro de un marco de politicas y/o estrategias de gestión, a la vez que debera ser acompañada por otras herramientas que le permitan ser coherente, por tanto los objetivo y lineas de trabajo seran planteados de manera conjunta en lo urbano y arquitectonico, para luego ser cubiertos por la propuesta urbana y arquitectonica en conjunto.

Al tratarse de la polaridad comercial de la centralidad Centro Historico el marco que contendra las propuestas urbana y arquitectonica se tratara de un Plan Estrategico Urbano-Comercial, buscando el equilibrio de la actvidad la cual le permitira integrase a la dinamica urbana de la centralidad, asi como a la dinamica comercial metroplitana por el carcter y alcance del equipamiento (Mercado San Camilo) , este equilibrio permitira crear un escenerio para la resolución de los problemas del sector de intervención y de manera complementaria de la centralidad que lo contiene.

Por tanto la propuesta arquitectonica sera contenida dentro una propuesta de regeneración urbana, que como se explico en el marco teorico se trata de un proceso de acción sobre causas generales y factores específicos que dan origen al deterioro de la ciudad o un sector de ella, mejorando los niveles de habitabilidad por medio de la oferta de entretenimiento, cultura, comercio y turismo, convirtiéndolo en un lugar más atractivo para residentes, visitantes e inversionistas, integrando aspectos medio-ambientales, físico-urbanos, sociales y económicos, usando la intervención arquitectónica puntual (y su obra física) como catalizador del proceso, generando las condiciones para la resolución de los diversos problemas ya sea de forma espontánea o con la actuación posterior de otros planes complementarios.

La propuesta arquitectonica se trata de una puesta en valor, que como se explico en el marco teorico es una herramiento de intervención patrimonial con fines de lucro, por lo que la intervención ademas de las herramientas comunes (resturación, restitución, etc) podra contemplar modificaciones en la infraestructura y programa con el fin de hacerlas funcionales y competitivas, para su reactivación comercial.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# 2. PLAN ESTRATEGICO URBANO-COMERCIAL

## 2.1 DIAGNOSTICO (conclusiones del marco real)

### 2.1.1 OFERTA COMERCIAL

**CONTEXTO**

Como se expuso en el marco real a partir del año 2007 se produce un punto de inflexión en el sector comercial de Arequipa, marcado (principalmente) por dos fenomenos, el incremento vertiginoso de la clase media NSE B y C (con una clase media emergente proveniente en su mayoria de los NSE D y E) y el boom comercial del sector retail, originando (ambos) el cambio en el perfil de consumidor Arequipeño y sus patrones de consumo, al contar con mayor nivel de formación, poder adquisitivo, acceso al credito y capacidad de gasto (los cuales han sido orientado principalmete hacia el consumo), convirtiendolo en un consumidor mucho mas informado y exigente (con respecto al producto y el entorno comercial).

Como se menciono el "boom comercial", es aprovechado principalmente por los nuevos formatos del sector retail, originando su crecimiento (comercial) vertiginoso, al resultar altamente atractivos para el nuevo consumidor por el mix comercial que logra entre sus productos, servicios , entorno comercial, medios de pago y difusión etc, los cuales han sido facilmente asimilados por el público, en contraste con los formatos tradicionales (mercados) cuyo mix comercial resulta poco atractivo al nuevo consumidor, al encontrarse desfazado con respecto a sus requerimientos y habitos, decantando en su estancamiento como formato comercial y enfrentandolo a un grave riesgo de extinción a manos del sector retail, tal como lo evidencian las estadisticas de diversas consultorias (expuestas en el marco real) asi como el informe del censo nacional de mercados de abastos, que nos muestra como esta tendencia tenido un crecimiento sostenido desde 2007 y se proyecto de igual forma a futuro.

Esta tendencia a sido seguida por el Mercado San Camilo, mostrando las caracteristicas y consecuencias descritas anteriormente, que hacen que se enfrente a su estancamiento como formato e infraestructura comercial. De todo esto debemos resaltar el tipo de gestión que posee el Mercado San Camilo la cual resulta caotica e invertebrada, en la que el 26% de puestos del interior del Mercado cuentan con propietario privado, al igual que la integridad del los puestos del sotano de la plazoleta y el segundo nivel (hacia la calle) del pabellon oeste y el ambiento en sotano ubicado en el mismo pabellon en la esquina norte, dejando el resto como propiedad del Municipio, contando con hasta siete actores diferentes.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Municipalidad
- Asociación de comerciantes del Patio comercial
- Asociación de comerciantes del Primer Piso
- Asociación de comerciantes del Segundo Piso
- Asociación de comerciantes Sotano de la plazoleta
- Dueño del segundo piso de pabellon oeste (hacia Calle Nicolas de Pierola)
- Dueño del sotano de la esquina norte del pabellon oeste

De estas, las principales presencias son la de la asociación de comerciantes del patio central (dentro de la que se encuentra la mayoria de puestos con dueño privado) y la municipalidad.

La primera si bien maneja estadisticas lo hace de manera indepediente y el porcentaje de propietarios que maneja (26%) no le permite realizar toma de decisiones y/o ejecuctar medidas o acciones de forma independiente, siendo como se conoce coloquialmente un actor "con voz , pero sin voto" por lo que la principal carga de la gestión recae sobre la Municipalidad, la cual tambien maneja estadisticas y datos de manera independiente (en general) y practicamente limita sus acciones efectivas a labores de mantenimiento, siendo algunas de estas con intervalos de tiempo muy prolongados. Esta situación sumada a otros factores (falta de comunicación, coordinación, desinteres de alguno(s) de los actores etc)no ha permitido generar una gestión coordinada y efectiva, del mercado San Camilo.

Debemos mencionar tambien que como en la mayoria de este tipo de equipamientos (a nive mundial), el Mercado San Camilo es un edificio longevo con una edad superior a los 40 años, por lo que las acciones de labor fisica (mantenimiento, renovación etc,) resultan sumamanete caras y dada la situación actual de su gestión casi cualquier tipo de accion fisica o no fisica resultan poco rentable para las arcas publicas, siendo problablemente este uno de los factores (junto con el de la necesaria coordinación con otro 6 actores) que decantan en la falta de acciones efectiva sobre el mercado y su implementación tanta fisica como logistica

**SEGMENTACION DE ZONAS**

- **COMERCIO DISPERSO:** comercios o puntos comerciales de escala barrial y/o ubicados de manera puntual sin llegar a constituir una concentracion o un numero de comercios relevantes, por lo que no influyen significativamente sobre su entorno.
- **CONCENTRACIÓN COMERCIAL MEDIA:** Se caracteriza por zonas o espacios con un numero significativo de comercios, su mix comercial no presenta un orden o patron concreto de productos, nivel de especialización y/o niveles de habitabilidad.



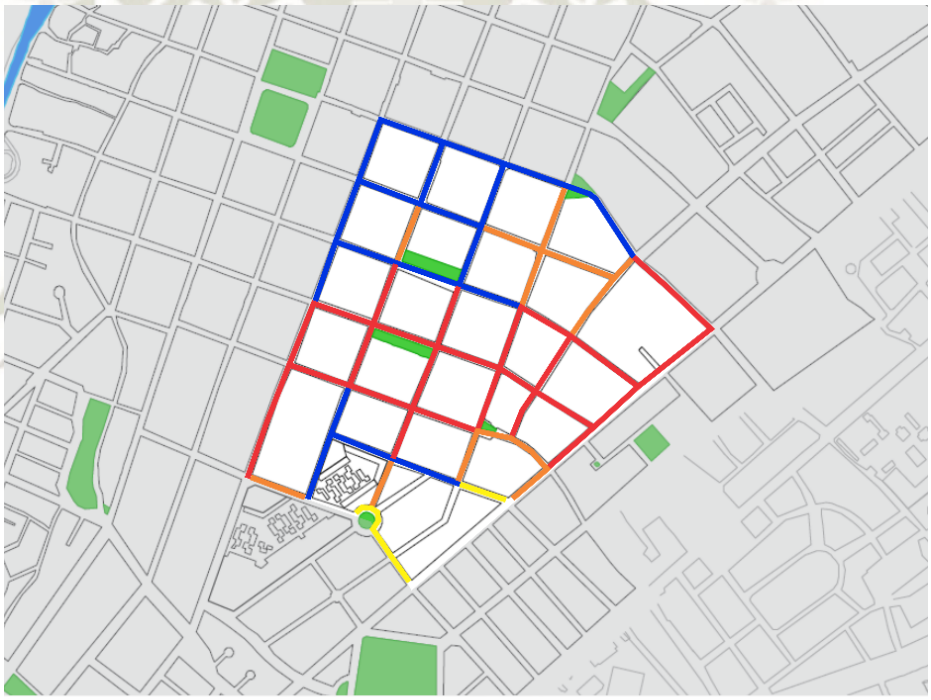
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **CONCENTRACIÓN COMERCIAL ALTA:** Se caracteriza por zonas o espacios con una concentración elevada de establecimientos comerciales, posee un mix comercial homogeneo por categoria de productos, nivel de especialización y/o niveles de habitabilidad adecuados de los comercios, los cuales inciden en el nivel de deterioro o conservación de estas zonas.
- **CONCENTRACIÓN COMERCIAL MAXIMA:** Se caracteriza por zonas o espacios con una concentración elevada de establecimientos comerciales, posee un mix comercial heterogeneo por categoria de productos, nivel de especialización y/o niveles de habitabilidad de los comercios, los cuales inciden en el nivel de deterioro o conservación de estas zonas e influenciar sobre otras .

*Gráfico 556 Segmentación comercial por zonas - Diagnostico*



**ZONAS IDENTIFICADAS**

CONCENTRACION COMERCIAL INTENSA

Calle San Juan de Dios cdras 4 a 5
Calle Piérola cdras 3 y 4
Calle Perú cdras 3 a 5
Calle Pizarro cdras 3 y 4
Calle Nueva cdras 3 y 4
Av. Jorge Chavez cdras 1 a 3
Calle Octavio Muñoz Najar cdra 2
Calle Deán Valdivia cdras 4 y 5
Calle San Camilo cdras 1 a 5
Calle Alto de la Luna cdras 1 a 3

CONCENTRACION COMERCIAL DISPERSA

Calle Piérola 2 de Mayo cdra 3
Calle Garci Carbajal cdras 3 y 4 / Plaza Romaña

CONCENTRACION COMERCIAL ALTA

Calle Mercaderes cdras 2 a 4 / Octavio Muñoz Najar cdra 1
Calle San Juan de Dios cdras 1 a 3
Calle Santo Domingo cdras 1 y 2
Calle Deán Valdivia cdras 1 a 3
Calle Piérola cdras 1 y 5
Calle Perú cdras 1 y 2
Calle 2 de Mayo cdras 1 y 2

CONCENTRACION COMERCIAL MEDIA

Calle Piérola cdra 2
Calle Perú cdra 6
Calle Pizarro cdra 1, 2 y 5
Av Jorge Chavez cdra 4
Calle Santo Domingo cdras 3 y 4
Calle Deán Victor Lira cdras 1 y 2
Calle Garci Carbajal cdra 1

*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## CARACTERIZACION DEL MIX COMERCIAL

- **INFRAESTRUCTURA:** la infraestructura presenta un mix entre galerias comerciales contemporaneas e inmuebles antiguos (casonas) que en su mayoria solo ha conservado sus fachadas siendo demolidos por dentro (en estos casos se instalron mercadillos) o sin una adecuación apropiada para el desarrollo comercial por dentro en ambos casos se presenta la atomizacion de los puestos de ventas, sin contar con zonas de servicio y abastecimiento. generando altos niveles de hacinamiento y tugurización
- **CARACTER:** en las zonas de concentración comercial intensa se encuentran comercios de carácter mayorista, mercadillos e industriales los cuales presisan de ciertos requerimientos para los cuales la zona y las secciones viales resultan insuficientes y/o incompatibles, lo cual genera altos grados de deterioro, en las zonas de concentración alta econtramos comercios de servicios a excepción de la calle 2 de Mayo y las ultimas cuadras de la Calle Pierola en las que encontramos comercio mayorista e industrial, en las zonas de media encontramos comercios de productos en su mayoria ferreterias y electrodomesticas sin embargo las dimensiones de los inmuebles y las vias resultan inadecuadas para este tipo de comercio, las zonas de concentración diversa se trata de puntos de venta puntuales y en su mayoria de carácter barrial (bodegas) contansiendo las unicas zonas que cuentan con presenia de vivienda unifamiliar.
- **SITUACION ACTUAL:** Los comercios de el sector han experimientado un decrecimiento progresivo y considerable del flujo de publico, debido a la aparición de los nuevos formatos comerciales y a que no se beneficia directamente de la dinamica comercial del centro historico por lo que no son capaces de concretar o manifestar demandas concretas respecto a esta por lo que nos encontramos ante un mercado más reactivo que proactivo a excepción del comercio generado en la Calle Mercaderes y las dos primeras cuadras de la Calle Santo Domingo
- **TICS:** A excepcion de la Calle Mercaderes los puestos de comercios de la zona (en su mayoria) no hacen uso de TICS como medio de difusión y/o venta. En los casos que si existen el uso de TICS este es administrado por la galeria comercial limitandose unicamente a una herramienta de difusión generica por lo que no se encuentra muy explotada.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 2.1.2 DEMANDA COMERCIAL

**PUBLICO**

- **CONSUMIDOR AREQUIPEÑO**

  **Perfil**

  Como se aprecio en el marco real el publico arequipeño presenta un crecimiento sostenido siendo una de las mayores a nivel nacional, de igual forma este incremento se ha dado mayormente en la problación adulta , la cual constituye la PEA y por tanto el segmento princial de compradores o consumidores potenciales, el perfirl de este se configura con un consumirdor exigente debido a su mayor nivel de formación, profesionalización y poder adquisitivo con capacidad de gasto, el cual orenta gran parte de sus ingresos al consumo.

  **Lugar de compra**

  Las zonas periféricas van ganado preferencia debido a la presencia de polaridades comerciales del sector privado las cuales ofrecen un mix comercial variado y atractivo al nuevo consumidor.

  Los principales motivos de este crecimiento en la preferencia se deben a la variedad y comodidad del sector comercial, la accesibilidad también juega un rol importante puesto que las polaridades comerciales preferidas se ubican cercanas a avenidas principales en las cuales existe la accesibilidad por transporte público, aunque uno de los mayores atractivos es la del transporte privado puesto que cuentan con zonas de parqueos amplias para los clientes y público en general.

  Estas características han logrado una revalorización del suelo en los cuales el comercio con un mix comercial equilibrado ha generado el atractivo de la inversión inmobiliaria del sector vivienda.

  **Canal de compra**

  Los formatos del sector retail se han configurado como el formato comercial predilecto del nuevo consumidor debido a las características antes mencionadas, de igual forma han ganado preferencias los comercios con mayor grado de especialización en ambos casos el entorno comercial se configura como el principal atractivo a nivel de infraestructura y el uso de TICS.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **PUBLICO FLOTANTE DEL CENTRO HISTÓRICO:**

  **Perfil**

  El publico consumidor del centro histórico sigue el mismo patron del consumidor arequipeño general puesto ya que al ser minimo el nivel de residencia en el centro histórico y casi nulo en la zona de intervención el publico flotantes es el principal publico del centro histórico de Arequipa y la zona de intervención

  **Lugar de compra**

  El centro histórico aun goza de la preferencia del público debido a la accesibilidad y concentración de actividades que posee (al ser la única centralidad urbana de la ciudad) que la configuran como un lugar obligado para el desarrollo de las actividades de la población.

  Es debido a esto que ha mostrado una mayor orientación hacia la oferta de servicios con mayor grado de especialización. sin embargo, posee conflictos propios de la saturación de actividades que la hacen poco atractiva para el publico (manifestado con mayor claridad en la vivienda) los cuales se ven agudizados en la zona de intervención en la cual el mix comercial desequilibrado que posee la configurado en un entrono poco atractivo para el consumidor, motivo por el cual a diferencia del resto del Centro Histórico este no podido adaptarse y verse beneficiado de nuevo perfil de consumidor.

  **Canal de compra**

  Los canales de compra que gozan de mayor preferencia son los comercios con mayor grado de especialización al ofrecer un entorno comercial atractivo a por sus niveles de habitabilidad y el uso de TICS. De igual forma se ha consolidad la incursión del formato del sector retail existente en el (Plaza vea) generando el interés de otras incursiones en zonas cercanas a futuro y la aparición de franquicias internacionales y locales (Mc Donald’s, Starbucks etc.)

- **PUBLICO VISITANTE (TURISTA):** El turismo a experimentado una desaceleración considerable en desde los ultimos dos años, en especial en el ultimo año en el cual solo crecio un 2% a diferencia con la tendencia que venia mostrando hasta 2015 (15% - 16%), si bien debido a las caracteristicas y valores del Centro Histórico, la presencia de este tipo de publico es inherente, no puede ser considerada fundamental para la elaboración de este tipo de intervenciones debido a que sus tendencias si bien pueden ser potenciados por intervenciones orientadas al turismo, se ven afectados por factores externos (crisis mundial, estabilidad politica, emergencia de nuevos destinos turisticos, etc).



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Sin embargo, sus características deben ser conocidas y tomadas en cuenta para poder aprovechar y potencia la presencia de este tipo de público.

**Perfil**

Se trata de un publico en su mayoria de edad adulta al igual que en los casos anteriores, con alta capacidad de gasto los cuales hacen uso TICS convirtiendolos en un publico informado y exigente, que buscan los mejores niveles de habitabilidad (disponibles) para el desarrollo de sus actividades.

**Lugar de compra**

El centro histórico aun goza de la preferencia a las características y valores del mismo, sin embargo, su nivel de atractividad se ve afectado negativamente debido a los factores provenientes de la saturación de actividades como caos vehicular y los niveles de contaminación ambiental y sonora. En cuanto a la zona de intervención esta es la menos atractiva debido a que en este los factores mencionados se ven agudizados y se le suma el factor de la inseguridad.

**Canal de compra**

Este tipo de público no tiene un canal de compra preferente debido a que por su naturaleza estos se muestran habidos de nuevas experiencias y conocer los formatos canales de compra locales, sin embargo se puede observa que la mayor concentración de publico (y consumo) se da en los sectores con mayor niveles de especialización y niveles de habitabilidad adecuados como el caso de la Calle Mercaderes, de igual forma se potencia con el uso de TICS debido a que se trata de un público del mercado global.

### 2.1.3 POTENCIALIDADES

**MEDIO FISICO AMBIENTAL**

- Se trata con una contexto edificatorio consolidado
- El terreno de a zona de estudio cuenta con una pendiente suave la cual permite el recorrido peatonal sin mayores esfuerzos.

**TRANSPORTE Y VIALIDAD**

- Cuenta con buena accesibilidad, al encontrarse en una zona urbana consolidada (Centro historico de Arequipa) el que se constituye en la unica centralidad completa de la ciudad.
- Cuenta con importantes vias articuladoras de carácter urbano (Av. Jorge Chavez - Goyeneche) y local ( Calle San Juan de Dios) las cuales asegura la fluides y accesibilidad de publico al sector.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- En su mayoria, las secciones viales con las que cuenta el sector son optimas (pudiendo se mejor aprovechadas)

**ECONOMICO-SOCIAL**

- Los predios cuentan con un valor de mercado alto al encontrarse en un sector urbano consolidado
- Cuenta con un a gran variedad de actividades de diversos carácter al encontrarse en emplazado en una centralidad urbana
- El publico del sector macro (Centro Historico) cueta con un perfil con tendencia a la busqueda de una mayor especialización en la calidad de los servicio y una mayor poder adquisitivo

**HISTORICO-NORMATIVO**

- La zona cuenta con un valor historico y patrimonial alto y con la cercania de bienes de valor patrimonial declarados monumentos históricos
- La zona de estudio cuenta con la presencia del mercado San Camilo el cual es un bien Patrimonial declarado
- La reglametación de la zona de ZRE (Zona reglamentación especial) lo cual le permite generar reglamantaciones y planes especificos del macro sector (Centro Histórico) y microsectores (zona de intervenciaón).

### 2.1.4 CONFLICTOS

**MEDIO FISICO AMBIENTAL**

- La zona de estudio cuenta con altos grados de deterioro en diversos, tanto de las vias, como de las edificaciones existentes, asi como contaminación ambiental, sonora y visual
- Se presenta una deficit de espacios abiertos (plazas, parques) , que ayuden a un mejor confort ambiental, de igual forma con la presencia arborea y elementos de sombra (a excepción de la Av. Jorge Chavez y la Calle Mercaderes)

**TRANSPORTE Y VIALIDAD**

- La zona de estudio cuenta con altos grados de congestionamientos vehicular
- Uso inadecuado de las vias para el tipo de seccion que poseen (trasnporte pesado para el abastecimiento de los comercios)
- No se cuenta con ningun tipo de reestricción vehicular que ayuden a aprovechar adecuadamente las secciones viales



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Falta de zonas de parqueo
- Falta de zonas adecuadas para la carga y descarga de productos para el abastecimiento de los comercios

**ECONOMICO-SOCIAL**

- Tanto el alto nivel de los predios como el alto grado de deterior del sector a hecho que la actividad de vivienda haya sido desplazado dando paso al comercio de manera desordenada e indiscriminada
- El sector cuenta con zonas con altos grados de inseguridad
- El volumen de residencia en el sector es practicamente nulo
- El sector cuenta con altos grados de tugurización y asinamiento

**HISTORICO-NORMATIVO**

- La normativa vigente no cuenta con planes especificos o acciones para el sector de intervención.
- La especulación comercial y la falta de un plan que ayude a su reagulación y diversificación de las actividades a hecho que en el sector ocurra una depredación sistematica de los bienes con valores, históricos, patromoniales y esteticos.

### 2.1.5 TENDENCIAS Y VOCACIÓN

- A nivel general la zona de estudio a cambiado su vocación comercial y de vivienda a ser una zona netamente comercial, con muchos comercios pequeños y desordenados, lo cual al no posser espacios de parque individuales (nos referimos a que cada comercio cuente con zonas de parqueos) o colectivos genera y seguira generando graves problemas de congestion vehicular.
- Las principales vias como la Av. Jorge Chavez Goyeneche, la Calle San Juan de Dios, Calle Mercaderes y Calle Santo Domingo han pasado de ser ejes vivienda a ser uno de comercios unicamente.
- De igual forma la presencia del Mercado San Camilo a influido de manera similar en las calles, San Camilo, Perú, Pierola, Alto de la Luna, Pizarro y Dean Valdivia.
- La tendencia comercial a nive del su entorno inmediato (Centro Histórico)y a nivel urbano a sido el de altos especialización de los servicios, debido a la aparición de un nuveo perfil de usuario con sin embargo en el sector la tendencia a sido al mantener bajos niveles de especializanción, lo cual no le a permitido aprovechar su consolidacíon



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

comercial potenciandola hacia el nuevo perfil de usuario, el unico cas que si ha seguido la tendecnia de forma masiva ha sido la calle mercaderes, product de su remodelación.

### 2.1.6 RETOS DEL SECTOR

- Nuevos habitos del consumidor
- Nuevos patrones de prioridad de gasto
- Nuevos medios de consumo y promoción (comercio online, redes sociales etc)
- Nuevos medios de pago (credito, promociones corporativas, tarjetas, cupones etc)
- Horarios de apertura y cierre
- Niveles de accesibilidad (estado de vias, tipo y jerarquia de vias, parqueos)
- Niveles de habitabilidad de los comercios
- Profesionalización y especialización comercial
- Mix comercial equilibrado
- Entorno comercial altamente atractivo y articulado con la dinamica del Centro Histórico

## 2.2 PLAN

### 2.2.1 MISION

La misión del plan urbano comercial es la de Se buscara la generación de un escenario que contribuya a la solución de los diversos problemas del sector de intervención, a través de un modelo compartido entre la polaridad y su centralidad, impulsando una nueva visión comercial, alentando el fortalecimiento y evolución los negocios establecidos y propiciando la aparición de otros nuevos, poniendo a su disposición las herramientas necesarias para reforzar su competitividad y consolidar el desarrollo de un sector que se configure como una de las señas de identidad del Centro Histórica de Arequipa.

El Mercado San Camilo como polaridad comercial, tendra una rol protagonco en este escenario, us misión particular sera la de ofrecer al público (residentes, visitantes y turistas) una oferta comercial moderna, completa y de calidad dentro de un entorno atractivo,accesible y cómodo.

Esta debe estar alineada con los valores históricos y patrimaniales del Centro Histórico de Arequipa y con una visión moderna y de futuro de la actividad comercial, erigiendo al Barrio San Camilo como un sector de vanguardia, innovación, con un alto atractivo comercial, empresarial y de desarrollo cultural relevante, como reflejo de la nueva identidad del Barrio



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

San Camilo, potenciando el desarrollo del comercio local en coherencia con la dinamica del Centro Histórico y el desarrollo urbano y social de la ciudad de Arequipa.

### 2.2.2 OBJETIVOS

- Generar una oferta moderna y de calidad con fuerte base local e identidad propia.
- Estimular un entorno comercial accesible y comodo
- Fortalecer los negocios existentes
- Impulsar la implantación de nuevos negocios comerciales

### 2.2.3 EJES ESTRATEGICOS

- ***Equilibrio Comercial:*** Se buscara promover una estructura comercial equilibrada en cuanto a zonas , formatos y activiadades en el Barrio San Camilo.
- ***Urbanismo comercial, movilidad y accesibilidad:*** Consistira en mejorar el entorno de compras a traves del mejoramiento de la movilidad y accesibilidad a las zonas comerciales del Barrio San Camilo
- ***Competitividad:*** Se buscara dotar al comercio del Mercado San Camilo y el barrio de las herramientas necesarias para avanzar hacia su especialización, profesionalización y mejora en sus niveles de competitividad
- ***Promoción, atracción e imagen:*** Consiste en desarrollar iniciativas para la promoción y dinamización de las actividades del Mercado San Camilo y el barrio como lugar de compras, ocio e interés cultural.
- ***Coordinación y colaboración:*** Busca la colaboración sectorial y la coordinación entre agentes público-privados

## 2.3 ESTRUCTURA DE INTERACCIÓN

*Gráfico 557 Interacción del Plan Urbano Comercial*

<table>
<tr><th>OFERTA COMERCIAL</th><th>DEMANDA COMERCIAL</th></tr>
<tr><td>EQUILIBRIO COMERCIAL<br>URBANISMO COMERCIAL MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD<br>COMPETITIVIDAD</td><td>PROMOCIÓN ATRACCIÓN EN IMAGEN</td></tr>
<tr><td colspan="2">COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="2">EJE TRANSVERSAL</td></tr>
</table>



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 2.3.1 LINEAS DE TRABAJO Y ACCIONES

*TABLA N° 27 Líneas de trabajo y acciones de la oferta comercial*

| EJE ESTRATEGICO | LINEA DE TRABAJO | ACCIONES |
|---|---|---|
| EQUILIBRIO COMERCIAL | POTENCIACIÓN DE LA ZONA COMERCIAL COMO EJE DE DINAMIZACIÓN Y COHESIÓN DEL BARRIO SAN CAMILO | • Identificación de los espacios de mayor oportunidad y potencial para la generación de espacios comerciales diferenciales<br>• Identificación de las vocaciones potenciales y necesidades de las diferentes zonas, para favorecer una oferta integrada y equilibrada en cada una de las zonas<br>• Potenciación del Mercado San Camilo como espacio de dinamización (a nivel comercial y de desarrollo de eventos dinamizadores coplementarios a la actividad comercial) concibiendolo como un espacio de relevancia turística, cultural y comercia |
| | REDESARROLLO DE LAS ZONAS DE MAXIMA Y ALTA CONCENTRACIÓN COMERCIAL | • Creación de un plan urbano especifico para el barrio San Camilo en corcondancia con el plan general del Centro histórico en aras de un mayor equilibrio entre el comercio, movilidad y vivienda.<br>• Promocion y adecuación de los espacio comerciales como espacios públicos dinamicos capaces de atraer la inversión en vivienda. |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

| | | |
|---|---|---|
| | APOYO AL COMERCIO DEL CENTRO HISTÓRICO | • Desarrollo de iniciativas para el impulso de actividades comerciales alternativas a los ya establecidos en el sector con la creación del Foro Comercial Local con el apoyo del gobierno local y el sector privado. |
| URBANISMO COMERCIAL, MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD | MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD EN LAS ZONAS COMERCIALES | • Estudio y promoción de zonas con potencial de peatonalización potenciando y/o impulsando el reemplazo del tipo de comercio preexistente.<br>• Revisión y optimización de zonas de carga y descargar en la cual se planteara la adecuació y/o la creación de este tipo de espacios teniendo en cuenta dversos aspecto como descongestión de tráfico, no interferir en el paso de transeúntes, adecuación de los horarios a las actividades comerciales, etc.<br>• Oferta de aparacamientos disuasorios, se planteara el uso y/o la creación de zonas de aparcamiento dandole un carácter disuasorio, para el trafico vehicular privado en la zona de interveción y/o el Centro Histórico.<br>• Creación de progama de transporte pubico y movilidad peatonal, se plantearan programas de concientización sobre el uso de transporte publico, establecimiento de paraderos estrategicos, y la posibilidad de crear rutas comerciales peatonales |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

| | | |
|---|---|---|
| | | que favorezcan la experiencia, el flujo y oferta comercial |
| | MEJORA EN EL MANTENIMIENTO DEL ENTORNO URBANO A TRAVÉS DE IMPIEZA ILUMINACIÓN SEGURIDA Y SEÑALETICA ENTRE OTROS | • Coordinación con las asociaciones comerciales existentes, asi como propiciar la aparición de otras nuevas, para generar un mecanismo de trabajo compartido.<br>• Mejora de iluminación en la zonas de concentración comercial, con el fin de favorecer la experiencia, el flujo y oferta comerial.<br>• Incoporación de moviliario y ornamentación de las zonas comerciales con el fin de potenciar la el factor de atracción de entorno comercial. |
| COMPETITIVIDAD | APOYO AL EMPRENDIMIENTO COMERCIAL | • Puesta en marcha del centro de emprendimiento “San Camilo” orientado a comerciantes del mercado y publico . |
| | MODERNZACIÓN Y MEJORA COMPETITIVA | • Puesta en marcha del programa de comercios innovadores como punto de encuentro entre los diferentes actores involucrados en el comercio (gobierno, comerciantes, consumidores, empresas de servicios, asociaciones y profesionales) para favorecer el clima de innovaciones en la dinamica comercial del sector. |
| | FORMACION CUALIFICACION Y CAPACITACIÓN | • Coordinación y alianzas estragicas con los diferentes prestadores de sericio de formación empresarial y comercial. |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

| | | |
|---|---|---|
| | | • Charlas y seminarios de capacitación empresarial y gestiva hacia los comerciantes.<br>• Talleres, Workshops, Seminarios orientados a la de formación y actualización continua a gerentes, personal administrativo y comerciantes en general.<br>• Fomento del uso uso de diferentes idiomas. |
| | USO DE LAS TICS | • Impulso a las ventas y canales de pago on-line y de creditos, con la posibilidad de crear alianzas estrategicas.<br>• Uso de herramientas de gestión y promoción comercial por medio de software libre que complemente e integren el uso de redes sociales. |
| | CONTINUIDAD EMPRESARIAL | • Puesta en marcha del programa de transmisión empresarial, orientado a comercios consolidados en riesgo de cierre, brindadno el soporte y orientación empresarial para realiar el proceso de forma ordenada y planificada. |



Publicación a
En su investi
estigativos

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 28 Líneas de trabajo y acciones de la demanda comercial y el eje transversal*

| EJE ESTRATEGICO | LINEA DE TRABAJO | ACCIONES |
|---|---|---|
| PROMOCIÓN ATRACCIÓN E IMAGEN | PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL MERCADO SAN CAMILO COMO LUGAR DE COMPRAS, INTERES CULTURAL Y DE OCIO | • Muestra museografica permanente del proceso histórico del Mercado San Camilo y el predio.<br>• Muestras itinerantes de carácter artistico cultural<br>• Organizar o ser sede de festivales, ferias, y eventos culturales temporales (conciertos, ferias de libro, performaces, etc)<br>• Talleres de formación (propios o complementarios) empresarial, y de diversa indole (artistica, marketing etc)<br>• Creación del rutas comerciales en el barrio a partir de la presencia del Mercado San camilo como hito , con el fin de integrarlos a la ruta turistica y comercial del Centro Histórico |
| COORDINACION Y COLABORACIÓN | COLABORACIÓN ENTRE AGENTES PÚBLICO PRIVADOS | • Creación de la Comisión del Plan Urbano Comercial (CPUC) como ente autonomo, con la participación de actores públicos y privados con el fin identificar casos de éxito y tendencias que permitan tomar medidas con respecto al mismo, genrando asi un modelo de gobernanza en el ambito comercial del Centro Histórico.<br>• Creación de un ente Autonomo para la administración del Mercado San Camilo.<br>• Coordinación entre la CPUC y las areas de la municipalidad con incidencia en el sector |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

| | | |
|---|---|---|
| | | comercial, previa definición de los canales adecuados.<br>• Creación de un sistema de información y estudios especificos (orientados al comercio) en el CPUC que permita la toma de decisiones para el desarrollo de politicas comerciales, |
| COORDINACION Y COLABORACIÓN | FOMENTAR LAS ASOCIACIONES Y OTRAS FORMAS DE COLABORACIÓN SECTORIAL ENTRE LOS COMERCIANTES | • Creación de lineas de ayuda a las asociaciones de comercio existentes empoderandolos como agentes de promoción del sector<br>• Creación de diferentes inicitivas desde la CPUC con el fin de fomentar la creación nuevas asociaciones de comerciantes.<br>• Suscripción de acuerdos desde la CPUC entre las asociaciones de comercioantes y alianzas con asociones de proveedores que se refleje una reducción de costos y mayor eficiencia en la distribución y aprovisionamiento. |

### 2.3.2 LINEAMIENTOS PARA LA GESTION Y SEGUIMIENTO DEL PLAN

**MODELO DE GESTION**

Como se menciono anteriormente sera necesaria la creación del ente autonomo Comisión del Plan Urbano Comercial (CPUC), la cual tendra las siguientes funciones

- Elaborar y realizar el seguimiento de planes operativos anuales.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados
- Coordinar la interacción y participación de los dfierentes actores tanto de carácter público como privado

**ACCIONES**



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Para cumplir con dichas funciones debera realizar acciones especificas, las cuales deberan cumplir las siguientes caracteristicas u objetivos particulares.

- ***Planes Operativos***
  - Definir y concretar proyectos y lineas de actuación.
  - Priorizar, estructurar y ordenar el desarrollo y gestión de los proyectos y acciones
  - Deberán ser de carácter anual
- ***Seguimiento***
  - Realizar seguimiento del grado de implatación de los proyectos y acciones.
  - Relizar un analisis de desviaciones de los proyectos y acciones a fin de proponer medidas correctivas en los mismos.
- ***Evaluación***
  - Evaluar los resultados del Plan Operativos en base a indicadores definidos
  - Evaluar y realizar correcciones en los indicadores relevantes

**INDICADORES**

Como linea de base se estableceran 3 grupos macro de indicadores.

- ***Oferta Comercial***
  - Numero de comercios
  - Distribución por rama de actividad
  - Distribución por concentración
  - Tamaño promedio para desarrollo optimo de actividades (m2)
  - Numero de empleados por comercio (según rama de actividad)
  - Antigüedad media de los comercios y su infraestructura
- ***Demanda Comercial***
  - Gasto comercial
  - Fuga de gasto
  - Puntos comerciales de referencia
  - Formatos comerciales de referencia
  - Valoración de la oferta comercial
  - Factores socio-demograficos
- ***Visón economico y urbana del sector***
  - Fortalezas y debilidades del Barrio San Camilo como zona urbana comercial



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Fortalezas y debilidades del Centro Histórico

## 3. PROPUESTA URBANA

Como se vio a través del documento el sector de intervención comprate algunos problemas del Centro Histórico de Arequipa, pero de manera mucho mas aguda debido a diversos factores, entre los principales problemas a resolver encontramos la deficiencia en cuanto al confort ambiental debido a que la mayor parte del la zona de compensación ambiental se haya contenida en las zonas agricolas ya que el numero de espacios abiertos y areas verdes es minima y no existen muchas posbilidades de crear nuevos espacios al tratarse de una zona de valor patronial, de igual forma el caos vehicular en sector debido a la presencia comerial masiva y al tipo de comercio desarrollado ante lo cual la infraestructura vial resulta insificiente y el principal problema (en todo el centro histórico) que trata de la desaparición de la vivienda (habiendo sido reemplazada en su mayoria por e comercio), asociado a estos problemas de forma retroalimentativa encontramos que la oferta y entorno comercial del sector resuta poco atractiva para las nuevas generaciones, tanto como perfil de habitante y de consumidor, lo cual se evidencia en la diferencia en que se desarrolla (y su éxito) el comercio en el sector y en el resto del Centro Histórico .

Es la conclusión de la presente investigación que el principal problema del sector no se haya en la presencia masiva del comercio, si no en la forma descontralada en la que esta se desarrolla, la cual como se dijo crea un entorno poco atractivo tal es asi que se fue optando progresivamente por el reemplazo de actividades (vivienda por comercio) en lugar de optar por la coexistencia equilibrada de diversas actividades, Es debido a esto que para propuesta urbana consideo que el sector puede aprovechar la imagen comercial consolidada que posee y potenciarlo, para constituirse en un entorno comercial atractivo acorde a los nuevos estandares y tendecias comerciales (tanto a nivel de su entorno inmediato centro historico como a nivel mundial), lo cual a su vez generarara condiciones que ayuden a resolver los diversos problemas del sector a través de la potenciar el nivel de atracción del sector, logrando asi la ya mencionada (en titulo de la investigación) “Regeneración Urbana Impulsada por el Consumo”, para lo cual se plantearon lo diversos lineamientos de actuación en el Plan Estrategico Urbano Comercial, a la cual responde la presente propuesta urbana, de igual forma guarda compatibilidad con la reglamentación vigente (Plan Maestro del Centro Historico 2002) y se procurara la sompatibilidad e interconección a futuro con la propuesta PlamChA 2017-2027.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 3.1 IMAGEN OBJETIVO

Transformar la condición urbana del barrio San Camilo, generando las condiciones orientadas a lograr altos grados de habitabilidad en el desarrollo de su infraestructura urbana en beneficio del poblador contemporaneo, los mismos que podran ser capitalizadas como una ventaja competitiva para el desarrollo de la actividad comercial y la atraccion de la inversión inmobiliaria en actividades complementarias y vivienda de manera equilibrada, convirtiendolo en un agente de desarrollo urbano, social y cultural, el cual logre la coexistencia del respeto de los valores patrimoniales del lugar y el desarrollo y satisfaccion de las aspiraciones del poblador contemporaneo y las necesidades de densificación y habitabilidad de la ciudad contemporanea.

## 3.2 IDEAS FUERZA

- Priorización del peatón.
- Potenciar espacios abiertos existentes.
- Mejorar confort ambiental (compesación ambiental).
- Establecimiento de rutas comerciales, mejorando la experiencia de compras por medio del entorno comercial.
- Generación de un entorno comercial equilibrado y atractivo no solo para el desarrollo de la actividad comercial (clientes) tambien para la la inversión inmobiliaria (vivienda).

## 3.3 LINEAS DE ACCION

### VIALIDAD

Se propone aprovechar la experiencias exitosa de peatonalización de la calle mercaderes, a traves de la cual se ha logrado resolver los problemas de habitabilidad de la infraestrutura urbana y a su vez revalorización las propiedades y mejora espontanea de los niveles de especialización de los comercios, generando un mayor grado de atracción.

Se propone en tal sentido la creación de rutas comerciales peatonales y el mejoramiento uso de vias vehiculares de forma puntual que permitan el abastecimiento de los comercios regulado por horarios de circulacion y reestricciones vehiculares priorizando la eficiencia de las vias, la inclusión de medios alternativos de transporte (bicicletas), el uso del transporte publico y la ampliación de las zonas para el peaton (veredas).

De forma puntual se propone el cambio de sentido vial doble a unico en la calle Garci Carbajal con el fin optimizar el trafico (de acuerdo a la propuesta de conjunto) y permitir la



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

remodelación del Parque Romaña que servira como remate y expansión de las calles Perú y Quinta Romaña.

De igual forma se propone la creacion de cicloparqueaderos en el Parque Duhamel y la plazuela San Camilo los cuales se integraran y serviran como remate a las red de ciclovias planteada.

De igual forma se propone la creación de una zona de estacionamiento en el Mercado San Camilo para satisfacer las necesidades de este tipo de espacios en el sector (debido al carácter comercial del mismo) y contribuira la red de estacionamientos disuaorios planteados en la propuesta PlamCha 2017-2027.

En su conjunto estas medidas permitiran la mejora de los niveles de habitabilidad de a calle, ampliación de las redes y colectores pluviales , la reducción del trafico en el sector y los problemas que este conlleva tales como contaminación ambiental, desgaste de vias y deterioro del entorno fisico.

**MEDIO AMBIENTE**

Se propone la revitalazación del ecositema urbano del sector a través de la recuperación y remodelacion de los espacios abiertos y areas verdes existentes, asi como la creación de nuevos espacios.

Se propone en este sentido la creacíon de un parque lineal en la calle Victor Lira a través de integrar el espacio cercado colindate al complejo habitacional Nicolas de Pierola el cual lograra integrarse con el actual parque Victor Lira (tomando como referencia la remodelación de la plaza 15 de Agosto) formado un nuevo gran parque lineal en todo lo largo de la calles

De igual forma se propone la remodelación del Parque Romaña tal como se menciono en punto anterior el cual permitira su constitución en un espacio util para los peatones.

De igual forma se remodelaran la Plazuela San Camilo (como parte de la propuesta Arquitectonica) y el Parque Duhamel.

Como medida transversal se propone la erradicación del enrejado en todos los espacios abiertos y areas verdes con el fin permitir su recuperación como un espacio publico habitable y de transito para el peaton.

**CULTURA Y PATRIMONIO**



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Se propone la integración del barrio San camilo al circuito cultural del centro histórico aprovechando la presencia del Mercado San Camilo (monumento declarado) para constituir al barrio en un sector de vanguardia, innovación, con un alto atractivo comercial, empresarial y de desarrollo cultural relevante.

En tal sentido se propone la remodelación integral del mercado San Camilo, conservando sus elementos patrimoniales declarados y de relevancia histórica y/o estilistica, erigiendolo como el proyecto catalizador de la propuesta urbana.

De igual manera se proponda el modelo zonificación (usos de suelo) con especial interes a los elementos de alto valor cultural  histórico o estilistico preexistentes. A fin de poder capitalizar dichos valores permitiendo su preservación.

**COEXISTENCIA DE ACTIVIDADES**

Se propone la regulación de la actividad comercial consolidada en el sector, permitiendo la coexistencia de esta actividad con la actividad de vivienda en lugar del reemplazo de actividades, de tal manera que la actividad comercial pueda ser regulada y aprovechada como un atractivo para la atracccíon de habitantes.

En tal sentido se propone la clasificación flexible siendo esta la clasificación RDM 1 - RDA 1 (de acuerdo a las reestricciones que seran explicadas mas adelante) en la zona comprendida por damero fundacional  y RDM 2 – RDA 1 en las manzanas colindantes a la Av. Jorge CHavez. En el caso del damero fundacional esta clasificación se debe a las dimesiones de las vias existentes asi como a las dimensiones de las manzanas.

En el caso de las manzanas colindantes a la Av. Jorge Chavez se debe (ademas de las dimensiones de la manzana) principalmente al carácter de la via

Para las manzanas restantes se propone la clasificación RDM 2.

**Restricciones**

**Transversales**

- Como primera medida transversal se establece que en caso de que el predio cuente con contrucciones de valor patrimonial, histórico o estilisticos, las propuestas (en todos los casos) deberan contemplar la rehabilitación de las fachadas y procurar (en lo posible (integrar los elementos internos de valor tipologico a la propuesta nueva.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Como segunda medida transversal en el caso de nuevas edificaciones estas deberan contar con un retiro en altura, con el fin de no alterar el perfil urbano de manera agresiva, en esta reestricion se establecera que solo los dos primeros niveles de la edficiación podra ser a ras del limite del terreno a partir del tercer piso debera contar con retiro de 4 metros.

**Casos especiales**

- Para optar a la clasificación flexible RDA1 esta se dara considerando la dimensión minima del terreno (especificado en el PDAM).
- En caso de obtener la clasificación de este tipo, la propuesta debera tratarse de edificios hibridos en los que solo los dos primeros niveles podran ser usados para actividades de tipo comercial y/o civico cultural, el resto de niveles podran albergar actividades de oficinas, hosteleria y vivienda de forma combinada o unicamente vivienda.
- En todos los casos se debera contemplar el uso de vivienda en niveles superiores.
- En el caso de las manzanas clasificadas como RDA1y RDA 2 colindates a la v. Jorge Chavez, en caso de que el terreno de intervención abarque hasta la calle posterior (Calle Nueva) ademas de cumplir con las restricciones anteriores debera contemplar hacia la calle posterior un segundo retiro de 3m desde el sexto piso y un retiro a pie de vereda de 2 m, debiendo ser este abierto con el fin de minimizar la agresividad de la propuesta en el entono del barrio asi como mejorar la sección vial de la calle posterior.

**PARTICIPACION CIUDADANA**

Tal como se planteo en el Plan Estrategico Urbano Comercial se realizaran diversas medidas de concientización y difusión de los valores intrinsecos del patrimonio presente en sector asi como de los beneficios y objetivos del plan estrategico asi como de la propuesta urbana. A traves de estos mecanismos se pretende involucrar a la población, los propietarios de los predios del sector y comerciantes en las tareas de renovación urbana, su conservación y en el control del orden ciudadano.

De igual forma se plantearon medidas para fomentar el emprendimiento, competitividad y el asociacionimo de comerciantes, estos sera uno de los mecanismos por medio de los cuales se podra lograr el cambio de las actuales superficies comerciales por superficies hibridas, generando la evolucion de las actuales asocianes de comerciantes y la generación de nuevas sociedades de comerciantes alentando la inversión en vivienda a través de ellas, asi como alianzas entre inversores inmobiliarios y las asociaciones comerciales y/o las ociaciones de carácter publico privado



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 3.4 ESTRUCTURA

### 3.4.1 MOVILIDAD URBANA

Se considera la saturación vehicular tanto de cracter publico como privado uno de los principales factores de deterioro, debido a que la trama urbana y sus secciones viales responden a los requerimientos (en su mayoría) de los medios de transporte del siglo XVI, si bien estas se han adaptado al flujo vehicular , resulta insuficiente para su uso intensivo y el transporte de masas, asi como para el flujo peatonal debido a su carácter comercial.

Por tal motivo se ha establecido la Calle San juan de Dios y la Av. Jorge Chavez como los ejes vehiculares principales que permitiran la conexión directa del sector a nivel urbano a través del transporte publico,particular y privado, ademas de que deberan incluir en su sección ciclovias en ambos sentidos como medio de transporte alternativo como ejes vehiculares secundarios se usaran las calles Garci Carbajal y Alto de la Luna para interconectar los ejes principales asi como la continuidad de las Calles Leticia y Pizarro como desfogue de la carga vehicular asi como para interconectarla con otros sectores de la ciudad, las calles 2 de mayo y la ultima cuadra de la calle Pizarro se usaran como interconectores vehiculares auxiliares.

Tanto en ejes secundarios como en los interconectores auxiliares solo permitira el transito vehicular restingido unicamente de transporte privado y particular, sin presencia de transporte público ni de ciclovias dedicadas, debido a las seccíones viales del sector en todos los casos se usara el sentido vial unico.

Las dos primeras cuadras de las calles San Camilo, Dean Valdivia y la primera cuadra de la Calle Santo Domingo seran de carácter peatonal mixto con presencia de ciclovia dedicadas de ambos sentidos permitiendo su interconexión con la paza San Camilo y Parque Duhamel y el retorno al circuito de la Calle San Juan de Dios.

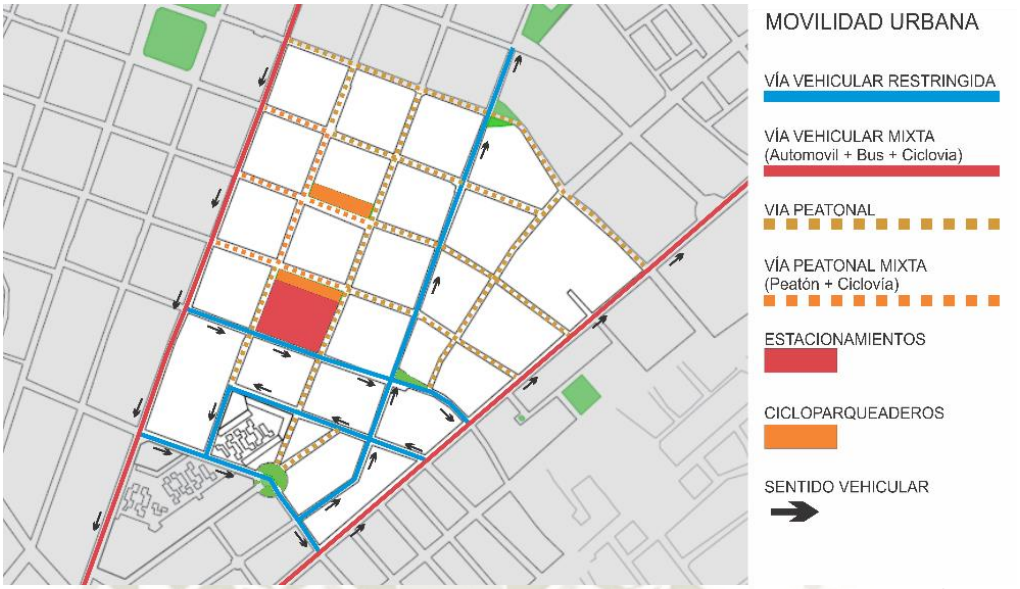
Las demas calles seran de carácter peatonal permitiendose la circulación vehicular unicamente en casos especiales (ambulacias, bomberos, patrullas policiales)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 558 Sistema de movilidad urbana Plan Urbano Comercial*




*Elaboración: Propia*

Como medidas complementarias se plantea la creación de estacionamientos en el Mercado San Camilo, asi como cicloparquedo.

Adicionalmente se propone la peatonalización adicional de la primera cuadra de la Calle Corbacho (fuera del area de intervención) con el fin de concretar la realización de una ruta comercial y cultural (de carácter petonal) del sector con el flujo comercial de la Av. Siglo XX y futuro proyecto Centro Cultural Siglo XX (PlamCha 2017-2027) en la ex Carcel. En el cual se contemplan la creación de una zona de estacionamientos de carácter disuasorio. De igual forma se plantea realizar alianzas publico privadas en el Centro Comercial SigloXX para realizar su remodelación que incluya estacionamientos disuasorios. En ambos casos las zonas se encuentran conectadas vehicularmente con el sector por medio de la Av. Jorge Chavez y la Calle Pizarro.

### 3.4.2 ESPACIOS ABIERTOS Y AREAS VERDES

Tal como se explico en otros puntos del documento el sector de interveción y la totalidad del centro Histórico sufre un deficit en su zona de compensación ambiental por lo cual se buscara el incremento de la misma a través de la potencición y recuperación de los espaciós publicos y areas verdes preexistentes siendo estos El Parque Duhamel, Plazuela San Camilo, Parque Victor Lira y Parque Romaña, tambiense plantea la creación de un nuevo parque lineal en la calle Victor Lira la cual se integrara al Parque VIctor Lira.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

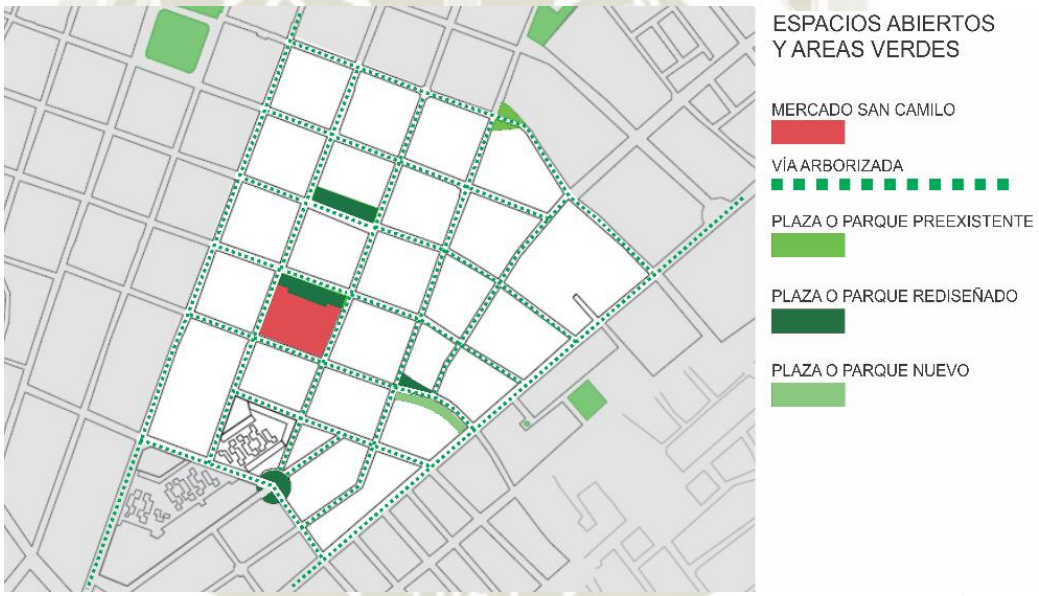
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En todos los casos se plantea la erradicación del enrejamiento de estos espacios para lograr la apropiación por parte del peaton convirtiendose en elementos dinamizadores.

Como medida complementaria se plantea la arborización de la integridad de las vias en el sector lo cual permitira la mejora en las condiciones de comfort ambiental del sector asi como la integración armonica de los espaciós abiertos y areas verdes con su trama urbana (tomando como modelo la integración de la calle mercaderes y el parque 15 de Agosto)

La calle mercaderes y la plaza 15 de Agosto no sufrira variantes al ser una intervención reciente y un caso exitoso, el cual sera tomado como modelos, solamente se realizara la continuidad de su circuito petonal en la calle Octavio Muñoz Najar.

*Gráfico 559 Sistema de espacios abiertos y áreas verdes Plan Urbano Comercial*




*Elaboración: Propia*

### 3.4.3 SECCIONES VIALES

A continuación se presentaran la propuestas para el tratamiento delas secciones viales del sector orientadas de acuerdo a las caracteristicas descritas en los puntos anteriores.

Todas las imagenes se tratan de eleboraciones propias, a partir de un levantamiento arquitectonico in situ, de igual manera se tomaron como referencia las secciones viales del PlaMcha 2017, las cuales fueron verificadas y en algunos casos corregidas por medio del levantamiento.

Para una mayor visión de los cambios propuestos en cada calle, se presentaran la o las secciones viales actuales y a continuacion la propuesta de sección vial, en el caso de la calle mercaderes se presentara unicamente la sección actual ya que no presentara modificaciones.

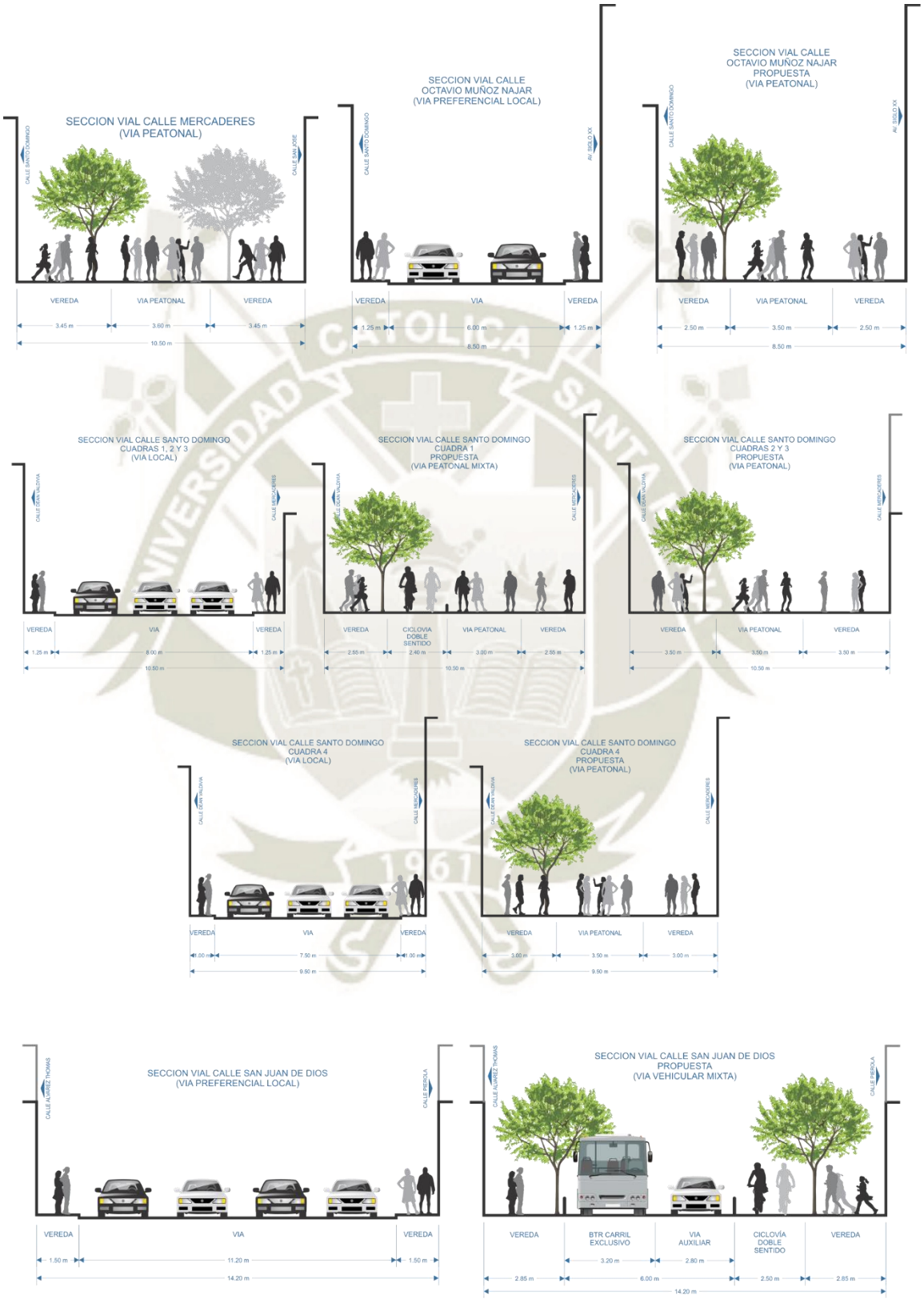


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 560 Secciones viales actual-propuesta Lamina 01*



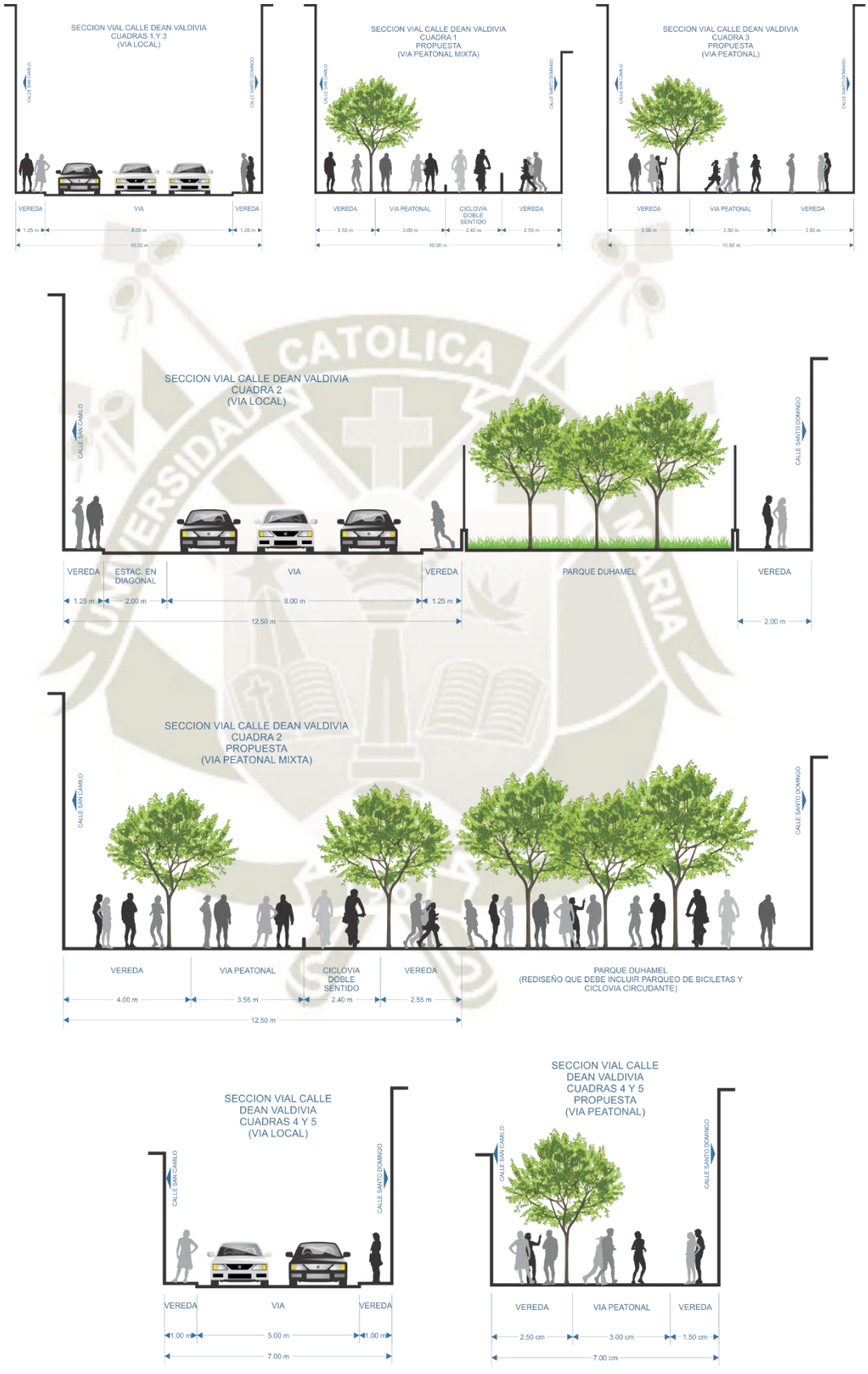



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 561 Secciones viales actual-propuesta Lamina 02*



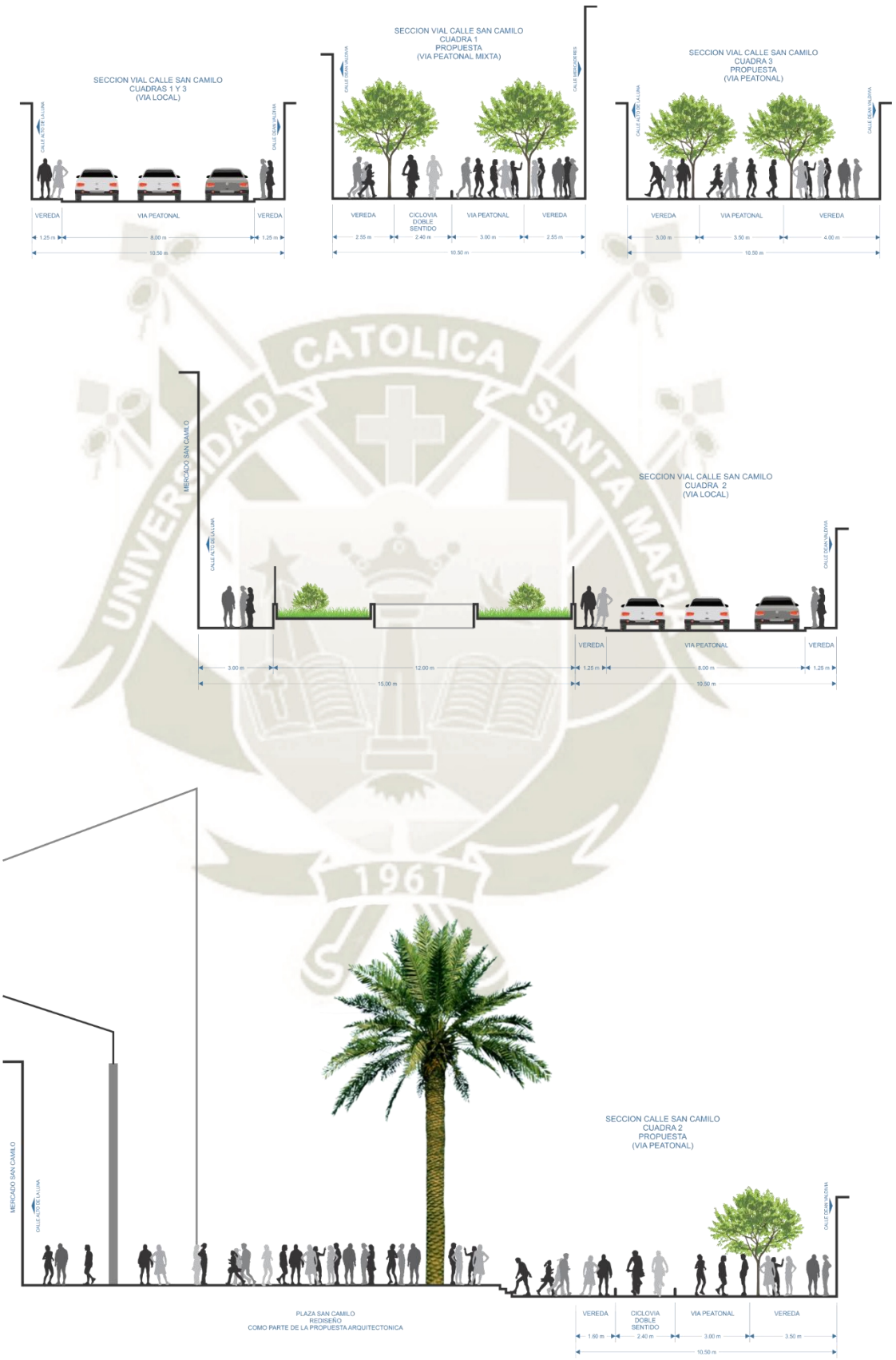



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 562 Secciones viales actual-propuesta Lamina 03*



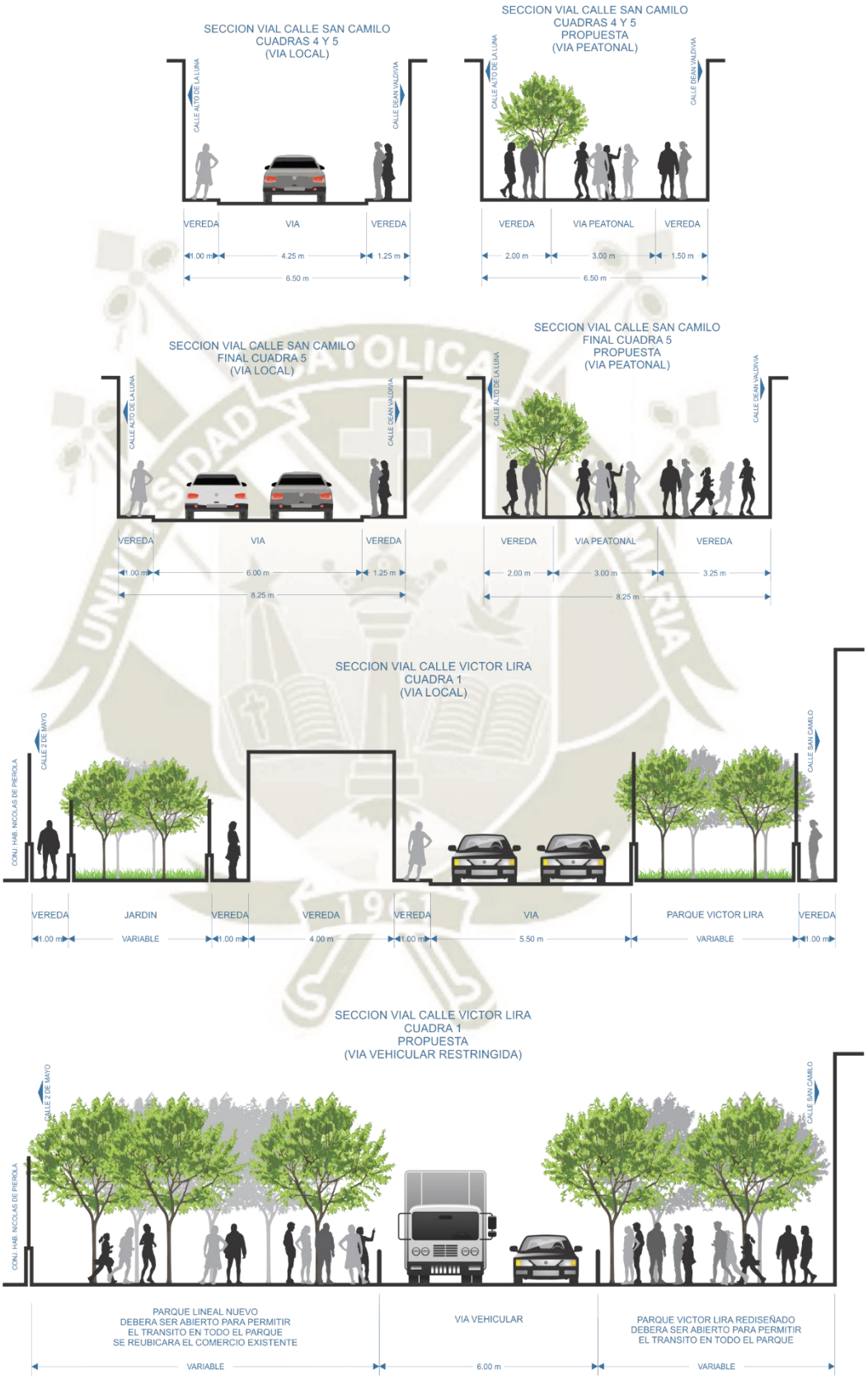



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 563 Secciones viales actual-propuesta Lamina 04*



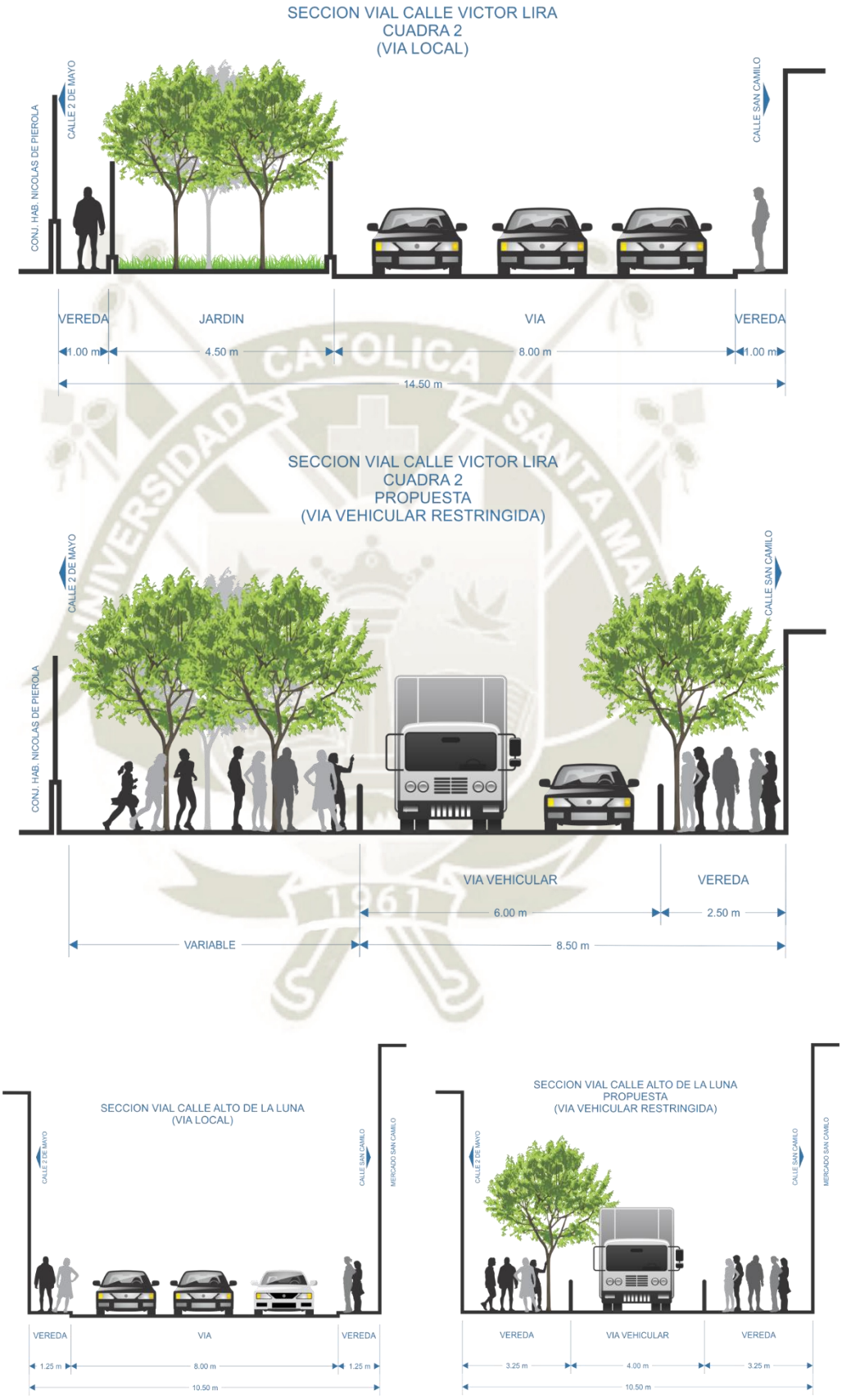



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 564 Secciones viales actual-propuesta Lamina 05*

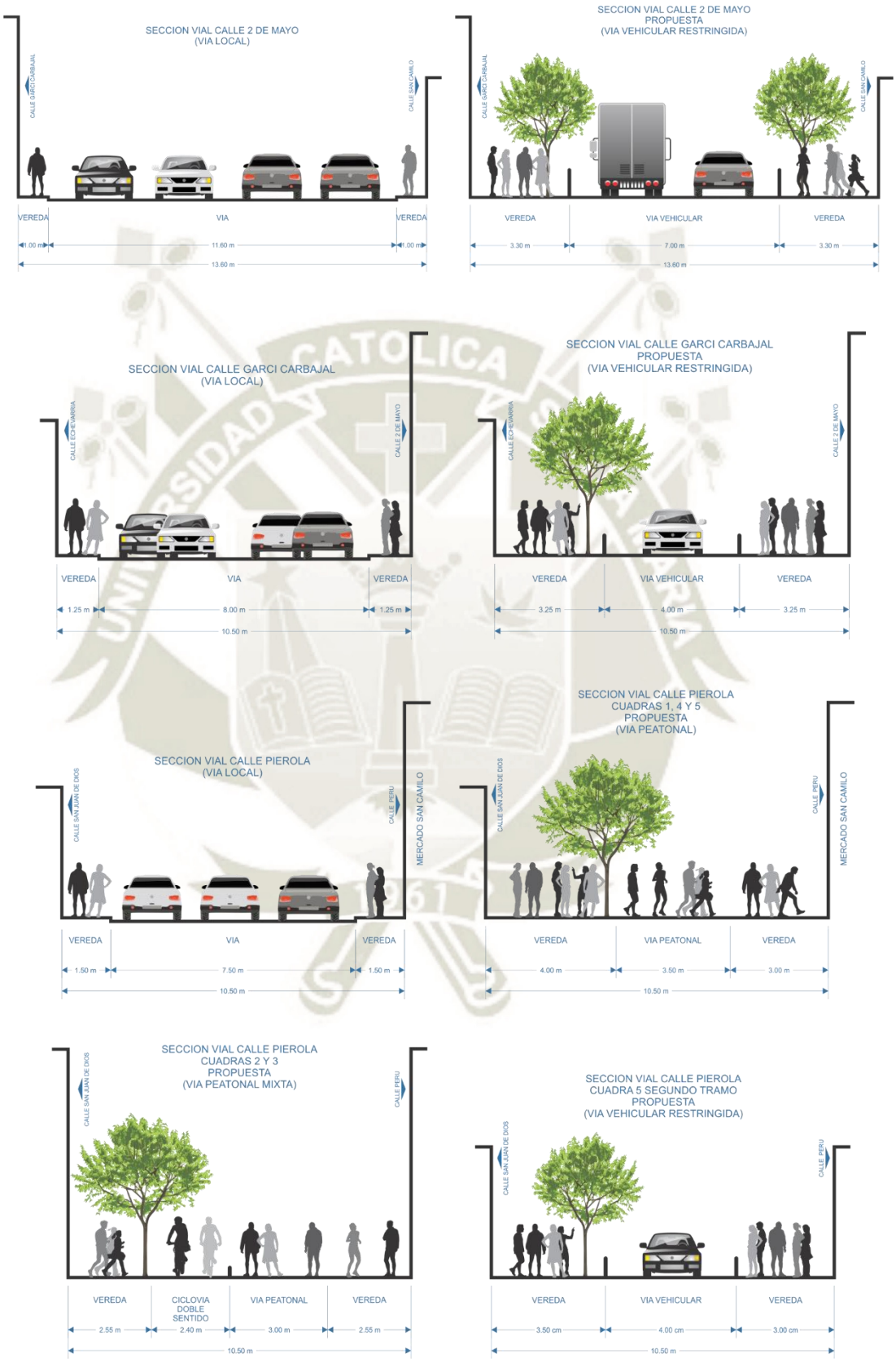





Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 565 Secciones viales actual-propuesta Lamina 06*



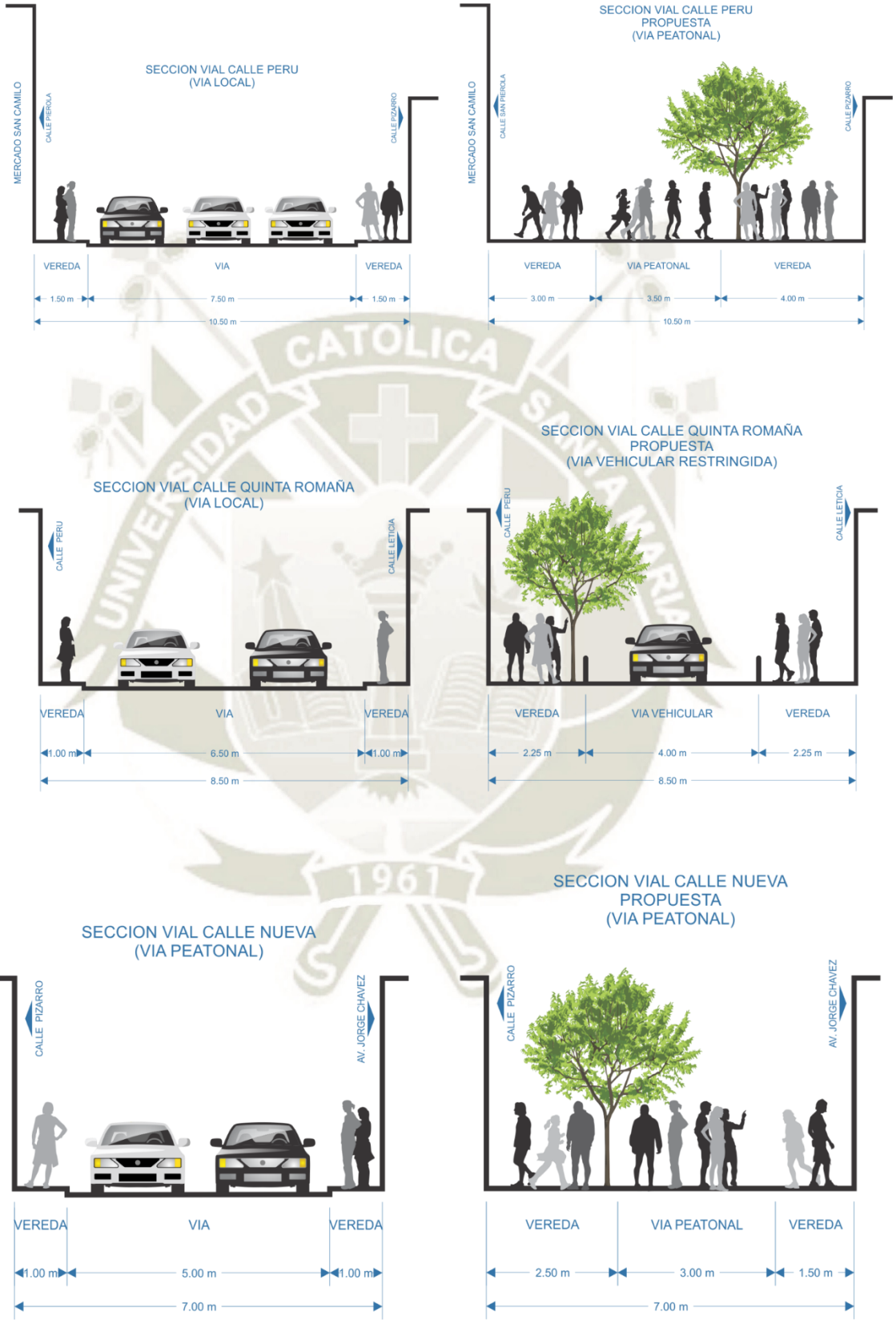



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 566 Secciones viales actual-propuesta Lamina 07*



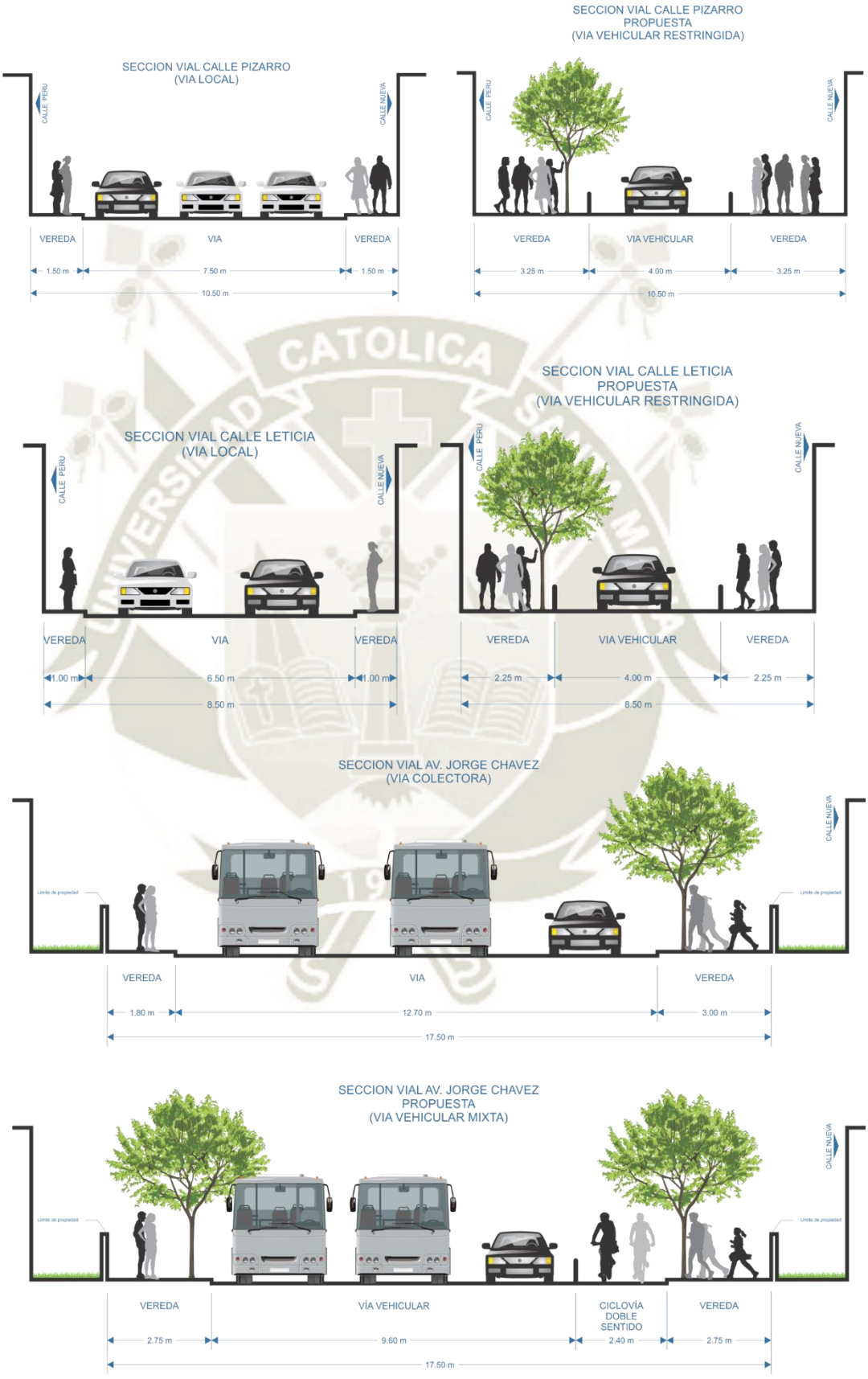



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 567 Secciones viales actual-propuesta Lamina 08*






Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 3.4.4 USOS DE SUELO

Tal como se adelanto en las lineas de acciones (en coesxistencia de activiades) se propone la clasificación flexible siendo esta la clasificación RDM 1 - RDA 1 teniendo que cumplir las siguientes reestricciones.

Transversales

- Como primera medida transversal se establece que en caso de que el predio cuente con contrucciones de valor patrimonial, histórico o estilisticos, las propuestas (en todos los casos) deberan contemplar la rehabilitación de las fachadas y procurar (en lo posible (integrar los elementos internos de valor tipologico a la propuesta nueva.
- Como segunda medida transversal en el caso de nuevas edificaciones estas deberan contar con un retiro en altura, con el fin de no alterar el perfil urbano de manera agresiva, en esta reestricion se establecera que solo los dos primeros niveles de la edficiación podra ser a ras del limite del terreno a partir del tercer piso debera contar con un retiro de 4 metros.

Casos especiales

- Para optar a la clasificación flexible RDA1 esta se dara considerando la dimensión minima del terreno (especificado en el PDAM).
- En caso de obtener la clasificación de este tipo, la propuesta debera tratarse de edificios hibridos en los que solo los dos primeros niveles podran ser usados para actividades de tipo comercial y/o civico cultural, el resto de niveles podran albergar actividades de oficinas, hosteleria y vivienda de forma combinada o unicamente vivienda.
- En todos los casos se debera contemplar el uso de vivienda en niveles superiores.
- En el caso de las manzanas clasificadas como RDA1y RDA 2 colindates a la v. Jorge Chavez, en caso de que el terreno de intervención abarque hasta la calle posterior (Calle Nueva) ademas de cumplir con las restricciones anteriores debera contemplar hacia la calle posterior un segundo retiro de 3m desde el sexto piso y un retiro a pie de vereda de 2 m, debiendo ser este abierto con el fin de minimizar la agresividad de la propuesta en el entono del barrio asi como mejorar la sección vial de la calle posterior.

Adicionalmente como casos especial puntuales

- La manzana donde se ubica el convento e iglesia de Santo Domingo, la cual cual cuenta con una pequeña porcion con propietario privada(no religioso) para este caso debido a



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

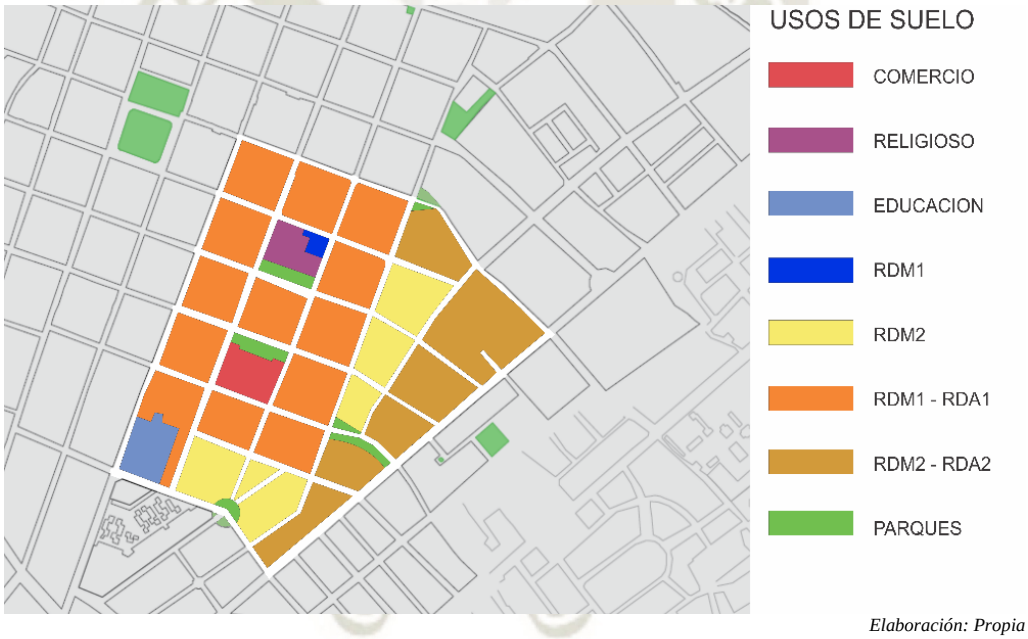
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

las dimensiones se plicara unicamente la clasificacipon RDM1, para el convento este podra seguir siendo usado sus espacios haci la calle para comercio como en la actualidad sin realizar alteraciones a la edificación.

- La presencia del complejo habitacional Nicolas de Pierola esta actualemnte cuenta con clasificación RDM 2, sin en caso en un futuro se decida realizar algun tipo de intervención de ampliación esta podra darse unicamente en el sector colindante a la Av Goyeneche Pudiendo llegar hasta la clasificación RDA2, teniendo que cumplir con las reestricciones establecidas.
- La presencia del colegio Padre Damian el cual debera mantener su uso (educación) o cambiar a uso Civico Cultural en ningun caso esta podra modificar alteraciones en las fachadas ni alteraciones fisicas significativas en su interior.

*Gráfico 568 Sistema de usos de suelo Plan Urbano Comercial*




*Elaboración: Propia*

## 4. PROPUESTA ARQUITECTONICA

### 4.1 MISION

Constituirse en un hito comercial y cultural del Centro Histórico, con alcance metropolitano, convirtiendose en un punto de integración social y generador de la nueva identidad para el Barrio de San Camilo, el cual a su vez servira como elemento catalizador de la la propuesta urbana y el Plan Estrategico Comercial del cual deriva, constituyedose en la pauta para la oferta comercial a cargo de la administración publica frente a los nuevos formatos comerciales privados.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 4.2 VISION

Mercado Municipal de nueva generación con una oferta comercial, cultural de ocio esparcimiento y edilicia acorde los nuevos requerimientos y desafios de la sociedad moderna y permeable a la evolucion de los mismos.

## 4.3 CONCEPTO

El proyecto es pensado manteniendo un respeto hacia el pasado histórico del edificio y del predio, pero a la vez como una apuesta de innovación y funcionalidad, representando una dialectica entre el pasado y el presente continuo, a través de la gran cantidad y mezcla de usos para los que sera reactivado, siendo comprendido como un equipamiento autosotenible y flexible capaz adaptarse a los cambios que marca la evolución de la actividad comercial.

### 4.3.1 ESTRATEGIA CONCEPTUAL

La fachada art déco y la estructura metalica seran conservadas a modo de piel y columna vertebral, que recubre e integra respectivamente el nuevo espacio interior como testimonio de su pasado histórico y memoria colectiva, a la vez que, el nuevo edificio resultante servira como el catalizador urbano que permitirá crear las condiciones para la reintegración de su zona de influencia a la dinamica urbana del centro histórico y complementar las diversas necesidades del mismo a nivel de infraestructra y social logrando una "permeabilidad fisco urbana y ciudadana", posibilitando un escenario que permita ayudar a solucionar las diversas problematicas del sector inmediato y de la centralidad a la cual pertenece.

### 4.3.2 ELEMENTOS BASE

**FISICOS**

**Estructura Metalica:** Se trata de unico elemento físico con catalogado de valor patrimonial en todo el mercado, por tanto su preservación e inclusión en la propuesta es un condicionante de carácter obligatorio.

Consta de las columnas y tijerales, mas no incluye la cobertura del techo

**Fachada Art Déco:** Se trata de las fachadas de sillar (continuas) que sirven de cerramiento hacia las calles Pierola, Alto de la Luna y Perú, no se encuentra catalogado como elemento fisico patrimonial, sin embargo posee un valor histórico y estilistico relevante, (desarrollado en el Marco Histórico) por lo que sera incluido en la propuesta.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**PROGRAMATICOS**

- Plataforma comercial
- Estacionamientos
- Zona de abastecimiento

**CONCEPTUALES**

**Actividades Anclas:** Como se explico en el documento la dinamica comercial obedece a flujos comerciales los cuales son generados por tensión entre puntos clave denomidos tiendas anclas, las cuales ususalmente pertenecen a franquicias orientadas a un giro comercial o servicio especializado concretos, de igual manera esta ancla obedece a las actividades. En la propuesta se propcurara esta tencion y flujo complementando la oferta comercial propia del nuevo mercado, las cuales denominamos activiades ancla, deacuerdo con la visión y misón de proyecto estas seran de orientacion: Comercial, de Ocio y Cultura,

**Arquitectura Industrial:** se establece a partir de el carácter y naturaleza de la estructura metalica del mercado, el cual se considera uno de sus elementos mas emblematicos

## 4.4 PARTIDO

### 4.4.1 FODA

**FORTALEZAS**

- Ubicado en el Centro Historico, zona urbana consolidada con dotacion de servicios basicos y accesibilidad.
- El Mercado San Camilo se encuentra catalogado como monumento declarado lo cual lo convierte en un un inmueble de interes para proyectos de reactivación, rescate y repotenciación.
- El Mercado San Camilo ocupa la totalidad de una las manzanas del centro Histrico, por lo cual no posse restricciones de colindancia inmediata y le permite aprovechamiento total del terreno(asoleamiento, acceso, etc).
- Tanto el Mercado San Camilo como su radio de influencia cuenta con una imagen comercial consolidada.
- La zona de emplazamiento cuenta con la categoria de ZRE, Zona de Reglamentación especial por lo cual cuenta con tratamiento especial en cuanto a restricciones normativas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**OPORTUNIDADES**

- Al contar con la categoria de monumento declarado conviado con su condición de bien publico, puede facilitar el interes de organismo nacionales e internacionales para alianzas estrategicas en un proyecto de rescate y reactivación del inmueble
- La categoria de monumento convinado con el carácter comercial puede ser aprovechado como un fuerte atractivo para proyectos de inversión de empresas locales nacionales y extrangeras, los cuales pueden ser aprovechados para la inversión en su reactivación repotenciación y especialización comercial
- Exitencia de la ley de alianzas publico privadas para proyectos de inversión.
- El Mercado aun cuenta con un sentido de pertenencia para la población Arequipeña.
- El mercado San Camilo y su zona de influecia son consideradas proritarias para su tratamiento tanto en el PDM Arequipa y en el Plan Maestri del Centor Histórico
- La carga histórica del predio puede ser aprovechada como un elemento de interes cultural.
- Crecimiento sostenido con proyeccion al alza de un nuevio perfil de consumidor, el cual cuenta con mayor nivel de intrucción, mejor nivel socio economico y mayor poder adquisitivo, por tanto se vuelve en un consumidor mas informado, mas exigente y con mayor capacidad de gasto.
- El centro historico cuenta con altos niveles de especializacion en sus servicios comerciales y forma parte de un circuito turistico y comercial al que puede ser integrado.

**DEBILIDADES**

- El Mercado y su zona de influencia cuentan con altos grados de deterioro
- La infraestructura comercial resulta inadecuada e insuficiente para el volumen comercial y los proecedimientos y estandares del comercio actual.
- Altos grados de tugurización en el mercado y en su zona de influencia.
- Tanto el Mercado San Camilo como su zona de influencia cuenta con una imagen de lugares altamente inseguros para la población.
- La imagen comercial del Mercado y su zona de influencia resulta poco atractiva para las nuevas generaciones y el nuevo perfil de consumidor
- Tanto el mercado como su radio de influencia cuenta con una imagen comercial consolidada.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Gestión y administración del mercado desarticulada (municipalidad y 4 asociaciones de comerciantes) con carencias de profesionalización y vision estrategica, empresarial y comercial
- Flexibilidad horaria inexistente, al manejar el mismo horario de funcionamiento que los "horarios de oficina", no pueden beneficiarse de una gran parte del mercado de consumidores (de forma diaria) a diferencia de los formatos del sector retail.
- Deficiencia en el manejo de residuos solidos (basura).
- Bajos niveles de mantenimiento y renovación de la infraestructura comercial considerando la intensidad de uso que supone la actividad comercial.
- Deficiencias en el diseño que generan problemas a nivel ambiental (asoleamiento, precipitaciones pluviales, etc) y funcionales generando un desequilibrio con zonas desaprovechadas y poco visibles y zonas sobresaturadas.
- Presencia masiva del comercio ambulatorio informal tanto en la zona de emplazamiento la cual tambien invade recurrerentemente el interior del mercado.
- Espacio publico abierto (plazoleta) mal poco aprovechada, debido a su fraccionamiento y encerramiento(rejas) desus espacio verdes los cual impide su goze y disfrute por parte del usuario.
- Saturacion vehicular en el etorno inmediato del Mercado San Camilo
- Escaso nivel de especialización de la actividad comercial del Mercado San Camilo y de su zona de influencia
- Falta de un interes real para resolver los problemas del Mercado San camilo y zona de influencia, por parte de las autoridades competentes (municipalidad de Arequipa, Oficina del Centro Historico,INC).

**AMENAZAS**

- Presencia nuevos formatos comerciales del sector retail con presencia consolidada y gran cantidad de proyectos de este tipo a futuro, los cuales resultan mas atractivos para el nuevo perfil de consumidor
- Desaparicion sostenida del sentido de pertenencia y de interes hacia el Mercado San Camilo por parte de las nuevas generaciones.
- Intereses de privatización de un bien patrimonial, por resultar poco rentable de cara a las arcas publicas.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Ausencia de una cartera de proyecto integrales para resolver la complejidad del problemas del mercado San Camilo y su zona de infuencia pese a ser considerado como prioridad en el Plan Maestro del Centro histórico.
- Proyección de un crecimiento sostenido en el parque automotor de Arequipa
- Riesgo sismico, el cual ante una infraestructura longeva, con periodos de mantenimiento inadecuados, renovacion inexistentes y tugurizada puede resultar en diversos daños a la infraestructura y alto nivel de riesgo de la vida de los usuarios y comerciantes.

### 4.4.2 PREMISAS

**GENERALES**

- Generar una dialectica entre el pasado y el presente a traves de la integración de la nueva propuesta con los elementos preexistentes.
- Generar una propuesta que haga frente (a nivel de estructura gestiva yoferta comercial y espacial arquiteconica) a los nuevos y futuros formatos comerciales los cuales han venido ganado terreno por ser mucho mas atractivos para e publico.
- Generar una transición o continuidad entre la zona abierta (plazoleta) y la zona techada del conjunto
- Integrar la propuesta y oferta de servicios a la dinamica comercial global y contemporanea asi como a la dinamica comercial del Centro Histórico
- Consolidar el Mercado San Camilocomo un hito arquitectonico y comercial a nivel urbano
- Integrar actividades complementarias a la actividad comercial, que permitan la integración a la dinamica del general del Centro Histórico, que permitan asegurar el flujo continuo de publico asi como como la flexibilidad horaria de la cual carece
- Aprovechando los valores historicos del inmueble y la carga histórica de predio, para la consolidación del carácter cultural del inmueble (al ser un monumento declarado tanto nacional como internacionalmente)asi como su integración al circuito cultural del Centro Histórico de Arequipa
- Resolver las diversas falencias de cracter funcional y ambiental del inmueble
- Consolidar al Mercado San Camilo como un espacio público para el ocio, el esparcimiento y la cultura complementada y potenciada por la actvidad comercial.
- Evidenciar el valor material intrinseco de los elementos historicos preexistentes (estructura metalica y fachadas)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Generar un escenario adecuado para la realización de eventos complementarios de diferentes indole que permitan generar el interes de la población a nivel metropolitano.
- Aprovechar los avances tecnologicos (tecncas constructuvias y materiales) para generar una infraestructura sostenible, autosustentable, y segura en casos de desatres naturales y de apoyo post-desastres naturales.

**ARQUITECTONICAS**

- Integrar la estructura metalica como elemento funcional dentro de la propuesta generar una unidad de todo el conjunto.
- Generación de un nuevo espacio público abierto(plazoleta) 100% aprovechable y disfutable por el usuario, conciviendolo como un espacio continuo, tanto en su recorrido como a nivel visual.
- Generar un continuo espacial y visual desde cualquier parte del conjunto
- Generar un diseño altamente flexible de la zona comercial, que permita la adecuación y renovación continua en el tiempo, ajustandose a los patrones de compra actuales y futuros y que permita la coexistencia de una gran diversidad comercial.
- Asegurar la continuidad en el recorrido de las zonas comerciales.
- Aprovechar la topografia para generar diverses niveles que doten de una gran area (m2) para evitar la tugurización y que sean aprovechables para la riqueza espacial interna.
- Jerarquizar las zonas de acceso (pricipales, posteriores y laterales)tanto si estos fueran creados a través de nuev infraestructura o ligeras modificaciones en la fachada preexistente
- Dotar de espacios amplios y adecuados para la actividad logistica complemetaria a los comercios.(estacionamientos, zonas de carga descarga, depositos, etc)
- Dotar de espacios adecuados para la realización de una gestión integrada y profesionalizada de la nueva infraestructura.
- Uso de tecnicas constructivas y materiales que permitan plantear una “etapabilidad sostenible” al momento de la ejecución del proyecto, permitiendo la realización de trabajos paralelos (reduciendo tiempos de construcción) evitando la interrupción de las actividades comerciales por periodos prolongados( de ser posible evitarla por completo) y/o la dispersión de los comerciantes a diferentes zonas de la ciudad.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 4.4.3 PROGRAMACION ARQUITECTONICA

**CRITERIOS DE PROGRAMACION**

Los criterios de programación son un punto de partida a partir del que se podra comprender y transcribir las actividades demandadas los cuales se traduciran en espacios arquitectónicos, orientados a satisfacer las necesidades de una parte de la población y el desarrollo optimo de las actividades, segun los parámetros y normas establecidas, por lo que estos criterios determinan, condicionan e influencian directamente a la propuesta arquitectonica.

La programación surge como respuestas a las necesidades urbanas y de la población tomando como punto de partida el Plan Estrategico Urbano-Comercial, las actividades se agruparan por compatibilidad en unidades con roles especificos, algunas delas cuales serviran como actividades ancla para generar los flujos de publico.

**UNIDADES Y ACTIVIDADES**

**UNIDAD 1 - PLAZA DE ACCESO:** Destinada a las actividades de recreacion activa y pasiva al aire libre, y para el acceso y aproximacion pricipal al equipamiento

**Actividades:**

- Descanso (Bancas)
- Ludico ( Chorreras de agua)
- Transito

**UNIDAD 2 – EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVA:** Destinada a las actividades requeridas para la gestión, la organización, supervisión, control, planeamiento, e implementación de la infraestructura y de las actividades que en ella se desarrollan, asi como la diversificacion de las actividades abarcando al sector empresarial profesionalizado

**Actividades:**

- Administracion general
- Centro medico y guarderia
- Oficinas de Alquiler

**UNIDAD 3 – SOPORTE COMPLEMENTARIO:** Comprende las actividades de servicio y complementarios para el funcionamiento adecuado de las actividades dinamizadoras (comercio cultura etc), constituyendose en el soporte logistico de la infraestructura y las actividades que en ella se desarrollan.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Actividades:**

- Abastecimiento
- Estacionamientos
- Mantenimiento
- Generador energetico
- Manejo de residuos

**UNIDAD 4 – OCIO:** Comprende las actividades ludicas complementarias de carácter masivo, que se constituyan en un elemento de atraccion a nuevos tipo de publico

**Actividades:**

- Salas de cine
- Expendio de snacks

**UNIDAD 5 – CULTURAL FORMATIVO:** Comprende las actividades culturales de carácter masivo los cuales serviran para atraer un nuevo nicho de publico al ser un elemento o soporte complementario para las actividades formativas del centro histórico, al mismo tiempo servira para la formación y promocion empresarial de los comerciantes del Mercado San Camilo, asi como la consolidadción y reafirmación de la identidad del Mercado usando su carga historico patrimonial.

**Actividades:**

- Centro de interpretación
- Aulas Taller
- Salon de Usos multiples
- Culto

**UNIDAD 6 – COMERCIO :** Destinada a la actividad comercial siendo esta la principal actividad del Mercado, albergara los stands comerciales dedicado a bienes o servicios, se manejara orientada a la flexibilidad y adaptabilidad debido a la diversidad de requerimientos derivados de la diversidad de actividades.

**Actividades:**

- Plataformas comerciales (comercio en general)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**ANCLAS:** Tal como se explico en los diversos capitulos del documento, el fujo comercial se rige por medio de elementos atractores, los cuales son llamados anclas, estos elementos generan una atractivo en el usuario ya sea por su oferta (actividades diversidad y tipo de actividades ) o por necesidad ( Elementos puntuales con funciones unicas y especificos ej. Ascensores etc, y/o actividades administrativas).

Es por esto que si bien las actividades han sido agrupadas en unidades para generar elemtos atractores, se ha definido algunas activdades y elemetos especificos como las principales anclas a usar en la propuesta

**Actividades:**

- Administración
- Oficinas
- Salas de Cine
- Centro de interpretación
- Estacionamientos

**Elementos:**

- Elevador panoramico
- Agora central



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# PROGRAMACION CUALITATIVA – CUANTITATIVA

*TABLA N° 29 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 1*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 1 - PLAZA DE AACESO | PLAZA SAN CAMILO | Nartex o Galería de aproximación | Transición en la aproximación e ingreso de la plaza de acceso principal al interior del equipamiento | Publico | ESTIMADO | - | 1 | - | VARIABLE | - | - |
| | | Zona de fuentes de agua (chorreras) | Refrescar el ambiente y servir de espacio ludico (esporadico) de recreación activo- pasiva en la plaza | Publico | ESTIMADO | - | 1 | - | VARIABLE | - | - |
| | | zona de bancas | Descanso y recreación pasiva de los usuarios | Publico | ESTIMADO | - | VARIABLE | - | VARIABLE | - | - |
| | | Zona de circulación | circulación del usuario | Publico | ESTIMADO | - | VARIABLE | - | VARIABLE | - | - |
| | | Zona arbórea (Palmeras) | Dotación de sombra , refrescamiento del ambiente y contención espacial de la plaza | Publico | ESTIMADO | - | VARIABLE | - | VARIABLE | - | - |
| | SUB-TOTAL PLAZA SAN CAMILO | | | | | | | | | | 2000.00 m2 |
| | SUB-TOTAL UNIDAD 1 | | | | | | | | | | 2000.00 m2 |
| | 30% Muros y circulaciones | | | | | | | | | | |
| | TOTAL UNIDAD 1 | | | | | | | | | | 2000.00 m2 |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

*TABLA N° 30 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 2*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 2 - EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVO | ADMINISTRACION | ***Acceso*** | | | | | | | | | |
| | | Hall de ingreso | Ingreso y recepción para trabajadores y publico en gral. | Publico | 2 | 15 | 1 | 30.00 m2 | - | 30.00 m2 | - |
| | | Recepción | Ingreso y recepción para trabajadores y publico en gral. | Publico | | | 1 | | - | | - |
| | | ***Oficinas*** | | | | | | | | | |
| | | Gerencia | Direccion general | Privado | 2.23 | 4 | 1 | 8.90 m2 | - | 8.90 m2 | - |
| | | Sala de Juntas | Reuniones de trabajo | Privado | 2.75 | 12 | 1 | 33.00 m2 | - | 33.00 m2 | - |
| | | Despachos privados | Procedimientos documentarios y administrativos | Semi privado | 4 | 5 | 6 | 20.00 m2 | - | 120.00 m2 | - |
| | | Hall de espera | Espera y orientacion al publico | Semi privado | 2 | 15 | 1 | 30.00 m2 | - | 30.00 m2 | - |
| | | SSHH. Varones | Necesidades Fisiologicas | Publico | 2.14 | 7 | 1 | 15.00 m2 | - | 15.00 m2 | - |
| | | SSHH. Damas | Necesidades Fisiologicas | Publico | 2.29 | 7 | 1 | 16.00 m2 | - | 16.00 m3 | - |
| | | SSHH. gerencia | Necesidades Fisiologicas | Privado | 2.7 | 1 | 1 | 2.70 m2 | - | 2.70 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL ADMINISTRACION** | | | | | | | | | **255.60 m2** | |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

*TABLA N° 31 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 2*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 2 - EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVO | CETRO MEDICO Y GUARDERIA | ***Acceso*** | | | | | | | | | |
| | | Hall de ingreso | Ingreso y recepción para trabajadores y publico en gral. | Publico | 2 | 10 | 1 | 20.00 m2 | - | 20.00 m2 | - |
| | | Recepción | Ingreso y recepción para trabajadores y publico en gral. | Publico | | | 1 | | - | | - |
| | | ***Centro medico*** | | | | | | | | | |
| | | Zona de cubiculos | Procedimientos documentarios y administrativos | Semi privado | 4 | 15 | 1 | 60.00 m2 | - | 60.00 m2 | - |
| | | Sala de juntas | Reuniones de trabajo | Privado | 2.5 | 12 | 1 | 30.00 m2 | - | 30.00 m2 | - |
| | | Dirección | Direccion general | Privado | 2.5 | 4 | 1 | 10.00 m2 | - | 10.00 m2 | - |
| | | Farmacia | Venta y expedicion de farmacos | Semi publico | ESTIMADO | - | 1 | 29.50 m2 | - | 29.50 m2 | - |
| | | Consultorios | Atencion medica | Publico | 3.4 | 5 | 8 | 17.00 m2 | - | 136.00 m2 | - |
| | | SSHH. Varones | Necesidades Fisiologicas | Publico | 2.14 | 7 | 1 | 15.00 m2 | - | 15.00 m2 | - |
| | | SSHH. Damas | Necesidades Fisiologicas | Publico | 2.29 | 7 | 1 | 16.00 m2 | - | 16.00 m2 | - |
| | | ***Guarderia*** | | | | | | | | | |
| | | Topico | Asistencia medica , primeros auxilios | Semi publico | 4 | 4 | 1 | 16.00 m2 | - | 16.00 m2 | - |
| | | Cocina | Preparacion de alimento | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 23.00 m2 | - | 23.00 m2 | - |
| | | Oficina | Procedimientos documentarios y administrativos | Privado | 2.68 | 4 | 1 | 10.70 m2 | - | 10.70 m2 | - |
| | | Cuna | Descanso de infantes | Semi publico | 2.88 | 20 | 1 | 57.68 m2 | - | 57.68 m2 | - |
| | | Salon de juegos | Juegos de infantes | Semi publico | 3.51 | 15 | 1 | 52.70 m2 | - | 52.70 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL CENTRO MEDICO Y GUARDERIA** | | | | | | | | | **476.58 m2** | |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 32 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 2*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 2 - EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVO | OFICINAS | ***Oficina Large*** | | | | | | | | | |
| | | Explanada | Espacio flexible para distribución según necesidad | Semi publico | ESTIMADO | - | 1 | 90.40 m2 | - | 90.40 m2 | - |
| | | Kitchenette | Preparación y servido de alimentos | Privado | ESTIMADO | - | 1 | 9.00 m2 | - | 9.00 m2 | - |
| | | Baño Varones | Necesidades Fisiologicas | Semi Privado | 2.4 | 1 | 1 | 2.40 m2 | - | 2.40 m2 | - |
| | | Baño Damas | Necesidades Fisiologicas | Semi Privado | 2.8 | 1 | 1 | 2.80 m2 | - | 2.80 m2 | - |
| | | ***Sub-total Oficina Large*** | | | | | ***3*** | ***104.20 m2*** | - | ***312.60 m2*** | - |
| | | ***Oficina Medium*** | | | | | | | | | |
| | | Explanada | Espacio flexible para distribución según necesidad | Semi publico | ESTIMADO | - | 1 | 56.00 m2 | - | 56.00 m2 | - |
| | | Kitchenette | Preparación y servido de alimentos | Privado | ESTIMADO | - | 1 | 4.00 m2 | - | 4.00 m2 | - |
| | | Baño Varones | Necesidades Fisiologicas | Semi Privado | 2 | 1 | 1 | 2.00 m2 | - | 2.00 m2 | - |
| | | Baño Damas | Necesidades Fisiologicas | Semi Privado | 3.38 | 1 | 1 | 3.38 m2 | - | 3.38 m2 | - |
| | | ***Sub-total Oficina Medium*** | | | | | ***3*** | ***65.38 m2*** | - | ***196.14 m2*** | - |
| | **SUB-TOTAL OFICINAS** | | | | | | | | | **508.74 m2** | - |
| | **SUB-TOTAL UNIDAD 2** | | | | | | | | | **1240.92 m2** | - |
| | **30% Muros y circulaciones** | | | | | | | | | **372.28 m2** | - |
| | **TOTAL UNIDAD 2** | | | | | | | | | **1613.20 m2** | |



REPOSITORIO DE TESIS UCSM

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

*TABLA N° 33 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 3*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 3 - SOPORTE COMPLEMENTARIO | ABASTECIMIENTO Y LOGISTICA | Estacionamiento camiones | Aparcamiento temporal de servicio, para carga y descarga de productos de los comercios (Vehiculos pesados) | Privado | 55 | 1 | 8 | 55.00 m2 | - | 440.00 m2 | - |
| | | Estacionamiento mini camiones | Aparcamiento temporal de servicio, para carga y descarga de productos de los comercios (Vehiculos medianos) | Privado | 28 | 1 | 3 | 28.00 m2 | - | 84.00 m2 | - |
| | | Monta cargas | Carga y distibución de productos de los diversos comercios | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 2 | 5.25 m2 | - | 10.50 m2 | - |
| | | Almacenes | Almacenamiento de productos y/o articulos de los comercios | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 89 | 20.00 m2 | - | 1780.00 m2 | - |
| | | Camaras frigorificas | Almacenamiento de carne y productos de los comercios a temperatura controlada | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 6 | 75.00 m2 | - | 450.00 m2 | - |
| | | Vestuario hombres | Aseo y cambio de uniforme personal masculino de zona de almacenamiento | Privado | 2.27 | 11 | 1 | 25.00 m2 | - | 25.00 m2 | - |
| | | Vestuario mujeres | Aseo y cambio de uniforme personal femeninode zona de almacenamiento | Privado | 2.11 | 9 | 1 | 19.00 m2 | - | 19.00 m2 | - |
| | | Deposito logistica | Almacenamiento de articulos para carga y descarga de productos y mantenimiento de maquinas | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 14.00 m2 | - | 14.00 m2 | - |
| | | Canton limpieza contenedores | Limpieza para contenedores de basura | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 14.00 m2 | - | 14.00 m2 | - |

***Continua en pagina siguiente***



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

*TABLA N° 34 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 3*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 3 - SOPORTE COMPLEMENTARIO | ABASTECIMIENTO Y LOGISTICA | Cisterna | Almacenamiento del suministro de agua en caso de emergenia para todo el equipamento | Privado | - | - | 3 | 145.00 m3 | - | - | - |
| | | Cuarto de bombas | Distribuacion y circulacion del suministro de agua en caso de emergenia para todo el equipamento | Privado | - | - | 1 | 40.00 m2 | - | 40.00 m2 | - |
| | | ***Central Fotovoltaica*** | | | | | | | | | |
| | | Sala control de corriente alterna | Almacenamiento, generación y distribucion de energia electrica de origen fotovoltaico para todo el equipamiento | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 90.00 m2 | - | 90.00 m2 | - |
| | | Sala de control y monitorización | | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 40.00 m2 | - | 40.00 m2 | - |
| | | Sub estación | | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 60.00 m2 | - | 60.00 m2 | - |
| | | Cuarto de tableros | | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 45.00 m2 | - | 45.00 m2 | - |
| | | Cuarto de generador voltaico | | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 130.00 m2 | - | 130.00 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL ABASTECIMIENTO Y LOGISTICA** | | | | | | | | | **3241.50 m2** | - |
| | ESTACIONAMIENTOS | Estacionamientos automoviles | Aparacamiento de visitantes (vehiculos livianos y medianos) | Semi publico | 15 | 1 | 367 | 15.00 m2 | - | 5505.00 m2 | - |
| | | Estacionamientos motocicletas | Aparacamiento de visitantes (vehiculos livianos y medianos) | Semi publico | 3.5 | 1 | 50 | 3.50 m2 | - | 175.00 m2 | - |
| | | Cuarto de extraccion de monoxidos | Alberga maquina extractora para purificación del aire | Semi publico | ESTIMADO | ESTIMADO | 2 | 22.00 m2 | - | 44.00 m2 | - |
| | | SSHH. Varones | Necesidades Fisiologicas | Semi publico | 4.1 | 1 | 7 | 4.10 m2 | - | 28.70 m2 | - |
| | | SSHH. Damas | Necesidades Fisiologicas | Semi publico | 3.38 | 1 | 7 | 3.38 m2 | - | 23.66 m2 | - |
| | | Depositos | Almacenaje adicional para oficinas | Semi publico | ESTIMADO | ESTIMADO | 7 | 20.00 m2 | - | 140 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL ESTACIONAMIENTOS** | | | | | | | | | **5916.36 m2** | - |
| | **SUB-TOTAL UNIDAD 3** | | | | | | | | | **9157.86 m2** | - |
| | **30% Muros y circulaciones** | | | | | | | | | **2747.36 m2** | - |
| | **TOTAL UNIDAD 3** | | | | | | | | | **11905.22 m2** | |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

*TABLA N° 35 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 4*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 4 - OCIO | SERVICIOS GENERALES | Hall de acceso | Ingreso y recepción para publico en gral. | Publico | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 46.00 m2 | - | 46.00 m2 | - |
| | | Boleteria | Atencion al publico | Semi publico | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 23.20 m2 | - | 23.20 m3 | - |
| | | Oficina de taquilla | Procedimientos documentarios y administrativos | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 13.60 m2 | - | 13.60 m2 | - |
| | | Cocina y barra de snacks | Preparación y expendio de comias y bebidas | Semi publico | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 29.60 m2 | - | 29.60 m2 | - |
| | | SSHH. Varones | Necesidades Fisiologicas | Publico | 2.59 | 17 | 1 | 44.00 m2 | - | 44.00 m2 | - |
| | | SSHH. Damas | Necesidades Fisiologicas | Publico | 2.66 | 10 | 1 | 26.60 m2 | - | 26.60 m2 | - |
| | | SSHH. Discapacitados | Necesidades Fisiologicas | Publico | 4 | 1 | 1 | 4.00 m2 | - | 4.00 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL SERVICIOS GENERALES** | | | | | | | | | **187.00 m2** | |
| | SALAS DE CINE | Sala de proyector | Proyeccion de peliculas y control de la sala de espectadores | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 4 | 35 m2 | - | 140.00 m2 | - |
| | | Sala de expectadores | Visualizacion de peliculas (publico) | Publico | 1.82 | 165 | 4 | 300 m2 | - | 1200.00 m2 | - |
| | | Deposito | Almacenamiento de articulos de mantenimiento de proyectores | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 2 | 13.8 m2 | - | 27.60 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL SALAS DE CINE** | | | | | | | | | **1367.60 m2** | - |
| | **SUB-TOTAL UNIDAD 4** | | | | | | | | | **1554.60 m2** | - |
| | **30% Muros y circulaciones** | | | | | | | | | **466.38 m2** | - |
| | **TOTAL UNIDAD 4** | | | | | | | | | **2020.98 m2** | |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 36 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 5*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 5 - CULTURAL FORMATIVO | CENTRO CULTURAL | Hall de acceso | Ingreso y recepción para publico en gral. | Publco | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 46.00 m2 | - | 46.00 m2 | - |
| | | Tienda de souvenirs | Atencion al publico | Publco | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 23.20 m2 | - | 23.20 m2 | - |
| | | Recepción y boleteria | Atencion al publico | Publco | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 12.00 m2 | - | 12.00 m2 | - |
| | | Contabilidad de taquilla | Procedimientos documentarios y administrativos | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 13.60 m2 | - | 13.60 m2 | - |
| | | SSHH. Varones | Necesidades Fisiologicas | Publco | 2.59 | 17 | 1 | 44.00 m2 | - | 44.00 m2 | - |
| | | SSHH. Damas | Necesidades Fisiologicas | Publco | 2.73 | 13 | 1 | 35.50 m2 | - | 35.50 m2 | - |
| | | SSHH. Discapacitados | Necesidades Fisiologicas | Publico | 4 | 1 | 1 | 4.00 m2 | - | 4.00 m2 | - |
| | | Aulas taller | Formacion y capacitacion | Publco | 2.29 | 35 | 4 | 80.00 m2 | - | 320.00 m2 | - |
| | | Sala de exposiciones | Exposiciones y muestras artistica, pictograficas, tematicas etc, muestra permanente museo de sitio San Camilo | Publco | 4.1 | 200 | 1 | 820.00 m2 | - | 820.00 m2 | - |
| | | Salon de planificacion de montajes | Procedimientos documentarios, administrativos y planeamiento de muestras durante el año | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 95.00 m2 | - | 95.00 m2 | - |
| | | Deposito de montajes | Almacenamiento de materiales para exposición | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 50.00 m2 | - | 50.00 m2 | - |
| | | Taller de restauración | Reparación de piezas de exposición | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 160.00 m2 | - | 160.00 m2 | - |
| | | Deposito de restauración | Deposito de insumos y elemento que presicen reparación para su exposición | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 1 | 95.00 m2 | - | 95.00 m2 | - |

***Continua en pagina siguiente***



REPOSITORIO DE TESIS UCSM

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

*TABLA N° 37 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 5*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 5 - CULTURAL FORMATIVO | CENTRO CULTURAL | Vestuarios hombres | Aseo y cambio de uniforme personal masculino de la unidad cultural | Privado | 2.27 | 11 | 1 | 25.00 m2 | - | 25.00 m2 | - |
| | | Vestuarios mujeres | Aseo y cambio de uniforme personal femenino de la unidad cultural | Privado | 2.11 | 9 | 1 | 19.00 m2 | - | 19.00 m2 | - |
| | | Depositos generales | Almacenamiento de insumos , equiapamiento y demas material de la unidad cultural | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 4 | 10.00 M2 | - | 40.00 M2 | - |
| | | ***SUM*** | | | | | | | | | |
| | | Foyer | Recepción de publico | Semi publico | 1 | 90 | 1 | 90.00 m2 | - | 90.00 m2 | - |
| | | Sala de espectacion (auditorio) | Eventos (conferencias, seminarios, etc) para los comerciantes y alquilar para eventos de carácter privado | Semi Publico | 1.17 | 215 | 1 | 252.10 m2 | - | 252.10 m2 | - |
| | | Depositos | Almacenamiento | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 2 | 6.00 m2 | - | 6.00 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL CENTRO CULTURAL** | | | | | | | | | **2150.40 m2** | - |
| | CULTO | Salon usos multiples (misas, cofradias etc) | Actividades de carácter religioso(Celebración de misas , reunion de la diversas cofradias praparación de imágenes para procesiones etc) | Semi Publico | 1.75 | 200 | 1 | 350.00 m2 | - | 350.00 m2 | - |
| | | Depositos | Almacenamiento de inagenes e insumos necesarios para las diversas actividades religiosas | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 3 | 15.00 m2 | - | 45.00 m2 | - |
| | **SUB-TOTAL CULTO** | | | | | | | | | **395.00 m2** | - |
| | **SUB-TOTAL UNIDAD 5** | | | | | | | | | **2545.40 m2** | - |
| | **30% Muros y circulaciones** | | | | | | | | | **763.62 m2** | - |
| | **TOTAL UNIDAD 5** | | | | | | | | | | **3309.02 m2** |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

*TABLA N° 38 Programación Cualitativa-Cuantitativa Unidad 6 - valores totales*

| PROGRAMACION CUALITATIVA | | | | | PROGRAMACION CUANTITATIVA | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| UND | USO | REQUERIMIENTO ESPACIAL | FUNCIONES (necesidades) | DOMINIO | INDICE DE USO | CAPACIDAD | AMBIENTES | AREA TECHADA PARCIAL (m2) | AREA LIBRE PARCIAL (m2) | AREA TECHADA TOTAL | AREA LIBRE TOTAL |
| UNIDAD 6 - COMERCIO | COMERCIAL | SSHH. Varones (Nucleo) | Necesidades Fisiologicas | Publco | 2.1 | 17 | 6 | 35.40 m2 | - | 212.40 m2 | - |
| | | SSHH. Damas (Nucleo) | Necesidades Fisiologicas | Publco | 2.15 | 14 | 6 | 30.10 m2 | - | 180.60 m2 | - |
| | | SSHH. Discapacitados | Necesidades Fisiologicas | Publco | 4 | 1 | 14 | 4.00 m2 | - | 56.00 m2 | - |
| | | Montacargas | Carga y distibución de productos de los diversos comercios | Privado | ESTIMADO | ESTIMADO | 2 | 5.25 m2 | - | - | - |
| | | Area vendible | Area para el desarrollo de los comercios | Semi Publico | ESTIMADO | ESTIMADO | - | 14817.60 m2 | - | 14817.60 m2 | - |
| | **SUB TOTAL USO COMERCIAL** | | | | | | | | | **15266.60 m2** | - |
| | **SUB-TOTAL UNIDAD 6** | | | | | | | | | **15266.60 m2** | - |
| | **30% Muros y circulaciones** | | | | | | | | | **4579.98 m2** | - |
| | **TOTAL UNIDAD 6** | | | | | | | | | | **19846.58 m2** |
| | **TOTAL AREA LIBRE** | | | | | | | | | **-** | **2000.00 m2** |
| | **TOTAL AREA TECHADA** | | | | | | | | | **38695.00 m2** | **-** |
| | **TOTAL AREA CONSTRUIDA** | | | | | | | | | | **40695.00 m2** |



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

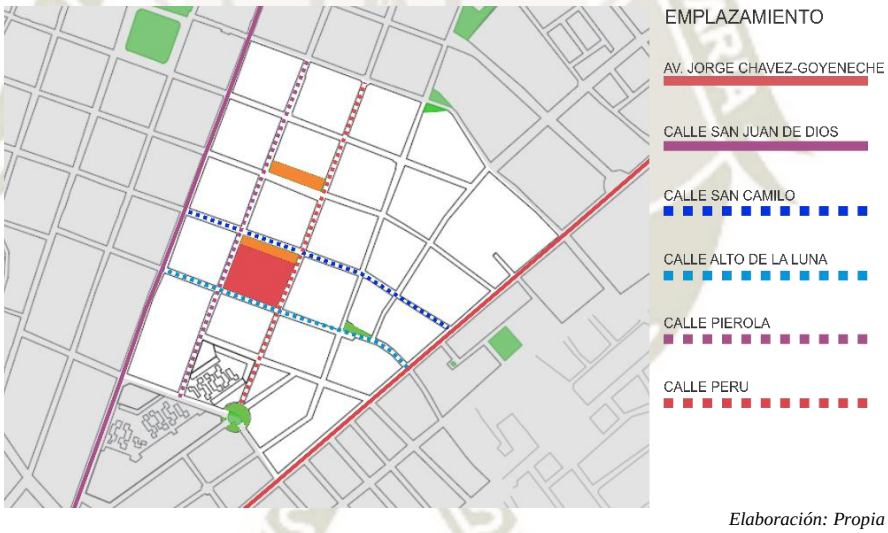
### 4.4.4 VALORACION UTILITARIA DEL PREDIO

**EMPLAZAMIENTO**

La ubicación del objeto (y su predio) resulta estratégica e idónea al tratarse una zona urbana consolidada (Centro Histórico), siendo esta la zona sur oeste del Centro Histórico de Arequipa, cercano a una vía colectora y una vía preferencial local, las cuales albergan transporte público y privado, siendo estas vías la Av. Jorge Chávez-Goyeneche y la Calle San Juan de Dios respectivamente, las cuales se ubican de manera paralela siendo conectadas por vías locales de las cuales 2 sirven de line al predio siendo estas las calles San Camilo y Alto de la Luna.

Están características facilitaran el acceso a la propuesta tanto de publico como de abastecimiento, brindando las primeras ideas para la organización y flujos de actividades de la propuesta.

*Gráfico 569 Emplazamiento de la propuesta*




*Elaboración: Propia*

En cuanto a las realaciones con su entorno inmediato se observa que tal como se produce actualmente la calle San Camilo es la mas idonea para a generación del acceso principal a la propuesta, siendoideal para el uso peatonal de movilidad ligera (bicileta), de igual forma la calle Alto de luna podria ser considerada para la ejecución del acceso a los estacionamientos al ser la otra via que conecta las principales vias de flujo vehicular (av. Jorge Chavez Goyeneche y Calle San Juan de Dios).

Cabe reslatar que el perfil urbano en cuanto a alturas es irregular en todo el contorno, teniendo las presencias de mayo altura en las calles alto de luna y en la calle Pierola llegando en algunos casos a los 5 niveles de altura, lo cual nivel formal de la propuesta permite pensar



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

en la posibilidad de generar nuevas niveles en altura con el fin de aumentar la capacidad en m2 del area comercial (evitando el asinamiento) y de dotar a la propuesta de la altura necesaria dado su carácter de hito urbano.

**MORFOLOGIA**

El predio ocupa la totalidad de la manzana teniendo una dimensión de 116 m de norte a sur y 114m de este a oeste, su perímetro es definido por las calles San Camilo, Piérola, Alto de la Luna y Perú, siendo de forma regular, siguiendo el patrón general de las manzanas que conforman la Zona Monumental de Centro Histórico de Arequipa cuenta con una doble pendiente suave siendo el sentido ascendente de sur a norte y de oeste a este, la diferencia de nivel entre los puntos que conforma su perímetro es la siguiente:

Esquina calles San Camilo - Perú a esquina calles San Camilo - Piérola: 2.275 m. pendiente de 2% en sentido descendente

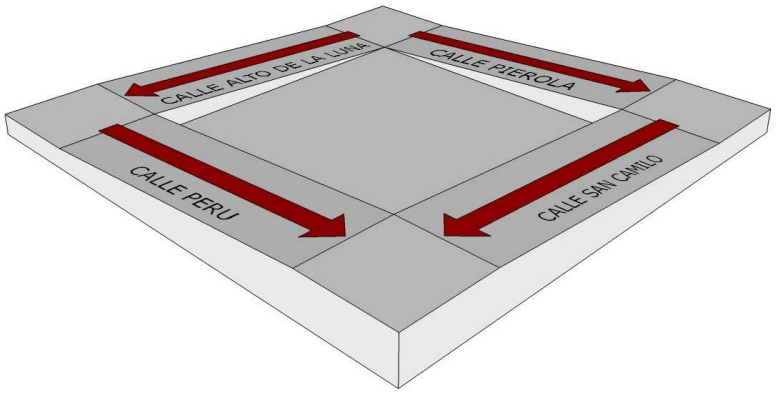
Esquina calles San Camilo - Piérola a esquina calles Piérola - Alto de la Luna: 4.40 m. pendiente de 3.79% en sentido descendente

Esquina calles Piérola - Alto de la Luna a esquina calles Alto de la Luna – Perú: 2.18 m. pendiente de 1.91% en sentido ascendente.

Esquina calles Alto de la Luna – Perú a esquina calles Perú - San Camilo: 4.26 m. pendiente de 3.67% en sentido ascendente

Si bien se tratan de pendientes de porcentaje que van del 2% al 4% la diferencia de nivel en metros en hace posible pensar en su aprovechamiento para la generación de accesos a nivel y/o de diferentes niveles de plataformas comerciales.

*Gráfico 570 Pendientes del terreno*




*Elaboración: Propia*
**Se exageraron las proporciones con objetivo de una mejor comprensión gráfica*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## ACONDICIONAMIENTO AMBIENTAL

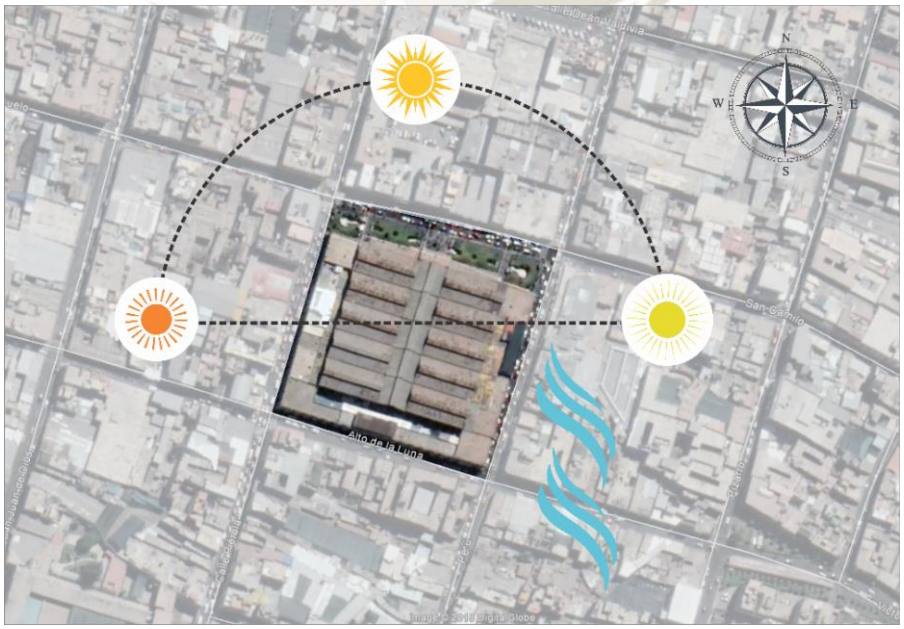
El terreno cuenta con un grado de asoleamiento optimo al ocupar la totalidad de la manzana, careciendo de edificios que le generen sombra y pudiendo recibir luz solar durante todo el día por cualquiera de sus fachadas.

De igual manera el alto grado de radiacón solar que recibe el predio debido a su ubicación y la ausencin de eificios colindate que le propecinen sombra, sumado a sus dimensiones hacen posbile pensar en el uso de sistemas que aprovechen dichas condiciones para la generación de energiafotovoltaica, de igual manera estas pueden servir para regular el grado de radicón al interior delequipamiento sirviendo de filtros.

La presencia viento se da en sentido Nor-Este en horas de la noche y primeras horas del día, en el transcurso del día predominan las brisas de valle con una dirección Sur-Oeste, con una velocidad fluctuante entre 1,5 m/s y 2,5 m/s, indicando la orientación de aberturas para la ventilación o refresco del interior de la propuesta en sentido Sur-Oeste.

Por último, en cuanto a grado de humedad del terreno este posee una media de 27% lo cual hace necesaria la presencia arbórea para contrarrestar la sequedad del ambiente en el rediseño de la plaza de acceso, las mismas que también debe servir para proporcionar sombra a fin de optimizar el confort ambiental en la misma, de igual forma se podría considerar la presencia de elemento acuáticos a fin de poder complementar la presencia arbórea.

*Gráfico 571 Condiciones ambientales del predio*




*Elaboración: Propia*
**Se exageraron las proporciones con objetivo de una mejor comprensión gráfica*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

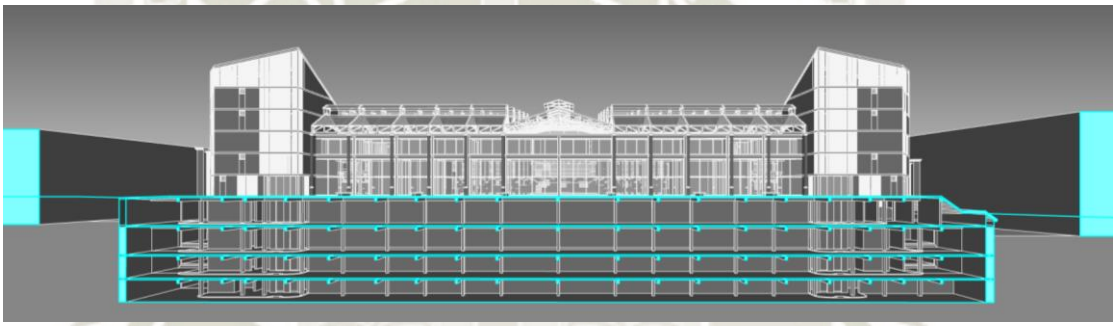
## 4.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

### 4.5.1 ESTRATEGIAS DE DISEÑO

**1.- Enterrar los estacionamientos, las zonas de logistica y semienterrar los niveles bajos del area comecial**

- Se generaran 4 niveles de sotanos destinando estos para estacionamientos, logistica, equipamientos, y plataformas comerciales.
- Aprovechando la pendiente natural se buscara genera plataformas comerciales las cuales posean accesos a nivel, en todas o en la mayoria de sus accesos.

*Gráfico 572 Esquema sótanos*



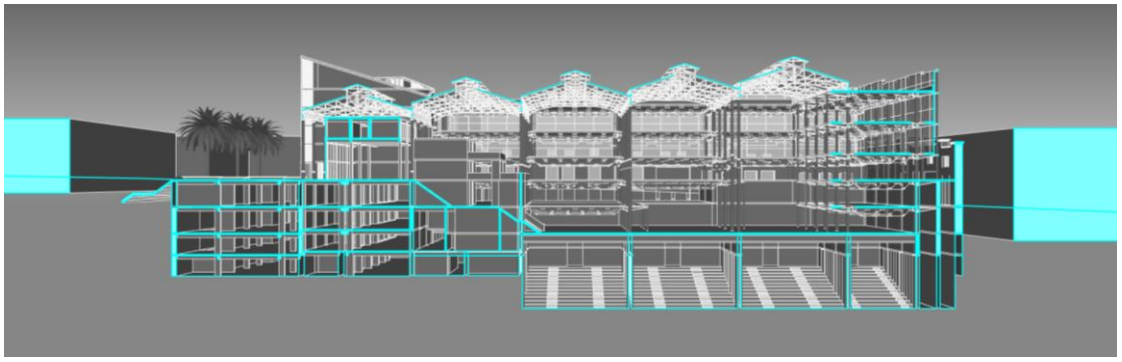
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 573 Esquema sótanos*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 574 Esquema sótanos*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**2.- "Devolver la plaza" a San Camilo**

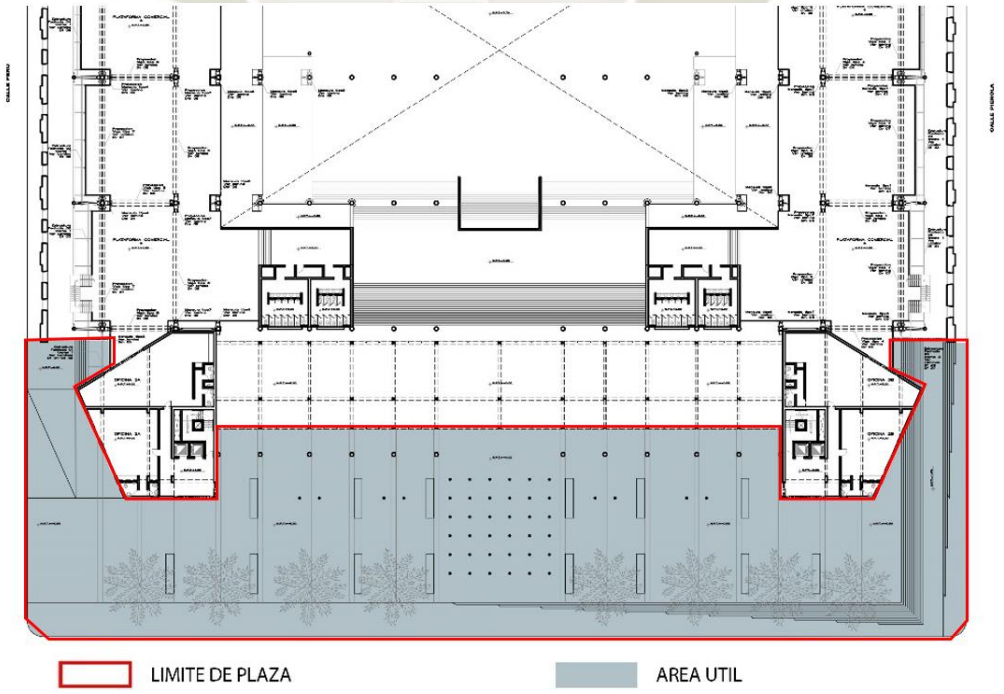
- Se buscara ampliar o mas posibe las dimesiones de la plaza de acceso, retrocediendo el edificio permitiendo asi el incremento de area mencionado.

*Gráfico 575 Plazoleta actual*




*Fuente: Municipalidad provincial de Arequipa*
*Adaptación: Propia*

*Gráfico 576 Plaza propuesta*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Se retomara el concepto inical de la plazoleta san camilo como un espacio continuo, para dotar de una mayor area util para el usuario, y al mismo tiempo lograr una mejor integracion con su entorno y que sirva a manera de atrio o antesala a la nueva propuesta del edificio.
- Se hara uso de vegetacion para asegurar la sombra y delimitar el limites de niveles del terreno, sin que esta obstuya la vision hacia la fachada del edificio, marcando dos zonas de la cula la primera conserva el nivel del terreno e integra la calle al area del terreno.

*Gráfico 577 Plazoleta original*



*Fuente: Archivo Sr. Octavio llerena*

*Gráfico 578 Plazoleta actual*



*Fuente: Diario el Pueblo*

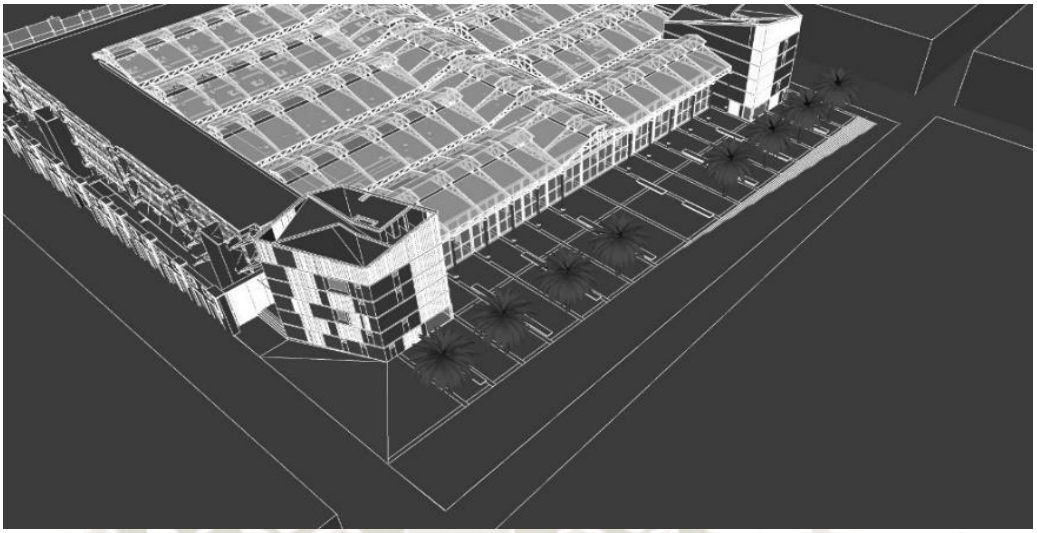


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 579 Plazoleta propuesta*



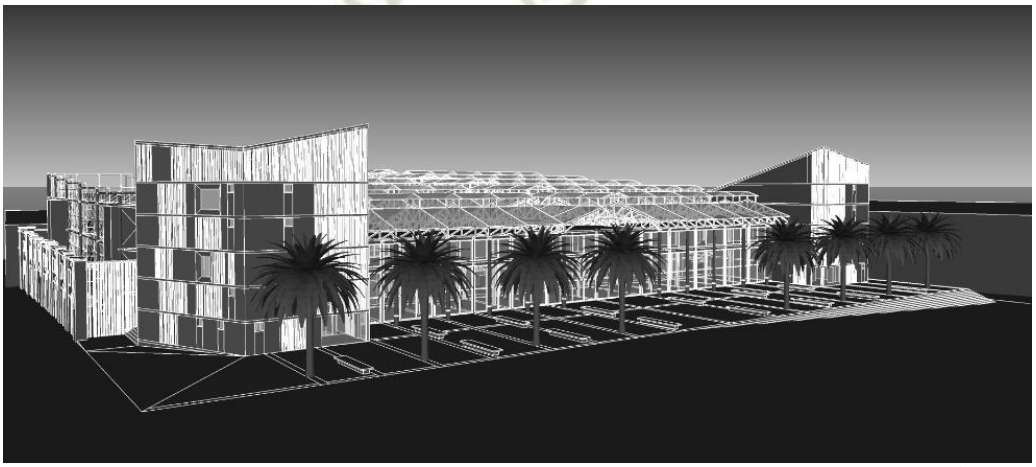
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 580 Plazoleta propuesta*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 581 Plazoleta propuesta*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

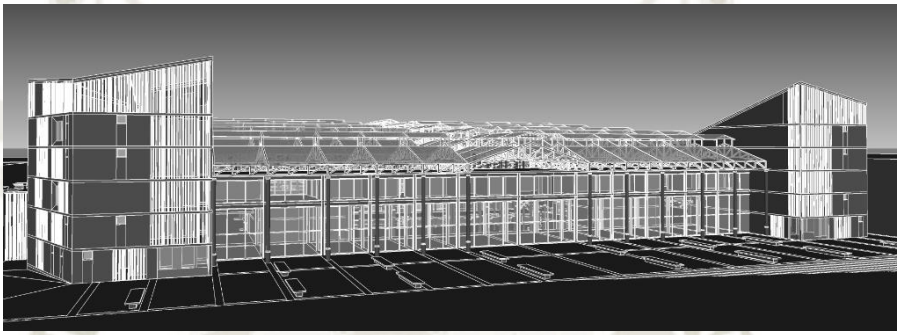
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

**3.- Estructura metalica = Corazón del edificio**

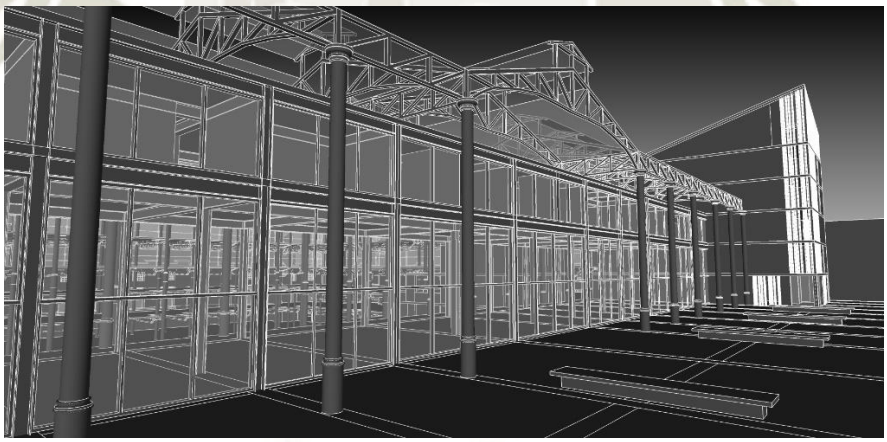
- La estructura metalica preexistente se convertira en el objeto protagonico de la nueva propuesta tanto al interior del edificio como hacia el exterior, para que se mantendra la posición y altura de la estructura solo se variara la gradiente de la cobertura para solucionar los problemas de asoleamiento actuales.
- Se expondra la estructura metalica hacia la plaza de acceso integrandolo como elento de la fachada principal, de ser necesario se restituiran o completaran piezas.

*Gráfico 582 Estructura metálica en fachada*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 583 Estructura metálica en fachada*



*Elaboración: Propia*

- De igual forma se usara el estructura preexiste como columna vertebral del nuevo edificio y se integrara como elemento funcional a los nuevos elementos que constituiran la propuesta los cuales conservaran el mismo carácter y naturaleza de la estructura preexistente generando asi una unidad entre ambas.
- Se generan plataformas comerciales aprovechando el desnivel natural de terreno y con nuevos niveles en vertical, ampliando los m2 utiles del edificio, evitando el asinamiento de los comercios, estos manejaran el concepto de flexibilidad. serviran de marco a la estructura metalica.

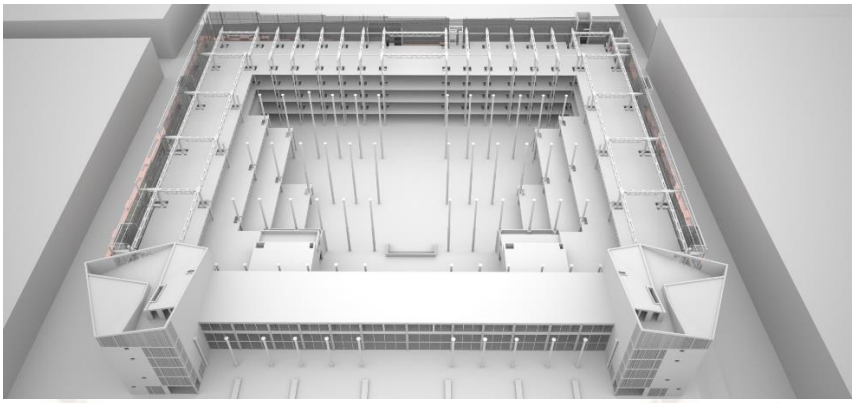


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

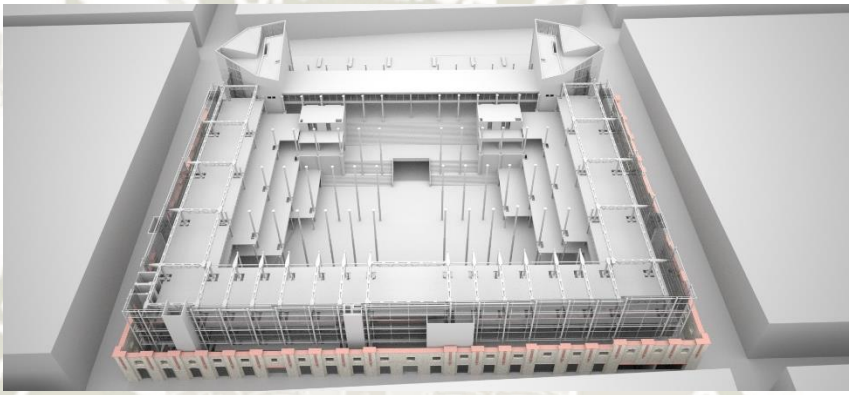
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 584 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 585 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta*



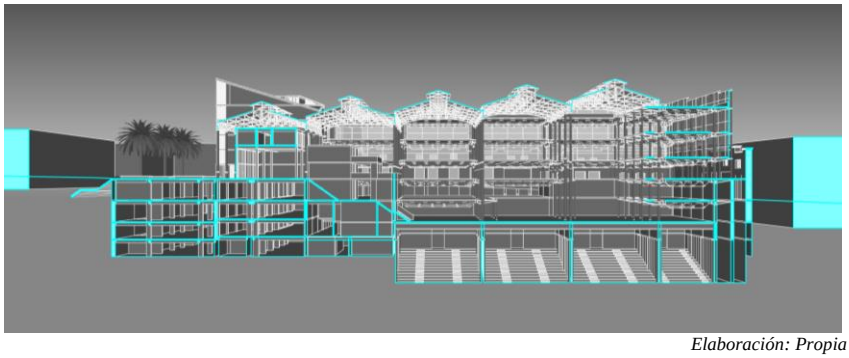
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 586 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 587 Estructura metálica preexistente integrada en propuesta*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

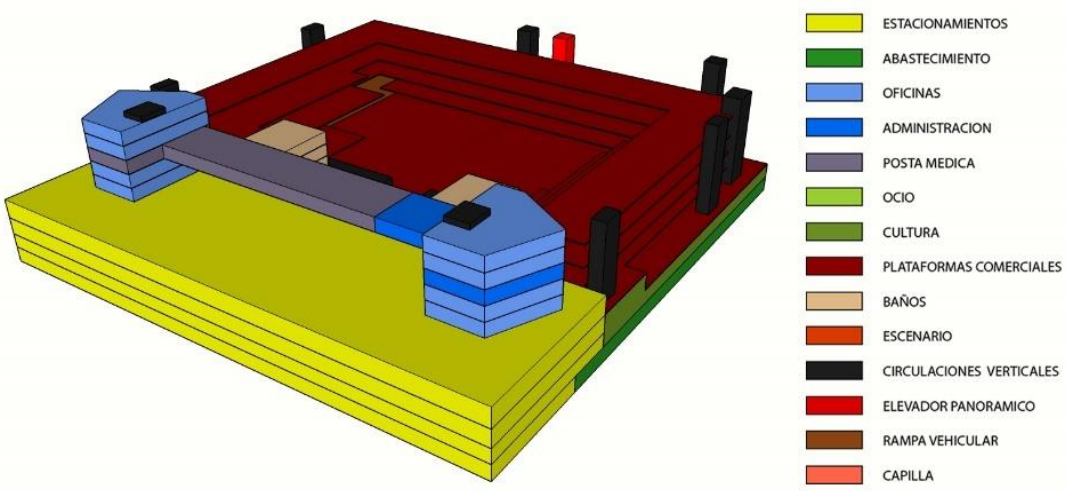
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**4.- Anclas dentro del edificio**

Se localizaran actividades que sirva como ancla para dinamizar el equipamiento asegurando asi el flujo de publico y se usaran elementos atractores para complementar dicho objetivo.

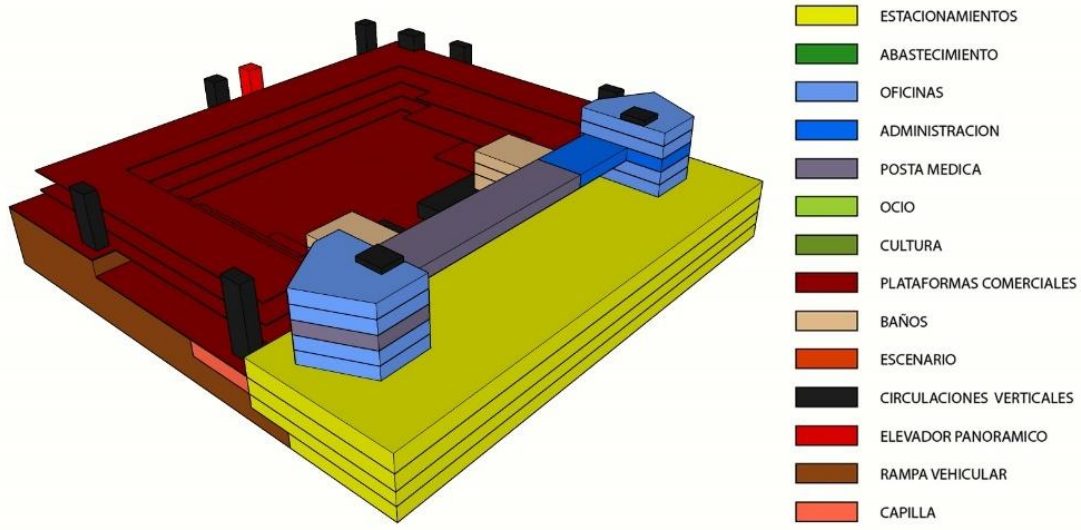
- Se ubicaran oficinas de alquiler y las oficinas administrativas en el la zona de acceso principal al edificio estas se conectaran dierectamente con la zona de estacionamientos.
- En la zona enterrada (zona interior) se ubican actividades de ocio pasivo (cine) y cultura.
- Se generara un escenario al interior a manera de anfiteatro (con el uso de las plataformas comerciales) con el fin poder albergar actividades culturales itinerante y complementarias durante todo el año
- Como elementos atractores hacia el lado norte se nuclearon los servicios higienicos del y hacia el sur se ubicara el asecensor panoramico .

*Gráfico 588 Esquema actividades anclas*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 589 Esquema actividades anclas*



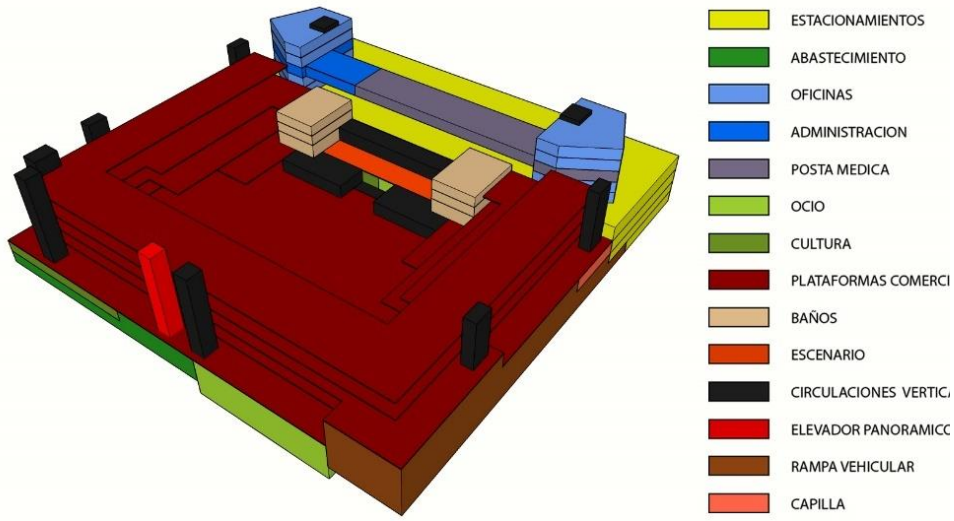

*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

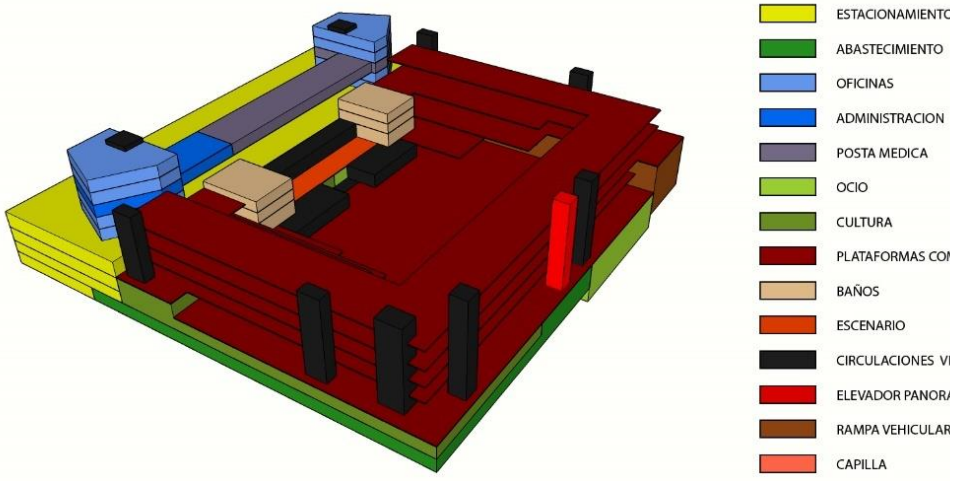
REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 590 Esquema actividades anclas*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 591 Esquema actividades anclas*




*Elaboración: Propia*

**5.- Piel del edificio**

Las fachadas (incluyendo la 5ta fachada o techo) se ejecutaran a manera de una piel para el edificio esta piel se comprodra de 3 eemeto basicos, siendo estos la cobertura del techo, una nueva cobertura vidiriada y la conservacion de la fachada art-deco preexistente cumpliento con las siguientes funciones o caracteristicas:

- ***Unificadora:*** La fachada vidiriada cumplira el rol de amarrar los diferentes elementos del edificio generando un telon de fondo  en algunos casos el cual brindrara unidada la propuesta.



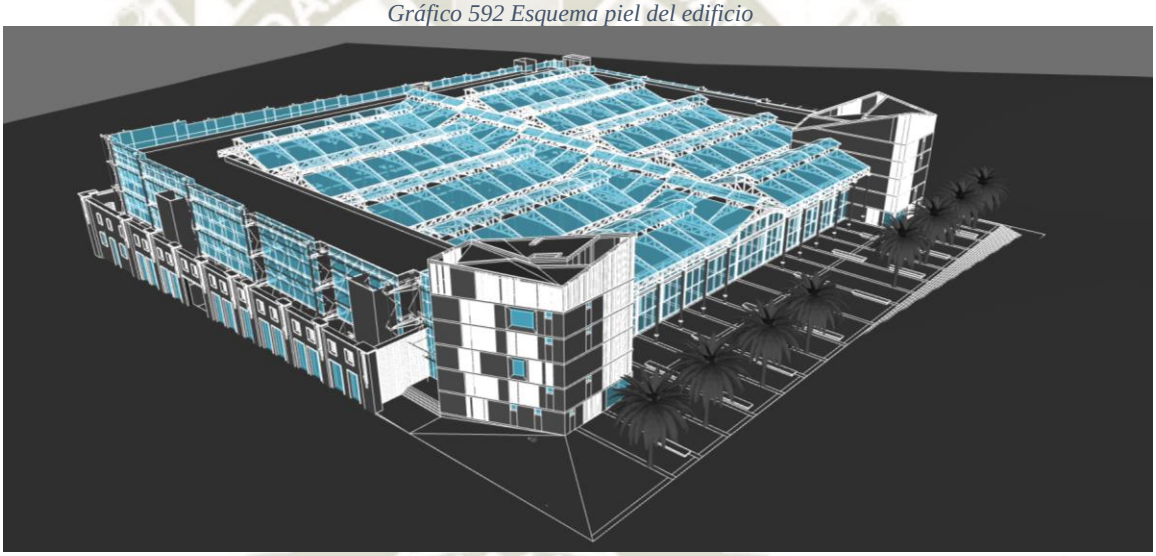
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- ***Protectora:*** tanto la cobertura como la fachada vidiriada y la preexisente serviran como proteccion de la intemperie , rayos solares, precipitaciones, y cualquier otro elemento
- ***Generadora:*** debido a las condiciones de asoleaminento, a las dimesiones del predio por consecuencia a las dimensiones (m2) que tendran las fachadas y cobertura y del lugar, los elemenetos vidriados see trataran de paneles y vidrios fotovoltaicos , los cuales ademas de servir de filtro para regular el grado de asoleamiento servira para la generacion de energia fotovoltaica.
- ***Disipadora:*** La fachada Art-deco se conservara a manera de una piel la cual se conectara con la nueva estructura por medio de un sistema de dIisipación sismica cumpliendo asi ademas de su rol de proteccción un rol de estabilización estructural del edificio en caso de moviimientos teluricos.

*Gráfico 592 Esquema piel del edificio*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 593 Esquema piel del edificio*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 594 Esquema piel del edificio*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 595 Esquema piel del edificio*



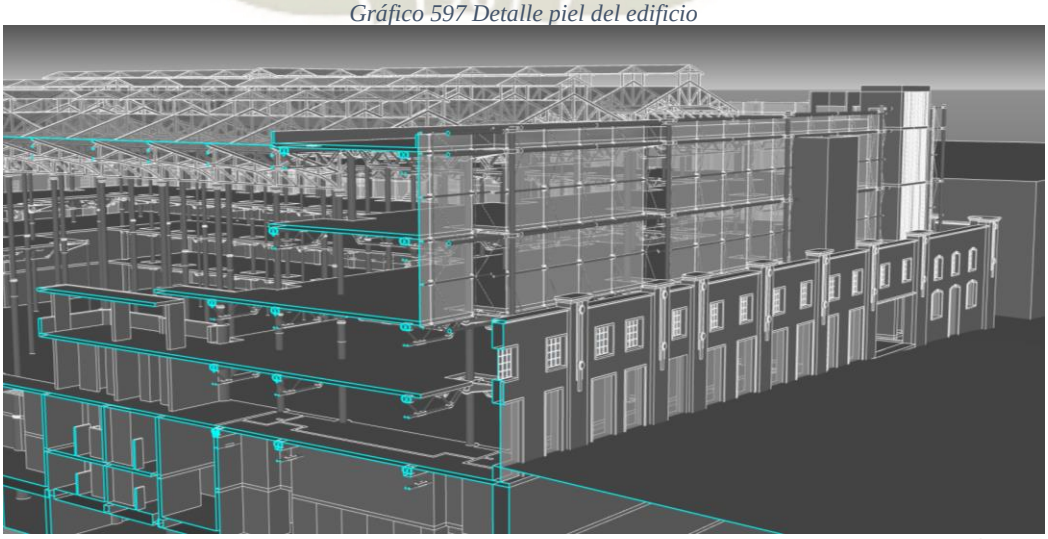
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 596 Esquema piel del edificio*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 597 Detalle piel del edificio*



*Elaboración Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 4.5.2 CONSIDERACIONES EN EL DISEÑO

Para el desarrollo de la propuesta, hemos consdierado algunos aspectos que se veran reflejados en los diferentes elementos y etapas que comprenden la propuesta.

**PARA LOS ELEMENTOS Y EL SISTEMA CONSTRUCTIVO**

**1.- Naturaleza Industrial**

Tal como explicamos en el documento el mercado San Camilo posee la categoria de bien patromonial, de hecho hecho el unico elemento fisico del mismo que se encuentra catalogado como es la estructura metalica que posee en su patio central (columnas y tijerales) la cual se considera uno de los pocos vestigios de la arquitectura de acero de la epoca de la revolución Industrial en la ciudad de Arequipa. Este tipo de Arquitectura (y sus elementos) poseen caracteristicas propios de la naturaleza del pensamiento industrial, los cuales fueron determinantes para su elección en una etapa de la contrucción del Mercado con el fin de acelerar la culminación del mismo (ver marco histórico)

Una de las caracteristicas de esta es la de la prefabricación la cual permite que los elementos puedan ser fabricados en parelelo a otros elementos acortando asi las etapas y el tiempo de construcción, otra de las caracteristicas es la facilidad para su montaje y desmontaje, la cual ademas de contribuir a la tiempo y etapas de construcción, esta permite realizar pruebas en vacio, y reutlizar elementos (dependiendo de sus caracteristicas), de igual forma y no menos importante es que este tipo de estructuras nos permite generar grandes luces.

**2.- Autosostenibilidad**

Tal como explicamos anteriormente uno de los objetivos del equipamiento es de su autosostenibilidad, esto no solo para generar la mayor rentabilidad del equipamiento, y alcanzar una gestión responsable con el medio ambiente, el factor mas importante por el cual se busca esta autosostenibilidad es la de el enfoque de parte de la propuesta como un equipamiento especial de seguridd en caso de riesgos y desastres naturales, por lo que podra servir como zona segura y albergar población por largos periodos de tiempo, por lo que la autosotenibilidad de este tipo de equipamiento sera vital para su funcionamiento.

**3.- Riesgo sismico**

Arequipa e una de las ciudad con mayor riesgo sismico, esta es una de las razones por las cuales el diseño de los sotanos la propuesta tiene el enfoque de un equipamiento de seguridad en caso riesgo y desastres naturales, como un equipamiento de apoyo a la ciudad, de igual



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

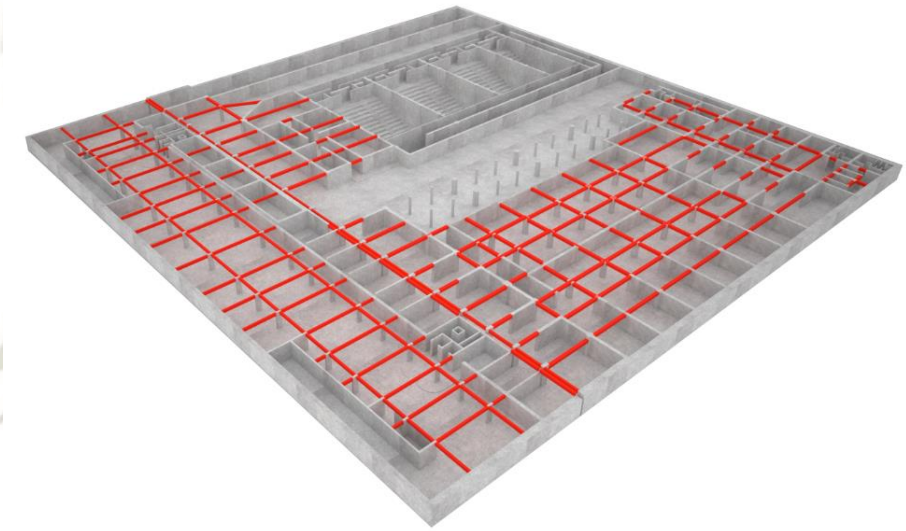
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

forma este factor tambien a hecho que consideremos en el diseño el uso de elemntos espeaciles para la disipación sisminca asegurando el mayor comportamiento del edificio ante movimientos teluricos

**ELEMENTOS Y SISTEMA CONSTRUCTIVO.**

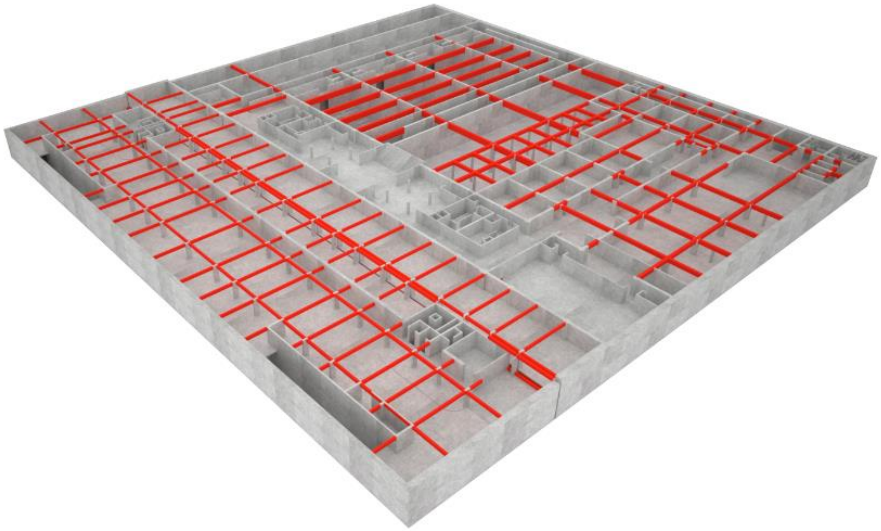
Considerando los puntos expuestos, se plantea el uso mixto de sistemas constructivos en concreto y acero, es asi que para los sotanos (estacionamientos, logistica ocio, etc) usaremos el sistema de construcción en concreto encontrando el uso de muros de contención (en el perimetro) y placas.

*Gráfico 598 Esquema estructural sótano 4*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 599 Esquema estructural sótano 3*



*Elaboración: Propia*

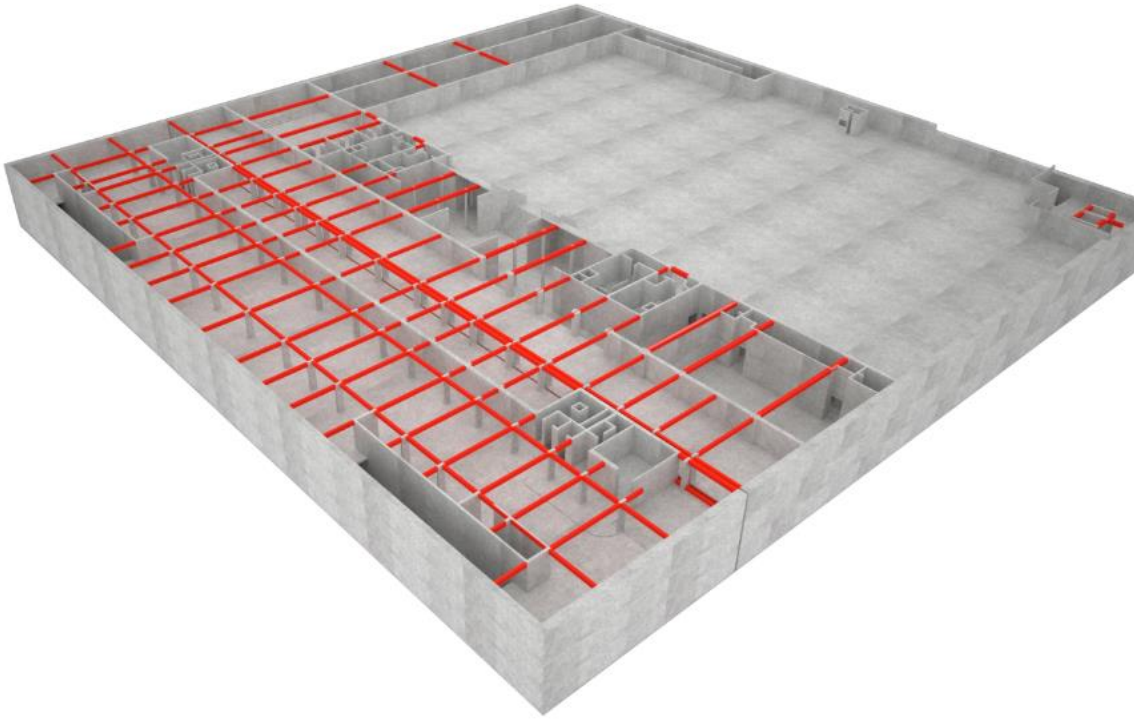


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

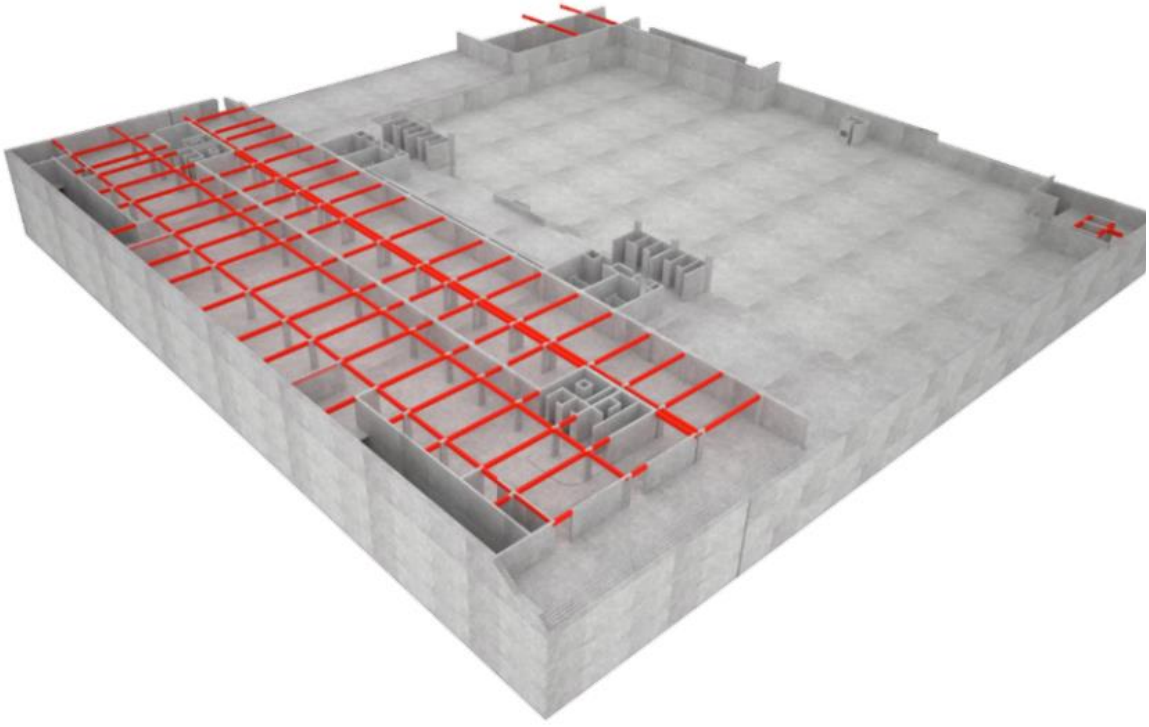
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 600 Esquema estructural sótano 2*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 601 Esquema estructural sótano 3*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**Estructura de acero**

Esta se servira de la estructura preexistente como punto de partida para la generación de una nueva gran estructura metalica que nos permitira usar grandes luces para las plataformas comerciales(debido a su ductulidad y gran resistencia comparado a otros materiales) propicios para la diversificación de actividades comerciales, asi como para las circulaciones.Esta gran estructura metalica resultante hara uso de 10 elementos que cobinan elementos nuevos y preexistentes, ente los elementos preexistentes encontramos las vigas, tijerales y columnas del patio principal, estas ultimas seran complementadas por los nuevos elementos siendo usados (algunos de ellos) como parte de la nueva estructura. Los elementos que componen esta nueva estructura son columnas, tirantes, vigas, templadores horizontales, viguetas , mensulas y la estructura espacial de la fachada que sirve como disipador sismico (propio) de igual forma se hara uso de elementos especiales como complementos para asegurar el mejor comportamiento de la construcción (en general) ante movimientos teluricos.

- **Columnas:** la estructura metalica preexistente posee columnas tubulares de forma circular con un diametro de 30 cm en el cuerpo y de 50 cm en la base y el capitel, debido a esto y al pricipio de transmición de cargas se utlizaran extensiones con un diametro de 50 cm las cuales seran unidos a través de piezas de acople, las columnas nuevas tendran diametro de 50 cm en toda su longitud.

*Gráfico 602 Sistema pilotaje de columnas*

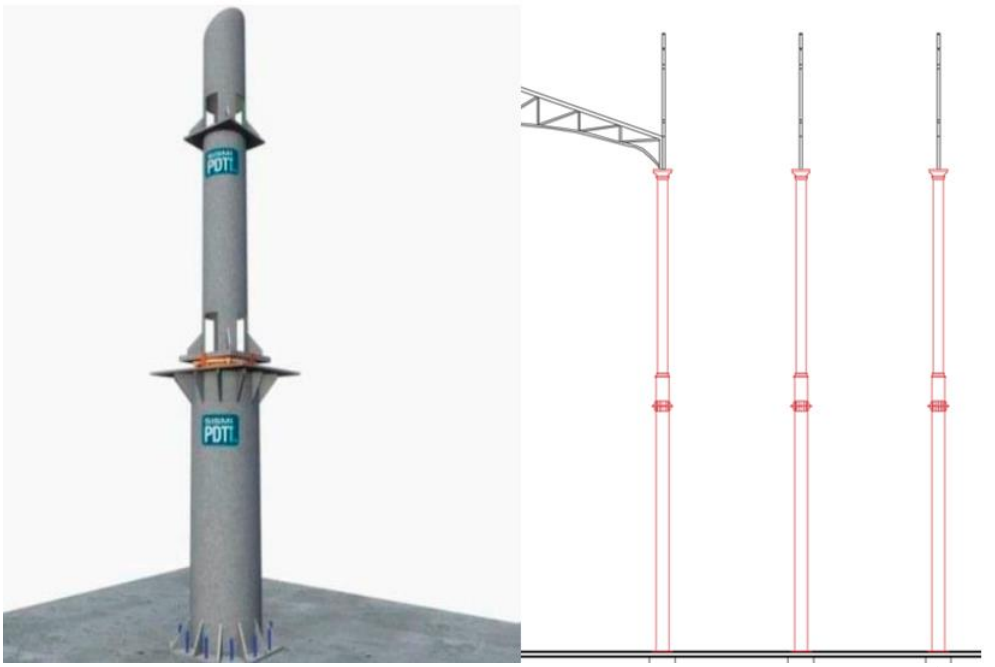


*Imagen referencia*
*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **Vigas:** Estos elementos seran los reponsables de soportar las grandes luces de las plataformes comerciales, se usaran vigas tipo vierendeel las cuales permitiran un menor peralte y una mayor estabilidad al trabajar a flexo-compresión y flexo-tracción y permite (por medio de conectores), transmitir las cargas y fuerzas, entre otras vigas generando un trabajo mancomunado, como si se tratase de una sola viga, logrando asi duplicar el doble de la resistencia de cada una de las piezas. Estas se encuentran construido con tubos de acero circulares unidos atraves de diferente piesas de acople y soldadura.

*Gráfico 603 Esquema vigas usadas en el proyecto*

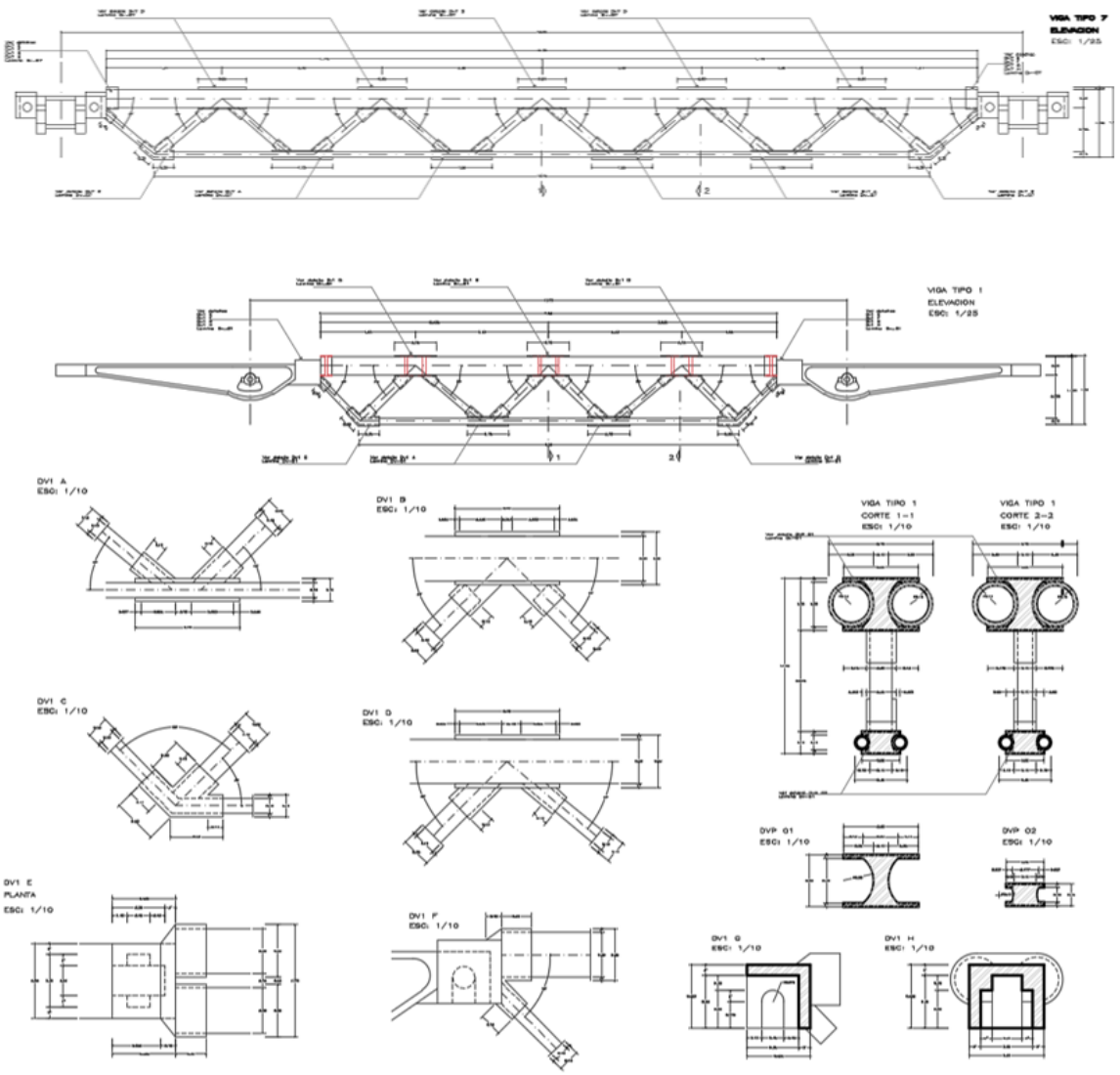



*Imagen referencial*
*Elaboración Propia*



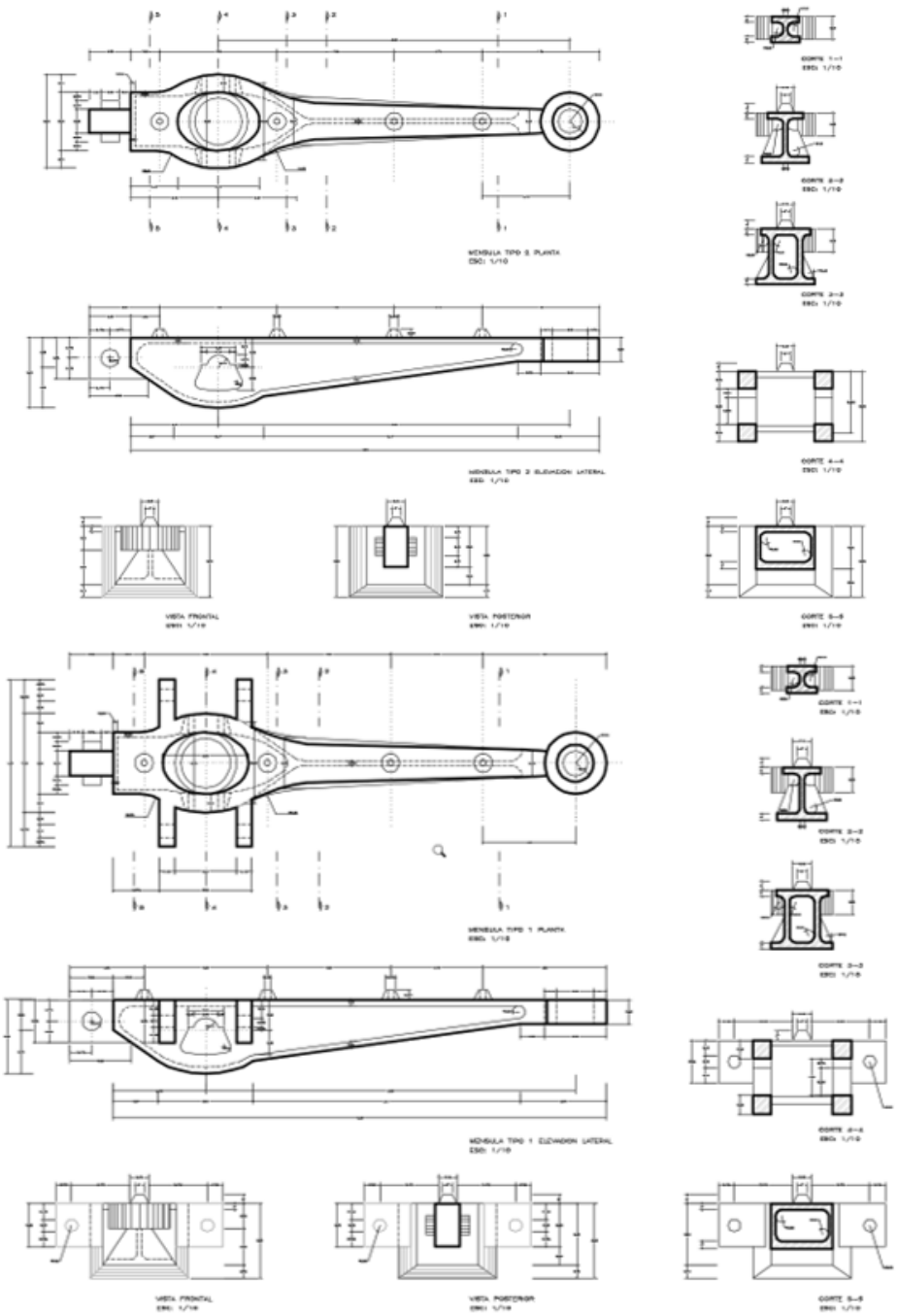
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **Mènsulas:** estos servira de pieza de acople entre las vigas y las columnas,a la vez que siven como conectores entre las vigas diferente vigas (Vierendeel) de la estructura, asi como tambien entre los templadores horizontales, hacia los extremos finales se conectaran con los tirantes, repartiendo entre estos (tirantes) y las columnas la cargas de soporte de las vigas.

*Gráfico 604 Esquema ménsulas del proyecto*



*Imágenes referenciales*
*Elaboración: Propia*

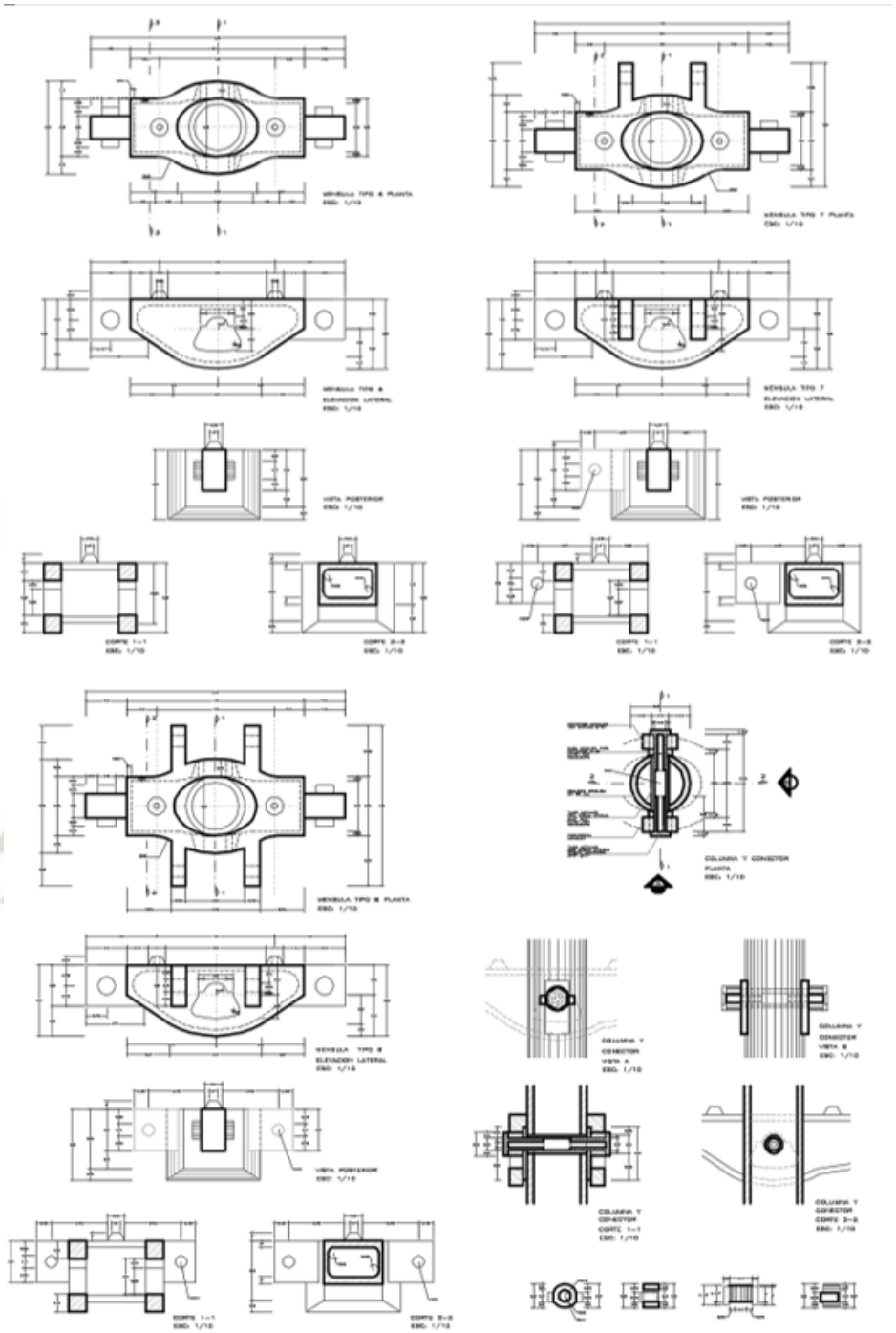


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 605 Esquema ménsulas del proyecto*



*Imágenes referenciales*
*Elaboración propia*

- **Tirantes:** Se tratan de pilares metlicos, con un diametro menor a las columnas principales (en nuestro caso 30 cm) las cuales se ubican haca los extremos de la estructura, actuando como columnas secundarias hacia las cuales (como se mecono anteriormente) se transmiten los cargas de soporte de las vigas actuando de manera mancomunada con las columnas principales.

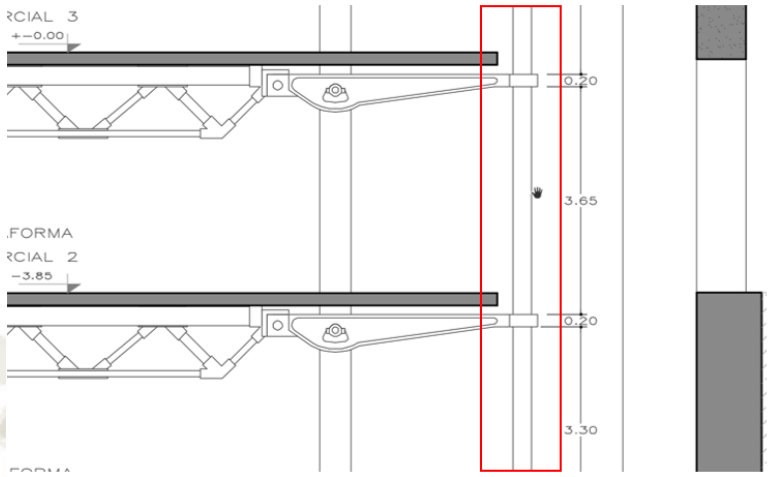


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 606 Ubicación de columnas tirantes*




*Imágenes referenciales*
*Elaboración propia*

- **Templadores Horizontales:** estos elementos se encargan de cubrir as luces menores (pabellon sur), asi como de conectores entre las mensulas (que no se conecten por vigas), en el caso de las mensulas que conectan columanas con tirantes ademas de cumplir la función antes mencionadas, tambien se ubican en el extremo en el que se ubica el tirante, siendo estaos de diseño especial, ya que sirven de punto de partida de la estrcutura espacial de la fachada vidriada.

*Gráfico 607 Esquema y ubicación de templadores horizontales*

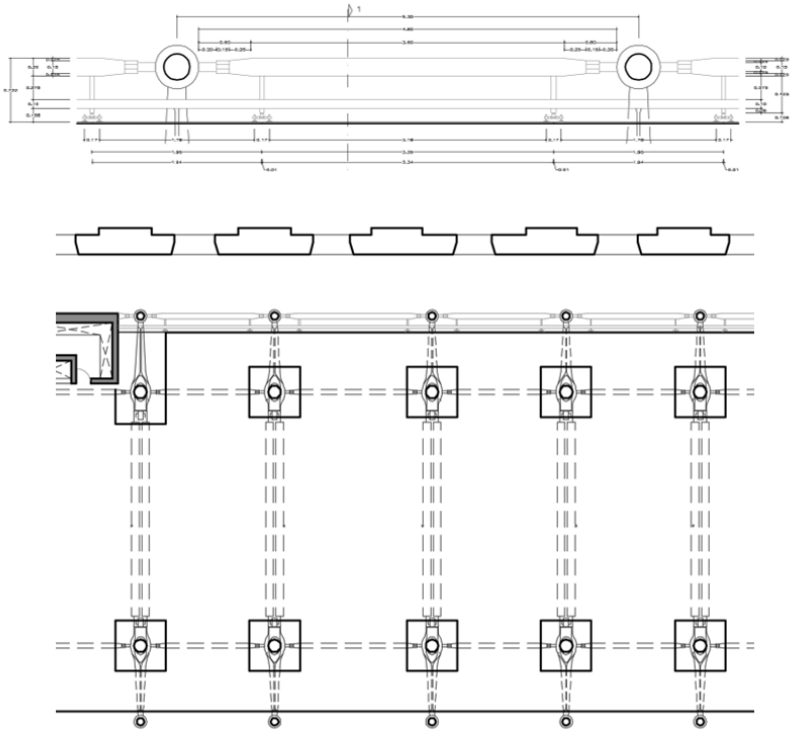


*Imagen referencial*
*Elaboración propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- **Viguetas:** Estos elementos permiten soportar las cargas tranversales, asi como conectando entre si las vigas (directamente) generando la estructura de soporte para la instalación de la losa, para nuestras viguetas se hara uso de los perfiles de hacer tipo "I" o "H" de 0.2 m de ancho y peralte de 0.35 m distribuidos de acuerdo a las intersecciones de los elemento diagonales de las vigas en el sentido de la luz mas corta.

*Gráfico 608 Vigueta tipo y esquema de distribución*

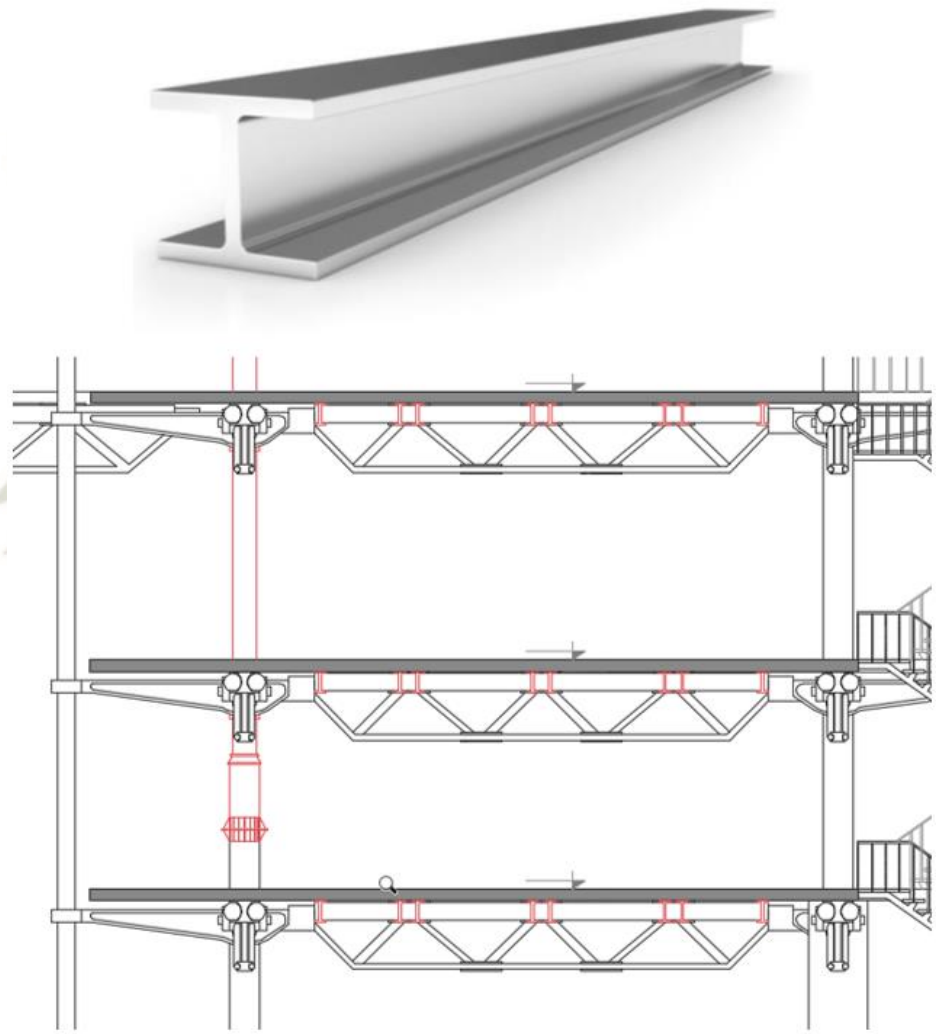


*Imagen referencial*
*Elaboración propia*

- **Estructura espacial (Fachada):** Estos elementos tiene dos finalidades la primera de servi de soporte para las planchas de vidrio fotovoltaico de la fachada y la segunda de actuar como disipador sismico absorviendo lascargas y canalizadolas hacia un circuito el cual ser completado por elementos especiales y la fachada histórica



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

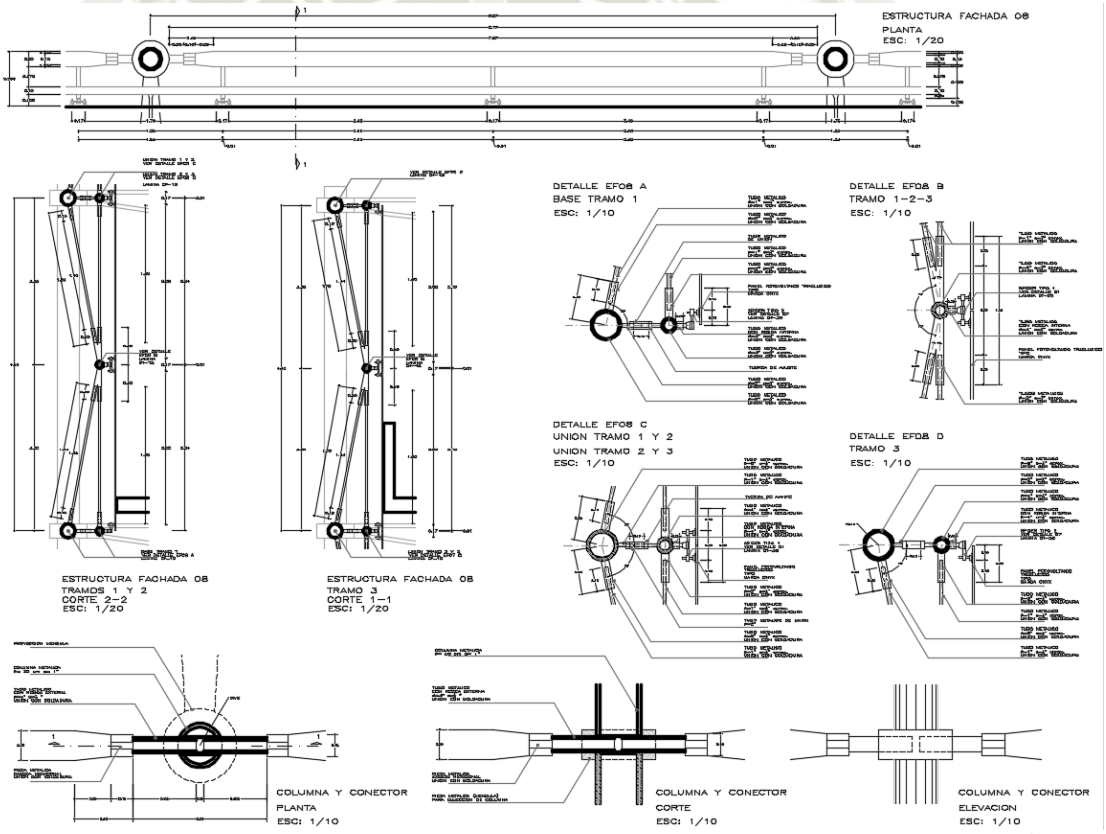
REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 609 Estructura espacial de la fachada*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 610 Esquemas de estructura espacial de la fachada*




*Elaboración: Propia*

- **Elementos especiales:**
  - **Losa:** Para la losas de nuestro proyecto se podra optar entro dos sistemas, ya que ademas de sus cualidades estructurales, ofrencen la cualidad de facilidad y rapidez en su monaje al usar componenetes prefabricados pudiendo ser los sistemas de losa colaborante o de losa pretensada.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 611 Losa pretensada*

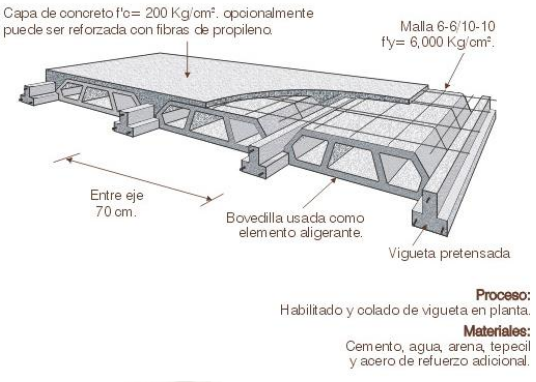



*Imagen referencial*
*Fuente: Pretensur*

*Gráfico 612 Losa colaborante*

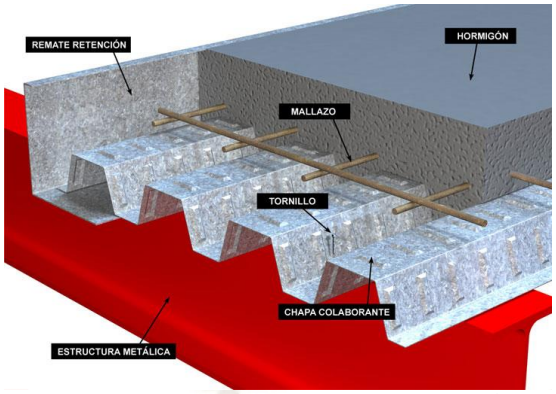



*Imagen referencial*
*Fuente: Arquitectura en Acero.org*

- **Disipador sismico:** Estos elementos permiten mejorar la respuesta sísmica aumentando los periodos y proporcionando amortiguamiento y absorción de energía adicional, reduciendo sus deformaciones, para nuestra estrcutura se usaran dispiadores sismicos de tipo viscoso lo cuales disipar las acumulaciones de energía asegurándose que otros elementos de la estructuras no sean sobresolicitados, evitando daños a la estructura, estos se ubicaran en la parte inferor de la estrutura espacial de la fachada conectando esta con la fachada historica, completando asi el circuito completo de disipación sismica.

*Gráfico 613 Disipadores sísmicos esquema de ubicación*

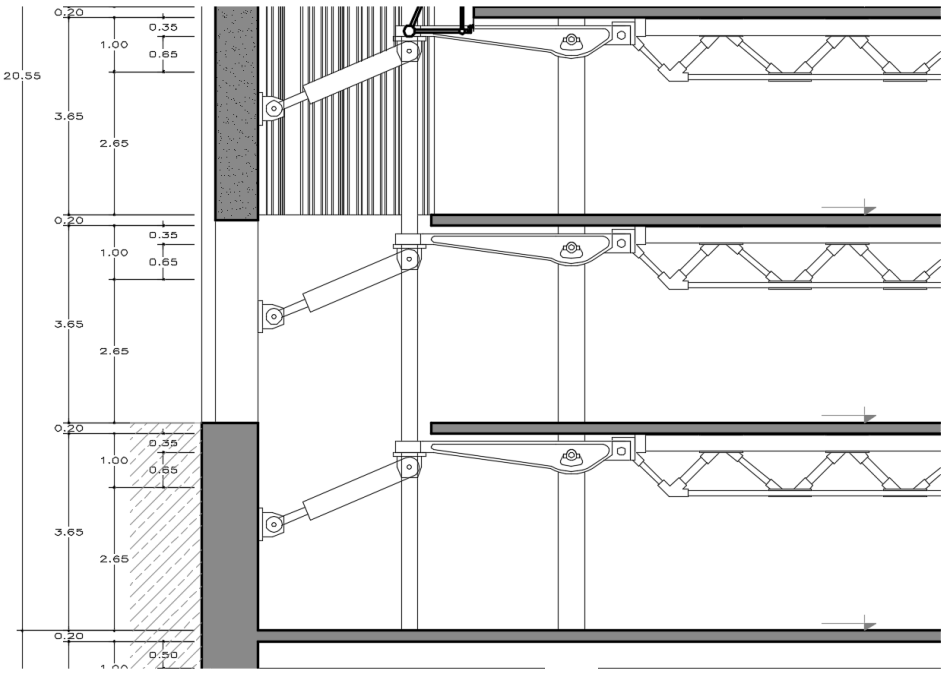



*Imagen referencial*
*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 614 Disipador sísmico tipo viscoso*

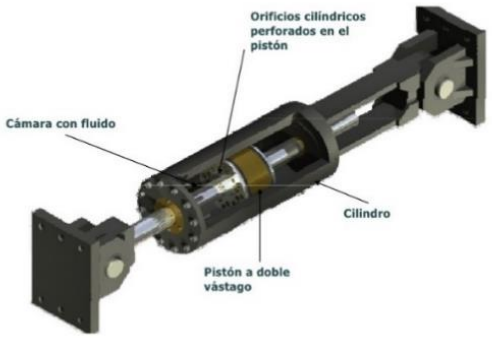



*Imagen referencial*
*Fuente: http://construccionesjms.blogspot.com*

*Gráfico 615 Disipador sísmico tipo viscoso*



*Imagen referencial*
*Fuente: wiki commons*

**Tecnologia sustentable**

El proyecto hace uso de tecnologia de generación fotovoltaica, para esto hace uso tanto de cristal fotovoltaico asi como de paneles fotovoltaicos

- **Cristal Fotovoltaico:** Sera usado en las superficies vidriadas del techo y fachadas, para el techo se usara el Vidrio de Silicio Amorfo M-Vision y para las fachadas Vidrio de Silicio Amorfo Dark, ambos de la empresa Onyx Solar, se seleccionaron por producir una considerable cantidad de energia, permitiendo la autosostenibilidad energetica de la propuesta, al mismo tiempo se ajusta a los requerimientos esteticos de la propuesta, siendo una muestra de las posibilidades de los productos a medida para proyectos de integración arquitectonica (BIPV) combinando la función clasica de cerramiento como elemento constructivo-decorativo, con la generación de energia electrica.

*Gráfico 616 Cristal fotovoltaico en lucernario*

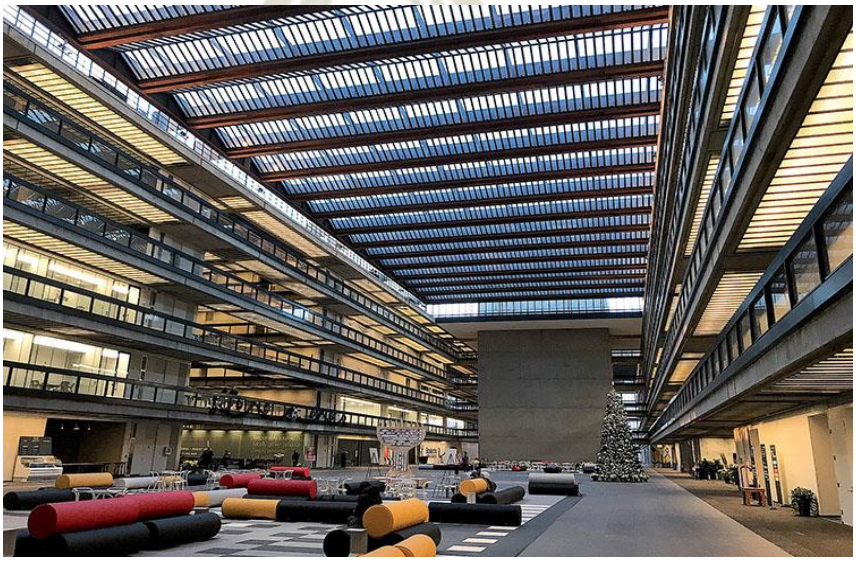


*Imagen referencial – Bell Works*
*Fuente: Onyx Solar*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Es asi que esta tecnologia generara un total de 634,286 kwh (al año), distribuidas de la siguiente manera.

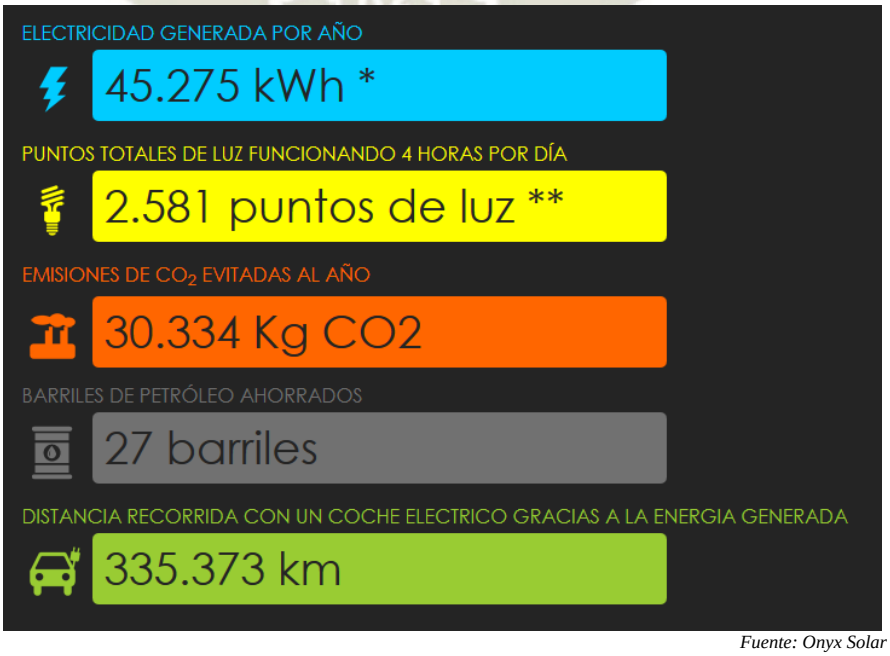
  ***Nota:*** *los siguientes graficos fueron proporcionados por la empresa onyx solar por medio de su software de simulación de generacion fotovoltaica, para lo se tomaron en cuenta el tipo de producto, cantidad de m2, ubicación georefrenciada, oritentación (N-S-E-O) y ubicación de los paneles en el proyecto.*

*TABLA N° 39 Generación fotovoltaica Lucernario del patio central (Vidrio de Silicio Amorfo M-Vision)*




*Fuente: Onyx Solar*

*TABLA N° 40 Generacion fotovoltaica Fachada Calle Alto de la luna (Vidrio de Silicio Amorfo Dark)*




*Fuente: Onyx Solar*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

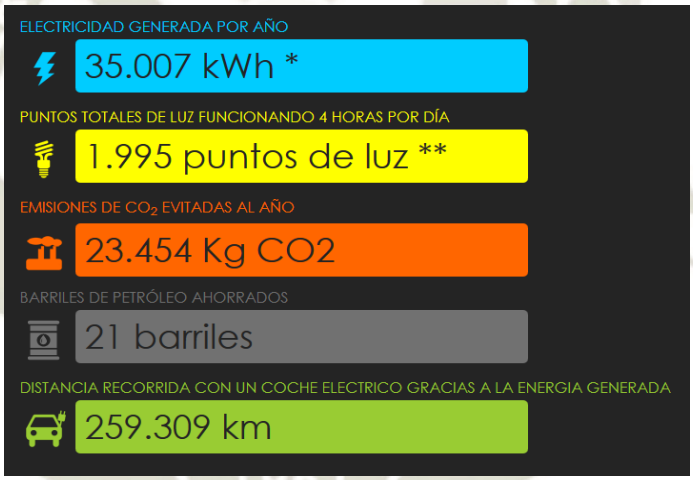
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 41 Generacion fotovoltaica Fachada Calle Peru (Vidrio de Silicio Amorfo Dark)*




*Fuente: Onyx Solar*

*TABLA N° 42 Generacion fotovoltaica Fachada Calle Pierola (Vidrio de Silicio Amorfo Dark)*




*Fuente: Onyx Solar*

*TABLA N° 43 Generacion fotovoltaica Fachada Calle San camilo (Vidrio de Silicio Amorfo Dark)*




*Fuente: Onyx Solar*



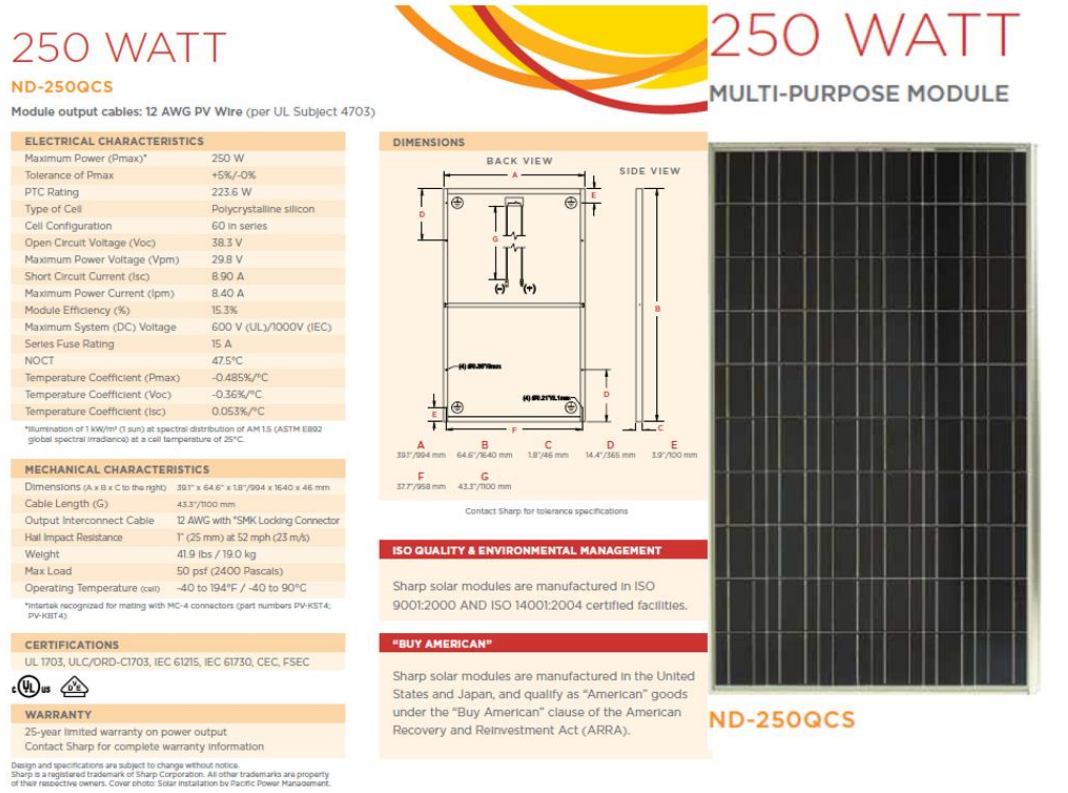
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **Paneles Fotovoltaicos**: Esta tecnologia es la fuente fotovoltaica mas conocida y las mde mayor eficiencia energetica, estos paneles se ubicara sobre los techos de las plataformas comerciales, la implementación de estos paneles es opcional como complemento al vidrio fotovoltaico, pudiendo tambien ser imlementado a posteriori. Para este se recomienda el uso de la los paneles Sharp ND250QCS. De 250 watts.

*Gráfico 617 Ficha técnica paneles fotovoltaicos*




*Fuente: Sharp Solar*

## PARA LA ETAPABILIDAD

De igual forma que la tecnologia y elementos a usar en la propuesta debemos considerar algunos criterios que definiran (en conjunto) la etapabilidad constructiva de la propuesta, a considerar para el diseño final.

### 1.- Naturaleza comercial – El comercio no puede parar

Tal como se explico anteriormente, el Mercado San Camilo y su zona de emplazamiento posee una imagen como comercial consolidada en el imaginario colectivo de la población Arequipeña, de igual forma como se explico en el marco conceptual, la naturalea del comercio crea flujos de atracción los cuales no debebn cortados en lo posible, o en todo caso hacerlo en lo minimo posible.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Por esto como se dice coloquialmente el Mercado San Camilo “No puede darse el lujo” de parar sus actividades durante la construcción de la nueva propuesta, ya que si bien la creación de un equipamiento moderno seria un elemento de atracción, esto generaria problemas para los comerciantes y confusión en el publico ya que se cortaria ese flujo de atracción comercial el cual se tendria que volver a construir una vez culminadad la propuesta.

De igual forma existe la opción de la reubicación temporal, la cual ya se aplico anteriormente tal como se vio en el marco histórico , pero debido al volumen de comercios que encontramos actualmente esta reubicación tendria que darse en diferentes lugares (tal como tambien se vio en el marco histórico) lo cual ademas de cortar el flujo antes mencionado y acarrear grandes desplazamiento y otros problemas en el proceso de traslado, esto genearia dispersión principalmente la dispersión de los comerciantes y por consiguiente del publico, los cuales tambien debido a esto podrian llegar a consolidarse como comercio y tambien como imagen comercial en el publico durante el tiempo que dure la construcción de la propuesta, lo cual podria dificultar su retorno a las nuevas instalaciones.

Es por esto que la propuesta ha considerado la creación de un Mercado temporal en la nueva Plaza San Camilo, para contrarestar los problemas anteriormente mencionados, ayudando asi a evitar que se corte el flujo de tarcción en el publico y que ademas se podria usar como un elementonuevo de atracción en el publico y de arraigo en los comerciantes y el publico.

**ETAPABILIDAD**

Primero debera ser realizado el proceso de expropiación, posteriormente realizara la implementación de la propuesta, en este proceso ademas de la obra fisica tambien se mencionaran los traslados de comerciantes debido a que estas resultan vitales para el mantenimiento y ptoenciamiento de la dinamica comercial de la zona y repercutira en la propuesta final, por lo que debe ser considerada de manera conjunta a la obra fisica, de igual forma se debe tomar en cosnideración que debido a la naturaleza industrial de la estructura metalica, esta sera confeccionada en paralelo durante las fases que pasaremos a describir.

**1.-Traslado de comerciantes**

Tomando en cuenta que el mercado San camilo no se encuentra ocupado en su total capacidad (y que se habra realizado el proceso de expropiación), se realizara el traslado de los comerciantes (y oficinas) del sotano y del pabellon norte hacia el patio central y demas ambientes libres de los otros pabellones, en este proceso se ralizara las accione de acondicionamiento necesarios en los pabellones.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**2.- Construcción de los estacionamientos publicos y Plaza San Camilo**

Una vez realizado el traslado total de comerciante se realizara los trabajos de excavación y contrucción de los sotanos de estacionamiento publico, culminando con la construcción de la plaza san camilo.

**3.- Construcción e implementación del mercado temporal**

Una vez finalizada la plataforma de la nueva plaza San Camilo, se procedera ala construcción de un mercado temporal para albergar a los comerciantes del mercado, para la construcción de estos mercado se utilzaran los perfiles metalicos I o H que posteriorimente seran usados como viguetas de la propuesta final y tambien podran ser usados como muros y/o tabiques los vidiros fotovoltaicos o las losas pretensadas, este mercado debe contemplar tambien espacios administrativos y de mercadeo, para manejo de recuersos de los estacionamientos y promover (comercialmente) el nuevo equipamiento.

**4.- Traslado de comerciantes**

Una vez culminada la construcción del mercado temporal se realizara el traslado de todos los comerciantes y demas personal operante desde el mercado preexistente.

De igual forma se realizara el trasaldo del personal adminstrativo y de seguridad.

**5.- Desmontaje y traslado de la estructura metalica preexsitente**

Debido a la naturaleza industrial de la estructura metalica se procedera a su desmontaje una vez desocupado el mercado. Esta estrutura sera traslada a una fabrica para su mantenimiento y acondicimiento con respecto a la nueva propuesta.

Esto permitira velar por su integridad, asi como realizar las labores de construcción in situ posteriores con mayor eficiencia y celeridad.

**6.- Tratamiento de la fachada historica y demolición de pabellones**

Una vez trasladada la estructura metalica preexistente, se realizaran las labores de amarre y arriostre de las fachadas historica, asi como la demolición de los pabellones,

Para esto se hara uso del actual deposito de carne para el ingreso de la maquinara pesada para el traslado de escombro y/o las labores de demolición, de ser insuficiente se realizara la ejecución del ingreso vehicular de la calle alto de la luna.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**7.- Construccion de sotanos de abastecimiento y ocio**

Una vez realizado la demolición y limpieza de escombro de los pabellones se procedera los trabajos de excavación y construcción de los niveles subterraneos, dando prioridad a la construcción de las rampas de acceso vehicular (de la cual una de ella se conectara con los sotanos de estacionamientos construidos). Una vez culiminadas estas se podra hacer uso de los estacionamientos generando asi recursos adicionales.

Tambien se considerara en esta etapa la construcción de las torres de oficinas de la plaza San Camilo, los cuales una vez culminados podran ser arrendados asi como realizar el trasaldo del personal administrativo a sus instalaciones en el tercer piso

**8.- Construcción de estructura metalica**

Una vez culminados todos los trabajos de construcción in situ, se realizara el traslado y montaje de la estructura metalica mayor de las plataformas comerciales (la estructura menor compuesta por las viguetas -perfiles I o H- seguiran siendo usados en el mercado temporal).

Este proceso incluye el traslado y montaje de la estructura metalica antigua en conjunto con la nueva estructura metalica, formado asi una nueva gran estrucutura unificada.

**9.- Desmontaje de mercado temporal y culimnación de estructura metalica**

Una vez culminado los trabajos de montaje de la estructura mayor o primaria de las plataformas comerciales, se realizara (en paralelo) el desmontaje del mercado temporal y el montaje de sus piezas en la nueva estructura. Este proceso incluye el montaje de las viguetas (perfiles I o H) y de las losas.

**10.- Montaje de fachadas y coberturas**

Este podra ser realizado en paralelo al montaje de las viguetas y losas, para esto se realizara primero el moentaje de la fachada norte en paralelo con el montaje de las viguetas del frente de calle Pierola o Perú. A partir de aquí se continura con esta dimanica de moentaje en paralelo, hasta culminar con el montaje de las fachadas y la cobertura del patio central.

**11.- Traslado de comerciantes a la nueva infraestructura**

Una vez culminadas todas las labores de construcción se realizara la ocupación de la nueva insfraestructura, esto incuira el traslado final de los comerciantes del mercado temporal asi como el traslado y ocupación de nuevos comerciantes, para proceder a la inauguración del inmueble.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

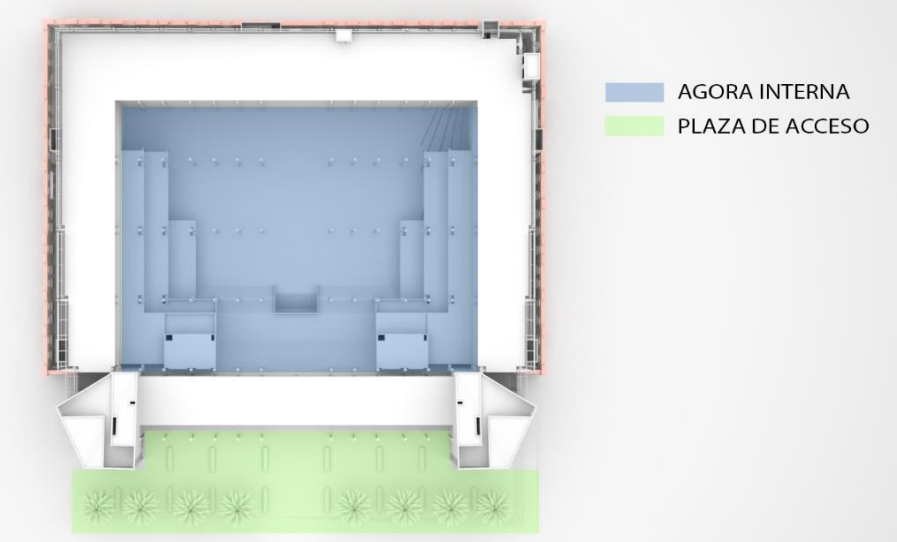
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

### 4.5.3 CONFIGURACION ESPACIAL Y SUS CONTENSORES

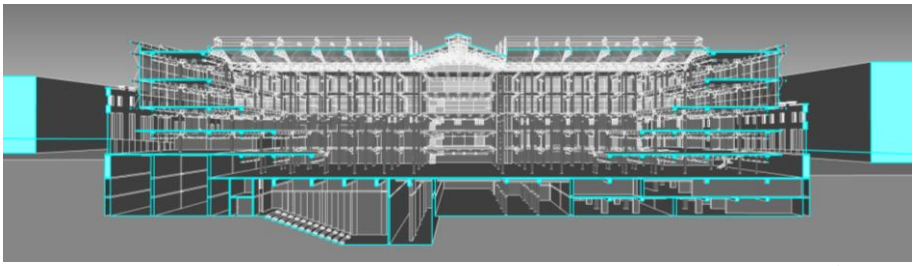
La configuracion espacial de la propuesta se basara en un gran espacio central o agora interna que organizara los elementos de la propuesta y de una plaza que servira de atrio para la aproximacion hacia el acceso principal de la propuesta. Como contensores espaciales del agora interna se hara uso de los pabellones de plataformas comerciales en las caras sur, este y oeste, en la cara norte se situaran un pabellon y dos torres, los cuales serviran como divisor de la zona esterna e interna de la propuesta cumpliendo el rol de contensor del agora interna y al mismo tiempo de contensor de la plaza externa.

*Gráfico 618 Configuración espacial esquema*



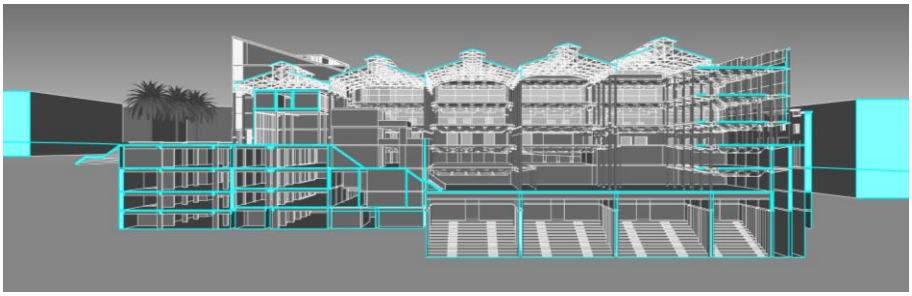

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 619 Configuración del espacio central*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 620 Configuración del espacio central*



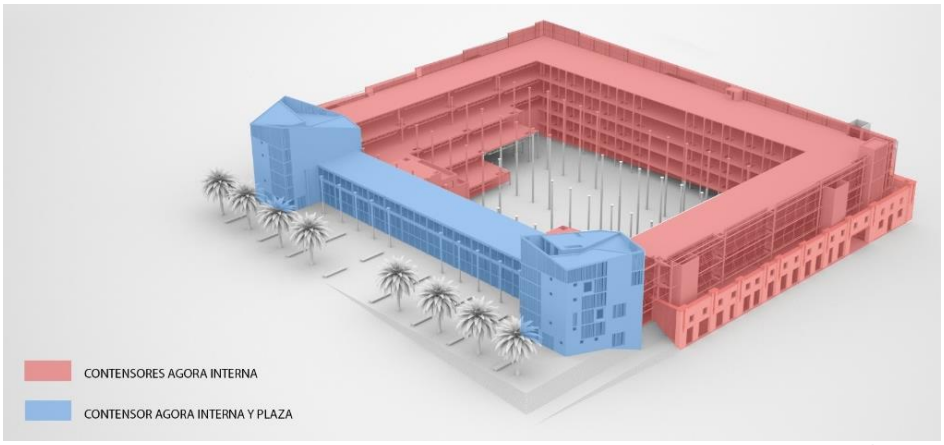
*Elaboración: Propia*



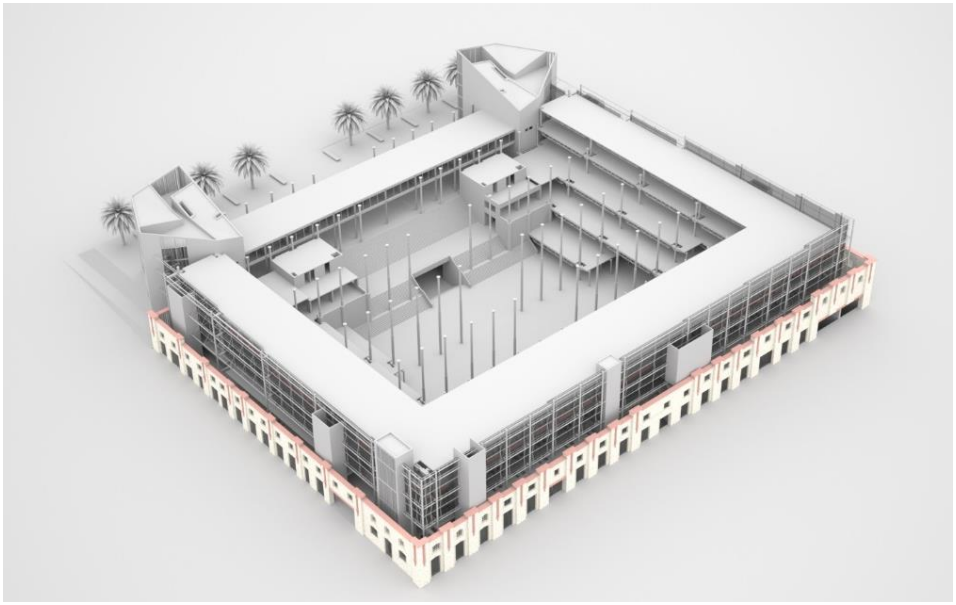
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA




*Elaboración: Propia*



*Elaboración: Propia*

### 4.5.4 DEFINICION DE LOS DOMINIOS ESPACIALES

La definicion de los dominios espaciales en la propuesta es entendida en sentido vertical y horizontal , en snetido horizontal surge a traves de la aproximiación a la propuesta por medio de su cara principal (cara norte) en la cual se ubica la plaza de aceso el cual se configura como un espacio publico, posteriomente atravesando en pabellon norte, ingresaomos al espacio interior siendo recbidos por el agora interno el cual se configura en un espacio semipublico, rodeando esta agora encontramos las plataformas comerciales las cuales junto con el pabellon y torres norte se configuran en espacios semiprivados.

En sentido vertical debajo de la plaza de acceso se encuentran los estacionamientos para el publico en cua se configura en un espacio semipublico, bajo el agora interna se encunetran los equipamientos de ocio y de carácter cultural y la zona de abastecimiento, los dos primeros se configuran en espacios semiprivados y el ultimo en espaacio de carácter privado.

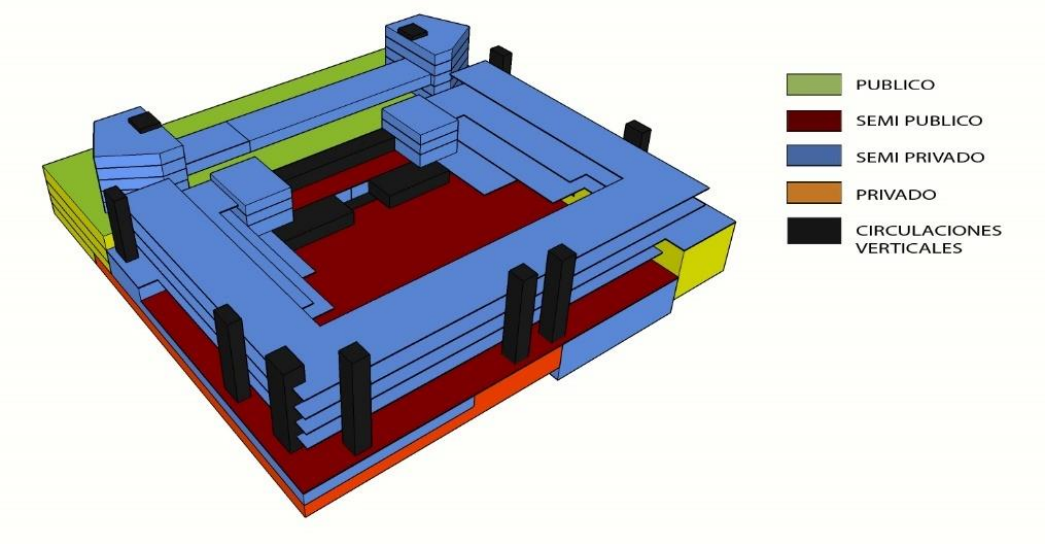


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

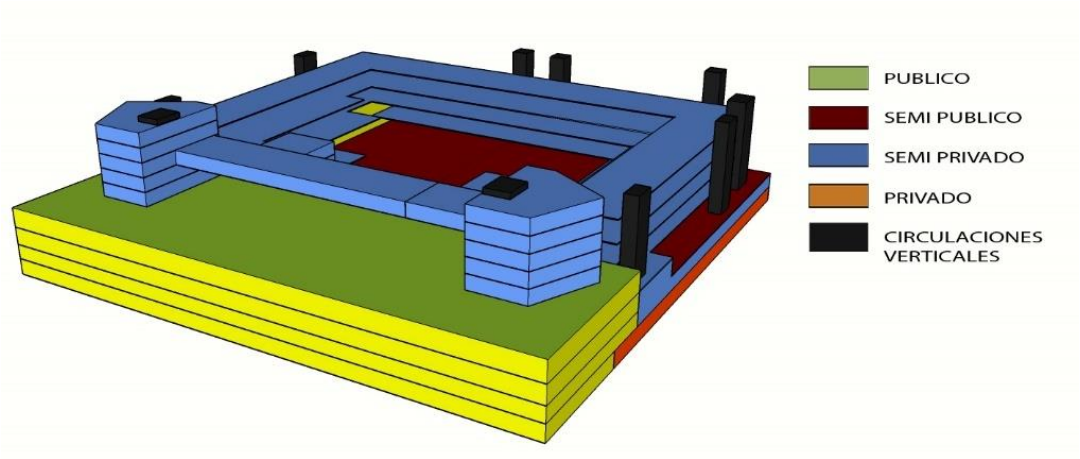
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 621 Dominios espaciales esquema*




*Elaboración: Propia*

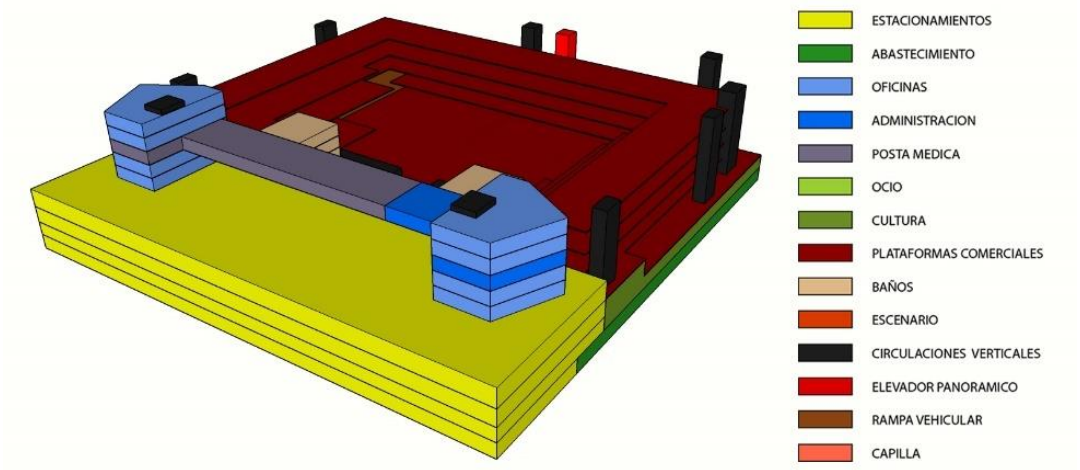
*Gráfico 622 Dominios espaciales esquema*




*Elaboración: Propia*

### 4.5.5 ZONIFICACION

*Gráfico 623 Zonificación esquema*




*Elaboración: Propia*

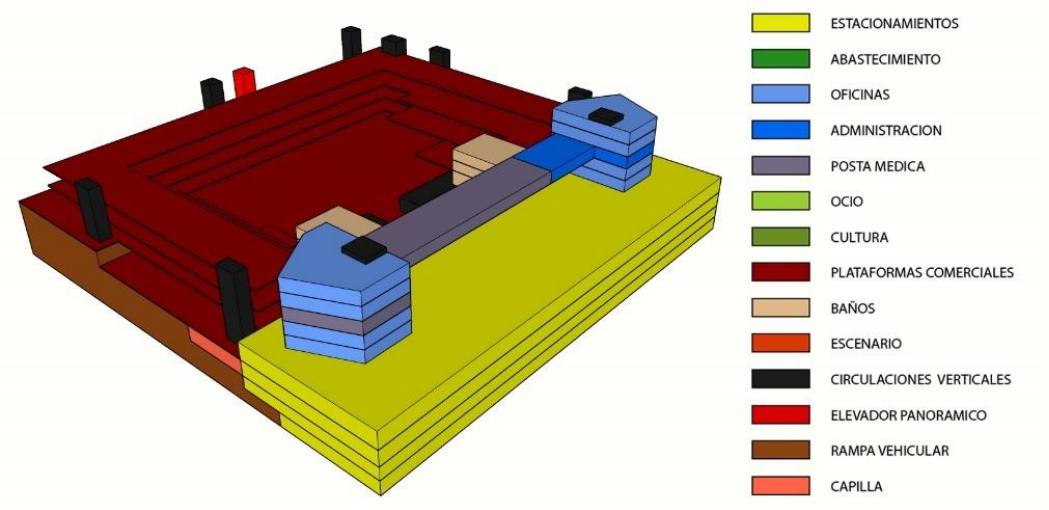


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

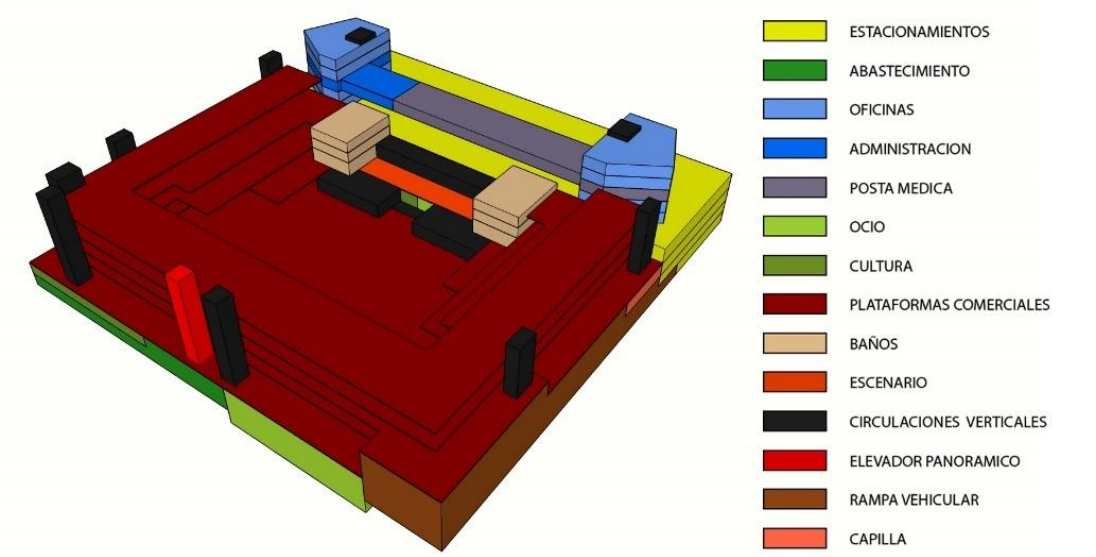
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 624 Zonificación esquema*



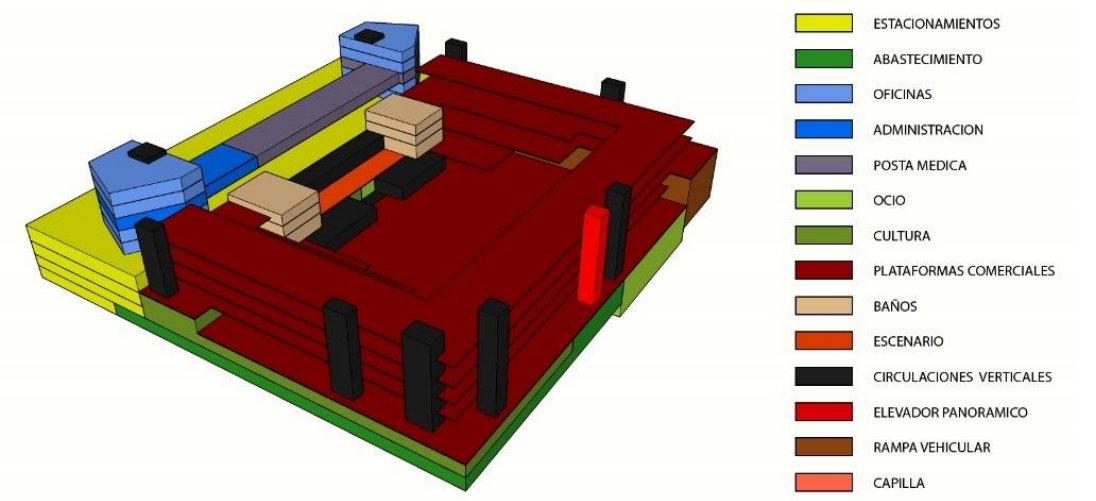

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 625 Zonificación esquema*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 626 Zonificación esquema*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

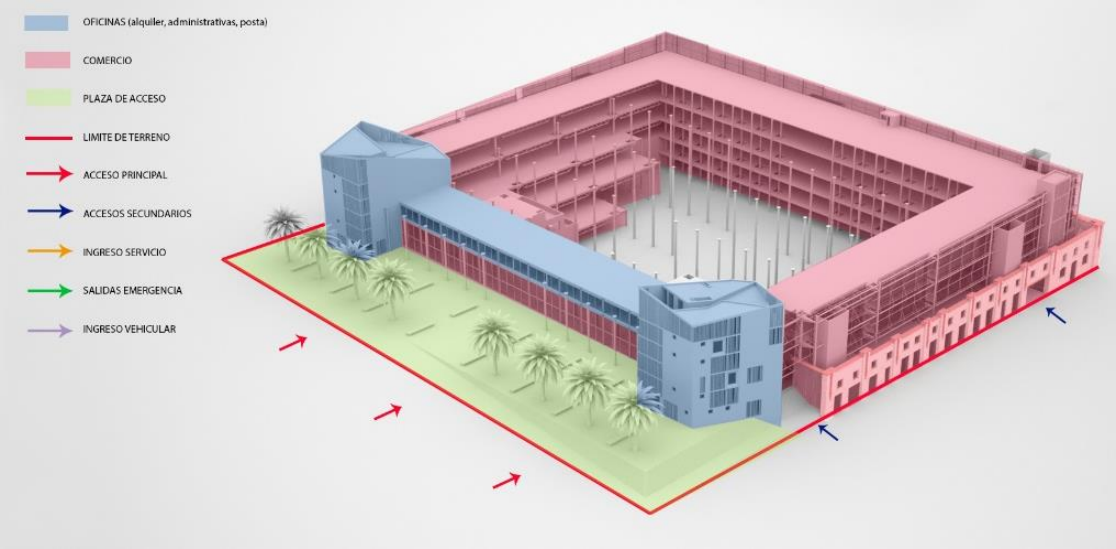
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

### 4.5.6 RELACION CON EL ENTORNO

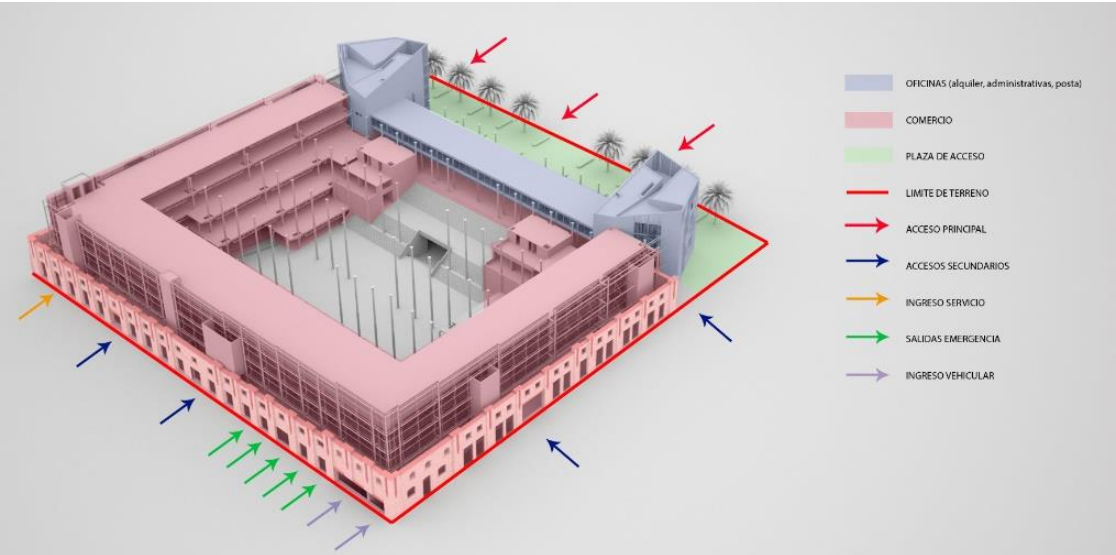
Se ha conservado la configuracion preexistente (en lineas generales), conservando el frente norte como principal situando en el la plaza de acceso, con el pabellon norte y dos torres de ofinas en sus extremos, en el tercer piso se ubica la administracion general y el puesto de salud que se prologan y conectan configurando el ultimo piso del pabellon, en el cual a nivel de la plaza se ha propuesto un espacio para comercio ligero y recepcion. Hacia los frentes sur, este y oeste se ubican las plataformas comerciales y los ingresos secundarios, debemos resaltar especialmente el tratamiento del frente sur ya que en el se han situado (ademas de ingresos secundarios) las salidas de evacuación de la zona de ocio, el ingresos del personal de mantenimiento, asi como los ingresos vehiculares para publico y para abastecimiento.

*Gráfico 627 Relación con el entorno esquema*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 628 Relación con el entorno esquema*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 4.5.7 ARTICULACION

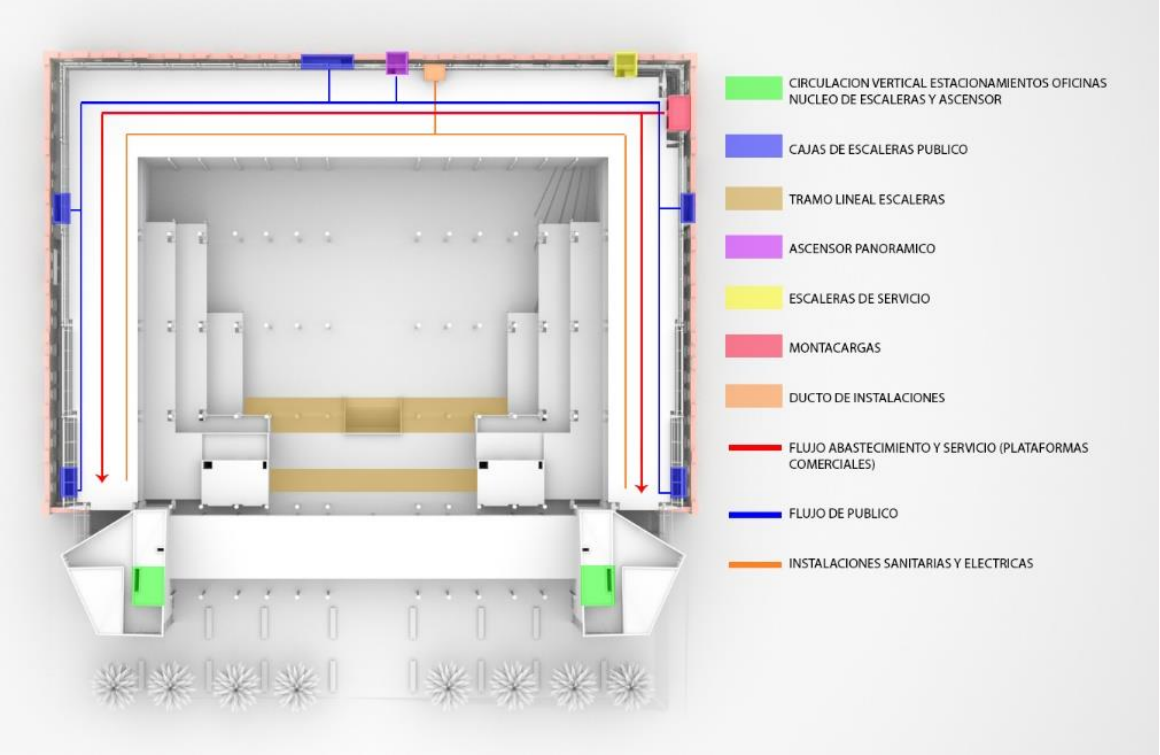
La articulacion o sistema de movimientos se da tanto en sentido horizontal como vertical, en el sentido horizontal se da de forma centripeta hacia el agora central desde todos los frentes del Mercado San Camilo en sentido vertical se dan a diferentes niveles con las circulacioes verticales atravesando y conectando las diferentes zonas, las zonas que realizan esto son

- Estacionamientos con oficinas
- Zona de abastecimiento, cultural y plataformas comerciales (por medio de escaleras de servicio y montacargas)

De igual forma las diferentes plataformas comerciales se conectan entre ellas en los frentes sur este y oeste por medio de las cajas de escaleras  el ascensor panoramico(frente sur) y en frente norte se conectan por medio de dos tramos continuos de escaleras monumentales

En cuanto a la articulacion de las instaciones electricas y sanitarias en las plataformas comerciales, esta se realiza por medio de un gran ducto en el frente sur el cual atraviesa todos los niveles y apartir de ellas se distribuye (de forma expuesta) por las plataformas

*Gráfico 629 Articulación esquema*




*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

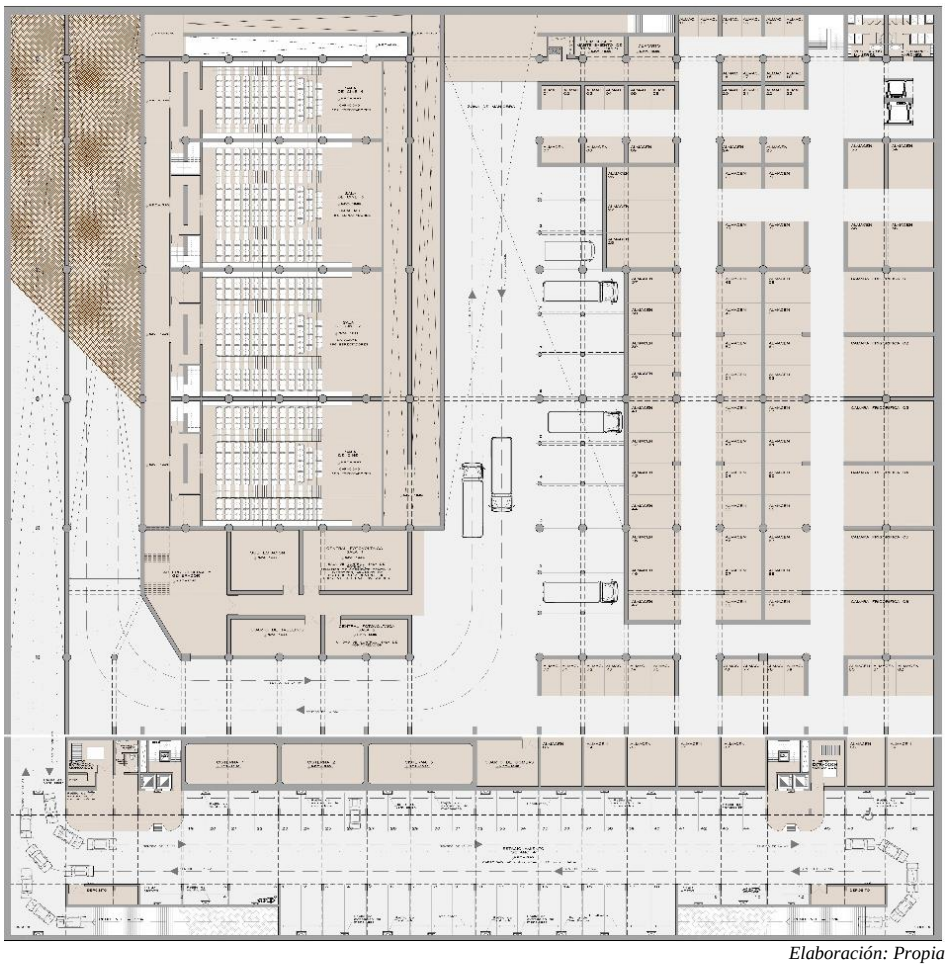
En cuanto al flujo vehicular este se realiza desde el frente sur en la calle Alto de la Luna por medio de una rampa vehicular diferenciada para ublico y abastecimiento, recorre el largo del terreno hasta el frente norte para asi poder alcanzar el ultimo sotano.

Para el caso de los estacionamientos para el publico una vez llegado a el este cuenta con dos rampas diferenciadas para el flujo de subida y de bajada, que conetcan entre si los 4 sotanos, este modulo de estacionamiento se conecta con la plaza principal y las torres por medio del modulo de circulacion vertical (escaleras y ascensor)

Para el caso de abastecimiento este se encuentra diferenciado del estacionamiento de publico una vez llegado a el se realiza la carga, descarga y maniobra de os vehiculos por medio de un amplio pasillo lateral la ona de carga y descarga se conecta con todos los niveles por medio de la escalera de servicio y el modulo de monta cargas.

Para la evacuacion del equipamiento de ocio este cuenta con una nucleo de rampas de subida, que desembocan directamente sobre la cale Alto de la Luna.

*Gráfico 630 Sótano 4 planta*



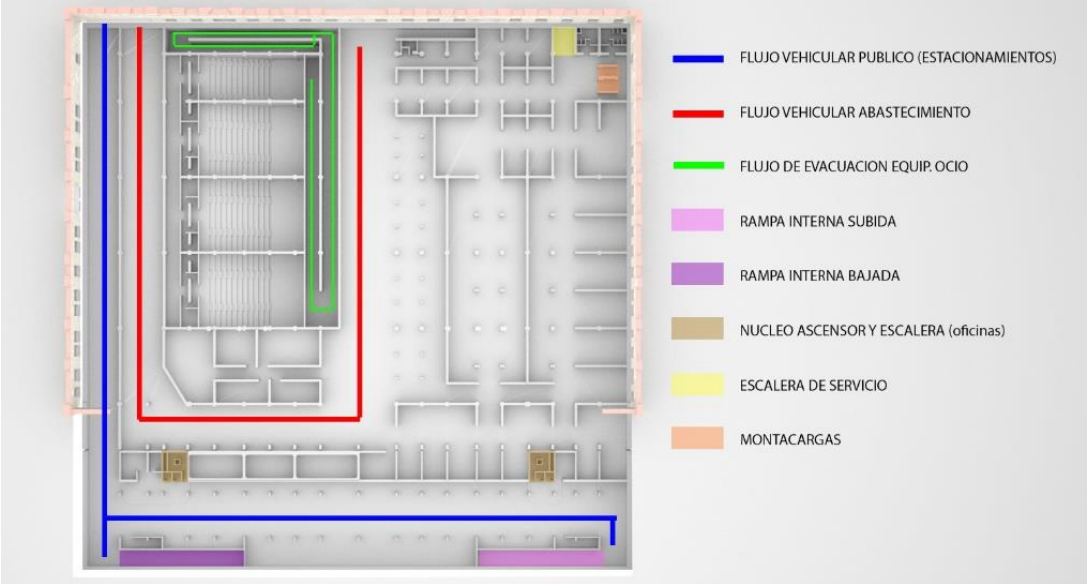
*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

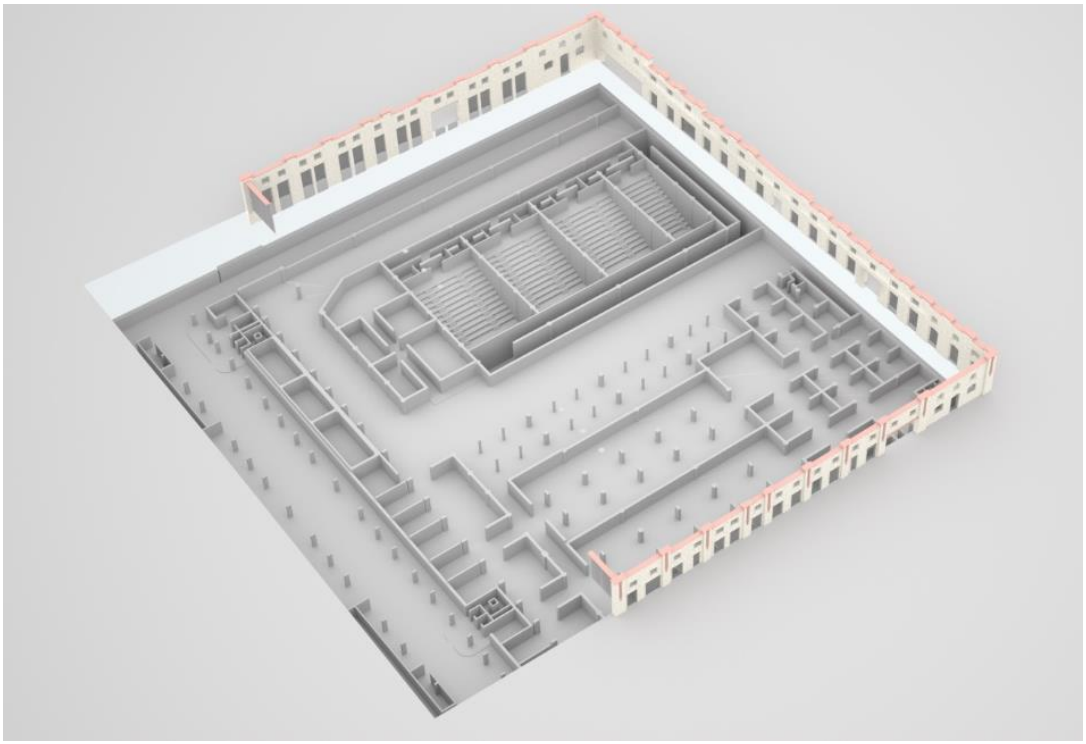
REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 631 Sistema movimiento sótano 4*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 632 Isometría sótano 4*



*Elaboración: Propia*

### 4.5.8 CONFIGURACION VOLUMETRICA Y APUNTES

La configuracion volumentrica general se compone de cuatro elementos

- ***Elemento 1***

  Las platafornas comerciales configuradas en U como contensor del agora interior en los frentes sur, este y oeste.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- ***Elemento 2***

  El pabellon de admnistrativo en el frente norte, que cuenta con las torres como remate y que en conjunto sirven de divisor y contensor de la plaza de acceso y el agora interior

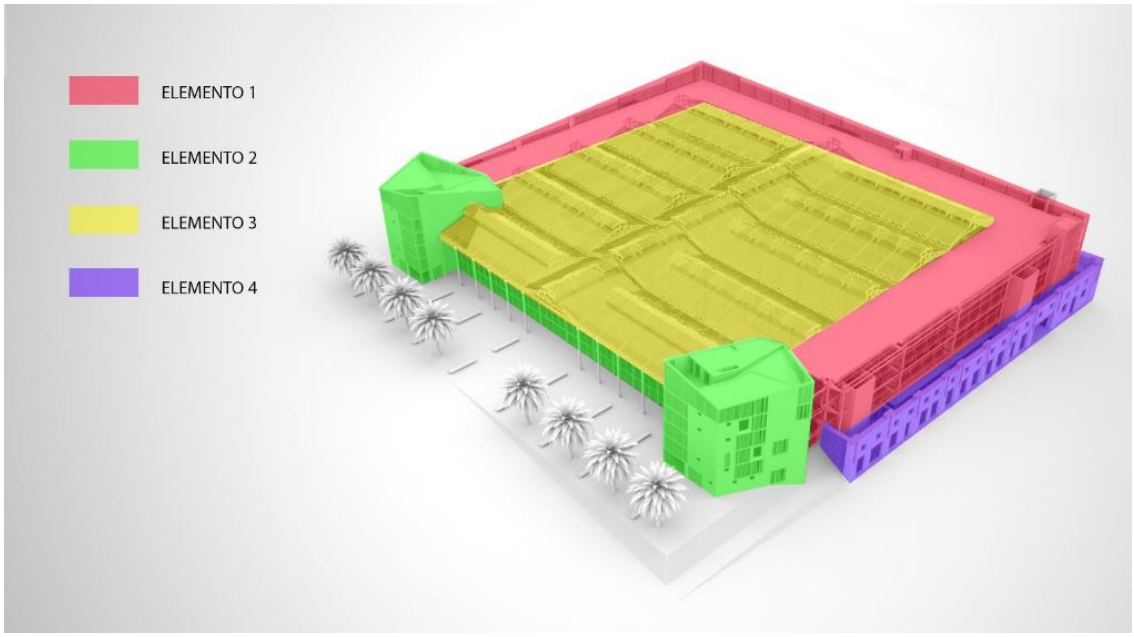
- ***Elemento 3***

  La cobertura del agora interna

- ***Elemento 4***

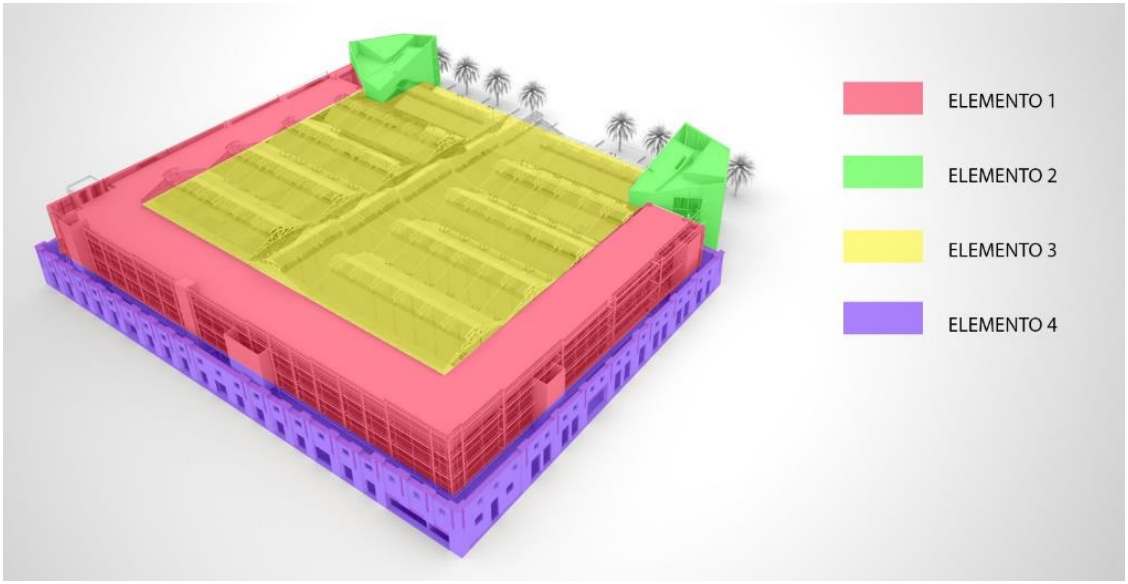
  La fachada historica de sillar , la cual sirve como basamento para la nueva propuesta.

*Gráfico 633 Configuración volumétrica esquema*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 634 Configuración volumétrica esquema*




*Elaboración: Propia*



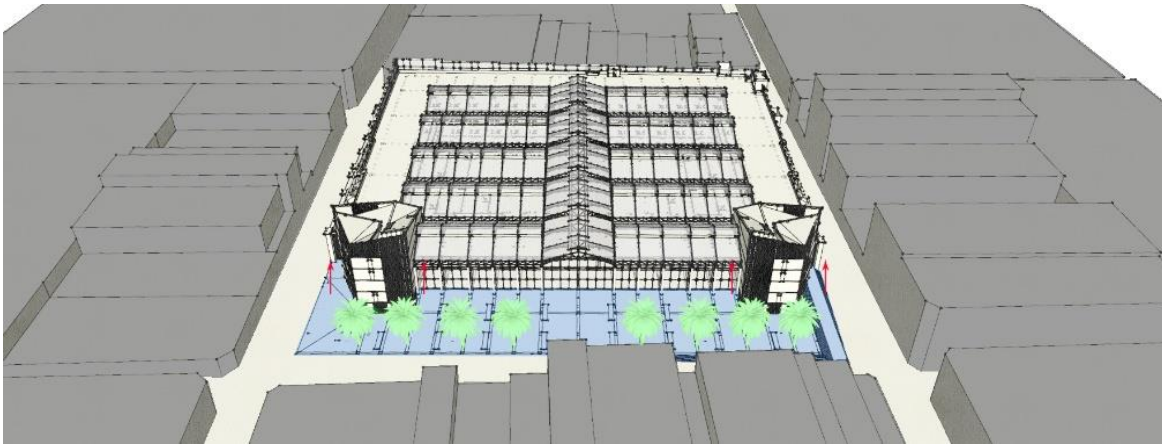
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

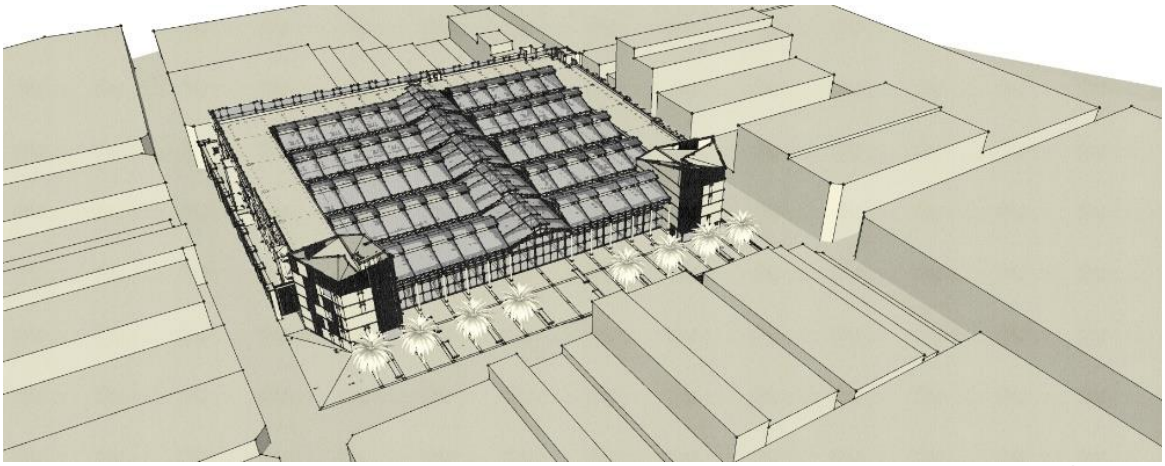
- Al contar con un entorno irregular que maneja diferentes alturas y estilos el equipamiento se mimetiza manejando dichos criterios en cierta proporcion, sin embargo jerarquiza armonicamente los elementos y zonas del equipamiento

*Gráfico 635 Vista del conjunto y su entorno*



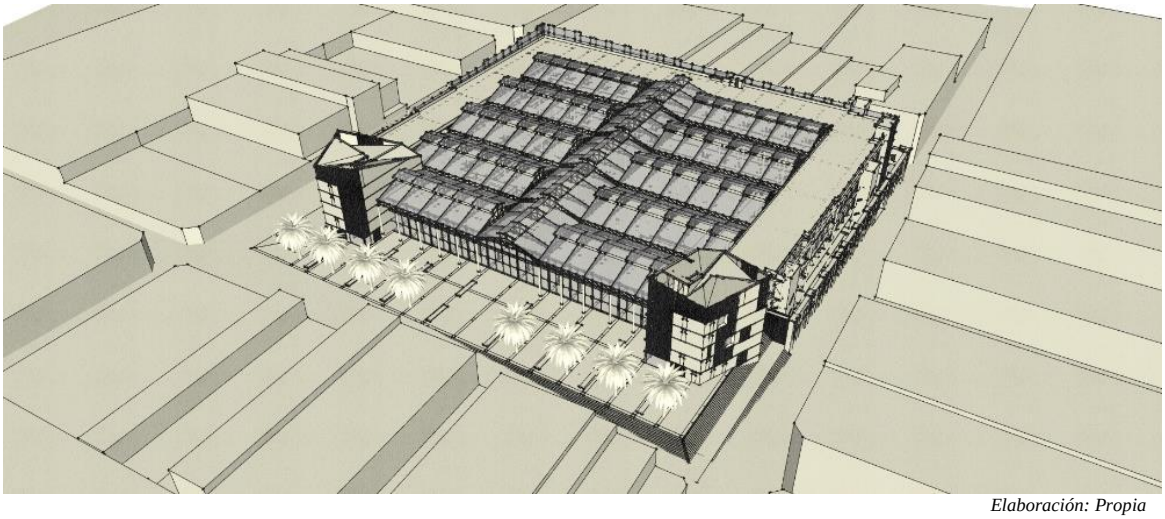
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 636 Vista del conjunto y su entorno*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 637 Vista del conjunto y su entorno*



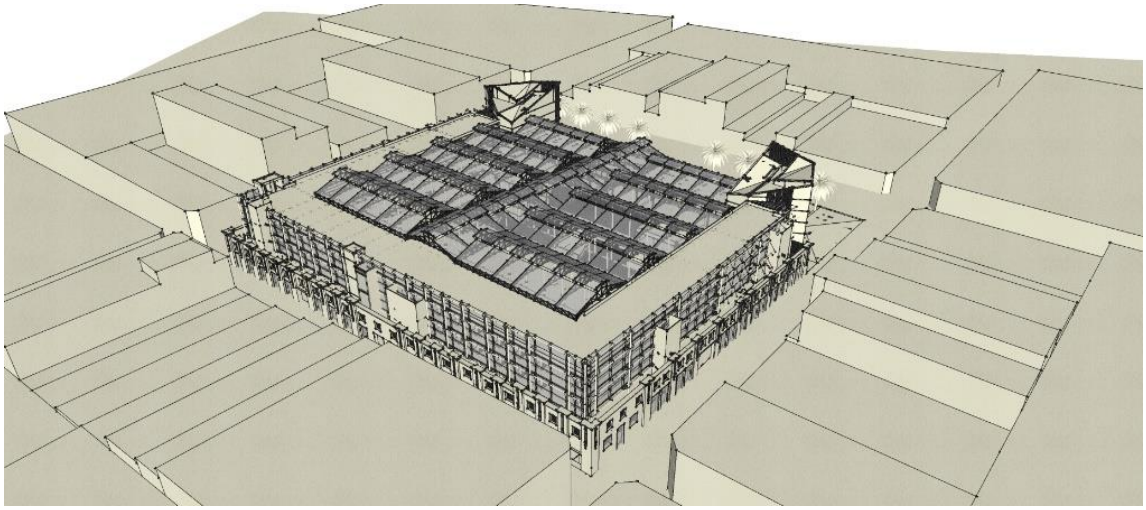
*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

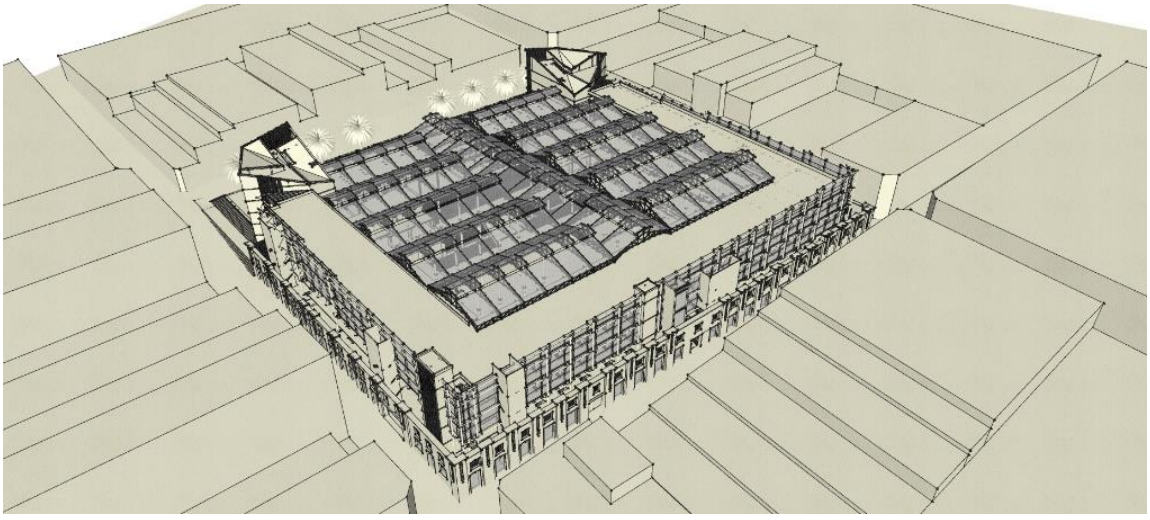
REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*Gráfico 638 Vista del conjunto y su entorno*



*Elaboración: Propia*

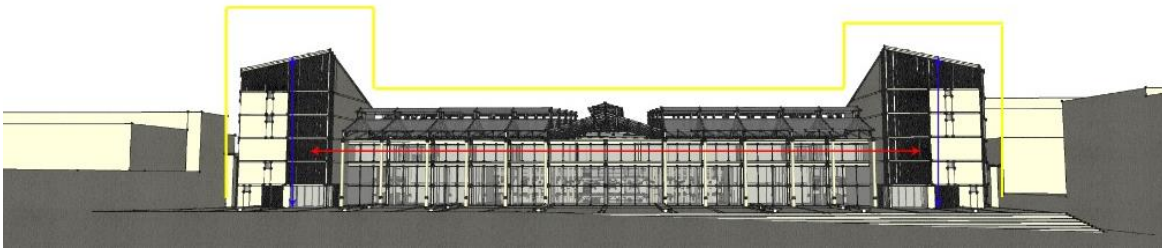
*Gráfico 639 Vista del conjunto y su entorno*



*Elaboración: Propia*

- Existe un predominio (en proporcion) de la linea horizontal sobre vertical, sin embargo manejando criterios de jerarquizacion permitiendole erigirse como un hito urbano manejando un promedio de altura mayor, para la fachada norte, se trata de un elemeto horizontal contenido por elementos verticales jerarquicos generando simetria.

*Gráfico 640 Fachada norte esquema compositivo*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Para las fachadas este oeste y sur se conservo la fachada prexistente a manera de zocalo o basamento de la propuestasiendo esta situada en un primer plano en un segundo plano se ubica una fachada vidriada(nueva) la cual conserva los cruterios compositivos de la fachada preexistente de elementos verticales en primer plano contenido por un fondo horizontal, de igual forma asi como la fachada prexistente maneja un escalonado linea diagonal en el sentido del terreno, la fachada vidriada maneja una linea diagonal pero esta en sentido opuesto lo cual permite el aprovechamiento del recorrido solar (al ser compuesta por vidrio fotovoltaico), las cuales hacia el lado norte (para las fachada este y oeste) se encuentran contenidas por un elemento vertical jeraquico, dotando de amonia compositiva al resultante total.

*Gráfico 641 Fachada oeste esquema compositivo*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 642 Fachada este esquema compositivo*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 643 Fachada sur esquema compositivo*



*Elaboración: Propia*



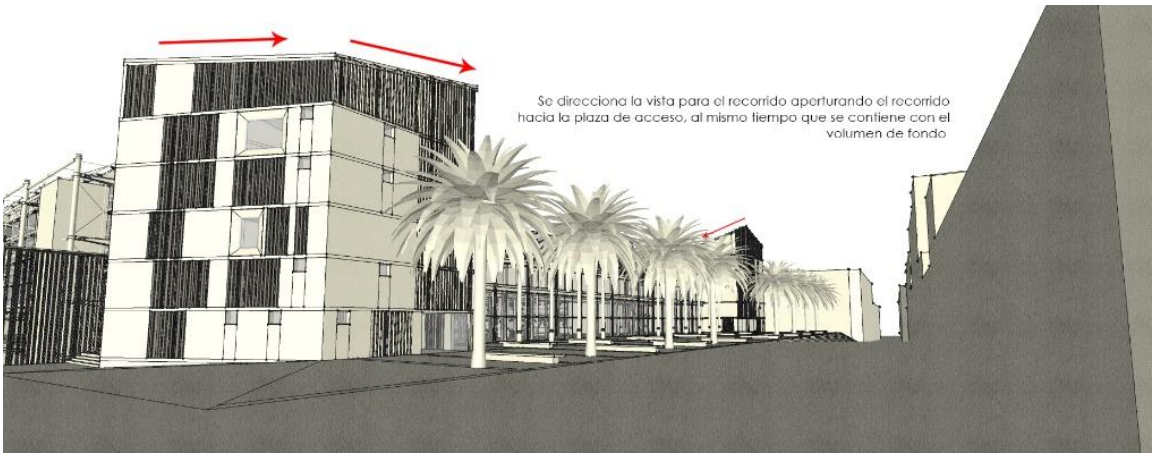
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

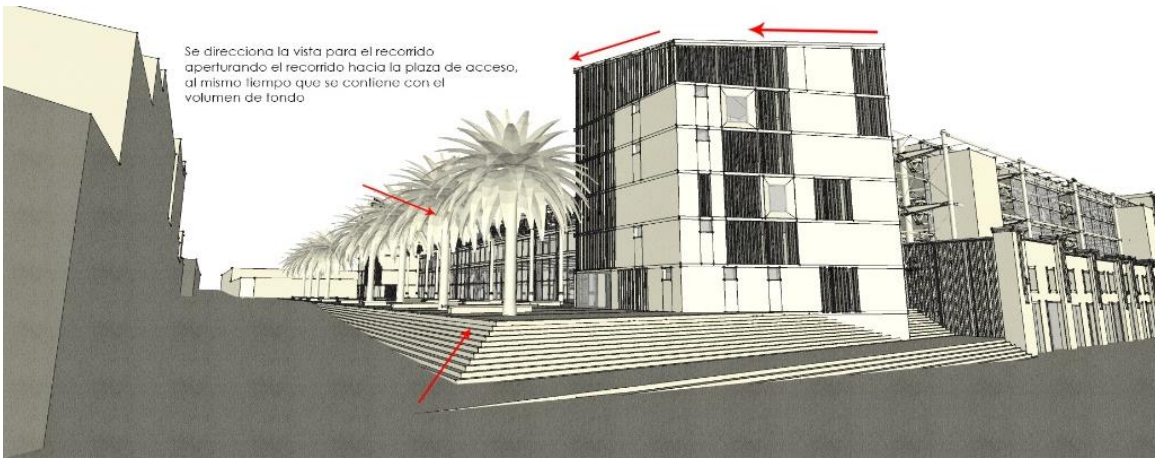
- A nivel peatonal se trabaja con la volumetria para generar elementos jerarquicos a manera de hitos y trabajar la aproximación al elemento arquitectonico y el recorrido del mismo desde el exterior haciendo uso de la volumetria, acentuando la perspectiva marcando la profundidad e importancia de los accesos principales (forntales y laterales).

*Gráfico 644 Esquema compositivo*



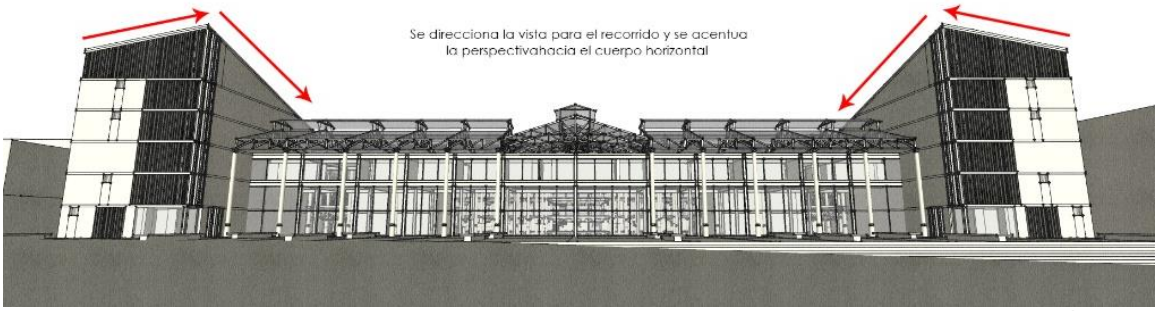

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 645 Esquema compositivo*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 646 Esquema compositivo*




*Elaboración: Propia*

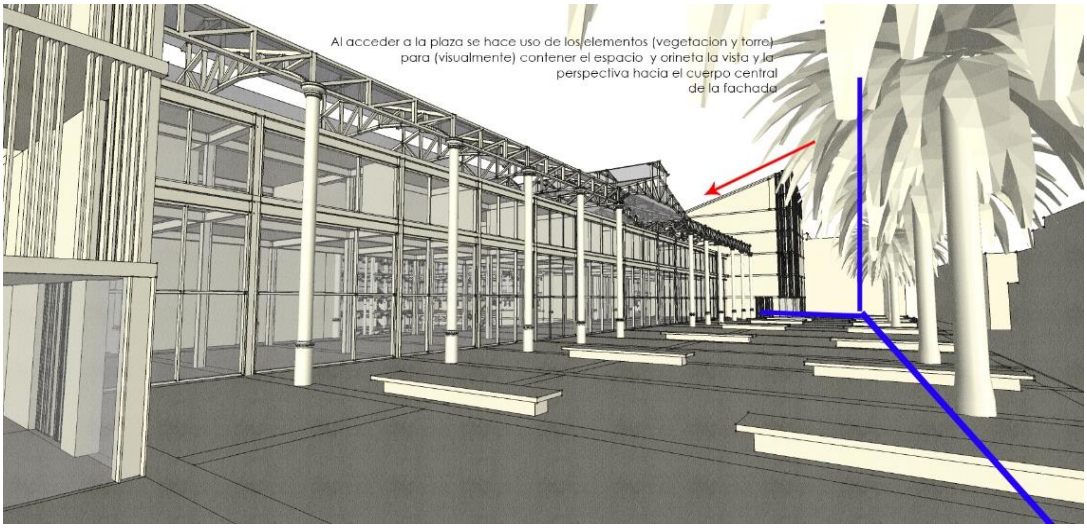


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

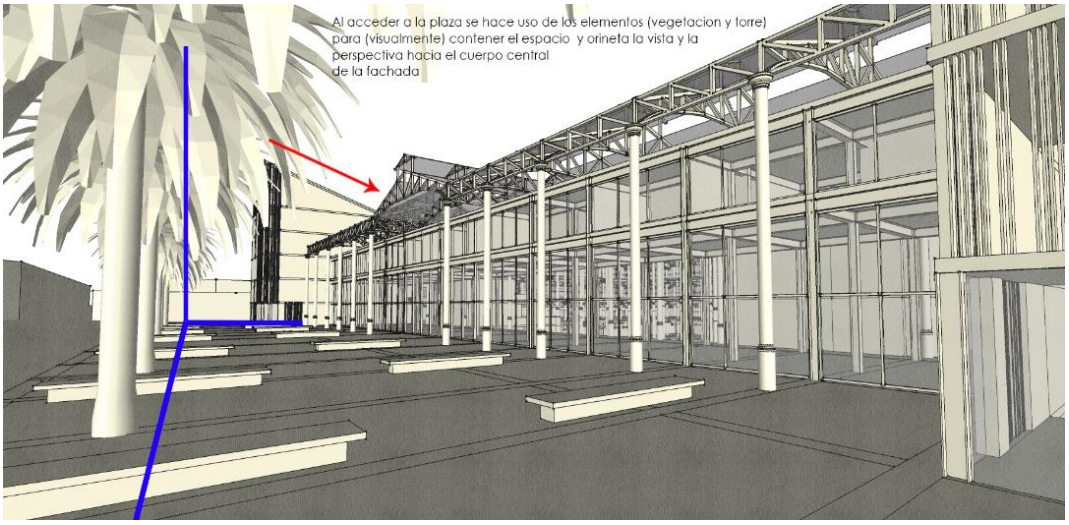
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 647 Esquema compositivo*



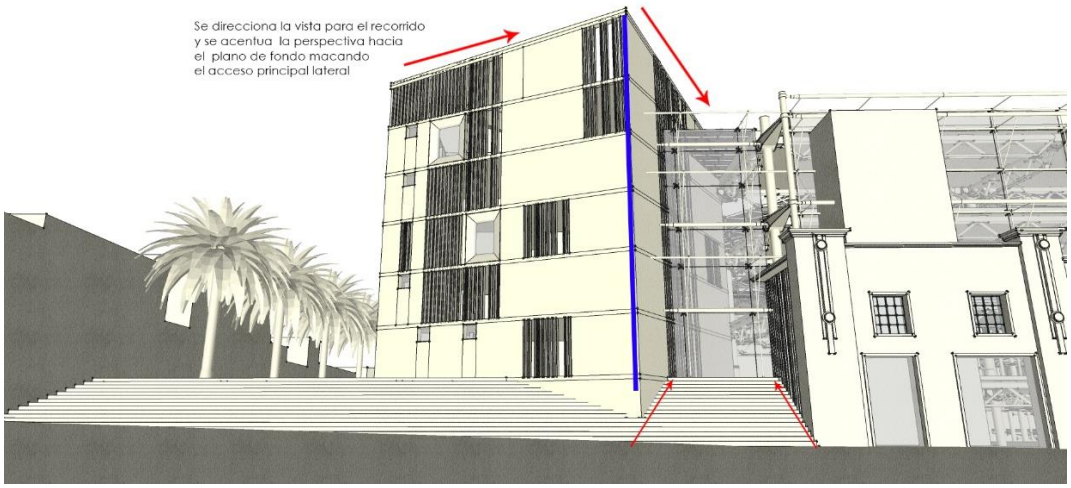

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 648 Esquema compositivo*




*Elaboración: Propia*

*Gráfico 649 Esquema compositivo*




*Elaboración: Propia*

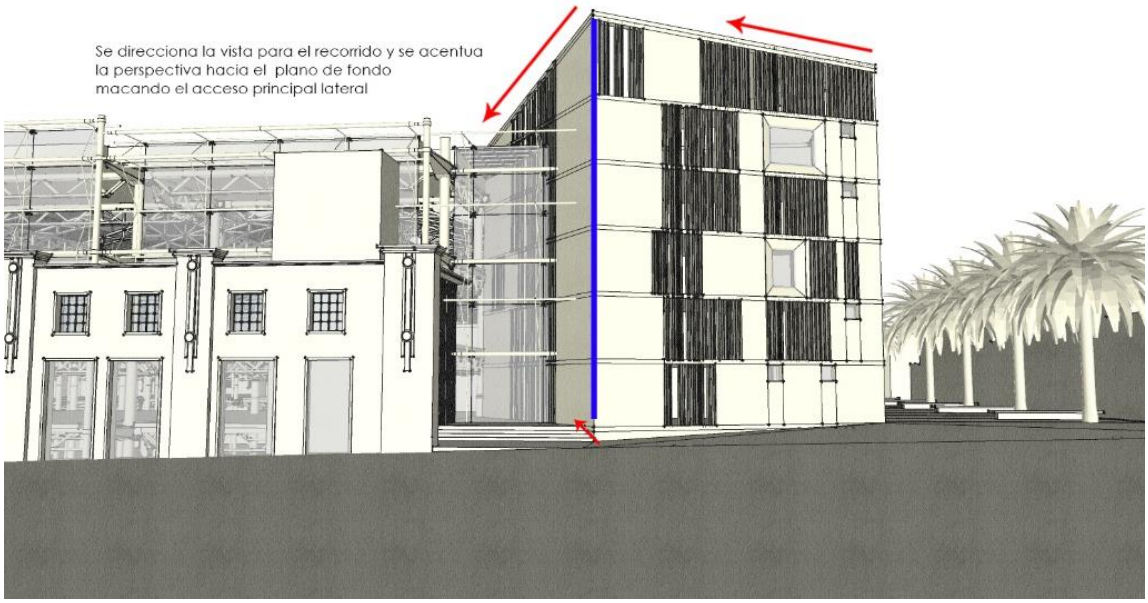


Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

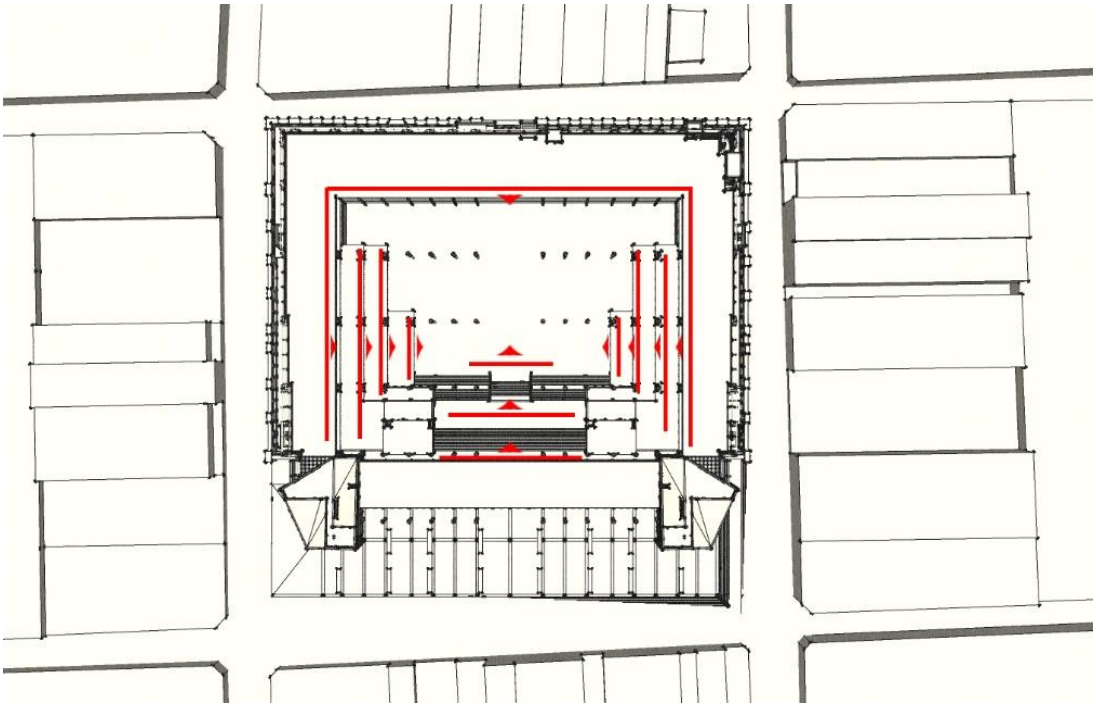
*Gráfico 650 Esquema compositivo*




*Elaboración: Propia*

- Interiormente secrea una plaza o agora central, para esto se hace uso del escalonamiento en sentido vertical y horizontal a manera de un anfiteatro. Generado por las plataformas a patir de los accesos a nivel debido a esto se amplian las columnas metalicas por medio de acoples, evideciandolas genrando asi una gran sala hipostila.

*Gráfico 651 Ágora central esquema compositivo*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

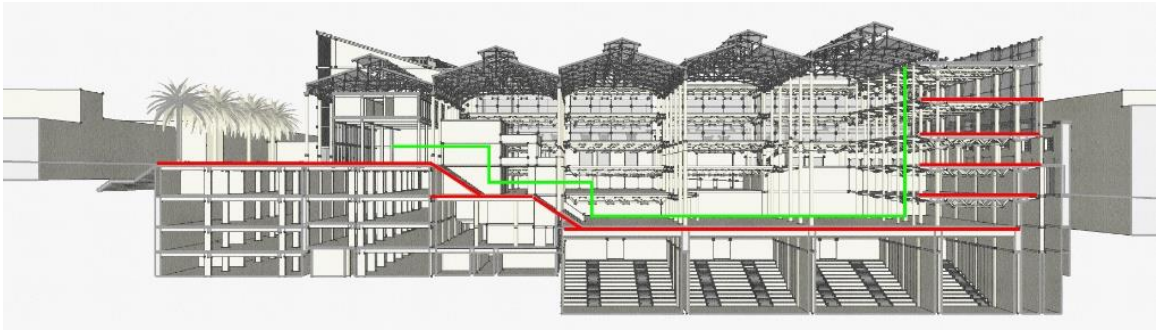
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 652 Ágora central esquema compositivo*



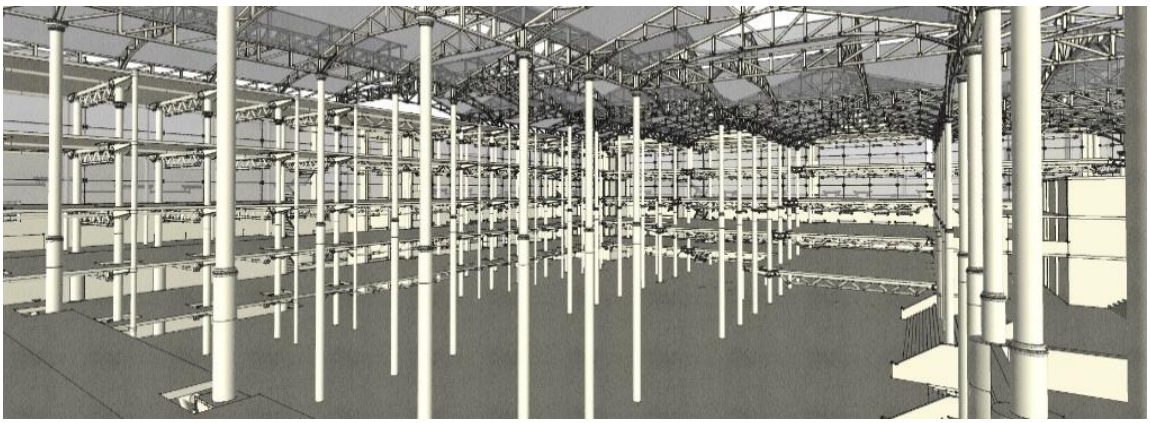
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 653 Ágora central esquema compositivo*



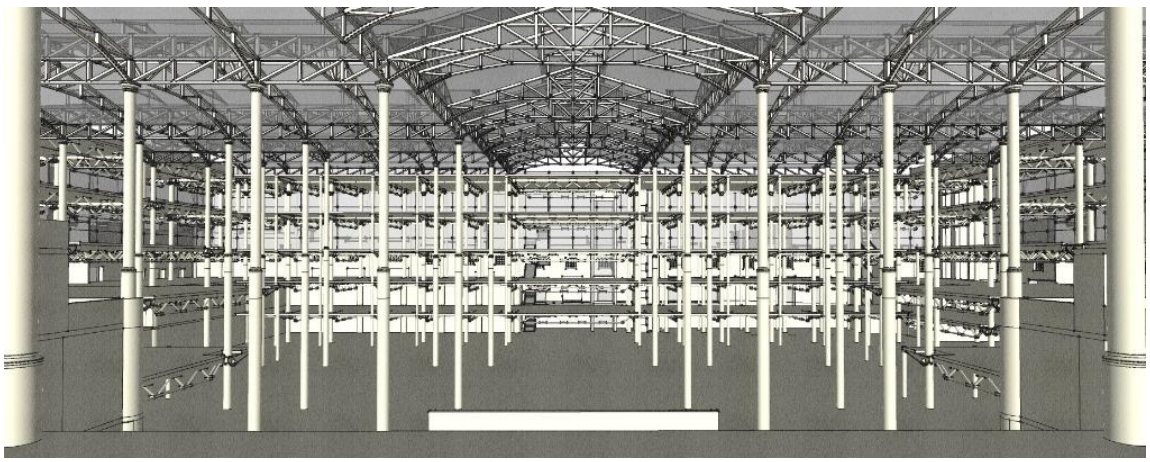
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 654 Sala hipóstila apunte*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 655 Sala hipóstila apunte*



*Elaboración: Propia*



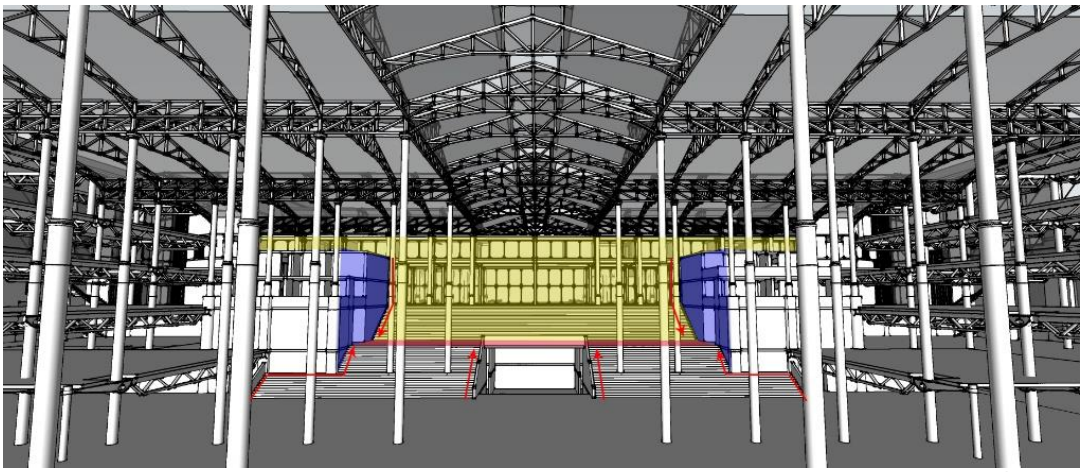
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

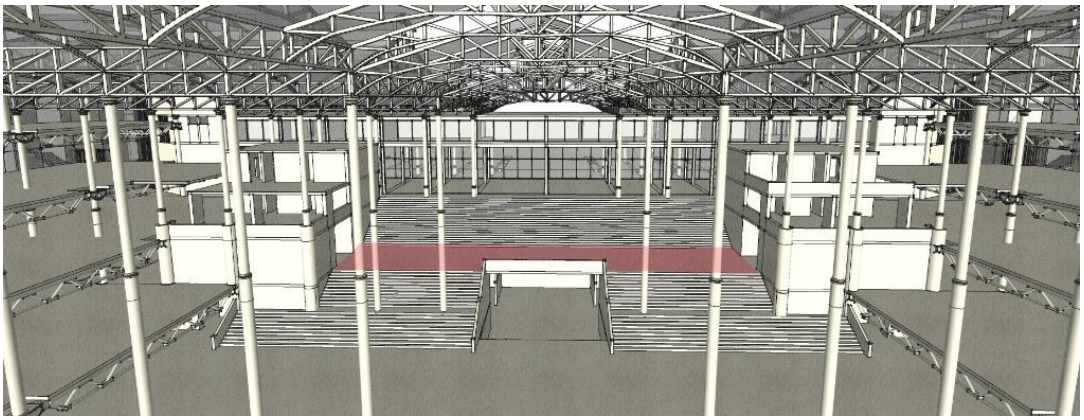
- El escenario principal se define en la zona norte hacia el cual se orienta y direcciona la perspectiva haciendo uso de una graderia monumental, y siendo conenido hacia los costados por los nucleos de baño y en la parte posterior por el pabellon norte, es as que los diferentes niveles generan balconeo hacia dicho escenario.

*Gráfico 656 Escenario central esquema compositivo*



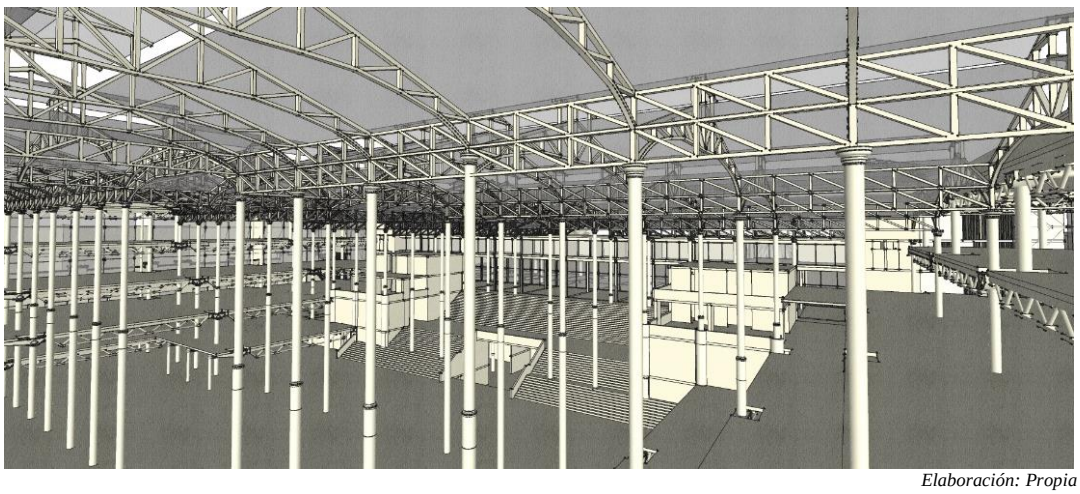
*Elaboración: Propia*

*Gráfico 657 Escenario central esquema compositivo*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 658 Escenario central apunte*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

### 4.5.9 IMÁGENES DEL PROYECTO

*Gráfico 659 Fachada norte*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 660 Fachada oeste*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 661 fachada este*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 662 Fachada sur*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

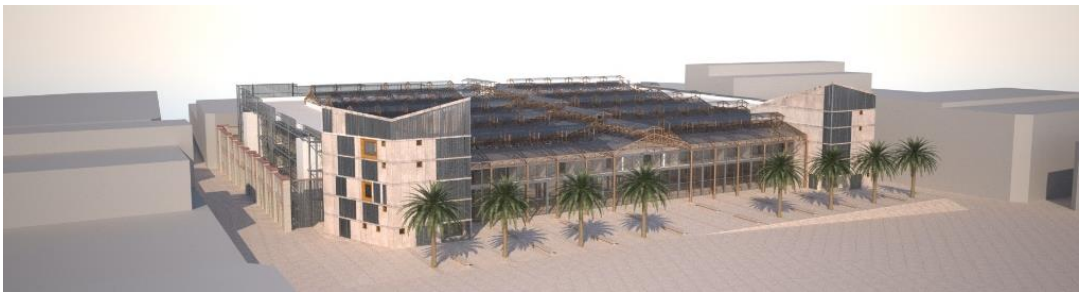
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 663 Proyecto vista aérea*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 664 Proyecto vista aérea*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 665 Proyecto vista aérea*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 666 Proyecto vista aérea*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 667 Proyecto vista aérea*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 668 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 669 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 670 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 671 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 672 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 673 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 674 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 675 Proyecto vista peatonal exterior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 676 Proyecto vista interior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 677 Proyecto vista interior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 678 Proyecto vista interior*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

*Gráfico 679 Proyecto vista interior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 680 Proyecto vista interior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 681 Proyecto vista interior*



*Elaboración: Propia*

*Gráfico 682 Proyecto vista interior*



*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## 4.6 MEMORIA DESCRIPTIVA

### 4.6.1 NOMBRE DEL PROYECTO

Puesta en valor del Mercado San Camilo

### 4.6.2 UBICACIÓN

El objeto de intervención se ubica en la Zona Monumental del Centro Histórico de Arequipa, en una de las manzanas del denominado Damero Fundacional del Mismo.

### 4.6.3 LIMITES

- Frente : Calle San Camilo
- Costado derecho : Calle Perú
- Costado izquierdo : Calle Piérola
- Fondo : Calle Alto de la Luna

### 4.6.4 TERRENO

- Area total : 1.32 Has (13194.98m2)
- Perimetro : 459.48 ml
- Forma : Poligono de forma regular, (cuadrado)
- Topografia : Presenta una pendiente de 2%, ascedente de oeste a este (calles San Camilo y Ato de la Luna) y una pendiente de 4% , ascendente de sur a norte (calles Piérola y Perú). Al interior del mercado actualmente se ubica una plataforma elevada a 1m (aprox.) de altura hacia la calle Piérola, conservando la pendiente de la Calle Perú

### 4.6.5 SOBRE EL CONJUNTO

La propuesta de la puesta en valor del Mercado San Camilo surge por la necesidad de realizar una reactivación comercial del Mercado San Camilo para hacer frente a las nuevas dinamicas comerciales y los formatos comerciales resultantes de esta ante los cuales ha venido perdiendo terreno a un ritmo acelerado y sostenido desde el año 2007, para esto se usara como base sus elementos y valores patrimoniales, como factor fundacional identitario y como valor agrado capitalizable, de igual manera para esta reactivación sera necesarias resolver las carencias de carácter logistico (abastecimiento, estacionamientos etc) y funcional para el desarrollo optimo de la actividad comercial, asi como presentar actividades complemntarias las caules seran de carácter empresarial, cultural, y de ocio loscuales se usaran como dinamizadores asi como actividades ancla, estas funcionaran como unidades complementarias entre si.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 4.6.6 DE LAS UNIDADES Y SUS FUNCIONES

**UNIDAD 1 - PLAZA DE ACCESO**

Esta unidad se encuentra sobre la actual Plazuela San Camilo la cual sera remodelada y ampliada para dar paso a la nueva Plaza San Camilo esta contara con un area propia de 2083.34 m2. Esta plaza sera un epacio continuo que permita el disfurte de la misma a los usuarios asi como serir de atrio a la fachada principal y de acceso principal al mercado y la unidad empresarial administrativa. Esta plaza poseera graderias que permitira salvar la diferencia de nivel existente en las calles San Camilo y Piérola.

**UNIDAD 2 - EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVO**

Esta unidad se compone de dos torres de edificios con 5 niveles , contando con 6 oficinas para venta o alquiler en cada torre, el tercer nivel de ambas torres se conectan (formalmente) por medio de un nivel elevado sobre el hall de acceso principal del interior del mercado.

Cada torre cuenta con un nuecleo de escaleras y dos ascensores, los cuales se conectan directamente con los sotanos de estacionamiento para publico, en el primer nivel se ubican una barra de recpcion y e instalaciones de conserjeria y mantenimiento de la torre, el tercer nivel albergara en el caso de la torre oeste las oficinas administrativas del complejo, y en el caso de la torre norte albergara el centro medico-guarderia que actualmente funciona en el mercado San camilo el cual se mantendra(como actividad) y se le brindaran un ambiente mas idoneo para su optimo funcionamiento.

Su area techada total es de 2985.78 m2 contando con los siguientes ambientes.

Nivel 1 (Torres oeste y este c/u)/ npt +-0.00 / Area techada: 275.18 m2

- Hall de acceso : 01
- Barra de atencion : 01
- Cuarto de tableros : 01
- Deposito : 01
- Baño recepcionista : 01
- Oficina : 01
- boño ; 02
- Escalera : 01
- Ascensor : 02



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Nivel 2 (Torres oeste y este c/u)/ npt + 3.00 / Area techada: 275.18 m2

- Hall : 01
- Oficina : 02
- Baño ; 04
- Escalera : 01
- Ascensor : 02

Nivel 3 (Torre oeste)/ npt +-6.00 / Area techada: 464.56 m2

- Hall : 01
- Escalera : 01
- Ascensor : 02

Administracion del conjunto

- Recepción secretaría : 01
- Sala de espera : 02
- Oficinas administrativas ; 06
- Sala de juntas : 01
- Gerencia (con baño privado) : 01
- Baño de hombres (nucleo) : 01
- Baño de mujeres (nucleo) : 01

Nivel 3 (Torre este)/ npt +-6.00 / Area techada: 870.24 m2

- Hall : 01
- Escalera : 01
- Ascensor : 02

Centro medico-guarderia

- Recepción secretaría : 01
- Sala de espera : 03
- Zona de cubiculos ; 06
- Sala de juntas : 01
- Direccion : 01
- Baño de hombres (nucleo) : 01



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Baño de mujeres (nucleo) : 01
- Farmacia : 01
- Consultorio : 08
- Topico(guarderia) : 01
- Cocina(guarderia) : 01
- Oficina (guarderia) : 01
- Cuna : 01
- Salon de juegos : 01

Nivel 4 (Torres oeste y este c/u)/ npt + 9.00 / Area techada: 129.07 m2

- Hall : 01
- Oficina : 02
- Baño ; 04
- Escalera : 01
- Ascensor : 02

Nivel 5 (Torres oeste y este c/u)/ npt + 3.00 / Area techada: 146.06 m2

- Hall : 01
- Oficina : 01
- Baño ; 02
- Escalera : 01
- Ascensor : 02

**UNIDAD 3 SOPORTE COMPLEMENTARIO**

**ESTACIONAMIENTOS**

Esta unidad se encuentra ubicada debajo de la plaza san camilo, el acceso y salida vehicular a esta unidad se realiza desde la calle Alto de la Luna por medio de una rampa descendente (de doble sentido) hasta el sotano 4 npt:-13.95 (desde el nivel de la calle (npt- 3.85), a partir de aquí se realiza el acceso a los sotanos superiores. Para realizar los recorrido de acceso y salida vertical (del sotano 1 al 1 y viceversa) se cuenta con dos rampas de sentido unico siendo una destina para los recorridos de subida y la otra para los recoorridos de bajada.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Cuenta con una capacidad total de 367 plazas para autos y 50 motociletas, distibuidos en cuatro niveles, a su vez esta unidad cuenta con 4 ascensores y dos escaleras que se conectan directamente con las torres de oficinas y la plaza de acceso al mercado, baños, cuarto extraccion de monoxidos, los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera. La parte posterior de los sotanos 2 y 3 se encuentran elevadas 0.50 cm. Del la parte frontal la cual se salva y se conecta por medio de dos rampas.

Cuenta con un area techada total de 14,445.90 m2 en los cuales se ecuentran los siguientes ambientes.

Sotano 4 / npt -13.95 / Area techada: 2358.30 m2

- Plazas de estacionamiento automoviles : 48
- Plazas de estacionamiento motocicletas : 12
- Cuarto de extracción de monoxidos : 02
- Baño de Hombres : 02
- Baño de Mujeres : 02
- Ascensores : 04
- Escaleras : 02
- Deposito ; 01

Sotano 3 / npt -10.80 y -10.30 / Area techada: 4029.20 m2

- Plazas de estacionamiento automoviles : 107
- Plazas de estacionamiento motocicletas : 12
- Baño de Hombres : 02
- Baño de Mujeres : 02
- Ascensores : 04
- Escaleras : 02
- Deposito ; 04



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Sotano 2 / npt -7.70 y 7.20 / Area techada: 4029.20 m2

- Plazas de estacionamiento automoviles : 107
- Plazas de estacionamiento motocicletas : 12
- Baño de Hombres : 02
- Baño de Mujeres : 02
- Ascensores : 04
- Escaleras : 02
- Deposito ; 04

Sotano 1/ npt -3.85 / Area techada: 4029.20 m2

- Plazas de estacionamiento automoviles : 105
- Plazas de estacionamiento motocicletas : 14
- Baño de Hombres : 02
- Baño de Mujeres : 02
- Ascensores : 04
- Escaleras : 02
- Deposito ; 05

*La rampa de acceso vehicular desde la Calle Alto de la Luna hasta el sotano 4 cuenta con una area techada de 720.70 m2.

**ABASTECIMIENTO Y LOGISTICA**

Esta unidad se encuentra ubicada debajo de la zona de plaformas comerciales, a nivel del sotano 4 (npt – 13.95), el acceso y salida vehicular a esta unidad se realiza desde la calle Alto de la Luna mediante una rampa descendente (de doble sentido).

En ella se encuentran las instalaciones para el abastecimineto de los comercio, carga, descargada y almacenamiento de productos y/o insumos, asi como las instalaciones para el mantenimiento y abastecimiento de energia electrica de y de reserva hidrica (cisternas), de



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

igual forma hacia esta unidad llega los ductos de basuras por lo que cuenta con una zona de contenedores para la acumulación de basura, es or eso que esta unidad cuenta con las dimensiones para perimitir el ingreso del camion de basura municipal a fin de realizar el recojo de basura de todo el conjunto.

Cuenta con un area techada de 7126.66 m2 en los cuales se ecuentran los siguientes ambientes.

- Plazas de estacionamiento comiones : 08
- Plazas de estacionamiento mini camiones : 02
- Almacenes : 89
- Camaras frigirificas : 06
- Vestuario Hombres : 01
- Vestuario Mujeres : 01
- Montacargas : 02
- Deposito logistica ; 01
- Canton de limpieza contenedores : 01
- Ducto de basura : 01
- Ducto instaciones (agua y electricidad) ; 01
- Cisternas : 03
- Cuarto de bombas : 01
- Central Fotovoltaica
  - Sala de control corriente alterna ; 01
  - Sala de control y monitorizacion ; 01
  - Sub estacion : 01
  - Cuarto de tableros : 01
  - Cuarto de generador fotovoltaico : 01

*La zona de los montacargas se conecta verticalemtne con las unidades cultural formativa y la unidad comercial para procurar el abastecimiento de estos



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**UNIDAD 4 - OCIO**

Esta unidad se encuentra ubicado en sotano, su acceso por el interior del mercado a nivel npt -10.30 en el sector sur-este del predio, compartiendo un hall de antesala con la unidad cultural – formativa. Esta unidad albergara cuatro salas de cine, siendo tres de estas con capacidad para 186 espectadores y una para 102 espectadores.

El acceso a la zona de salas de cines se realiza a nivel npt -13.95 al cual se desciendo por escaleras y rampa desde la zona de acceso (npt- 10.30),las salas de cines ceunta con una pendiete que desciende hasta el nivel 18.63, en el cual se encuentran las rampas (presurizadas) de evacuación de emergencia las cuales asciende hasta el nivel de la calle Alto de la Luna (npt -3.85) conectando el final del recorrido directamente con esta.

Cuenta con una Area techada de 3210.60 m2 en los cuales se ecuentran los siguientes ambientes.

- Hall de acceso : 01
- Boleteria : 01
- Oficina de taquilla : 01
- Cocina y barra : 02
- Baño de Hombres : 01
- Baño de Mujeres : 01
- Salas de cine ; **04**
  - Sala de control y proyector ; 04
  - Sala de proyección ; 04
  - Deposito : 02
  - Escaleras : 04

*El hall que comparte con la unidad cultural formativa tiene un area 163.50 m2

**UNIDAD 5 - CULTURAL - FORMATIVO**

Esta unidad se encuentra ubicado en sotano, su acceso por el interior del mercado a nivel npt -10.30 en el sector sur-oeste del predio, compartiendo un hall de antesala con la unidad de ocio, esta unidad añbergara instalaciones para actividades museograficas y de formacion diversa, contara con salones de uso mutiple para diversos publico.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Cuenta con una Area techada de 3544.94 m2 en los cuales se ecuentran los siguientes ambientes.

- Hall de acceso : 01
- Tienda de souvenirs : 01
- Boleteria (recepción) : 01
- Contabilidad (taquilla) : 02
- Baño de Hombres : 01
- Baño de Mujeres : 01
- Foyer : 01
- Salon de usos multilples (auditorio) ; 01
- Sala de exposiciones : 01
- Aulas taller : 04
- Salon de planificación de montajes : 01
- Deposito de montajes : 01
- Taller de restauración : 01
- Deposito de restauración : 01
- Depositos generales : 04
- Vestuario hombres : 01
- Vestuario mujeres : 01
- Gradas : 02

*El hall que comparte con la unidad cultural formativa tiene un area 163.50 m2.
*Adicionalmente como equipamiento cultural se encuentar la capilla destinada a albergar las imágenes liturgicas que actualmente posee el Mercado San Camilo, asi como las cofradias y hermandades que tambien poseen, asi como albergar celebraciones de misa. Esta capilla (con sus depositos y demas ambientes) cuenta con una area de 440.74 m2

**UNIDAD 6 - COMERCIO**

Esta unidad cuenta con las plataformas comerciales (5) las cuales albergaran los diferentes stands o puestos comerciales , estos se tratan de platafomas libres (continum espacial) con la finalidad de ser lo suficientemente flexibles en cuanto a distibucion y requerimientos espaciales de cada comercio dependiendo de su giro comercial, etc.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Adicionalente cuenta con nucleos de baños diferenciados para hombres y mujeres en 4 niveles, escaleras para circulación vertical y un ascensor panoramico, cuenta con una zona de montacargas la cual se conecta directamente (verticalmente) con la unidad de abastaecimiento y logistica del conjunto.

La configuración espacial de las 5 plataformas y sus graderias principales esta pensada a manera de un gran escenario debido a que esta tambien pordra albergar diversas activiades intinerante y/o efimeras pudiendo ser estas de diverso carácter (conciertos, desfiles, eventos liturgico -procesiones etc- performances, ferias, etc) las cuales dinamizaran y constituiran elemntos de atracción de publico.

El acceso a esta unidad se da por los cuatro frentes, teniendo el acceso principal por la Plaza san Camilo accediendo a la plataforma comercial 3 npt 0.00,

Por los frentes de la calle Pierola y Perú el ingreso realiza atraves de la plataforma comercial 3 npt+- 0.00 en el acceso cercano a la calle San Camilo y por la plataforma comercial 2 npt -3.85 en el acceso cercano a la calle Alto de la Luna.

Por el frente de la calle Alto de la Luna se da el ingreso por la plataforma comercial 1 npt -7.70 en sus 3 accesos, el acceso cercano a la esquina con la calle Piérola es unicamente de servicio. en la esquina con la calle Perú se ubican los accesos vehiculares para publico y abastacimiento (con recorridos independientes) al costados d eestos se encuentran las compuertas de emergencia con evacuación (de la unidad de ocio) directa a la Calle Alto de la Luna.

Desde la plataforma comercial 5 de esta unidad se da el acceso (al publico) a las unidades de ocio y cultural – formativa.

Cuenta con una Area construida de 22858.98 m2 en los cuales se ecuentran los siguientes ambientes.

Plataforma 1 / npt -7.70 / Area techada: 6488.72 m2

- Plataforma comercial : 01 (6005.98 m2)
- Baño de Hombres (nucleo) : 02
- Baño de Mujeres (nucleo) : 02
- Ascensor panoramico : 01
- Escaleras : 02



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Escalera de servicio : 01
- Montacargas ; 02
- Ducto de basura ; 01
- Ducto de instalaciones : 01

*Adicionalmente cuenta con la graderia principal que comunica con el acceso principal.
*El ascensor panoramico se ubica en el frente sur (Calle Alto de la Luna), al igual que los ductos de basuro de intalaciones.

Plataforma 2 / npt -3.85 / Area techada: 4425.61 m2

- Plataforma comercial : 01 (3599.12 m2)
- Baño de Hombres (nucleo) : 02
- Baño de Mujeres (nucleo) : 02
- Baño de Minusvalidos (nucleo) : 02
- Ascensor panoramico : 01
- Escaleras : 04
- Escalera de servicio : 01
- Montacargas ; 02
- Ducto de basura ; 01
- Ducto de instalaciones : 01

*Adicionalmente cuenta con la graderia principal que comunica con el acceso principal.
*El ascensor panoramico se ubica en el frente sur (Calle Alto de la Luna) , al igual que los ductos de basuro de intalaciones.

Plataforma 3 / npt +-0.00 / Area techada: 5471.73 m2

- Plataforma comercial : 01 (5280.84 m2)
- Baño de Hombres (nucleo) : 02
- Baño de Mujeres (nucleo) : 02
- Baño de Minusvalidos (nucleo) : 02
- Ascensor panoramico : 01
- Escaleras : 05
- Montacargas ; 02



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Ducto de basura ; 01
- Ducto de instalaciones : 01

*Adicionalmente cuenta con la graderia principal que comunica con los niveles de las plataformas 1 y 2

*El ascensor panoramico se ubica en el frente sur (Calle Alto de la Luna) , al igual que los ductos de basuro de intalaciones.

Plataforma 4 / npt +-0.00 / Area techada: 3705.46 m2

- Plataforma comercial : 01 (3514.56 m2)
- Baño de Hombres (nucleo) : 02
- Baño de Mujeres (nucleo) : 02
- Baño de Minusvalidos (nucleo) : 02
- Ascensor panoramico : 01
- Escaleras : 05
- Escalera de servicio : 01
- Montacargas ; 02
- Ducto de basura ; 01
- Ducto de instalaciones : 01

*El ascensor panoramico se ubica en el frente sur (Calle Alto de la Luna) , al igual que los ductos de basuro de intalaciones.

Plataforma 5 / npt +-0.00 / Area techada: 2767.46 m2

- Plataforma comercial : 01 (2767.46 m2)
- Ascensor panoramico : 01
- Escaleras : 05
- Escalera de servicio : 01
- Montacargas ; 02
- Ducto de basura ; 01
- Ducto de instalaciones : 01

*El ascensor panoramico se ubica en el frente sur (Calle Alto de la Luna), al igual que los ductos de basuro de intalaciones.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

### 4.6.7 CRITERIO ESTRUCTURAL

El conjunto cuenta con 4 niveles por debajo del nivel npt+-0.00, (npt -3.85, -7.20a -7.70, -10.30 a – 10.80 y -13.95) los cuales el zona frontal (debajo de la plaza san camilo se encuentran enterradas siendo sotanos destinados al estacionamiento vehicular de visitantes. En el espacio restante del predio se encuentran enterrados los dos ultimos niveles (npt -10.80 y 13.95) el ultimo nivel de este (npt -13.95) se encuentra destinado para la unidad de esquipamiento y logistica, y el nivel superior (npt -10.80) a las unidades, de ocio y cultural – formativa), estos sectores se plantean bajao un sistema aporticado de concreto armado, con presencia de muros de contención, y previendo el sistema de vigas y platea de cimentación para asegurar la estabilidad del conjunto, planteando la construcción de esta zona como un bunker dado que ademas de contener sus propias actividades sea seguras antes casos de desastres naturales y/catastofres y puedan ser usado(parte de estas instalciones) coma zonas seguras deacuerdo a los standares y el enfoque de los equipamientos de seguridad y usos especiales internacionales (inexisteste en el Sisteman Nacional de Estandares de Urbanismo peruano) debido a las condiciones naturales de riesgo de la ciudad de Arequipa. siendo asi el primer y unico equipamiento de esta clase a nivel nacional y por ende en la ciudad de Arequipa y su Centro Histórico)

Sobre la Plaza San Camilo se ubican las torres de oficinas las cuales cuentan con sistema combinado siendo estos un sitema aporticado de vigas placas y muros de concreto. para el asentamiento de estas torres en su base se usaran aisladores sismicos con el fin de mejorar la transmision de cargas hacia el soltano, en el caso del tercer nivel que se conecta seguira usando el mismo sistema para los ambientes que en encuentran en las torres, para el cuerpo conector se usara un sistema constructivo de columnas y vigas de acero tipo I (prefabricadas) las tabiquerias interiores podran ser con sistema drywall o muros de concreto prefabricados con sistema de ensamble en seco.

Las columnas y placas se han modularon de acuerdo a la arquitectura y se ha considerado una resistencia del concreto de 280 kg/cm2 dichos elementos se ha predimensionado considerando que van a asumir las cargas de sismo y para que puedan rigidizar la estructura en las dos direcciones conocidas, adicionalmente a estos para el predimensionamiento de las columnas se ha considerado que estas soportantran las columnas y sus piezas de expansión (unidas mediantes piezas de acople) que amplian su diametro de 0.4 m en el cuerpo de la columna a los 0.50 m de su base, por lo que tambien se consideración la amplación de su



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

diametro a 1m con el objetivo de ioptimizar la transmición de cargas y permitir el uso de aisladores sismicos

Las vigas y losas se predimensionaron considerando que la losa tendra el rol de diafragma rígido, por loque las vigas contaran con peralte para que puedan asumir las cargas verticales transmitidas por esta.

El sector de plataformas comerciales cuenta con una estructura metalica preexistente compuesta por columnas circulares, vigas de tijeral y cobertural triangular, la cual sera complementada con una nuevan estrucutura metalica la cual estara compuesta por columnas circulares (incluye algunas que se usaran como expansion de las preexistentesn usando piezas de acople para su union), vigas Vierendeel, mensulas(vigas giratorias), tirantes verticales (entre columna y mensula) y tirantes horizontales (entre mensula y mensula, y estructuras espaciales para las fachadas. Deigual forma esta se encuentra unida a las fachadas preexistentes de sillar por medio de disipadores sismicos de brazo, haciendo que todos los elementos funciones como unidad estructural asignando la disipación de cargas hacia las fachadas de sillar.

A continuación se nombran algunos criterios tomados para la Estructuración:

**SIMETRÍA**

La simetría se refiere a la configuración geométrica de una estructura, siendo esta deseable en sus dos direcciones principales, por tanto se relaciona con la ubicación de los elementos sismo resistentes tanto en elevación como en planta, con el fin de evitar los efectos torsionales difíciles de evaluar y que pueden ser destructivos ante la presencia de un sismo, por lo que ademas de las distribuciones internas de elementos sismo resistente se debe procurar que abarque (en la medida de lo posible) la distribución de los elementos no estructurales y la geometria de la forma resultante.

Conforme la estructura posea mayor simétria, reducirá las concentraciones de esfuerzos y torsión, siendo asi mas sencillo analizar (predictibilidad) su comportamiento ante cargas sísmicas.

En nuestro caso la simetria esta determinada (y/ocondicionada) apartir de la estrucutura metalica preesxitente, la cual se usa como pieza central para el diseño.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**RESISTENCIA PERIMETRAL**

Es conveniente colocar elementos resistentes en el perímetro, sean estos de preferencia muros de corte con el fin de resistir fuerzas laterales directas o de torsión o ambas, dado que en una configuración estructural simétrica cuando más distante del centro se coloquen los elementos estructuralesr, será mayor brazo de palanca y mayor será el momento resistente que pueda generar, debido a esto la configuración ideal es la forma geometrcia , sin embargo otras configuración pueden alcanzar una eficiencia adecuada.

Es asi que en el proyecto se hace uso de dispiadores y aisladores sismicos, de iigual forma se hace uso de la estrucutura espacial de la fachada nueva y de la fachada perimetral preexistente conectadas mediante disipadores sismicos como elementos que otoroguen esta eficiencia el la disipación de efecto de braazo de palanca.

**SIMPLICIDAD**

La simplicidad en la estructuración (criterio estructural), permite una menor incertidumbre en su comportamiento ante un sismo, ya que permite una mayor predictibilidad en el comportamiento de la estructura y una mayor idealización estructural de los elementos a difrerencia de estructuras muy complejas.

Es por esta razon que se ha buscado una continuidad entre la estrcutura metalica preexistente y la nueva estructura a fin de que sean complementarias y conformen una sola unidad

**TAMAÑO HORIZONTAL**

Debe evitarse en lo posible edificios con áreas en planta demasiado grandes, y si no se puede evitar esto, puede solucionarse fragmentando la estructura en bloques (alturas de 4 a mas niveles) mediante juntas sísmicas a fin que tengan comportamiento propio frente a un sismo.

Es por esto que se a optado por la configuración de plataformas sostenidas por medio de sistema estrucutural metalico, que pueda asegurar una continuidad y fluides espacial asi como un buen comprtamiento ante las cargas sismicas, para el caso de los sotanos se optado por realizar junta sistimica en la zona de estacionamientos al publico ya que esta cuenta con 4 niveles y soportara constatemene carga viva.

**PROPORCIÓN**

En el diseño sísmico las proporciones de un edificio son importantes, cuando, más esbelto sea un edificio, mayores los efectos del volteo producido por un sismo y mayores los



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

esfuerzos sísmicos en las columnas exteriores, en especial las fuerzas de compresión en las columnas exteriores, las cuales pueden ser difíciles de controlar.

Por tal motivo si bien se ha ganado altura con nuevos niveles se realizado conservando una proporcion moderada y tal como se explico en otros puntos se ha buscado la integración de estructura preexistente y la nueva estructura a fin de conforma una sola unidad, siendo asi la proporcion tomada a partir de esta y no de elementos separados.

**REDUNDANCIA ESTRUCTURAL**

La redundancia estructural se refiere al uso de más elementos sismorresistentes de los que requiere (aparentemente )una edificación, con el fin brindar mayor seguridad frente a condiciones extremas o no previstas en el cálculo estructural, por lo que resulta conveniente la existencia de diversos elementos sismorresistentes en la estructura que eviten que esta colapse durante un sismo.

Por tal motivo se hace uso de disipadores y aisladores sismicos, de igual manera se realizo el diseño de la estructura espacial para la fachada y su conección con la fachada preexistente con fines de disipación y optimización en la distribución de las cargas sismicas.

**UNIFORMIDAD Y CONTINUIDAD**

Se debe procurar una continuidad, por medio de elementos sismorresistentes que no cambien bruscamente de sección, tanto en planta como elevación a fin de evitar la concentración de esfuerzos.

Por tal motivo se opto por unificar todos los elementos del conjunto y por realizar la apliación de sección de manera gradual desde las columnas metalicas, acoples y los sotanos.

**POCO PESO EN LAS EDIFICACIONES**

Debe procurarse que la estructura y los elementos no estructurales sean lo mas ligeras posible ya que las fuerzas sísmicas (en una estructura) son proporcionales a su masa.

Por tal motivo se opto por realizar una estructura metalica para el cuerpo principal del conjunto.

**DIAFRAGMA RÍGIDO**

Para resistir fuerzas horizontales sin deformaciones (importantes), es necesario aportar a la estructura elementos que aporten rigidez en sus dos direcciones principales, un diafragma



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

rígido es la cobertura que une todas las columnas o muros de corte evitando que se deformen por igual, distribuyendo la fuerzas sísmicas en toda la estructura de manera uniforme.

En el caso de los sotanos y las torres de oficinas se opto por una losa de concreto in situ, para el caso de las plataformas comerciales , se hara uso de perfiles metalicos como viguetas complementando las vigas vierendeel, osbre las cuales se acentaran el sistema de losas pretensadas (prefabricadas).

**JUNTAS SÍSMICAS**

Cuando un edificio presente gran asimetría estructural en planta o elevación o sus elementos esten mal dispuestos, es conveniente separarlo en bloques, con el fin de que cada bloque tenga un comportamiento independiente evitando la torsión por irregularidad y el choque entre ellos para esto se hara uso de juntas sísmicaslas que son rellenadas con material blando, y por las que deberán considerarse columnas o placas independientes para cada bloque.

**PRE DIMENSIONAMIENTO DE LA JUNTA SÍSMICA**

El pre dimensionamiento de la junta sísmica se realiza teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

J = 3 + 0.004 (h-500)

Dónde: Aplicando la fórmula para la edilicia

J = 3 + 0.004 (800-500)

J = 3 + 0.004 (300)

J = 3 + 1.2

Se ha considerado por razones prácticas 5 cm de junta

**PRE-DIMENSIONAMIENTO DE ELEMENTOS ESTRUCTURALES**

**Losas:** Son elementos de Concreto Armado que hace Posible la existencia de Pisos y Techos en una edificación, tiene dos funciones principales: la primera es la transmisión de las cargas de gravedad y sobre cargas a las vigas y la segunda está ligada a las cargas de sismo, que es la obtención de la unidad de la estructura, funcionando como un diafragma rígido.

El proyecto presenta losas aligeradas las cuales han sido pre-dimensionadas considerando los siguientes criterios:



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

H = L /25

Donde L es la luz máxima entre apoyos para el tramo de la losa en nuestro caso se ha considerado un peralte de 0.50m

**Vigas:** Las vigas que se plantean para este caso tienen la función de soportar la cobertura de losa y trasmitir estas cargas a las columnas, tienen diferentes tipologías, presentándose en este caso:

Vigas chatas, cuando se tenga luces pequeñas

Vigas peraltadas, cuando las luces sean mayores

Se ha considerado la norma E-060 de concreto armado y algunos criterios muy usados como para realizar el predimensionamiento.

A fin de evitar la verificación de deflexiones la norma NTE-E.060, recomienda.

1. ancho / peralte ≥ 0.3

2. Peralte efectivo: d ≤ L/4

3. Ancho de vigas: b ≥ 25 cm., de preferencia cuando forman parte de pórticos o elementos sismorresistentes.

El peralte mínimo debe ser:

h ³ L / 12

**Columnas y placas :** Estos elementos al ser sometidas a cargas de compresión y momentos flectores tiene que ser dimensionadas considerando los dos efectos simultáneamente, tratando de evaluar cuál de los dos es el que gobierna en forma más influyente el dimensionamiento.

Las columnas y placas en este caso son de concreto armado para los sotanos y servirán como soporte de las vigas y de la cobertura, también tendrán un comportamiento sismorresistente.

Algunas recomendaciones para su predimensionamiento son las siguientes:

Según la norma NTE-E.060, indica que para edificios que tengan muros de corte, tal que la rigidez lateral y la resistencia van a estar principalmente controlados por ellos, las columnas se pueden predimensionar según la siguiente fórmula.

Área de columna = P servicio / 0.45 f ′c



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

dónde : f ′c = 210kg/cm2 en nuestro caso

Para el mismo tipo de edificio, el predimensionamiento de columnas con menos carga axial, como es el caso de las columnas exteriores o de las esquinas se podrán calcular de la siguiente fórmula:

Área de Columna = P servicio / 0.35 f ′c

Debe entenderse que P servicio es la suma de las cargas viva y muertas de todos los niveles que soporta la columna que en nuestro caso son 4 niveles en los sotanos de estacionamientos y 2 en la zona logistica los cuales a su vez soportan la carga de los 5 niveles (estructura metalica) de las plataformas comerciales

### 4.6.8 CRITERIO PARA INSTALACIONES ELECTRICAS

Generalidades y alcances del proyecto

El presente proyecto tiene como objetivo suministro de energía eléctrica de la propuesta PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO, así como la distribución y ubicación de tomacorrientes, interruptores, salidas de iluminaciónde los ambientes interiores, sistema de iluminación de ingreso, e iluminación exterior, la propuesta contempla la generación de energia fotovoltaica, con lo cual seria una edficio autososostenible (en cuanto a energia electrica), adicionalmante la generación de energica electrica de la infraestructura serviria ademas de para su autoabastecimiento para la venta de energia a la empresa estatal SEAL.

**DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA**

El suministro de Energía eléctrica se ha proyectado desde una central fotovoltaica propia (ubicada en el ultimo sotano) a la cual llega la energia en forma de corriente continua (acumulada por todos los paneles y vidirios fotovoltaicos) pasando a un aprimea sala donde se encontrara las unidades de control, unidad de potencia para pasar luego por los armarios de corriente continua , inversores, armarios de protección y control de corriente alterna) pasando a una segunda sala dispues a 2.5 m de sdistancia la cual dispondra de la unidad de control y la sala de monitorización final y transformadores es de esta sala de la cual sale la red interna, que debido al tamaño y requerimientos del mismo se plantea una acometida de media tensión, para esta acometida tienendo una derivación subterránea de las red de línea de media tensión, un medidor y de aquí pasa a una tercera sala que sera la Sub-estación Eléctrica. A partir de allí se da la acometida a los elementos del conjunto, mediante una red



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

subterránea. La cual dispone de buzones de control de 0.60m2, con un distanciamiento máximo entre ellos de 50.00m.

La acometida de la energía eléctrica llega directamente a una quinta sala o Sala de Fuerza. La que contempla además de un Tablero de Transferencia y un Generador Eléctrico en caso de emergenciasy desde la cual tb podra salir la derivación para la conección a la red pública en caso de optar por vender la energia resultante a la empresa SEAL.

La alimentación hacia los tableros de distribución de cada zona del conjunto, parten de un Tablero General, la alimentación a los diferentes sub-tableros es a través de ductos de concreto de 4 vías, hasta las proximidades de los tableros, y la acometida será directamente enterrado y con tubería de PVC SAP. Para el caso de la zona de plataformas comercial correra el cableado subterraneo directamente haci un ducto general de instalaciones (tanto electricas como de agua) la cual se conecta directamente de manera vertical con todos los niveles.

Apartir de este ducto /ubicado en el frente sur) se realizara la distribución de la red eleclectrica para las plataformas siendo estas expuestas (dentro de un ducto horizontal) de aluminio teniendo cada 8m aprox reguladores para el corte de enrgia por secciones, esto se hace on el fin de poder habilitar puntos de energia electrica segun la ubicación y requerimientos de cada comercio, siendo un diseño flexible.

La iluminación exterior será directamente enterrada de acuerdo a las normas del código nacional de electricidad, y con luminarias a media altura tipo decorativa.

A los tableros llega la conexión del pozo a tierra de los diferentes tomacorrientes de las instalaciones interiores.

Una vez habiltados los puntos de luz alimentadores de un comercio y habiendo hecho estos su hablitación en tabiqueria ligera (ej. Drywall)deberan seguir los mismos requerimientos de las instalaciones en los sotanos y las oficinas.

Estas instalaciones serán empotradas en tuberías de material plástico pesado, según el Código Nacional de Electricidad (C.N.E.), Todos los accesorios, llámese tomas de corriente, interruptores, y tableros de distribución, los que irán empotrados dentro de cajas metálicas, fabricadas y normalizadas según el C.N.E.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Comprende las instalaciones en:

- Sistema de Baja tensión (220 V).

- Sistema de Iluminación general.

- Sistemas de Iluminación exterior

Sistema de Baja tensión

Este sistema comprende:

- Red de alimentadores.- Se ha proyectado del tipo empotrado en piso, y en ducto para recorrido vertical. Los Alimentadores comprenden desde el punto de alimentación (caja de toma) hasta el Tablero en el cuarto de máquinas.

- Red de Alumbrado y Tomacorrientes.- Se ha proyectado del tipo empotrado.

Adicionalmente se han previsto circuitos de reserva para ser utilizados cuando por necesidad se requieran. Comprende: tuberías, cajas de pase, cajas de salida de alumbrado, tomacorrientes, interruptores, tableros de distribución.

**SISTEMA DE ILUMINACIÓN**

**Comprende:**

Iluminación Convencional.- Se ha previsto el sistema de iluminación directa con artefactos fluorescentes y lámparas led para las .

Iluminación Exterior: Se ha previsto el sistema de iluminación indirecta con artefactos ahorradores de energía, fluorescentes y led y vapor de sodio. La iluminación exterior es con pastorales dobles en postes de fierro y de luminaria decorativa a media altura en los diferentes caminerías y áreas.

**SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

Se ha previsto para el sistema proyectado la alimentación eléctrica por medio de una estación fotovoltaica propia.

**POZO A TIERRA**

Se ha considerado un pozo de tierra para cada uno de los tableros, en donde converge el conductor de tierra de los tomacorrientes de los diferentes ambientes, de acuerdo al código nacional de electricidad, sistemas de utilización, Tomo V.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

### 4.6.9 INSTALACIONES SANITARIAS

**DEL CONJUNTO**

Se ha planteado un sistema convencional de instalación sanitaria, para agua y desagüe teniendo en cuenta que el proyecto se encuentra en una zona urbanizada.

Para el abastecimiento de Agua Potable se construirán tres cisternas en el cuarto sotna , con una capacidad combinada de 339 m3 los cuales abastecerán de la red generaln caso de emergencia, podran hacer frente ante un incencio.

**DE LAS UNIDADES DESARROLLADAS**

Las instalaciones se harán de forma convencional (empotrada) para el caso de los sotanos, las torres de oficinas, y los nucleos de baños en la zona comercial, para las plataformas comerciales se realizara a distribución por medio del ducto general de instalaciones en el frente sur del cual saldran hacia toda la plataforma las tuberias contra incendios tuberias de abastecimiento de agua y de manera expuesta con llaves de paso tipo bola cada 8m con el fin de poder interrmpir el abastecimiento por sectores y asi poder crear puntos de abastecimiento deacuerdo a las dimensiones, ubicación y requerimientos de cada comercio, siendo un sistema de diseño flexible.

**INSTALACIONES DE AGUA FRÍA**

El sistema de agua fría llega a los diferentes aparatos sanitarios por presión gracias a un sistema d ebombeo que salvara la diferencia de nivel hasta el punto mas alto y lejano a ser servido.

**INSTALACIONES DE DESAGÜE Y VENTILACIÓN**

Las plataformas comerciales seran los unicos puntos a no contar con sistema de desague, para el resto de unidades el sistema de ventilación, permite la adecuada ventilación de los aparatos sanitarios con montantes que deberán prolongarse 30 cm. sobre el techo final del edificio, debidamente dotadas cada salida de un sombrero de ventilación.

**TUBERÍAS Y ACCESORIOS PARA LAS INSTALACIONES DE AGUA FRÍA**

Para los sotanos y torres de ogficinas as redes de agua fría serán tuberías PVC de ½”con uniones y accesorios roscados de hidro 3. Estas iran empotradas en pisos y paredes y para la distribución hacia los pisos superiores se hará a través de ductos. Las tuberías para agua caliente serán de hidro3 incluido las conexiones y accesorios .



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Las válvulas de agua fría, caliente, compuerta, checks, flotadores, etc. Serán de bronce y con uniones roscadas, además al lado de cada válvula se instalará una unión universal.

Para las plataformas comerciales al ser las tuberias del sistema contra incendios y de abastecimiento al ser expuestas estas deberan ser de hierro galvanizado con capa de zinc a fin de poseer un mayor soporte para la humedad.Para el caso de la tuberia del sistema contra incendio esta debera ir pintada aplicando una base anticorrosiba especial y luego aplicando pintura epoxica, esta tendra aspersores cada 3.5 m , en el caso de la tuberia de abastecimiento esta poseera valvulas de paso tipo bola cada 8m

**TUBERÍAS Y ACCESORIOS PARA INSTALACIONES DE DESAGÜE Y VENTILACIÓN**

Las tuberías y accesorios para desagües y bajada de lluvias, en todos los casos serán de PVC, con uniones de espiga y campana. Las tuberías para las redes exteriores enterradas, serán de cemento normalizado con uniones de espiga y campana para fijarse con estopa alquitranada y mortero, cemento, arena en proporción 1 : 3 y sobre solado de concreto.

**EJECUCIÓN, TRAZADO Y MANO DE OBRA**

Las tuberías distribuidoras de agua en los baños y ambientes sanitarios en general se instalarán en los falsos pisos, procurando no hacer recorrido debajo de los aparatos o cimientos salvo las derivaciones o ramales a cada aparato o cuando el diseño lo exija.

- Las uniones universales serán del tipo normal con asiento de bronce cónico.
- En las tuberías de desagüe, se usarán reducciones y bushings para los cambios de diámetro asi como para conexiones a aparatos o equipos.
- Los registros roscados serán de bronce de cierre hermético.

**REGISTROS Y CAJAS**

Los registros serán de cuerpo de bronce y tapa roscada herméticamente. Se instalarán al ras del piso terminado, en sitio accesible para poder registrar. Las cajas serán de albañilería dotados de marco y tapa de fierro fundido.

**TERMINALES DE VENTILACIÓN**

Los colectores de bajada o ventilador independiente se prolongarán como terminal sin disminución de su diámetro, llevaran sombrero de ventilación el cual sobresaldrá como mínimo 0.50 m. del nivel de la azotea.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Los sombreros de ventilación serán de plástico o eternit, de diseño apropiado de manera que no permita la entrada de materias extrañas y deberán dejar como mínimo área libre igual a la del tubo respectivo.

**GRADIENTES DE LAS TUBERÍAS**

Las gradientes de los colectores principales de desagüe, serán de 1% como mínimo para todos los ramales y colectores. A todo lo señalado anteriormente se adjunta un juego de planos referidos a las instalaciones sanitarias respectivas.

**Sotanos:** Para los sotanos se conservara la pendiente de las tuberias, lo cual sera complementado con un pozo de bombeo. La cual guararan la descarga hacia la cnexion con la red publica para estos se usara la cota del terreno mas baja siendo esta la calle Alto de la Luna.

## 4.7 JUSTIFICACION Y VIABILIDAD DE LA PROPUESTA

### 4.7.1 LEGAL

La propuesta cumple con la viabilidad legal necesaria ya que incluye en su desarrollo integral las bases normativas urbanas y parámetros municipales asi como la normativa patrimonial internacional, nacional y local como marco de referencia general.

De igual forma se cuenta con el hecho de que el objeto de intervención y su zona de de emplazamiento cuentan con la clasificación de ZRE (Zona de reglamentación especial) permite la creación de planes y reglamentaciones especificas, pudiendo contar estos (de acuerdo a base legal) con autonomia y excepciones con respecto a los regalmentos genericos.

Con respecto a la propiedad del predio e inmueble para la ejecuacion integral de la propuesta se encuentra amparada tanto por el mecanismo legal de concertacion entre las partes, asi como la ley especifica de expropiaciones forzadas al ser un proyecto de interes público.

### 4.7.2 SOCIAL

Consolidar al Mercado San Camilo como un hito urbano de carácter comercial, moderno competitivo y con posibilidades de evolución en el tiempo y su zona de emplazamiento como la polaraidad comercial de la centralidad a la que pertenece pero con alcance metropolitano.

Para esto no solo se centrara la diversificación comercial, tambien se apoyara en los valores históricos y patrimoniales del Inmueble y su zona de emplazamiento de igual forma uno de los enfoques del proyecto es la de un servir como un equipamiento de seguridad para epocas



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

de riesgo y desastres naturales segun el enfoque internacional, el cual actualmente es inexistente en la ciudad y a nivel nacional.

Es asi que la justificación más importante es que la propuesta servira como un elemento emblematico que ayude generar y /o consolidar un valor identitario en la población Arequipeña y brindara diversos aportes a la ciudad y sus habitantes convirtiendose en un proyecto catalizador que ayude a crear las condiciones para resolver los diversos conflictos presentes en el barrio y el Centro Histórico de Arequipa

### 4.7.3 ECONOMICA

#### 4.7.3.1.1 PRESUPUESTO

**VALOR DEL PREDIO**

Como se explico en el documento el 26% de los puestos comerciales se encuentran privatizados, lo que se traduce en 316 puestos (de 1216) según datos actuales de la administración del Mercado San Camilo tomados para la iniciativa de priviatización (aun en evaluación) conun costo (concertado entre la municipalidad y los comerciantes) de 12 mil y 13 mil soles c/u. Siendo asi que obtenemos

*TABLA N° 44 Valor del predio*

| PUESTOS | COSTO UNITARIO (S/.) | COSTO TOTAL (S/.) |
|---|---|---|
| 316 | 13000.00 | 4108000.00 |

*Elaboración: Propia*

**VALOR DE LA CONSTRUCCIÓN**

Para estimar el costo de construcción de la propuesta se tomara como referencia el indice de costo de construccíon comercial por m2 aprobado por el Ministerio de Construcción, para la sierra el mismo que utilizado por FONCODES, (Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social) ICG (Instituto de la Construcción y Gerencia) etc. el cual corresponde a $700 el mismo que se eleva a $800 en los Sotanos, debido a que estos requeriran de Muros de contención, movimiento de tierras y sistemas complementarios (disipadores sismicos),

Para la construcción las plataformas comerciales se mantendra el mismo indice debido a que si bien esta requieres de elementos metalicos especiales de fundición para la estructura general y fachadas y vidirio y paneles fotovoltaicos, estos se compensan con la utilización de elementos prefabricados (drywall, Losas pretensadas supermix)y por no contar con tabiques intermedios.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*TABLA N° 45 Costos por zonas*

| | ESPACIO | AREA CONSTRUIDA m2 | INDICE $ | COSTO $ |
|---|---|---|---|---|
| SOTANOS | SOTANO 1 | 4400.53 | 800.00 | 3520424.00 |
| | SOTANO 2 | 4732.30 | 800.00 | 3785840.00 |
| | SOTANO 3 | 8749.13 | 800.00 | 6999304.00 |
| | SOTANO 4 | 13194.98 | 800.00 | 10555984.00 |
| | **SUB - TOTAL** | | | **24861552.00** |
| TORRES | NIVEL 1 | 550.36 | 700.00 | 385252.00 |
| | NIVEL 2 | 550.36 | 700.00 | 385252.00 |
| | NIVEL 3 | 1334.80 | 700.00 | 934360.00 |
| | NIVEL 4 | 258.14 | 700.00 | 180698.00 |
| | NIVEL 5 | 292.12 | 700.00 | 204484.00 |
| | **SUB - TOTAL** | | | **2090046.00** |
| PLATAFORMAS COMERCIALES | PLATAFORMA 1 | 6488.72 | 700.00 | 4542104.00 |
| | PLATAFORMA 2 | 4425.61 | 700.00 | 3097927.00 |
| | PLATAFORMA 3 | 5280.84 | 700.00 | 3696588.00 |
| | PLATAFORMA 4 | 3514.56 | 700.00 | 2460192.00 |
| | PLATAFORMA 5 | 2767.46 | 700.00 | 1937222.00 |
| | **SUB - TOTAL** | | | **15734033.00** |
| | **TOTAL $** | | | **42685631.00** |
| | **TOTAL S/. (CAMBIO BCRP: 3.28)** | | | **140008869.68** |

*Elaboración: Propia*

Es asi la inversión total de la propuesta seria las siguiente

*TABLA N° 46 Costos generales totales*

| | |
|---|---|
| COSTO PREDIO S/. (EXPROPIACIÓN) | 4108000.00 |
| COSTO DE LA CONSTRUCCIÓN S/. | 140008869.68 |
| COSTO DIRECTO S/. | 144116869.68 |
| 18% IGV | 25941036.54 |
| **COSTO TOTAL PROYECTO S/.** | **170057906.22** |
| **COSTO TOTAL PROYECTO $** | **51846922.63** |

*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Cabe resaltar que (a excelción del IGV) se han excluido costo de tramites burocratcios tales como habiilitacion urbana, aranceles de importación de materiales(ej. Paneles y vidrio ofotovoltaico) licencia de construción etc, debido a que porla naturaleza del proyecto, este puede ser exonerado de tales costos por los gobiernos locales y el nacional, tal como ya sucedió anteriormente (ver marco histórico).

#### 4.7.3.1.2 FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD

Calcular la rentabilidad de un proyecto nos permite conocer la eficiencia de la inversión y cual sera su grado de atractibilidad y tiempo de recuperación, para los inversionistas involucrados en su finaciamiento, asi como para los futuros arrendatarios.

Es asi que se mostrara n algunas fuentes de financiamientos los cuales podrian ser ejecutados de manera independiente o conjunta con diferentes porcentajes de participación y ganancia, de igual forma se calcularan el promedio de ingresos propios (anuales) derivados de la ejecución y funcionamiento del proyecto.

**FINANCIAMIENTO**

**Recursos propios de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales – INVIERTE.PE**

El 24 de Febrero del 2017 entro en vigencia Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones INVIERTE.PE, el cual reemplaza al Sistema Nacional de Inversiones (SNIP) constituyendose asi (por reemplazar al SNIP) en el medio mas comun de financiamiento.

El Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones INVIERTE.PE es un sistema administrativo del estado a través del Ministerio de Economía y Finanzas constituyéndolo en socio estratégico de los ministerios, gobiernos regionales y gobiernos locales, buscando la eficiencia, en el uso de los recursos públicos con el para generar una transformación económica y social (de los territorios bajo su administración) que se decante en el mayor mayor impacto socio-económico y bieniestar para la población.

Esto lo realizan mediante la selección e implementación de carteras estratégicas de proyectos de inversión pública de alto impacto, orientados a mejorar la calidad de vida de la población, en igualdad de oportunidades, siendo asi que (de acuerdo a la reglamentación provista or el MEF) solo podra calificar la siguiente tipo de inversión:



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

*"Formación de capital físico, humano, natural, institucional o intelectual que tenga como propósito crear, ampliar, mejorar o recuperar la capacidad de producción de bienes o servicios que el Estado tenga responsabilidad de brindar o de garantizar su prestación."*

*Ministerio de Economia y Finanzas MEF*

Las caracteristicas mencionadas en los parrafos anteriores, se encuentran presentes en el proyecto, lo cual sumado al alto beneficio e impacto que generara su enfoque como el primer equipamiento de seguridad (a nivel nacional) autosustentable en caso de riegos y desastres naturales justifican la necesidad de invertir parte del presupuesto público en este tipo de obra .

El ciclo del proyecto contempla las fases de:

- ***Programación multianual:*** Se hace la evaluación de brechas de infraestrectura y servicios, asi como la definición de los objetivos, metas e indicadores.
- ***Formulación y evaluación:*** Se llenan las fichas técnicas o se desarrollan estudios de preinversión, la evaluación y registro de proyectos en el Banco de Inversiones
- ***Ejecución:*** Se realiza el expediente técnico, la ejecución del proyecto y el seguimiento físico y financiero a través del Sistema de Seguimiento de Inversiones.
- ***Funcionamiento:*** Se realiza el reporte del estado de los activos, se programa el gasto para operación y mantenimiento asi mismo ocurre la evaluación expost de los proyectos.

**Canon Minero**

Tal como indica la base legal para la regulacón del Canon Minero (Leyes Nº 27506, 28077 y 28322), los ingresos producidos por este deberan ser orientados unicamente al financiamiento o co-financiamiento de proyectos de inversión o infraestructura de impacto regional y local.

Es asi que este se constituye en un medio para el financiamiento eficaz del proyecto (canalizado por el gobierno regional y/o locales involucrados) debido al gran impacto y contribución (generación de energia electrica, equiapamiento de seguridad en caso de riesgo y desastres) a nivel metropolitano que supondra, de igual forma esto lo califica para la asignación de un monto constante para:

- Mantenimiento de la infraestructura
- Desarrollo y mantenimiento de actividades orientados a la investigación y formación que potencien el desarrollo regional



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Elaboración de perfiles de proyectos de inversión publica que se encuentren eel marco de gestión de Arequipa Metropolitana

**Inversión por proyectos MDL (Mecanismo de Desarrollo Limpio)**

El sistema de inversiones MDL se encuentra orientado hacia los paises desarrollados con metas de reducción de emision de GEI (gases invernadero)y para paises en vias de desarrollo como el nuestro.

El MDL se encuentra destino a cumplir con los siguientes objetivos

- Ayudar a los paises desarrollados a cumplir sus metas de reducción de GEI (gases invernadero)
- Apoyar a los paises en vias de desarrollo en la transeferencia tecnologica y fomentar el desarrollo sostenible.

Para ser elegible dentro del marco de MDL el proyecto debe cumplir con alguno de las siguientes caracteristicas y regulaciones.

- El país donde se realice el proyecto debe tener una Autoridad Nacional Designada para el MDL.
- El país donde se realice el proyecto debe haber ratificado el Protocolo de Kyoto.
- El proyecto debe demostrar tener beneficios reales, medibles y a largo plazo.
- La reducción de las emisiones deben ser adicionales a las que se producira en ausencia de la actividad del proyecto certificada.
- Los proyectos deben contribuir al desarrollo sostenible del país.

Cabe resaltar que el presente proyecto califica y cumple con los parametros mecionados debido a que:

- La autoridad nacional designada para el MDL es Ministerio del Ambiente a través del FONAM (Fondo Nacional del Ambiente – Perú
- El Perú pertence a la UNFCC (Panel intergubernamental de la Naciones Unidas para el Cambio Climatico) y es suscriptor del Protocolo de Kyoto
- El proyecto contempla la implementación de tecnologia fotovoltaica, la cual se encuentra orientada a su auto-sutentabilidad, la cual ademas de servir para su funcionamiento propio opcionalmente podria, contribuir a la sostenibilidad (suministro electrico) de un sector de la ciudad



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- La generación de la zona de servicios (carga descarga abastecimiento) asi como la zona de estacionamientos conjuntamente a la implementación de un plan de gestión unificado del equipamientocontribuir a reducir las emisiones generadas por el parque automotor.
- Tal como se explico anteriormente el enfoque de los sectores subterraneos del proyecto como equipamiento de seguridad en caso de riesgos y desastres naturales lo constituye en un elemento que contribuira al desarrollo local y nacional, cuyo beneficio podra ser notado en corto, mediano y largo plazo.

**Concesión Privada y Pago de Regalias**

Otro medio de financiamiento se es el de la concesión privada del equipamiento (pudiendo ser esta en su totalidad o por sectores), si bien existe cierto receleo con respecto a la inversión privada en el financiamiento de un proyecto de carácter público, se trata de un metodo altamente eficiente en el uso de recursos y en el desempeño en el funcionamiento de los equipamientos.

Esto se debe a que asegura un manejo eficiente, continuo y estable del proyecto, asegurando el pago ininterrumpido de ganacias liquidas que pueden ser utilizadas para diversos aspectos del proyecto (durante su funcionamiento) o para otros proyectos de la ciudad, a tráves del pago de regalias, ganacias e impuestos.

Sabiendo esto trataremos de especular sobre algunas entidades privadas (compatibilizandolos por sector de inversión) que puedan participar como inversores via concesión y pago de regalias.

- **Entidades Bancarias**: Podria serle asignada la concesión (individualmente o en conjunto) de las oficinas para arrendamiento, estacionamientos públicos, de igual forma podria tener en concesión la administración general del equipamiento.
- **Franquicias de estacionamientos:** Podria serle asignada la concesión de los sotanos de estacionamientos
- **Universidades:** Podria serle asignada la concesión (individualmente o en conjunto) de los ambientes que componen la Unidad 5 Cultural- Formativo: centro de cultural, talleres de formación, SUM, etc.
- **Cadenas de Cines:** Podria serle asignada la concesión de la Unidad 4 - Ocio

*Se han excluido la concesión de otros ambientes, tales como las plataformas comerciales y sus zonas complementarias de abastecimiento y logistica ya que su naturaleza es el



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

arrendamiento para generar ingreso directo desde el inicio, de igual forma el centro medico ya este es pensado como un aporte a ser administrado por el Ministerio del Salud, de igual forma se a excluido el ambiente dedicado al culto religiose ya que este es pensado como un aporte sin fines de lucro.

**RENTABILIDAD**

En este punto se analizarán los principales ingresos derivados del funcionamiento y se plantearán algunos escenarios hipotéticos de montos generados.

**Fuentes de ingreso**

- Alquiler de plazas de estacionamientos para automoviles y motocicletas.
- Alquiler de Zonas de depositos complementarios para oficnas
- Alquiler de Oficinas
- Alquiler de plazas comerciales (sistema flexible por m2)
- Alquileres de aulas taler de formacion
- Gestión de talleres de formación y capacitación
- Ingresos por funcionanmiento de centro cultural
- Proyección de Peliculas (Salas de Cine)
- Alquiler de depositos (sotano de abastecimiento)para comercios externos.

**Montos hipoteticos**

***Estacionamientos***

Según datos del estudio mercado 2018 (a nivel nacional) de Control Parking, la tarifa promedio de parqueo para automoviles se ubica en S/.8.00, la misma que puede elevarse hasta en un dependiendo de diversos factores (emplazamiento, instalaciones, costo del terreno, etc), en el cual el costo o valorización del terreno representa el 60% del costo de tarifa, tambien señala que debido a la desacelaración del boom inmobiliario este se porcentaje se elevara hasta representar el 70% .

De igual forma tambien podemos tomar en cuenta el programa de parqueos publicos “Zonas Azules” a cargo de la benficiencia pública el habiendo comenzado con una tarifa S/.1.50 se a elevado a S/.4.00, cabe resaltar para la beneficencia publica de Arequipa los ingresos producto de este servicio son liquidos, debido a que estos se ubican en zonas expuestas de la vía pública y por tanto en la valorización de la tarifa no influye caracteristica tales como el costo del terreno e inversión en infraestructura.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

De igual forma la tesis: El Espacio Arquitectónico Y Su Connotación Lúdica En Edificaciones Comerciales Centro Comercial Para El Joven De Independencia, de la Universidad Ricardo Palma, señala que diferentes porcentajes para estimación de ingresos para los diversos espacios y/o servicios de un de un centro comercial (a nivel nacional) señalando que para estacionamientos un escenario conservador considera el 85% de ocupación (tanto nro de plazas como horas de funcionamiento).

Sabiendo estos datos determinamos una tarifa de S/.3.00 a S/.5.00 para automoviles , en un total de 312 plazas de estacionamiento de automoviles (de 367) por un espacio de tiempo de 20 horas y 310 dias al año (de 24 horas y 365 dias), no se consideraran motocicletas por ser tarifas especiales.

Es asi que podriamos obtener los montos anuales hipoteticos de S/5803200.00 (S/.18720.00 diarios) en el caso de cobrar S/.3.00 y de S/.9672000.00 (S/.31200.00 diarios) en caso de cobrar S/.5.00, siendo su equivalente en dolares (cambio 3.28 de BCRP) . $1769268.29 y $2948780.48 respectivamente.

***Plataformas comerciales***

Tal como explicamos en el documento la distribución de los puestos comerciales en la plataformas comerciales, manejara criterios de falexibilidad y adatablidad, por lo que se para determinar los ingresos por arrendamiento, debemos determinar el area arrendable y el costo por m2.

Según datos actuales de la administración del Mercado San Camilo tomados para la iniciativa de priviatización actualmente el costo promedio de alquler de los puestos del mercado San Camilo, es de S/. 50.00 al mes, de igual forma deacuerdo los datos de los planos de levantamiento de la Comisión de Privatización de de los mercados de propiedad municipal (Municipalidad de Arequipa) el area promedio de los puestos mercado San Camilo es de 2.00 m2, dandonos un promedio de S/.25.00 por m2.

De igual forma la tesis: El Espacio Arquitectónico Y Su Connotación Lúdica En Edificaciones Comerciales Centro Comercial Para El Joven De Independencia, de la Universidad Ricardo Palma, señala que en el caso de area comercial arrendable, un escenario conserador (a nivel nacional) supone el considerar el 90% de ocupación y de acuerdo a los datos de nuestra programación el area arrendable que manejamos en las plataformas comerciales es de 14817.60 m2 siendo su 90% 13335.84 m2.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Sabiendo estos datos y tomando en consideración que los comerciantes actuales sera reubicados en la nueva propuesta dandoles facilidades, determinamos que conservado la tarifa actual de S/.25.00 por m2 obtenemos el monto anual hipotetico de S/. 121689540.00 (S/.333396.00 mensual), de igual forma al no tener costos de energia electrica, podemos, especular que la tarifa de S/.25.00 puede ser elevada a S/.50.00 ofreciendo acceso a las unidades de almacenamiento de la zona de abastecimiento con el alquiler de el puesto comercial. en este escenario obtenemos el monto hipotetico anual de S/. 243379080.00 (S/. 666792.00 mensual) siendo el equivalente en dolares (ambos) $. 37100469.51 y $. 74200939.02 respectivamente.

***Oficinas de arrendamiento***

Para este punto consideraremos los precios de arrendamiento para oficinas actuales en inmuebles ubicados en el Centro Histórico de Arequipa, para cual tomaremos como apoyo la tarifa promedio de la Inmobiliria Zembrar (para el centro histórico de Arequipa) la cual es de S/. 2500.00 mensuales para oficnas con area de100 m2.

En cada torre de nuestra propuesta poseemos 6 oficinas para arrendamiento, siendo 3 de estas deformatos medium y 3 de formato large, con areas promedio de 65m2 y 105 m2 respectivamente.

Sabiendo esto podemos determinar unos costo de arrendamiento de S/.2500.00 m2 para las oficinas de formato large y de S/. 1600.00 para el formato medium, de igual forma considerando que para el area arrendable comercial se considero un 90% de ocupación, para este caso consideraremos un 80% de ocupación al considerar como base para este porcentaje a la Guia de Negocios en Inversión en el Perú 2015 2016 – Edición Arequipa.

Es asi que consideraremos el alquiler de 10 oficinas siendo 6 de formato large y 4 de formato medium, con lo que obtenemos los montos hipoteticos anuales de S/.256800.00 (S/. 21400.00 mensuales) siendo su equivalente en dolares $. 78292.68.

***Factibilidad***

En el punto anterior determinamos los ingresos hipoteticos de tres los ´rincipales elementos de la propuesta siendo estos los estacionamientos, plataformas comerciales y oficinas de arrendamientos por ser los elementos con mayor margen de ingreso directo por m2 (tanto para las unidades de ocio y cultural-formativa se deben considerar tarifas de tickets de entradas, promociones especiales, temporadas de estrenos etc)



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Teniendo estos montos podriamos plantear un escenario hipotetico de factibilidad basado en ellos, solo nos faltaria determinarlos egresos por administración, operatividad y mantenimiento para este monto tomaremos como referencia la tesis El Espacio Arquitectónico Y Su Connotación Lúdica En Edificaciones Comerciales Centro Comercial Para El Joven De Independencia, de la Universidad Ricardo Palma la cual nos indica que eL promedio mensual de este tipo de gastos para un centro comercial es de $.640504.50, teniendo en cuenta la magnitud de la propuesta y su variedad de actividades, consideremos el doble dedicho monto teniendo un gasto mensual de $. 1281009.00 (consideraremos que debido al enfoque autosustentable de la propuesta el consumo electrico no se considera).

Sabiendo esto determinaremos dos escenarios el mas conservador considera la tarifa de S/.3.00 para los estacionamiento y de S/.25.00 x m2 en las plataformas comerciales.

El segundo escenario (el mas optimista) considera a tarifa de S/. 5.00 para los estacionamientos y de S/.50.00 m2, obteniendo:

*TABLA N° 47 Escenario de factibilidad 1*

| FACTIBILIDAD ESCENARIO 1 (montos hipoteticos) | $ |
|---|---|
| Ingreso Anual Estacionamientos | 1769268.29 |
| Ingreso Anual Plataformas Comerciales | 37100469.51 |
| Ingreso Anual Oficinas | 78292.68 |
| **INGRESOS ANUALES** | **38948030.48** |
| **EGRESOS ANUALES** | **15372108.00** |
| **SALDO DE OPERACIÓN ANUAL** | **23575922.48** |
| **COSTO TOTAL DEL PROYECTO** | **51846922.63** |
| **TIEMPO DE RECUPERACIÓN (Años)** | **2.20** |

*Elaboración: Propia*

*TABLA N° 48 Escenario de factibilidad 2*

| FACTIBILIDAD ESCENARIO 2 (montos hipoteticos) | $ |
|---|---|
| Ingreso Anual Estacionamientos | 2948780.00 |
| Ingreso Anual Plataformas Comerciales | 74200939.02 |
| Ingreso Anual Oficinas | 78292.68 |
| **INGRESOS ANUALES** | **77228011.7** |
| **EGRESOS ANUALES** | **15372108.00** |
| **SALDO DE OPERACIÓN ANUAL** | **61855903.70** |
| **COSTO TOTAL DEL PROYECTO** | **23575922.48** |
| **TIEMPO DE RECUPERACIÓN (Años)** | **0.38** |

*Elaboración: Propia*



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Como observamos el rango de recuperación de la inversión seria de un maximo de 2 años con 3 meses el cual se encuentra en un rnago de recuperación optimo tomando en consideración que no se tomaron en cuenta los ingresos producidos por las unidades cultural y de ocio, y que los ingresos zona de abastecimiento solo se han considerado de forma implicita en el segundo caso, pero aun en este no se han considerado los ingresos producido por el aluiler de espacios de almacenamiento a particulares externos, al mismo tiempo que estos escenarios se encuentran planteados con elf uncionamiento del equipamiento una vez culminado.

Es por esto que tambiendebemos considerar que tal como se explico en el documento la propuesta considera en su construcción una etapabilidad en la cual los comercios actuales seguiran funcionando al interior del mercado, mientras se contruye los sotanos de estacionamiento y la plaza de acceso, una culmidas los comercios del interior del mercado solo seran traslados hacia la plaza en un mercado temporal el cual sera construido con piezas que luego seran desmontadadas y usadas en la propuesta final. Por lo que este seguira generando ingresos durante su construcción, siendo estos ingresos productos del alquiler de los puestos en el mercado temporal y por las plazas de parqueo (el cual spodra ser habilitado para uso una vez concluida la rampa de acceso).

Teniendo en cuenta esto podemos determinar que una vez oncluido la cionstrucción del equipamiento el tiempo de recuperación de la inversión podra ser menor a los expuesto anteriormente.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# BIBLIOGRAFIA



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **ACI.**
  "Cooperación Internacional para el Desarrollo Cooperativo".
  San José – Costa Rica 1990

- **APEIM, Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado.**
  "Niveles Socio Económicos 2016".
  Apeim, Lima - Perú 2016

- **ARCHIVO DE LA CASA DE LA BUENA MUERTE.**
  "Registros Históricos de la Orden de la Buena Muerte en el Perú".
  Lima – Perú

- **ARISTOTELES.**
  "La Política".
  Editorial Tecnos, Madrid - España 2004

- **ARRIBAS PÉREZ, Raúl; GARCÍA LOBATO, María José.**
  "Diseño y Acondicionamiento Acústico y Electroacústico de una Sala de Proyecciones en 3D".
  Tesis de Grado, E.U.I.T Telecomunicación, Universidad Politécnica de Madrid
  Madrid – España 2012

- **ASPILCUETA, Julio.**
  "El Centro Histórico de Arequipa 5 Años Como Patrimonio Cultural de la Humanidad".
  Revista CAP-Arequipa, Noviembre 2005

- **AUGÉ, Marc.**
  "Los No Lugares Espacios del Anonimato, Una Antropología Sobre la Modernidad".
  Editorial Gedisa, Barcelona – España, 1992

- **AURUM Consultoría y Mercado.**
  "El consumidor Arequipeño (Frente a una desaceleración en el corto plazo y a perspectivas a largo plazo)".
  Arequipa - Perú 2014




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **AURUM Consultoría y Mercado.**
  "Índice de Confianza del Consumidor de Arequipa (ICCA) 2017".
  Arequipa - Perú 2017

- **AURUM Consultoría y Mercado.**
  Informe: "Perspectivas Económicas 2017,¿Qué le depara a la Región Arequipa el 2017?".
  Arequipa - Perú 2017

- **AURUM Consultoría y Mercado.**
  Seminario de Fusiones y Adquisiciones "¿Qué oportunidades existen para las empresas Arequipeñas?".
  Arequipa - Perú 2016

- **AYUNTAMIENTO DE BILBAO.**
  "Plan Estratégico Comercial de Bilbao 2015-2019".
  Bilbao Dendak, Bilbao - España 2016

- **AYUNTAMIENTO DE VALENCIA.**
  "Ficha técnica del Mercado Colón de Valencia:".
  Servicio de Proyectos Urbanos, Valencia - España 2000

- **AYUNTAMIENTO DE VALENCIA.**
  "Mercado Colón de Valencia: Historia del Edificio y su Entorno".
  Servicio de Proyectos Urbanos, Valencia - España 2009

- **AYUNTAMIENTO DE VALENCIA.**
  "Mercado Colón de Valencia: Procesos Constructivos".
  Servicio de Proyectos Urbanos, Valencia - España 2009

- **BAUTISTA SANDOVAL, José Eduardo.**
  "Las Casas de la Buena Muerte, Una Búsqueda, Una Permanencia ".
  Revista UNAM. Universidad Nacional Autónoma de México,
  México DF- Mexico,2008.




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **BAZANT, Jan.**
  "Manual de Criterios de Diseño Urbano".
  Editorial Trillas. México DF- Mexico,1998.

- **BCRP.**
  "Informe Económico y Social Región Arequipa 2016".
  BCRP Departamento de Estudios Económicos, Arequipa - Perú 2016

- **BCRP.**
  "Síntesis de Actividad Económica Arequipa 2016".
  BCRP Departamento de Estudios Económicos, Arequipa - Perú 2016

- **BCRP.**
  "Síntesis de Actividad Económica Arequipa 2017".
  BCRP Departamento de Estudios Económicos, Arequipa - Perú 2017

- **BENEVOLO, Leonardo.**
  "Mensaje al Coloquio de Quito".
  Editorial Torillas. México DF - Mexico,1998.

- **BENEVOLO, Leonardo.**
  "La Ciudad y el Arquitecto".
  Editorial Paidos, Ibérica Barcelona - España,1985

- **BENEVOLO, Leonardo.**
  "Historia de la Arquitectura Moderna".
  Editorial Gustavo Gili, Barcelona - España,1980

- **BENJAMIN, Walter.**
  "Sobre la Infancia en Berlín, hacia 1900".
  Ediciones Alfaguara. Madrid - España,1982.




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **BONTA, Juan Pablo.**
  "Sistemas de Significación en Arquitectura".
  Editorial Gustavo Gili. Barcelona - España,1977.

- **CALVINO, Italo.**
  "Las Ciudades Invisibles".
  Unidad Editorial. Madrid - España,1999.

- **CAMAGNI, Roberto.**
  "Economía Urbana".
  Antonio Bosch Editor, 2005

- **CARRIÓN, Fernando.**
  "Una Experiencia Singular: Valoraciones Sobre el Modelo de Gestión Integral de la Habana Vieja, Patrimonio de la Humanidad".
  UNESCO Ediciones. Quito - Ecuador, 2006.

- **CARRIÓN, Fernando.**
  "Desarrollo Cultural y Gestión en Centros Históricos".
  FLACSO. Quito - Ecuador, 2000.

- **CASTELLS, Manuel.**
  "El Interior de la Ciudad".
  Editorial Gustavo Gili. Barcelona España,1985.

- **CASTELLS, Manuel.**
  "La Cuestión Urbana".
  Editorial Siglo XXI. México DF- Mexico,1988.

- **CASTRO, Dicken.**
  "Ciudad: Centros de Abasto".
  Escala, Bogotá - Colombia - 1990




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **CAMARA DE COMERCIO AREQUIPA.**
  "Indicadores Económicos Arequipa 2015".
  Cámara de Comercio Arequipa, Arequipa - Perú 2015

- **CAMARA DE COMERCIO AREQUIPA.**
  "Indicadores Económicos Arequipa 2017".
  Cámara de Comercio Arequipa, Arequipa - Perú 2017

- **CAPECO.**
  "Reglamento Nacional de Edificaciones".
  Edición Actualizada. Lima - Perú, 2006.

- **CECA Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía**
  "Informe Sobre la Necesidad de Reactivación de los Mercados de Abastos en Andalucía y el Algarve".
  CECA, Andalucía-España 2005

- **CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA.**
  "VII Encuentro internacional de Revitalización de Centros Históricos: La Arquitectura de Hoy, entre la Ciudad Histórica y la Actual".
  Centro Cultural de España en México, México DF -México 2009

- **CHUNG, Chuihua Judy; INADA, Jeffrey; KOOLHAAS, Rem; LEONG, Sze Tsung.**
  "Project on the City II: The Harvard Design Shool Guide to Shopping".
  Editorial Taschen. Nueva York – Estados Unidos 2002

- **COLEGIO NACIONAL DE INGENIEROS Y ARQUTECTOS DE MEXICO**
  "Regeneración Urbana Como Detonador del Desarrollo Inmobiliario".
  C.N,I.A.M., México DF, México 2007




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **CONDORI, Victor.**
  Revista Economía Vol XXXVII "Economia y empresa en Arequipa a Inicios de la República,1825 - 1850".
  Universidad Católica San Pablo, Arequipa -Perú 2014

- **COOPERACIÓN ESPAÑOLA.**
  "Encuentro iberoamericano Sobre Gestión de Residuos en Destinos Turisticos : Buenas Practicas".
  Centro de Formación de la Cooperación Española,
  Montevideo – Uruguay, 2015

- **CORDOVA MONTUFAR, Marco - Coordinador.**
  "Lo Urbano en su Complejidad, Una Lectura Desde América Latina".
  FLACSO. Quito - Ecuador, 2006.

- **DE GRACIA, Francisco.**
  "Construir en lo construido".
  Editorial Nerea, Guipúzcoa - España, 2001.

- **DE SOTO, Hernando.**
  "El otro Sendero".
  Editorial el Barranco, Lima - Perú, 1987.

- **DELER, Jean-Paul.**
  "Veinticinco Años de Investigación Urbana en el IFEA (Años 1960 – Años 1988)".
  Institut Français D'études Andines, Quito Ecuador, 1987.

- **DIARIO OFICIAL EL PERUANO.**
  "Ley General de Expropiaciones".
  Diario Oficial El Peruano, Lima - Perú, 2017

- **ERLIJ ABRAMSON, Miriam.**
  Revista Urbano: "Patrimonio y Ciudad: Sustentabilidad Urbana".
  Universidad del Bio Bio. Concepción – Chile, Noviembre 2004




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **ECO, Umberto.**
  "Obra Abierta: Forma e indeterminación en el Arte Contemporáneo".
  Editorial Seix Barral, Barcelona – España, 1965

- **EY PERU.**
  "Guia de Negocios e inversión en el Perú".
  EY Perú, Lima - Perú 2016

- **FERNANDEZ, Roberto.**
  "Arquitectura y Ciudad: Del Proyecto al Eco Proyecto".
  Editorial Nobuko. Buenos Aires – Argentina, 2003

- **GEHL, Jan**.
  "La Humanización del Espacio Urbano: La vida social entre los edificios".
  Editorial Reverté. Barcelona - España, 2006.

- **GERENCIA DEL CENTRO HISTÓRICO Y ZONA MONUMENTAL DE AREQUIPA.**
  "Plan Maestro del Centro Histórico 2002".
  Municipalidad Provincial de Arequipa, Arequipa -Perú 2002

- **GERENCIA DEL CENTRO HISTÓRICO Y ZONA MONUMENTAL DE AREQUIPA.**
  "Propuesta PlamCha 2017-2027".
  Municipalidad Provincial de Arequipa, Arequipa -Perú 2017

- **GIMÉNEZ BARRIOCANAL, Fernando**.
  "La Actividad Económica en el Derecho Romano".
  Editorial Dykinson. Madrid - España, 2003.

- **GLAESER, Edward; KOLKO, Jed; SAIZ Albert**.
  "Consumer City".
  Harvard Institute of Economic Research.




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Harvard University, Cambridge Massachussets – National Bureau of Economic Reserarch, U.S.A. 2000.

- **GOBIERNO REGIONAL DE AREQUIPA.**
  "Plan Estrategico Institucional 2017-2019".
  Gobierno Regional de Arequipa, Arequipa -Perú 2017

- **GONZÁLEZ BIFFIS, Alejandra.**
  "Los Centros Históricos Latinoamericanos: Estrategias de Intervención, Renovación y Gestión, Periodo1980-2010".
  Centro de investigaciones Urbanas y Territoriales FAU-UNLP
  Universidad de la Plata, Buenos Aires - Argentina, 2011

- **GOMEZ I ALONSO, Marcel.**
  "Les Grans Superficies Comercials".
  Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña,
  Barcelona - España, 2010

- **GRANDI GRANDI, Virgilio.**
  "San Camilo de Arequipa, Historia de un Convento y una Iglesia".
  Arzobispado de Arequipa, Arequipa - Perú 1983

- **GUGLIELMINO, Marcelo Martin.**
  Revista e-rph: "La difusión del Patrimonio: Actualización y debate".
  Universidad de Granada, Granada – España, Diciembre 2007

- **GUSMAN, Jorge.**
  "Patrimonio Cultural Tangible e Intangible".
  Instituto Argentino de Gestión y Políticas Culturales
  Buenos Aires-Argentina 2006.

- **GUTIÉRREZ, Ramón.**
  "Evolución Histórica Urbana de Arequipa, 1540-1990 ".
  Universidad Nacional de Ingeniería, Lima - Perú 1992



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **HANNIGAN, John.**
  "Fantasy City: Pleasure an Profit in the Postmodern Metropolis".
  Routledge, Londres – Inglaterra. 2000

- **HEIDEGGER, Martin.**
  "Ser y Tiempo".
  Fondo de Cultura Económica, México DF – Mexico, 2002

- **HELGUERA Y GARCIA, Alvaro.**
  "Manual Práctico de la Distribución de la Riqueza".
  Editorial Cultura, Barcelona – España, 1928

- **HERNÁNDEZ AZMITIA, María Fernanda.**
  "Arquitectura Comercial".
  Publicaciones Facultad de Arquitectura y Diseño Universidad del Istmo
  Ciudad de Guatemala - Guatemala 2012

- **ICOMOS.**
  "Carta de Amsterdam: Carta Europea del Patrimonio Arquitectonico".
  Consejo de Europa 1975

- **ICOMOS.**
  "Carta de Atenas: Para la Restauración de Monumentos Históricos".
  Consejo de Europa 1931

- **ICOMOS.**
  "Carta de Venecia: Carta Internacional Sobre la Conservación y la Restauración de Monumentos y Sitios".
  Venecia 1964

- **ICOMOS.**
  "Carta TICCIH Sobre Patrimonio Industrial".
  Moscú 2003




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **ICOMOS.**
  "Coloquio de Quito, Documento Final".
  Quito 1977

- **INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.**
  "Clasificación Industrial Uniforme".
  Instituto Nacional de estadística e Informática, Lima - Perú 2014

- **INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.**
  "Compendio Estadístico Arequipa 2016".
  Instituto Nacional de estadística e Informática, Lima - Perú 2016

- **INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.**
  "Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016".
  Instituto Nacional de estadística e Informática, Lima - Perú 2017

- **INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.**
  "Mapa de Pobreza Provincial y Distrital".
  Instituto Nacional de estadística e Informática, Lima - Perú 2013

- **INSTITUTO MUNICIPAL DE PLANEAMIENTO.**
  "Plan de Desarrollo Metropolitano PDM 2017-2025".
  Municipalidad Provincial d Arequipa, Arequipa -Perú 2016

- **IPE, Instituto Peruano de Economía.**
  "Indice de Competitividad Regional INCORE 2016".
  Instituto Peruano de Economía, Lima - Perú 2016

- **IPE, Instituto Peruano de Economía.**
  "Indice de Competitividad Regional INCORE 2017".
  Instituto Peruano de Economía, Lima - Perú 2017




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **IPE, Instituto Peruano de Economía.**
  "Fichas Regionales 2016".
  Instituto Peruano de Economía, Lima - Perú 2016

- **INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.**
  "Perfil Socio-Demográfico de Arequipa".
  Instituto Nacional de estadística e Informática, Arequipa - Perú 2009

- **INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.**
  "Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Sexo y Grupos Quinquenales de Edad 1995-2025".
  Instituto Nacional de estadística e Informática, Lima - Perú 2009

- **INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA CIVIL.**
  "Plan de Prevención por Sismos".
  Instituto Nacional de Defensa Civil, Lima -Perú 2010

- **KENNETH, Gwilliam.**
  "Ciudades en Movimiento: Revisión de la Estrategia de Transporte Urbano del Banco Mundial".
  Ediciones del banco Mundial, 2002

- **KINGMAN GARCÉS, Eduardo.**
  "Historia Social Urbana, Espacios y Flujos".
  FLACSO. Quito - Ecuador, 2009.

- **KIERKEGAARD, Soren.**
  "El concepto de la Angustia".
  Alianza Editorial Madrid - España, 2013

- **KRIER, Rob.**
  "El Espacio Urbano".
  Editorial Gustavo Gili, Barcelona – España, 1981




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **LÉVI-STRAUSS, Claude.**
  "Antropologia Estructural".
  Editorial Paidos Iberica, Barcelona - España,1987

- **LUQUE, Fuensanta.**
  Revista Utopía: "El concepto de Puesta en Valor".
  España, 2008

- **LUQUE, Julio.**
  "El Turismo en el Perú y en la Región Arequipa: Diagnostico, Perspectivas y Propuestas".
  Casa Andina, Lima - Perú 2010

- **LYNCH, Kevin.**
  "La Buena Forma de la Ciudad".
  Editorial Gustavo Gili. Barcelona - España, 1985

- **LYNCH, Kevin.**
  "La imagen de la Ciudad".
  Editorial Gustavo Gili. Barcelona – España, 1998

- **MALL AVENTURA PLAZA.**
  "Reporte Anual Arequipa 2014".
  Mall Aventura Plaza, Arequipa -Perú 2015

- **MARTINEZ DELGADO, María Eugenia.**
  "El Centro Histórico: Objeto de Intervención".
  Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá – Colombia, 2004

- **MINISTERIO DEL AMBIENTE PERÚ.**
  "Lineamientos para la Compensación Ambiental en el Marco del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) ".
  Ministerio del Ambiente Lima - Perú, 2014




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **MINISTERIO DE EDUCACIÓN PERÚ.**
  "Arequipa: ¿Cómo Vamos en Educación? Unidad Estadística 2015".
  Escale, Estadística de Calidad, Arequipa - Perú, 2015

- **MINISTERIO DE VIVIENDA CONSTRUCCIÓN Y SANEAMIENTO PERÚ.**
  "Sistema Nacional de Estándares Urbanos".
  Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento, Lima - Perú, 2011

- **MIRALLES, Enric.**
  "Memoria para el proyecto de recuperación del Mercat de Santa Caterina".
  Ayuntamiento de Barclona, Barcelona - España, 1996

- **MONNET, Jérôme.**
  Revista Alteridades Volumen 6
  "Espacio Público, Comercio y Urbanidad en Francia, México y Estados Unidos".
  Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa – México, 1996

- **MOLLÁ DESCALS, Alejandro; VALLET VELMUNT, Teresa.**
  Revista ICE: Tendencias de la distribución Comercial en el Ámbito internacional
  "Las Estrategias del Comercio Especializado".
  Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España, Madrid - España 2006

- **NEAL, Peter.**
  "Urban Villages and The Making of Communities".
  Spoon Press, Londres - Inglaterra , 2003

- **NEUFERT, Ernst.**
  "Arte de Proyectar en Arquitectura".
  Editorial Gustavo Gili. Barcelona - España, 2005

- **OFICINA DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN URBANO AMBIENTAL DE AREQUIPA.**
  "Plan Director de Arequipa Metropolitana 2002-2015: Ciudad Oasis".
  Municipalidad Provincial de Ambiental, Arequipa 2002




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **OLAYA-COTRINO, Adriana.**
  "El Impacto de la Arquitectura del Comercio Urbano".
  Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña,
  Barcelona - España, 2010

- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.**
  Declaración de Manila Sobre el Turismo Mundial.
  Filipinas, 1980

- **ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS.**
  Declaración Universal de los Derechos Humanos.
  París - Francia, 1948

- **OSEL Observatorio Socio Económico Laboral.**
  "Boletín Socio Económico Laboral".
  Gobierno Regional de Arequipa, Arequipa - Perú 2016

- **OSEL Observatorio Socio Económico Laboral.**
  "Diagnostico Socio Económico Laboral de la Región Arequipa".
  Gobierno Regional de Arequipa, Arequipa - Perú 2011

- **PÉREZ DE PABLO, Francisco Isaac.**
  Ágora 2008 "Mercados de Abastos, Viveros de Empresas ".
  Cámara Oficial de Comercio e Industria de Ávila, Ávila - España 2008

- **PESCI, Rubén.**
  "La Ciudad de la Urbanidad".
  Ediciones Kliczkowski - Fundación CEPA, Buenos Aires - Argentina 1999

- **PINE II, B. Joseph; GILMORE, James. H.**
  "La economía de la experiencia: El trabajo es teatro y cada empresa un escenario".
  Ediciones Juan Granica – Harvard Business School Press – Barcelona - España 2000




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **PLATÓN.**
  La República.
  Alianza Editorial, Madrid - España, 2000

- **PRADO RIOS, Luis.**
  "La Centralidad Urbana".
  FLACSO, Quito - Ecuador 2011

- **PIÑON, Helio.**
  "Teoría del Proyecto".
  Ediciones UPC, Barcelona - España 2006

- **PNUMA.**
  "Proyecto Geociudades 10 Años".
  Proyecto de la Naciones Unidas Para el Medio Ambiente,
  Ciudad de Panamá - Panamá 2012

- **PNUMA.**
  "Perspectivas del Medio Ambiente Urbano: GEO Arequipa".
  Proyecto de la Naciones Unidas Para el Medio Ambiente,
  México DF – México, 2012

- **QUIROZ PAZ SOLDÁN, Eusebio.**
  "Obra Histórica de Arequipa".
  Gobierno Regional de Arequipa, Arequipa - Perú 2011

- **REAL PLAZA.**
  "Informe Anual Arequipa 2017".
  Arequipa - Perú 2018

- **REVILLA MELGAR, Julio Ernesto.**
  "El Templo de San Camilo Convertido en Mercado".
  Publicación independiente (propia), Arequipa -Perú 2005.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **REIGL, Alois.**
  "El culto a los monumentos modernos".
  Visor Distribuciones, Madrid – España, 1987

- **ROGERS, Richard.**
  "Ciudades para un Pequeño Planeta".
  Editorial Gustavo Gili, Barcelona – España, 2000

- **ROJKIND, Michel.**
  XIX BIENAL arquitectura + educación "Conferencias".
  Valparaíso - Chile, 2015

- **ROSSI, Aldo.**
  "La Arquitectura de la ciudad".
  Editorial Gustavo Gili. Barcelona - España, 1971

- **ROSSI, Aldo.**
  Entrevista De Carlos García Santa Cecilia.a Aldo Rossi
  Diario el País, Madrid - España, 23 de Junio 1986

- **RUBENSTEIN, Harvey M..**
  "Centros Comerciales".
  Editorial Limusa, México Df - México, 1983.

- **SCOVAZZI, Emma.**
  Revista Ciudades 3 "Centros Históricos y Cultura Urbana en América Latina".
  Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid
  Valladolid - España, 1996

- **SMITH, Adam.**
  "La Riqueza de las Naciones".
  Editorial Prisa Nova, Madrid – España, 2009




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


- **SOCIEDAD MINERA CERRO VERDE.**
  "Memoria Turística de Arequipa 2014".
  Sociedad Minera Cerro Verde, Arequipa -Perú 2014

- **SUPERINTENDENCIA DEL CENTRO HISTÓRICO Y ZONA MONUMENTAL DE AREQUIPA.**
  "Compendio Normativo".
  Municipalidad de Arequipa, Arequipa -Perú 2002

- **UN HABITAT.**
  "SC/LA 21 En Perú: Estrategia de Ambiental urbana en Arequipa".
  Instituto Nacional de estadística e Informática, Lima - Perú 2016

- **UNESCO.**
  "Convención Sobre Patrimonio Mundial, Cultural y Natural".
  Unesco Cultura Heritage Laws, París1972

- **UNESCO.**
  "Carta de Cracovia 2000: Principios Para la Conservación y Restauración del Patrimonio Construido".
  Unesco Cultura Heritage Laws 2000

- **VILLAMIZAR DUARTE, Natalia.**
  "Bordes urbanos"
  Revista Bitácora 24. Universidad Nacional de Colombia
  Bogotá - Colombia 2014

- **YORI CARCÍA, Carlos Mario, Editor Académico .**
  "Espacio Público y Formación de Ciudadanía".
  Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá – Colombia, 2007




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **ZAVALA SÁNCHEZ, María Dolores.**

  "Intervenciones Contemporáneas en los Mercados Municipales Representativos de Cataluña y Valencia, Construidos a Finales del Siglo XIXy principios del XX".

  Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña

  Barcelona - España, 2013

## Trabajos citados


Aristoteles. (2004). *La política.* Madrid, España: Editorial Tecnos.

Aspilcueta, J. (noviembre de 2005). El centro histórico de Arequipa 5 Años como patrimonio cultural de la humanidad. *Revista CAP*.

Augé, M. (1992). *Los no Lugares espacios del anonimato, una antropología sobre la modernidad.* Barcelona, España: Editorial Gedisa.

Benevolo, L. (1998). *Mensaje al Coloquio de Quito.* Mexico D.F., Mexico: Editorial Torillas.

Benjamin, W. (1982). *Sobre la infancia en Berlín, hacia 1900.* Madrid, España: Ediciones Alfaguara.

Calvino, I. (1999). *Las Ciudades Invisibles.* Madrid, España: Unidad Editoral.

Camagni, R. (2005). *Economia Urbana.* Barcelona, España: Antonio Bosch Editor.

Carrión, F. (2000). *Desarrollo cultural y gestión en centros históricos.* Quito, Ecuador: FLACSO.

Castells, M. (1985). *El interior de la ciudad.* Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

CECA Confederación Empresarial de Comercio de Andalucia. (2008). *Informe Sobre la Necesidad de Reactivación de los Mercados de Abastos en Andalucia y el Algarve.* Andalucia: CECA.

Cha, T.-W. (2002). City of Shopping. En C. J. Chung, J. Inada, R. Koolhaas, & S. T. Leong, *Project on the City II : The Harvard Design School Guide to SHopping.* Nueva York, Estados Unidos: Editorial Taschen.

Cordova Montufar, M. (2006). *Lo urbano en su complejidad: Una lectura desde America Latina.* Quito, Ecuador: FLACSO.

Eco, U. (1965). *Obra abierta: Forma e indeterminación en el arte comtemporaneo.* Barcelona, España: Editorial Seix Barral.

Erlij Abramson, M. (Noviembre de 2004). Patrimonio y Ciudad: Sustentabilidad Urbana. *Urbano*.

Fernandez, R. (2003). *Arquitectura y ciudad: Del proyecto al eco proyecto.* Buenos Aires, Argentina: Editorial Nobuko.




Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Giménez Barriocanal, F. (2003). *La actividad economica en el derecho romano.* Madrid, España: Editorial Dyckinson.

Glaeser, E., Kolko, J., & Saiz, A. (2000). *Consumer City.* Cambridge Massachessets: Harvard Institute of Economic Research.

Gómez i Alonso, M. (1996). *Les Grans Superficies Comercials - Tesis Doctoral.* Barcelona, Perú: Universidad politecnica de Cataluña.

Guglielmino, M. M. (Diciembre de 2007). La difusión del patrimonio: Actualización y debate. *Revista e-rph*.

Helguera y Garcia, A. (1928). *Manual practico de la circulación de la riqueza.* Barcelona, España: Editorial Cultura.

Hernandez Azmitia, M. F. (2012). *Arquitectura Comercial - Tesis de Maestría.* Ciudad de Guatemala, Guatemala: Publicaciones Facultad de Arquitectura y Diseño Universidad del Istmo.

Hidalgo, F. (2013). Sobre el proyecto del Mercado de Central de Valencia. En M. D. Zavala Sánchez, *Intervenciones Contemporáneas en los Mercados Municipales Representativos de Cataluña y Valencia, Construidos a Finales del Siglo XIXy principios del XX - Tesis Doctoral.* Barcelona, España: Universodad Politecnica de Cataluña.

ICOMOS. (1964). *Carta de Venecia: Carta internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y sitios.* Venecia, Italia.

ICOMOS. (1975). *Carta de Amsterdam: Carta europea del patrimonio arquitectonico.* Amsterdam, Holanda: Consejo de Europa.

ICOMOS. (1977). Documento final del coloquio de Quito. En PNUD/UNESCO. Quito, Ecuador.

ICOMOS. (2003). *Carta TICCIH sobre patrimonio industrial.* Moscú, Rusia.

Iglesias, B. U. (2006). Cronica Urbana la experiencia de vivir en la ciudad. En M. Cordova Montufar, *Lo Urbano en su complejidad: Una lectura desde America Latina.* Quito, Ecuador: FLACSO.

Instituto Municipal de Planeamiento. (2016). *Plan de Desarrollo Metropolitano PDM 2017-2025.* Arequipa, Perú: Municipalidad Provincial de Arequipa.

Leong, S. T. (2002). An then there was shopping. En C. J. Chung, J. Inada, R. Koolhaas, & S. T. Leong, *Project on the City II : The Harvard Design School Guide to SHopping.* Nueva York, Estados Unidos: Editorial Taschen.

Levi Strauss, C. (1987). *Antropologia Estrcutural.* Barcelona, España: Editorial Paidos Iberica.

Luque, F. (2008). El concepto de Puesta en Valor. *Revista Utopía*.

Martínez Delgado, M. E. (2004). *El Centro Histórico: Objeto de estudio e intervención.* Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Mc. Morrough, J. (2002). City of Shopping. En C. J. Chung, J. Inada, R. Koolhaas, & S. T. Leong, *Project on the City II : The Harvard Design School Guide to SHopping.* Nueva York, Estados Unidos: Editorial Taschen.

Ministerio de vivienda, construcción y saneamiento del Perú. (2011). *Sistema Nacional de Estándares Urbanos.* Lima, Perú: Ministerio de vivienda, construcción y saneamiento.

Miralles, E. (1996). *Memoria para el proyecto de recuperación del Mercat de Santa Caterina.* Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.

Monnet, J. (1996). Espacio público comercio y urbanidad en Francia, Mexico, y Estados Unidos,. *Alteridades, VI.*

Olaya - Cotrino, A. (2010). *El Impacto de la Arquitectura del Comercio Urbano - Tesis Doctoral.* Barcelona, España: Universidad Politecnica de Cataluña.

Organizacion de las Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos.* Paris, Francia.

Organización mundial de turismo. (1980). *Declaración de Manila sobre el turismo mundial.* Manila, Filipinas.

Pine II, B., & Gilmore, J. (2000). *La Economía de la experiencia: El trabajo es teatro y cada empresa es un escenario.* (H. B. Press, Ed.) Barcelona, España: Ediciones Juan Granica.

Platón. (2000). *La República.* Madrid, España: Alianza Editorial.

Quiróz Paz Soldán, E. (2011). *Obra Histórica de Arequipa.* Arequipa, Perú: Gobierno Regional de Arequipa.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española.* Madrid, España: Espasa Libros.

Reigl, A. (1987). *El culto a los monumentos modernos.* Madrid, España: Visor Distribuciones.

Rojkind, M. (2015). Arquitectura + Educación . *Conferencias XIX Bienal de Arquitectura de Chile.* Valparaiso.

Rossi, A. (1971). *La arquitectura de la ciudad.* Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Rossi, A. (23 de Junio de 1986). (C. G. Cecilia, Entrevistador) Madrid, España: Diario El País.

Rueda, S. (2003). Del Urbanismo de Cerdá ala Ecologia Urbana. En R. Folch, A. De Pablo, & V. Sureda, *Planeamiento y sostenibilidad "Los instrumentos de ordenación territorial y los planes de. acción ambiental"*. Colegi d'Arquitectes de Catalunya.

Scovazzi, E. (1996). Centros históricos y cultura urbana en America Latina. *Ciudades 3*.

Smith, A. (2009). *La riqueza de las naciones.* Madrid, España: Editorial Prisa Nova.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Superintendencia del Centro Histórico y Zona Monumental de Arequipa. (2002). *Plan Maestro del Centro Histórico 2002*. Arequipa, Perú: Municipalidad Provcincial de Arequipa.

UNESCO. (1972). *Convención sobre patrimonio mundial, cultural y natural.* Paris, Francia: UNESCO Heritage Laws.

UNESCO. (2000). *Carta de Cracovia 2000: Principios para la conservación y restauración del patrimonio construido.* Cracovia: UNESCO Hertiage Laws 2000.

Villamizar Duarte, N. (2014). Bordes Urbanos. *Bitacora 24*.

Yori Garcia, M. (2007). *Espacio público y formación de ciudadanía.* Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Zavala Sánchez, M. D. (2013). *Intervenciones Contemporáneas en los Mercados Municipales Representativos de Cataluña y Valencia, Construidos a Finales del Siglo XIXy principios del XX - Tesis Doctoral.* Barcelona, España: Universidad Politecnica de Cataluña.



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# ANEXOS



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE GENERAL

# LISTA DE PLANOS – TOMO I

UBICACION ..... U-01

**ANTEPROYECTO**

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 5 ..... An-01

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 4 ..... An-02

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 3 ..... An-03

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 2 ..... An-04

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 1 ..... An-05

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 1 - ACCESO PRINCIPAL ..... An-06

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 2 ..... An-07

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 3 ..... An-08

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 4 ..... An-09

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 5 ..... An-10

PLANIMETRIA GENERAL TECHOS ..... An-11

ELEVACIONES: CALLE SAN CAMILO / CALLE ALTO DE LA LUNA ..... An-12

ELEVACIONES: CALLE PIEROLA / CALLE PERÚ ..... An-13

CORTES: 1-1 / 2-2 ..... An-14

CORTES: 3-3 / 4-4 ..... An-15

CORTES: 5-5 / 6-6 ..... An-16

CORTES: 7-7 / 8-8 ..... An-17

CORTES: 9-9 ..... An-18

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# LISTA DE PLANOS - TOMO II

**ARQUITECTURA**

SOTANO 5 (A) ..... A-001

SOTANO 5 (B) ..... A-002

SOTANO 4 (A) ..... A-003

SOTANO 4 (B) ..... A-004

SOTANO 4 (C) ..... A-005

SOTANO 4 (D) ..... A-006

SOTANO 4 (E) ..... A-007

SOTANO 4 (F) ..... A-008

SOTANO 4 (G) ..... A-009

SOTANO 4 (H) ..... A-010

SOTANO 4 (I) ..... A-011

SOTANO 4 (J) ..... A-012

SOTANO 4 (K) ..... A-013

SOTANO 4 (L) ..... A-014

SOTANO 3 (A) ..... A-015

SOTANO 3 (B) ..... A-016

SOTANO 3 (C) ..... A-017

SOTANO 3 (D) ..... A-018

SOTANO 3 (E) ..... A-019

SOTANO 3 (F) ..... A-020

SOTANO 3 (G) ..... A-021

SOTANO 3 (H) ..... A-022

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

SOTANO 3 (I) ..... A-023

SOTANO 3 (J) ..... A-024

SOTANO 3 (K) ..... A-025

SOTANO 3 (L) ..... A-026

SOTANO 2 (A) ..... A-027

SOTANO 2 (B) ..... A-028

SOTANO 2 (C) ..... A-029

SOTANO 2 (D) ..... A-030

SOTANO 2 (E) ..... A-031

SOTANO 2 (F) ..... A-032

SOTANO 2 (G) ..... A-033

SOTANO 2 (H) ..... A-034

SOTANO 2 (I) ..... A-035

SOTANO 2 (J) ..... A-036

SOTANO 2 (K) ..... A-037

SOTANO 2 (L) ..... A-038

SOTANO 1 (A) ..... A-039

SOTANO 1 (B) ..... A-040

SOTANO 1 (C) ..... A-041

SOTANO 1 (D) ..... A-042

SOTANO 1 (E) ..... A-043

SOTANO 1 (F) ..... A-044

SOTANO 1 (G) ..... A-045

SOTANO 1 (H) ..... A-046

SOTANO 1 (I) ..... A-047

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

SOTANO 1 (J)..... A-048

SOTANO 1 (K)..... A-049

SOTANO 1 (L)..... A-050

# LISTA DE PLANOS – TOMO III

**ARQUITECTURA**

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (A)..... A-051

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (B)..... A-052

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (C)..... A-053

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (D)..... A-054

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (E)..... A-055

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (F)..... A-056

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (G)..... A-057

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (H)..... A-058

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (I)..... A-059

NIVEL 1 PLAZA DE ACCESO (A)..... A-060

NIVEL 1 PLAZA DE ACCESO (B)..... A-061

NIVEL 1 PLAZA DE ACCESO (C)..... A-062

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (A)..... A-063

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (B)..... A-064

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (C)..... A-065

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (D)..... A-066

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (E)..... A-067

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (F) ..... A-068

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (G) ..... A-069

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (H) ..... A-070

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (I) ..... A-071

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (A) ..... A-072

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (B) ..... A-073

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (C) ..... A-074

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (D) ..... A-075

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (E) ..... A-076

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (F) ..... A-077

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (G) ..... A-078

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (H) ..... A-079

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (I) ..... A-080

NIVEL 4 TECHOS (A) ..... A-081

NIVEL 4 TECHOS (B) ..... A-082

NIVEL 4 TECHOS (C) ..... A-083

NIVEL 4 TECHOS (D) ..... A-084

NIVEL 4 TECHOS (E) ..... A-085

NIVEL 4 TECHOS (F) ..... A-086

NIVEL 4 TECHOS (G) ..... A-087

NIVEL 4 TECHOS (H) ..... A-088

NIVEL 4 TECHOS (I) ..... A-089

NIVEL 4 TECHOS (J) ..... A-090

NIVEL 4 TECHOS (A) ..... A-091

NIVEL 4 TECHOS (A) ..... A-092

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# LISTA DE PLANOS – TOMO IV

**ARQUITECTURA**

NIVEL 1 OFICINAS (A) ..... A-093

NIVEL 1 OFICINAS (B) ..... A-094

NIVEL 2 OFICINAS (A) ..... A-095

NIVEL 2 OFICINAS (B) ..... A-096

NIVEL 3 CLINICA (A) ..... A-097

NIVEL 3 CLINICA (B)- OFICINAS ADMINISTRATIVAS (B) ..... A-098

NIVEL 3 OFICINAS ADMINISTRATIVAS (A) ..... A-099

NIVEL 4 OFICINAS (A) ..... A-100

NIVEL 4 OFICINAS (B) ..... A-101

NIVEL 5 OFICINAS (A) ..... A-102

NIVEL 5 OFICINAS (B) ..... A-103

NIVEL 6 TECHOS OFICINAS (A) ..... A-104

NIVEL 4 TECHOS OFICINAS (B) ..... A-105

CORTE 1-1 (A) ..... A-106

CORTE 1-1 (B) ..... A-107

CORTE 2-2 (A) ..... A-108

CORTE 2-2 (B) ..... A-109

CORTE 3-3 (A) ..... A-110

CORTE 3-3 (B) ..... A-111

CORTE 4-4 (A) ..... A-112

CORTE 4-4 (B) ..... A-113

CORTE 5-5 (A) ..... A-114

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CORTE 5-5 (B) ..... A-115

CORTE 6-6 (A) ..... A-116

CORTE 6-6 (B) ..... A-117

CORTE 7-7 (A) ..... A-118

CORTE 7-7 (B) ..... A-119

CORTE 8-8 (A) ..... A-120

CORTE 8-8 (B) ..... A-121

CORTE ELEVACION 9-9 (A) ..... A-122

CORTE ELEVACION 9-9 (B) ..... A-123

ELEVACIÓN POSTERIOR CALLE ALTO DE LA LUNA (A) ..... A-124

ELEVACIÓN POSTERIOR CALLE ALTO DE LA LUNA (B) ..... A-125

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PIEROLA (A) ..... A-126

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PIEROLA (B) ..... A-127

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PERÚ (A ..... A-128

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PERÚ (B) ..... A-129

**DETALLES**

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 1) ..... Dv-01

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 2) ..... Dv-02

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 3) ..... Dv-03

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 4) ..... Dv-04

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO5) ..... Dv-05

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 6) ..... Dv-06

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 7) ..... Dv-07

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 8) ..... Dv-08

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 9) ..... Dv-09

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 10) ..... Dv-10

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 11) ..... Dv-11

# LISTA DE PLANOS – TOMO V

**DETALLES**

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 1) ..... Dm-01

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 2) ..... Dm-02

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 3) ..... Dm-03

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 4) ..... Dm-04

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 5) ..... Dm-05

DETALLE VIGAS (MENSULAS TIPO 6 Y TIPO 7) ..... Dm-06

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 8) ..... Dm-07

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-01

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-02

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-03

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-04

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-05

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-06

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-07

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-08

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-09

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-10

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-11

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-12

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-13

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-14

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-15

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-16

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-17

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-18

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-19

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-20

DETALLE FACHADAS (ESUCTURA METALICA) .....Df-21

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-22

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-23

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-24

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-25

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-26

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-27

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-28

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-29

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-30

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-31

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-32

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-33

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-34

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-35

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-36

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-37

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-38

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# PLANOS

# TOMO I

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE

# LISTA DE PLANOS

UBICACION ..... U-01

**ANTEPROYECTO**

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 5 ..... An-01

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 4 ..... An-02

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 3 ..... An-03

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 2 ..... An-04

PLANIMETRIA GENERAL SOTANO 1 ..... An-05

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 1 - ACCESO PRINCIPAL ..... An-06

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 2 ..... An-07

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 3 ..... An-08

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 4 ..... An-09

PLANIMETRIA GENERAL NIVEL 5 ..... An-10

PLANIMETRIA GENERAL TECHOS ..... An-11

ELEVACIONES: CALLE SAN CAMILO / CALLE ALTO DE LA LUNA ..... An-12

ELEVACIONES: CALLE PIEROLA / CALLE PERÚ ..... An-13

CORTES: 1-1 / 2-2 ..... An-14

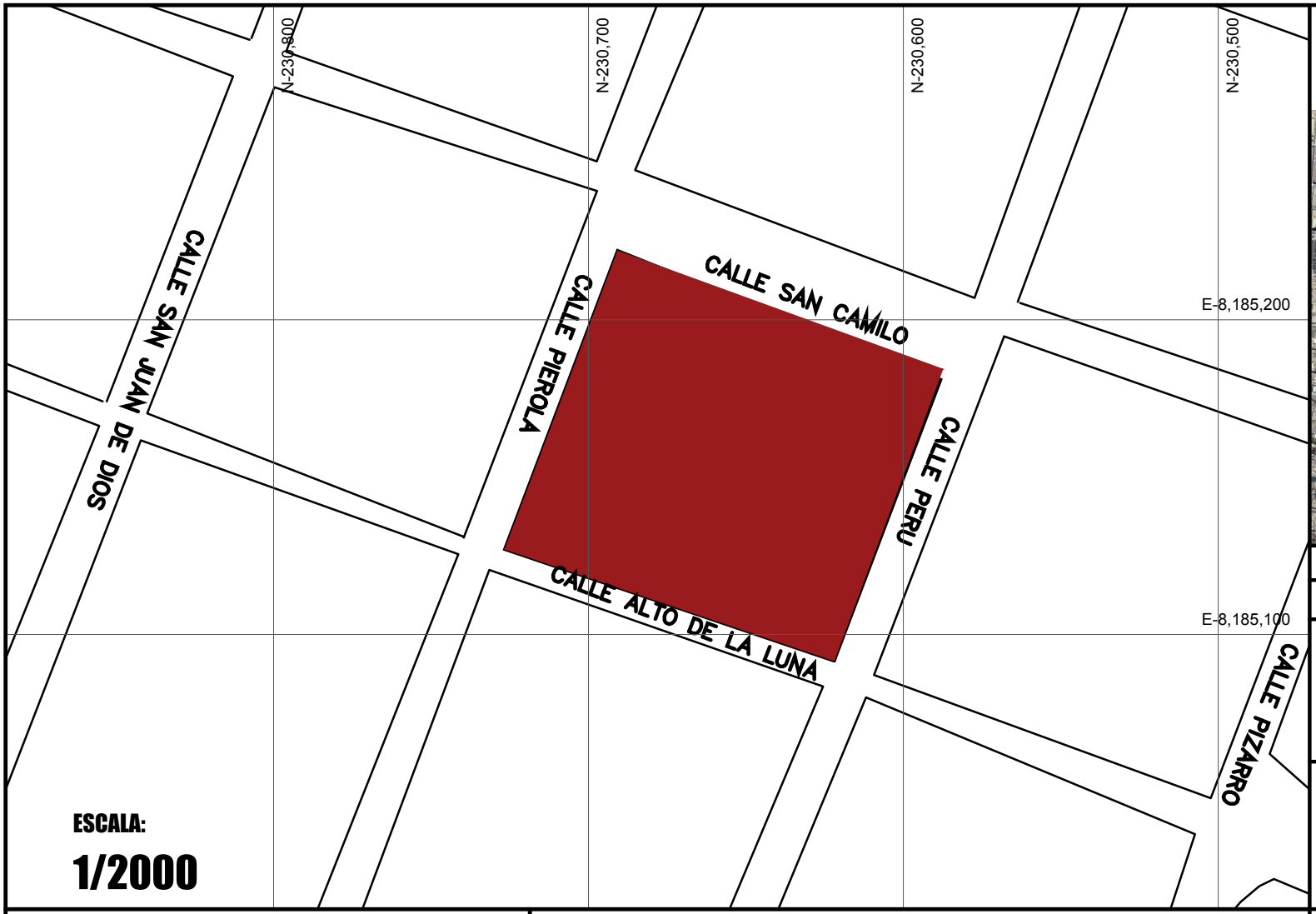
CORTES: 3-3 / 4-4 ..... An-15

CORTES: 5-5 / 6-6 ..... An-16

CORTES: 7-7 / 8-8 ..... An-17

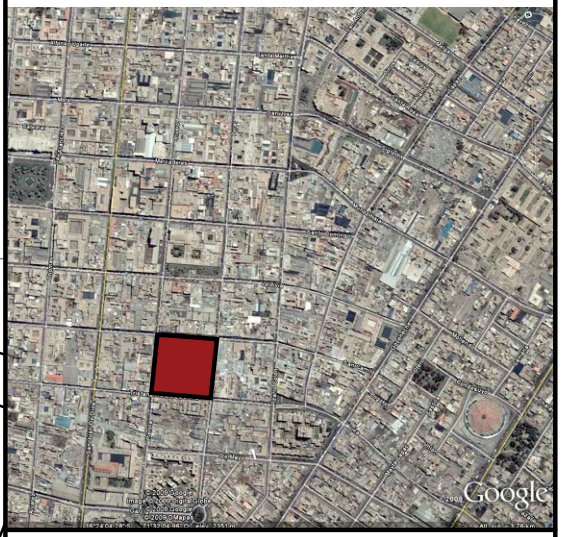
CORTES: 9-9 ..... An-18

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis




# ESQUEMA DE LOCALIZACION

## ESC: S/E




| | |
|---|---|
| ZONIFICACION | : ZRE |
| AREA DE ESTRUCTURACION URBANA | : ZRE |

| | |
|---|---|
| DEPARTAMENTO | : AREQUIPA |
| PROVINCIA | : AREQUIPA |
| DISTRITO | : AREQUIPA |
| NOMBRE DE LA VIA | : CALLE SAN CAMILO 2D CUADRA |
| NUMERO DEL INMUEBLE | : 2DA CUADRA |

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

## CUADRO NORMATIVO

| PARAMETROS | NORMATIVA | PROYECTO |
|---|---|---|
| ZRE | | |
| USOS PERMITIDOS | | MIXER FUNCTION |
| AREA DEL LOTE | | 1.32 HAS (13194.98 M2) |
| DENSIDAD NETA | | |
| COEFICIENTE DE EDIFICACION | | |
| AREA LIBRE MINIMA | | |
| ALTURA DE LA EDIFICACION | | 5 PISOS |
| RETIRO FRONTAL MINIMO | | |
| ESTACIONAMIENTOS | | 367 |
| | | |

## CUADRO DE AREAS

| PISOS NIVELES | AREA TECHADA (m2) | PISOS NIVELES | AREA TECHADA (m2) | PISOS NIVELES | AREA TECHADA (m2) | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| SOTANOS | 28,328.10 | PLAT. COMERCIALES | 22,858.98 | TORRES Y PAB NORTE | 2,985.78 | |
| SOTANO 1 | 4,029.20 | PLATAFORMA 1 | 6,488.72 | NIVEL 1 | 275.18 | |
| SOTANO 2 | 4,029.20 | PLATAFORMA 2 | 4,425.61 | NIVEL 2 | 275.18 | |
| SOTANO 3 | 7,574.14 | PLATAFORMA 3 | 5,471.73 | NIVEL 3 | 870.24 | |
| SOTANO 4 | 9,484.96 | PLATAFORMA 4 | 3,705.46 | NIVEL 4 | 129.07 | |
| SALAS DE CINE | 3,210.60 | PLATAFORMA 5 | 2,767.46 | NIVEL 5 | 146.06 | 54,172.86 M2 |

**TESIS:**
**REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO**


**TESISTA:**
BACH. ARQ.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

**ASESORES:**
ARQ. EDWAR CHUQUIMIA PAYALICH
ARQ. GONZALO TRILLO BEDOYA


**PLANO:**
**UBICACION Y LOCALIZACION**

**LAMINA**
U-01

**ESCALA:**
1/2000

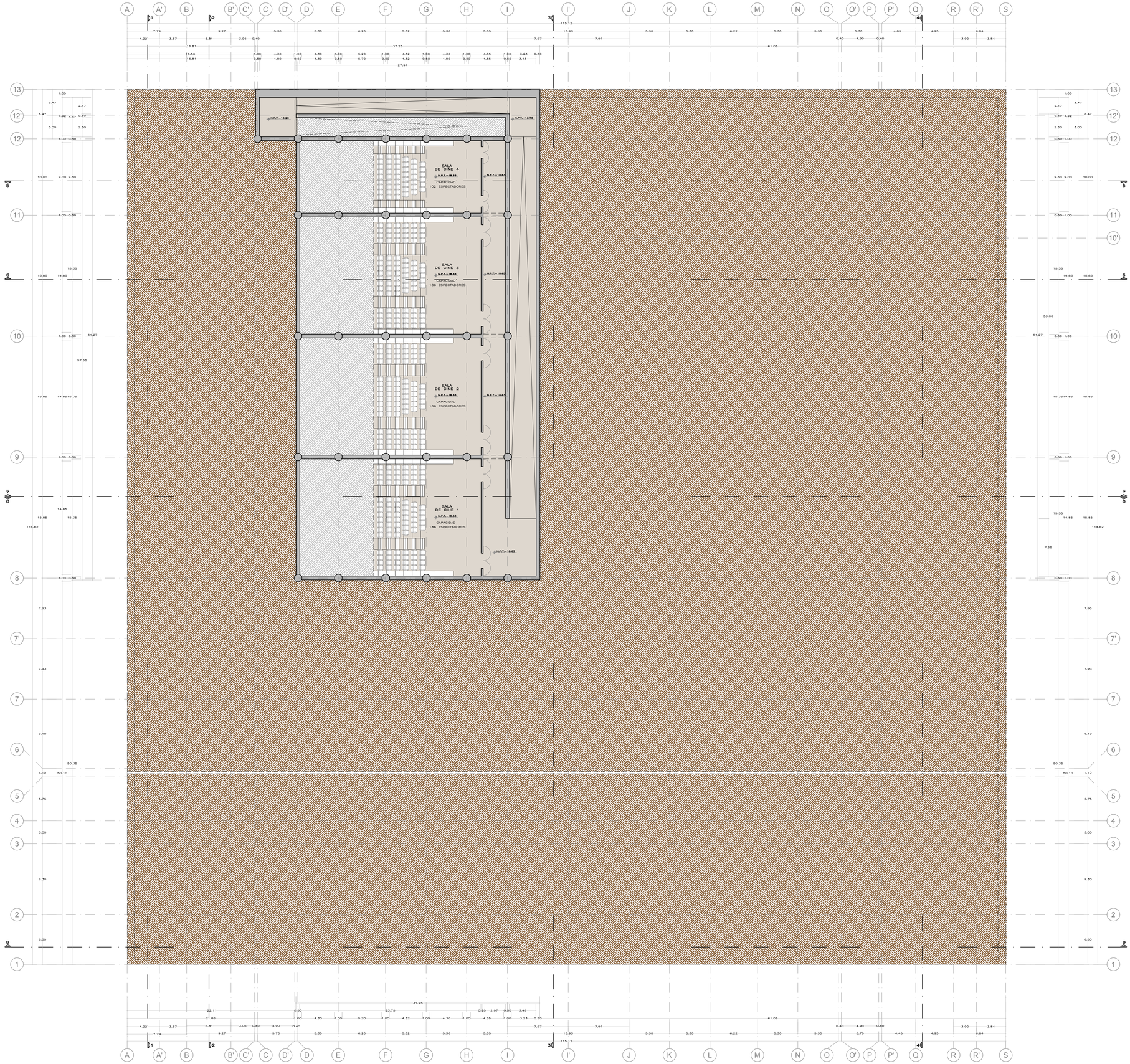
**AÑO**
2018

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# ANTEPROYECTO

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
SOTANO -5

ESCALA:

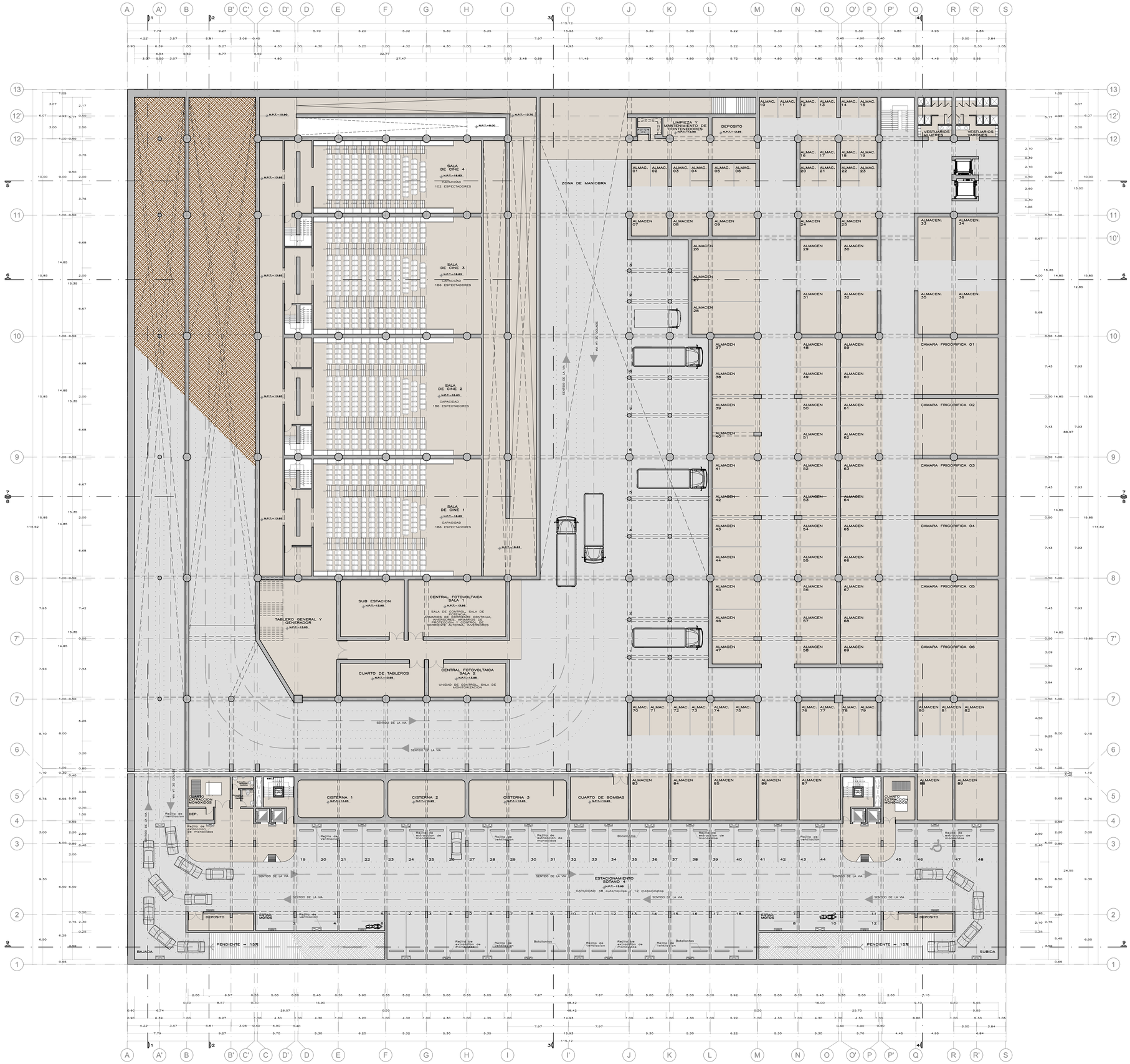
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-01




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
SOTANO 4

ESCALA:

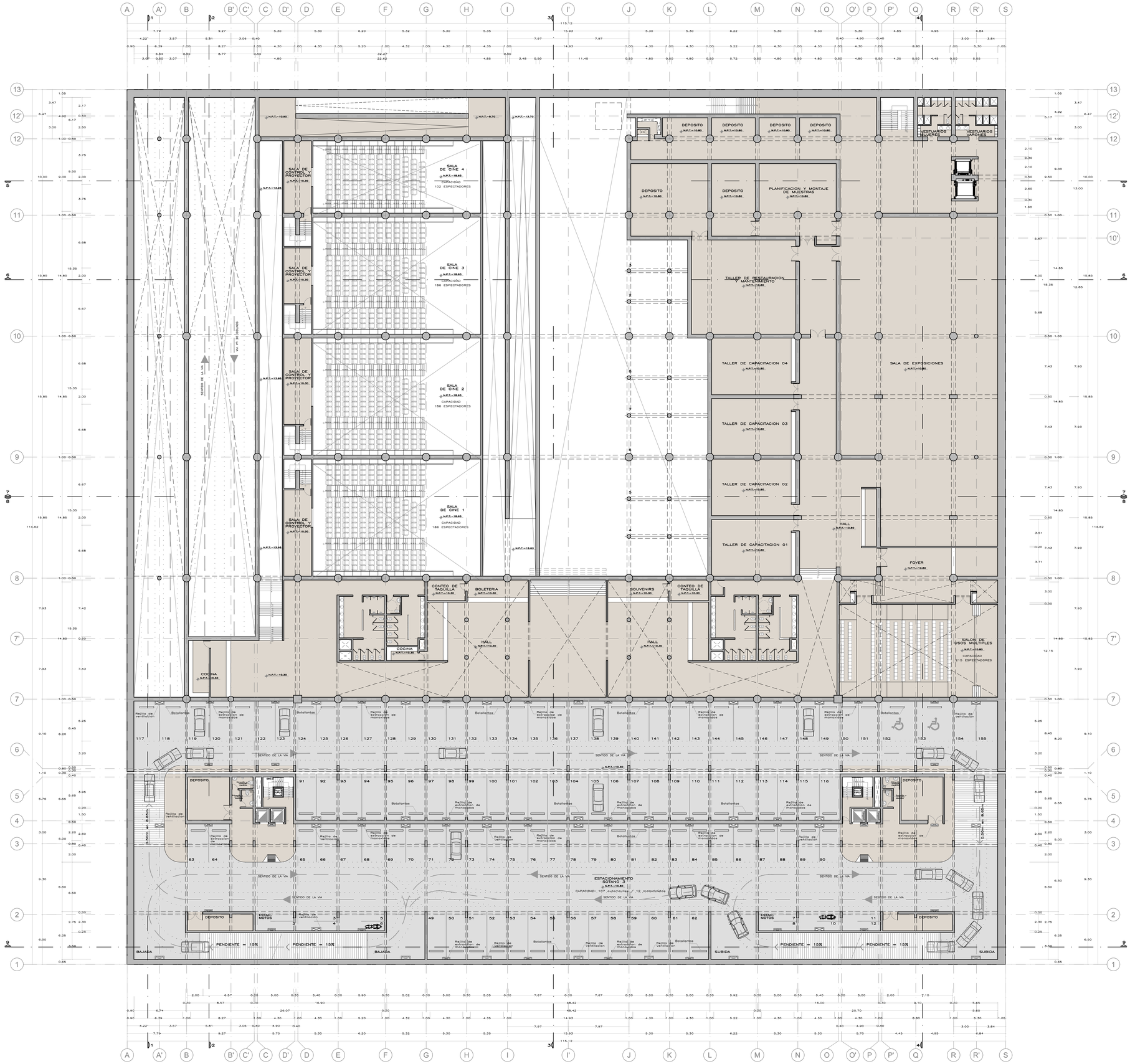
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-02




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
SOTANO 3

ESCALA:

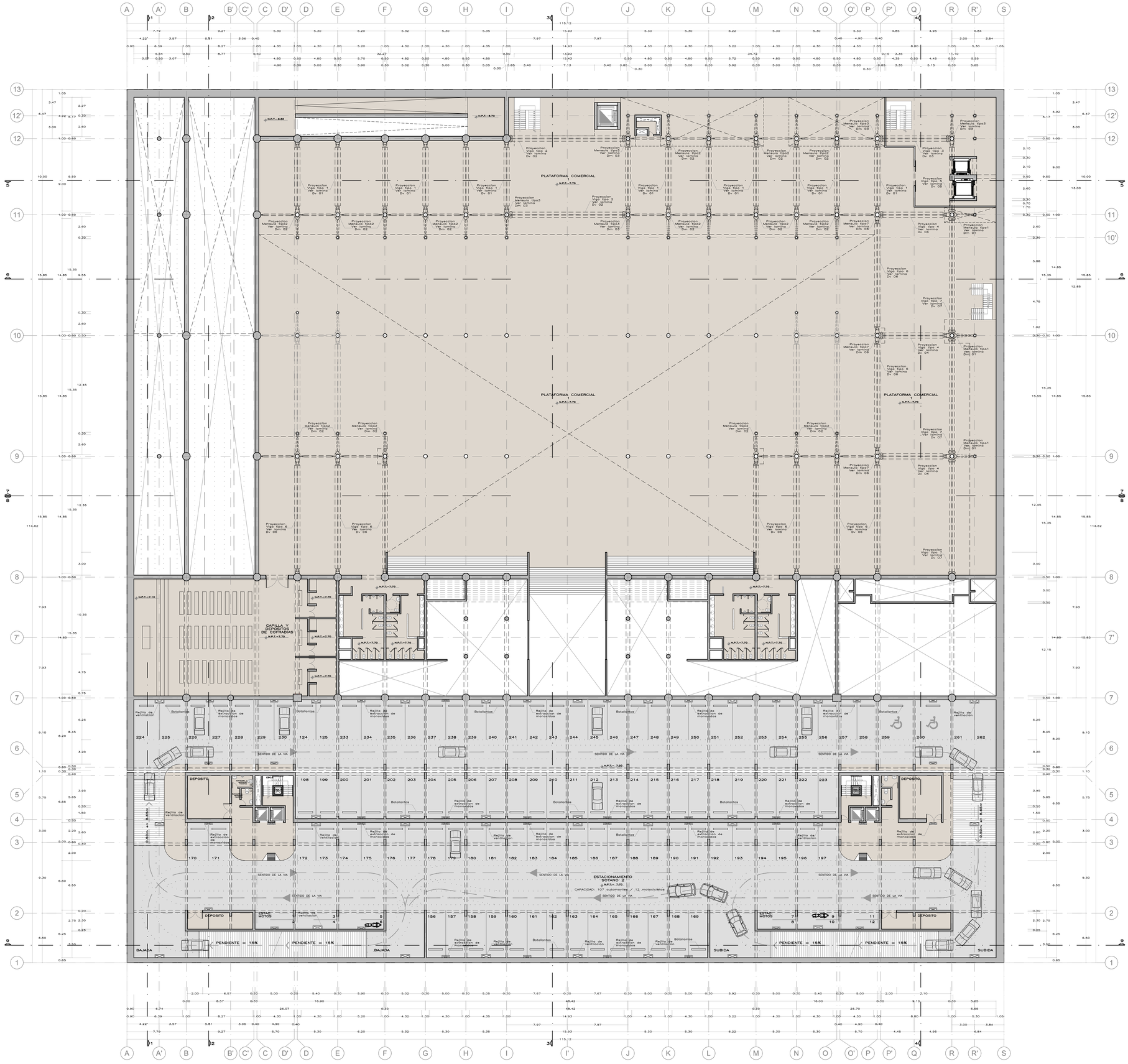
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-03




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
SOTANO 2

ESCALA:

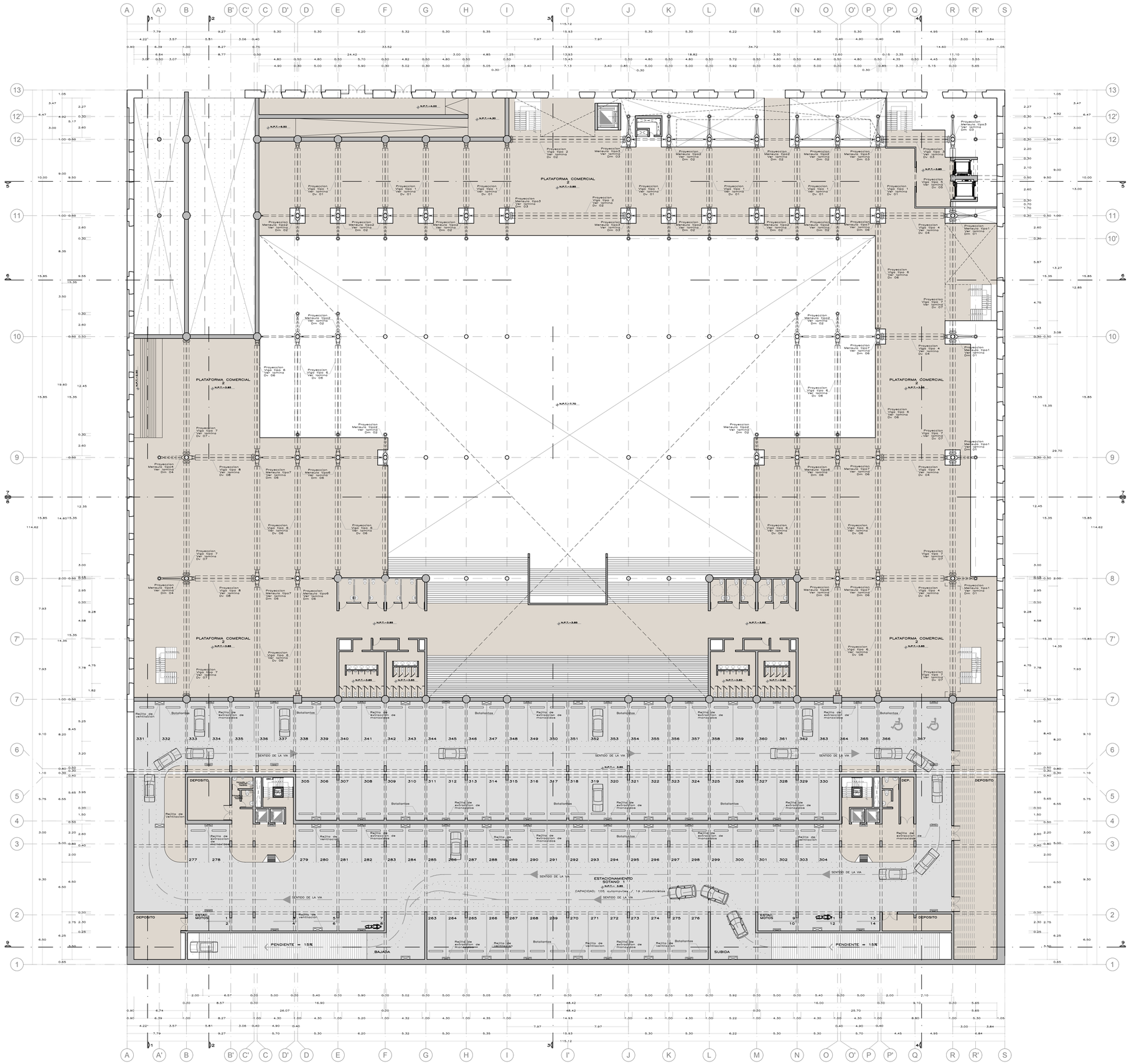
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-04




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
SOTANO 1

ESCALA:

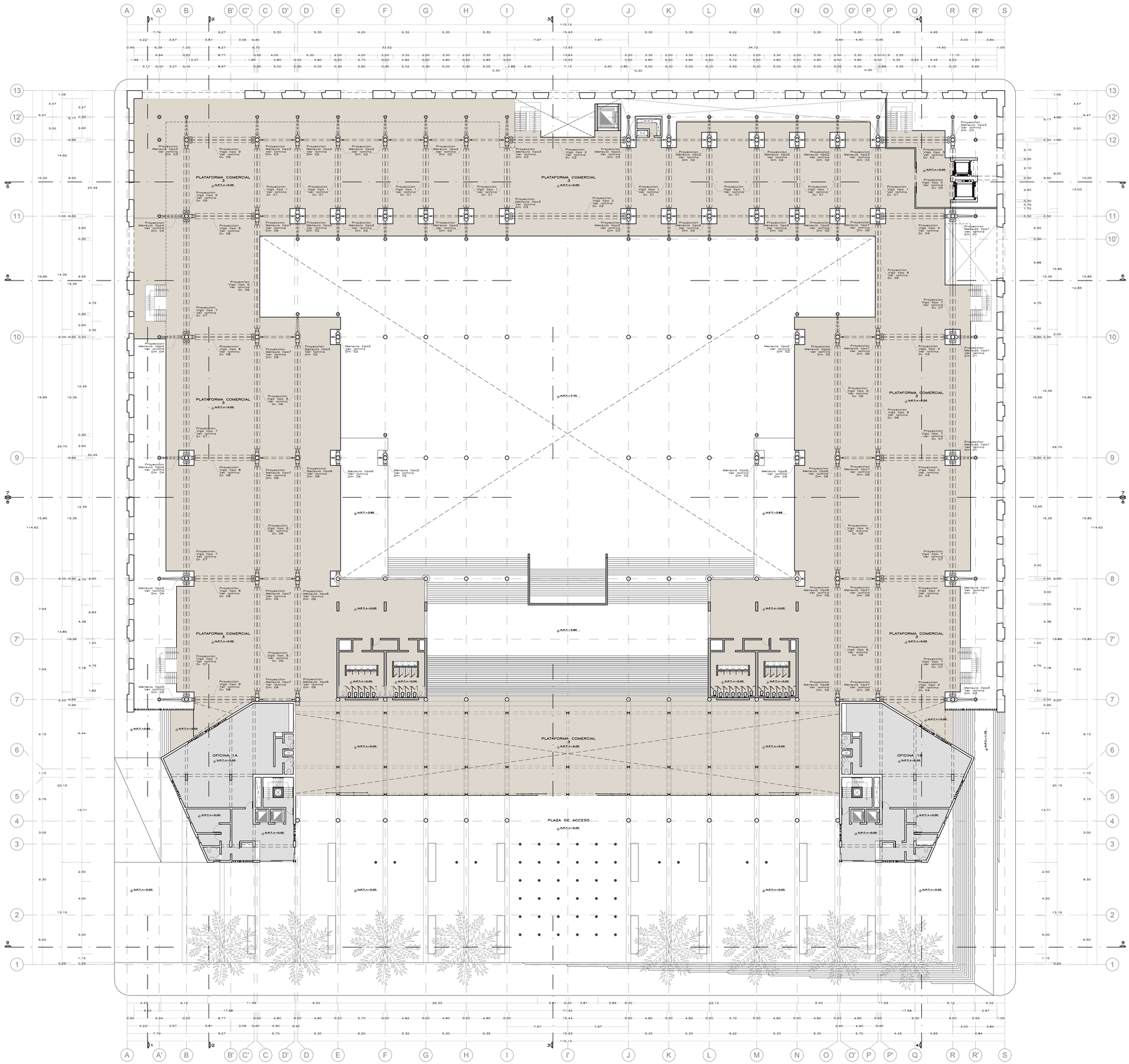
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-05




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
NIVEL 1 -ACCESO PRINCIPAL

ESCALA:

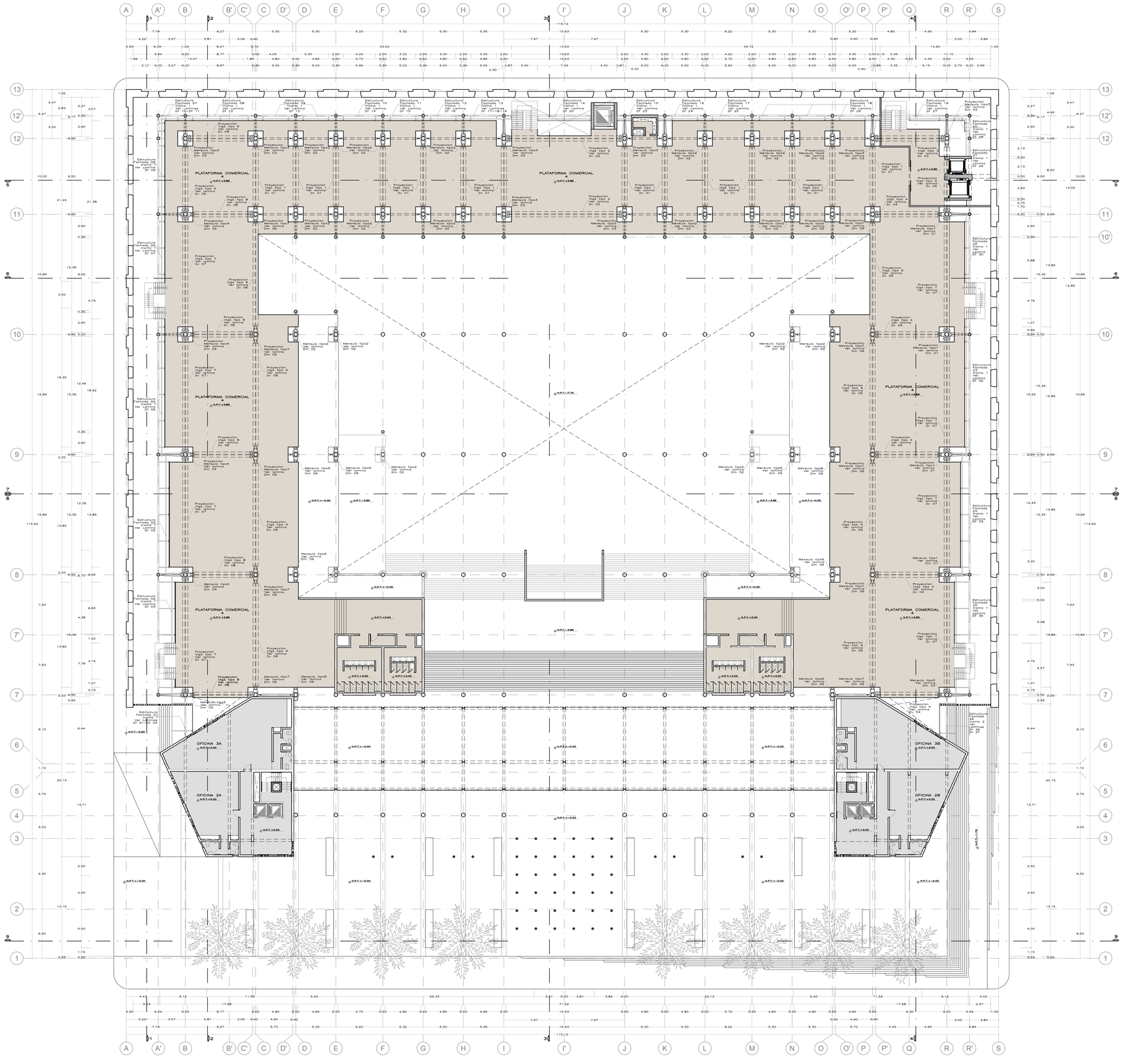
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-06




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
NIVEL 2

ESCALA:

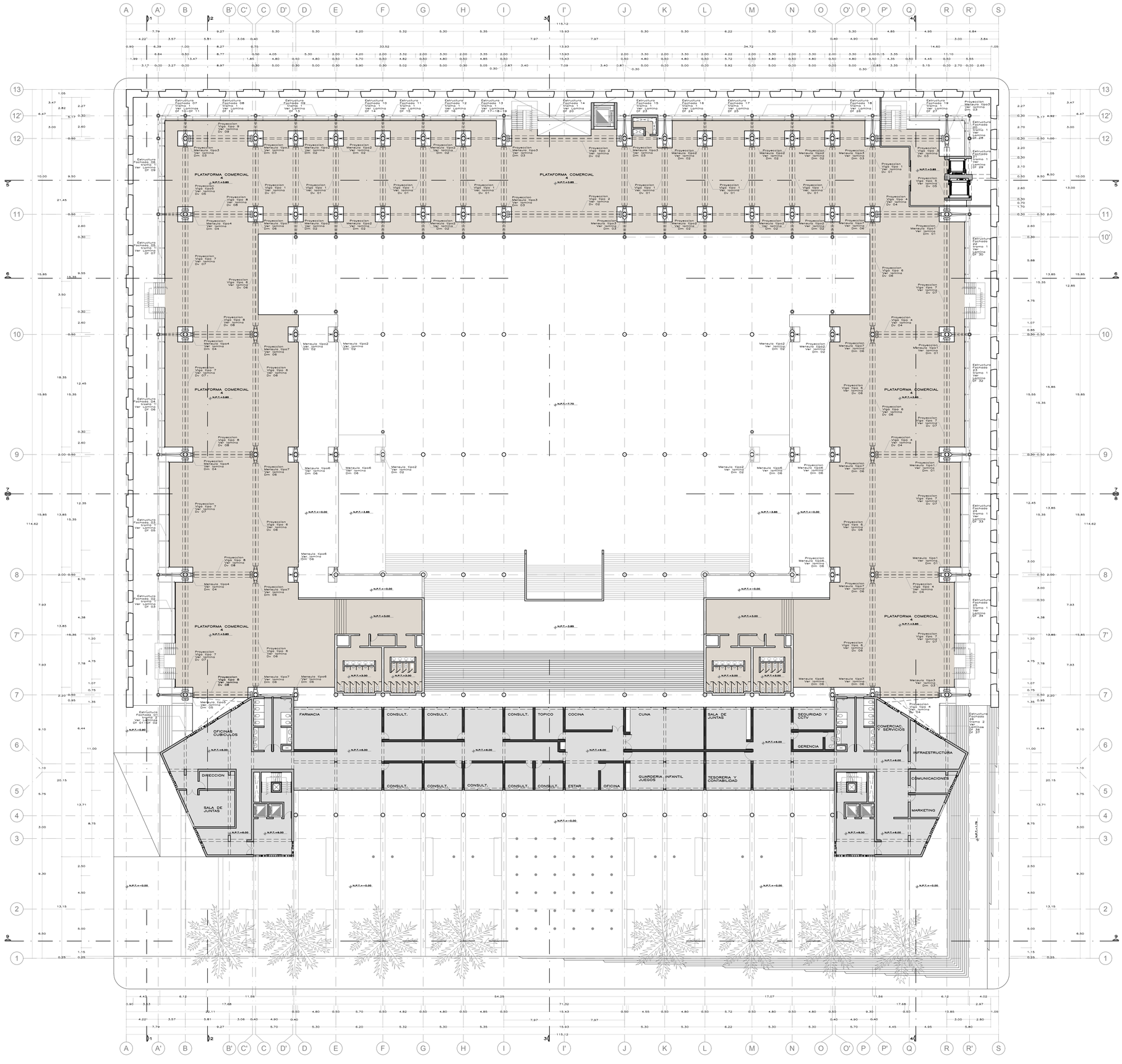
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-07




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
NIVEL 3

ESCALA:

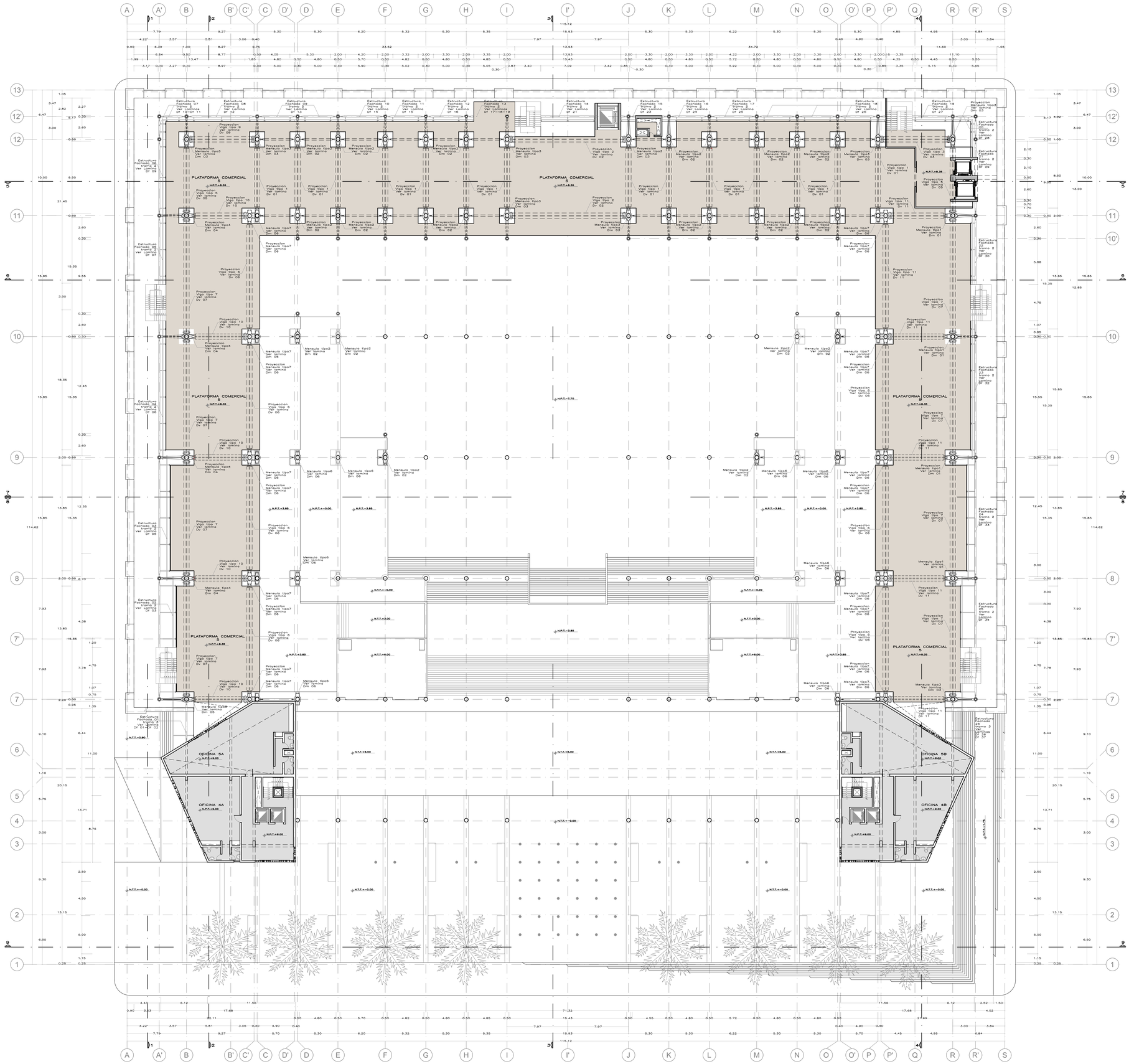
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-08




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
NIVEL 4

ESCALA:

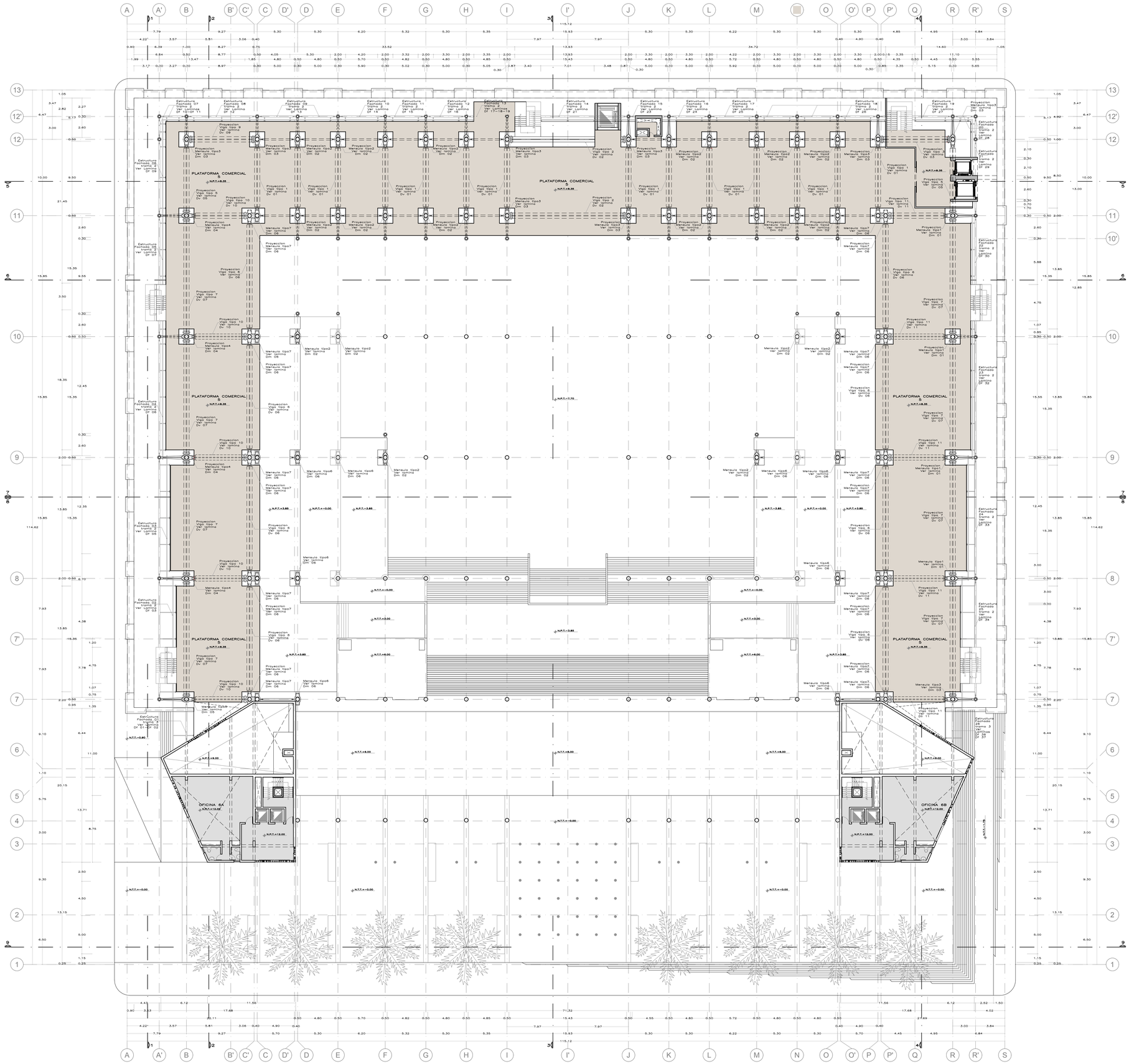
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-09




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

PLANIMETRIA GENERAL
ANTEPROYECTO
NIVEL 5

ESCALA:

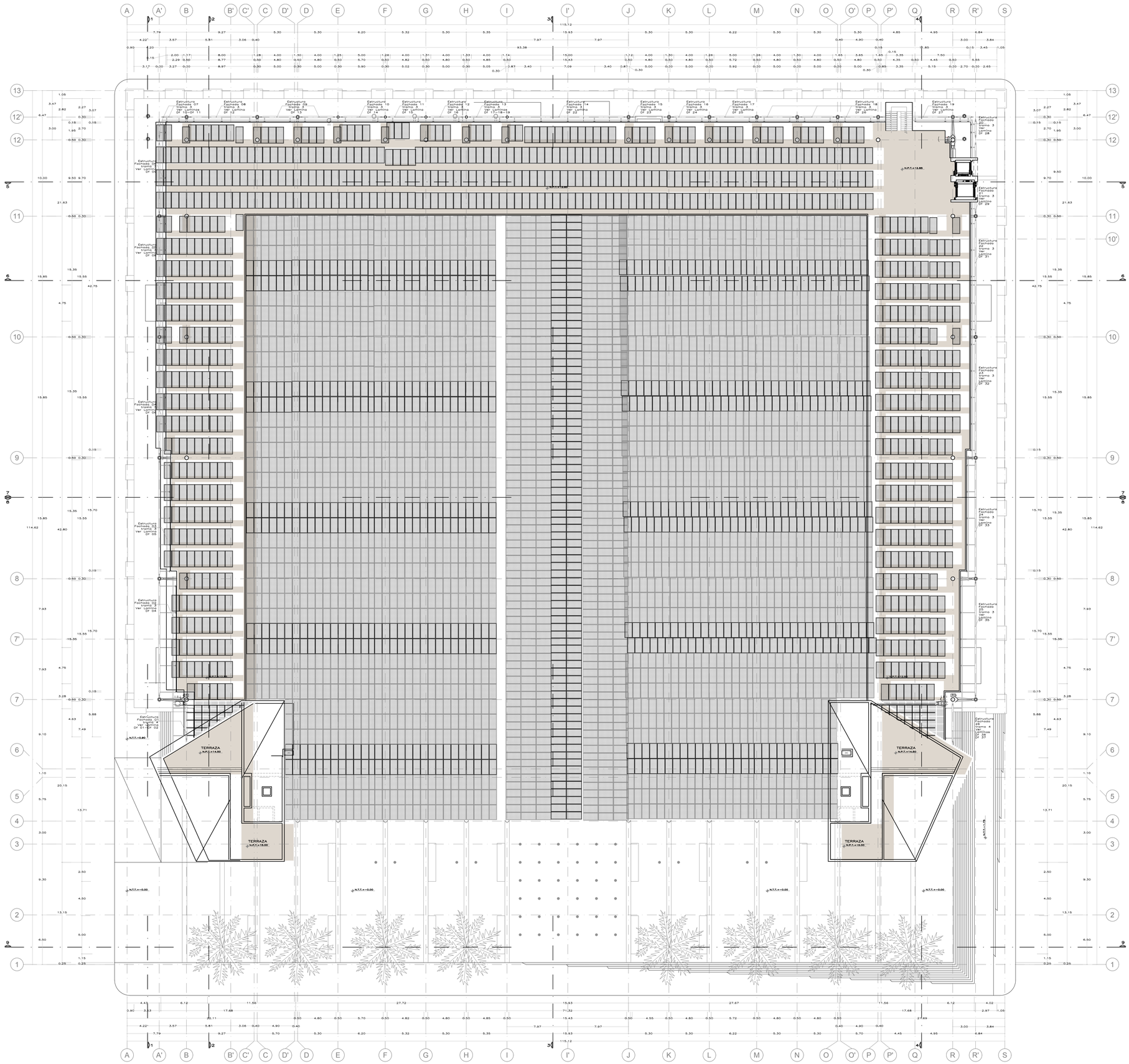
1/250

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

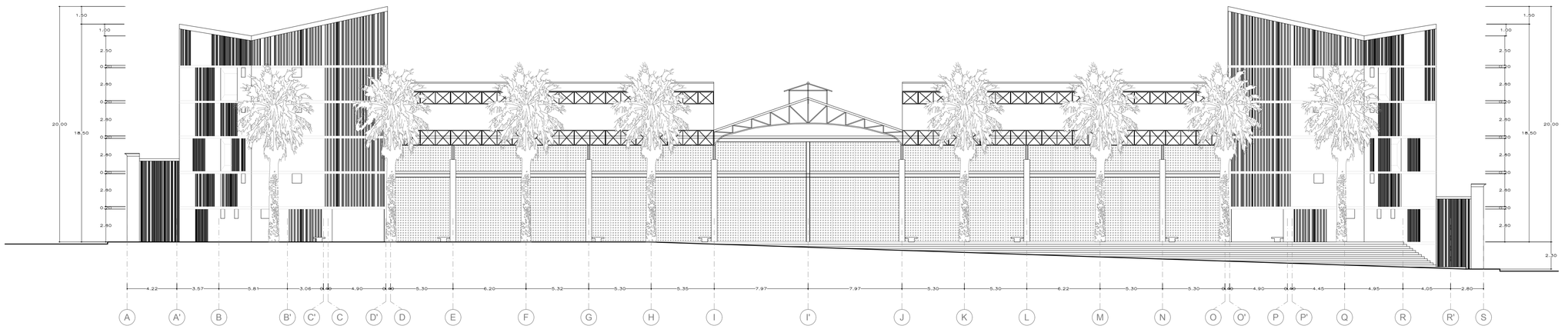
LAMINA :

An-10


TERRAZA
N.P.T.+14.80
TERRAZA
N.P.T.+15.00
TERRAZA
N.P.T.+14.80
TERRAZA
N.P.T.+18.00
N.T.T.+0.00
N.T.T.+0.00
N.T.T.+0

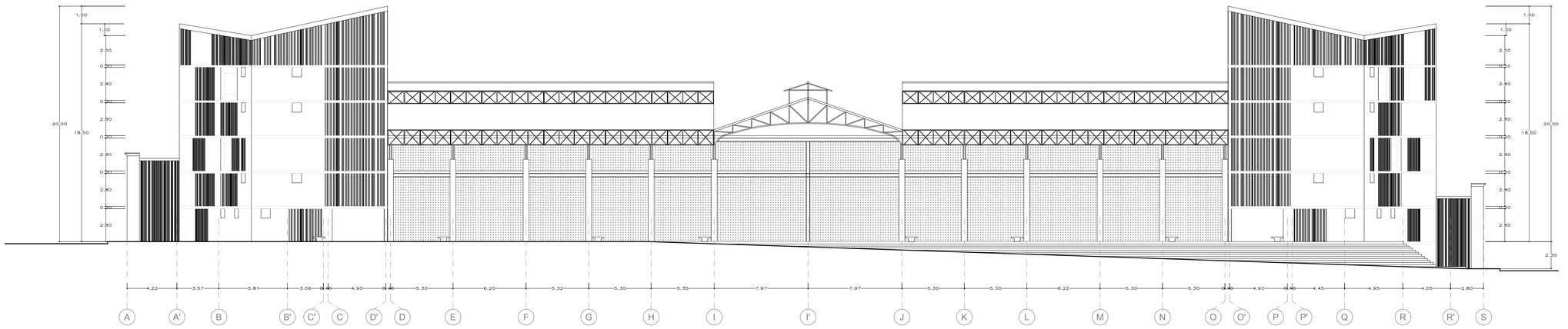
## ELEVACION CALLE SAN CAMILO (Con vegetación)

ESCALA: 1/200



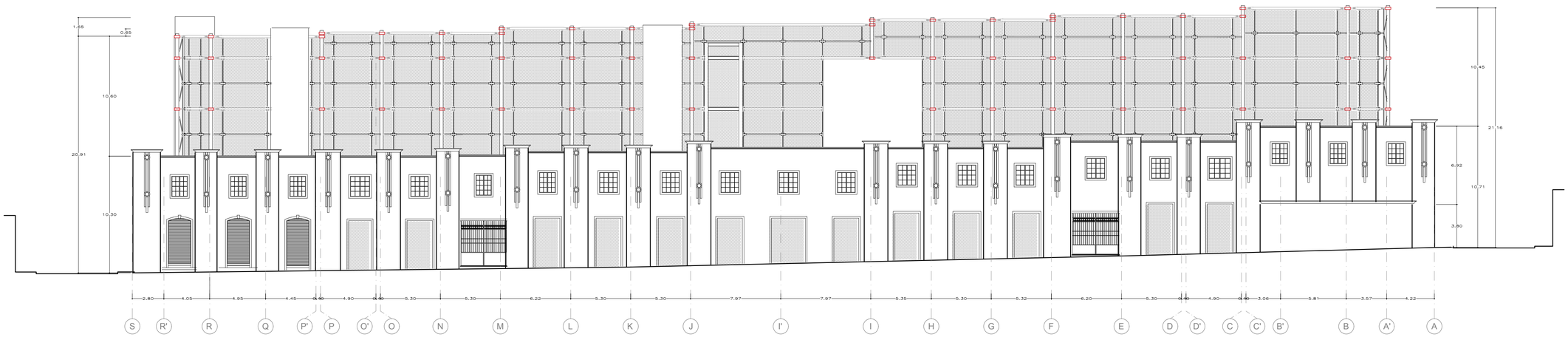

## ELEVACION CALLE SAN CAMILO (Sin vegetación)

ESCALA: 1/200




## ELEVACION CALLE ALTO DE LA LUNA

ESCALA: 1/200




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

Por cuestiones de graficación y comprensión de los elementos que componen la fachada de la calle San Camilo se presentan en esta lamina dos dibujos el primero con vegetación (palmeras, tal como se encuentra proyectado en planta y el segundo sin vegetación

Para la presentacion y acotación de la fachada a escala a escala de proyecto (1 / 100) se utilizara el corte elevación 9-9 (laminas A-122 A-123)

PLANO :

ELEVACION CALLE SAN CAMILO

ELEVACION CALLE ALTO DE LA LUNA

ESCALA:

1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-12

## ELEVACION CALLE PIEROLA

ESCALA: 1/200




## ELEVACION CALLE PERU

ESCALA: 1/200




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION CALLE PIEROLA

ELEVACION CALLE PERU

ESCALA:

1/200

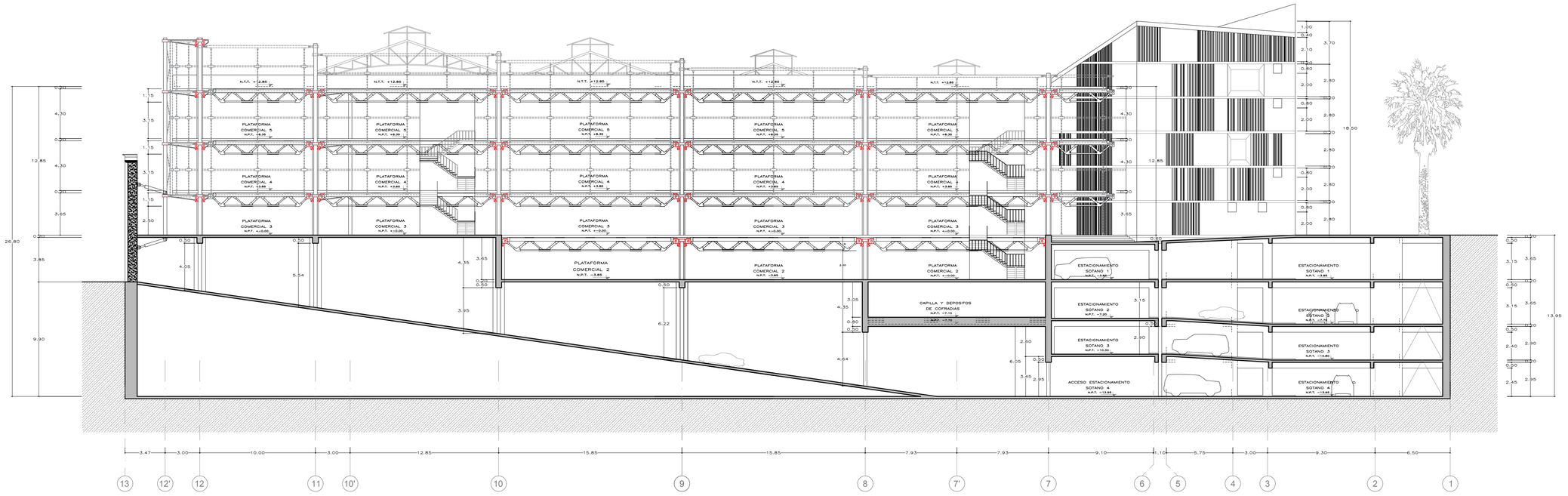
FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

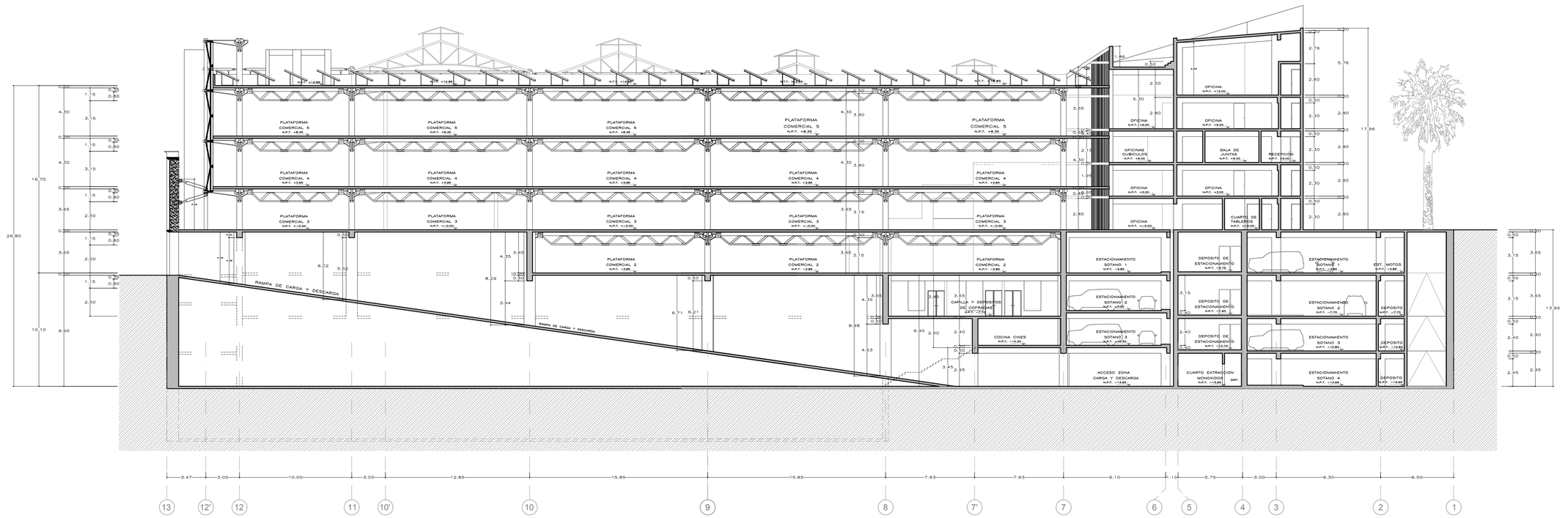
LAMINA :

An-13

## CORTE 1-1
ESCALA: 1/200




## CORTE 2-2 (B)
ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 1-1
CORTE 2-2

ESCALA:
1/200

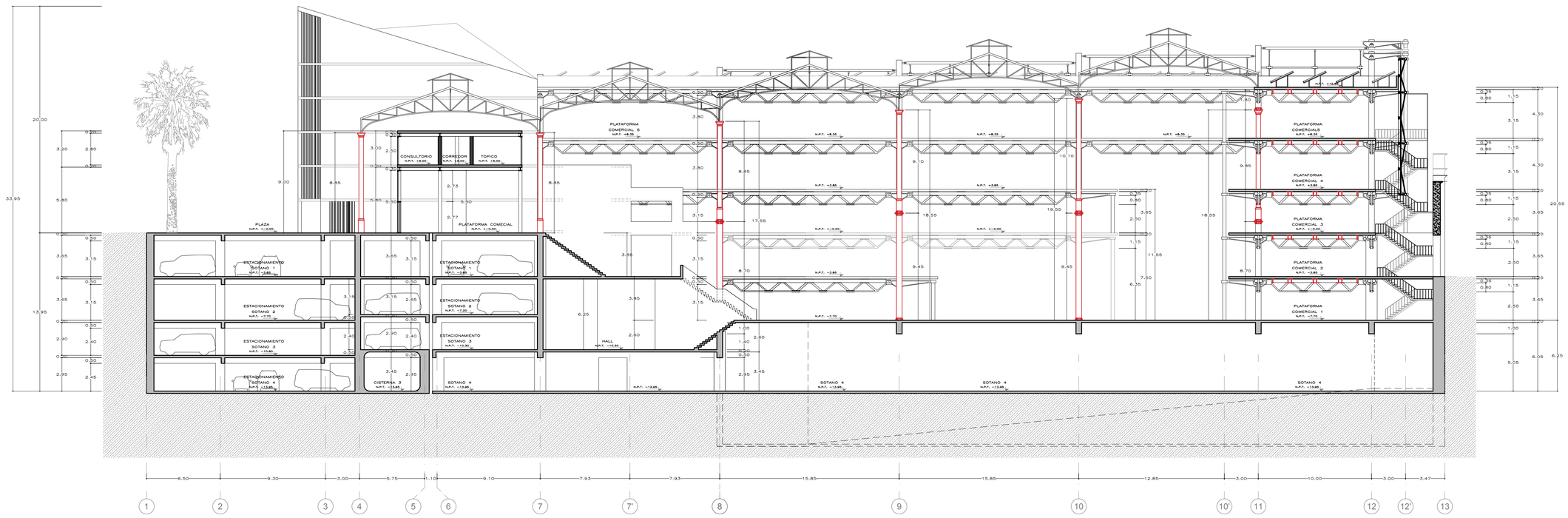
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-14

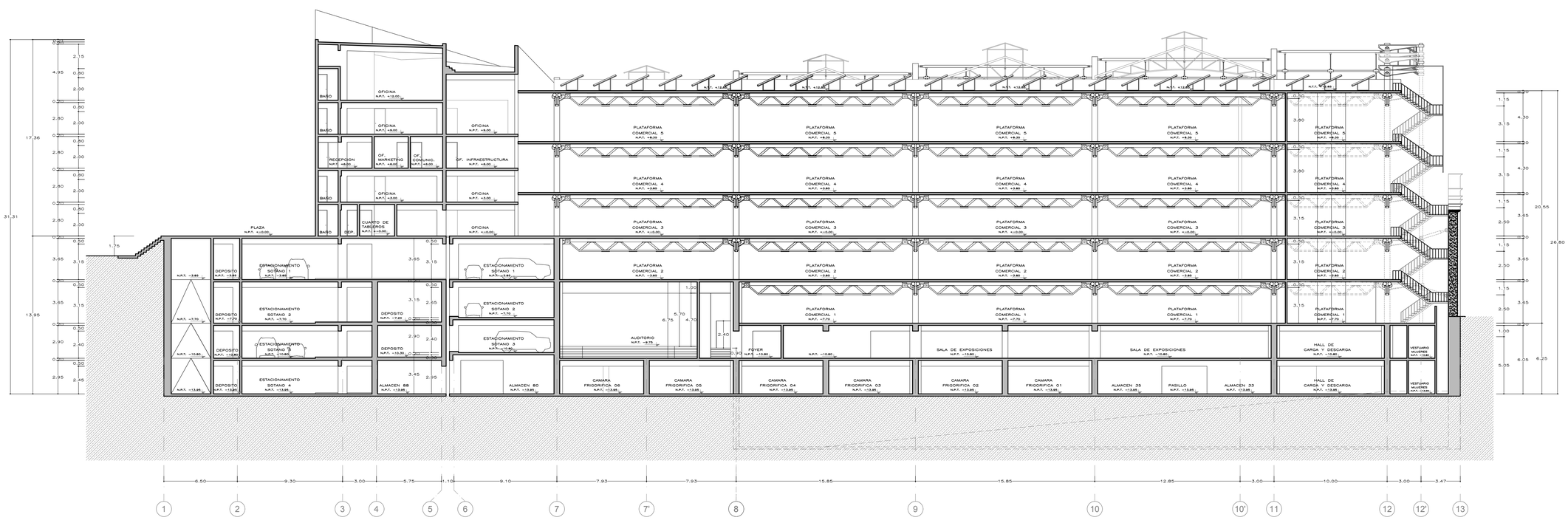
# CORTE 3-3

ESCALA: 1/200




ESCALA: 1/200

# CORTE 4-4




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 3-3
CORTE 4-4

ESCALA:
1/200

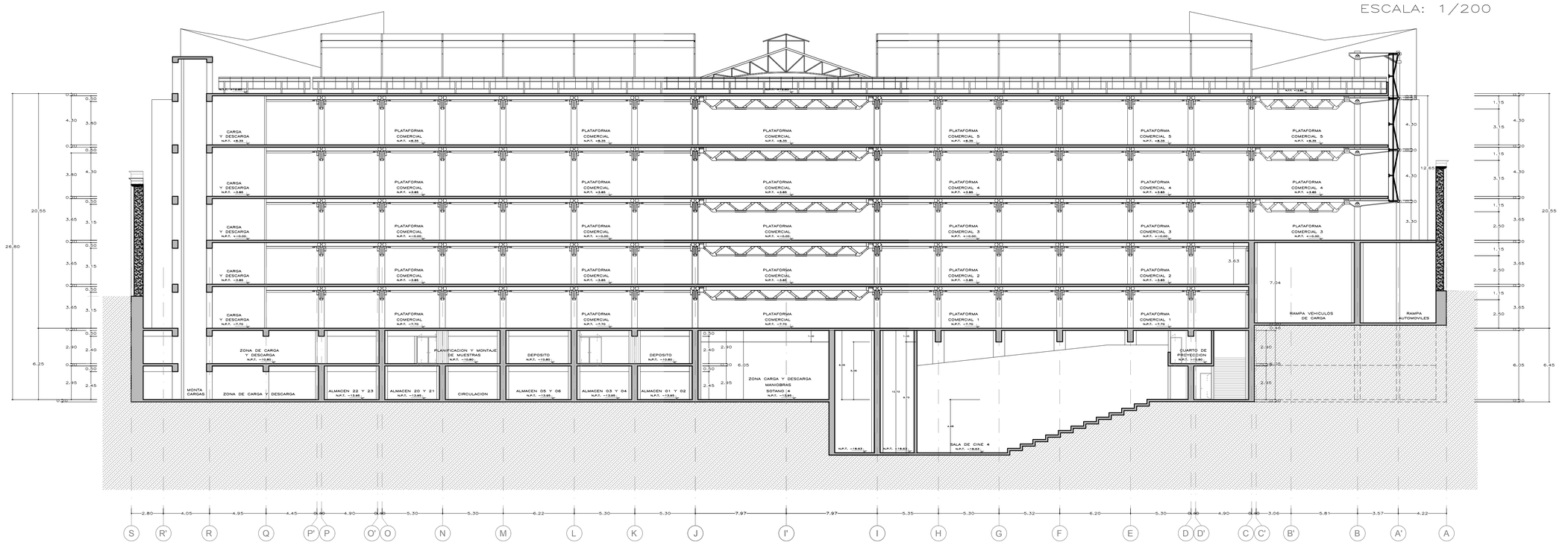
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-15

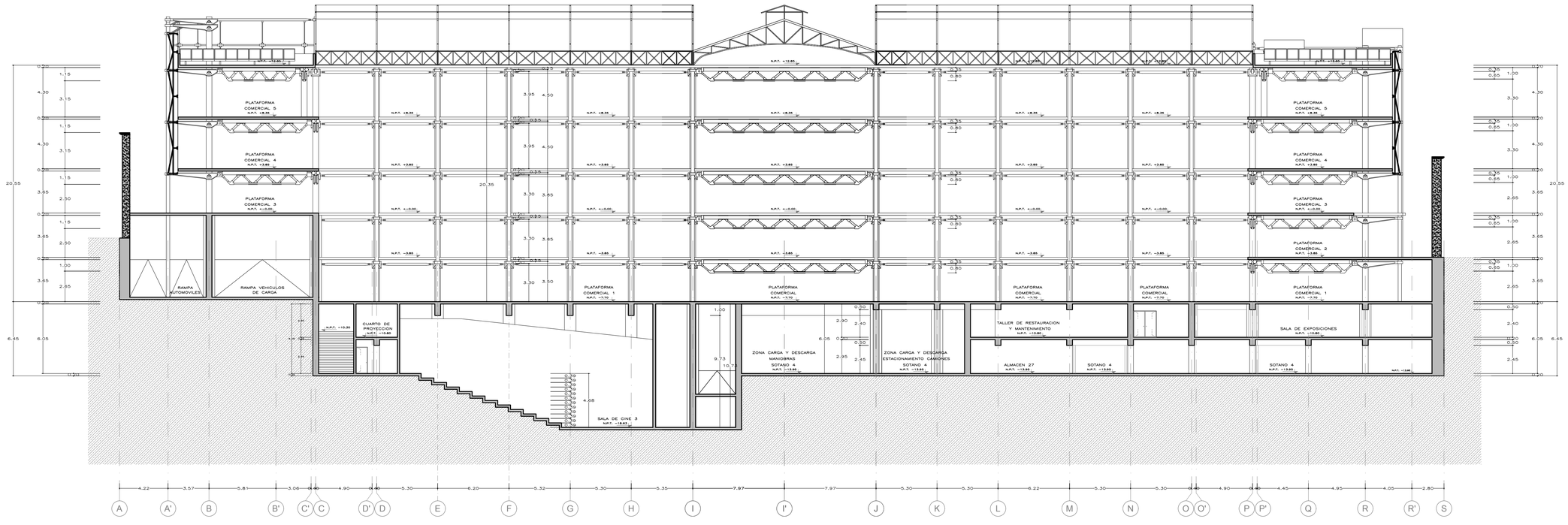
## CORTE 5-5

ESCALA: 1/200




## CORTE 6-6

ESCALA: 1/200




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 5-5
CORTE 6-6

ESCALA:
1/200

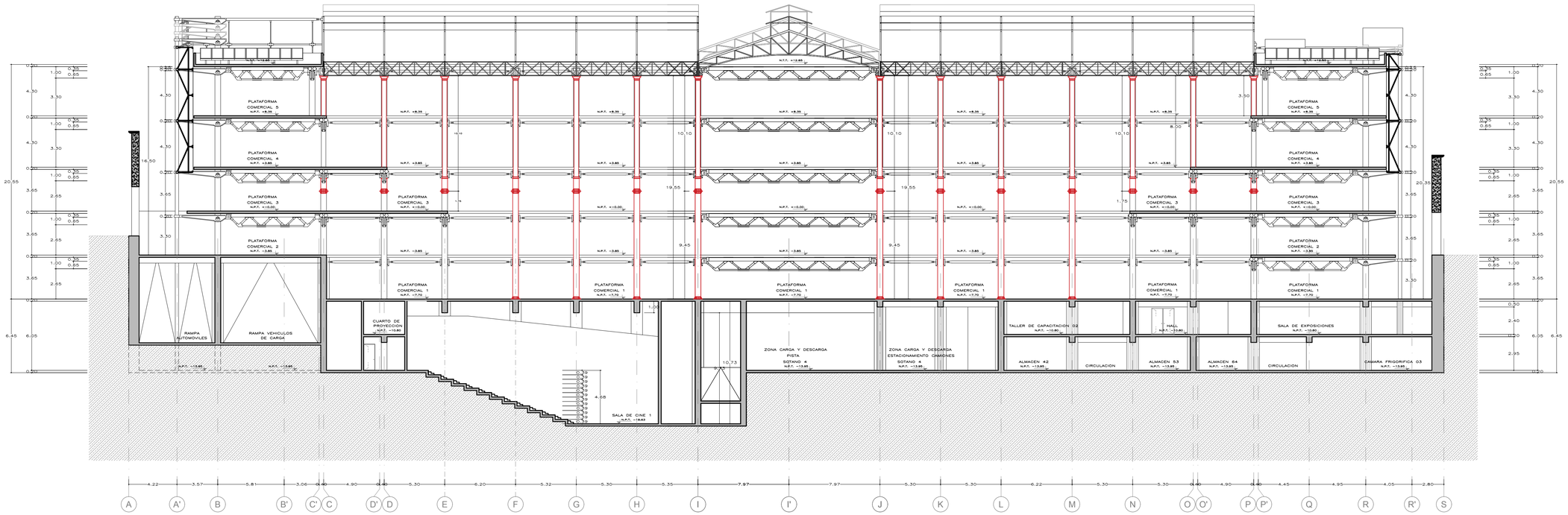
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-16

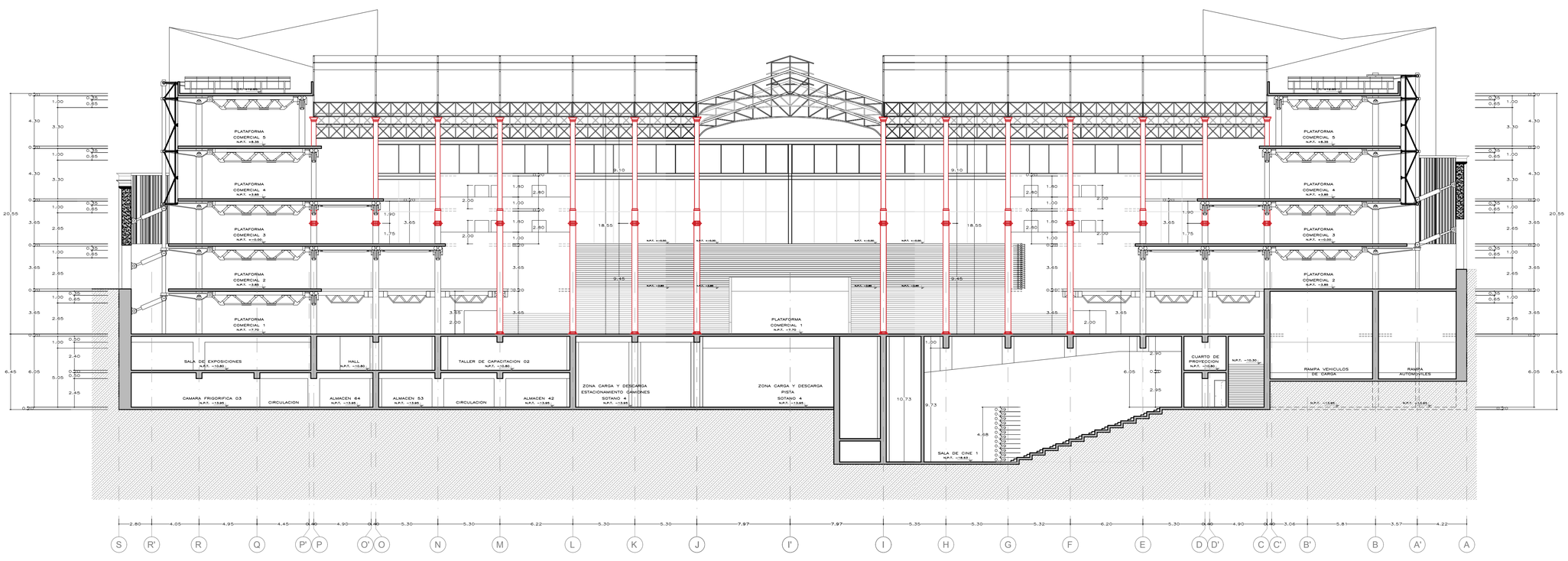
## CORTE 7-7

ESCALA: 1/200




## CORTE 8-8 (B)

ESCALA: 1/200




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 7-7
CORTE 8-8

ESCALA:
1/200

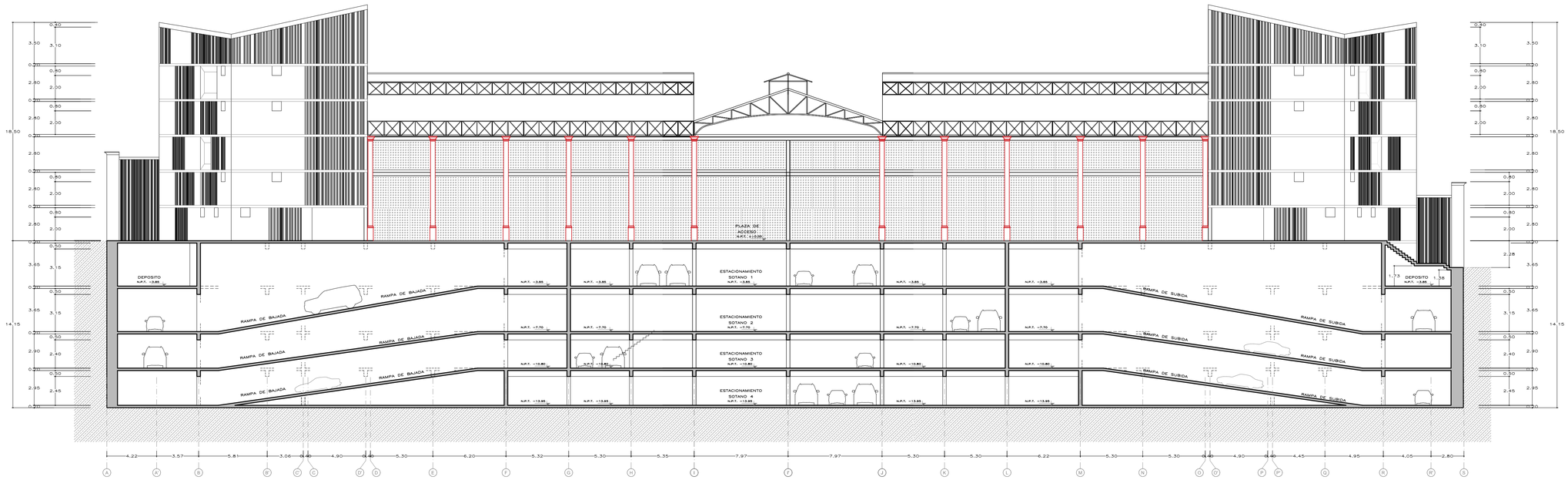
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-17

# CORTE 9-9

ESCALA: 1/100





UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA


TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO


ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE


NOTAS :

PLANO :
CORTE 9-9

ESCALA:
1/200

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

An-18

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# PLANOS

# TOMO II

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE

# LISTA DE PLANOS

**ARQUITECTURA**

SOTANO 5 (A) ..... A-001

SOTANO 5 (B) ..... A-002

SOTANO 4 (A) ..... A-003

SOTANO 4 (B) ..... A-004

SOTANO 4 (C) ..... A-005

SOTANO 4 (D) ..... A-006

SOTANO 4 (E) ..... A-007

SOTANO 4 (F) ..... A-008

SOTANO 4 (G) ..... A-009

SOTANO 4 (H) ..... A-010

SOTANO 4 (I) ..... A-011

SOTANO 4 (J) ..... A-012

SOTANO 4 (K) ..... A-013

SOTANO 4 (L) ..... A-014

SOTANO 3 (A) ..... A-015

SOTANO 3 (B) ..... A-016

SOTANO 3 (C) ..... A-017

SOTANO 3 (D) ..... A-018

SOTANO 3 (E) ..... A-019

SOTANO 3 (F) ..... A-020

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

SOTANO 3 (G) ..... A-021

SOTANO 3 (H) ..... A-022

SOTANO 3 (I) ..... A-023

SOTANO 3 (J) ..... A-024

SOTANO 3 (K) ..... A-025

SOTANO 3 (L) ..... A-026

SOTANO 2 (A) ..... A-027

SOTANO 2 (B) ..... A-028

SOTANO 2 (C) ..... A-029

SOTANO 2 (D) ..... A-030

SOTANO 2 (E) ..... A-031

SOTANO 2 (F) ..... A-032

SOTANO 2 (G) ..... A-033

SOTANO 2 (H) ..... A-034

SOTANO 2 (I) ..... A-035

SOTANO 2 (J) ..... A-036

SOTANO 2 (K) ..... A-037

SOTANO 2 (L) ..... A-038

SOTANO 1 (A) ..... A-039

SOTANO 1 (B) ..... A-040

SOTANO 1 (C) ..... A-041

SOTANO 1 (D) ..... A-042

SOTANO 1 (E) ..... A-043

SOTANO 1 (F) ..... A-044

SOTANO 1 (G) ..... A-045

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

SOTANO 1 (H) ..... A-046

SOTANO 1 (I) ..... A-047

SOTANO 1 (J) ..... A-048

SOTANO 1 (K) ..... A-049

SOTANO 1 (L) ..... A-050

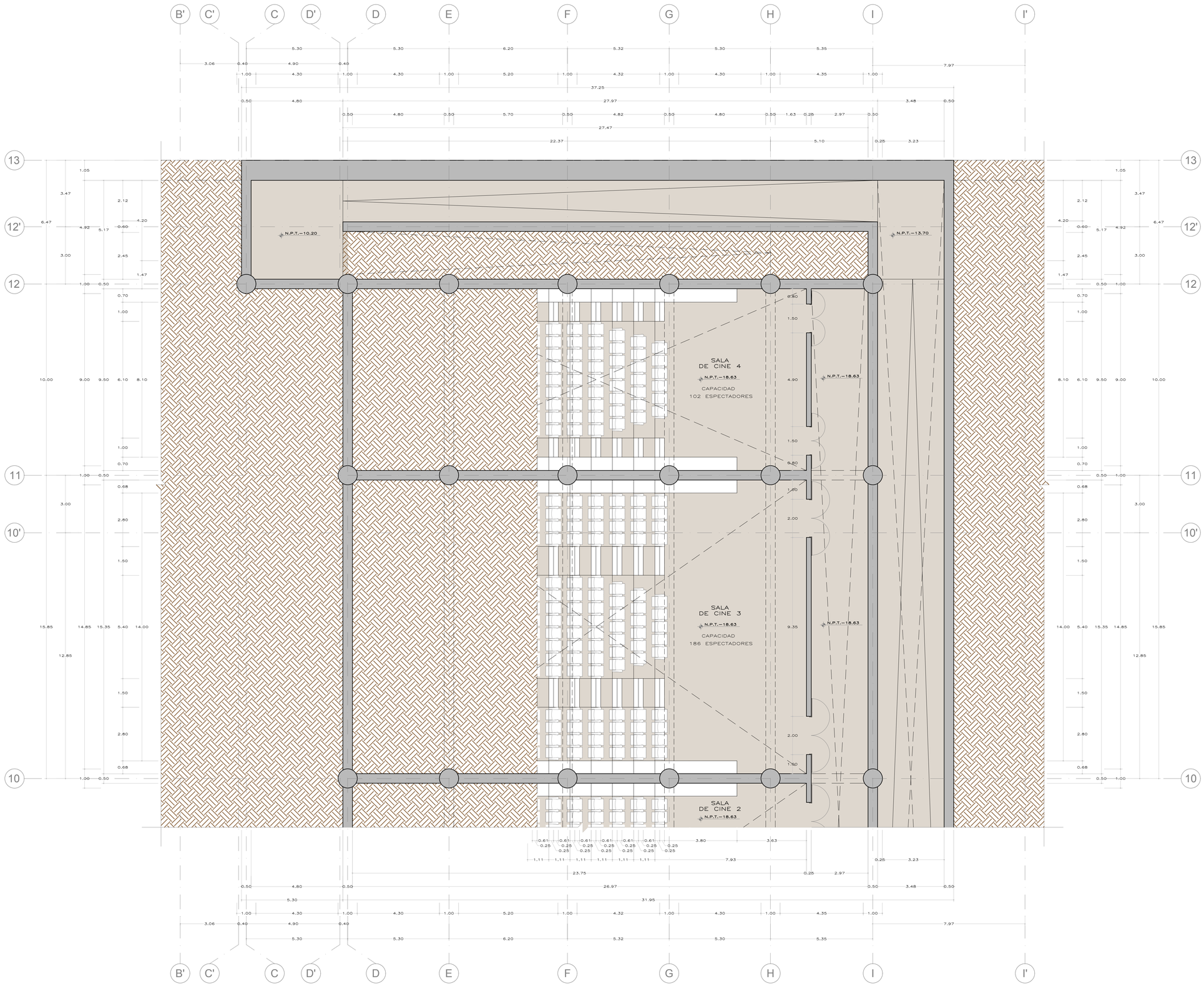
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# ARQUITECTURA

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

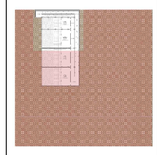
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE. PARA VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-01



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 5

ESCALA:

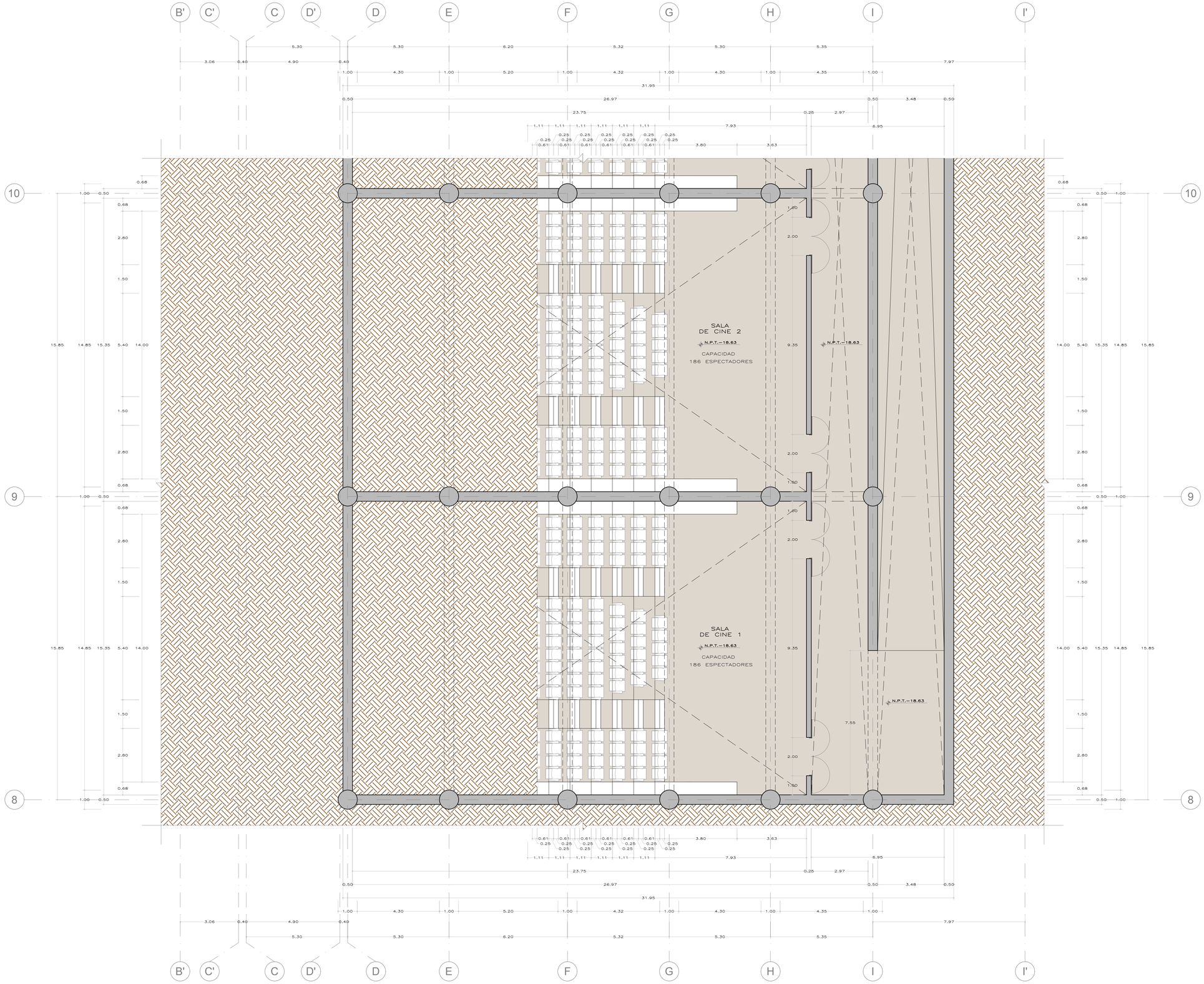
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-001




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

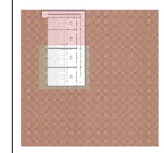
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-01



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ: corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUENTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

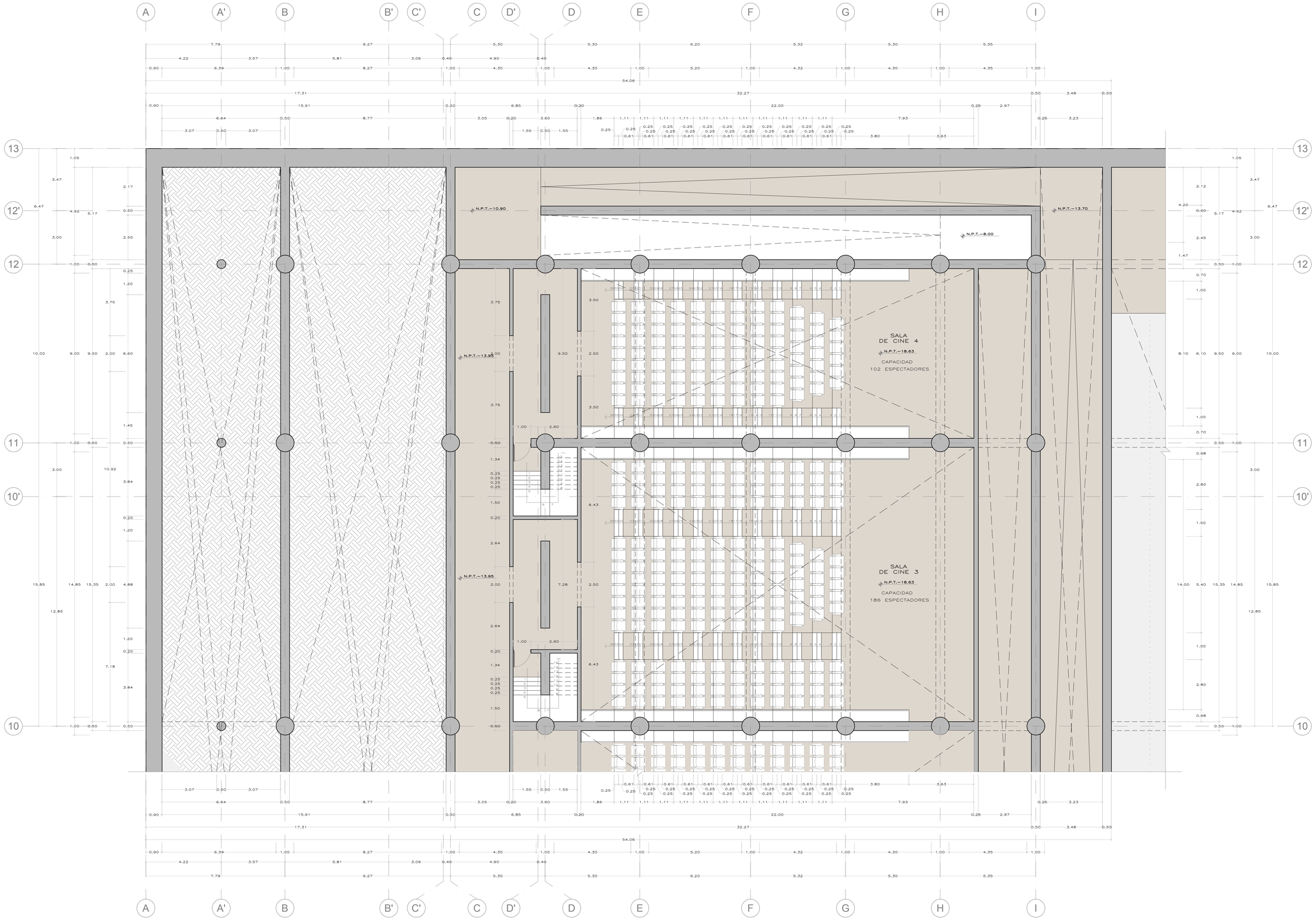
PLANO :
SOTANO 5

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-002




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

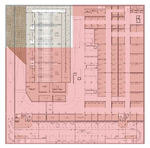
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1/ 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. cortes 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

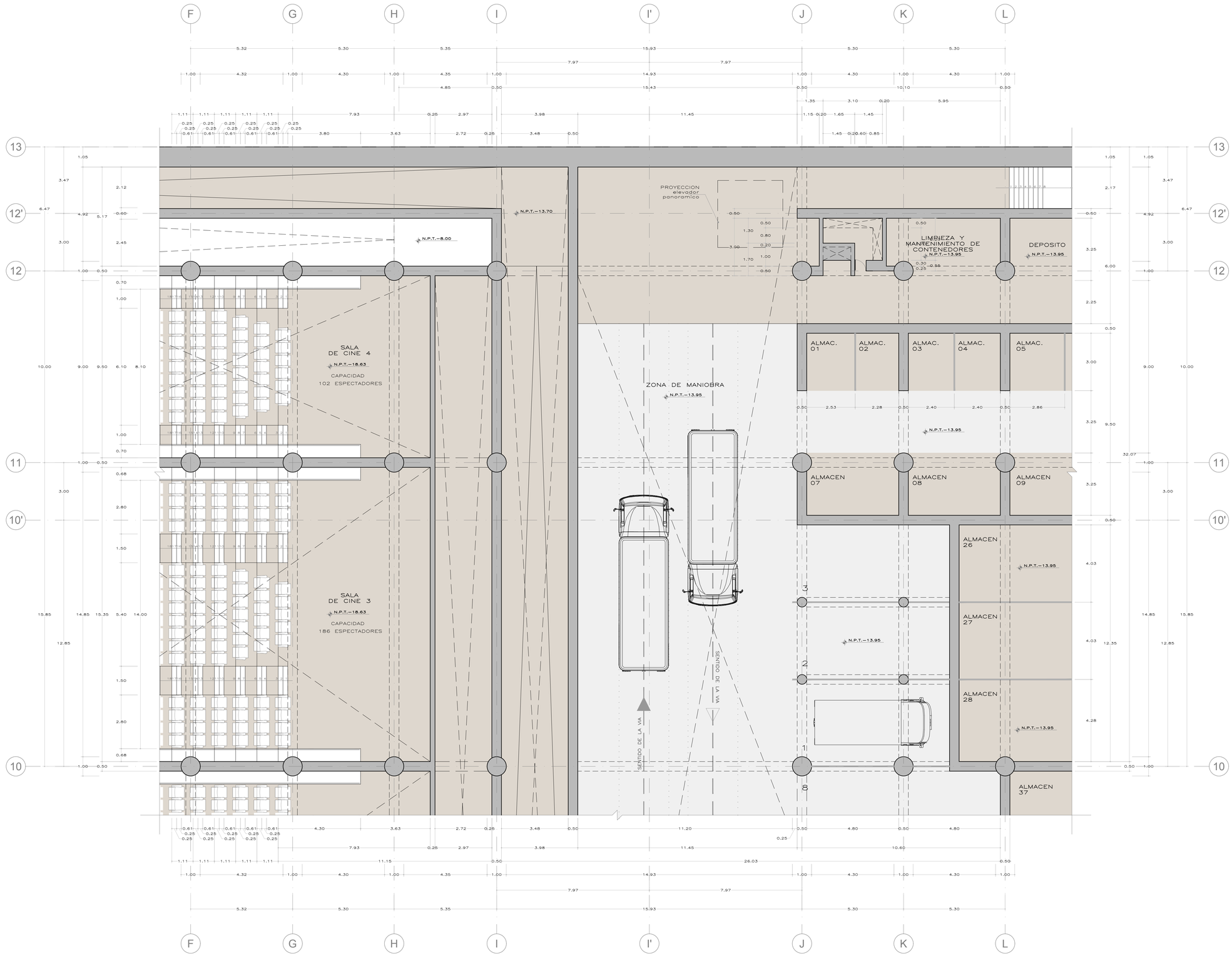
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-003




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

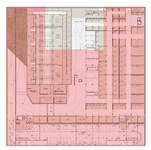
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA VISTA EN ELEVACION CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

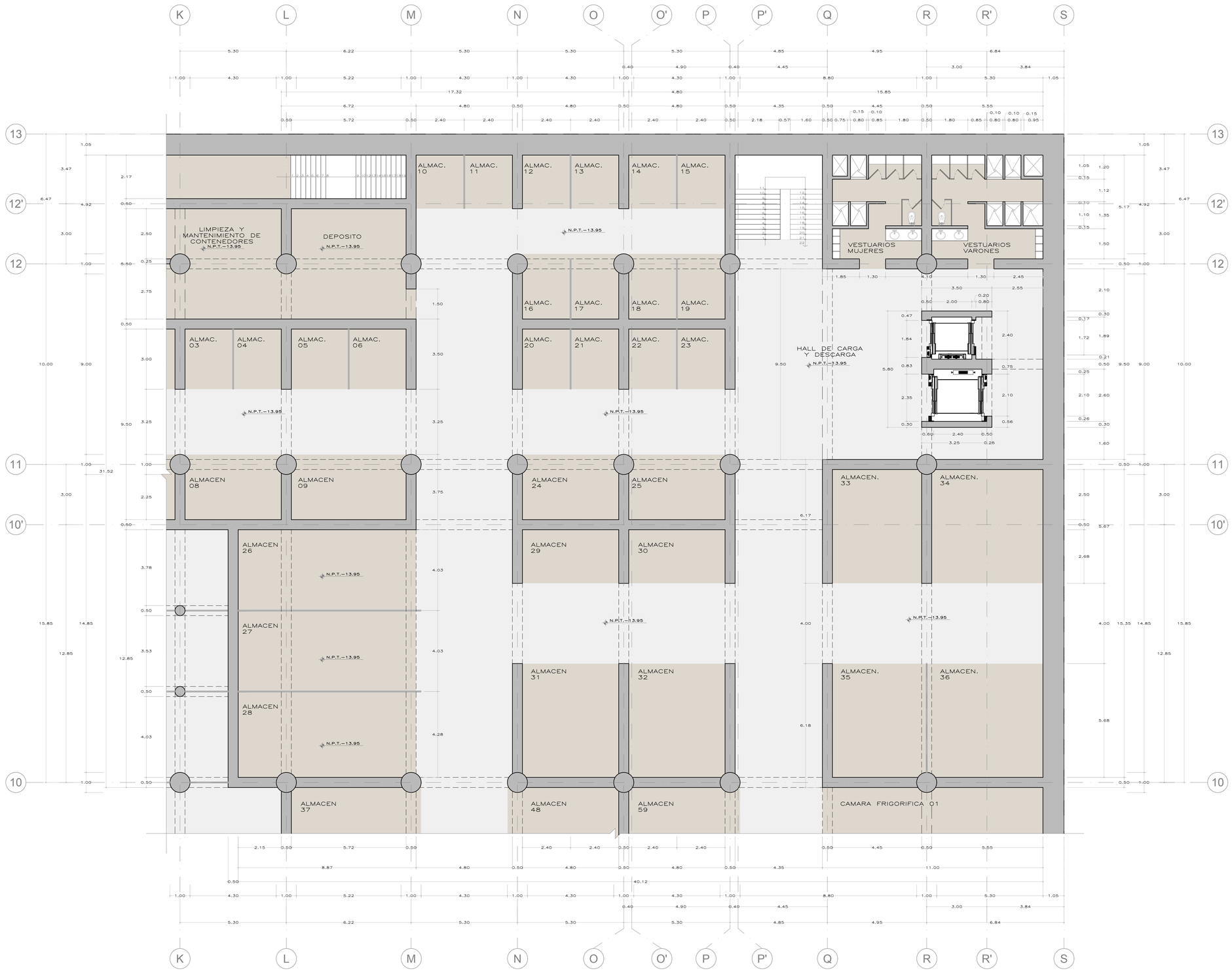
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-004




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

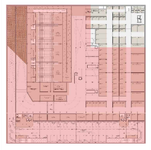
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION, MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1:250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1–1, corte 2–2), SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

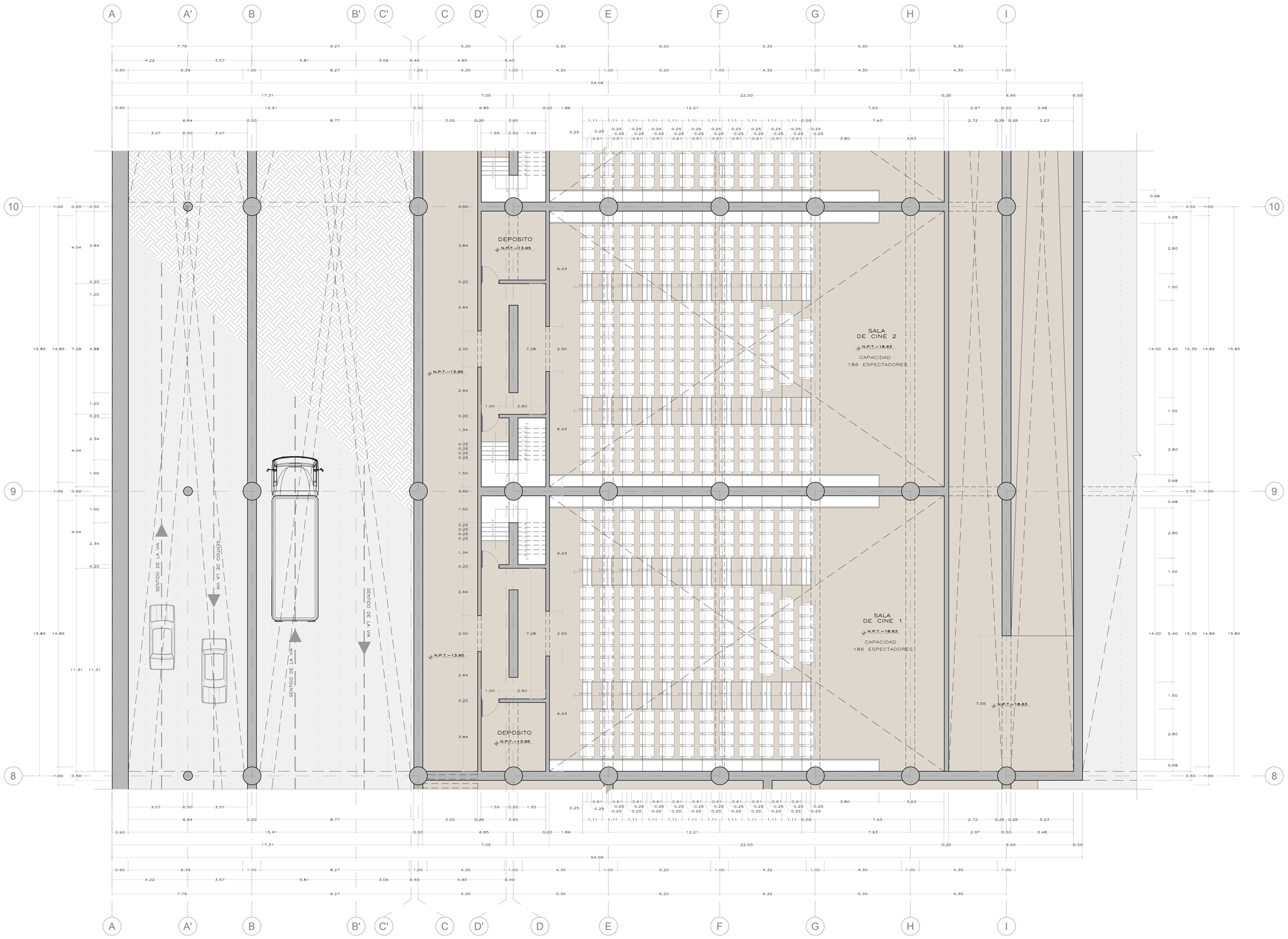
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-005




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

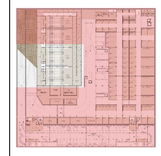
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1/250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

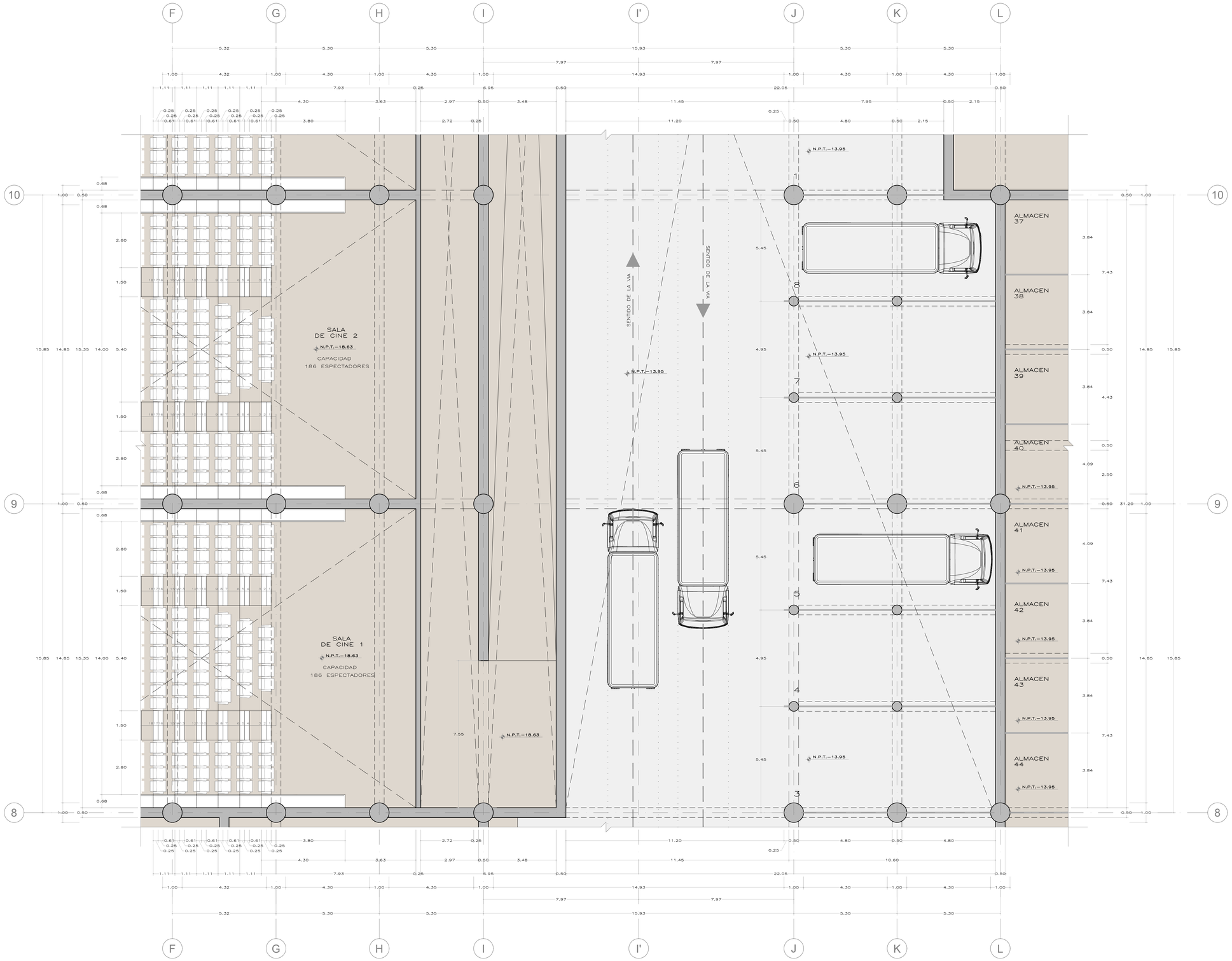
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-006




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

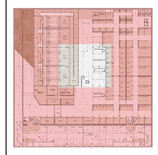
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

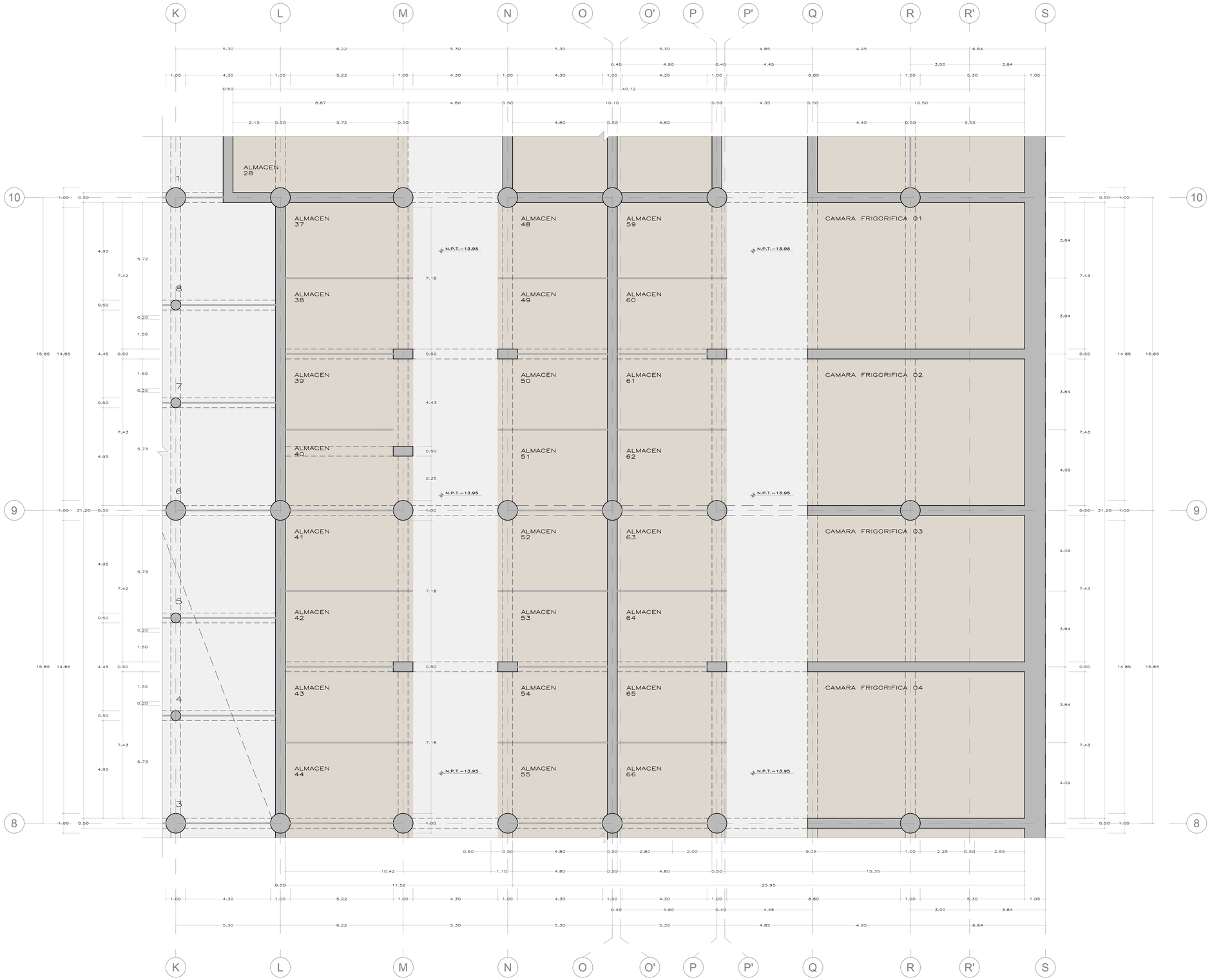
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-007




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

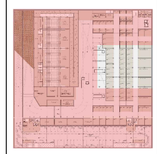
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

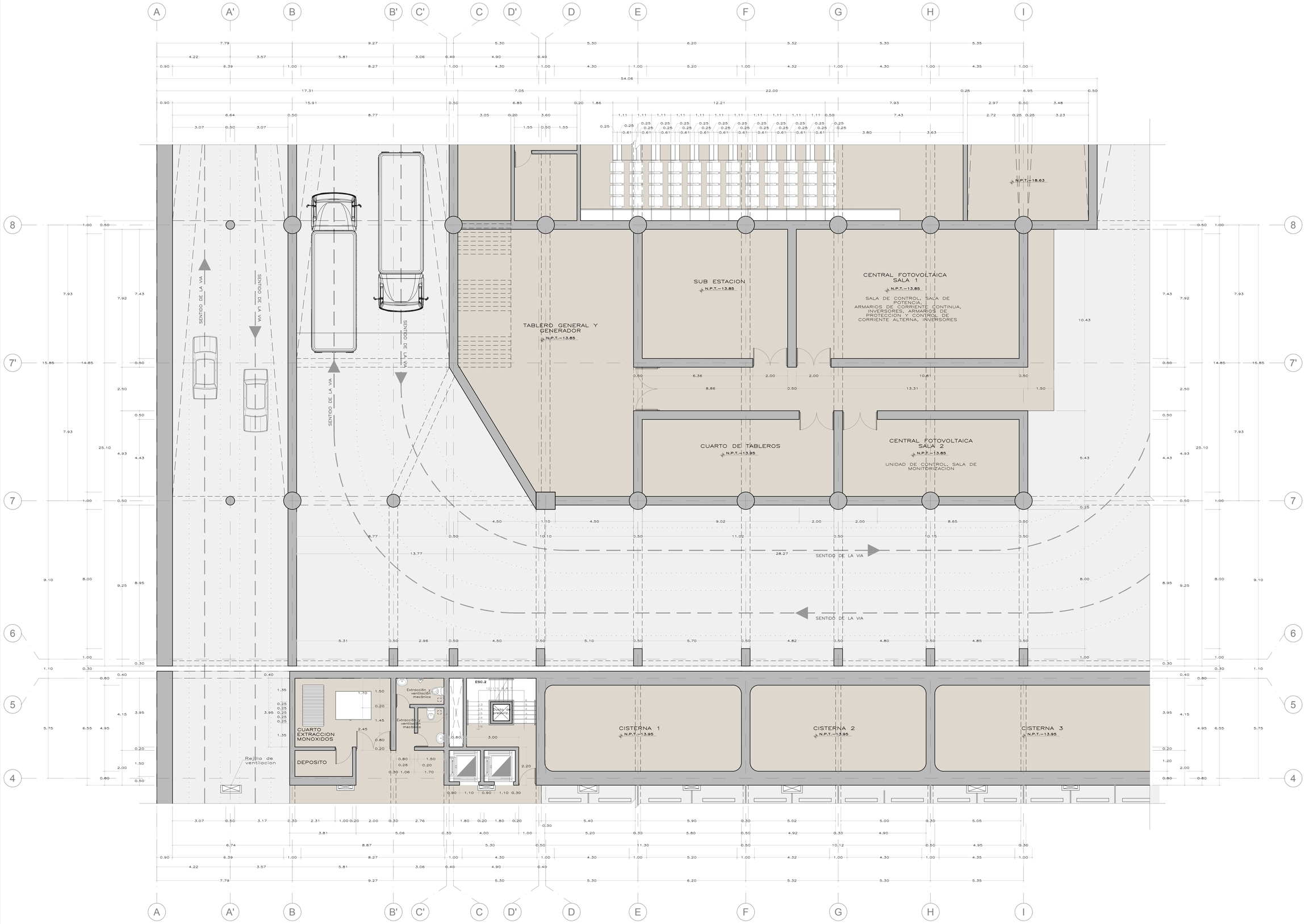
PLANO :
SOTANO 4

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-008




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ, corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

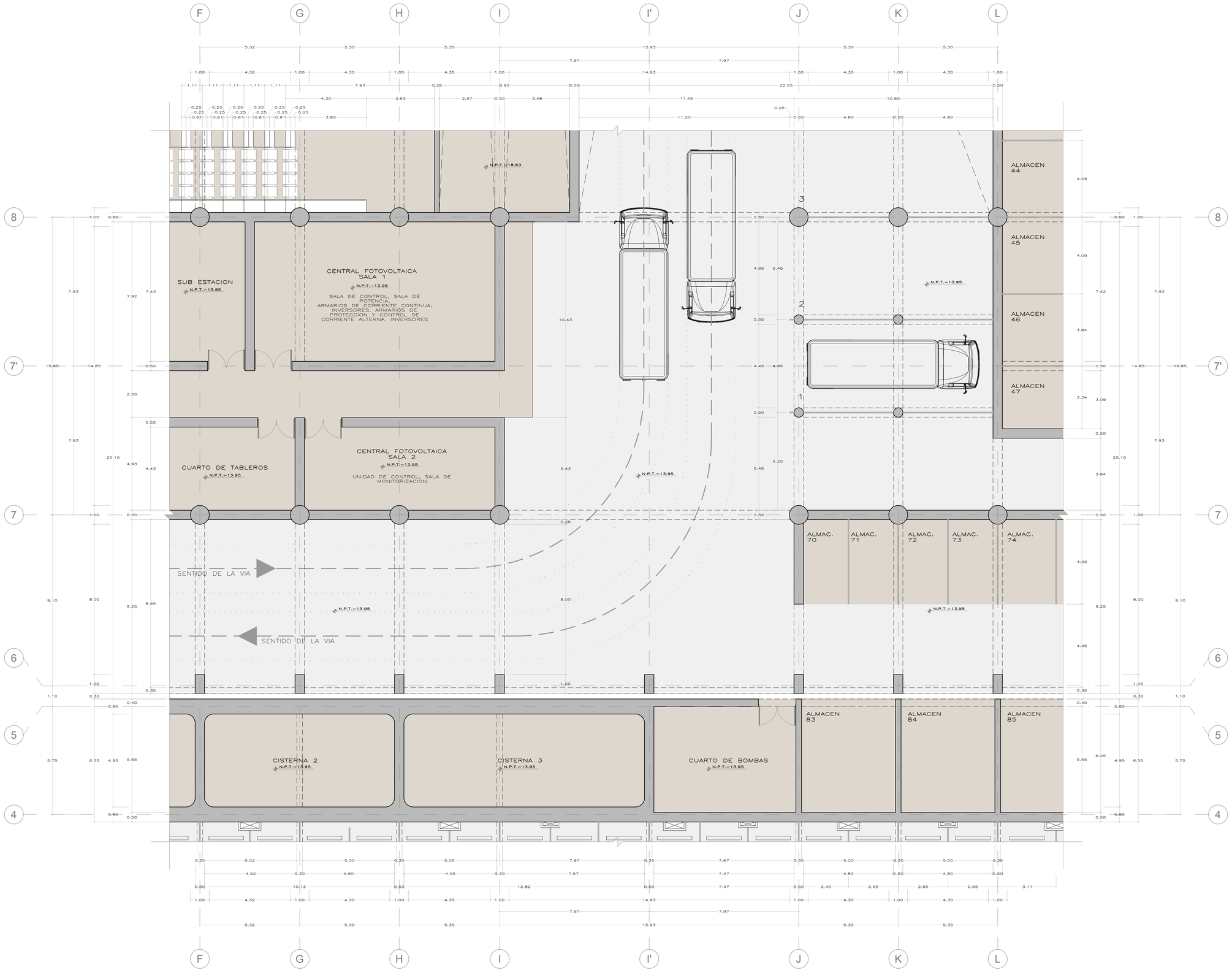
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-009




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE (PARA VISUALIZAR LA FORMA COMPLETA, ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-010




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

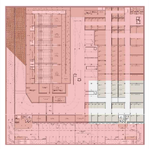
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej, corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

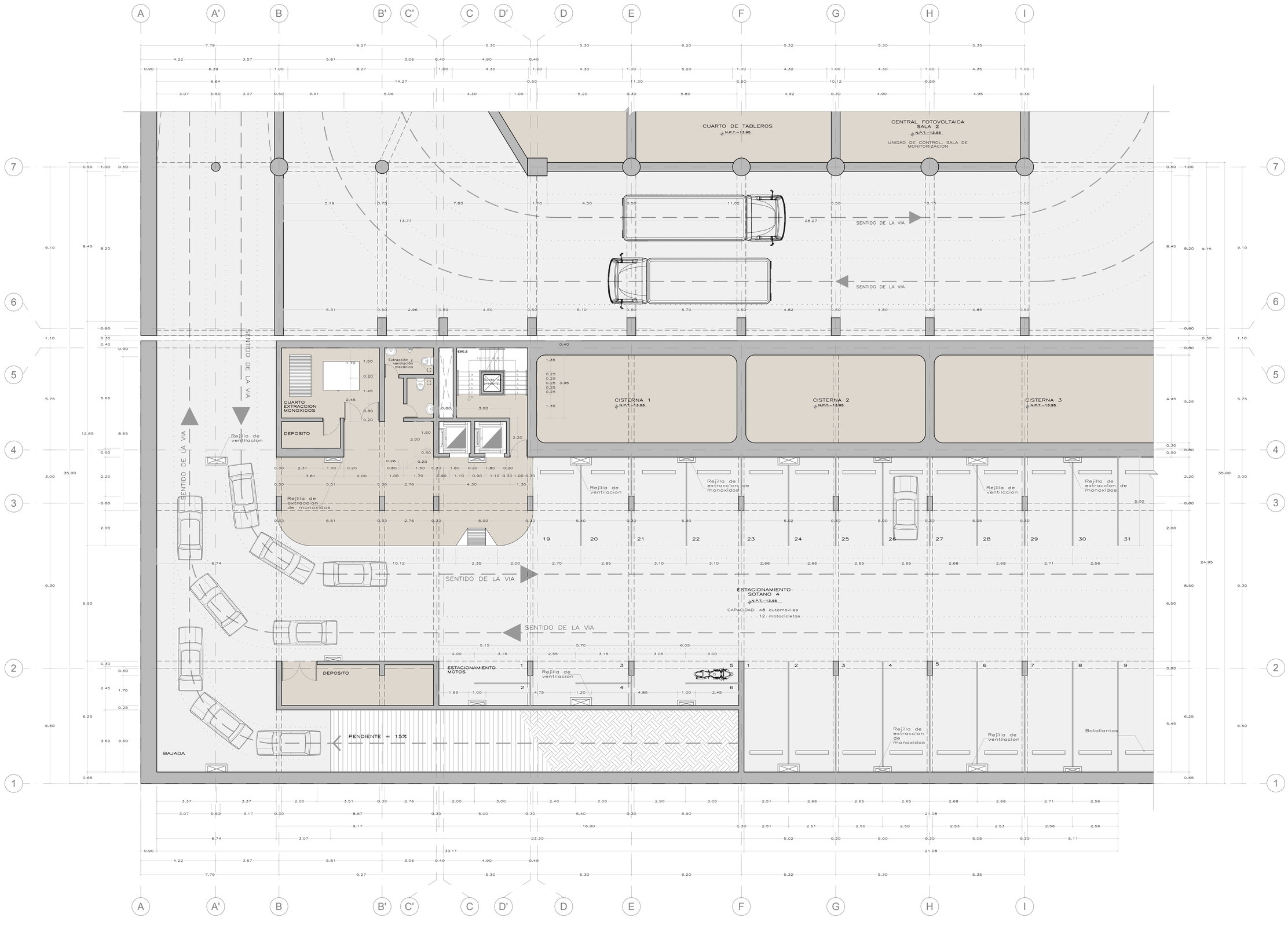
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-011




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1:250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

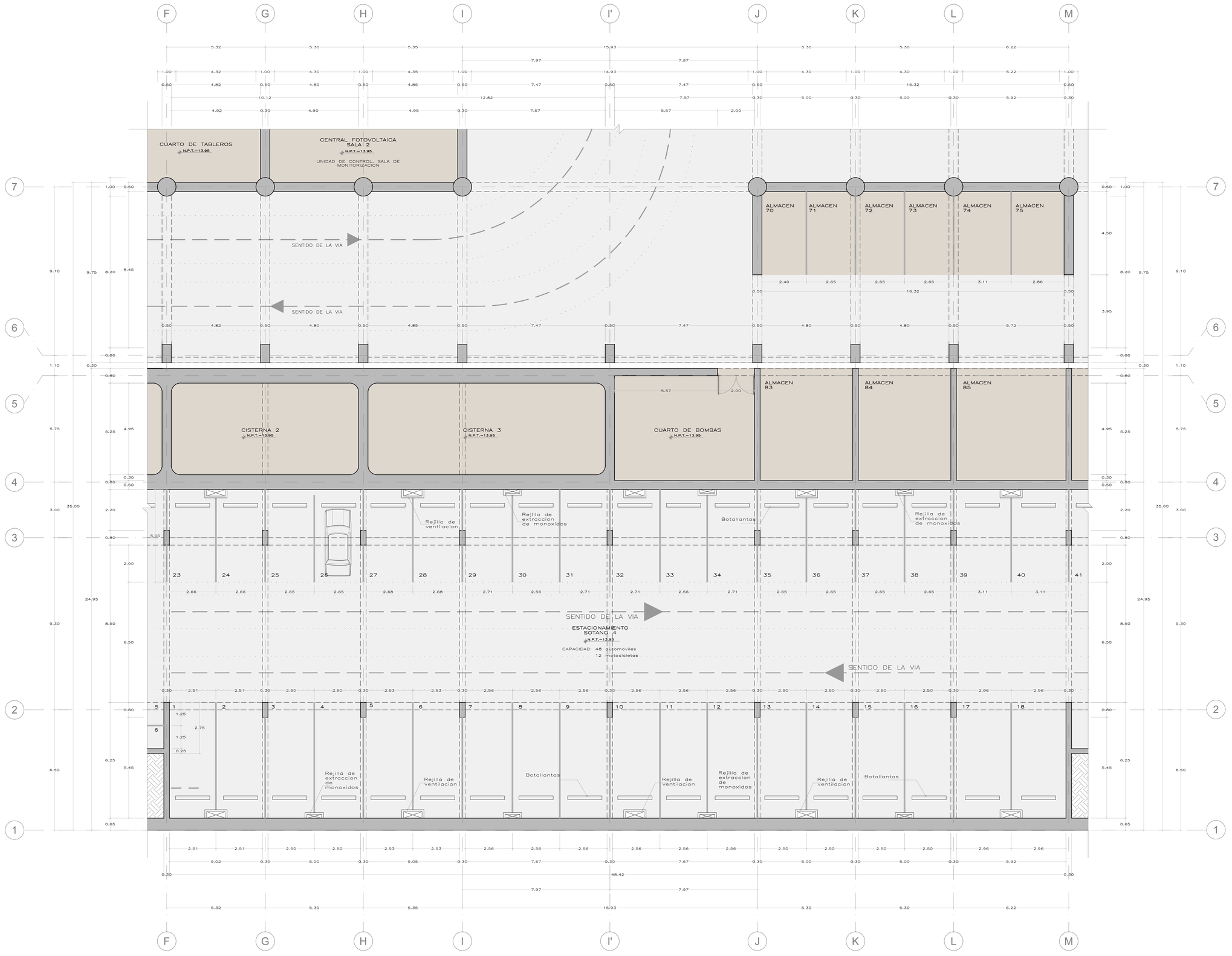
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-012




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

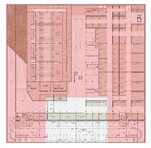
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (C1, corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

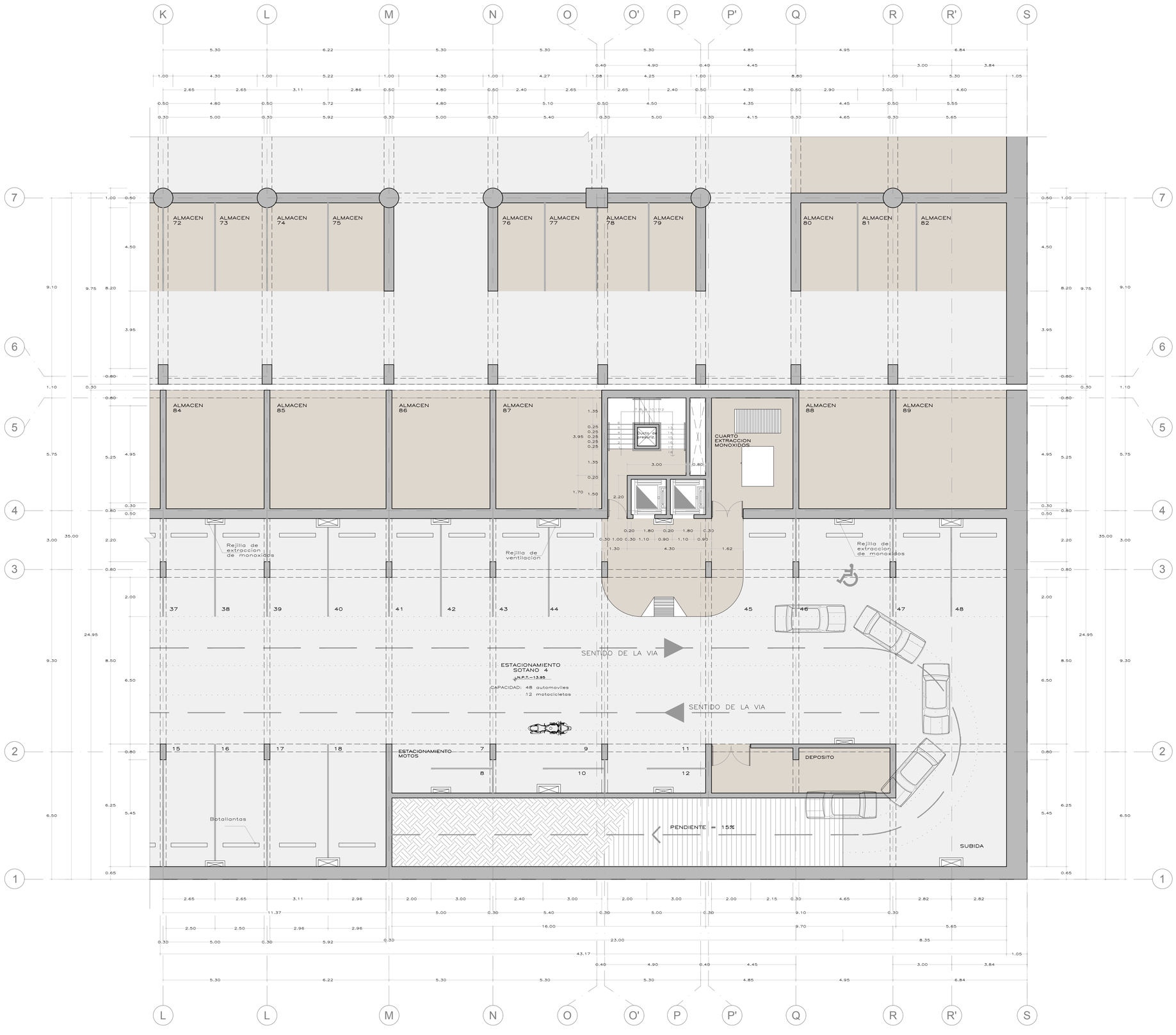
PLANO :
SOTANO 4

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-013




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1:250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-02



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 4

ESCALA:

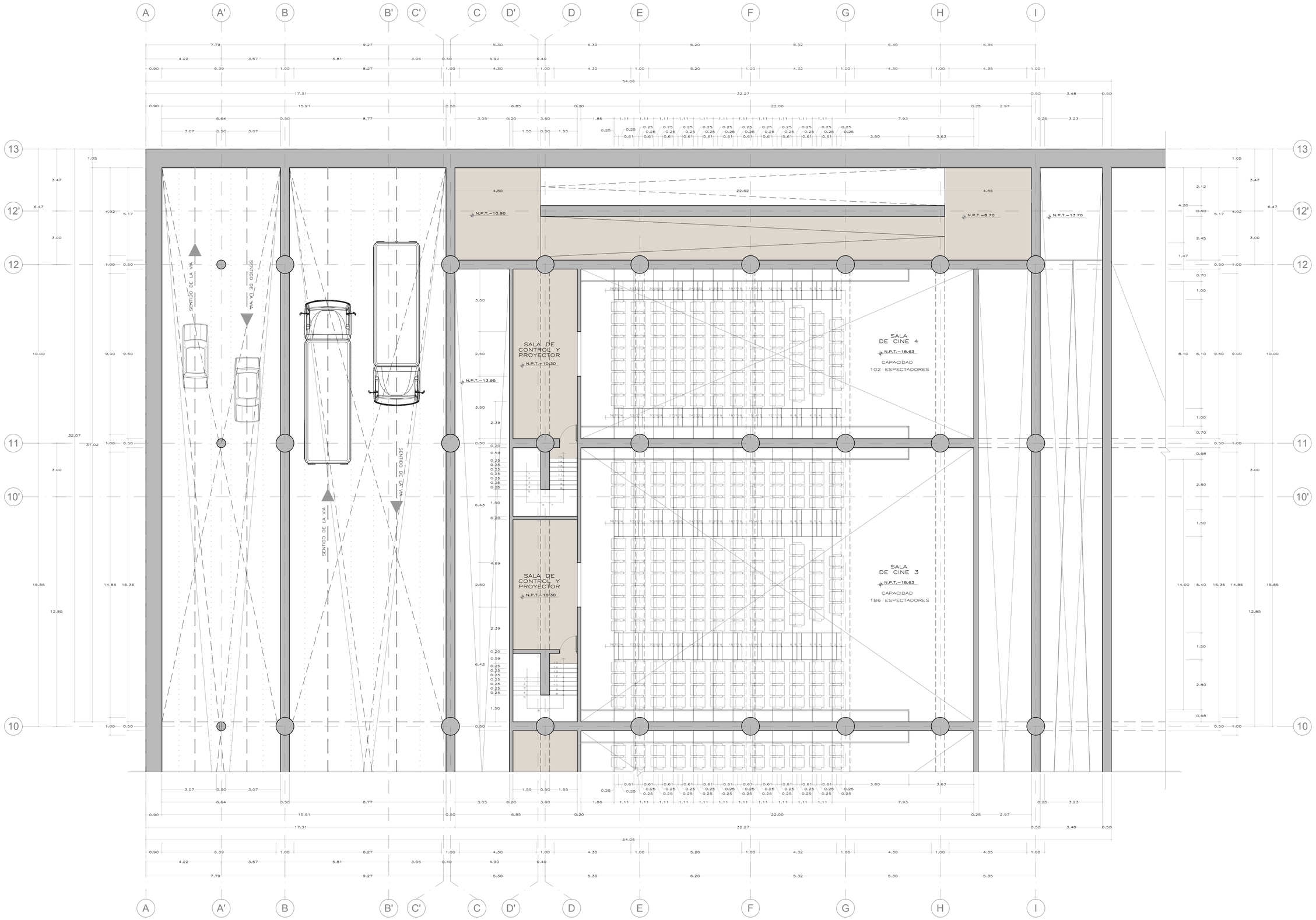
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-014




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1/500) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

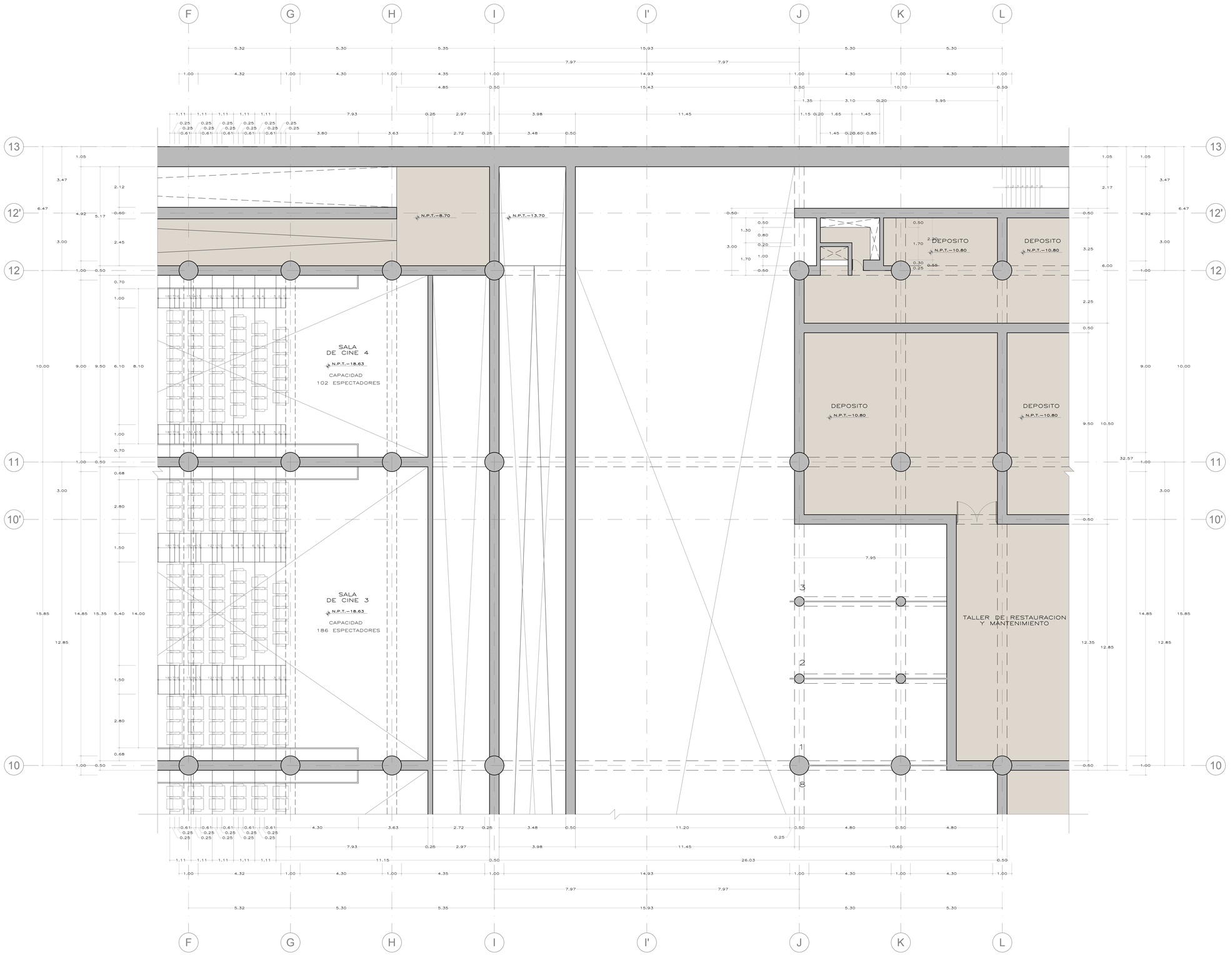
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-015




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

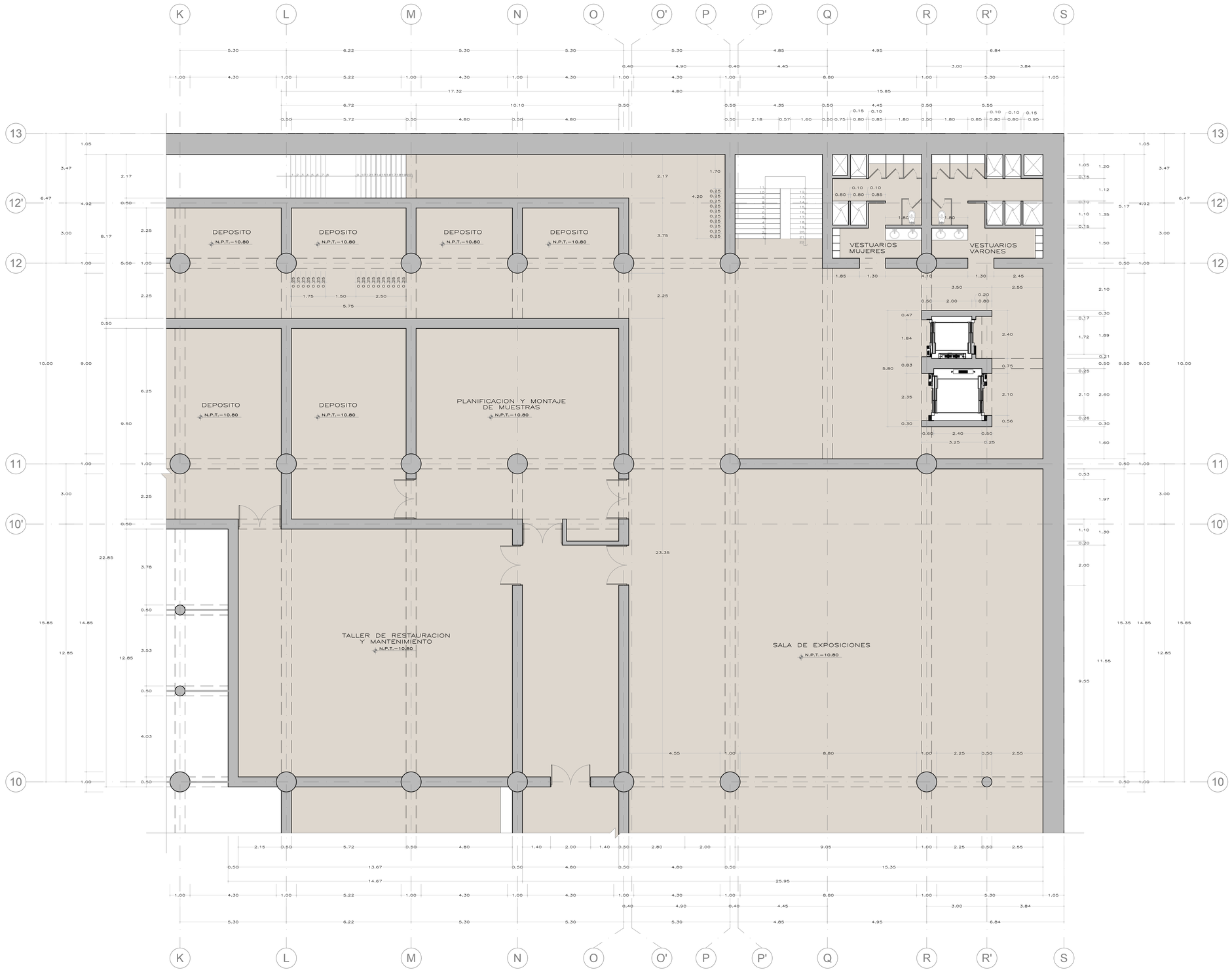
PLANO :
SOTANO 2

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-016




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

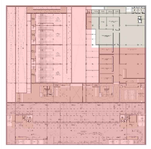
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1:250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1–1, corte 2–2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

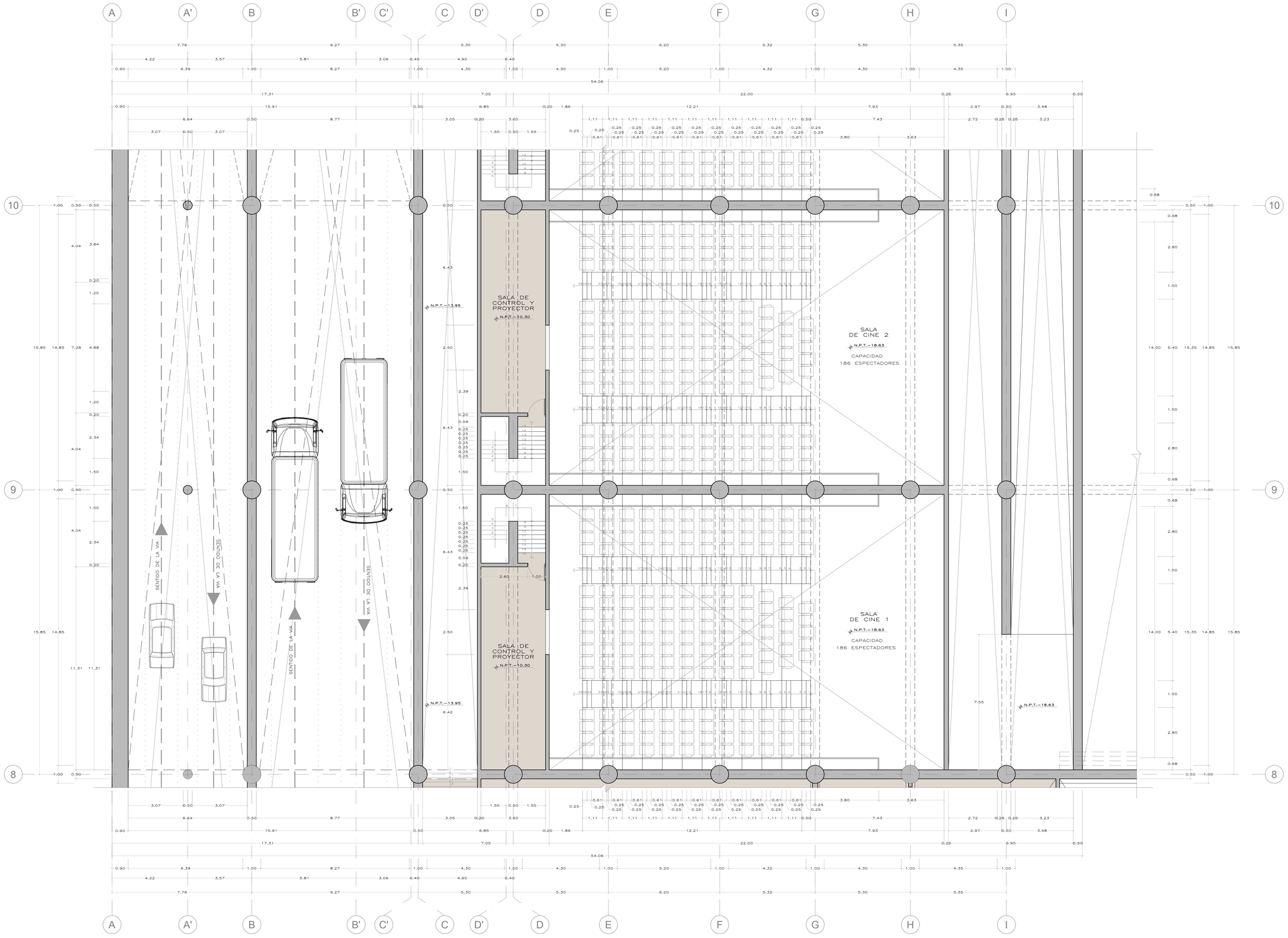
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-017




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL, CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1/250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

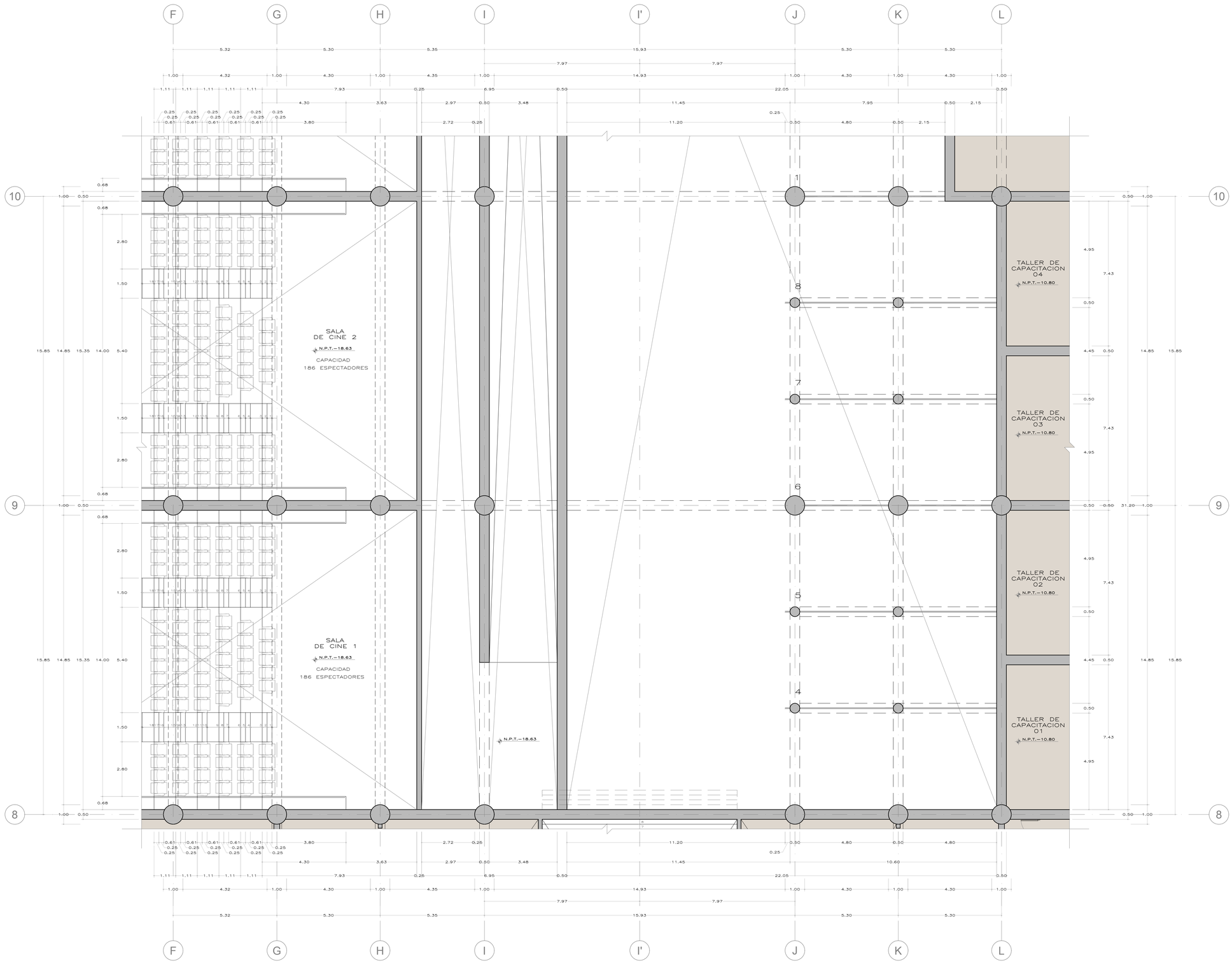
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-018




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EL corte 1–1, corte 2–2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

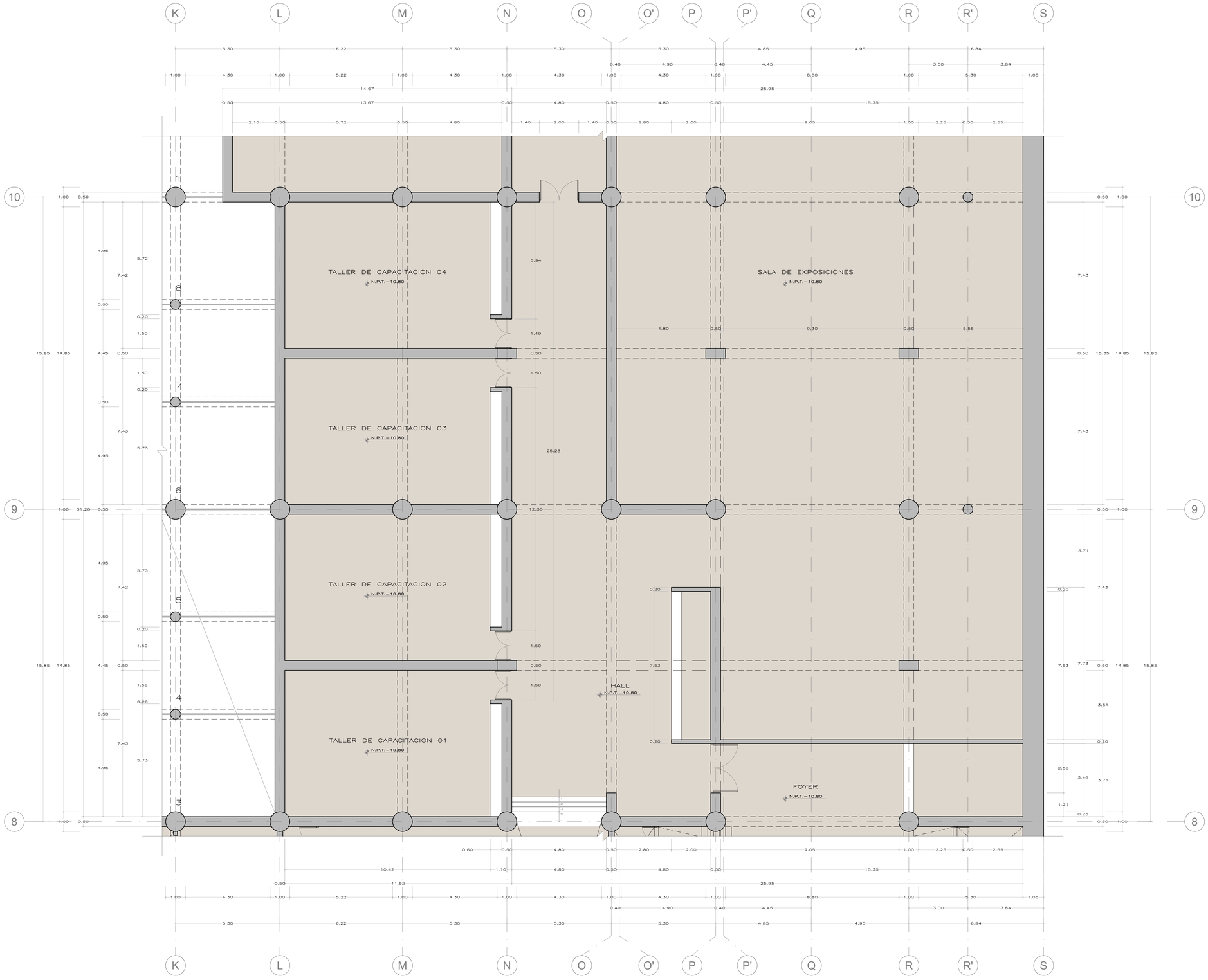
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-019




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

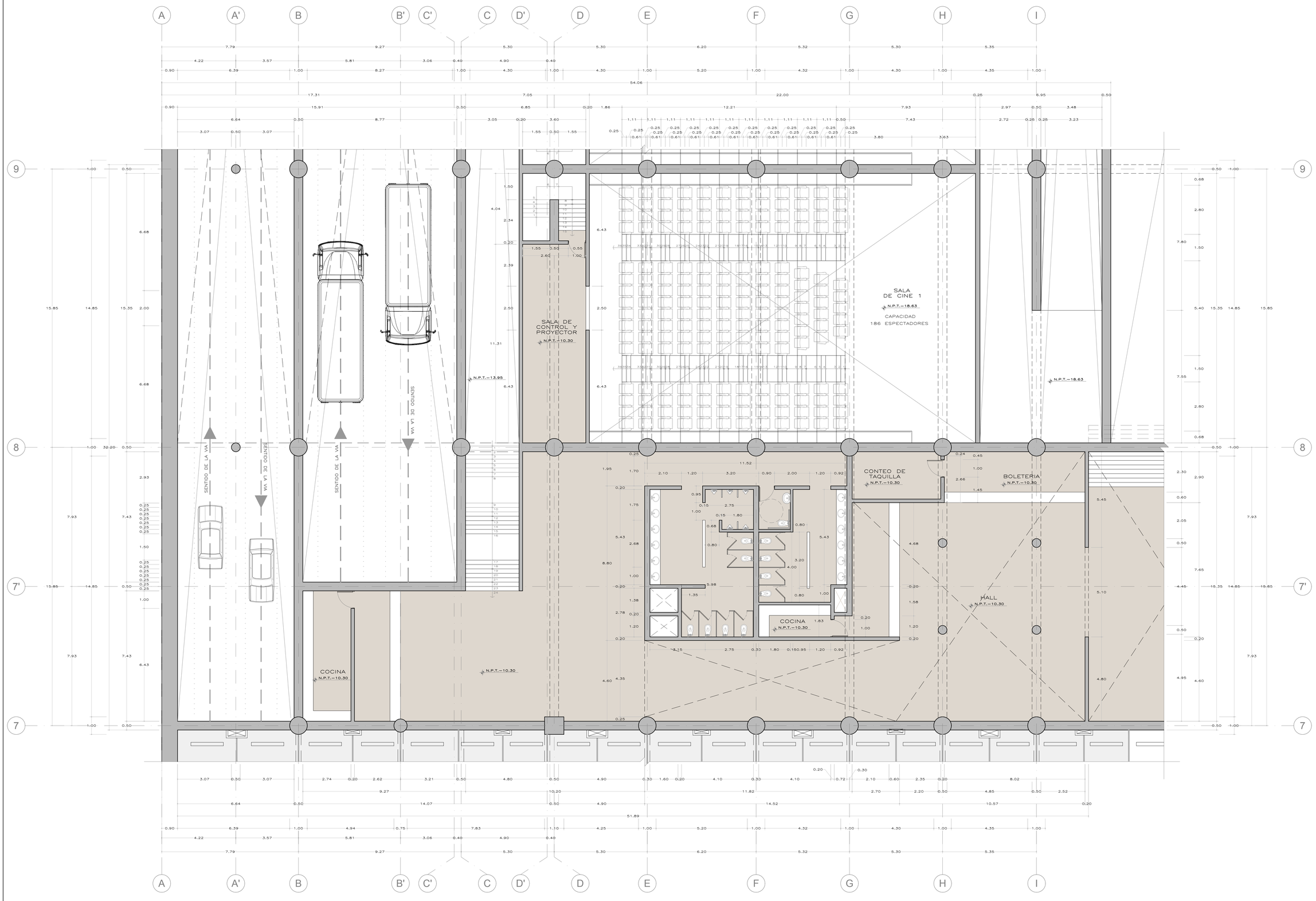
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-020




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

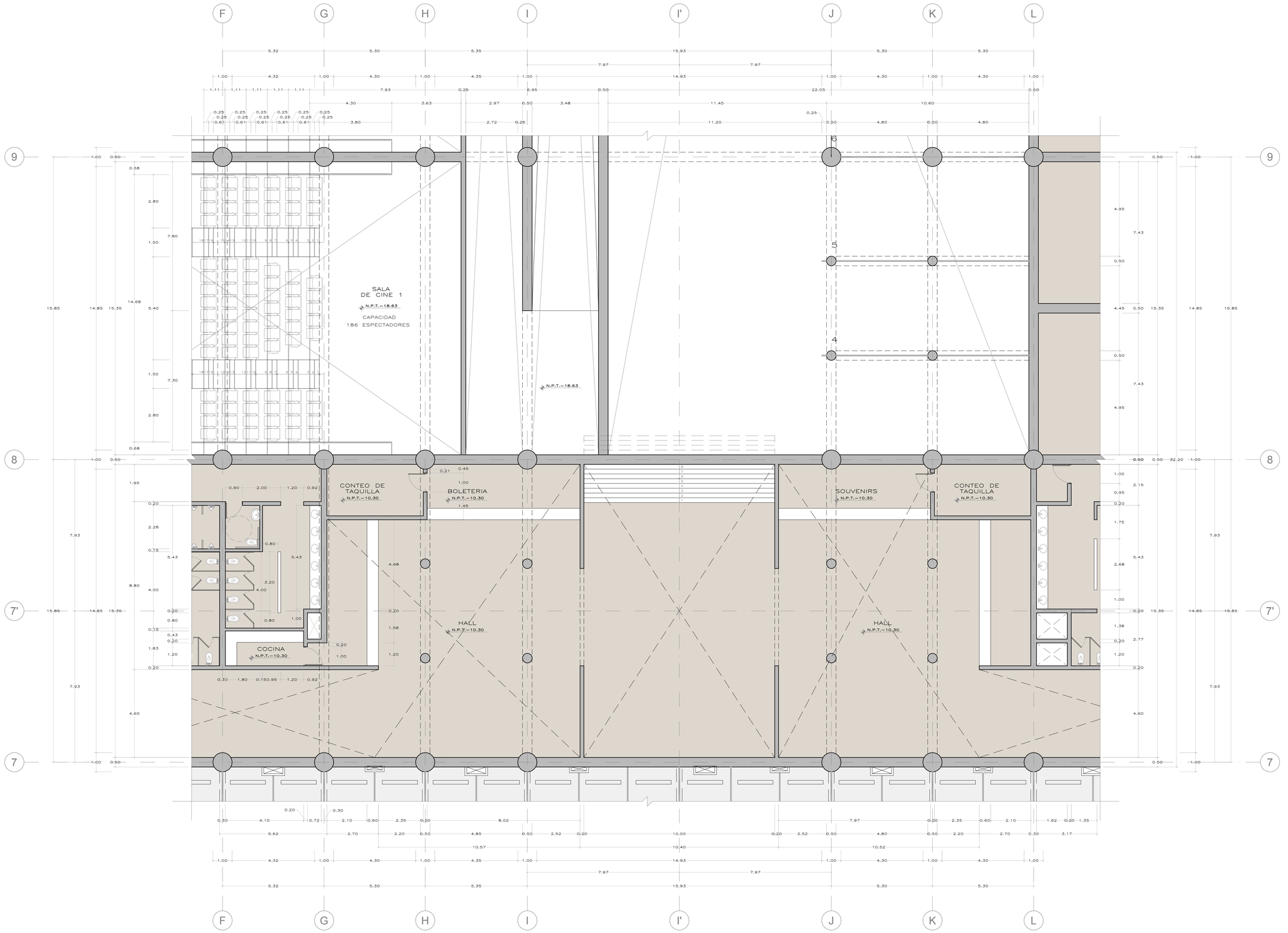
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-021




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

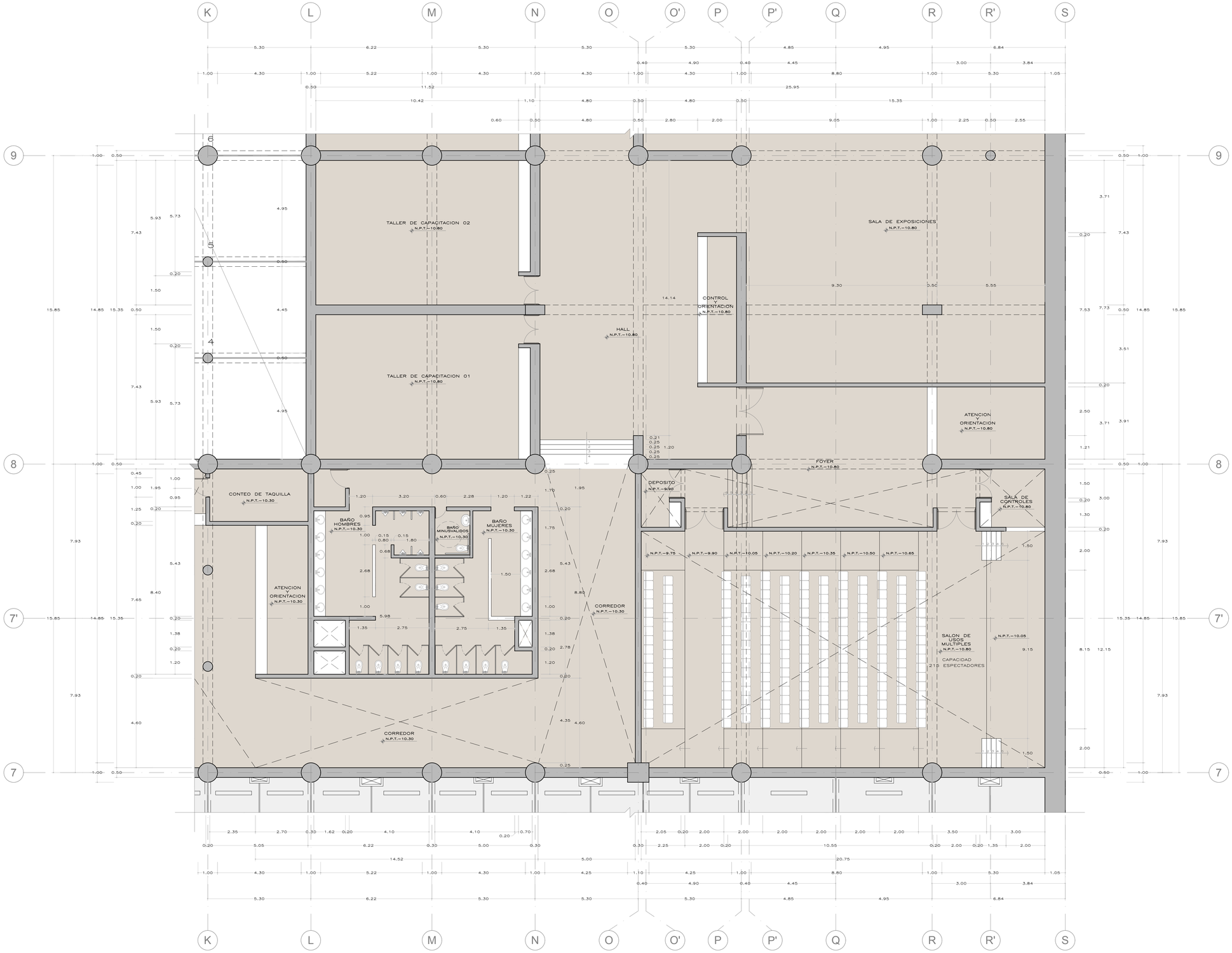
PLANO :
SOTANO 3

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-022




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1:100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE EL CUAL SE DESARROLLARA DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1:250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

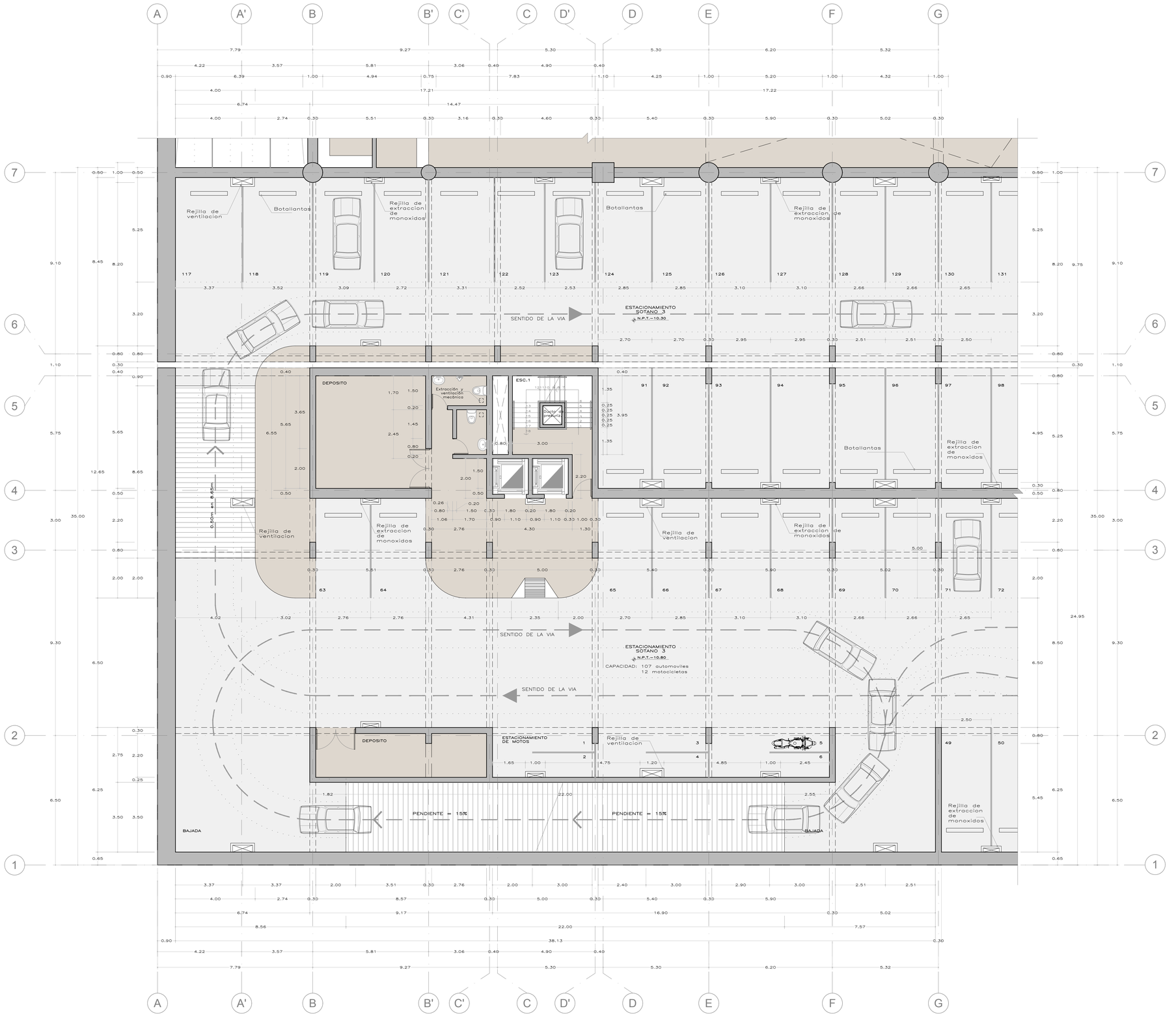
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-023




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

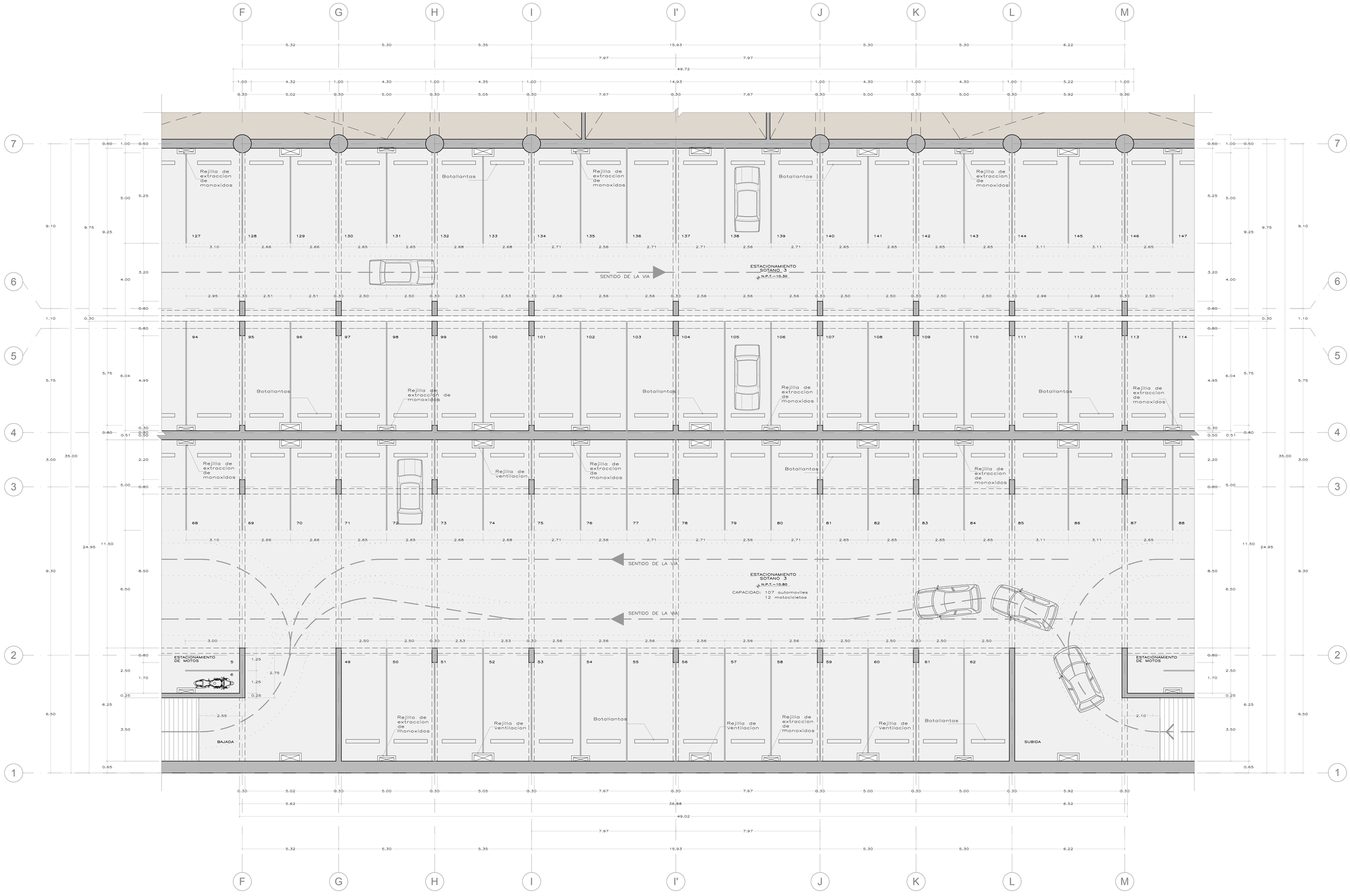
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-024




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

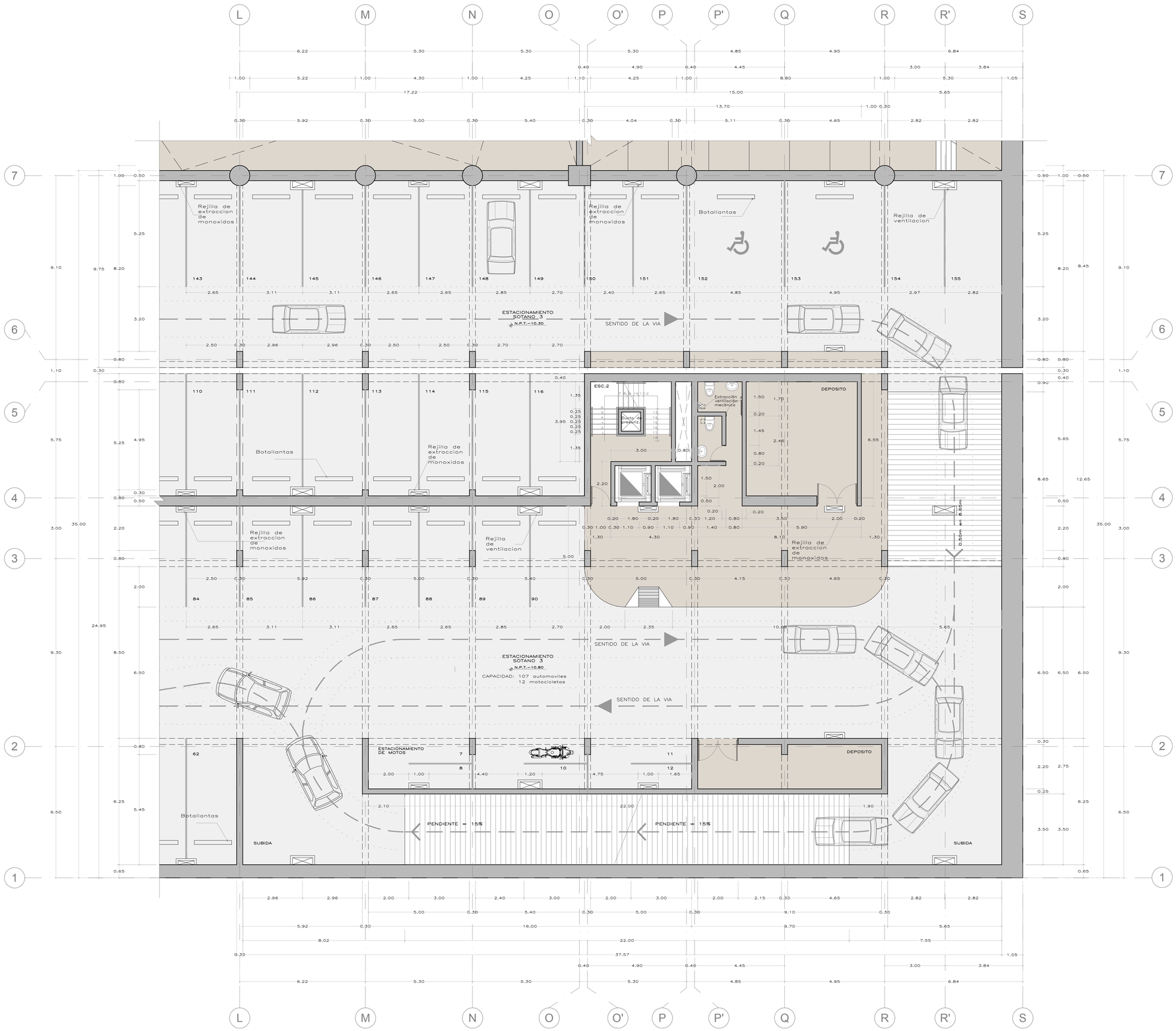
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-025




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-03



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACION DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 3

ESCALA:

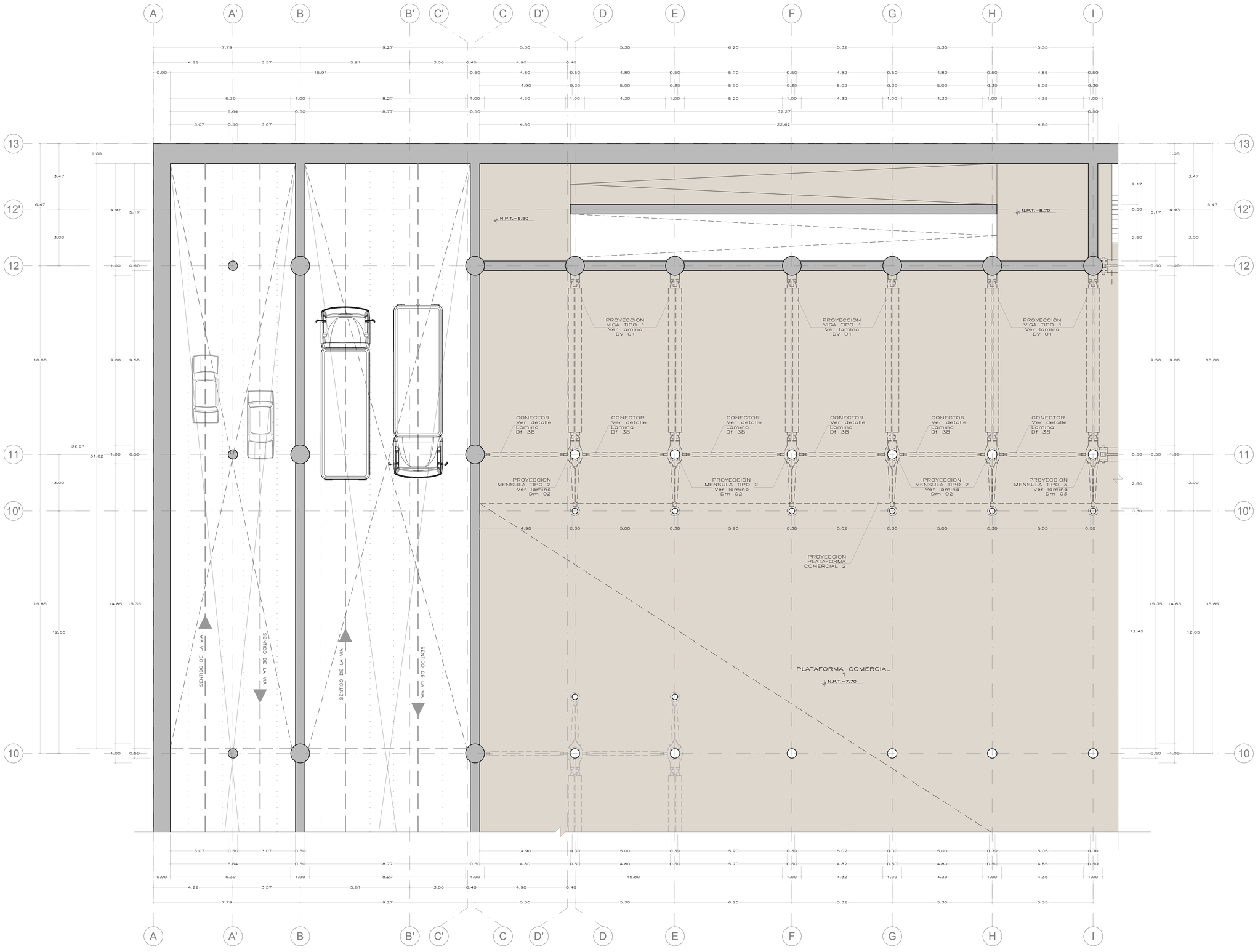
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-026




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

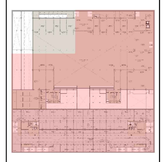
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ: corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

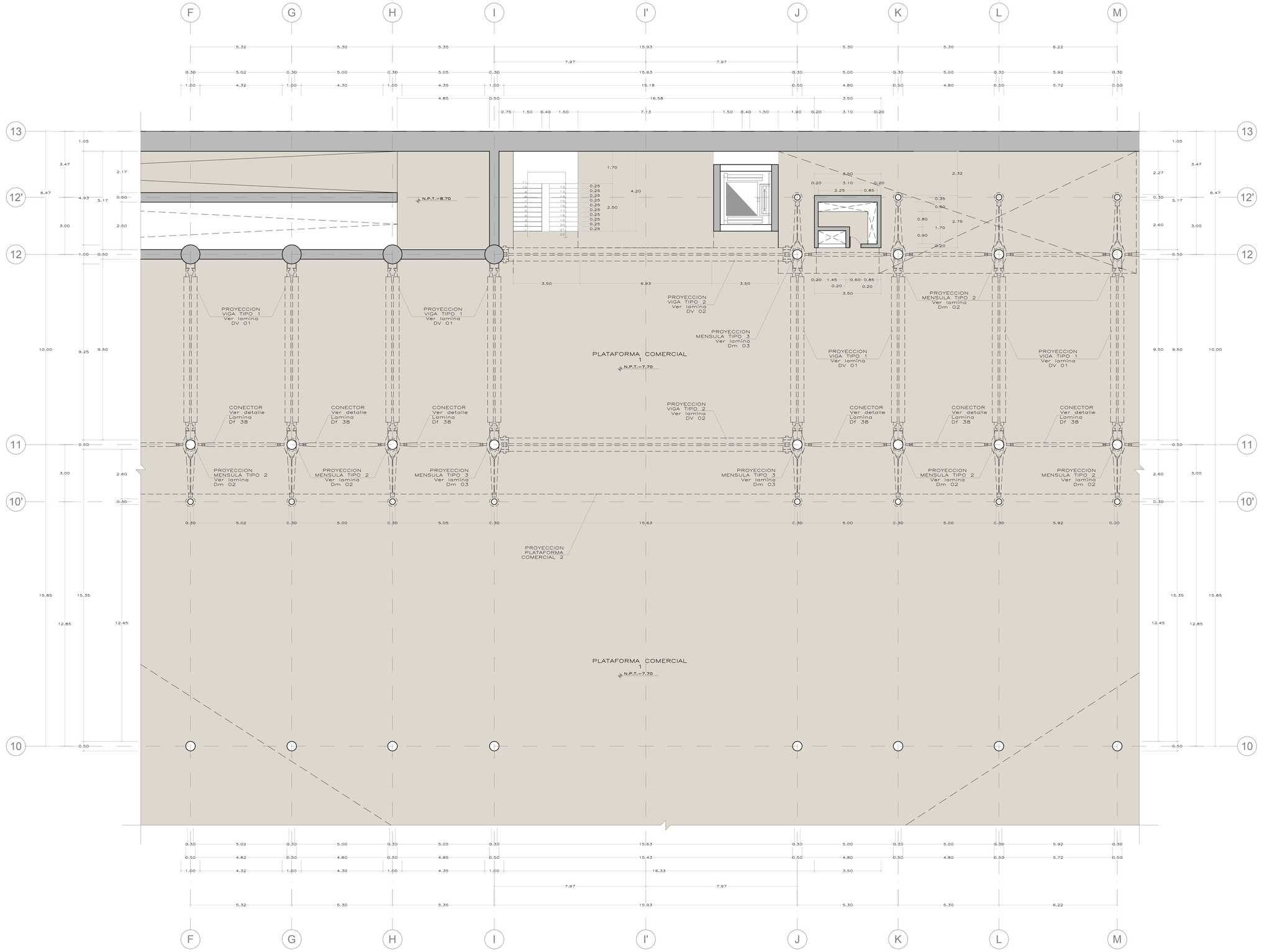
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-027




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

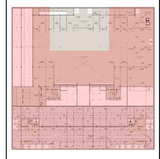
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES DE LA UBICACION DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1 - corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

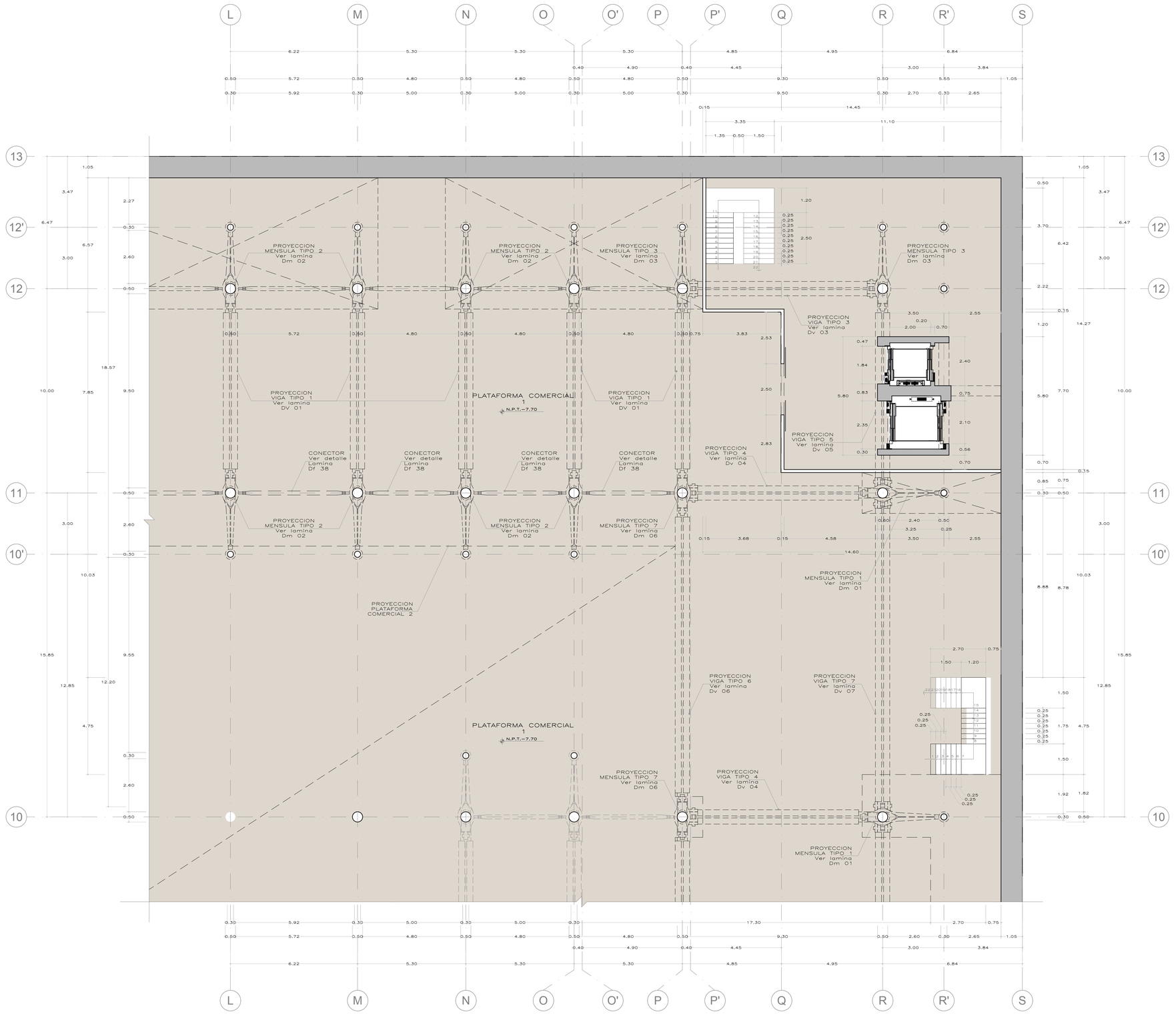
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-028




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

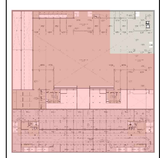
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ: corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

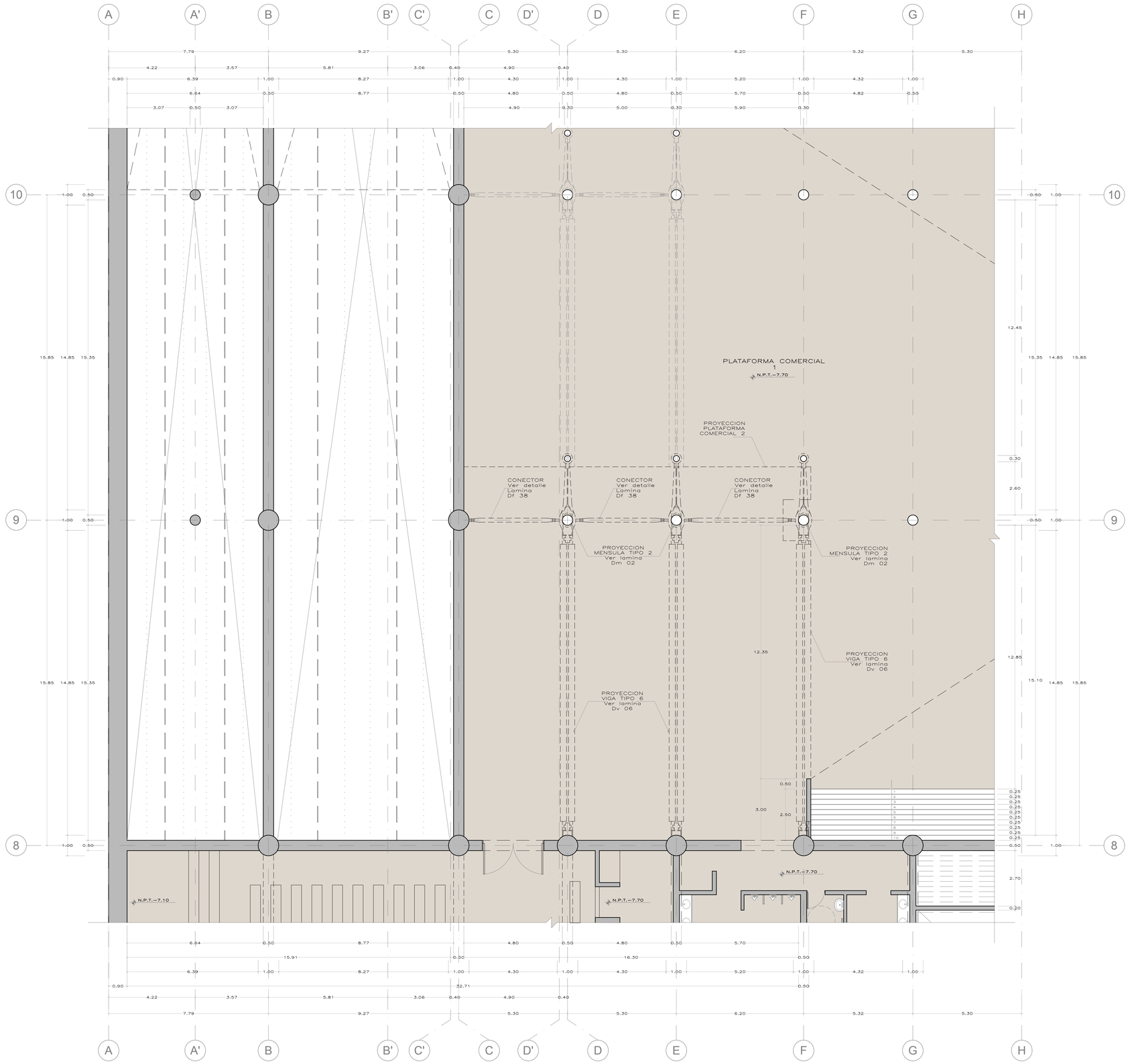
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-029




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

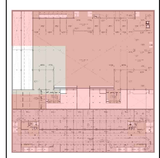
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1-1 y corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

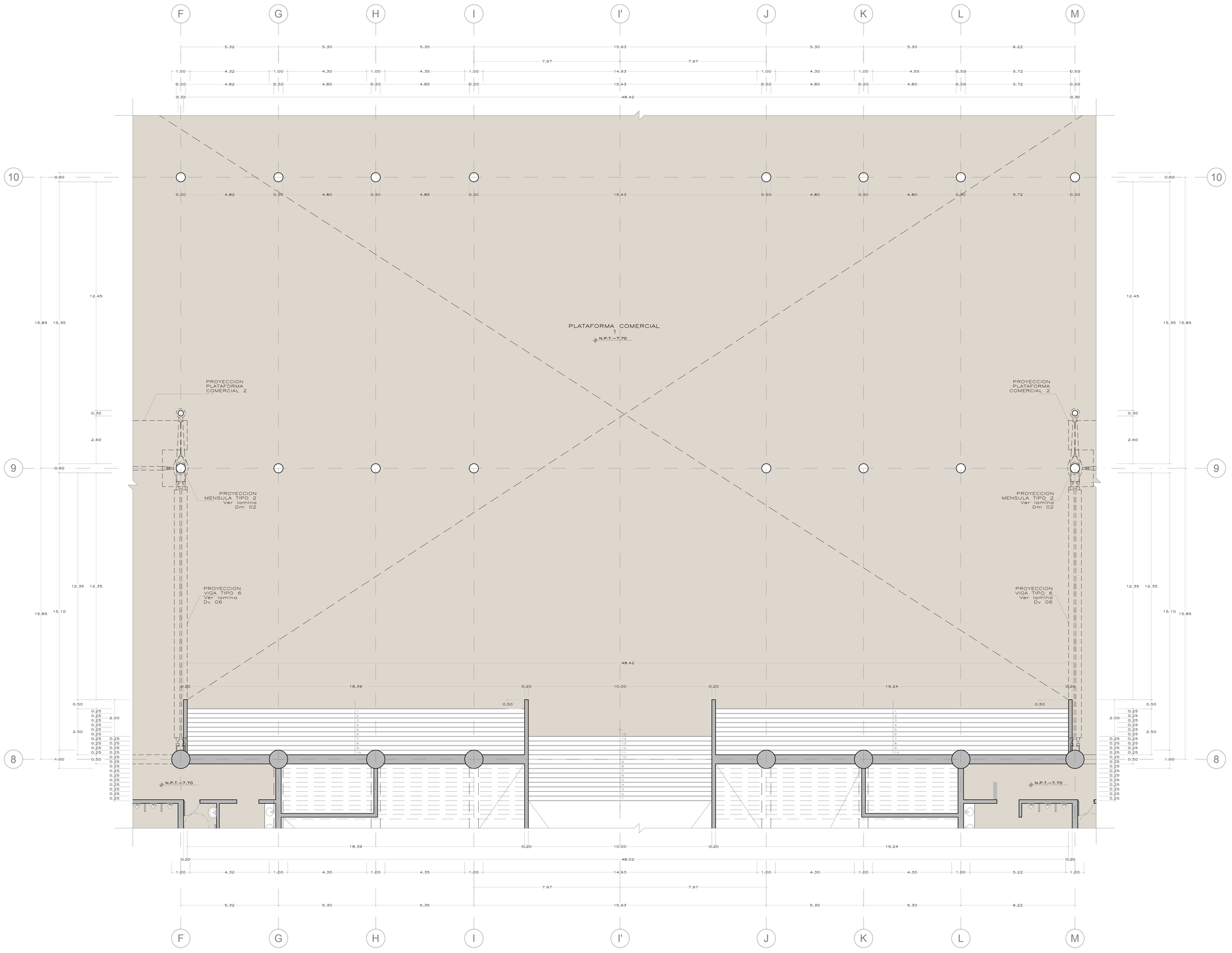
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-030




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

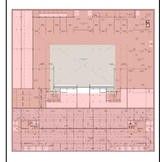
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

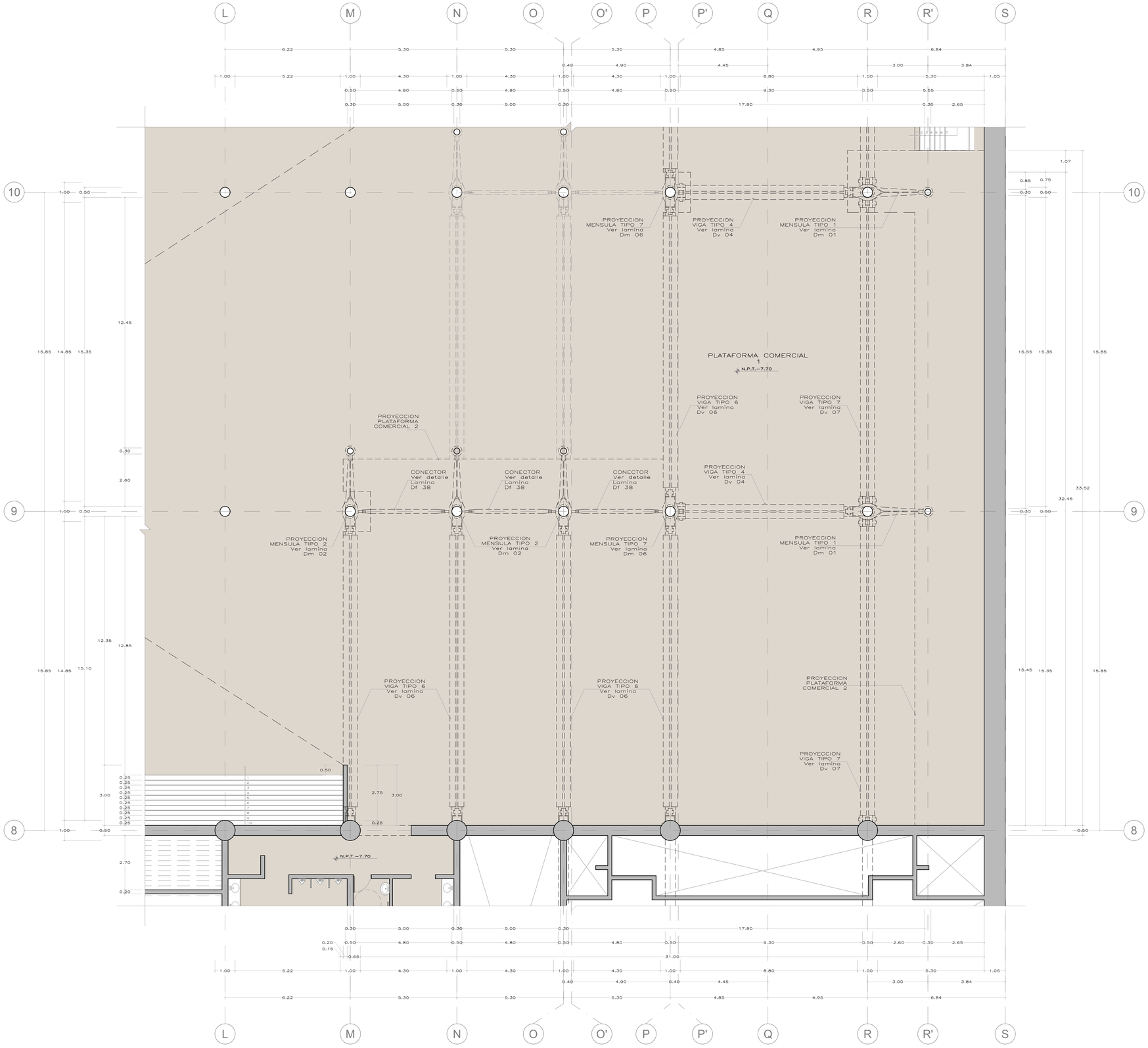
PLANO :
SOTANO 2

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-031




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

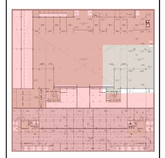
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

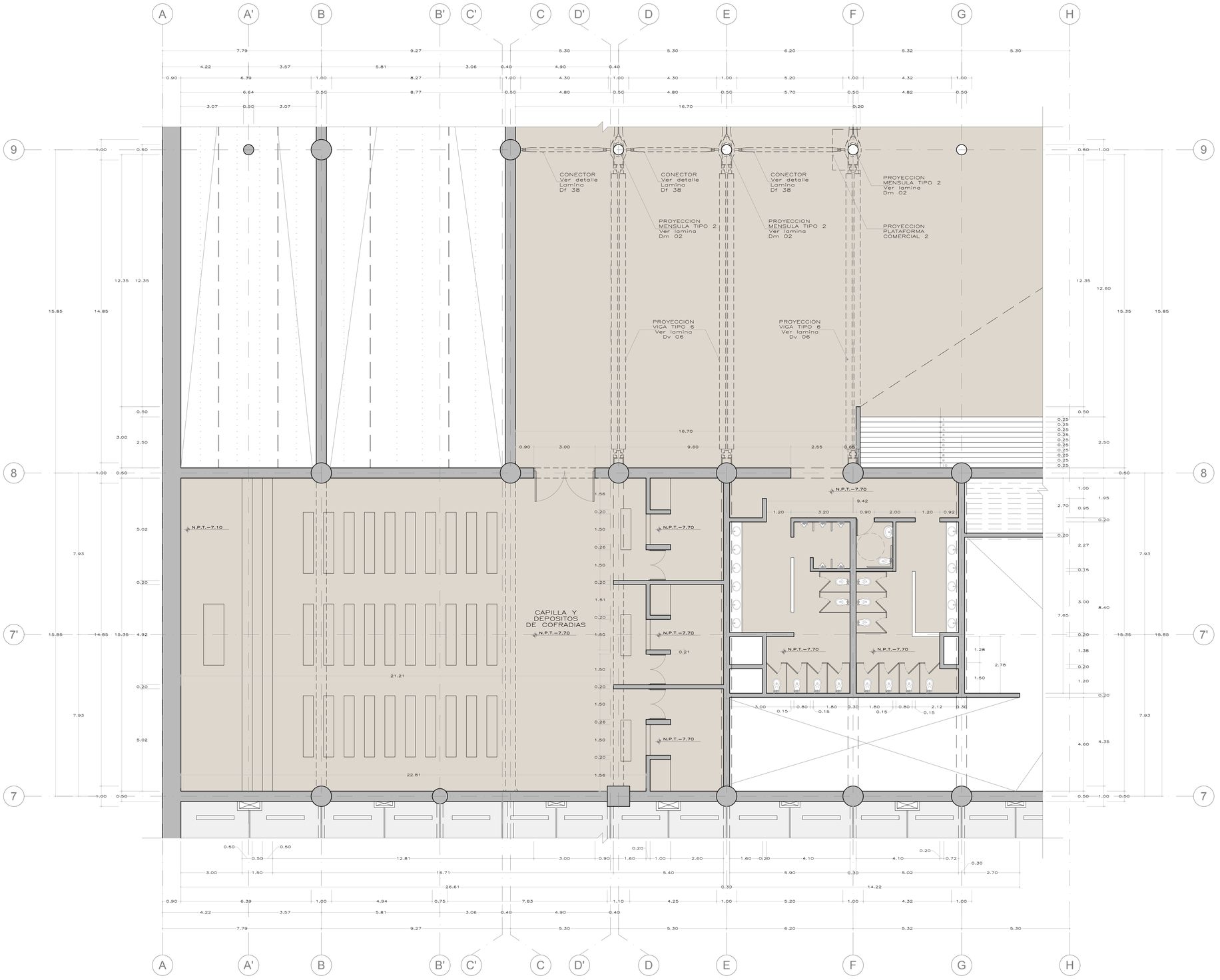
PLANO :
SOTANO 2

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-032




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

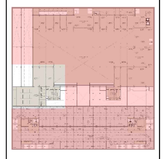
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES A LA UBICACION DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1 - corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

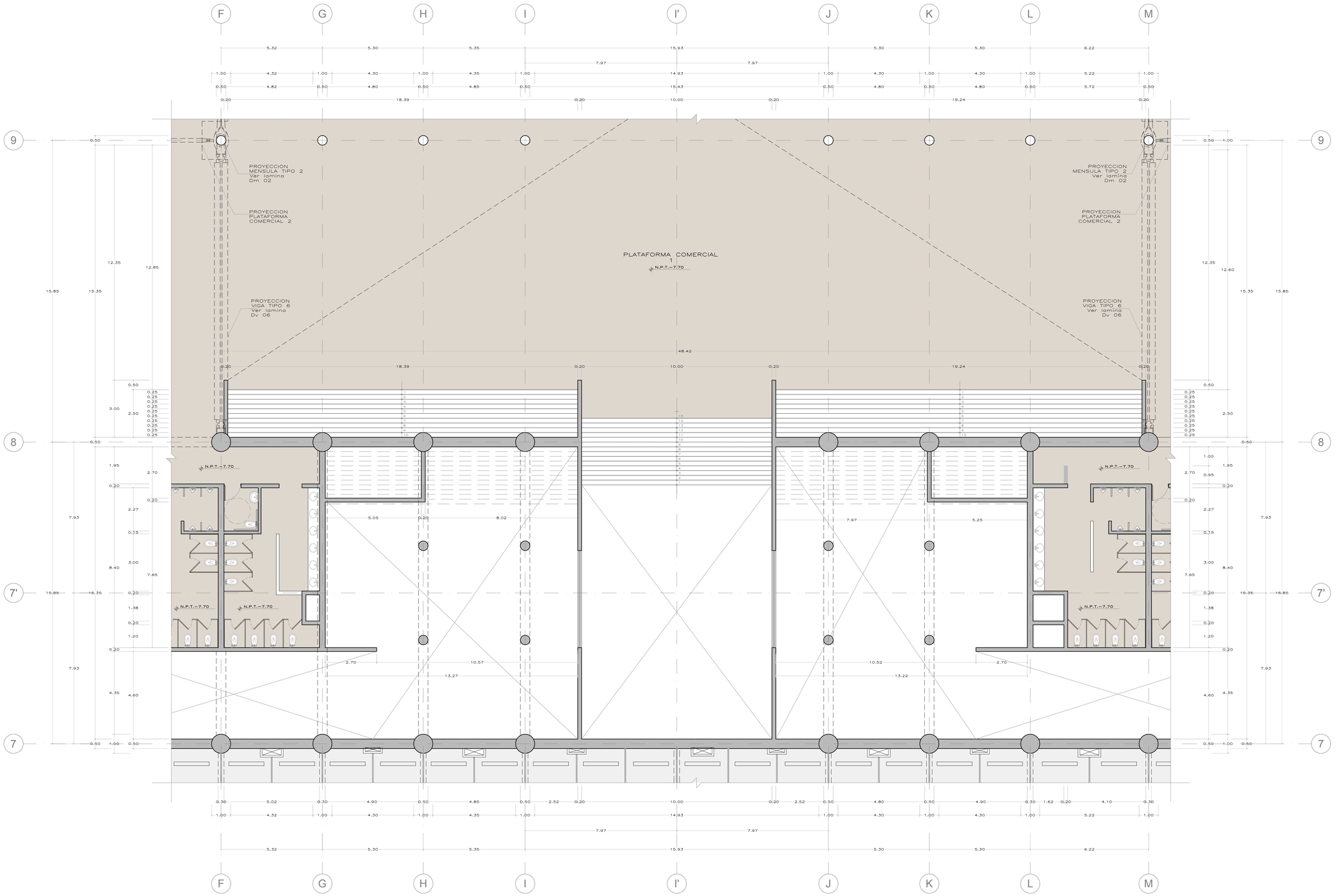
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-033




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

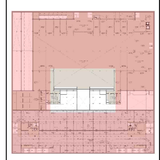
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ, corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

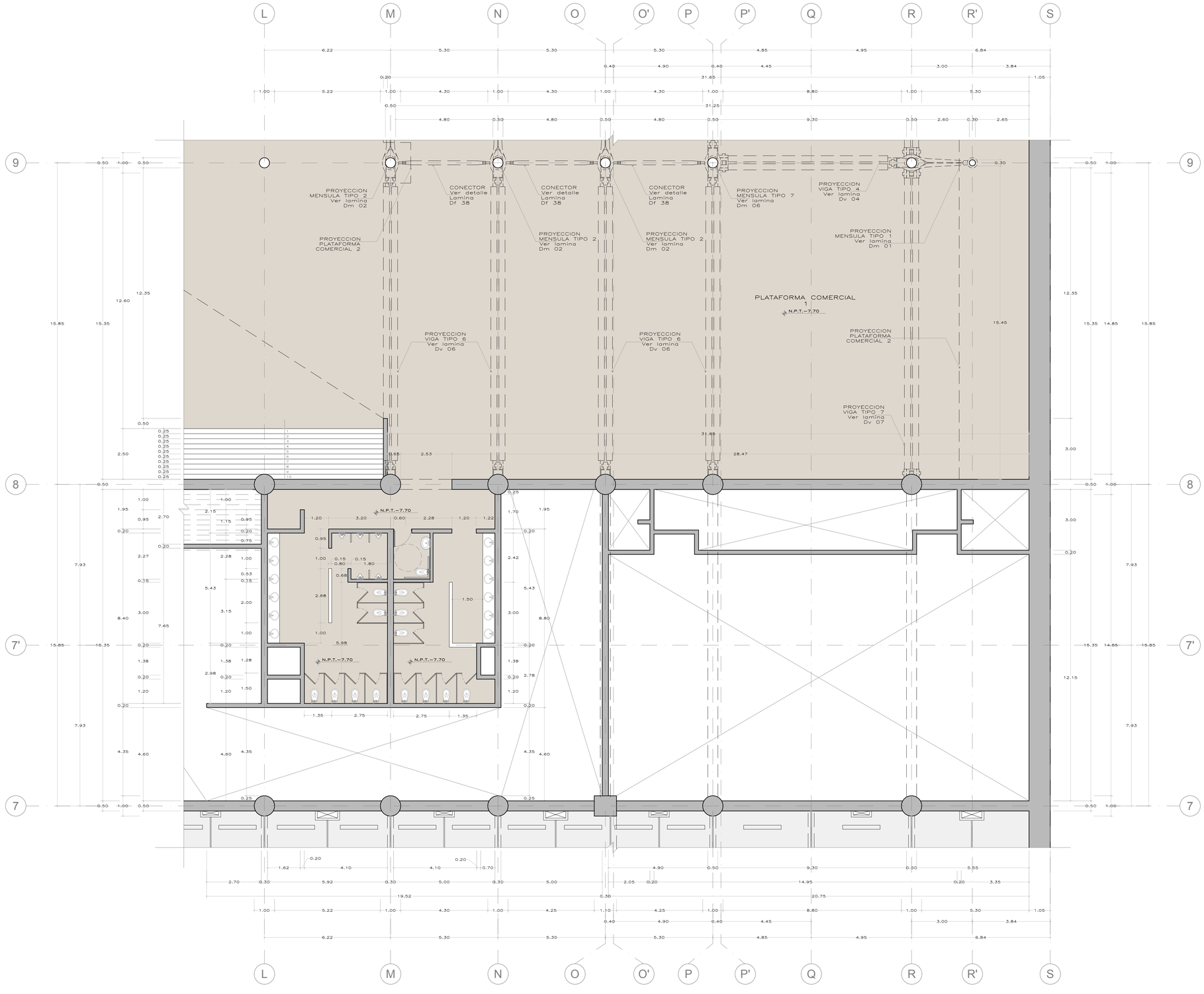
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-034




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

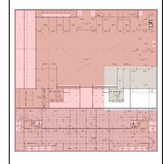
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

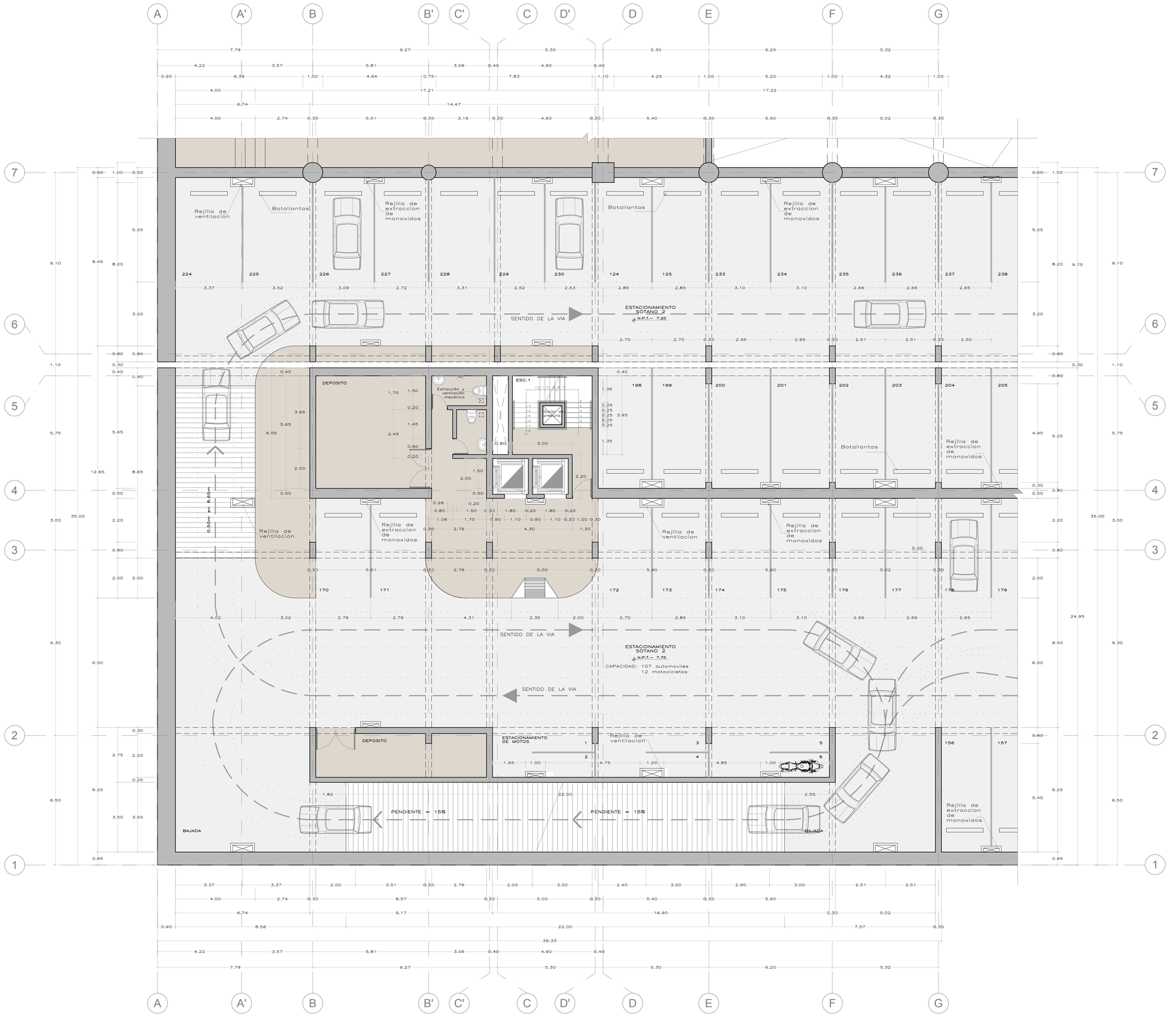
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-035




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACION DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

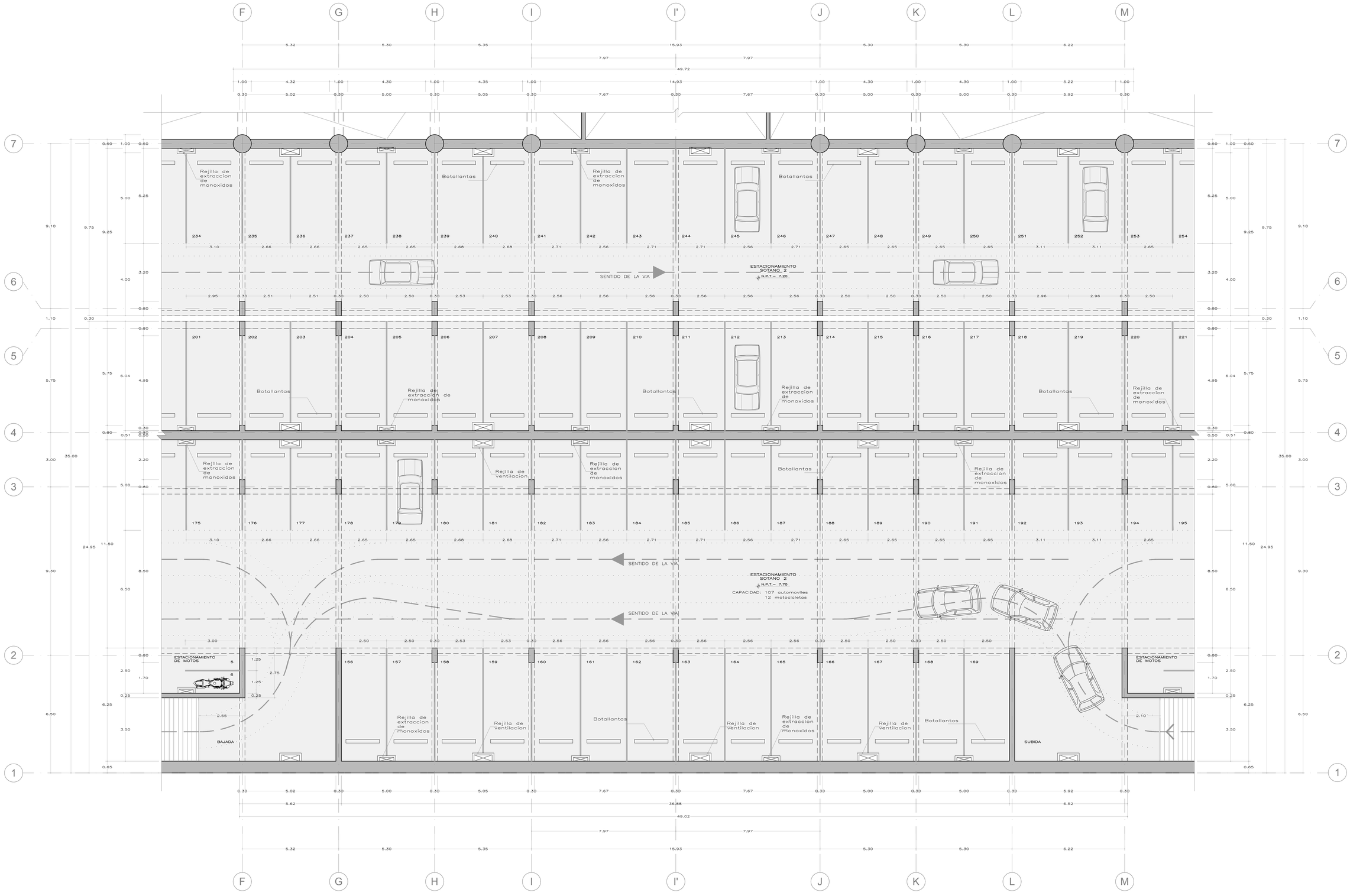
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-036




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

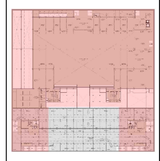
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

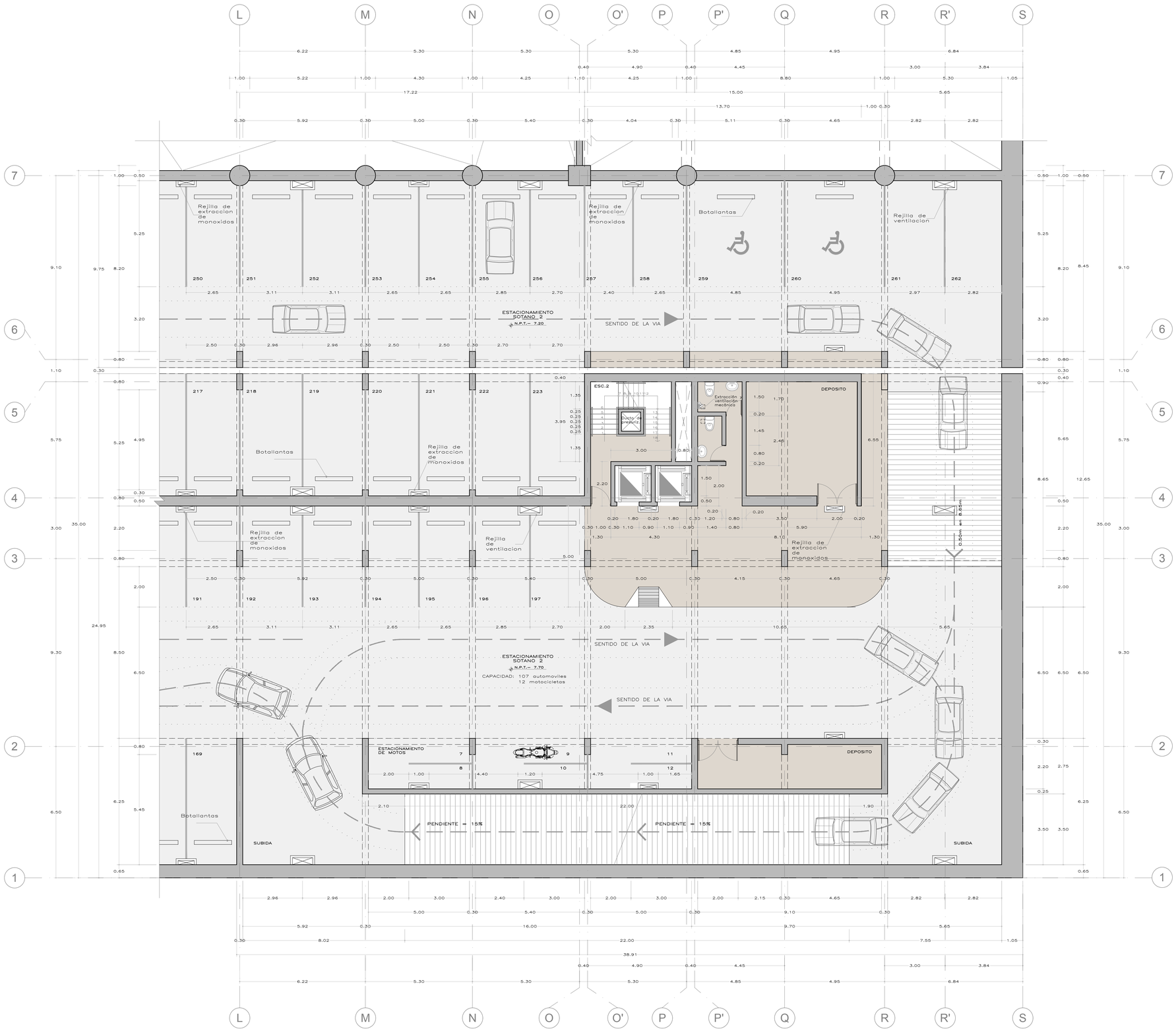
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-037




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

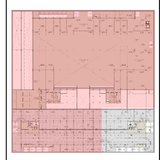
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1-1 corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 2

ESCALA:

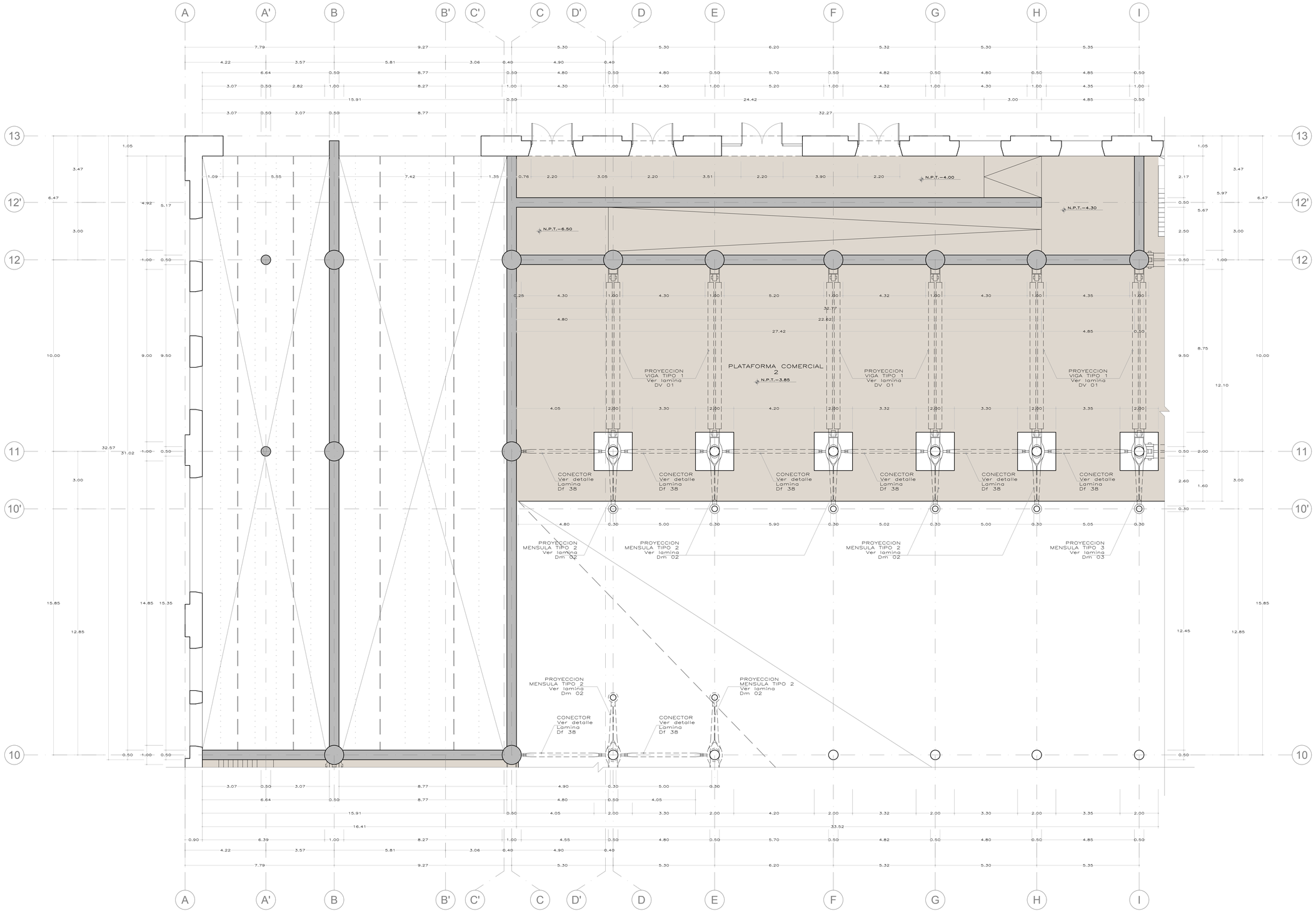
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-038




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA VISTA EN PLANTA PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

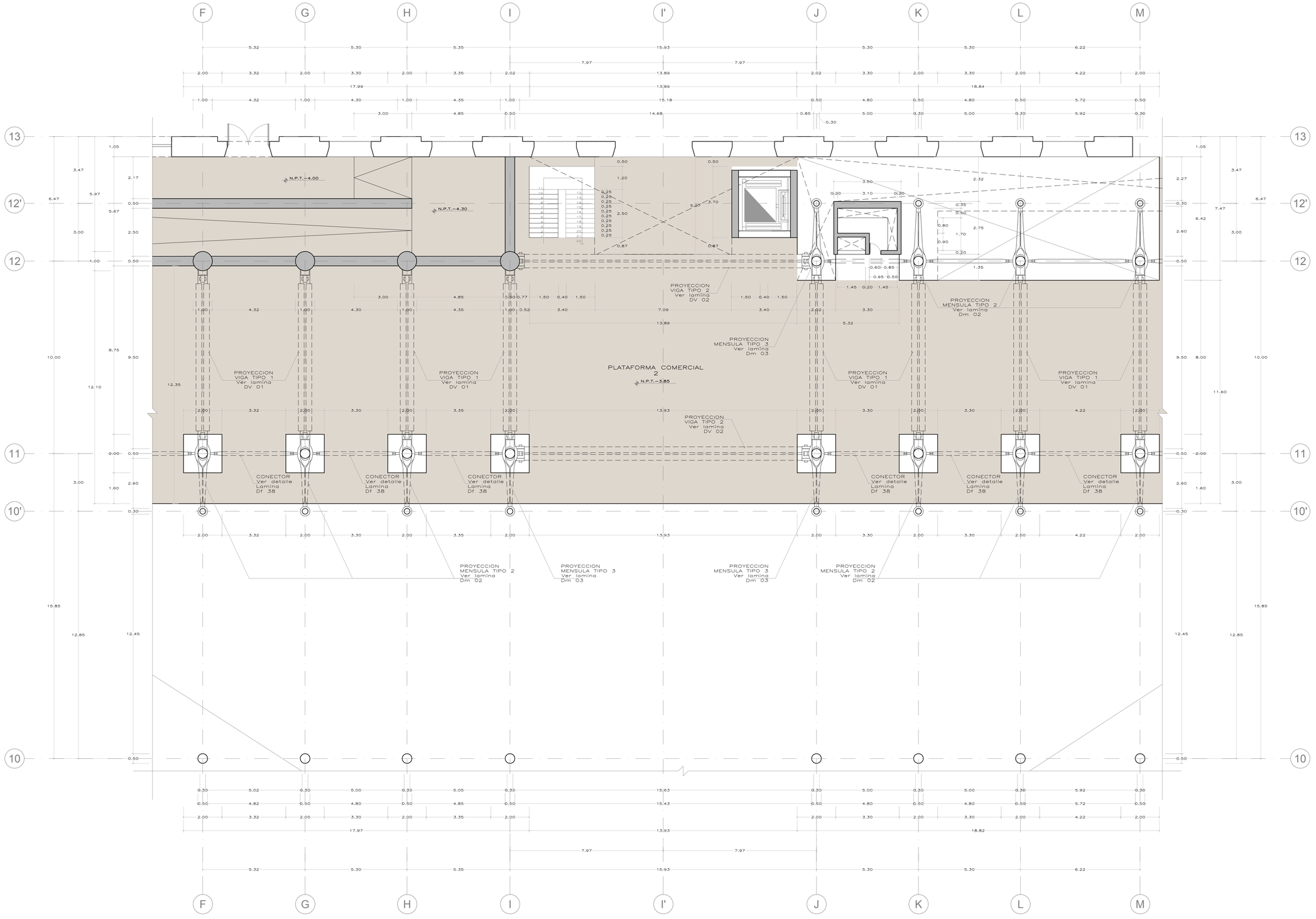
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-039




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

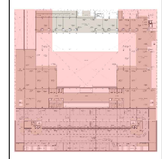
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE. PARA NIVEL VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

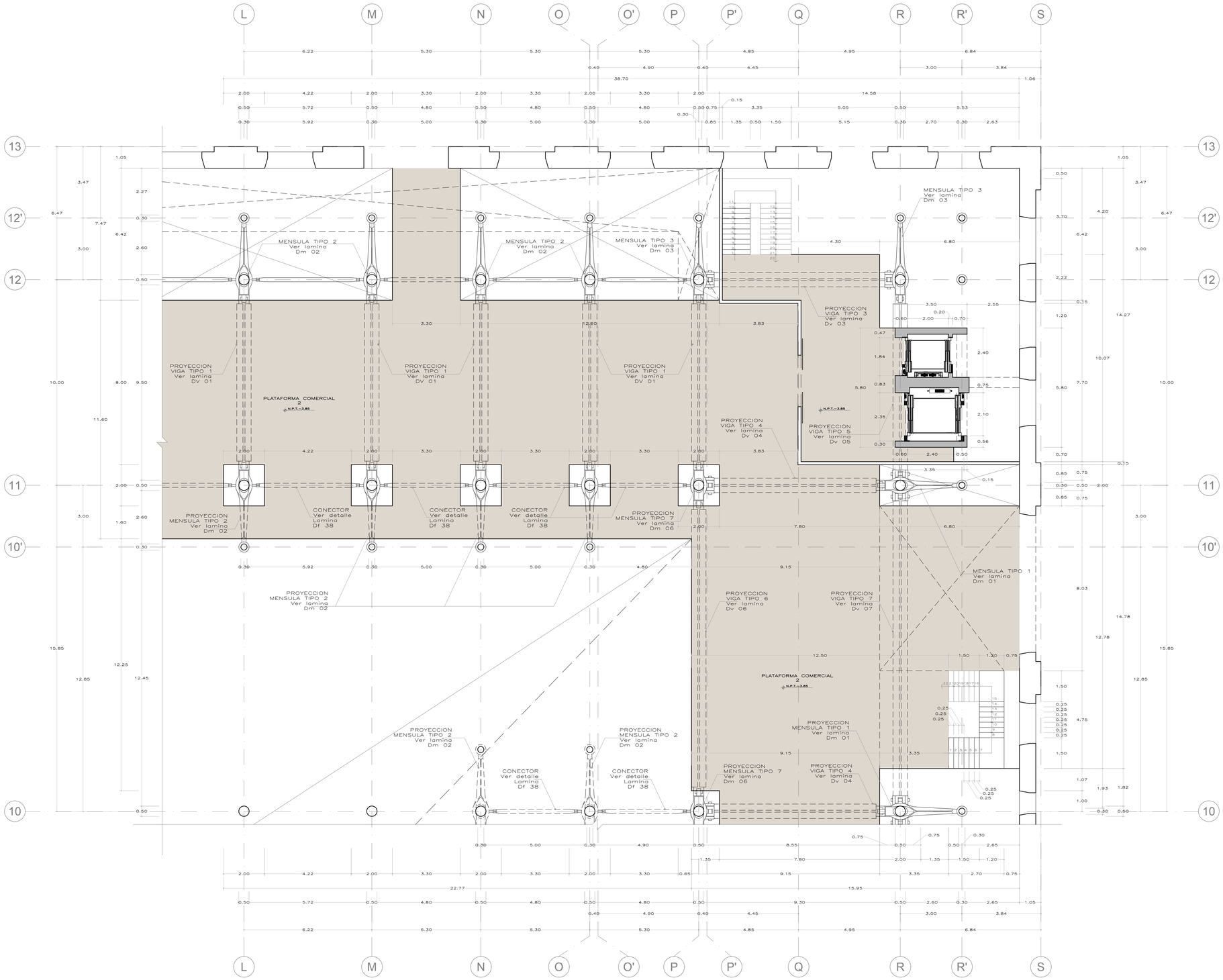
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-040




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

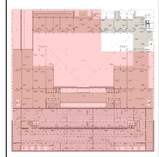
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ: corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUENTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

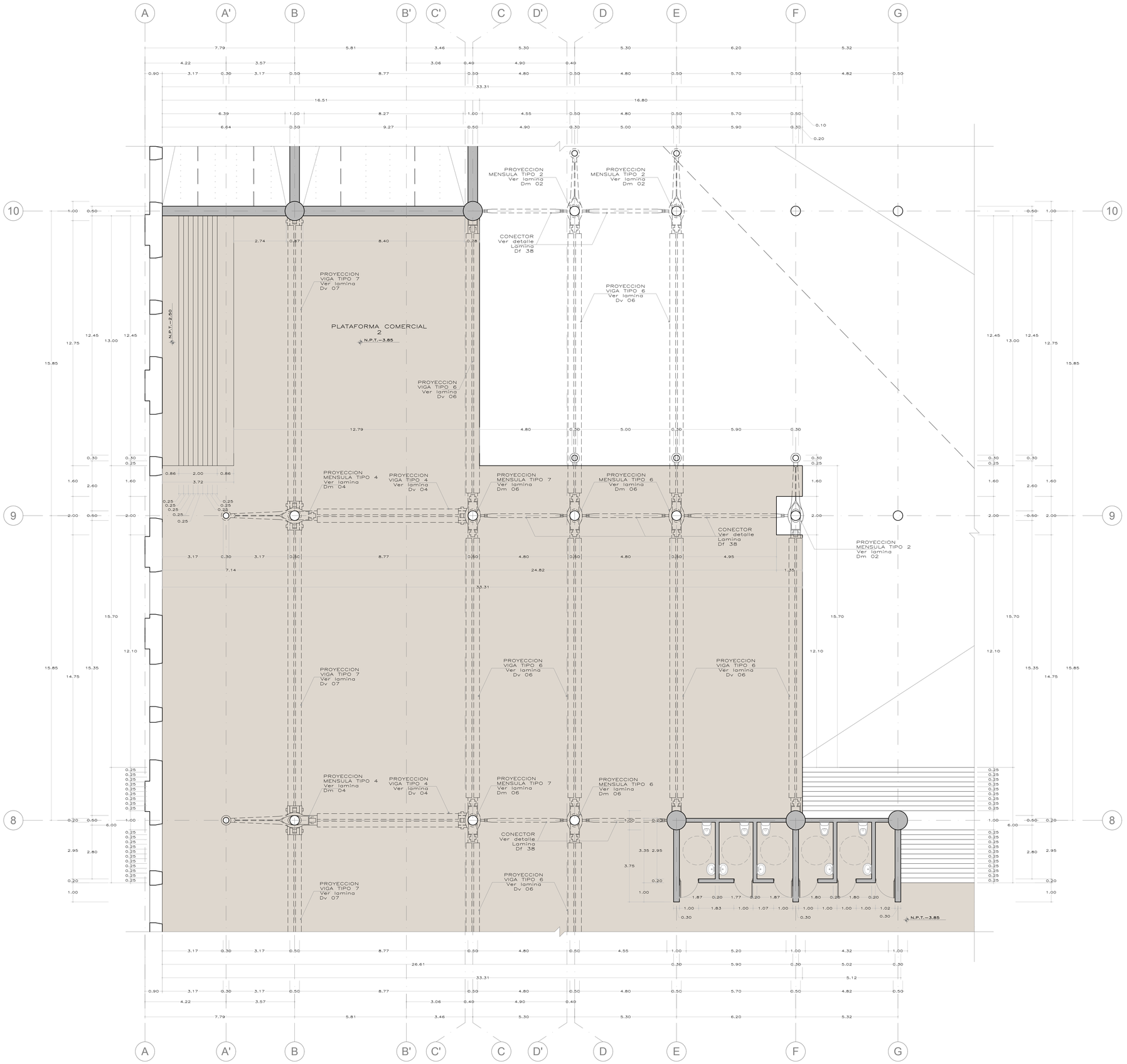
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-041




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL, CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

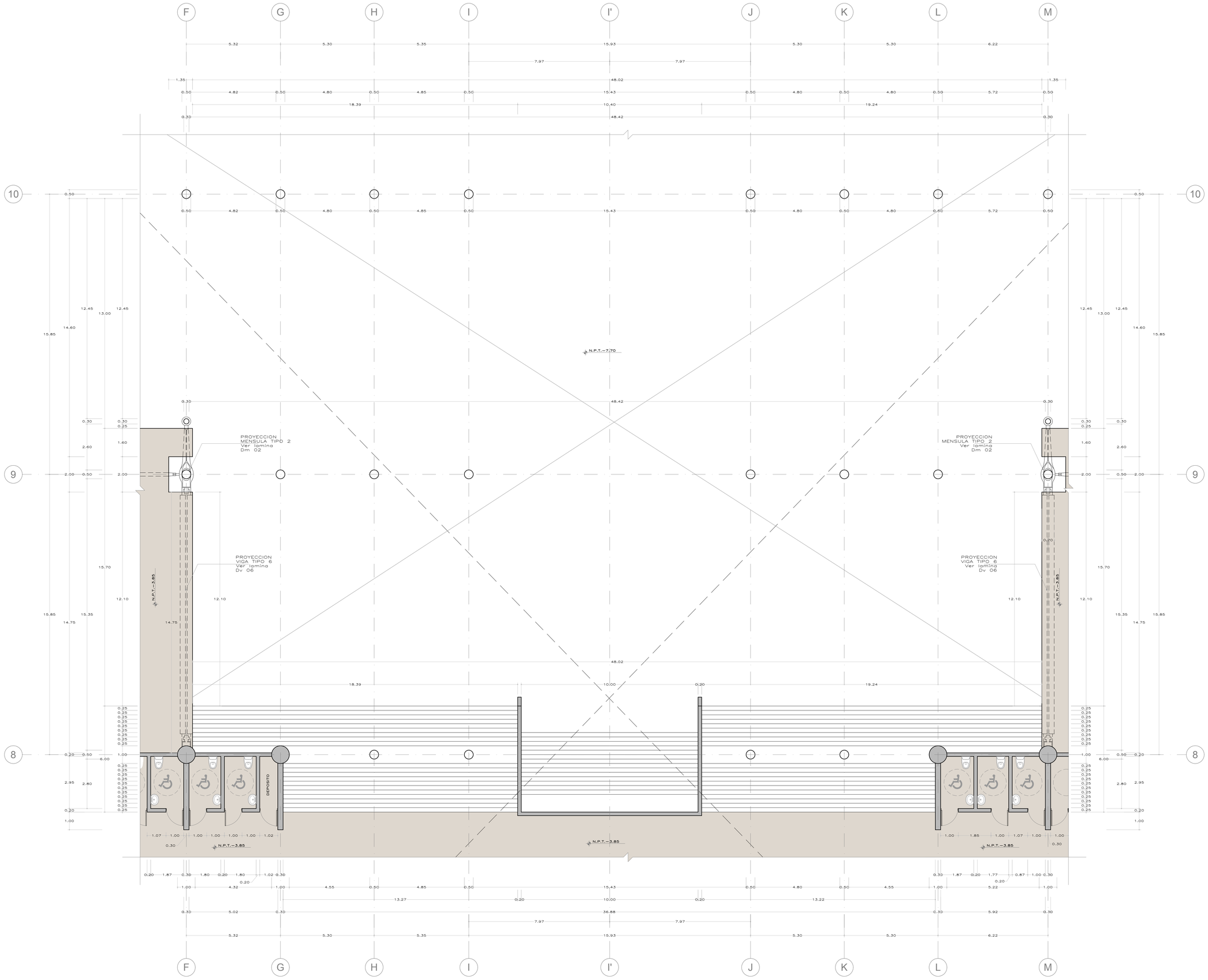
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-042




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

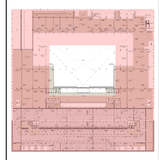
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

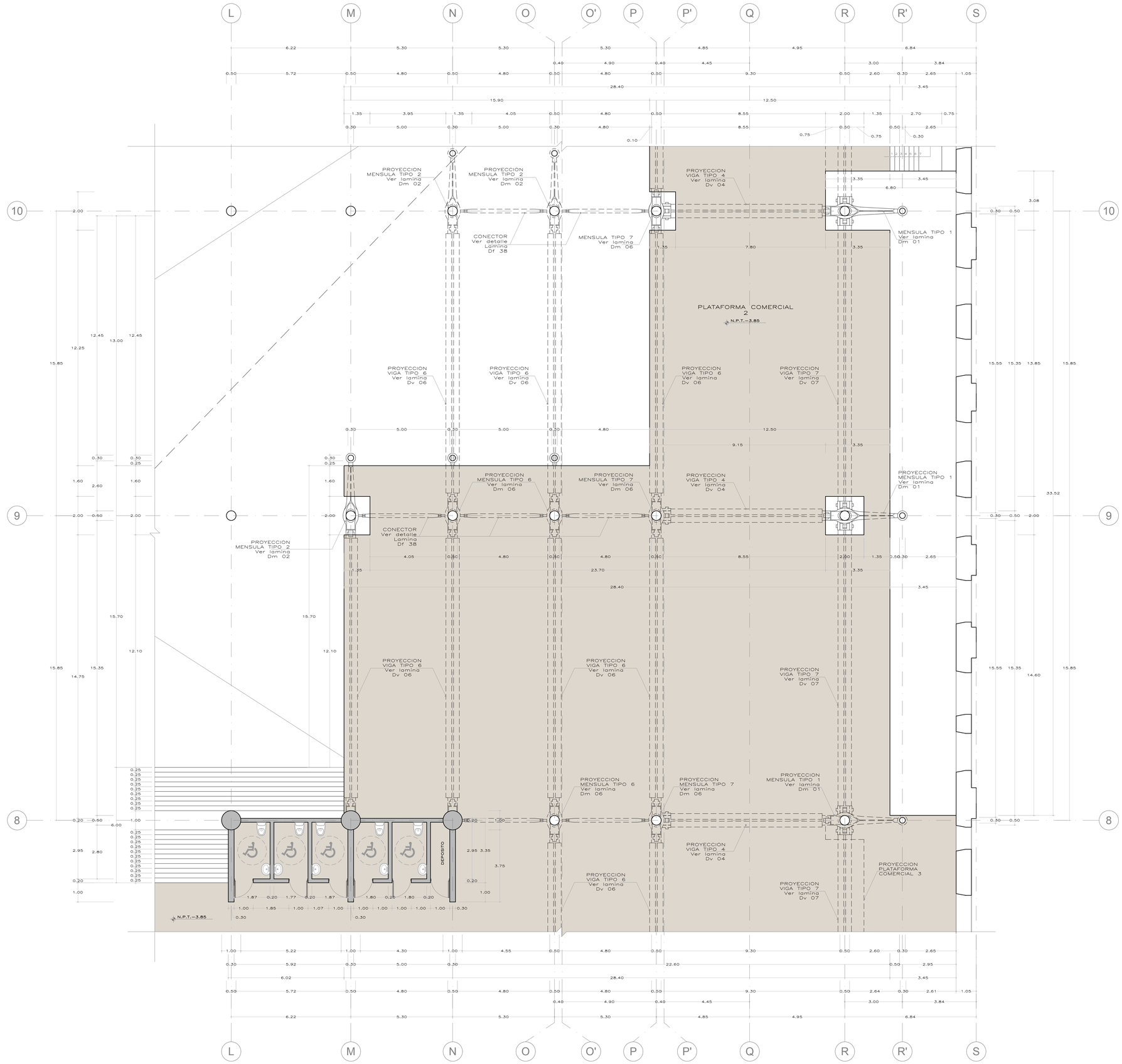
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-043




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 2500) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

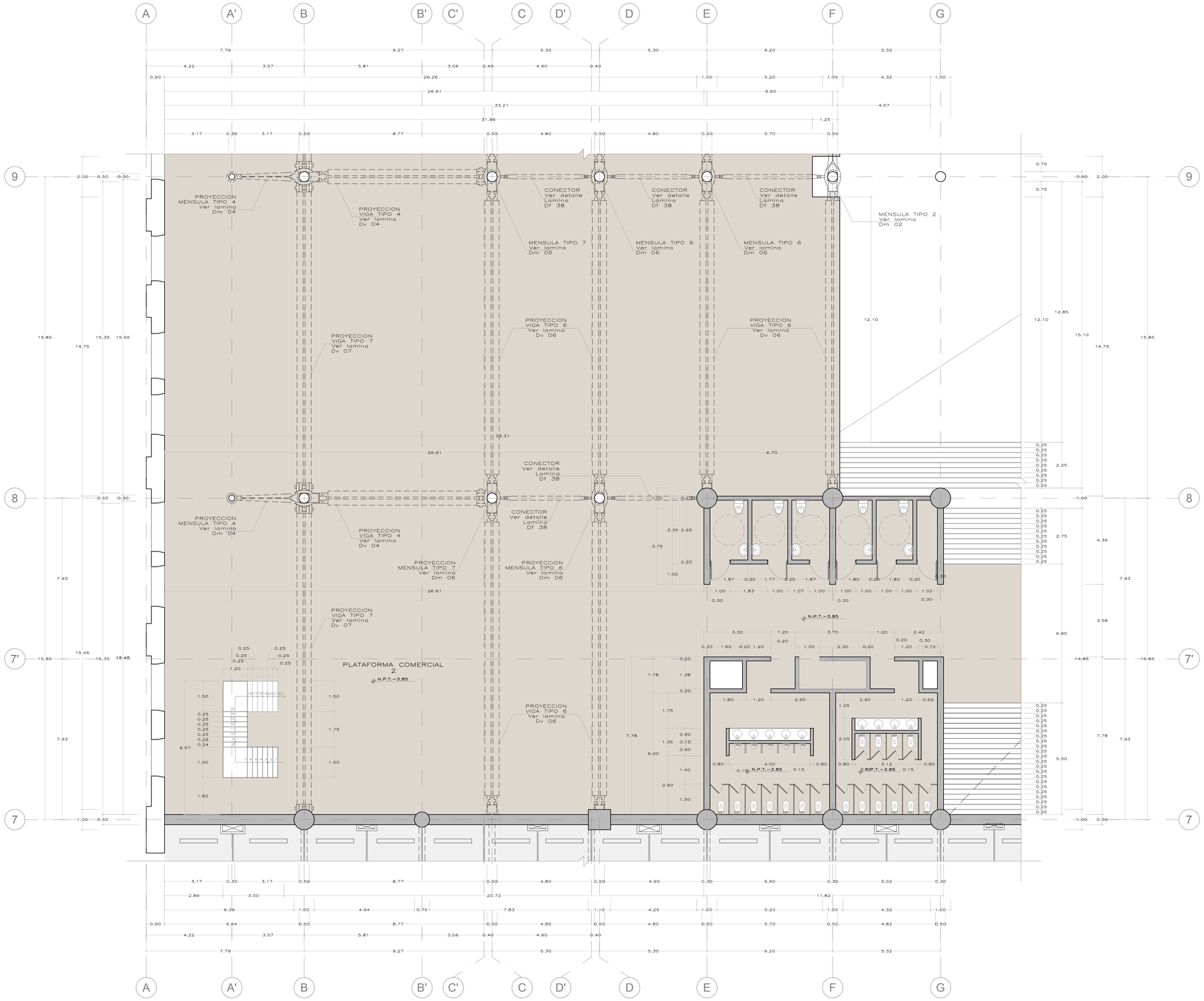
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-044




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ: corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUENTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

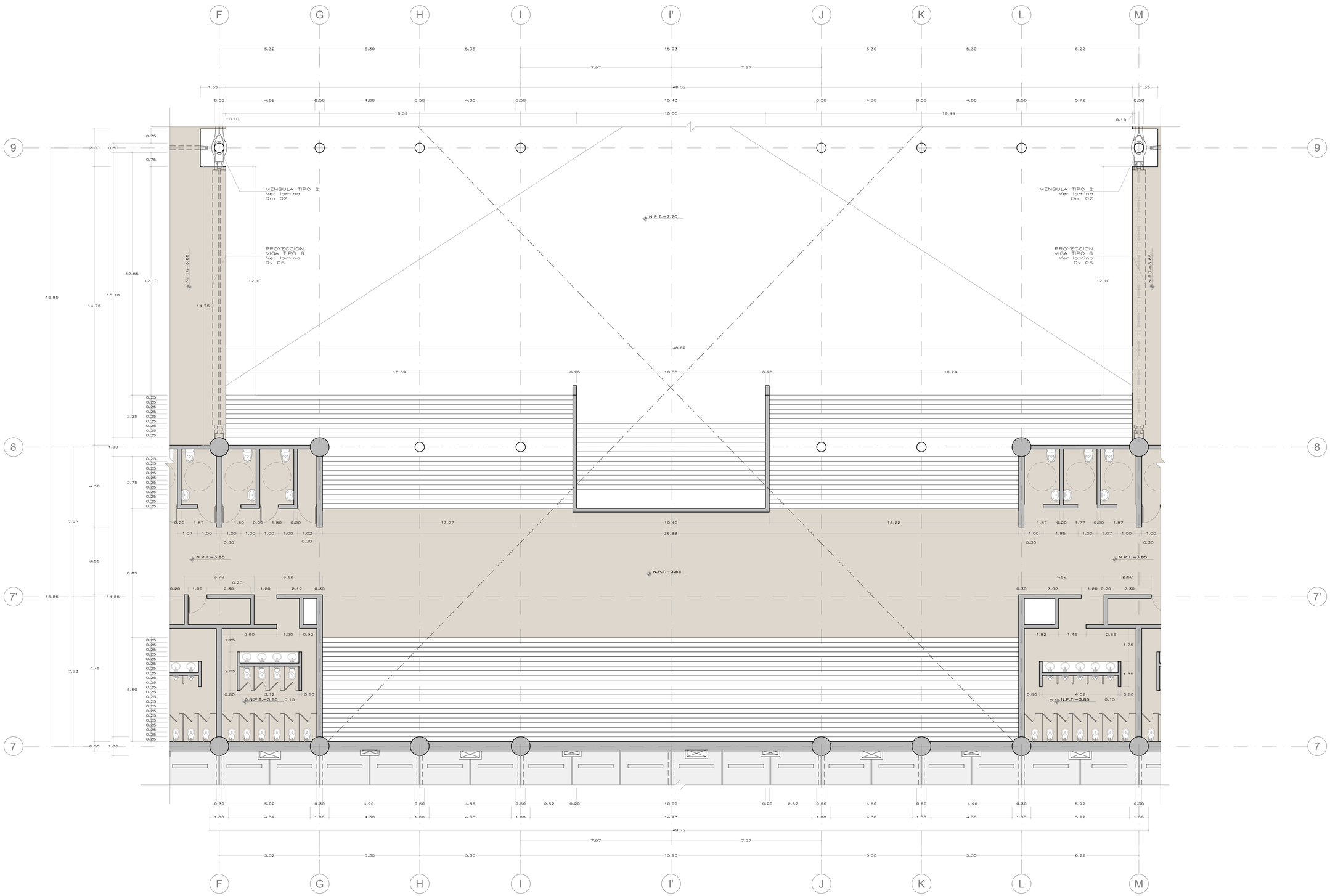
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-045




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

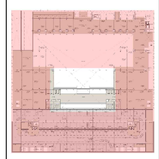
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1/ 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LÍNEAS DE CORTE (El corte 1-1' con 2-2') SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

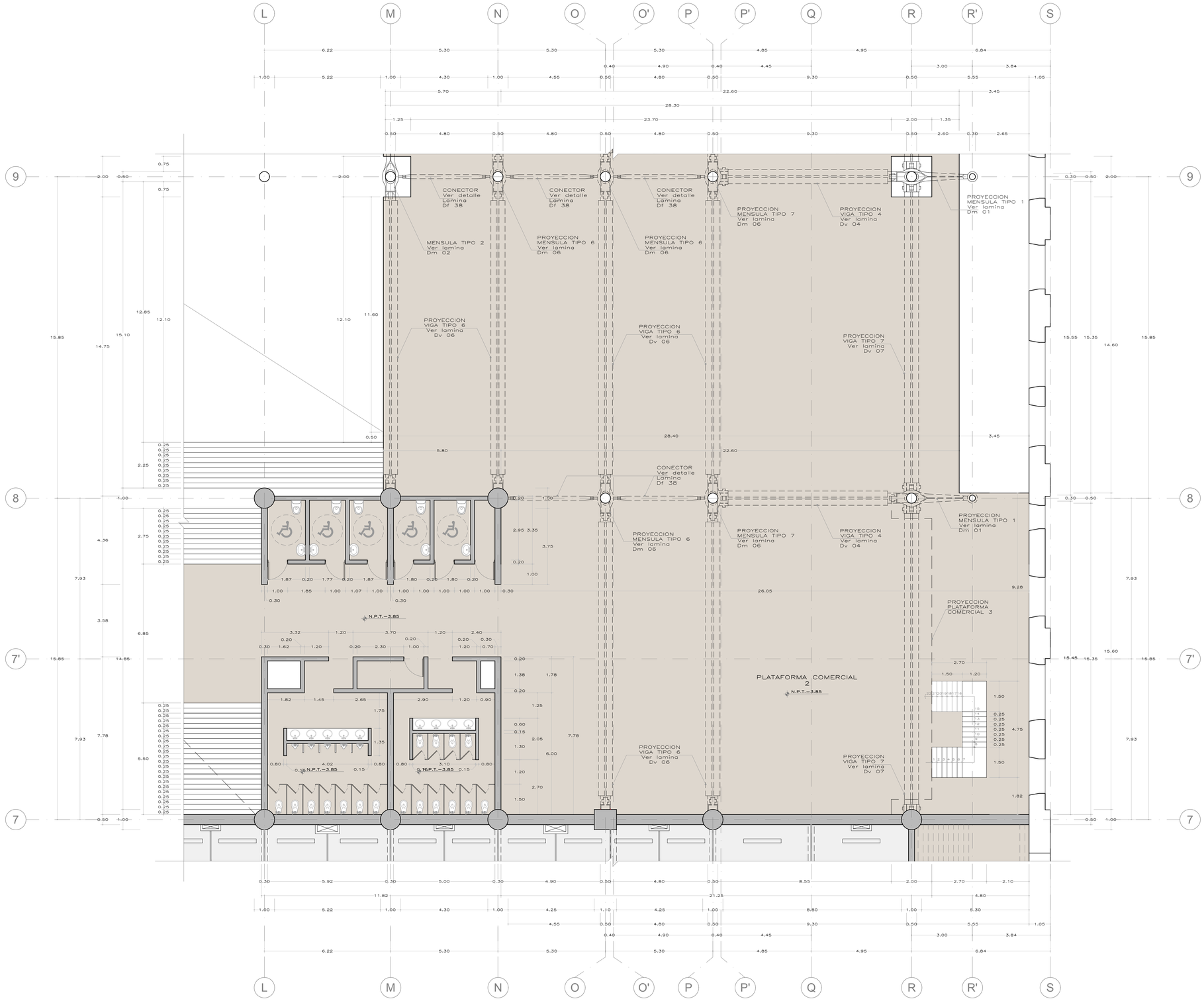
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-046




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

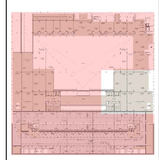
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACION DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1 - corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

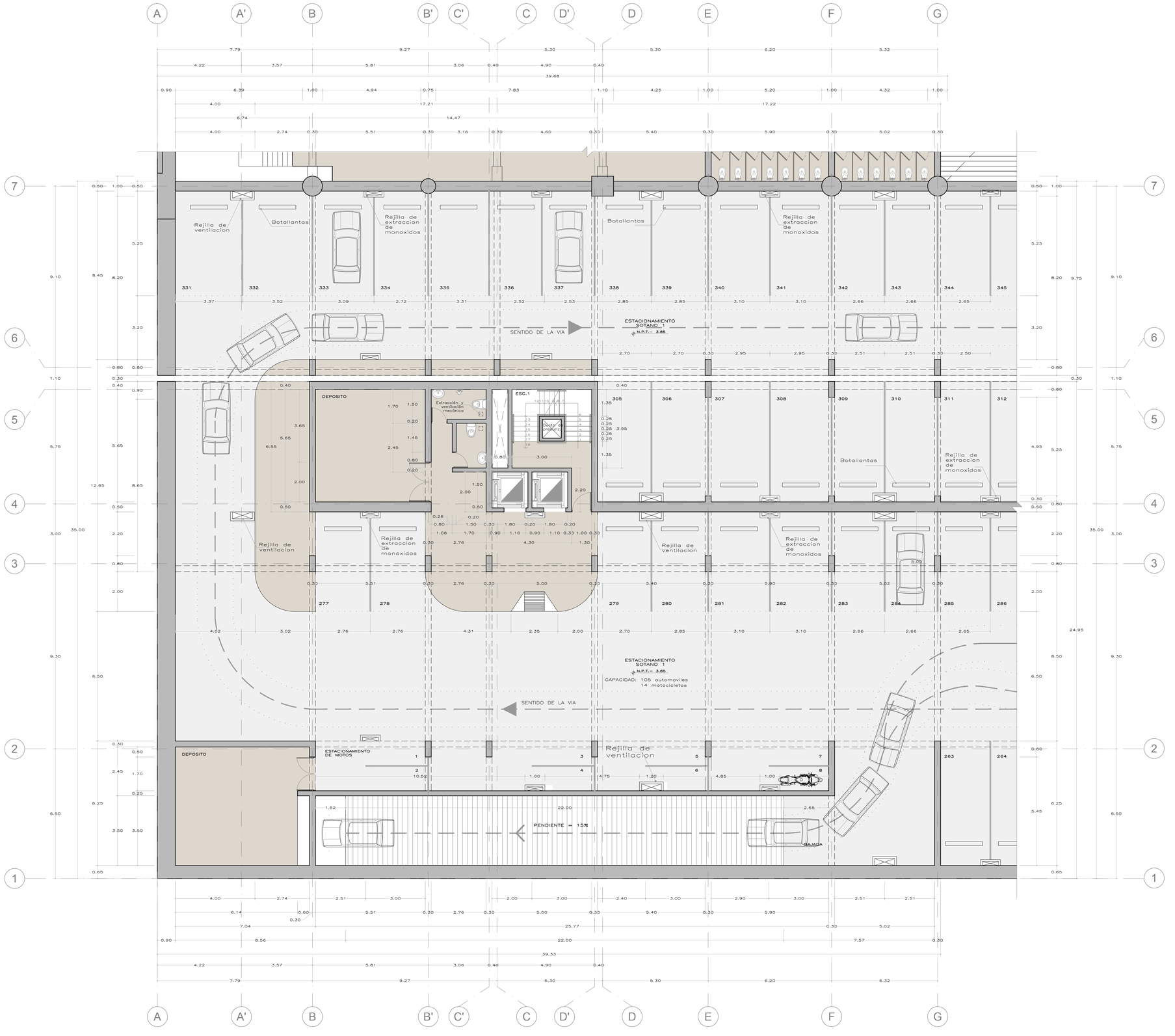
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-047




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 2500) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (ej. corte –1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

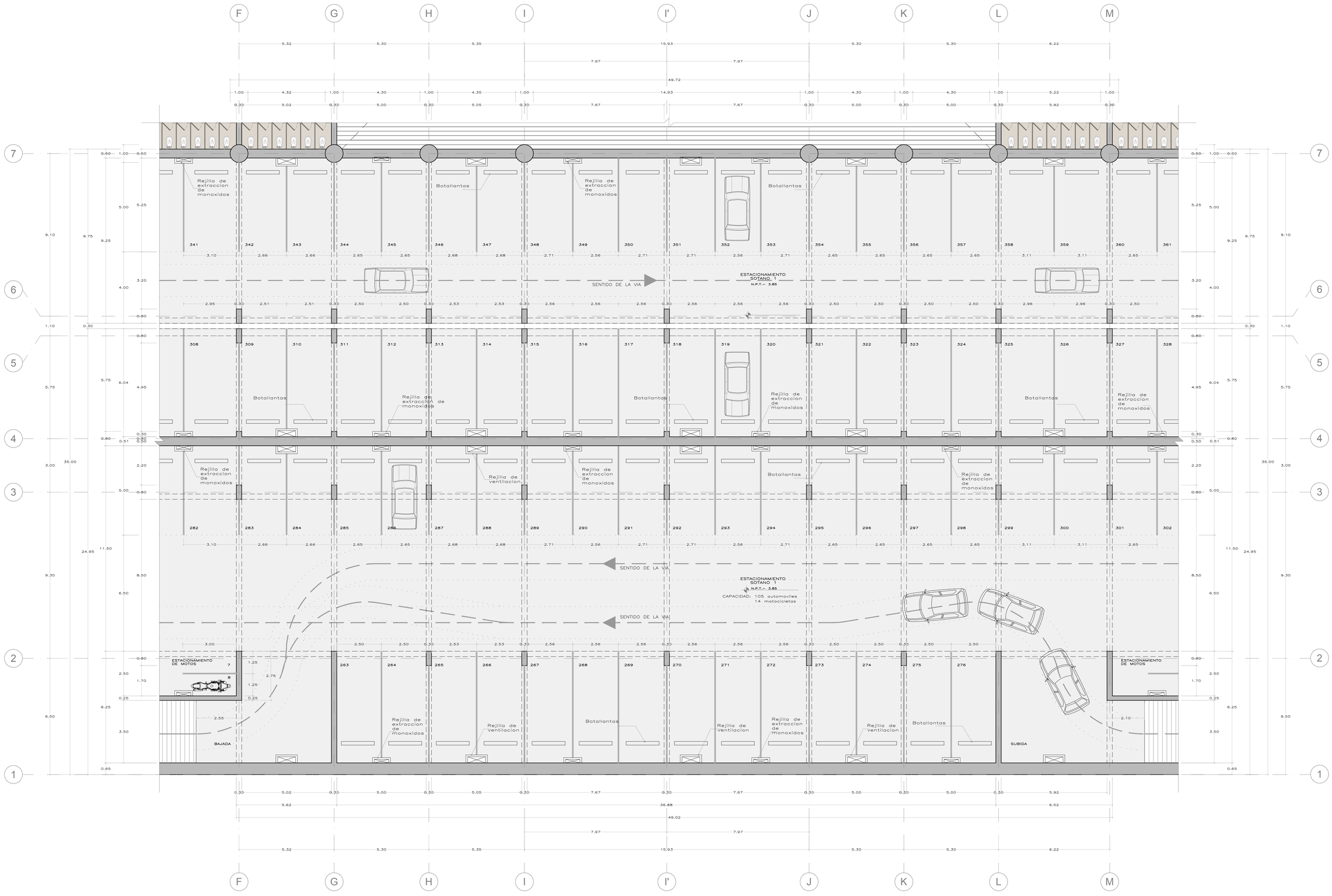
PLANO :
SOTANO 1

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-048




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

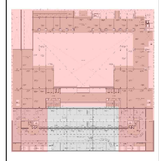
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

SOTANO 1

ESCALA:

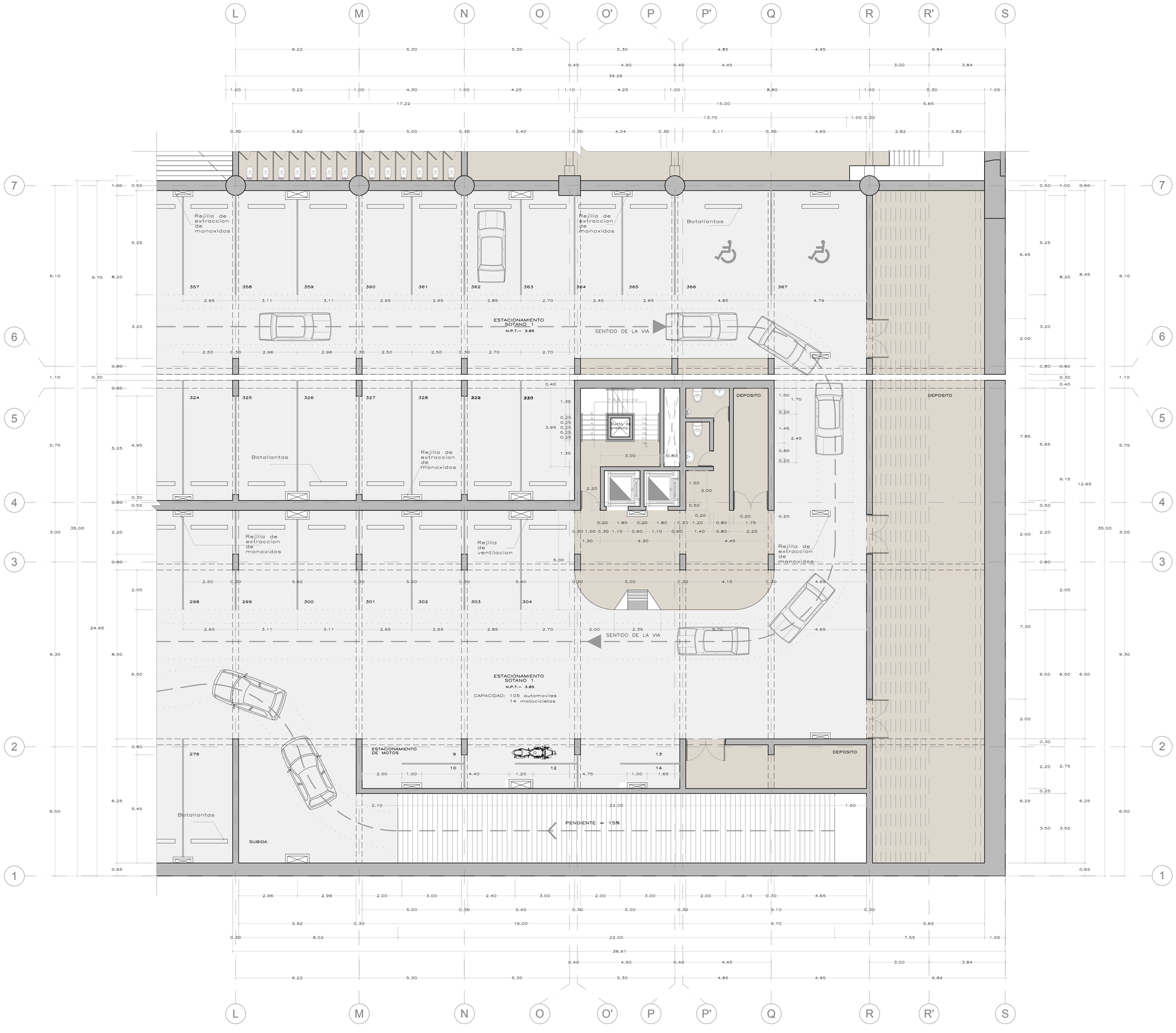
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-049




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 2500) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-05



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte –1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :
SOTANO 1

ESCALA:
1/100

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-050

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# PLANOS

# TOMO III

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE

# LISTA DE PLANOS

**ARQUITECTURA**

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (A) ..... A-051

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (B) ..... A-052

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (C) ..... A-053

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (D) ..... A-054

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (E) ..... A-055

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (F) ..... A-056

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (G) ..... A-057

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (H) ..... A-058

NIVEL 1 PLATAFORMA COMERCIAL 3 (I) ..... A-059

NIVEL 1 PLAZA DE ACCESO (A) ..... A-060

NIVEL 1 PLAZA DE ACCESO (B) ..... A-061

NIVEL 1 PLAZA DE ACCESO (C) ..... A-062

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (A) ..... A-063

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (B) ..... A-064

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (C) ..... A-065

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (D) ..... A-066

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (E) ..... A-067

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (F) ..... A-068

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (G) ..... A-069

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (H) ..... A-070

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

NIVEL 2 PLATAFORMA COMERCIAL 4 (I) ..... A-071

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (A) ..... A-072

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (B) ..... A-073

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (C) ..... A-074

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (D) ..... A-075

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (E) ..... A-076

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (F) ..... A-077

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (G) ..... A-078

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (H) ..... A-079

NIVEL 3 PLATAFORMA COMERCIAL 5 (I) ..... A-080

NIVEL 4 TECHOS (A) ..... A-081

NIVEL 4 TECHOS (B) ..... A-082

NIVEL 4 TECHOS (C) ..... A-083

NIVEL 4 TECHOS (D) ..... A-084

NIVEL 4 TECHOS (E) ..... A-085

NIVEL 4 TECHOS (F) ..... A-086

NIVEL 4 TECHOS (G) ..... A-087

NIVEL 4 TECHOS (H) ..... A-088

NIVEL 4 TECHOS (I) ..... A-089

NIVEL 4 TECHOS (J) ..... A-090

NIVEL 4 TECHOS (A) ..... A-091

NIVEL 4 TECHOS (A) ..... A-092

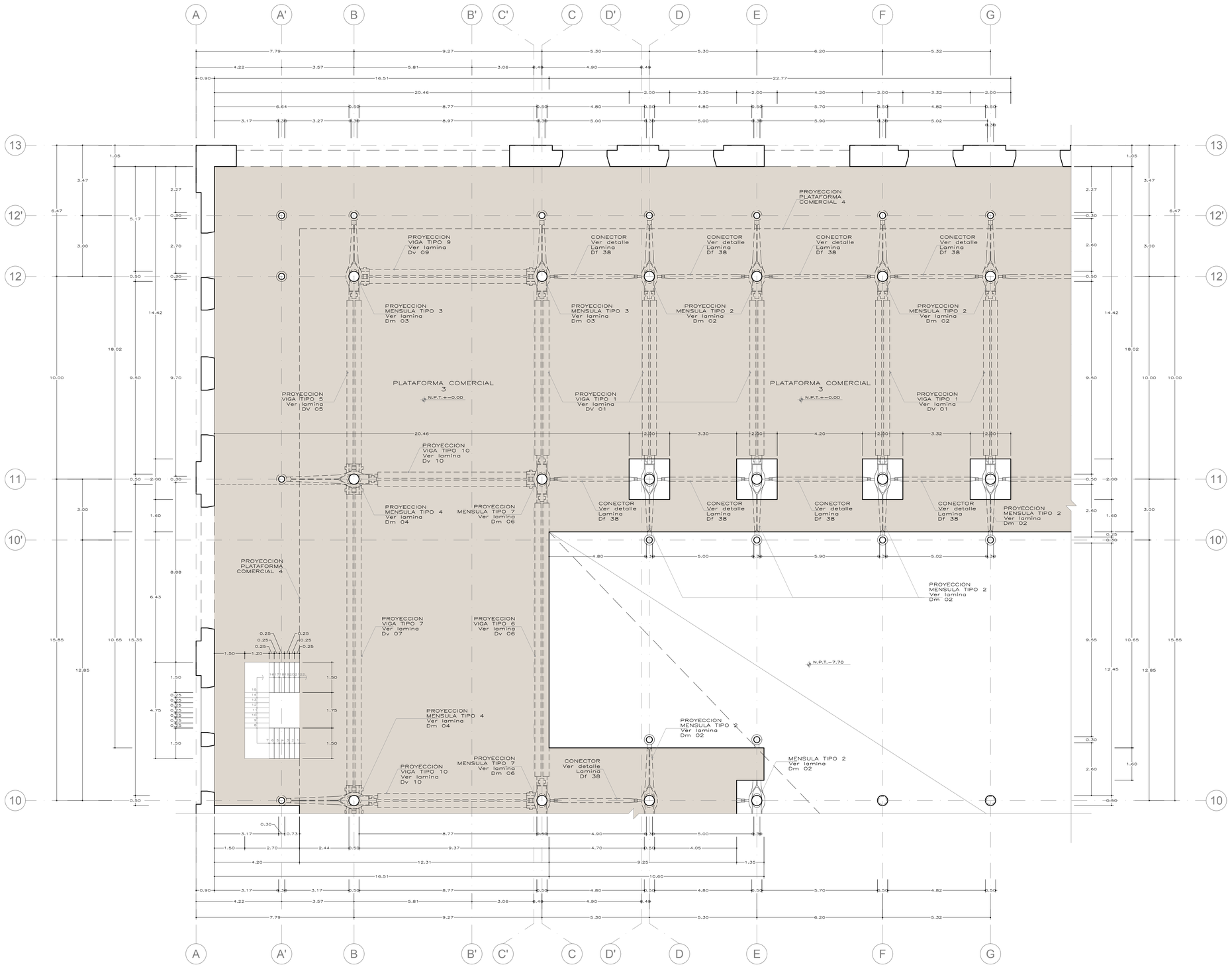
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# ARQUITECTURA

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

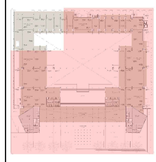
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (C), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

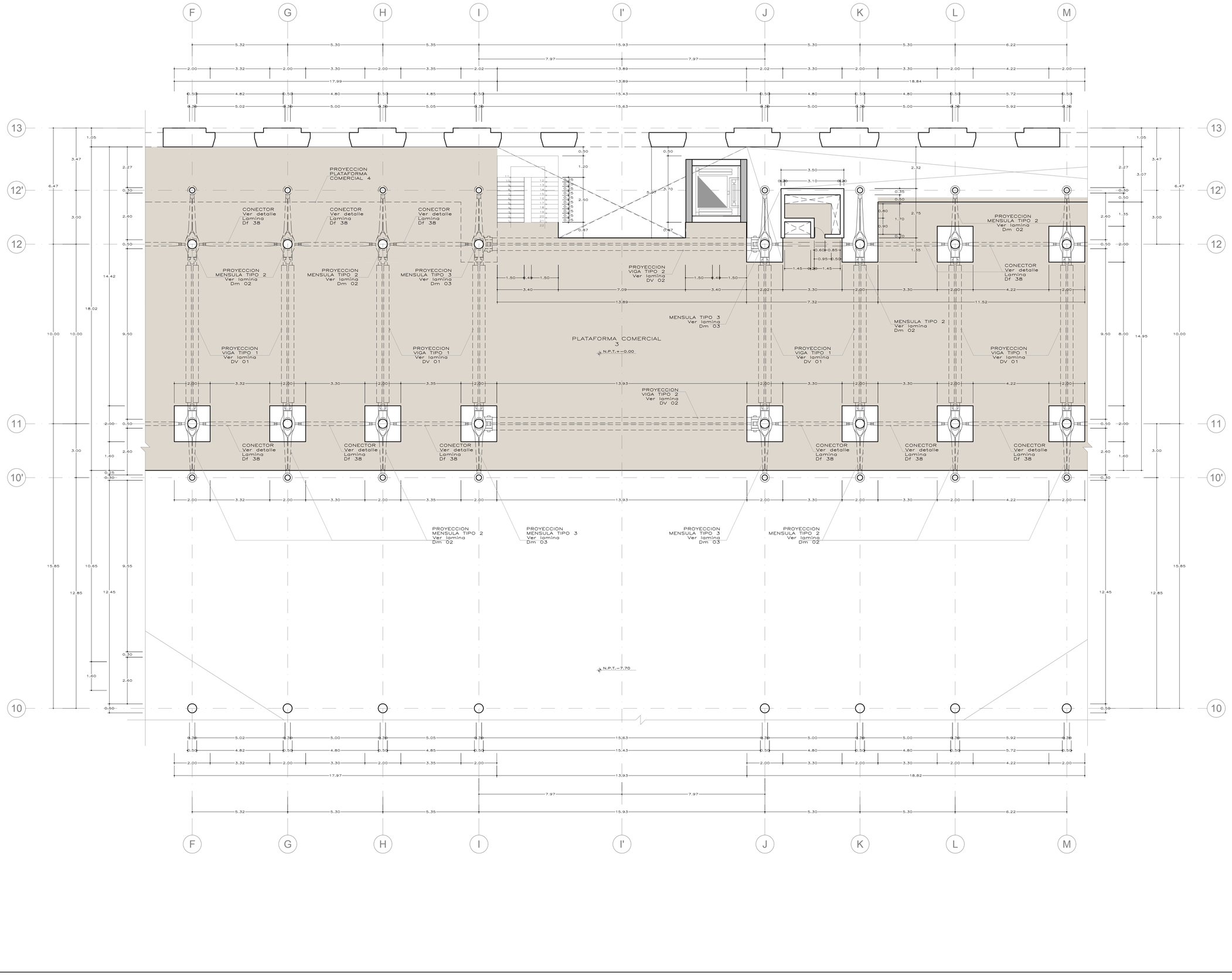
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-051




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

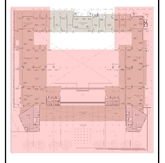
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

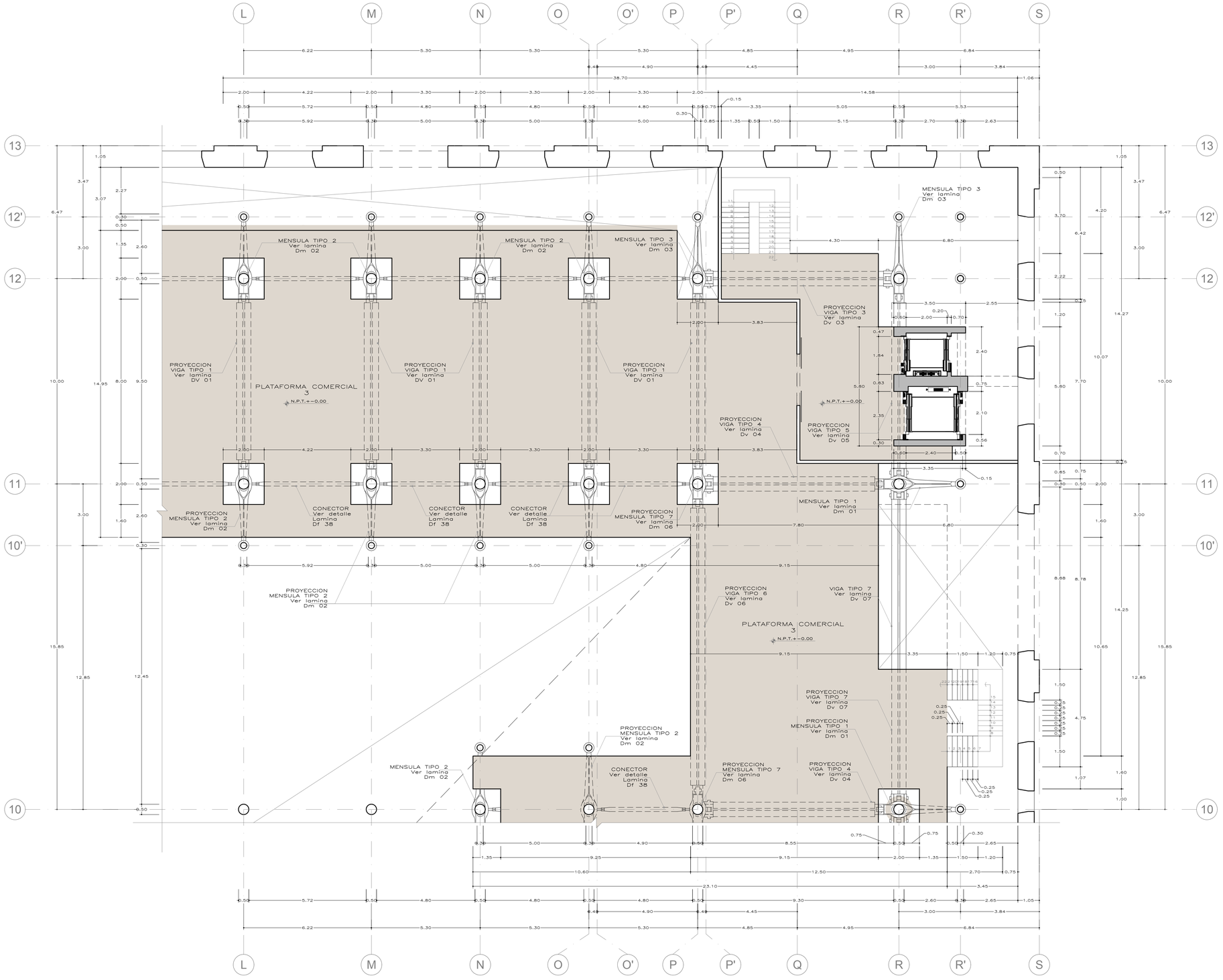
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-052




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

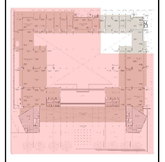
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

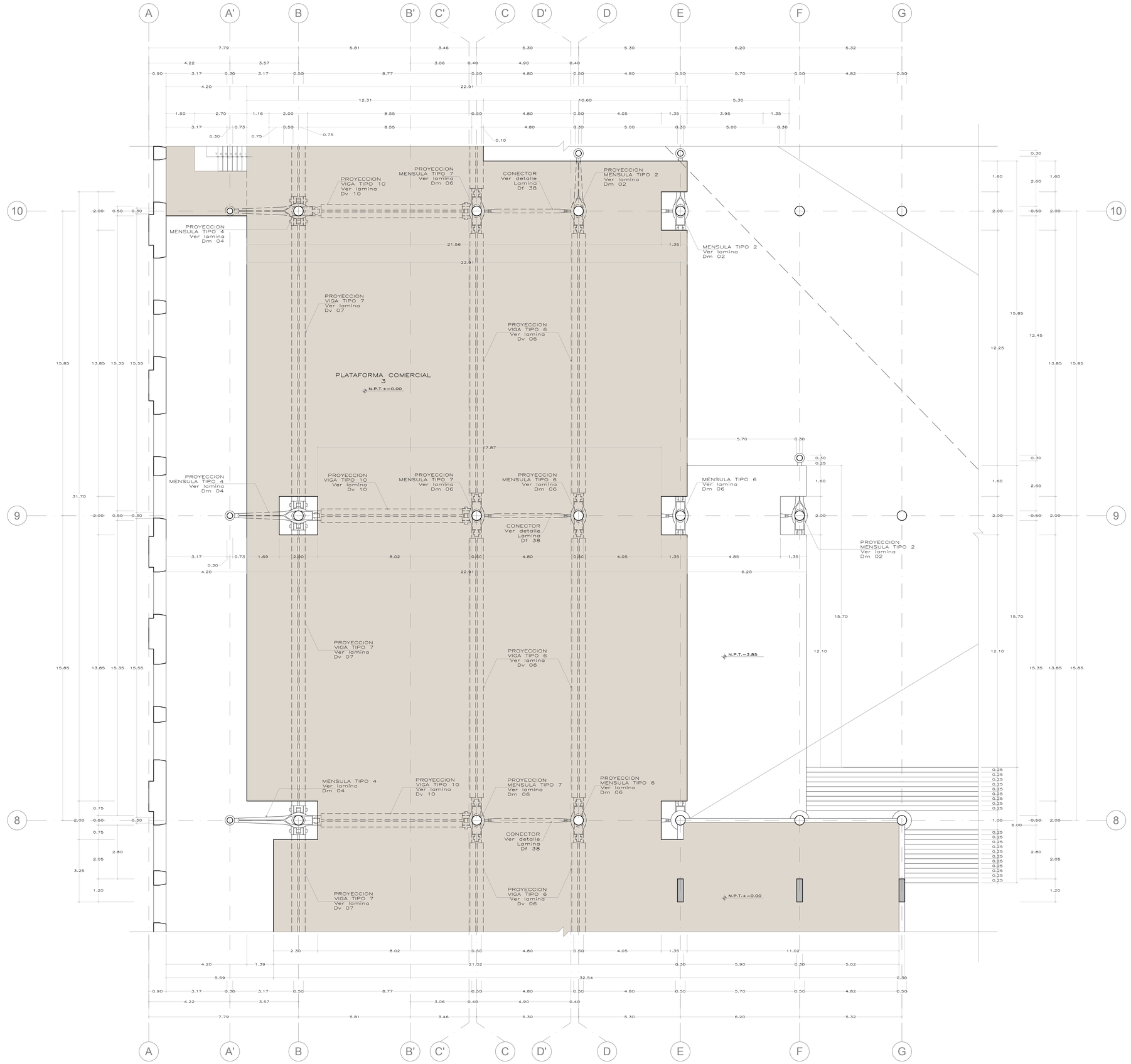
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-053




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

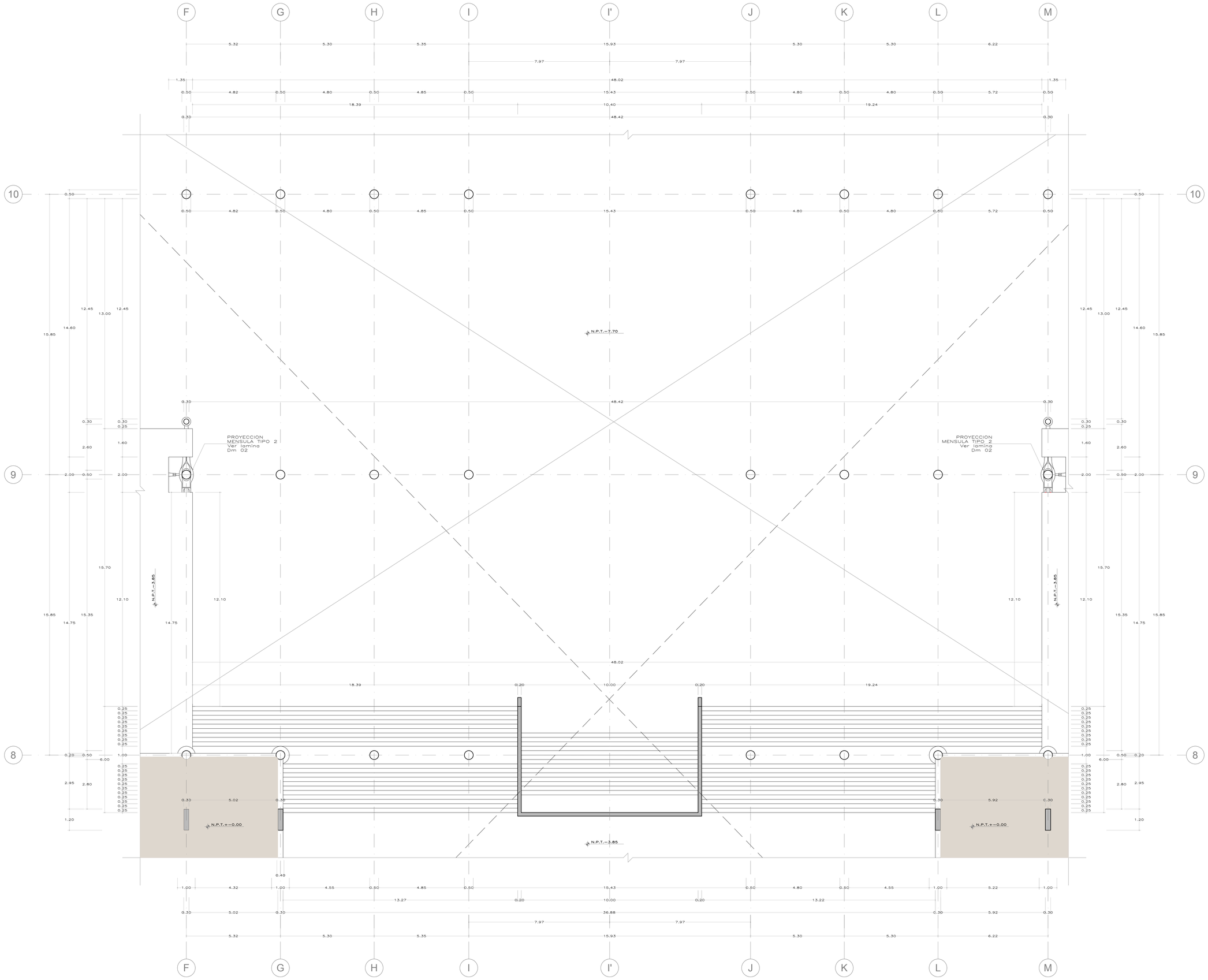
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-054




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

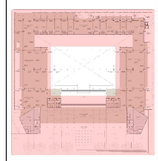
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA ESTA (ESCALA 1/250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

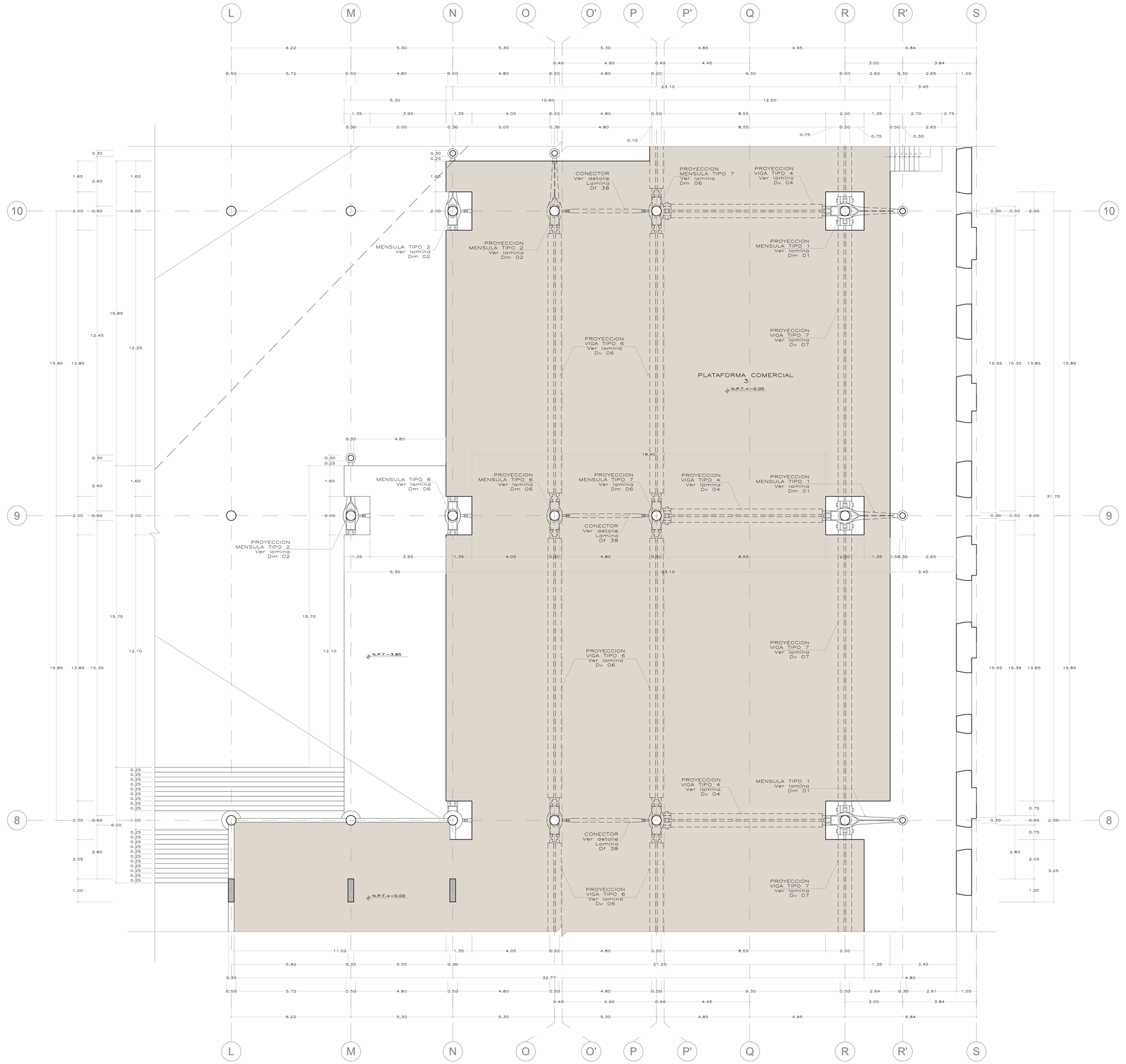
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-055




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

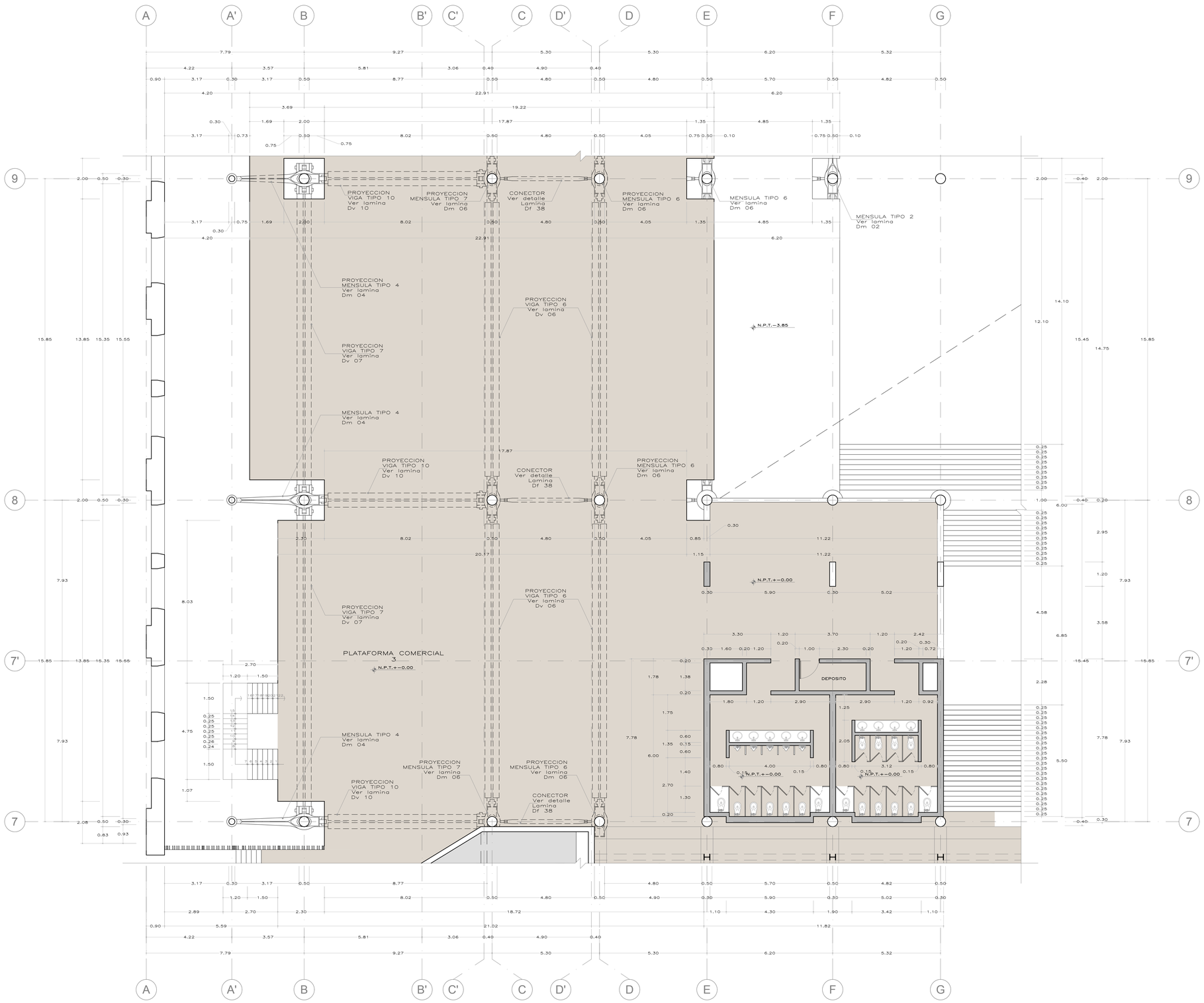
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-056




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1-1' corte 2-2') SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

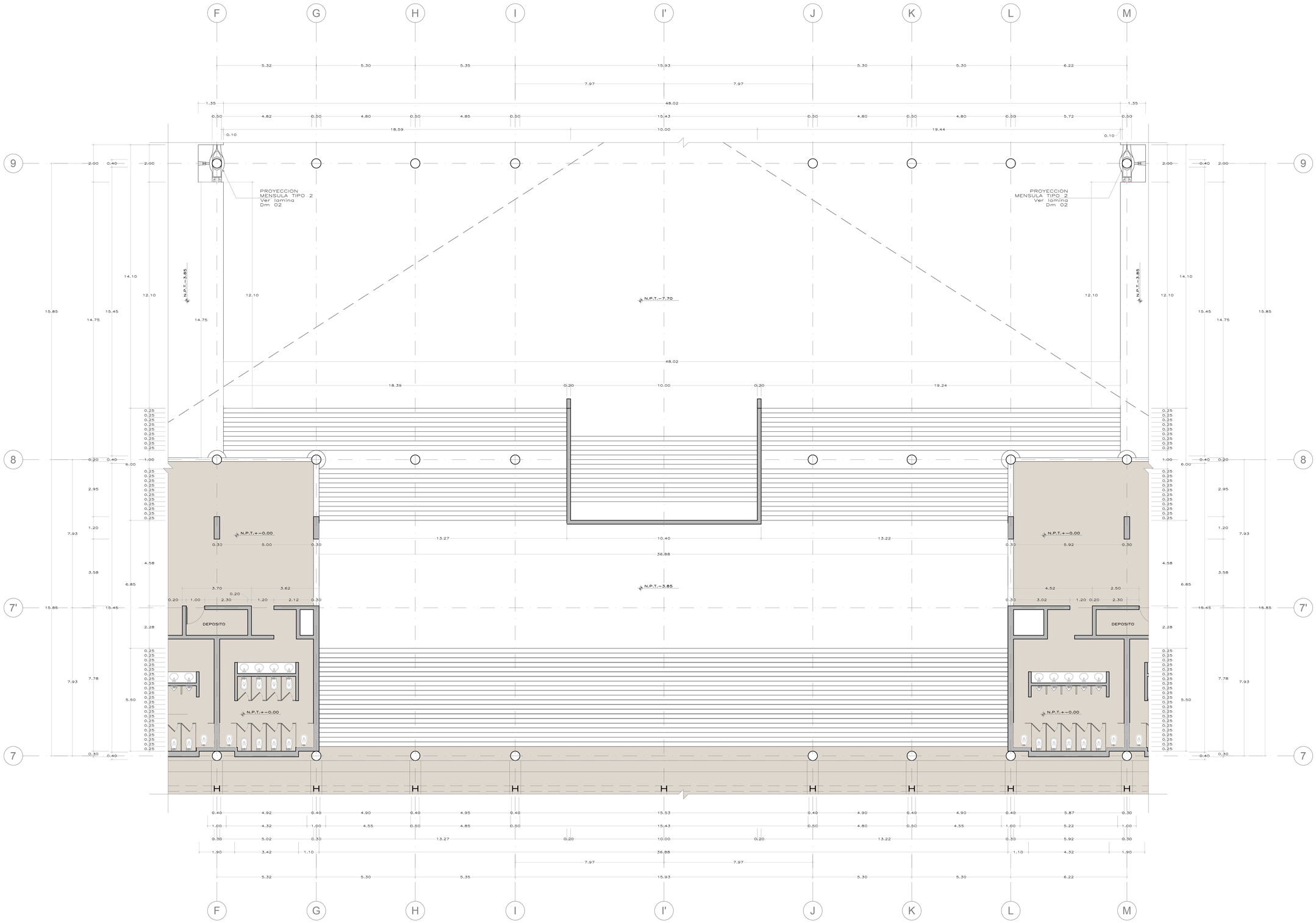
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-057




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

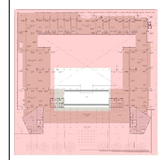
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1/ 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1 y corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

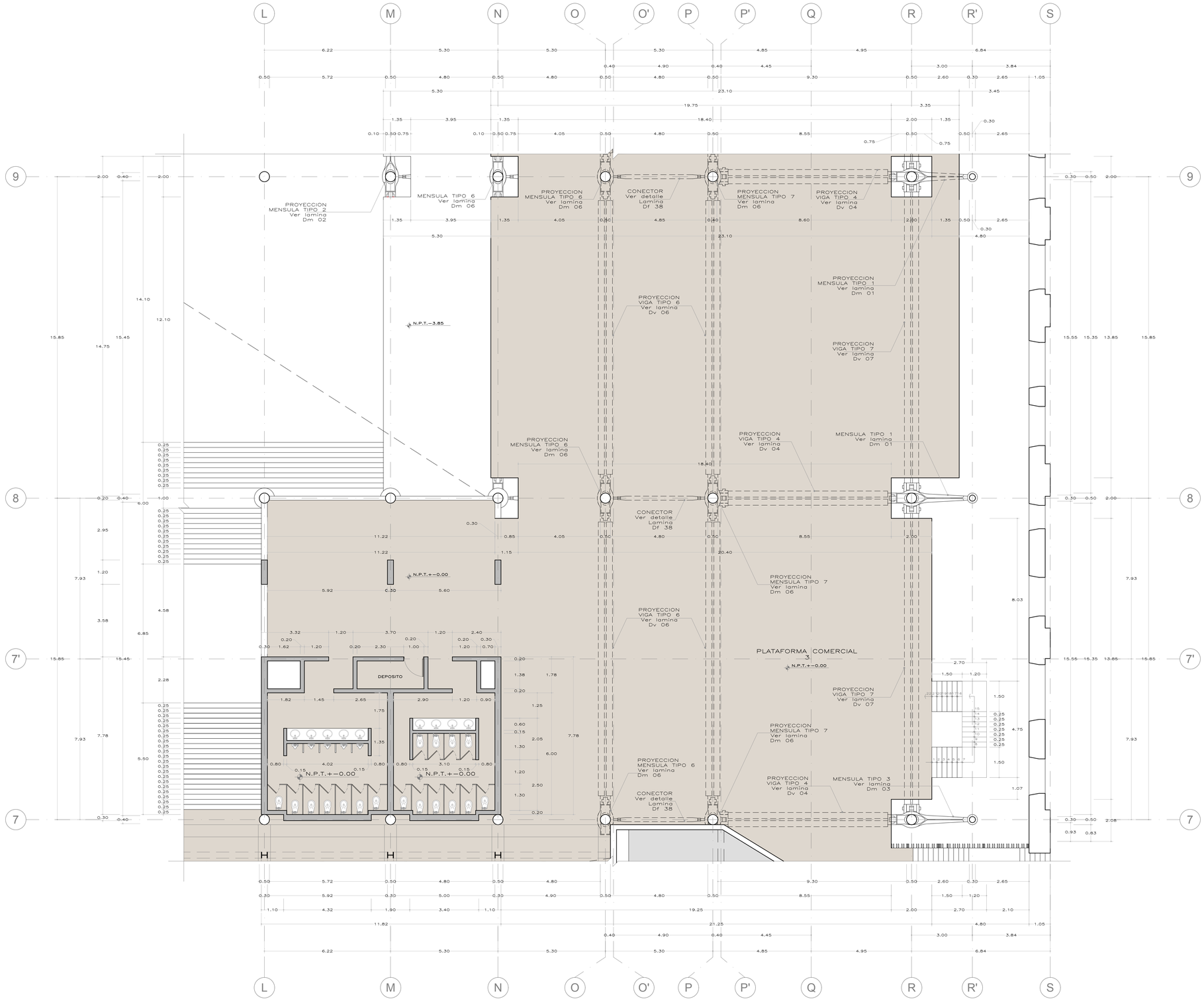
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-058




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLATAFORMA COMERCIAL 3

ESCALA:

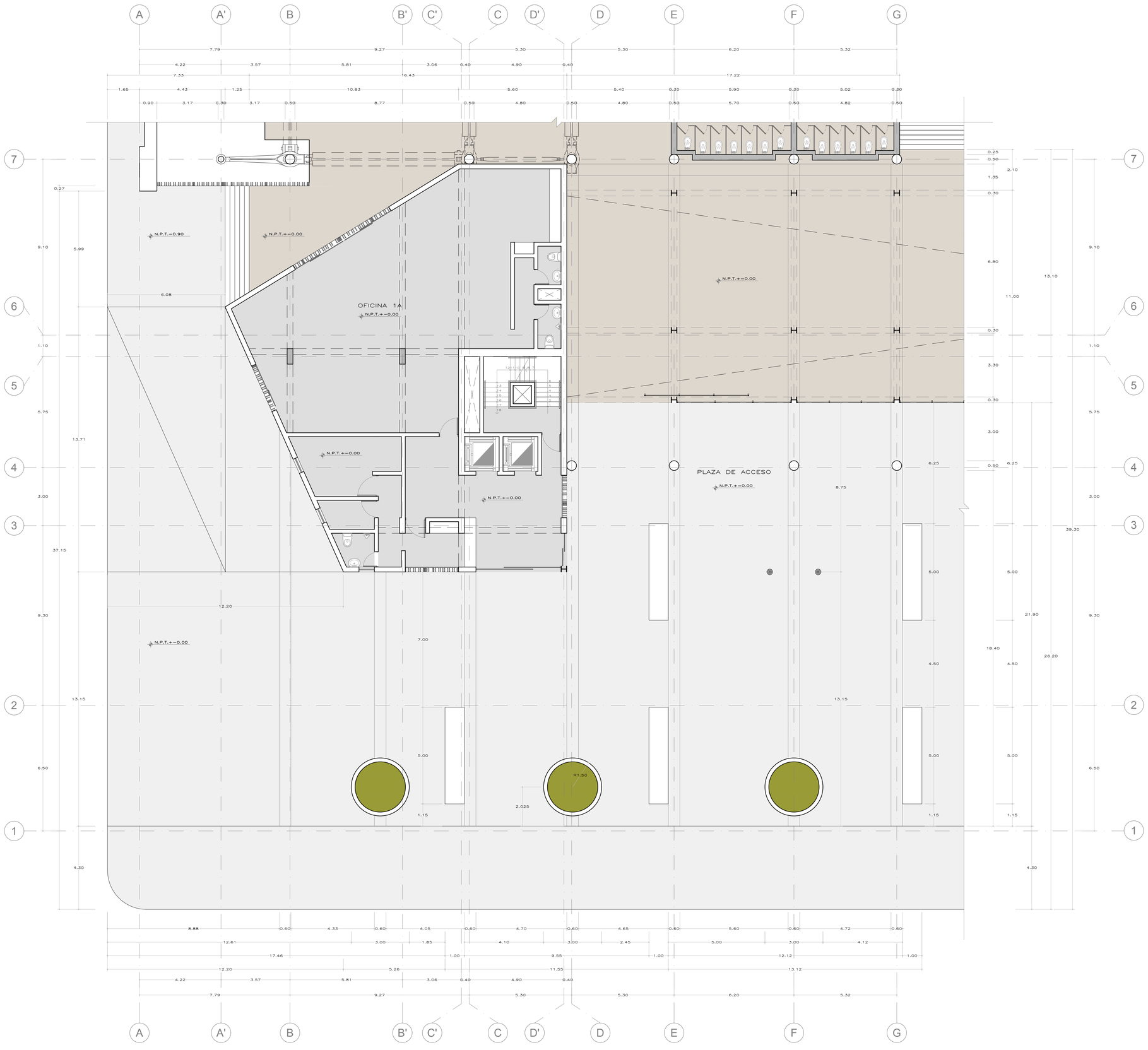
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-059




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

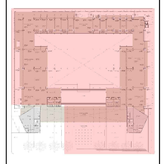
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLAZA DE ACCESO

ESCALA:

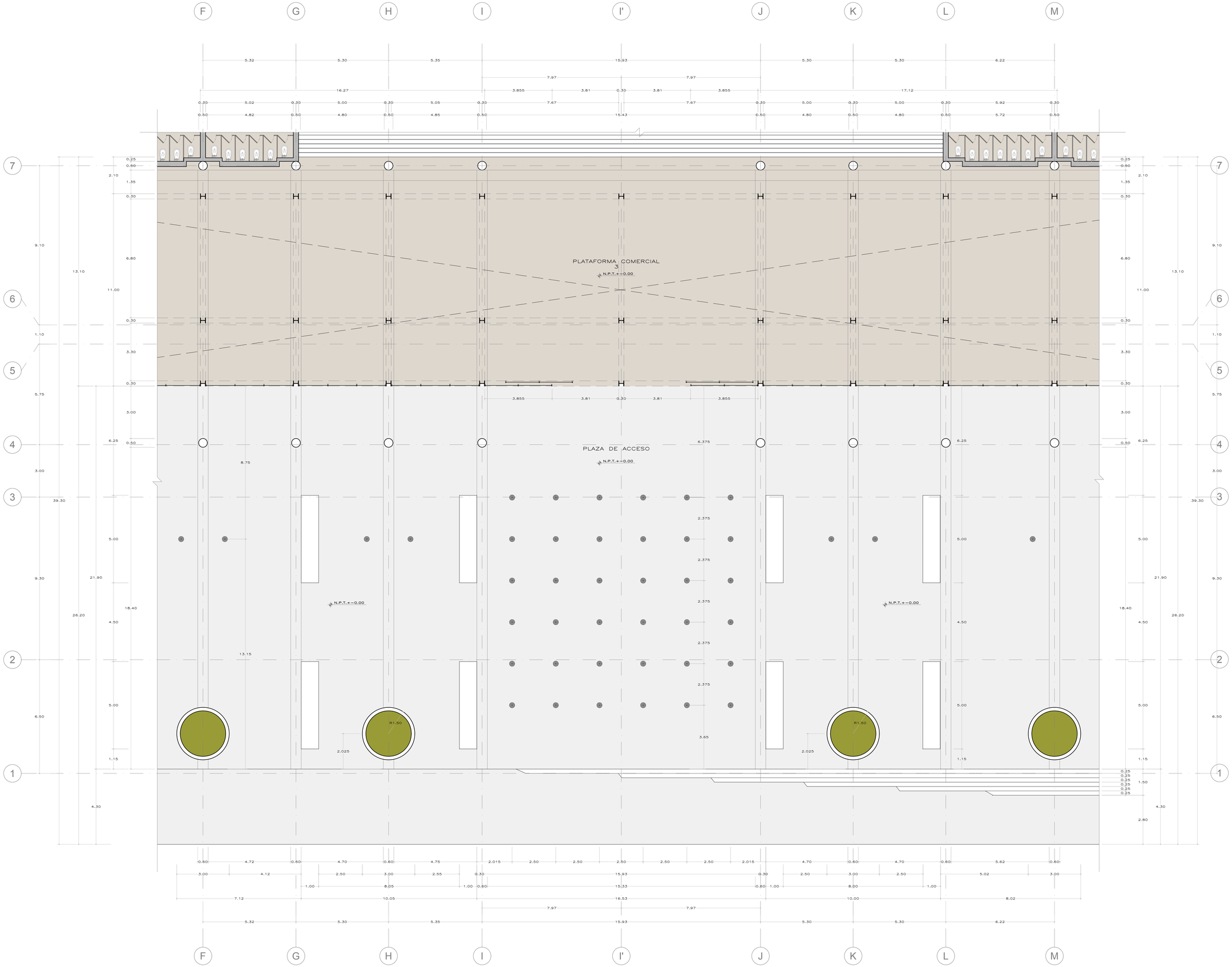
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-060




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

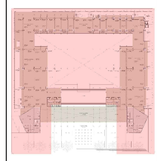
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLAZA DE ACCESO

ESCALA:

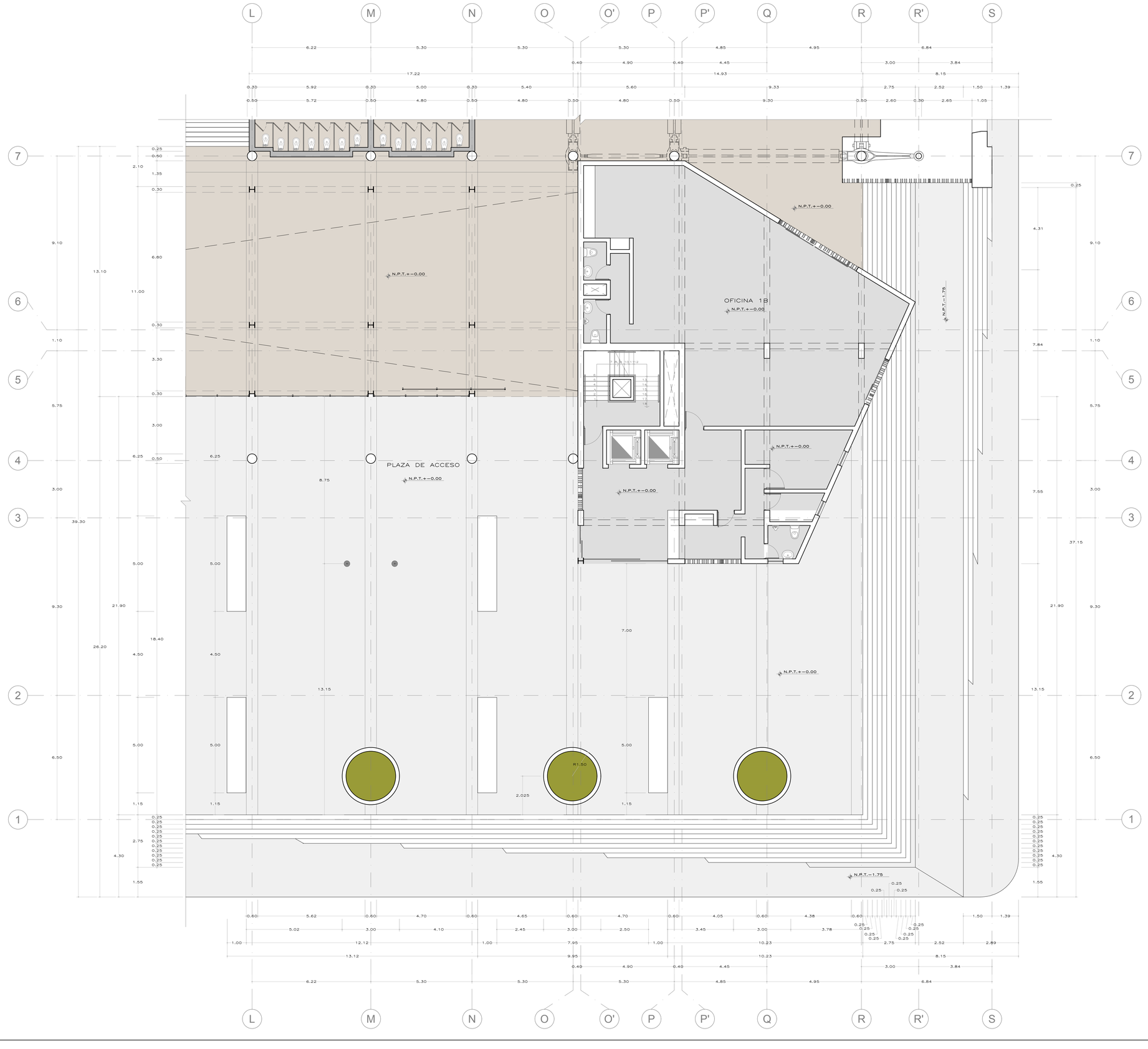
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-061




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

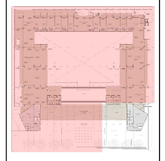
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
PLAZA DE ACCESO

ESCALA:

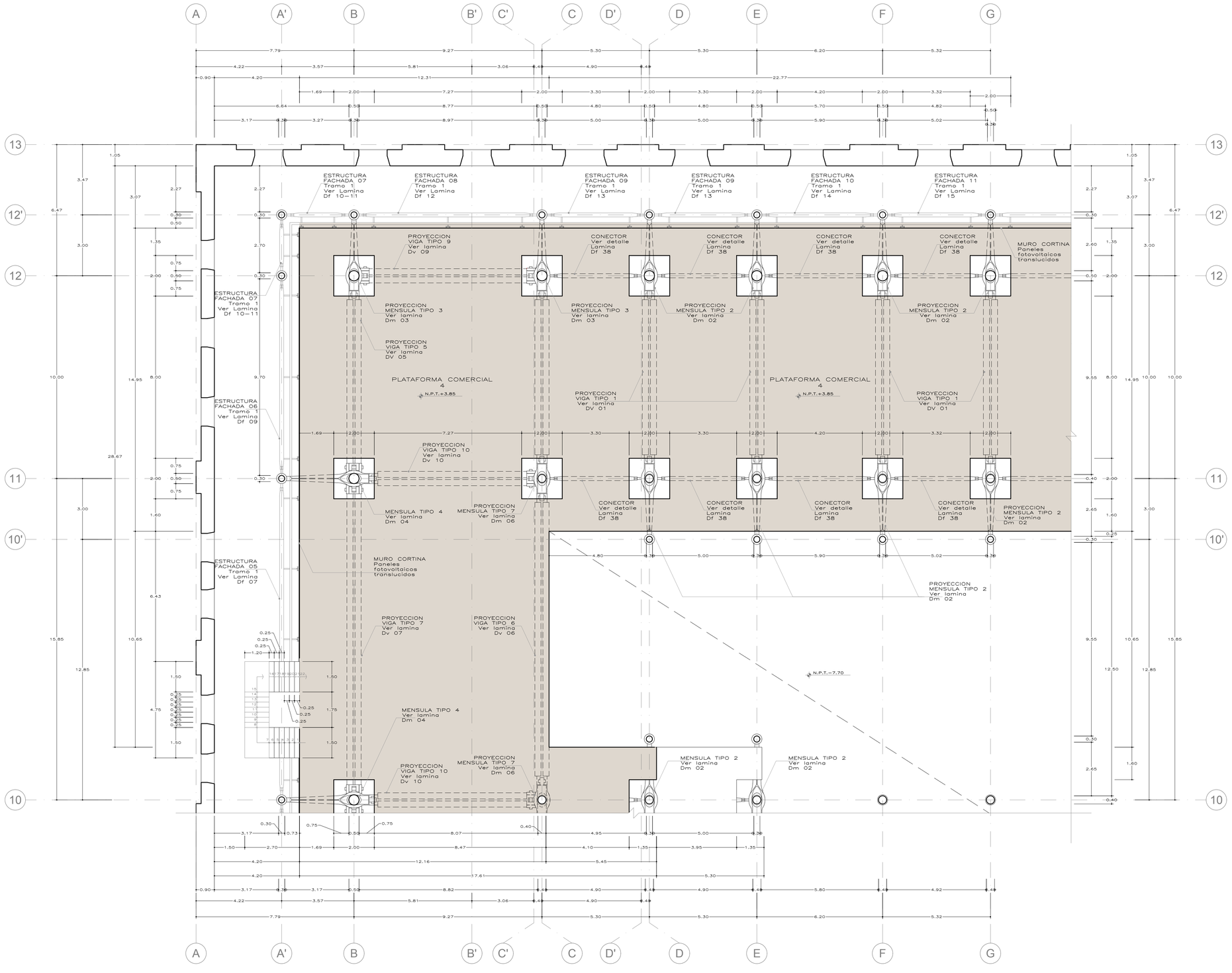
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-062




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

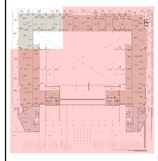
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE (1–1) (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA AD65– A LA A–071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A–093 HASTA EL 105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (C) corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

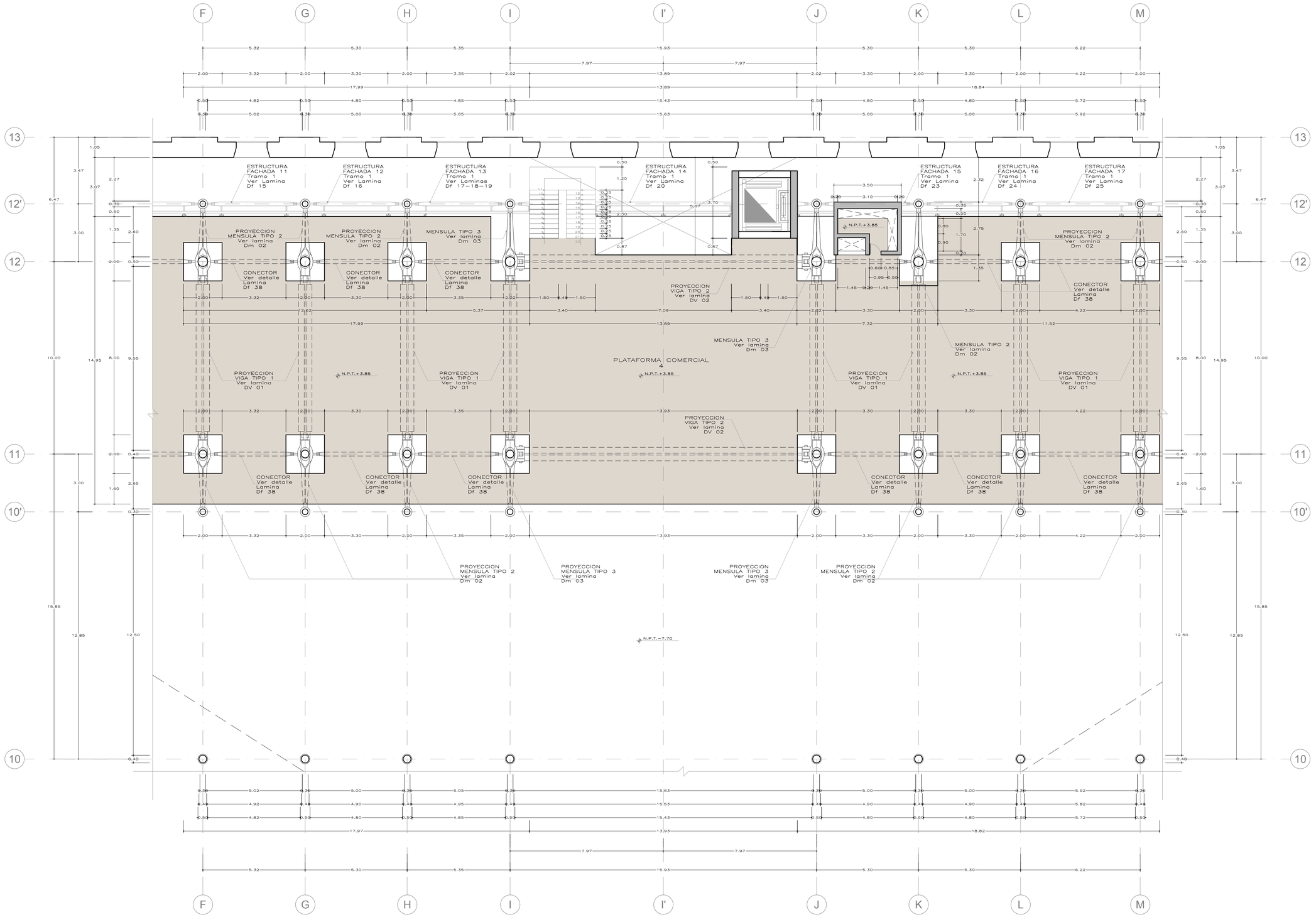
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-063




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

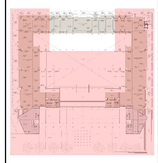
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA LAMINA MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA AD65– A LA A–071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN EN LA SEPARATA DE ENSAMBLE DE PLANOS DE LA LAMINA A–093 A LA A–105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

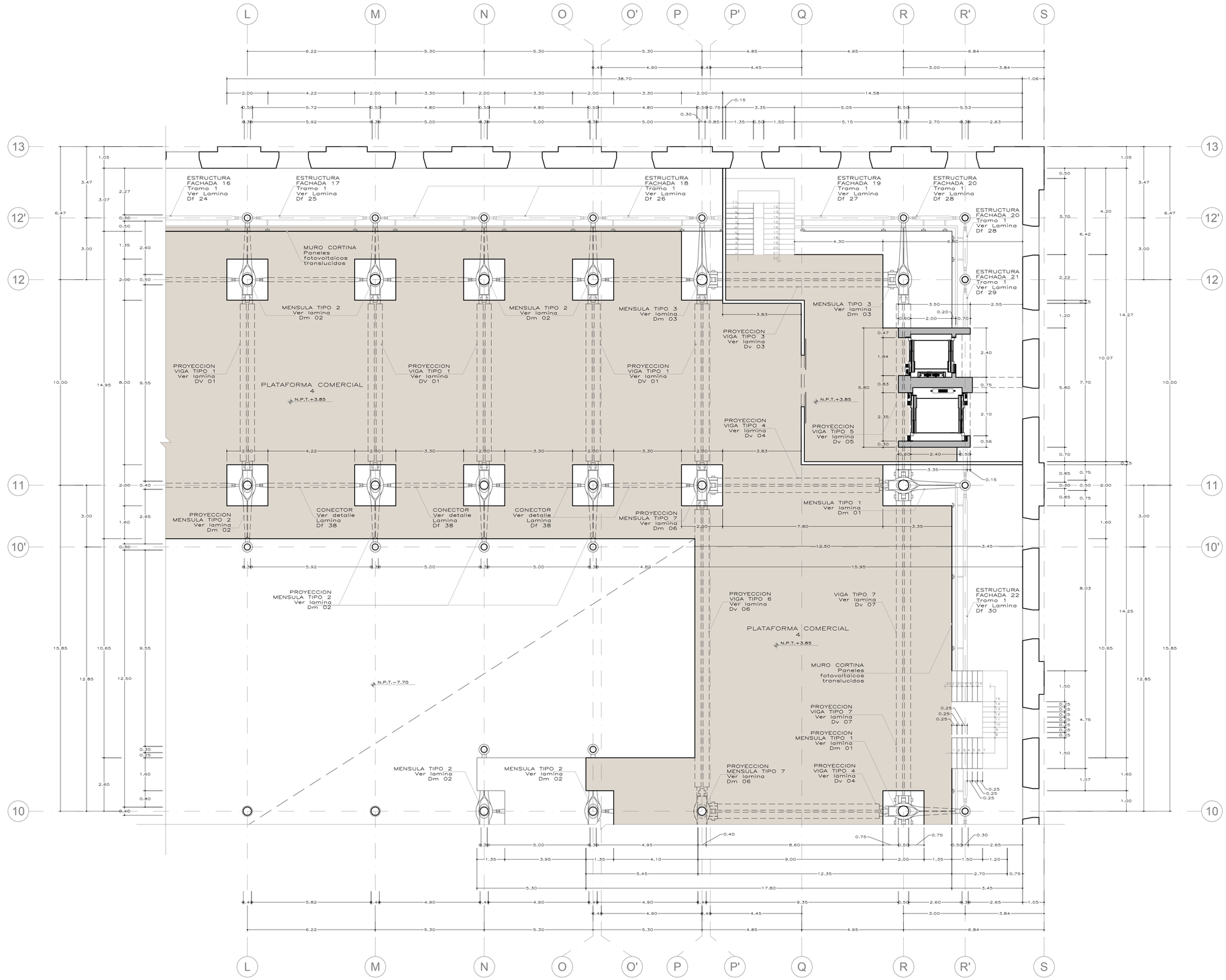
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-064




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

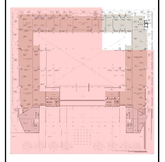
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1:250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A065- A LA A-071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL DE LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EL corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

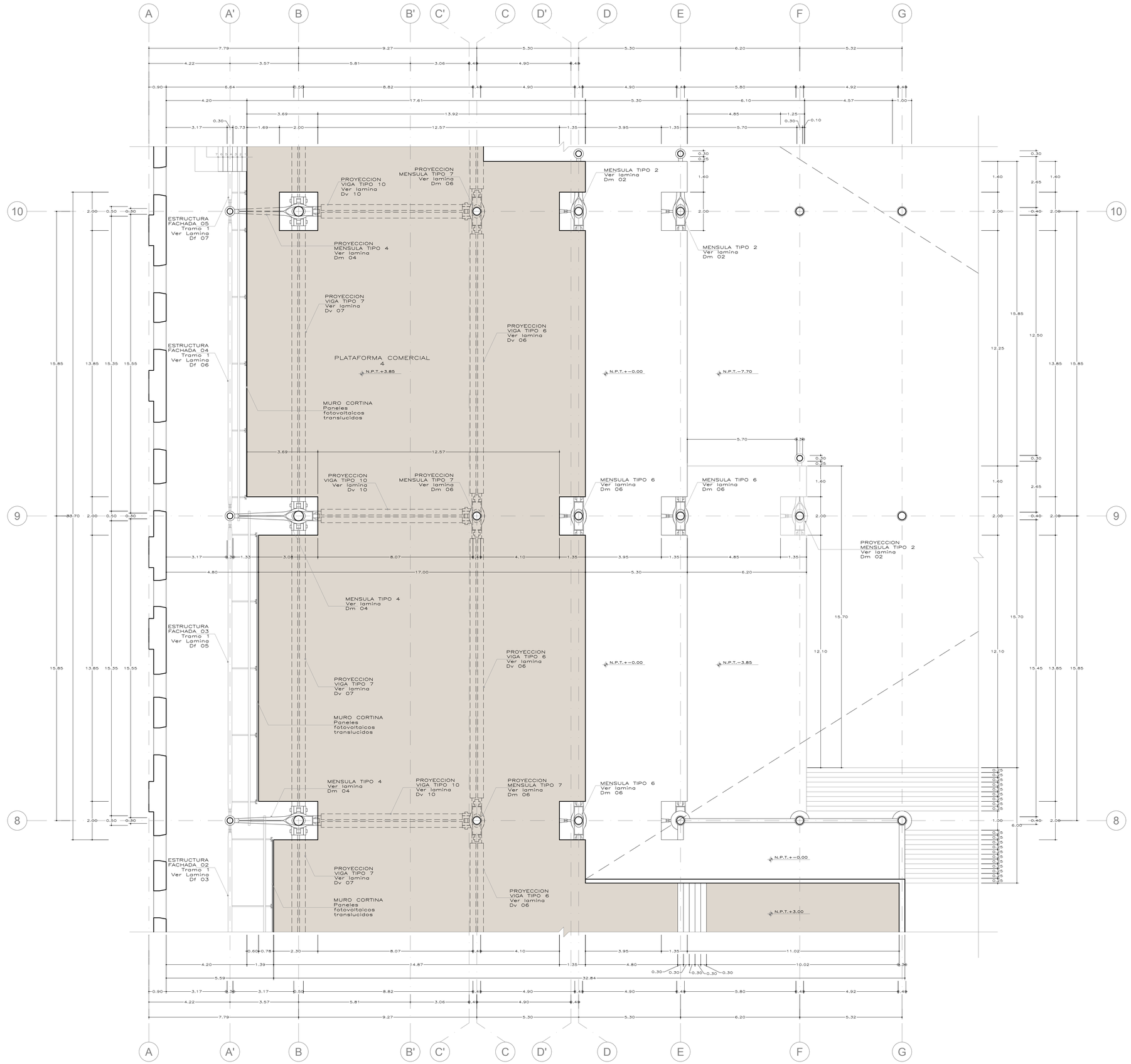
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-065




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

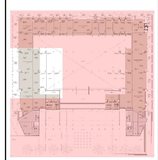
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A065– A LA A–071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A–093 A LA A–105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y QUE EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

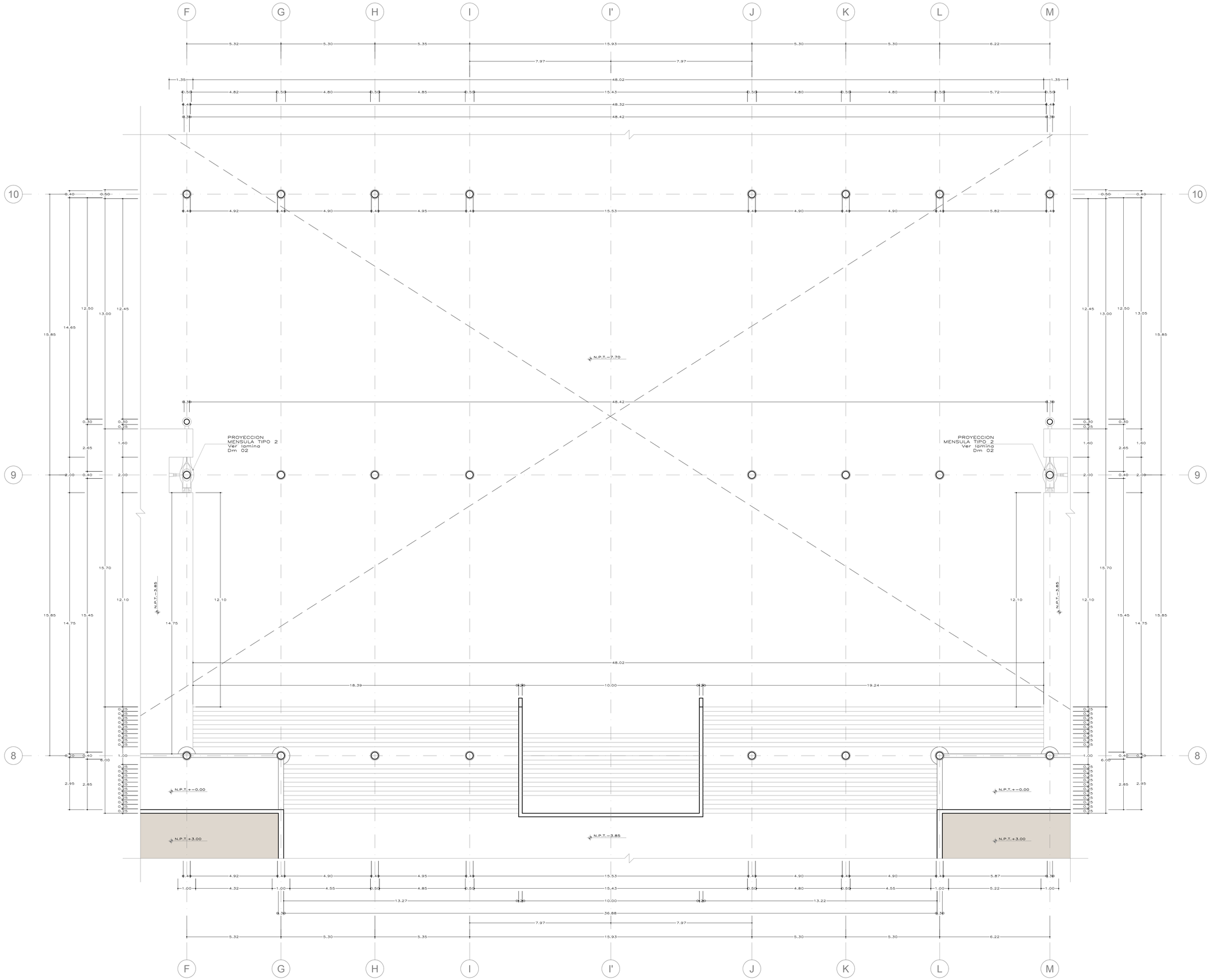
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-066




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

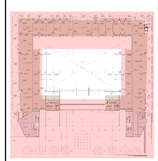
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A065- A LA A-071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

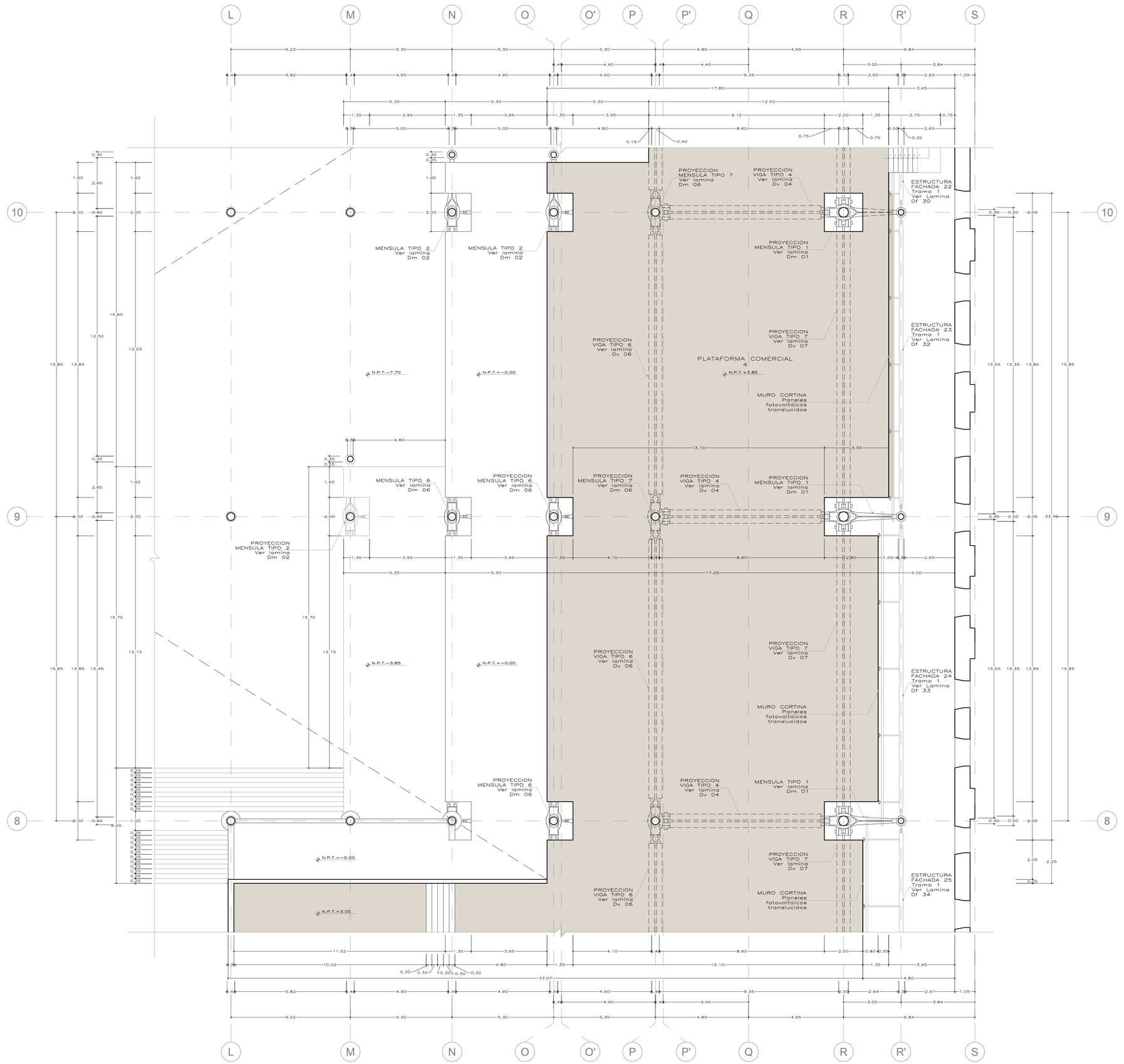
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-067




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

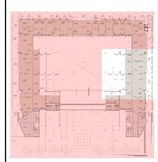
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A065— A LA A—071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POSEPARADOS EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A—093 A LA A—105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1—1, corte 2—2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An—01 a la An—11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

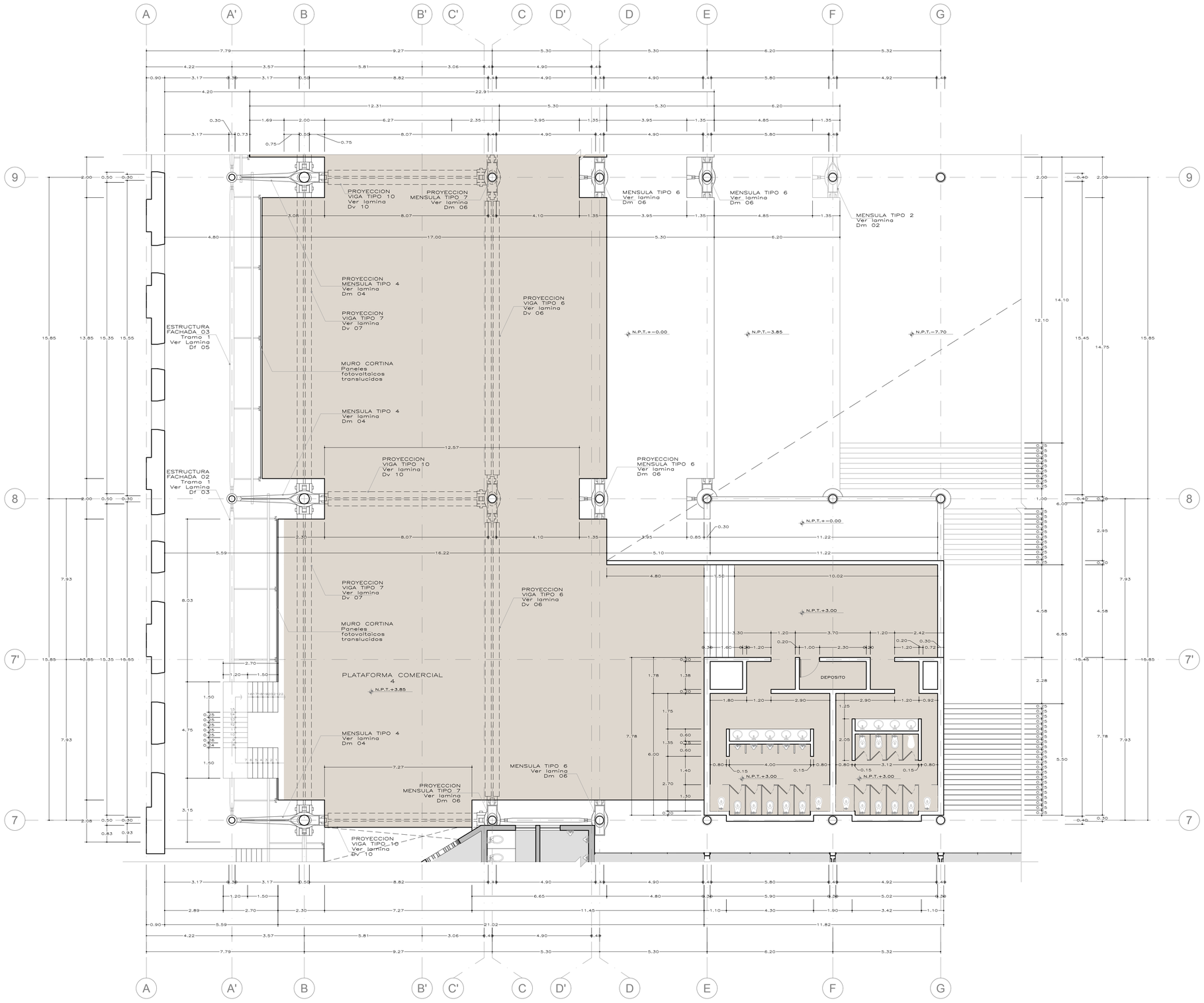
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-068




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

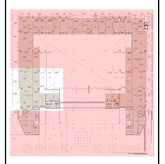
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A065– A LA A–071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A–093 A LA A–105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUENTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

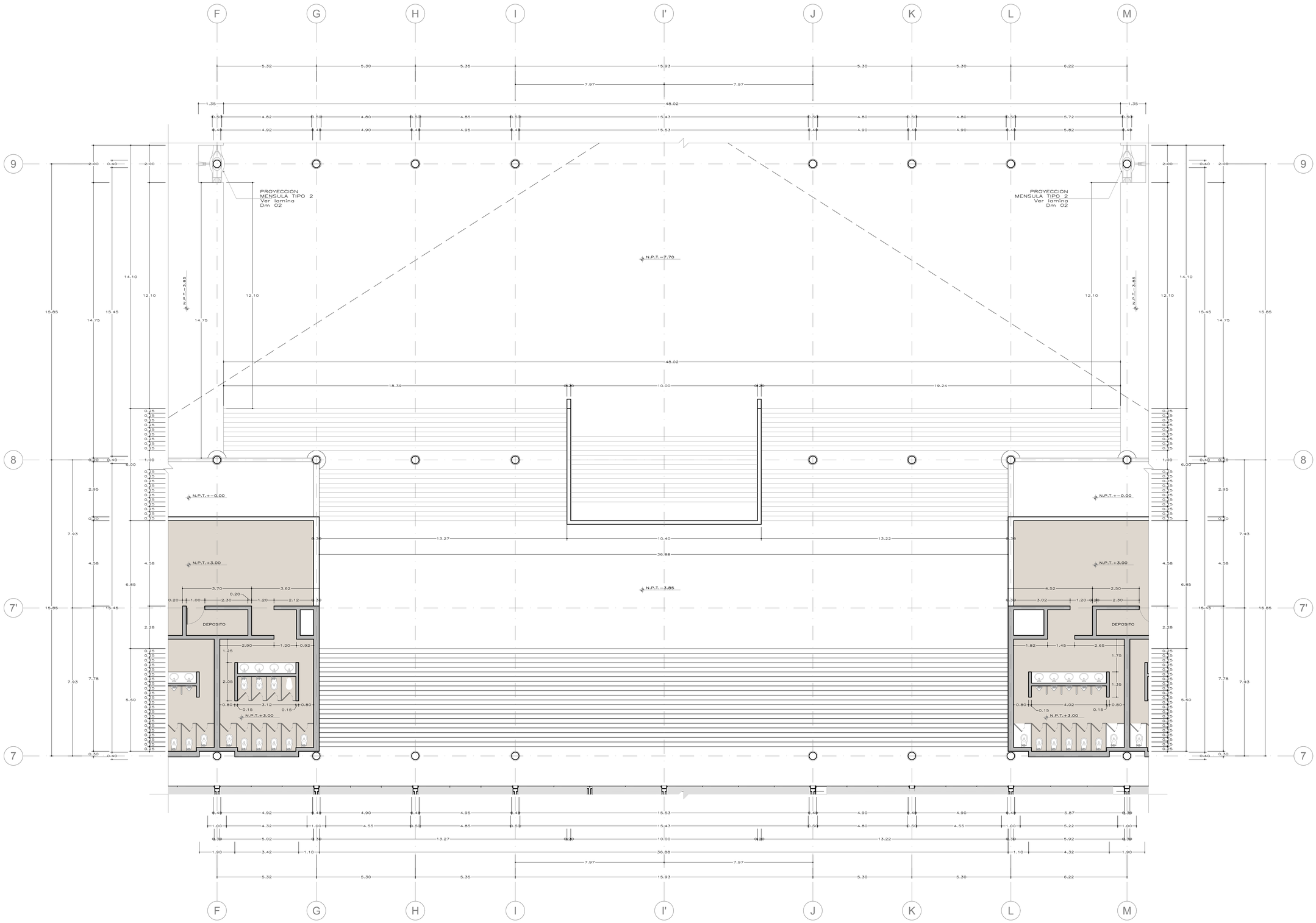
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-069




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

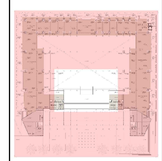
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A065 – A LA A-071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS PLATAFORMAS DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

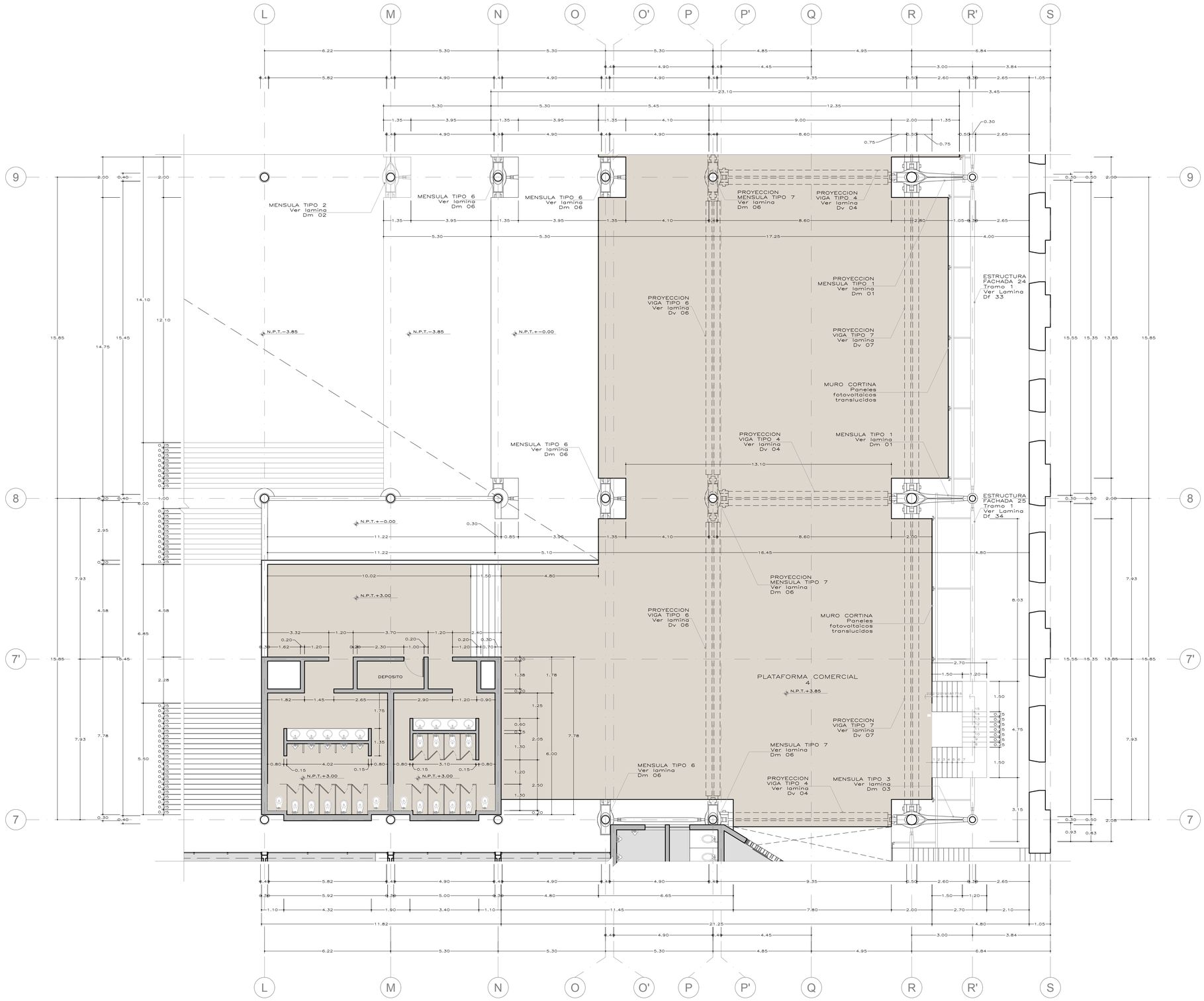
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-070




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

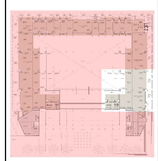
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A065- A LA A-071 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 4, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS OFICINAS DE SUNAT SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ, corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 2
PLATAFORMA COMERCIAL 4

ESCALA:

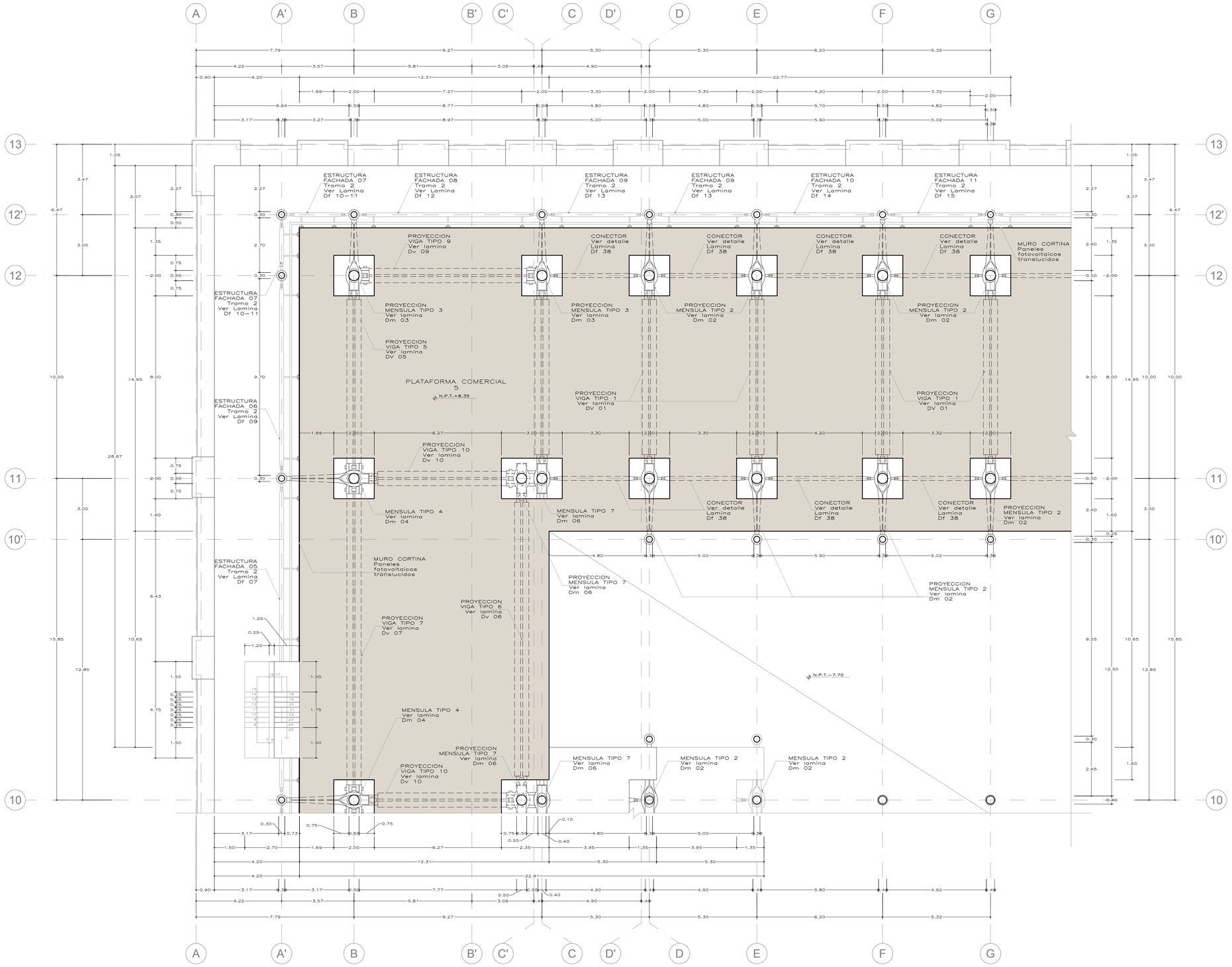
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-071




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

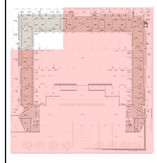
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA PROYECCION DEL CORTE EN PLANTA (ESCALA 1:100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250 EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072– A LA A–080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A–093 A LA A–104 (ESCALA 1 / 2 50) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej, corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

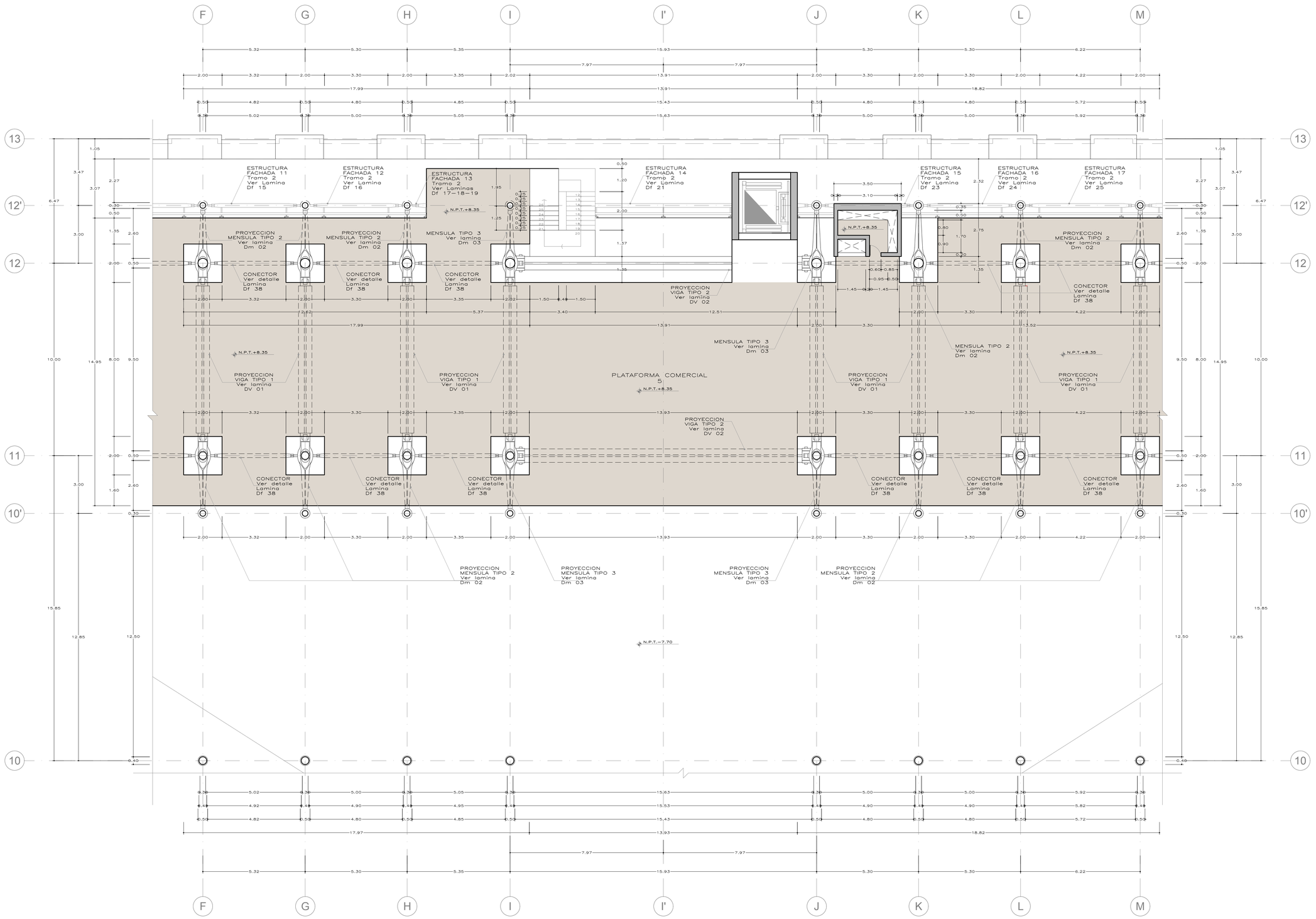
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-072




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

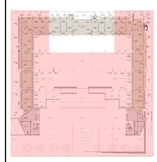
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–02

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072– A LA A–080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A–093 A LA A–105 (ESCALA 1 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (C), (–1, –2, –3 y –4) Del 2–21 SE ENCUENTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

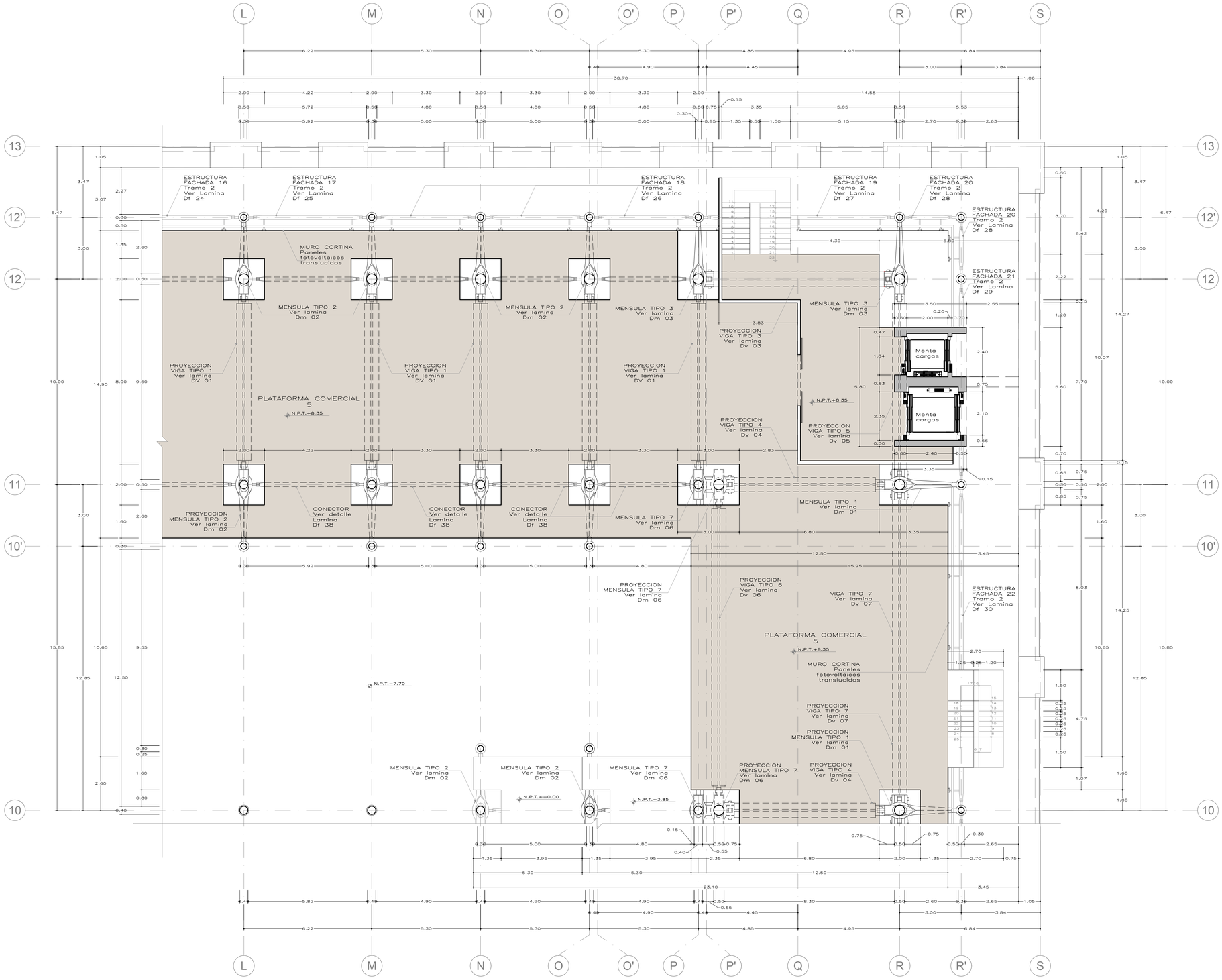
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-073




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

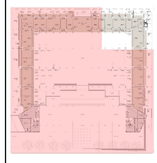
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072- A LA A-080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

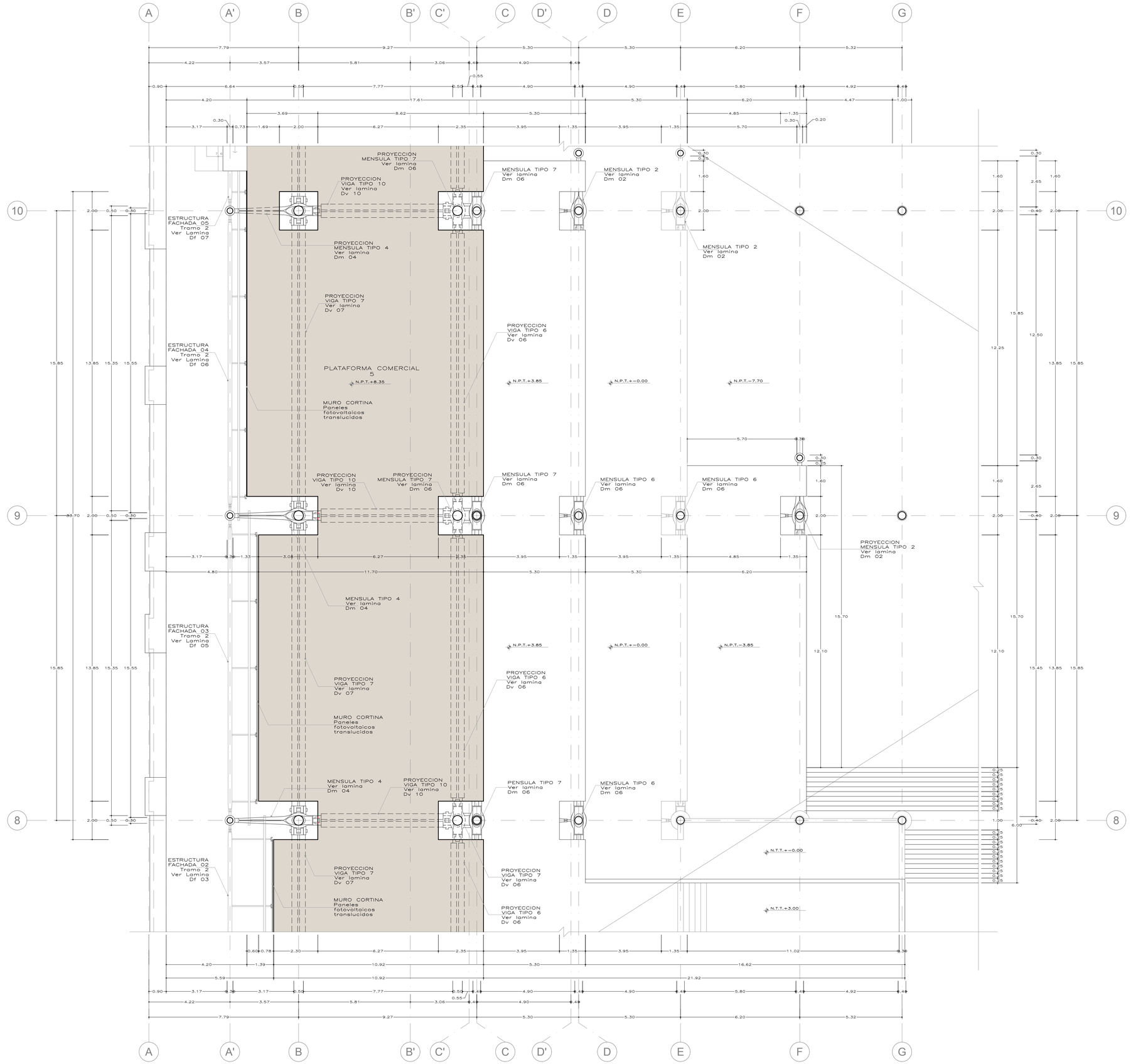
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-074




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

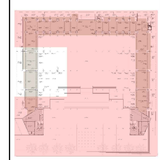
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072— A LA A—080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A—093 A LA A—105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte —1, corte 2—2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An—01 a la An—11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

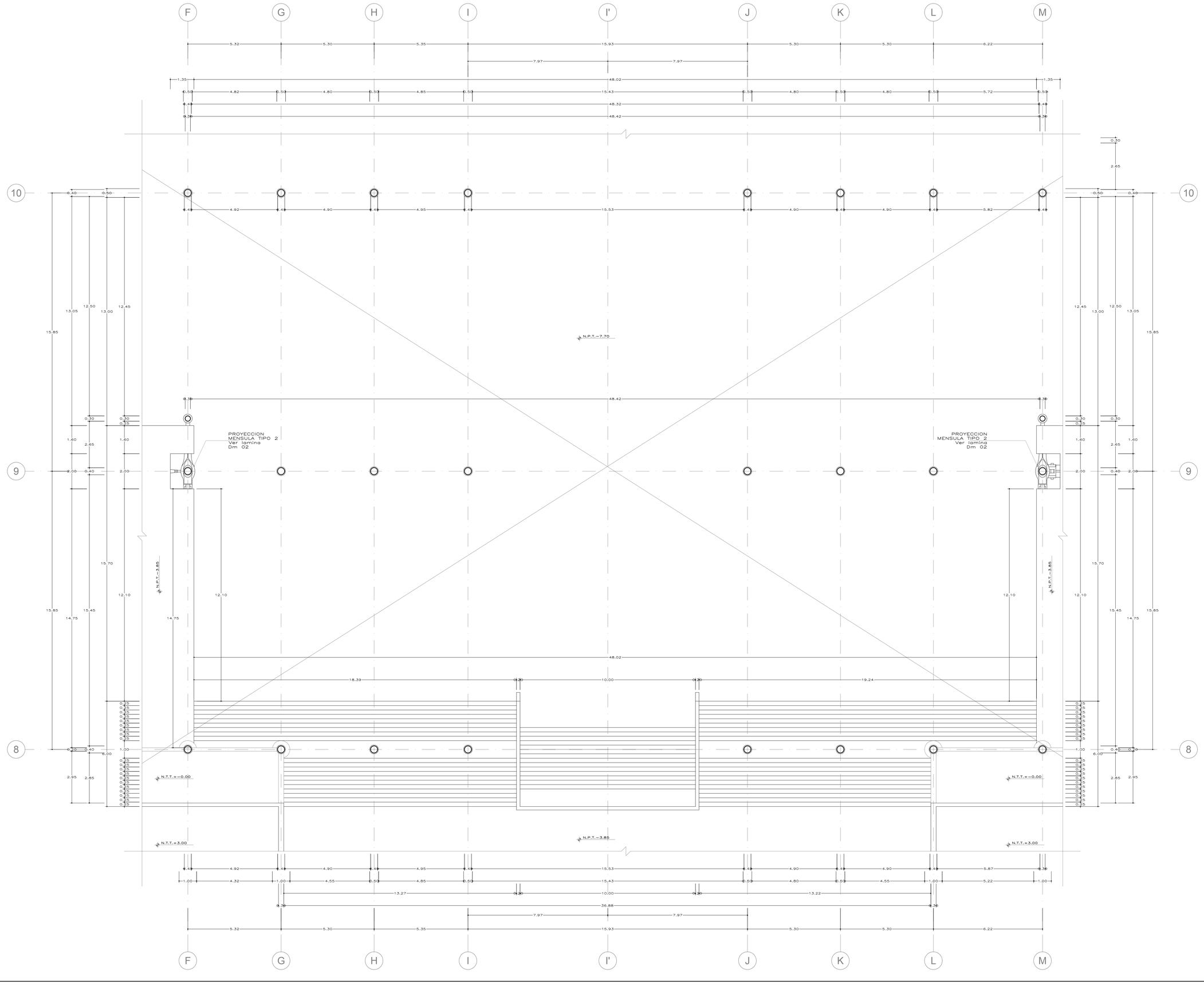
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-075




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

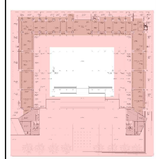
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCIÓN MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072- A LA A-080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUENTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

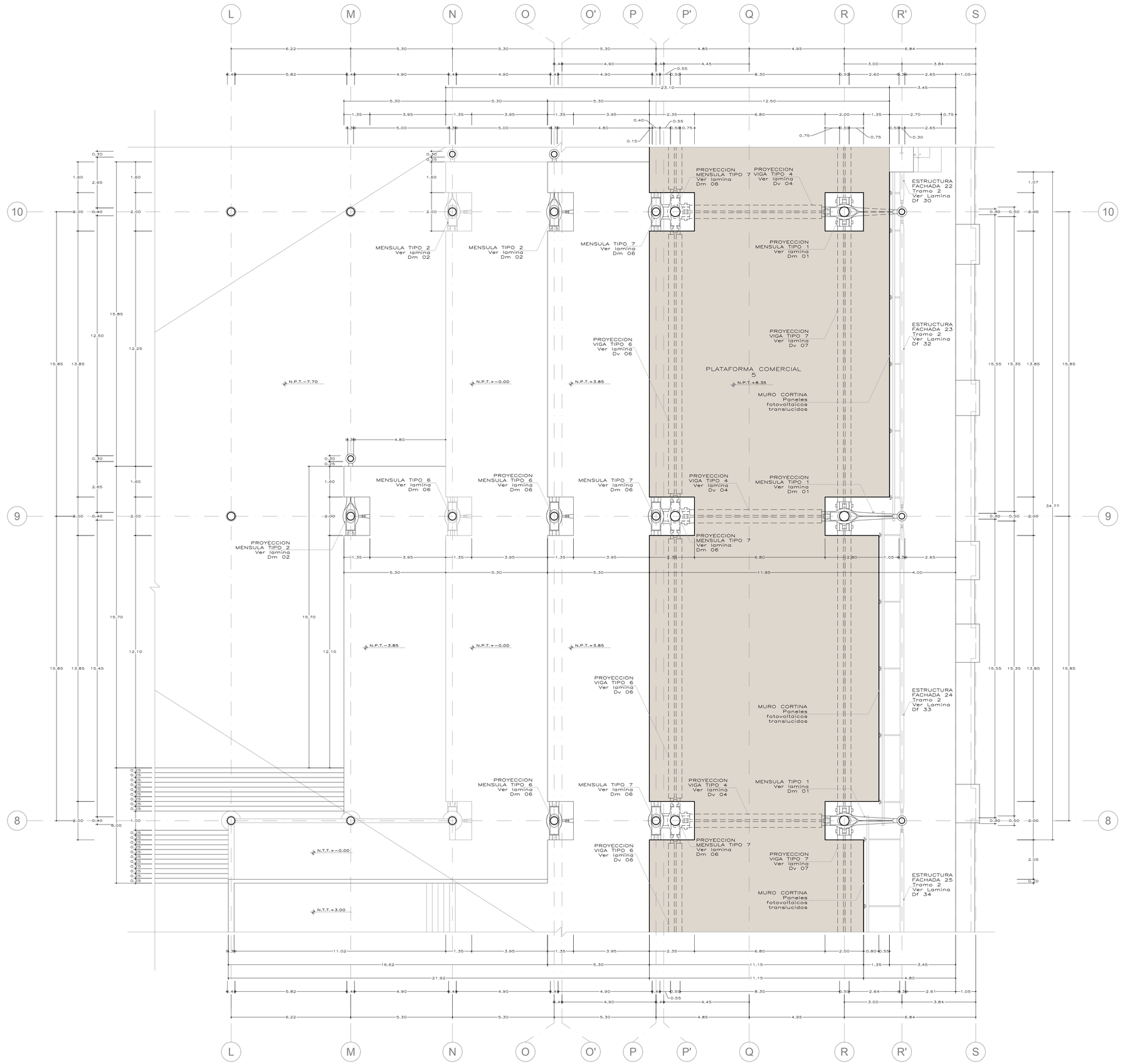
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-076




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

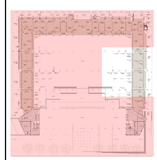
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072— A LA A—080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A—093 A LA A—105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte —1, corte 2—2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An—01 a la An—11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

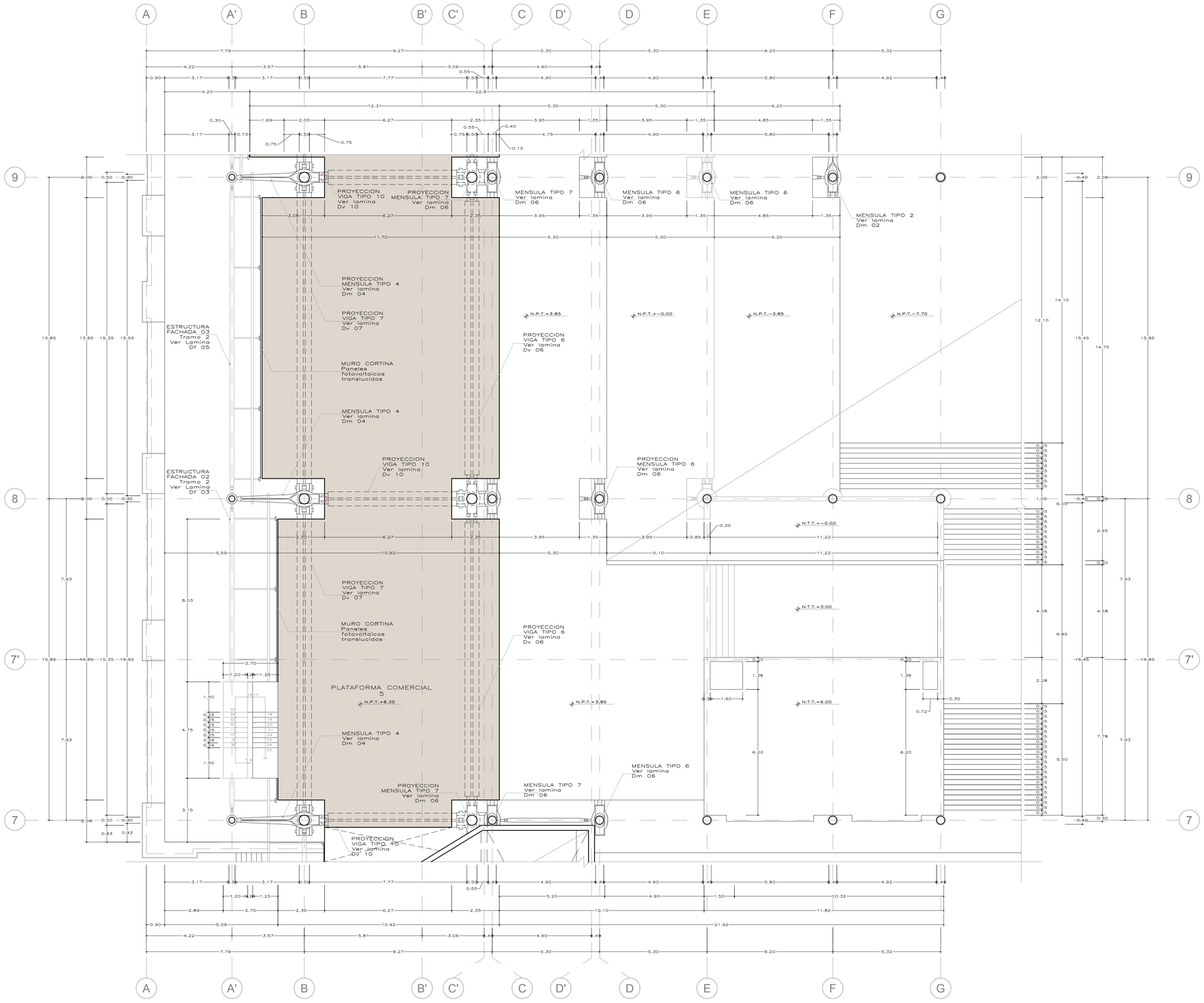
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-077




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

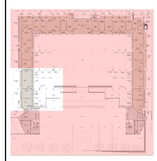
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION LA MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072— A LA A-080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 2, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POSTERIORMENTE EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

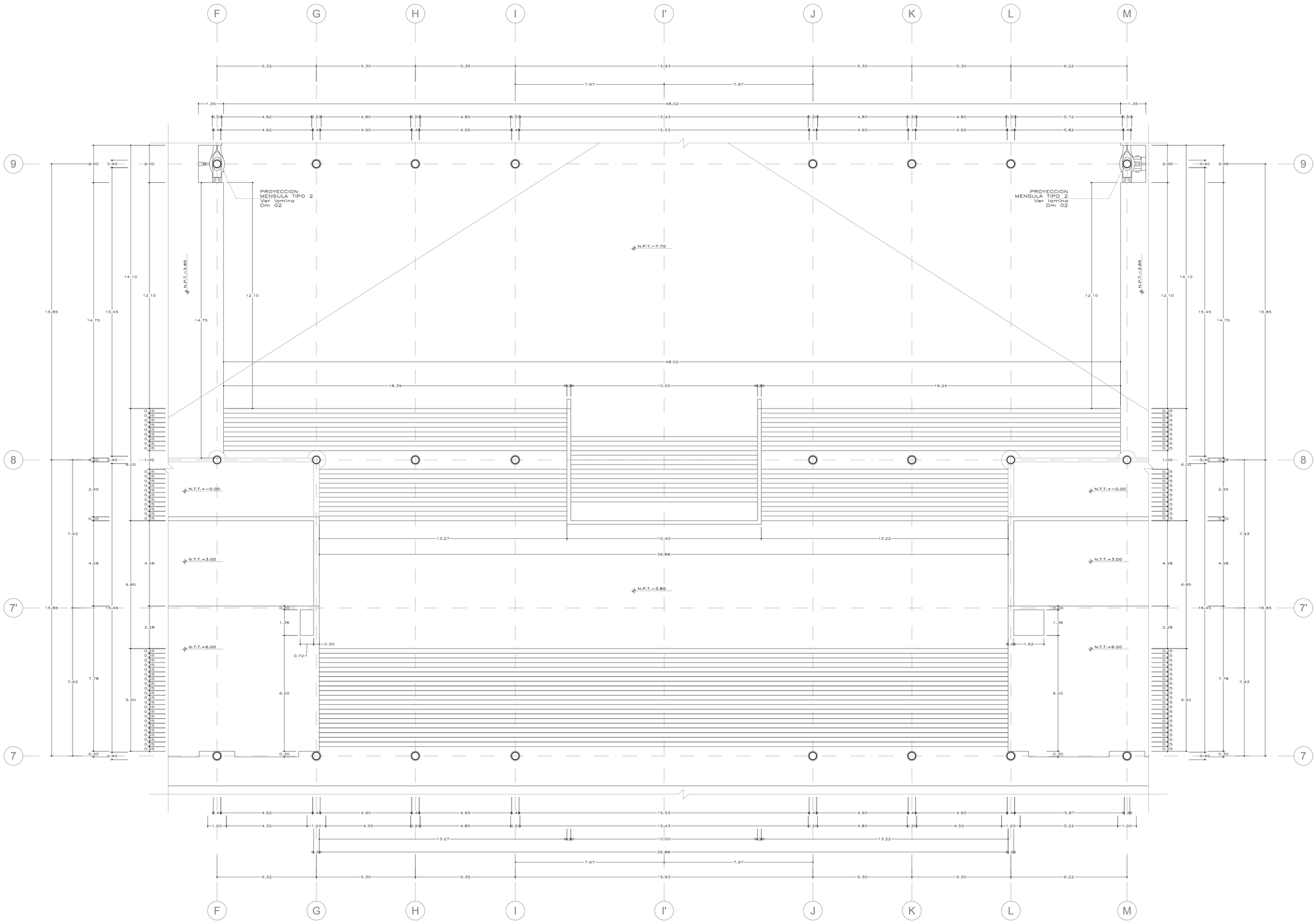
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-078




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

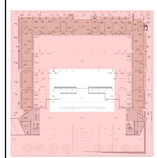
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072- A LA A-080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS PLATAFORMAS DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

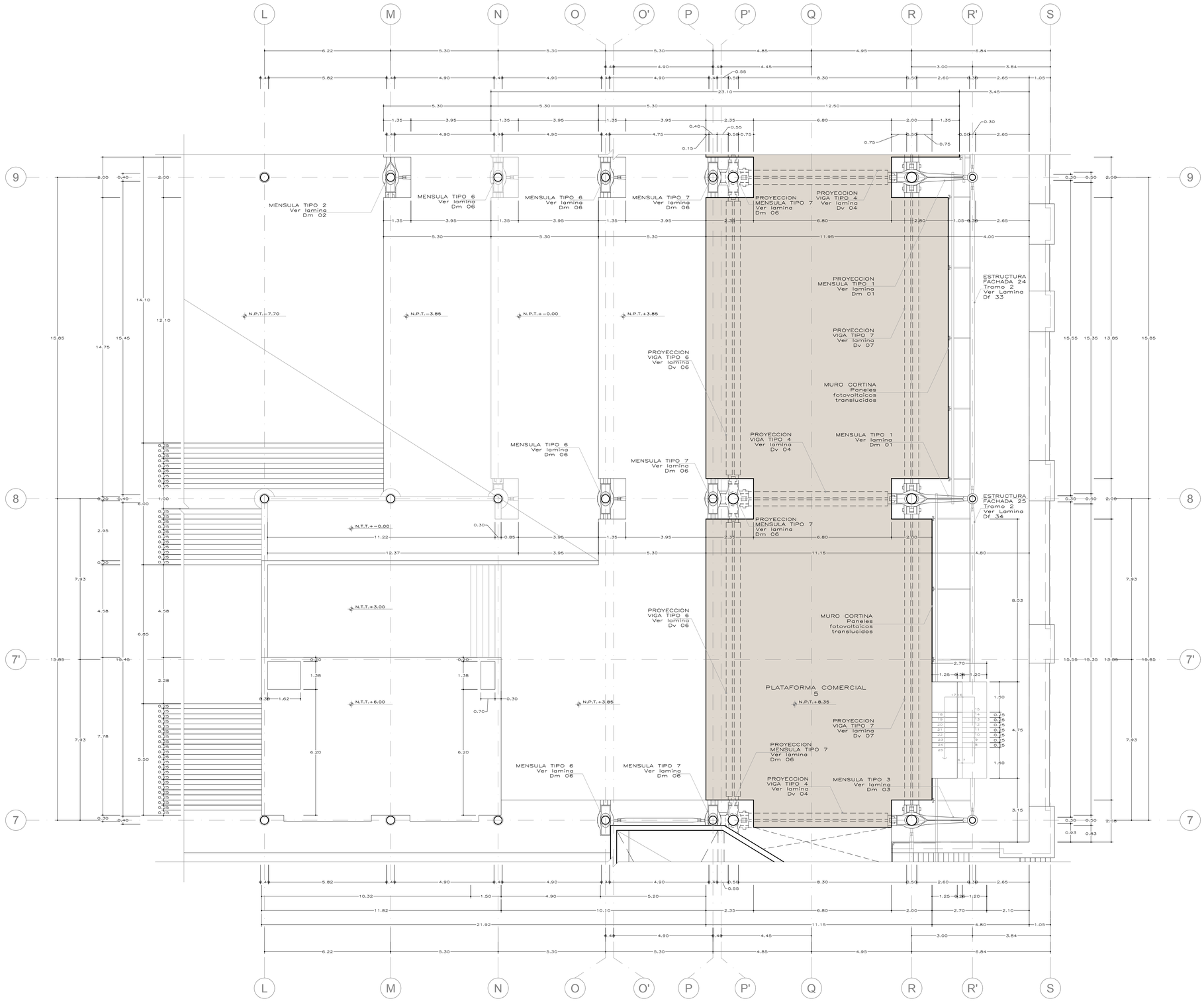
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-079




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

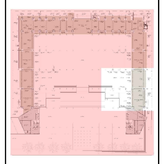
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA SERIE DE PLANOS DESDE LA LAMINA A072— A LA A-080 SOLO GRAFICAN LA PLATAFORMA COMERCIAL 5, LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN POR SEPARADO EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej, corte 1—1, corte 2—2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An—01 a la An—11

PLANO :

NIVEL 3
PLATAFORMA COMERCIAL 5

ESCALA:

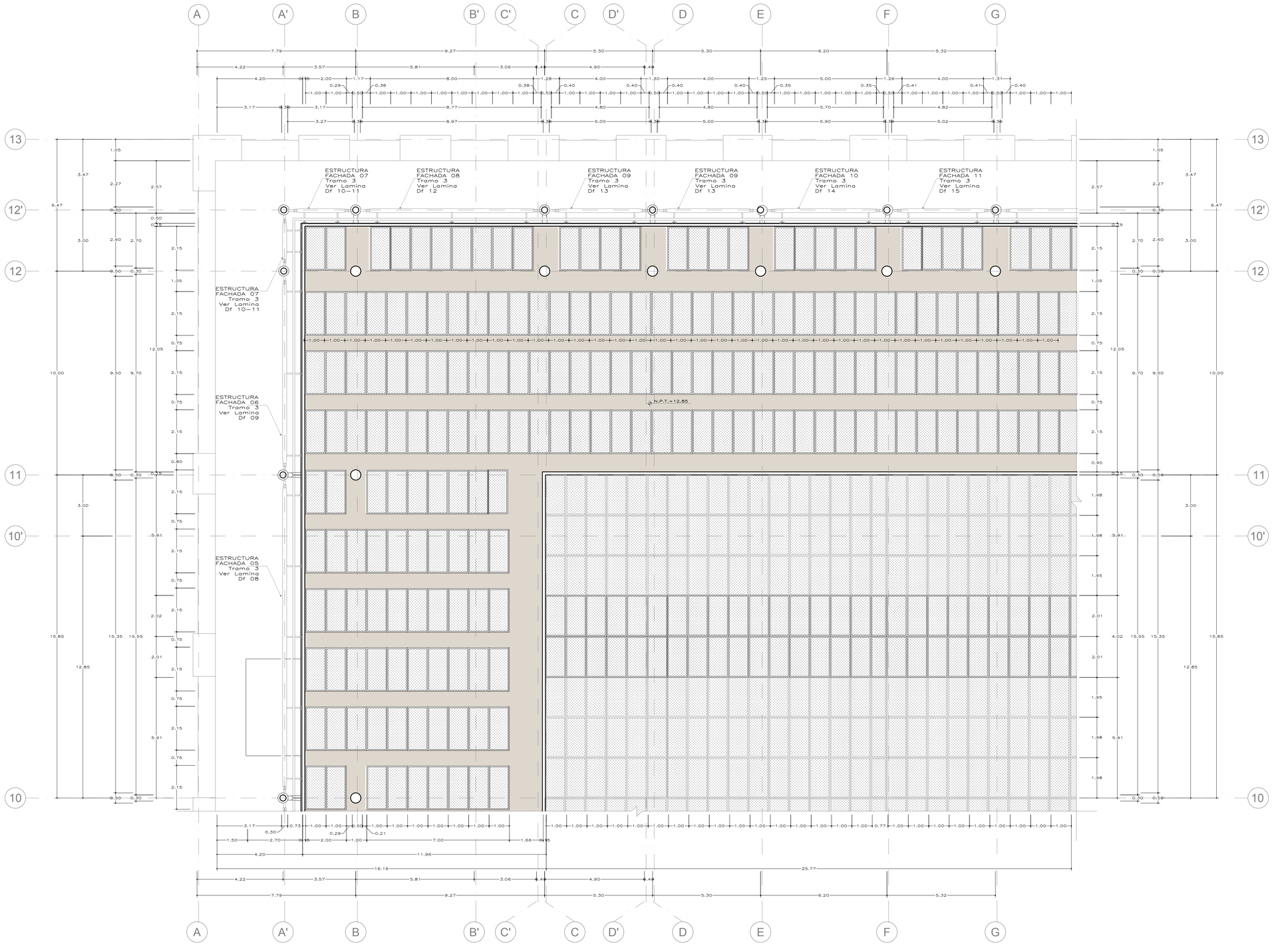
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-080




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

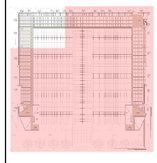
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

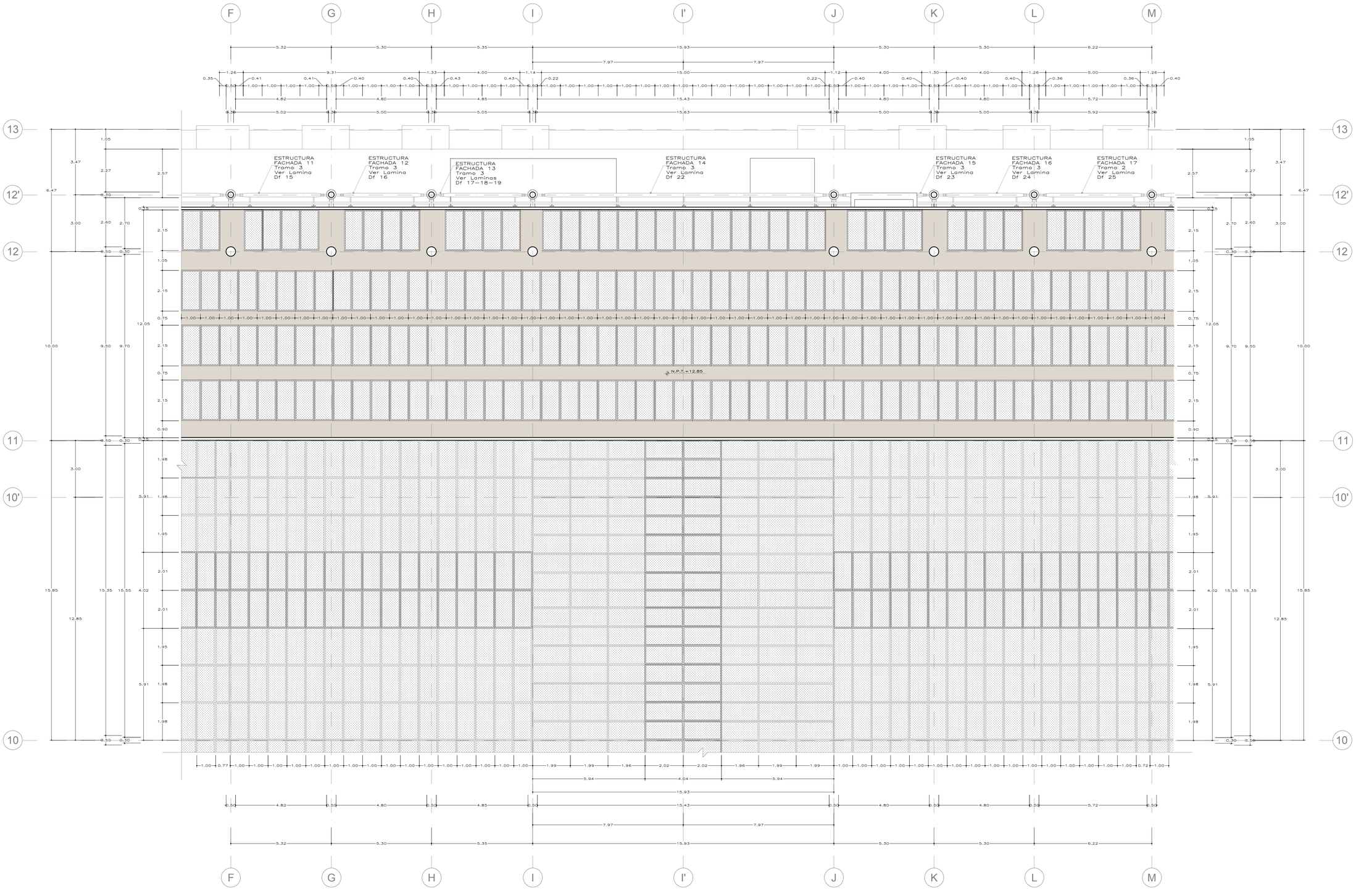
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-081




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

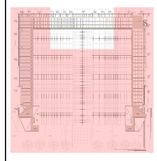
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte -1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

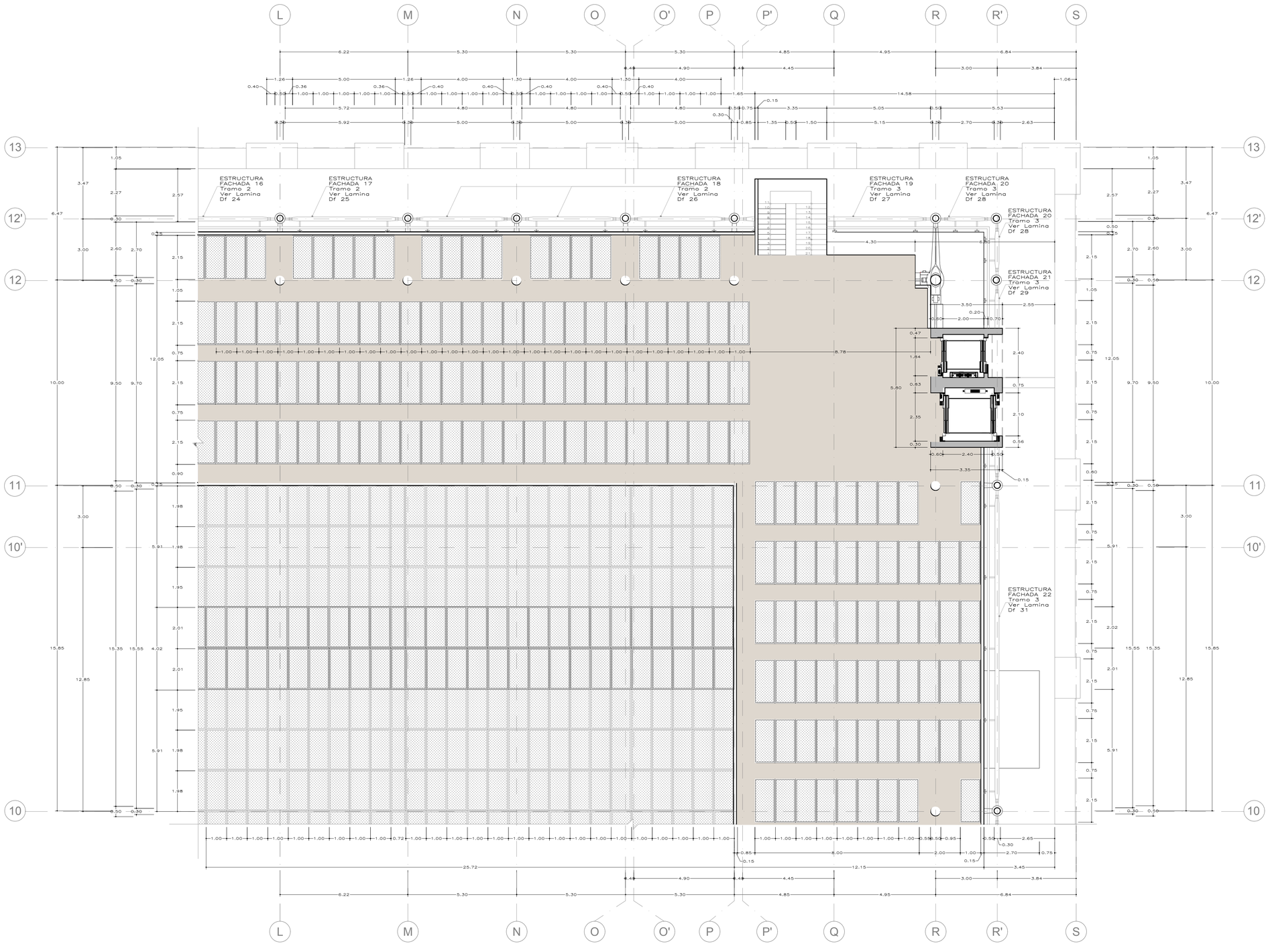
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-082




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

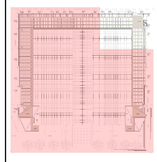
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 2500) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej, corte -1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

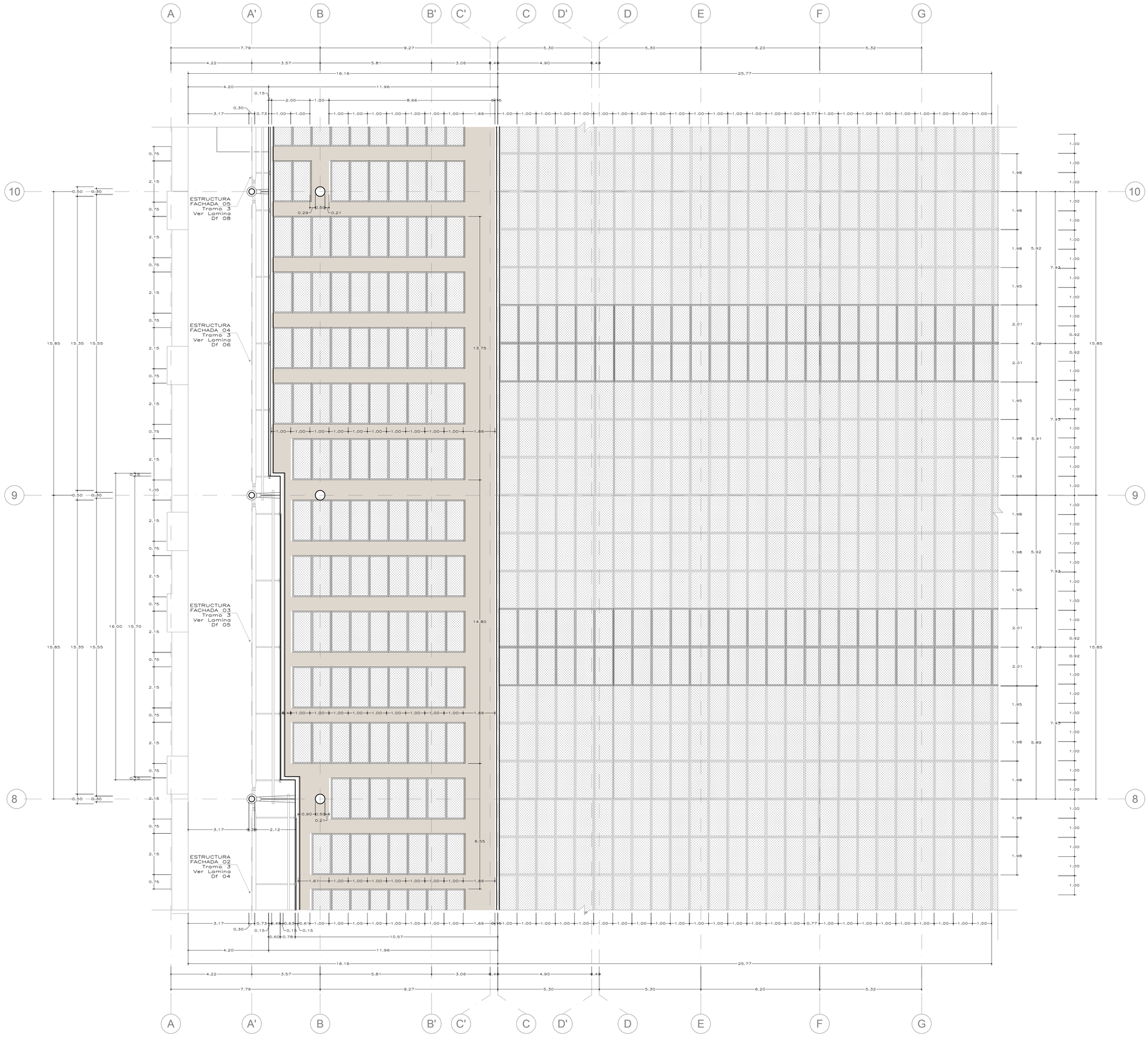
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-083




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

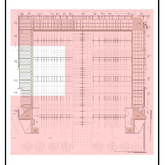
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL, CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (El corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

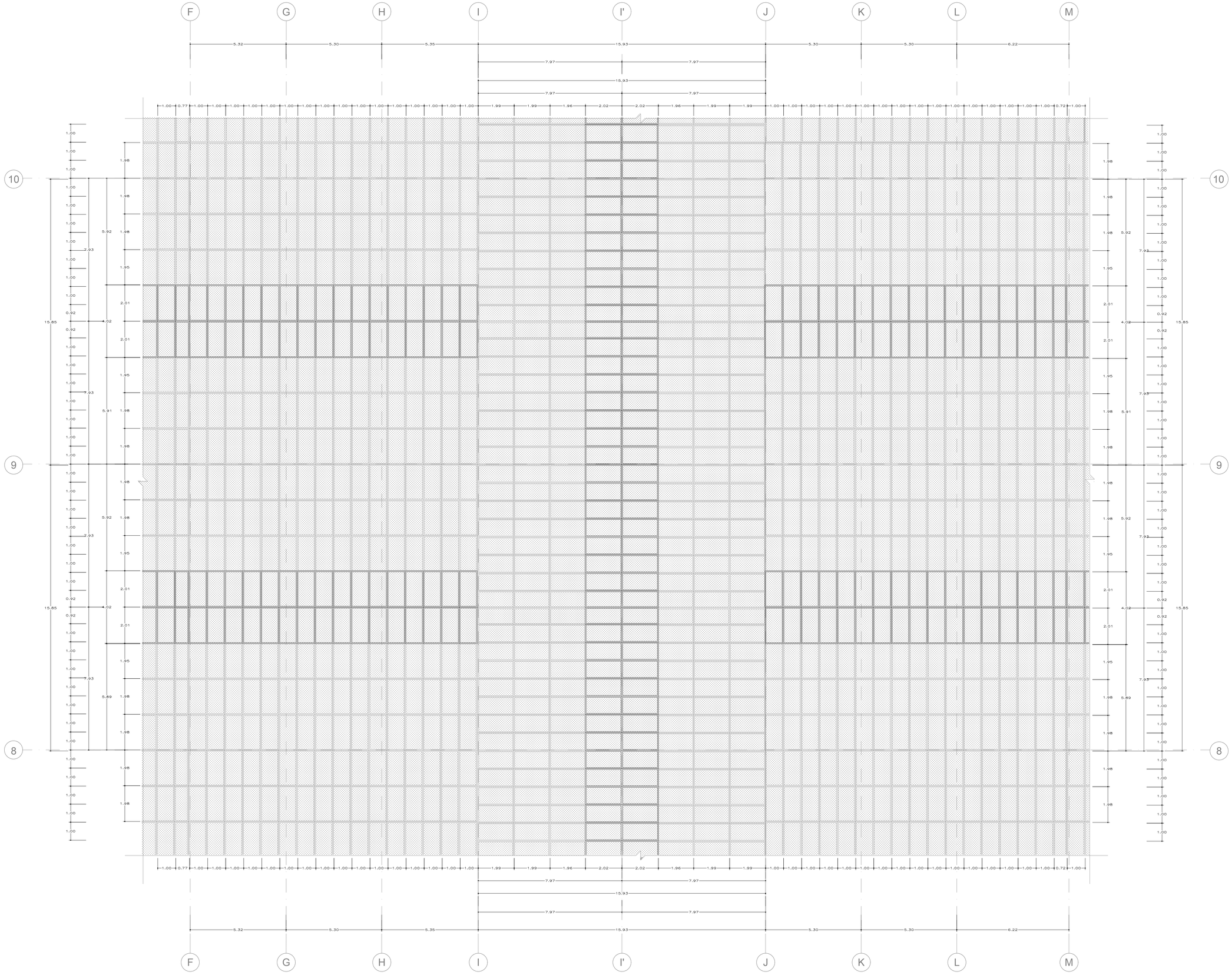
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-084




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

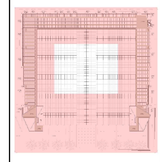
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

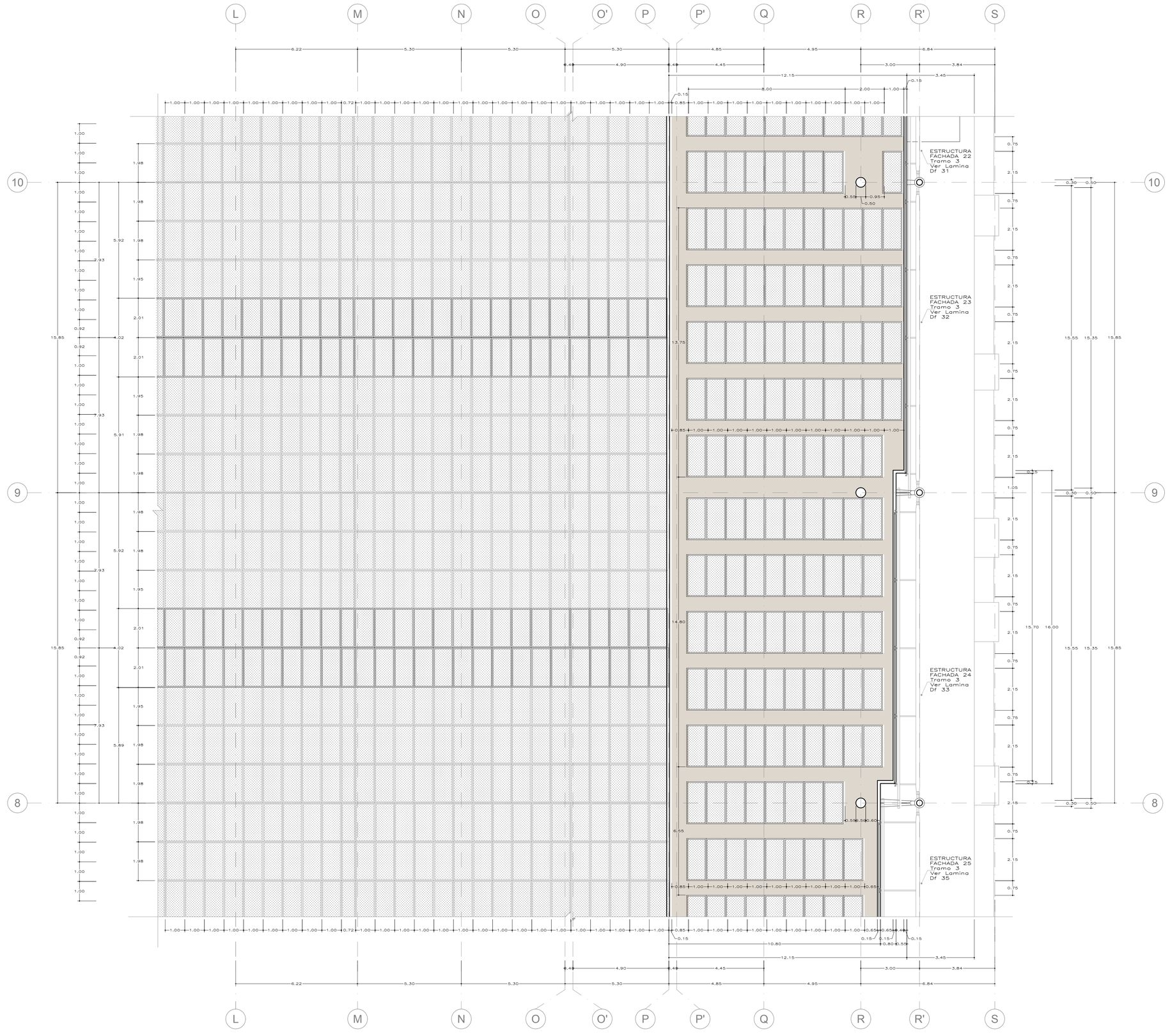
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-085




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

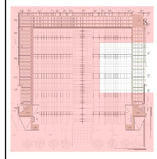
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

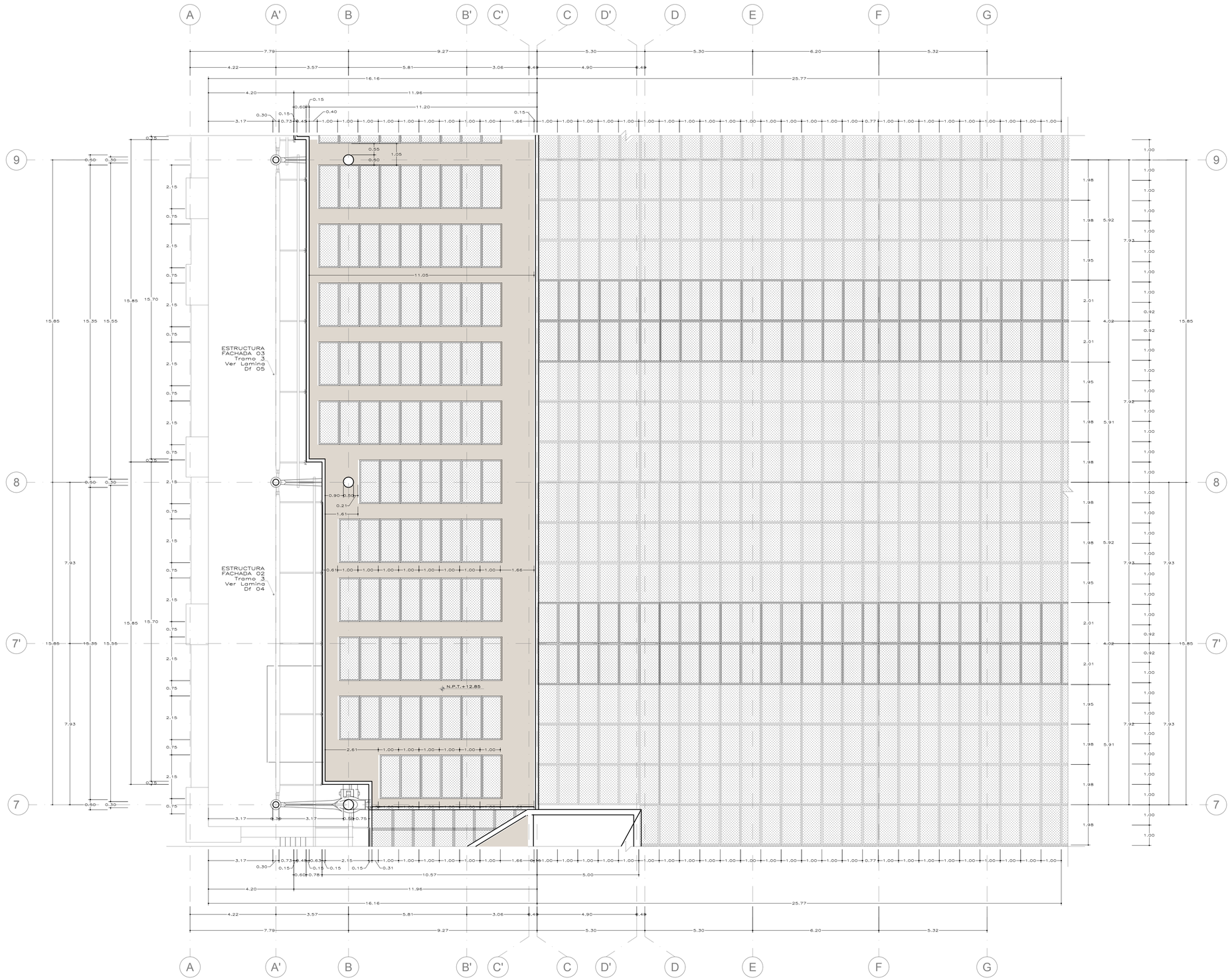
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-086




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

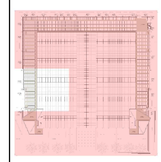
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA LAMINA ES MUESTRA DE UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte —1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

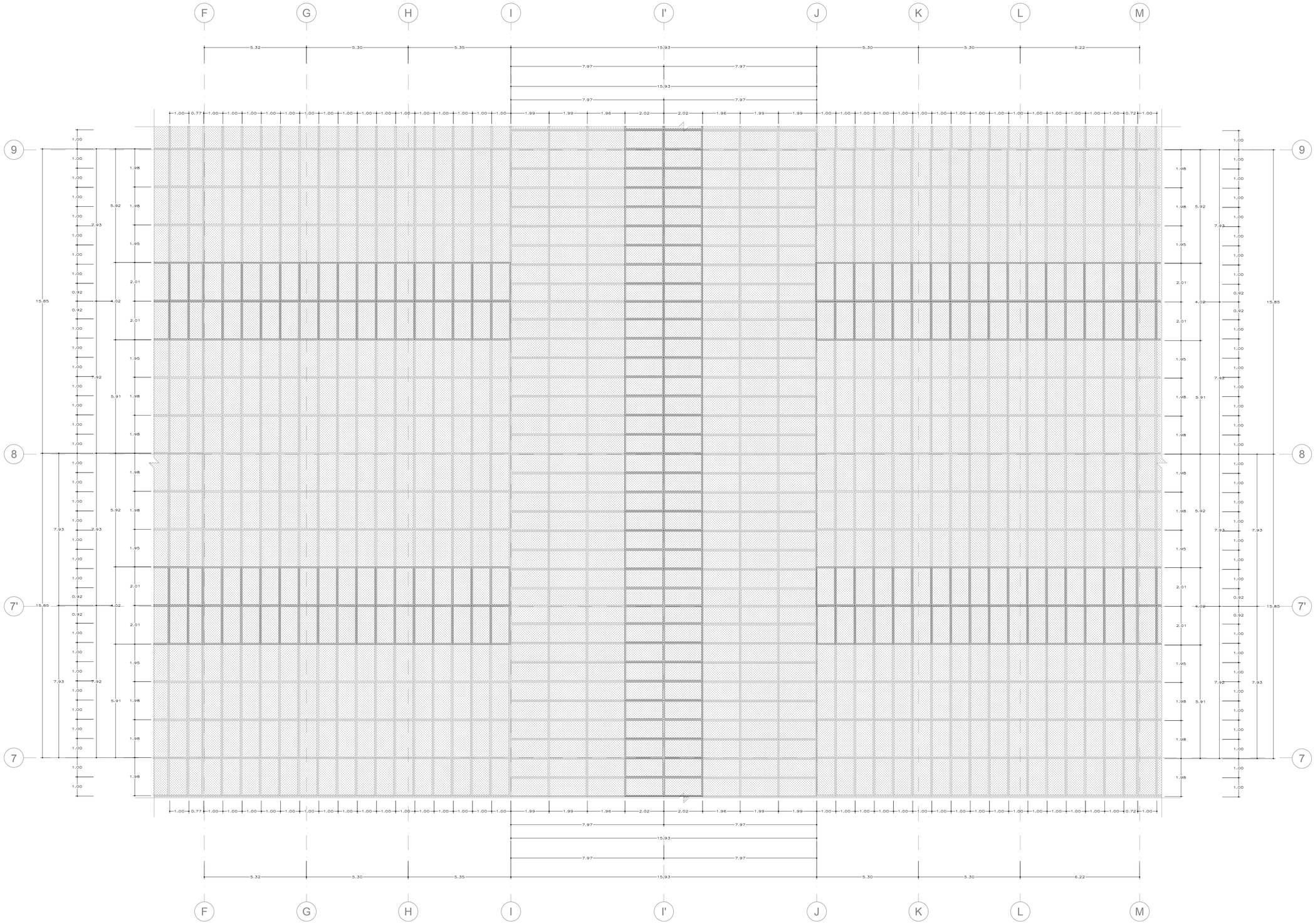
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-087




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

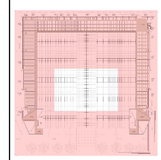
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACION DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1 corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

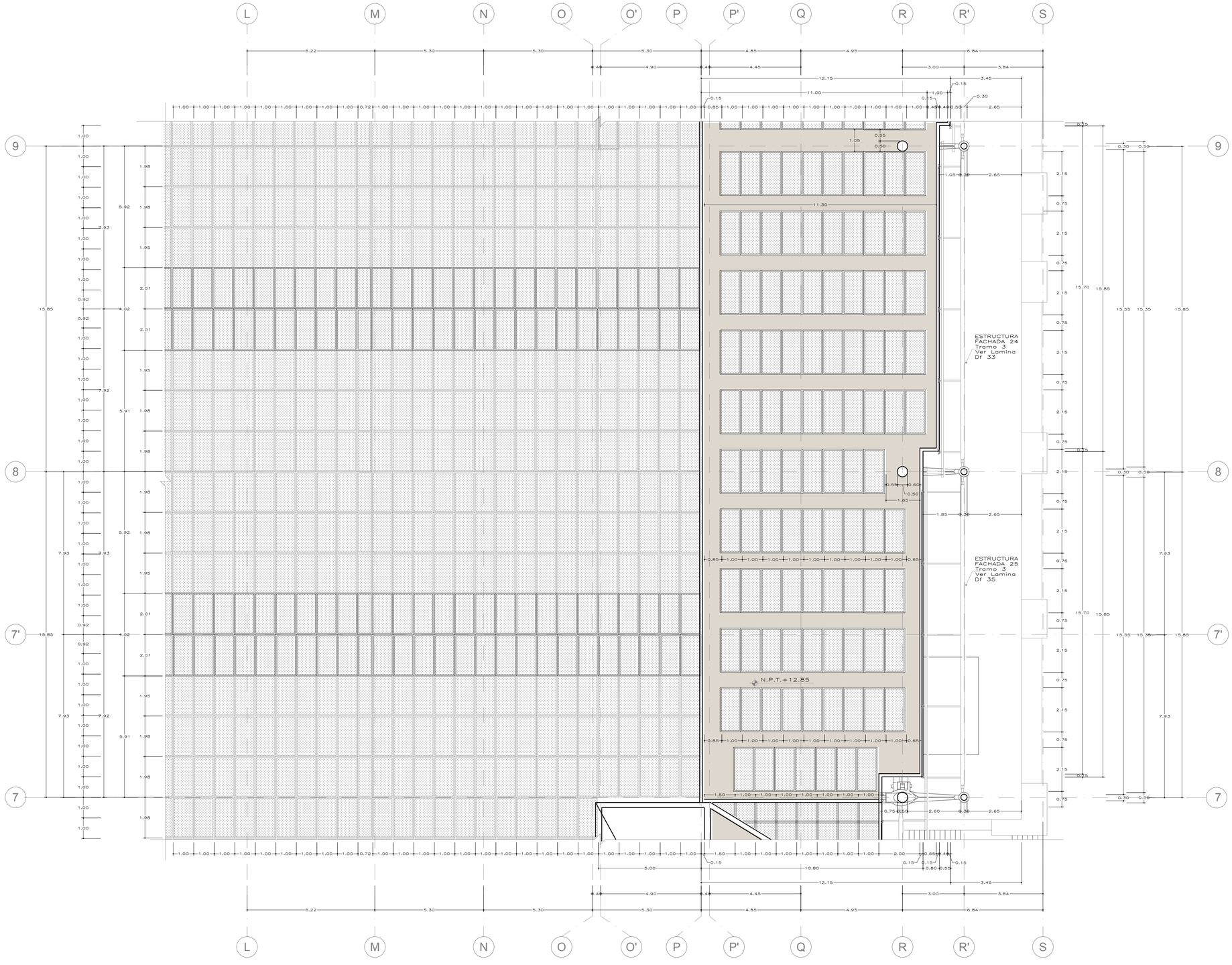
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-088




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

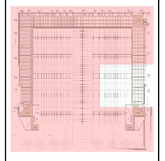
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E.j. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

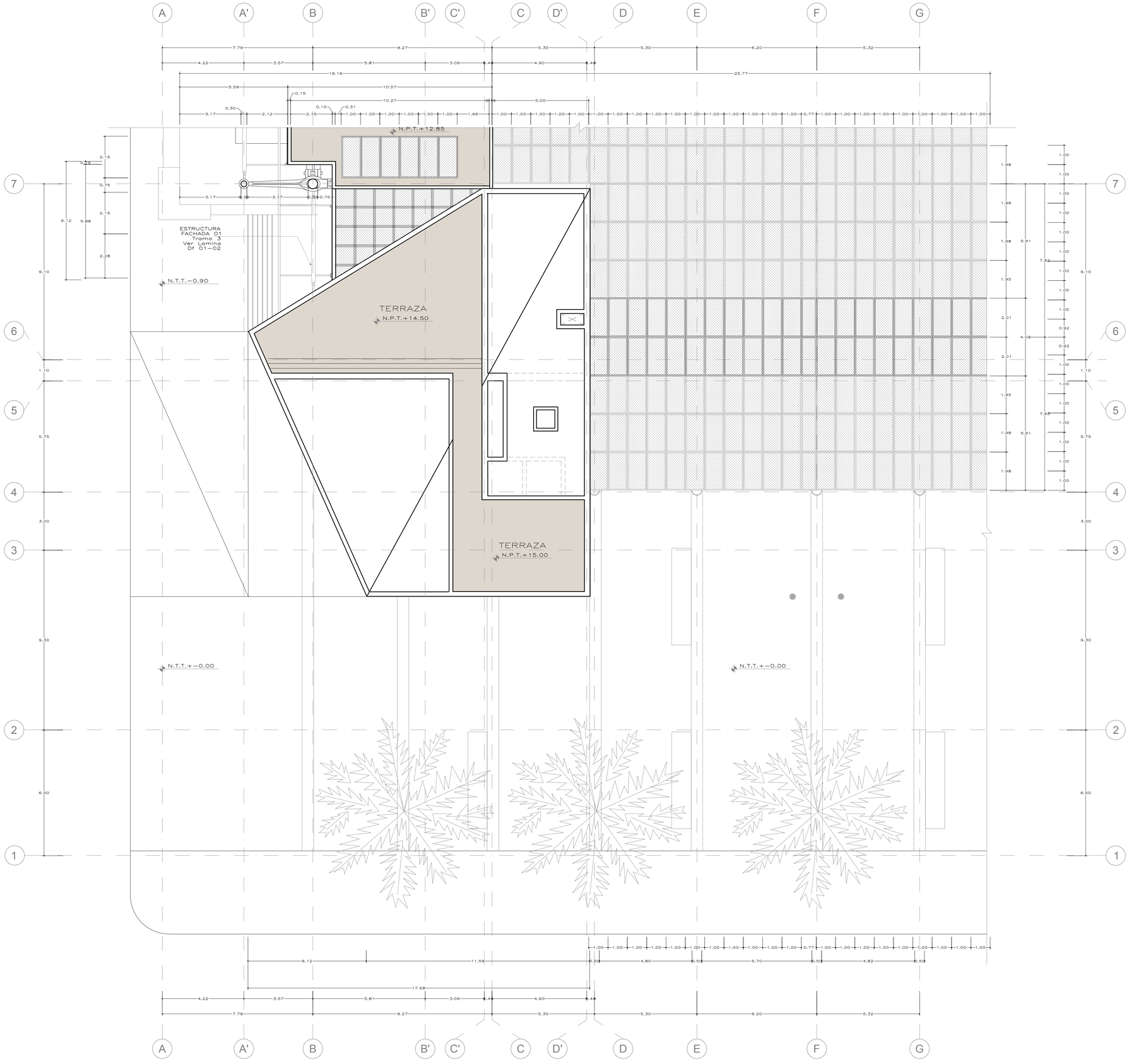
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-089




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

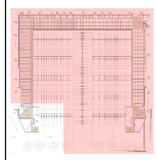
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

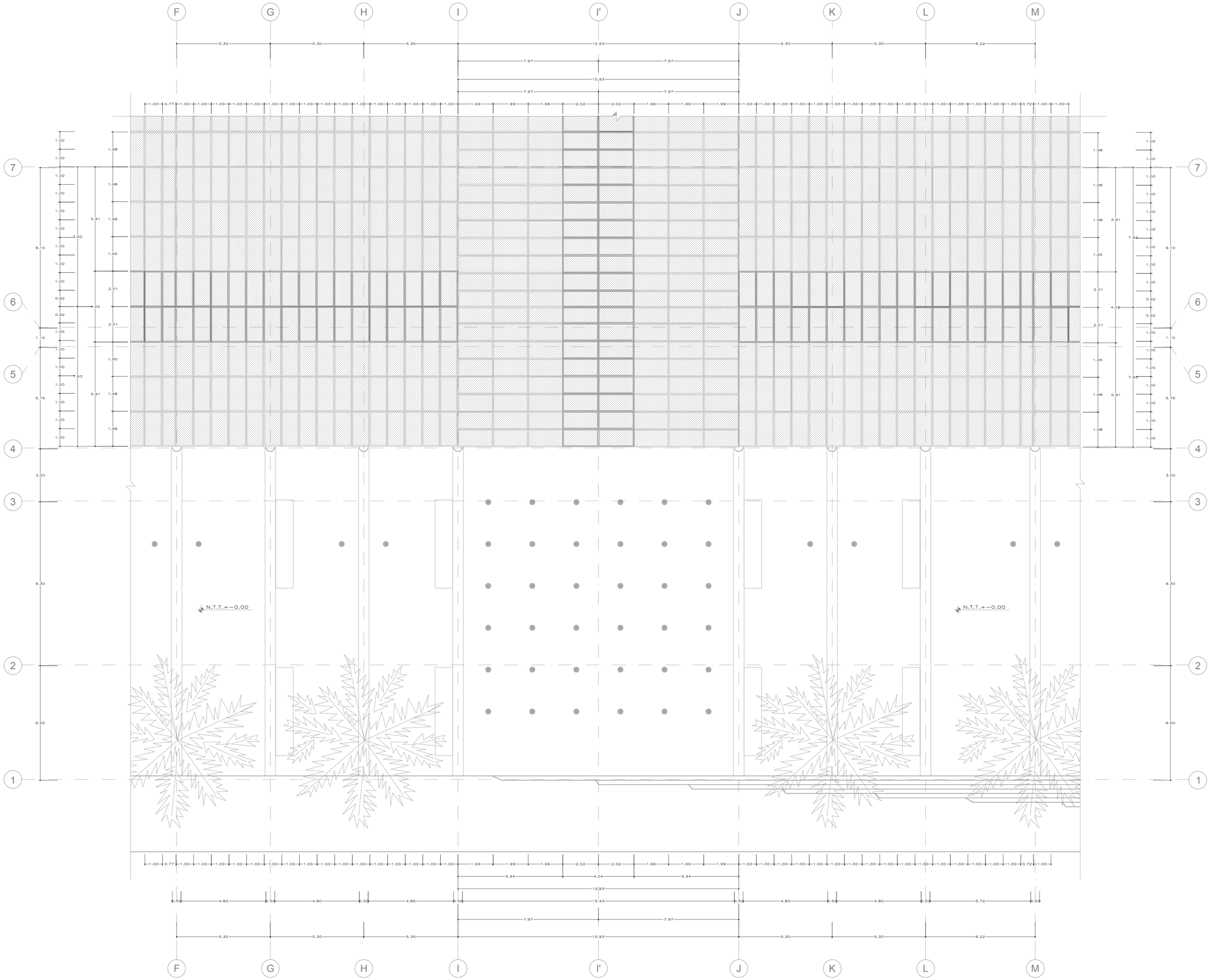
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-090




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

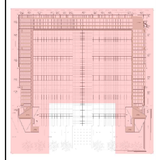
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

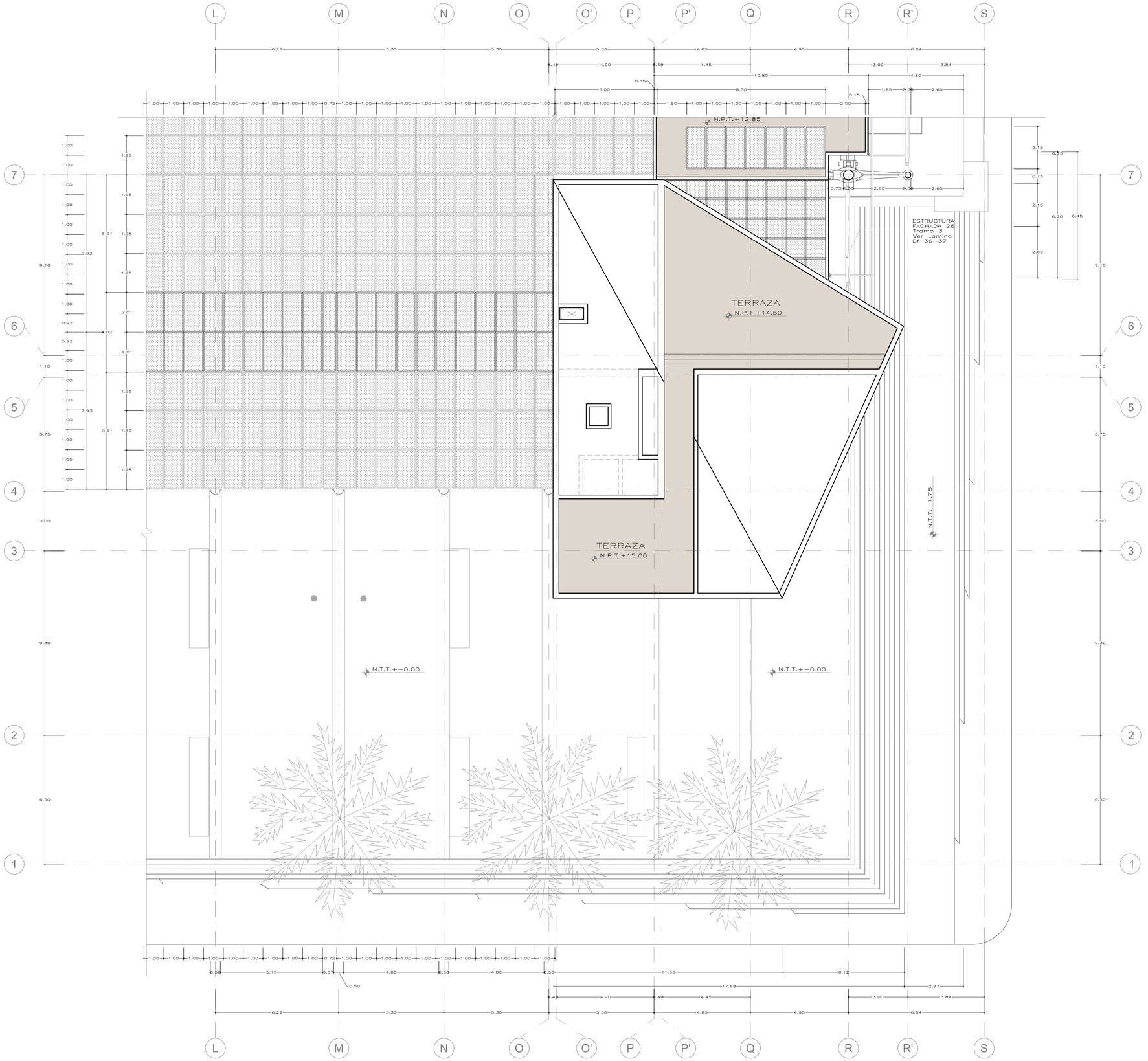
1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-091




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

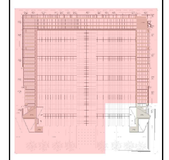
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 100) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
TECHOS

ESCALA:

1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-092

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# PLANOS

# TOMO IV

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE

# LISTA DE PLANOS

**ARQUITECTURA**

NIVEL 1 OFICINAS (A) ..... A-093

NIVEL 1 OFICINAS (B) ..... A-094

NIVEL 2 OFICINAS (A) ..... A-095

NIVEL 2 OFICINAS (B) ..... A-096

NIVEL 3 CLINICA (A) ..... A-097

NIVEL 3 CLINICA (B)- OFICINAS ADMINISTRATIVAS (B) ..... A-098

NIVEL 3 OFICINAS ADMINISTRATIVAS (A) ..... A-099

NIVEL 4 OFICINAS (A) ..... A-100

NIVEL 4 OFICINAS (B) ..... A-101

NIVEL 5 OFICINAS (A) ..... A-102

NIVEL 5 OFICINAS (B) ..... A-103

NIVEL 6 TECHOS OFICINAS (A) ..... A-104

NIVEL 4 TECHOS OFICINAS (B) ..... A-105

CORTE 1-1 (A) ..... A-106

CORTE 1-1 (B) ..... A-107

CORTE 2-2 (A) ..... A-108

CORTE 2-2 (B) ..... A-109

CORTE 3-3 (A) ..... A-110

CORTE 3-3 (B) ..... A-111

CORTE 4-4 (A) ..... A-112

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CORTE 4-4 (B) ..... A-113

CORTE 5-5 (A) ..... A-114

CORTE 5-5 (B) ..... A-115

CORTE 6-6 (A) ..... A-116

CORTE 6-6 (B) ..... A-117

CORTE 7-7 (A) ..... A-118

CORTE 7-7 (B) ..... A-119

CORTE 8-8 (A) ..... A-120

CORTE 8-8 (B) ..... A-121

CORTE ELEVACION 9-9 (A) ..... A-122

CORTE ELEVACION 9-9 (B) ..... A-123

ELEVACIÓN POSTERIOR CALLE ALTO DE LA LUNA (A) ..... A-124

ELEVACIÓN POSTERIOR CALLE ALTO DE LA LUNA (B) ..... A-125

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PIEROLA (A) ..... A-126

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PIEROLA (B) ..... A-127

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PERÚ (A ..... A-128

ELEVACIÓN LATERAL CALLE PERÚ (B) ..... A-129

**DETALLES**

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 1) ..... Dv-01

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 2) ..... Dv-02

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 3) ..... Dv-03

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 4) ..... Dv-04

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO5) ..... Dv-05

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 6) ..... Dv-06

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 7) ..... Dv-07

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 8) ..... Dv-08

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 9) ..... Dv-09

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 10) ..... Dv-10

DETALLE VIGAS (VIGA TIPO 11) ..... Dv-11

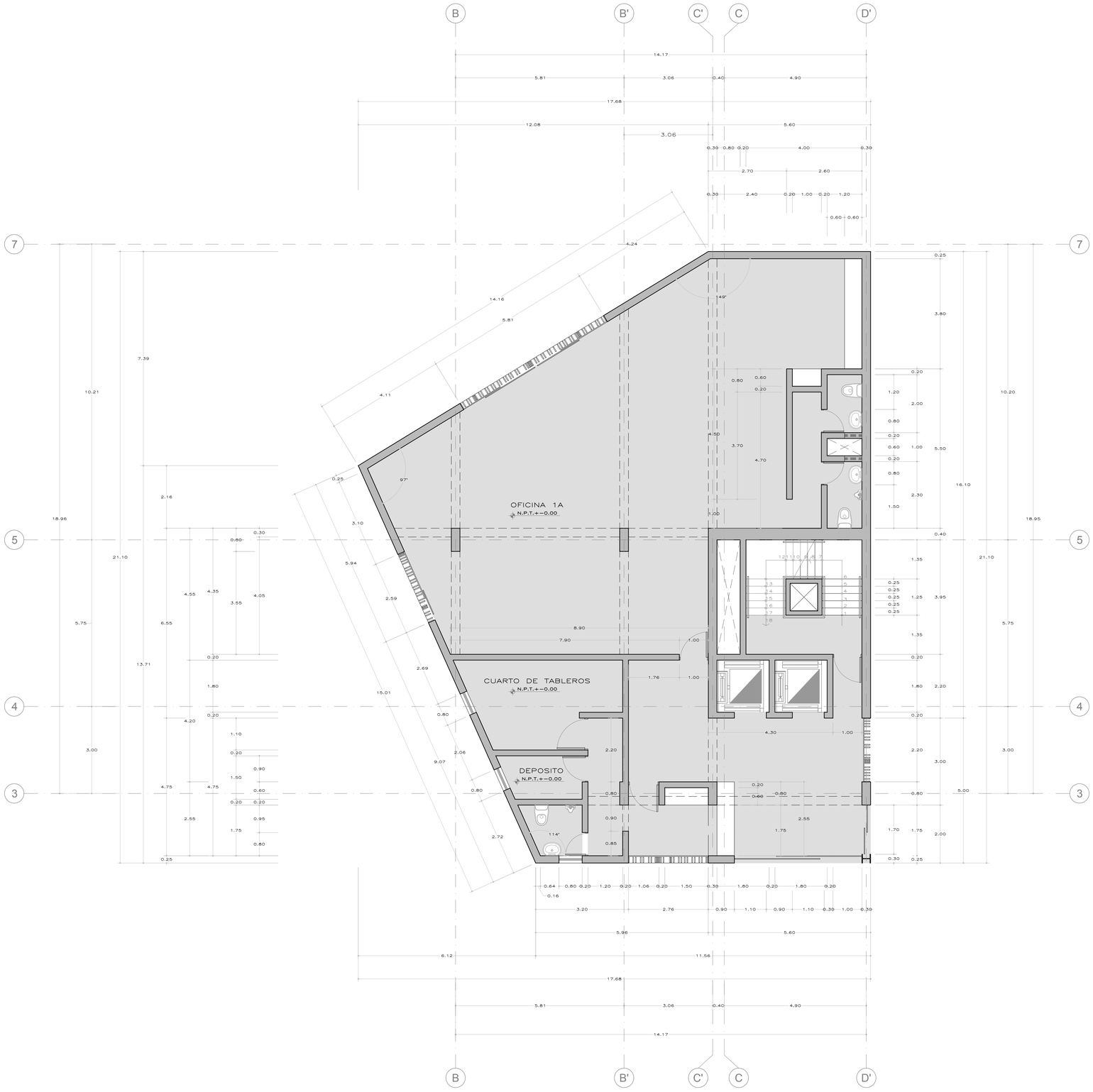
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# ARQUITECTURA

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

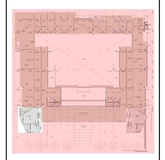
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-04

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TRES SERIES DE OFICINAS POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR LA CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E). corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
OFICINAS

ESCALA:

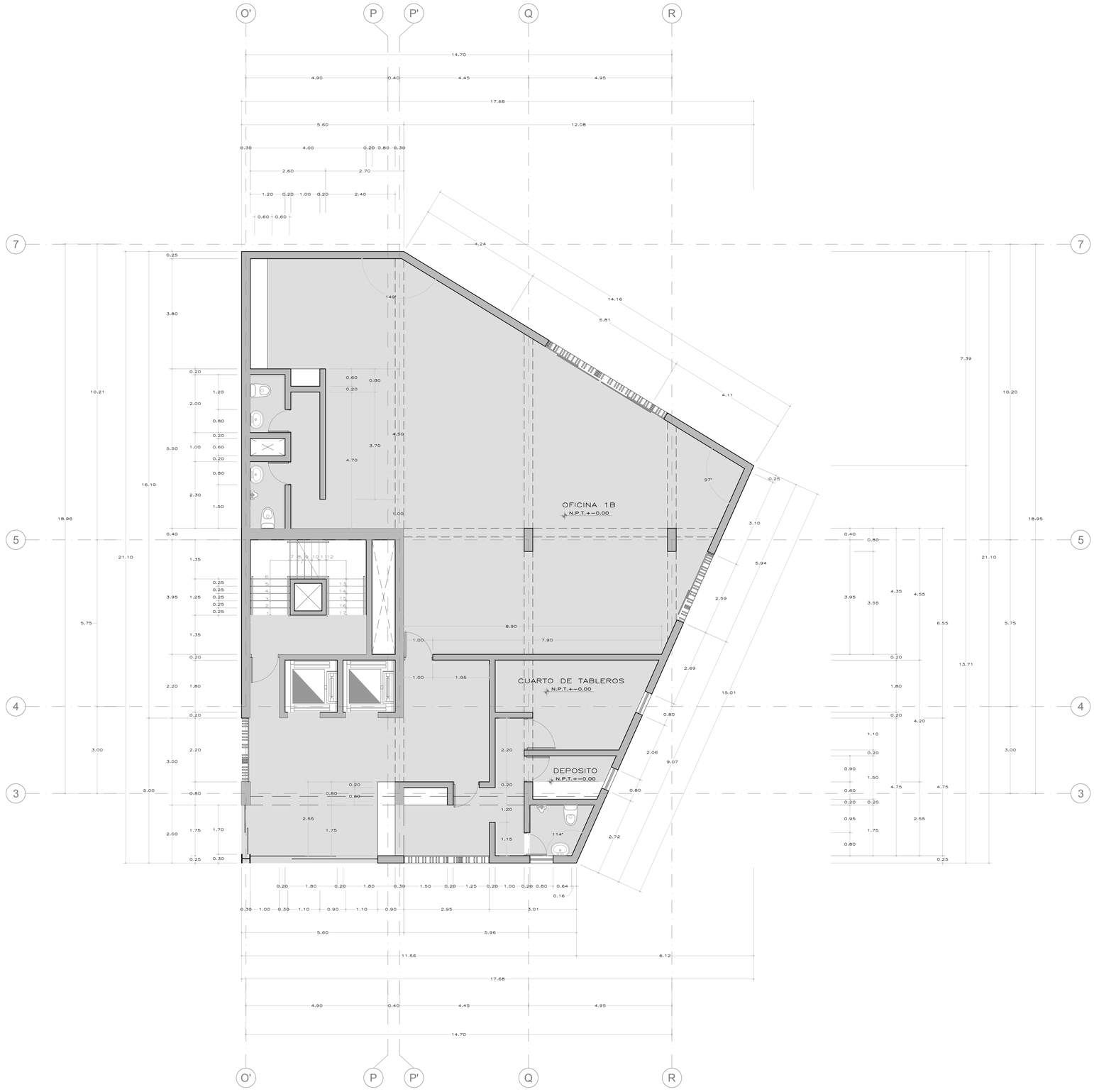
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-093




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

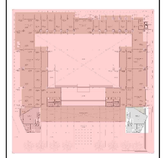
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-06

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE HAN SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2 SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 1
OFICINAS

ESCALA:

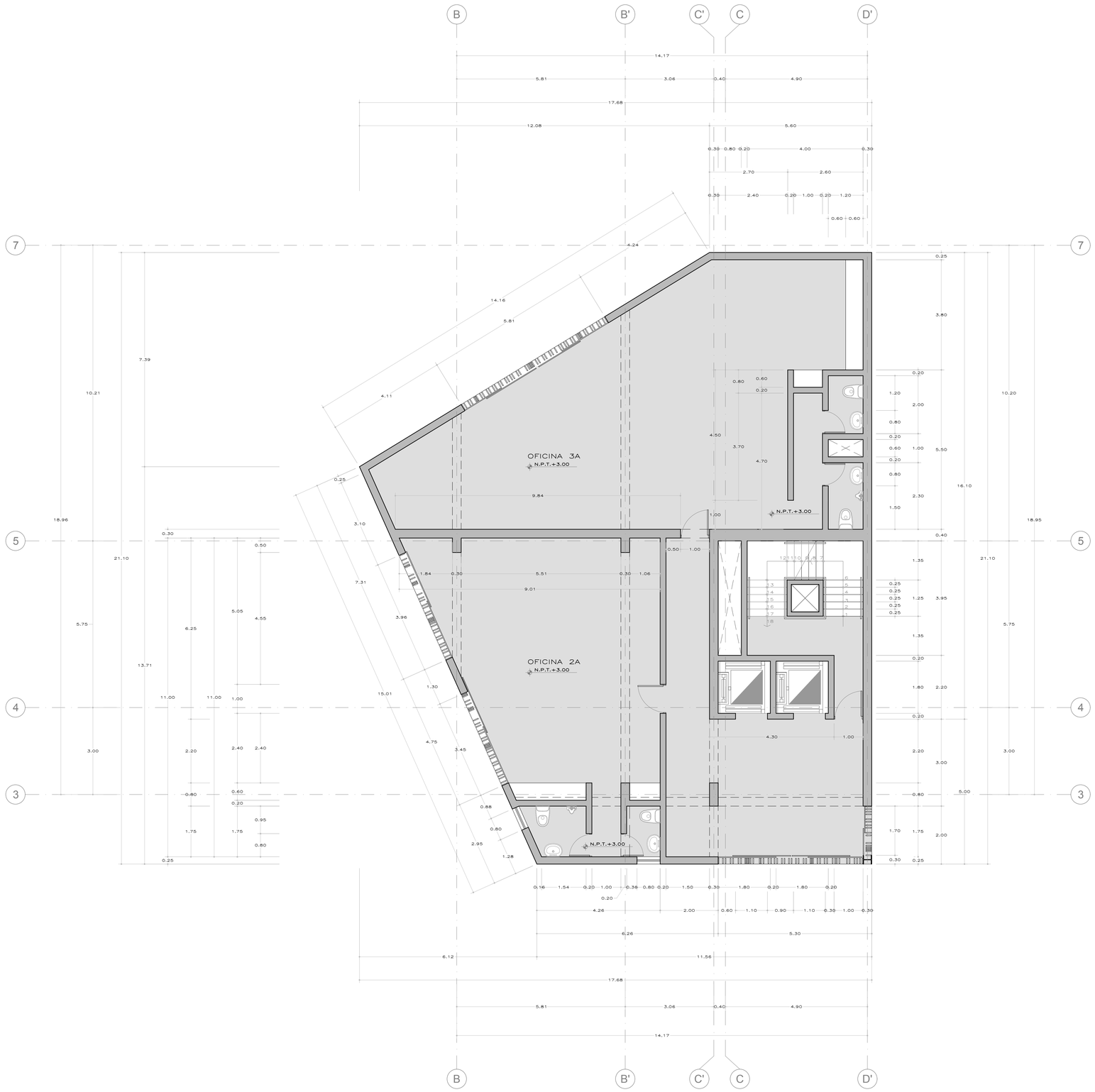
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-094




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

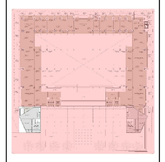
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION NUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) QUE REPRESENTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE, PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 2
OFICINAS

ESCALA:

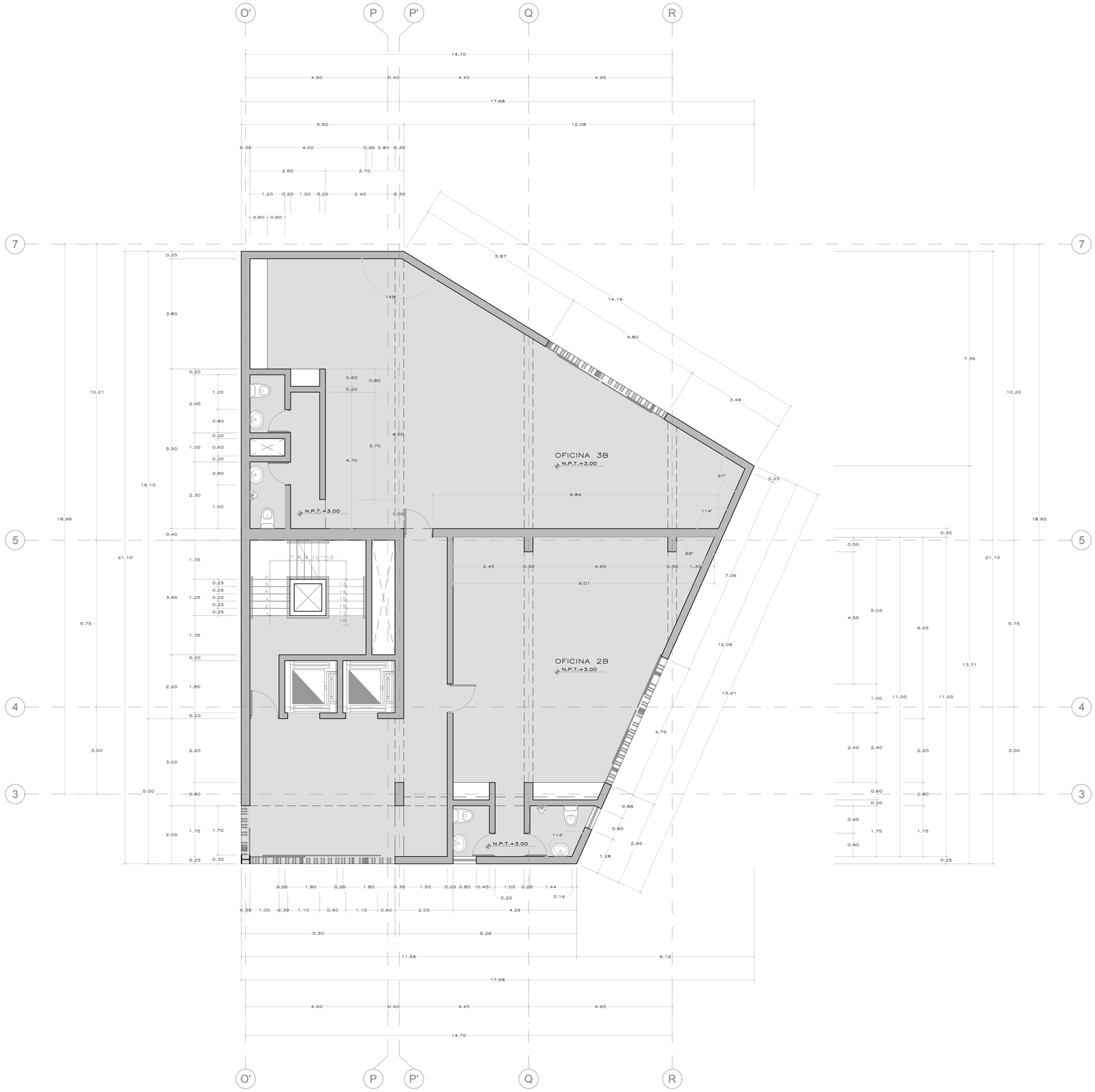
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-095




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

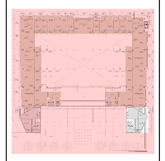
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) QUE PRESENTA EL ACTUAL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-07

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E; corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 2
OFICINAS

ESCALA:

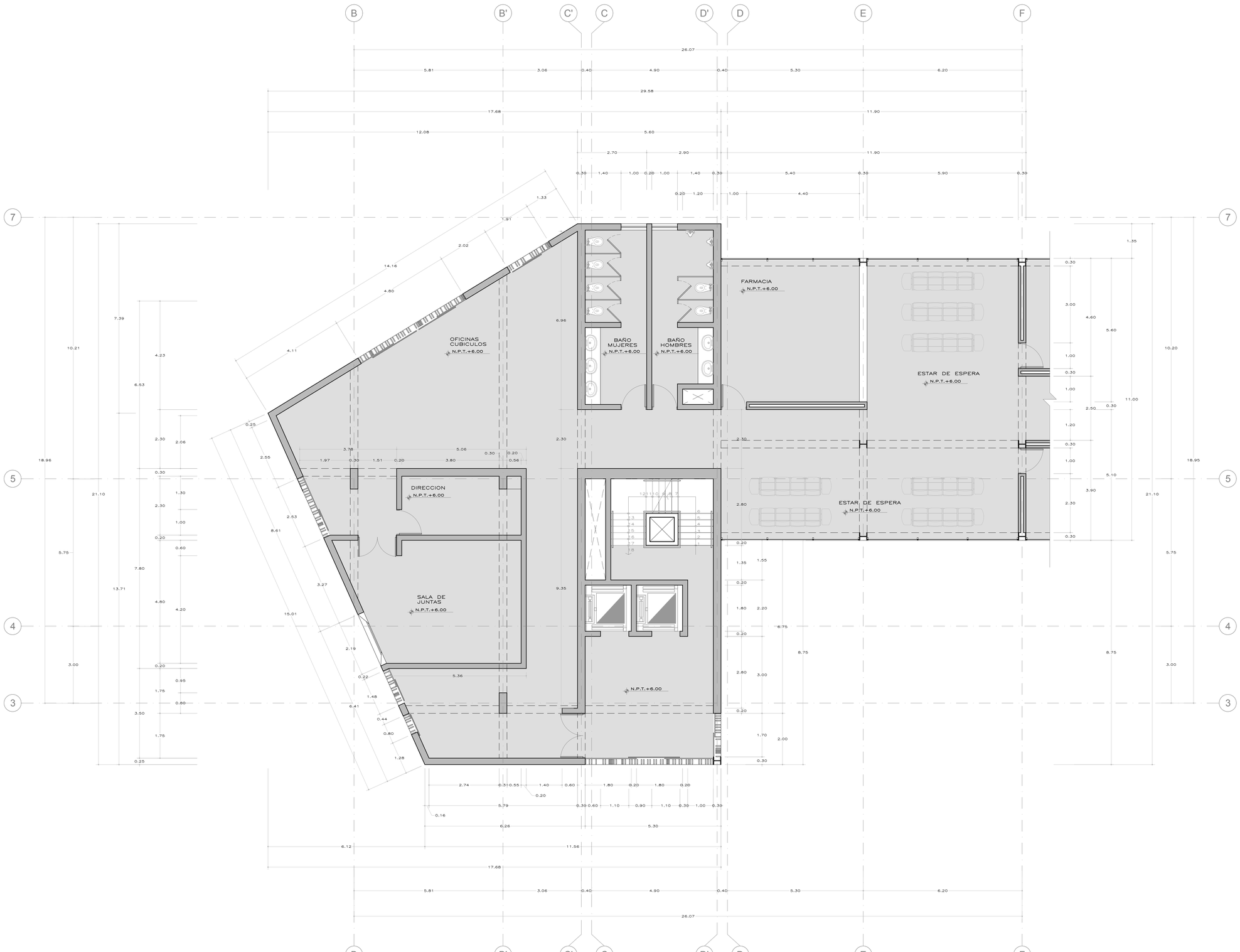
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-096




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

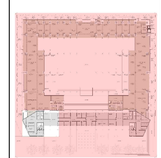
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL PROYECTO (CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-08

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 AL LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej. corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 3
CLINICA

ESCALA:

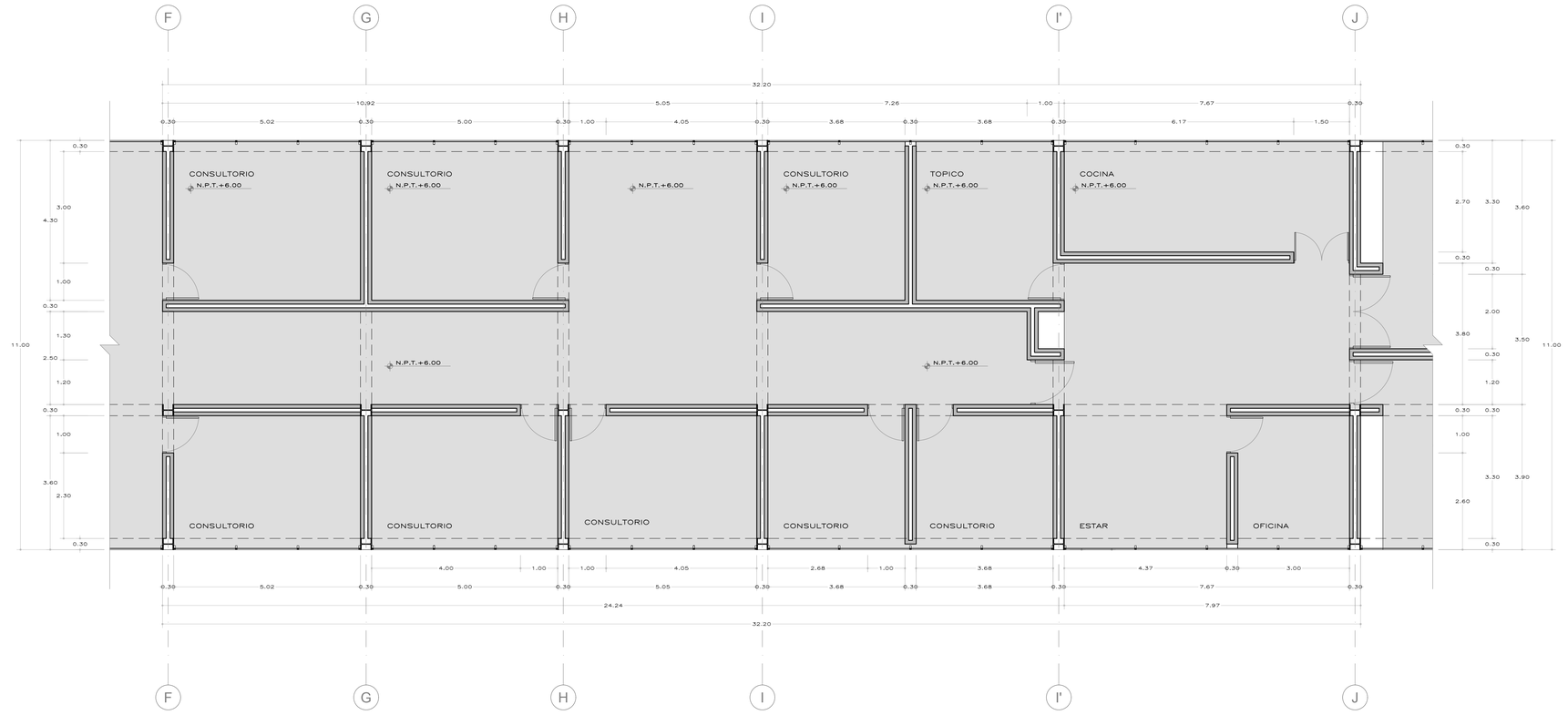
1/200

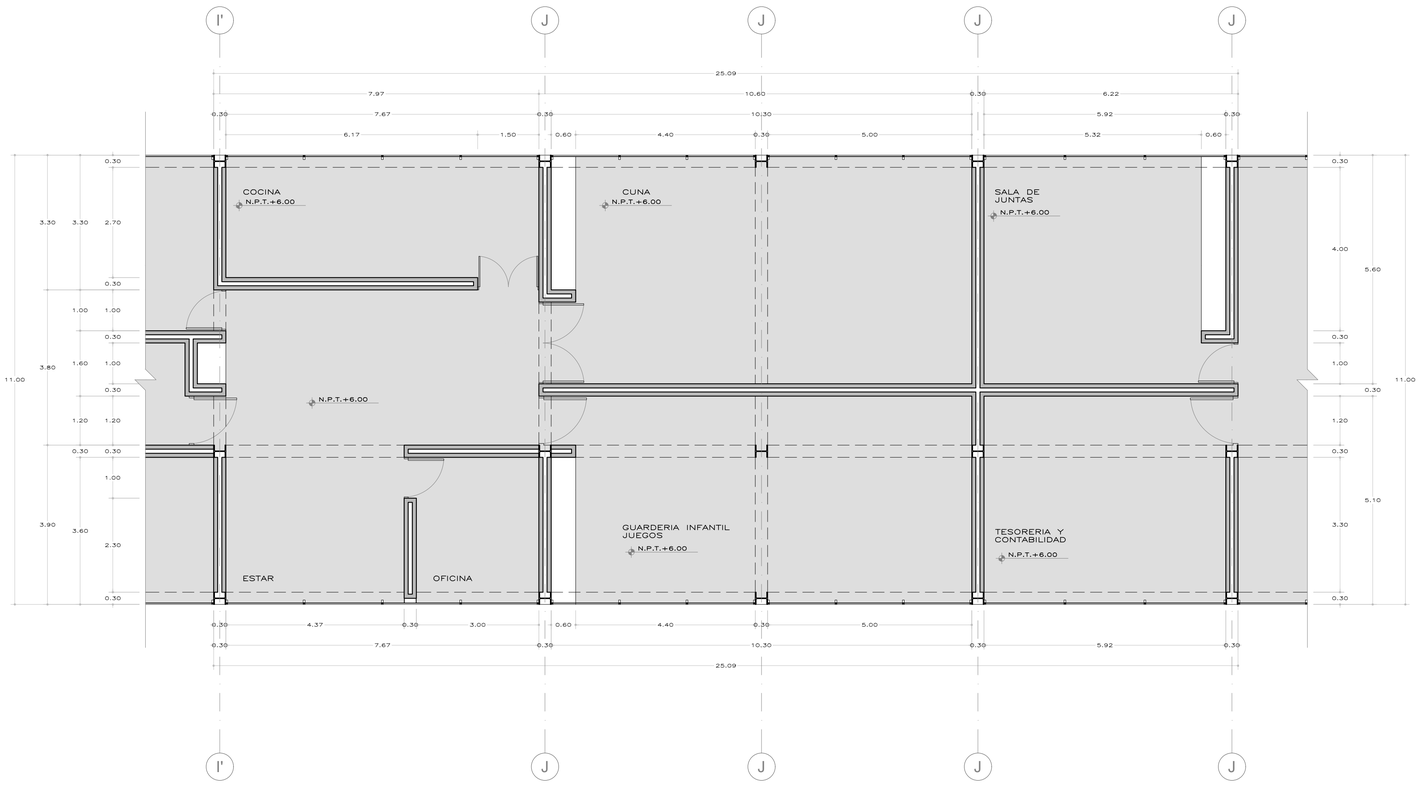
FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-097




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

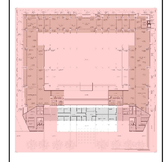
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-08

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ, corte 1-1, corte 2-2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 3
CLINICA - OF. ADMINISTRATIVAS

ESCALA:

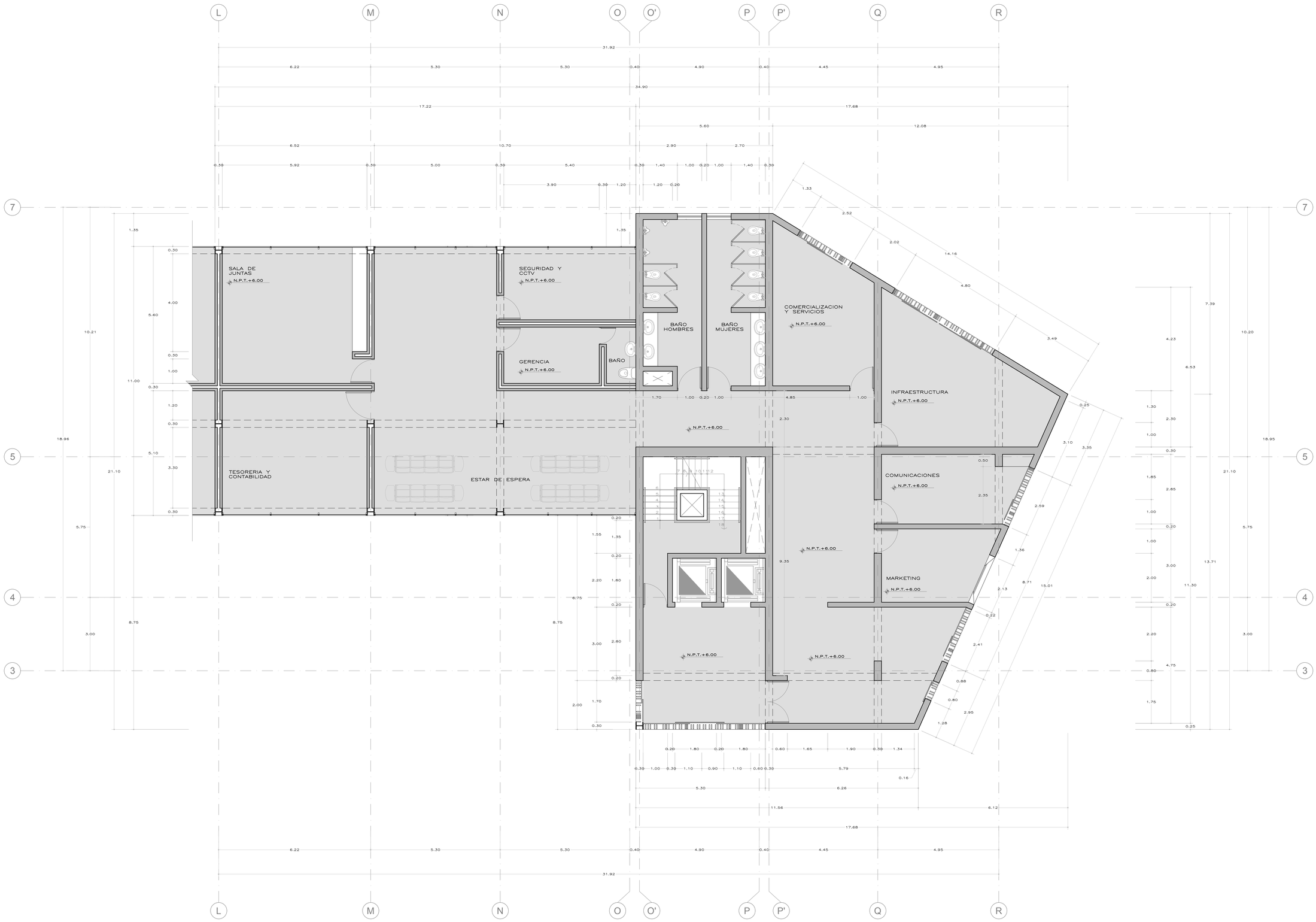
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-098




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA A#-08

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE ENCUENTRAN SEPARADOS CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (EJ. corte 1-1 / corte 2-2) SE ENCUENTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA A#-01 a la A#-11

PLANO :

NIVEL 3
OFICINAS ADMINISTRATIVAS

ESCALA:

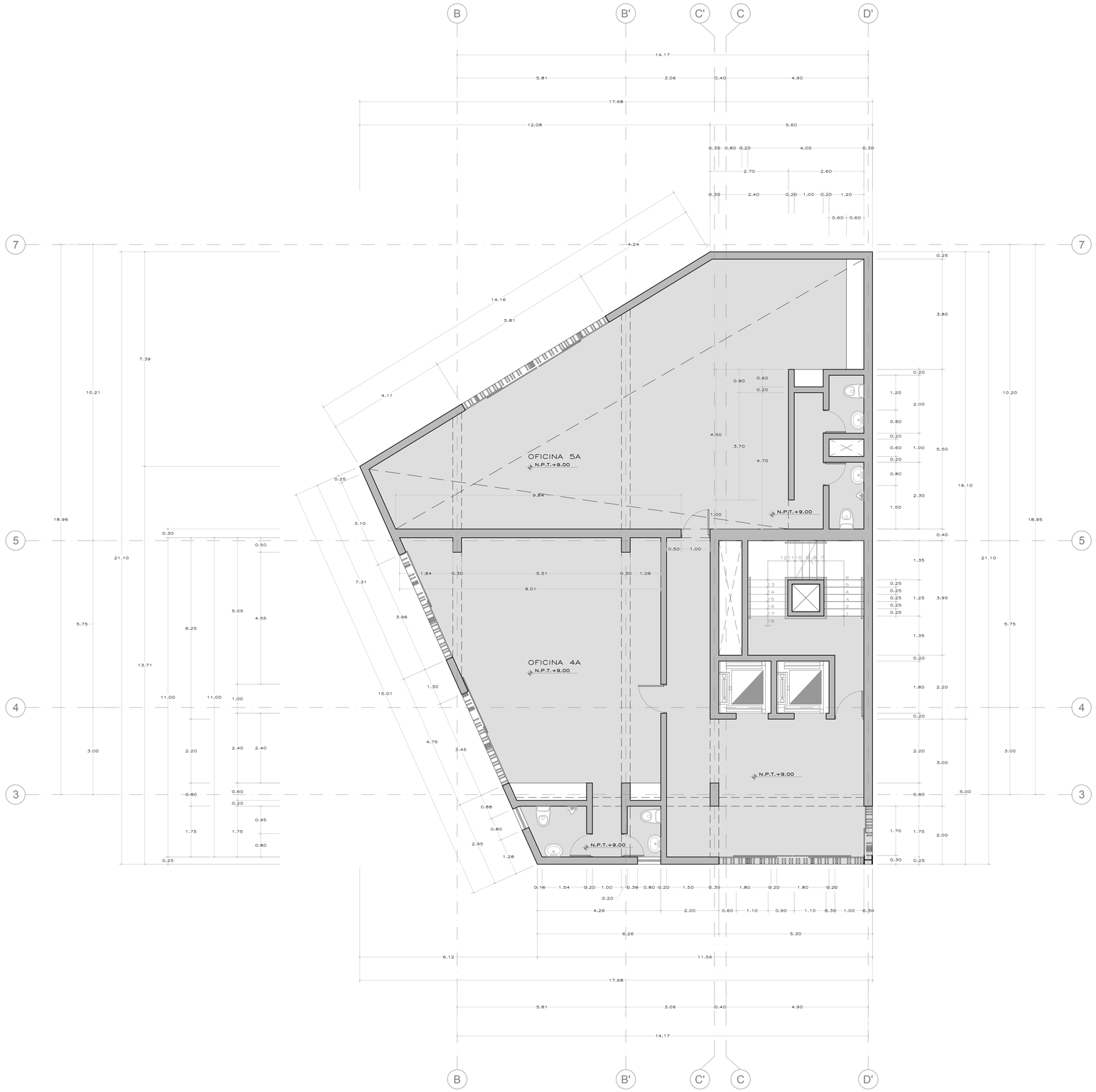
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-099




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

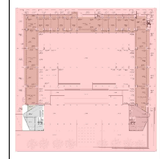
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION NUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 75) QUE REPRESENTA A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE, PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
OFICINAS

ESCALA:

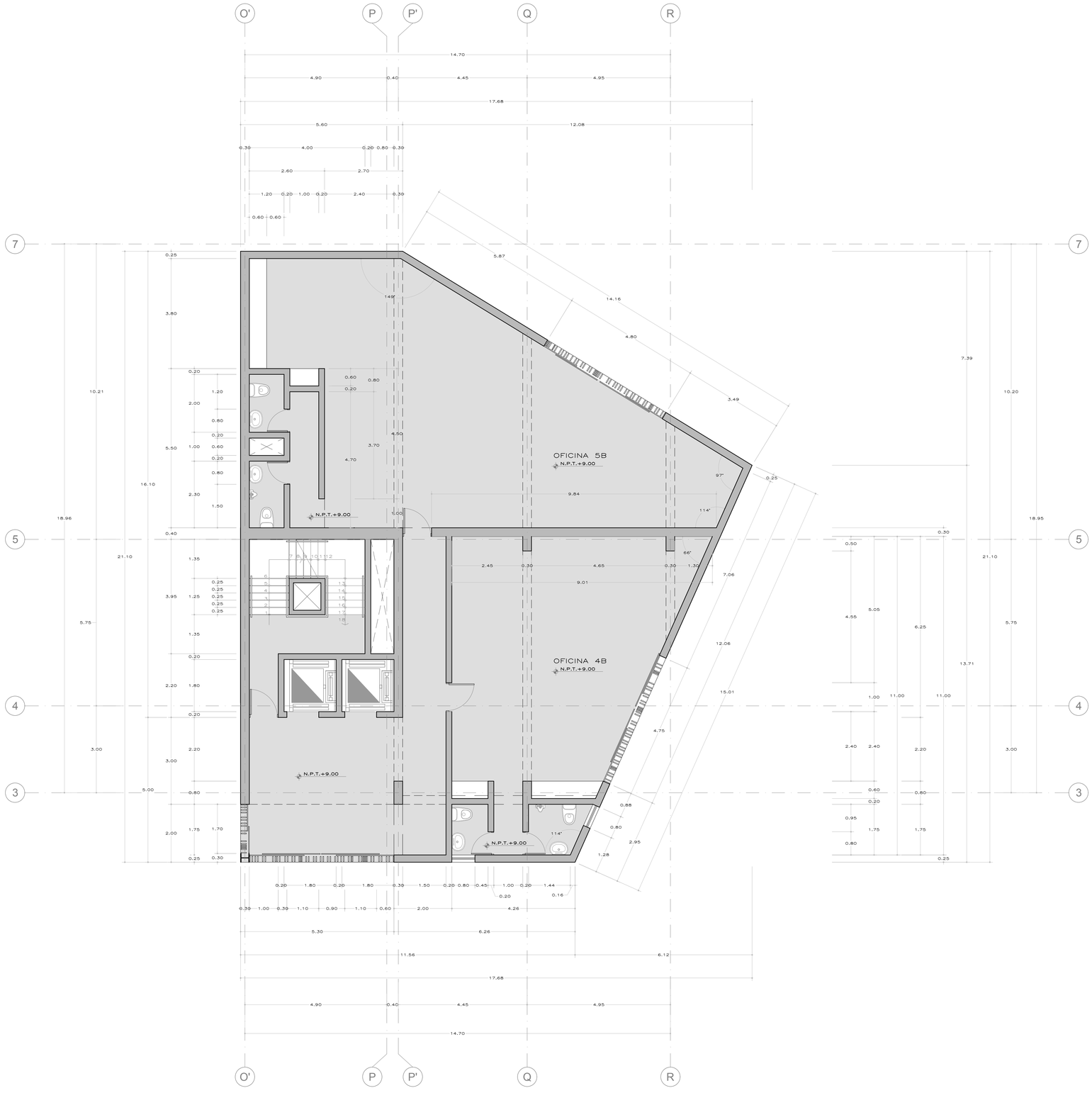
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

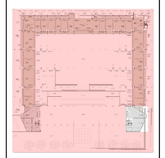
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCIÓN MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-09

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (Ej, corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 4
OFICINAS

ESCALA:

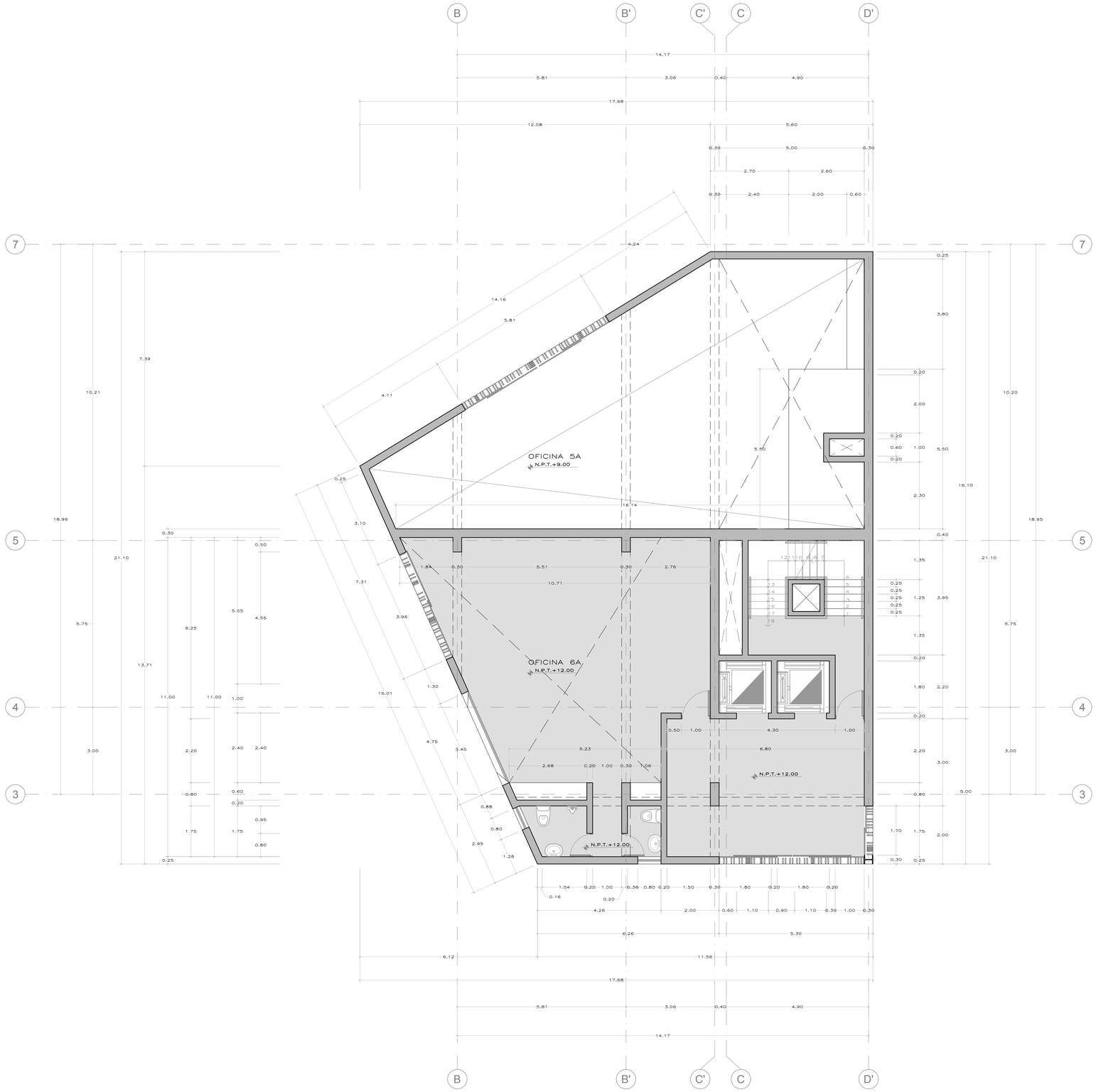
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-101




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

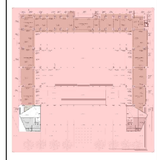
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION NUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) QUE REPRESENTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE, PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An–10

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A–093 A LA A–105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVTAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1–1, corte 2–2) SE ENCUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An–01 a la An–11

PLANO :

NIVEL 5
OFICINAS

ESCALA:

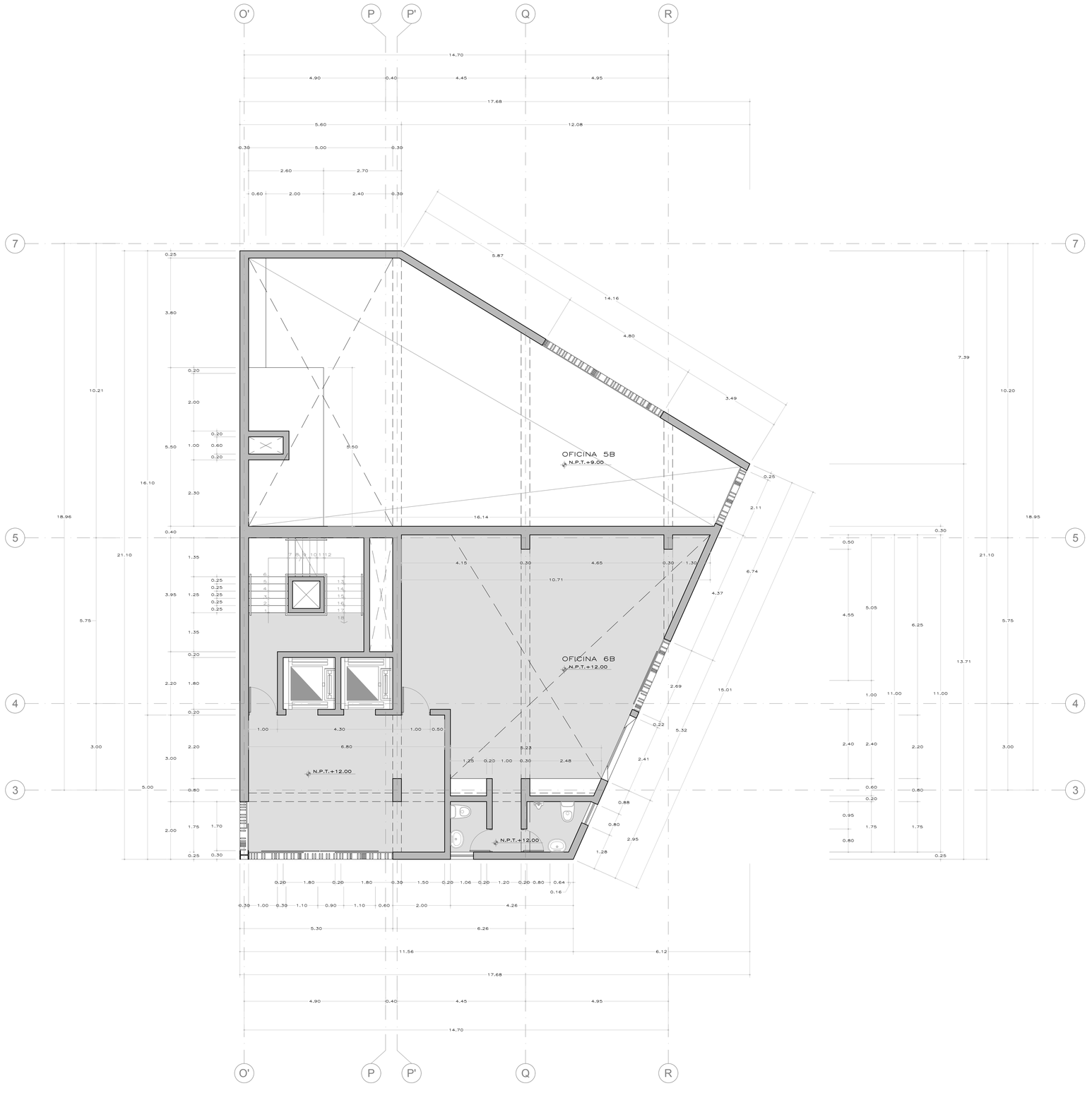
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-102




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

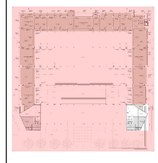
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-10

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 5
OFICINAS

ESCALA:

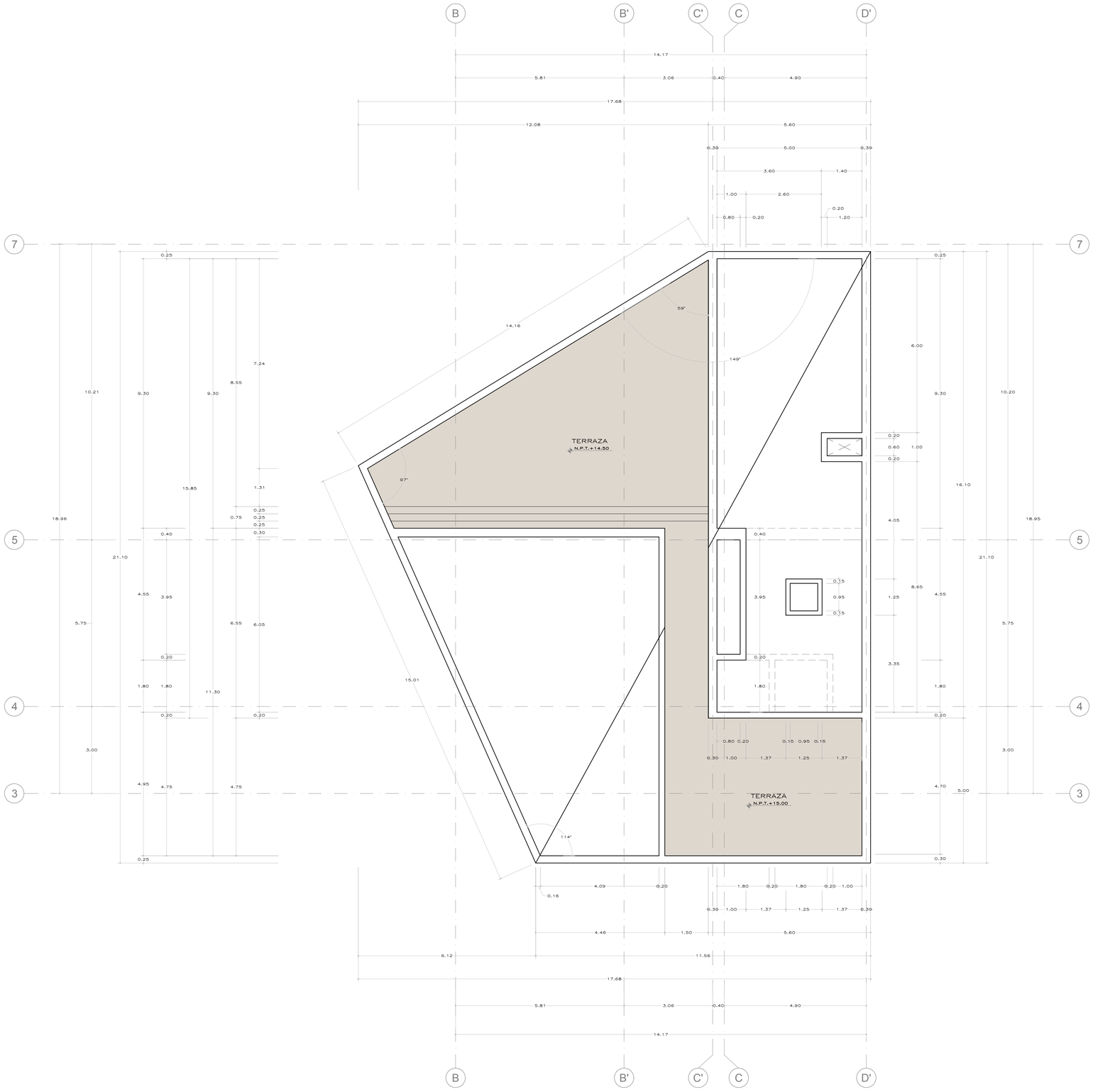
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-103




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

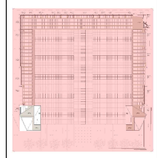
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCION MUESTRA LA UBICACION DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 6
TECHOS OFICINAS

ESCALA:

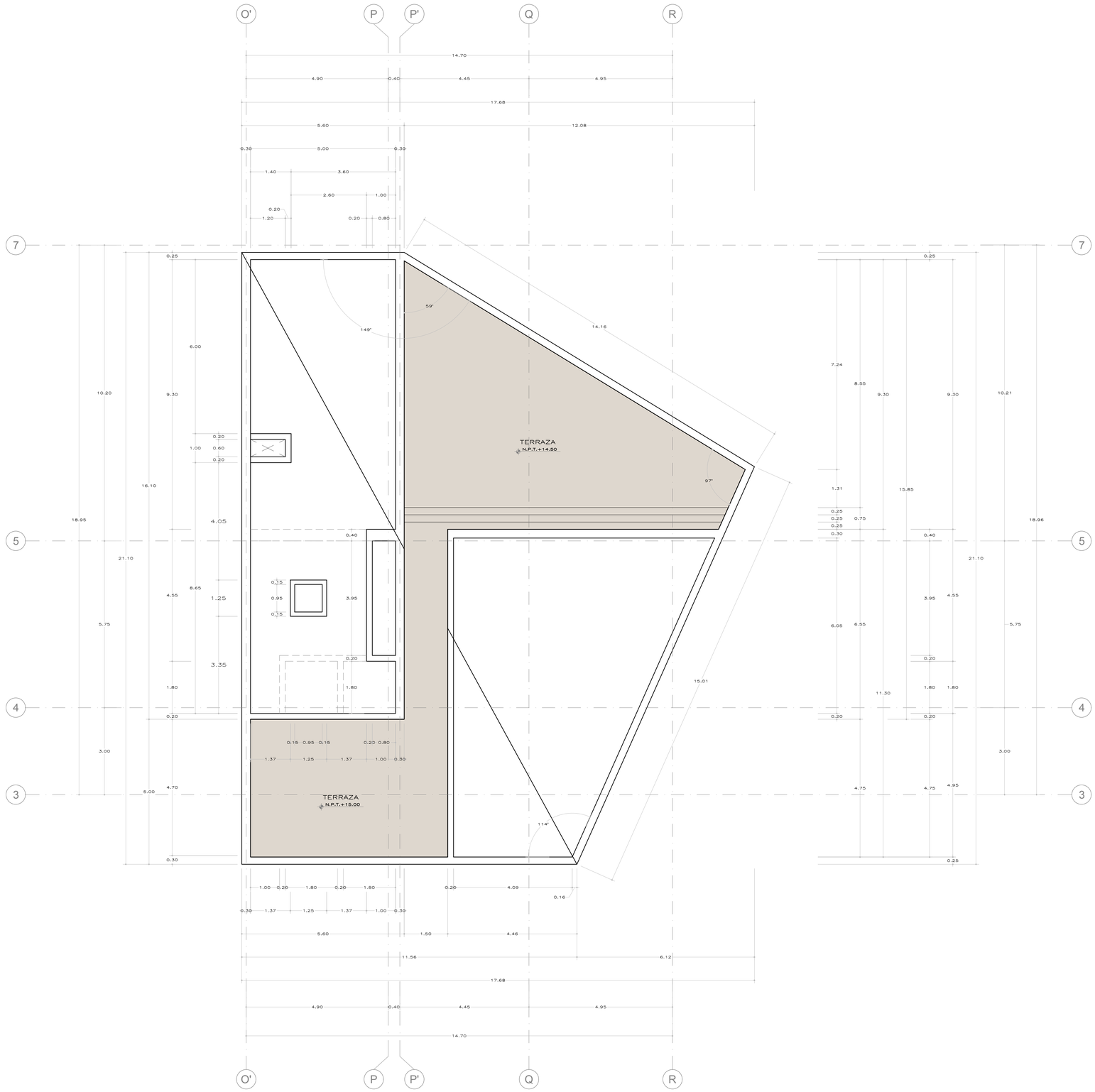
1/200

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-104




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

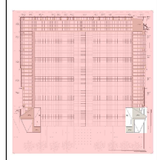
TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

EL GRAFICO PRESENTE EN ESTA SECCIÓN MUESTRA LA UBICACIÓN DEL CORTE DE PLANTA (ESCALA 1 / 75) CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DEL NIVEL CORRESPONDIENTE PARA PODER VISUALIZAR DE FORMA COMPLETA (ESCALA 1 / 250) EL NIVEL CORRESPONDIENTE A ESTE PLANO REVISAR LA LAMINA An-11

LA PRESENTE SERIE DE PLANOS LAMINA A-093 A LA A-105 (ESCALA 1 / 75) GRAFICA LOS NIVELES CORRESPONDIENTES A LAS TORRES DE OFICINAS SE POR SEPARADO CON EL OBJETIVO DE UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES YA QUE LAS PLATAFORMAS COMERCIALES Y OFICINAS SE ENCUENTRAN EN NPT DIFERENTES



PARA UNA MEJOR LECTURA Y EVITAR CONFUSIONES LA UBICACIÓN DE LAS LINEAS DE CORTE (E), corte 1-1, corte 2-2) SE ENCIUNTRAN EN LA SERIE DE PLANOS DE LA LAMINA An-01 a la An-11

PLANO :

NIVEL 6
TECHOS OFICINAS

ESCALA:

1/200

FECHA :

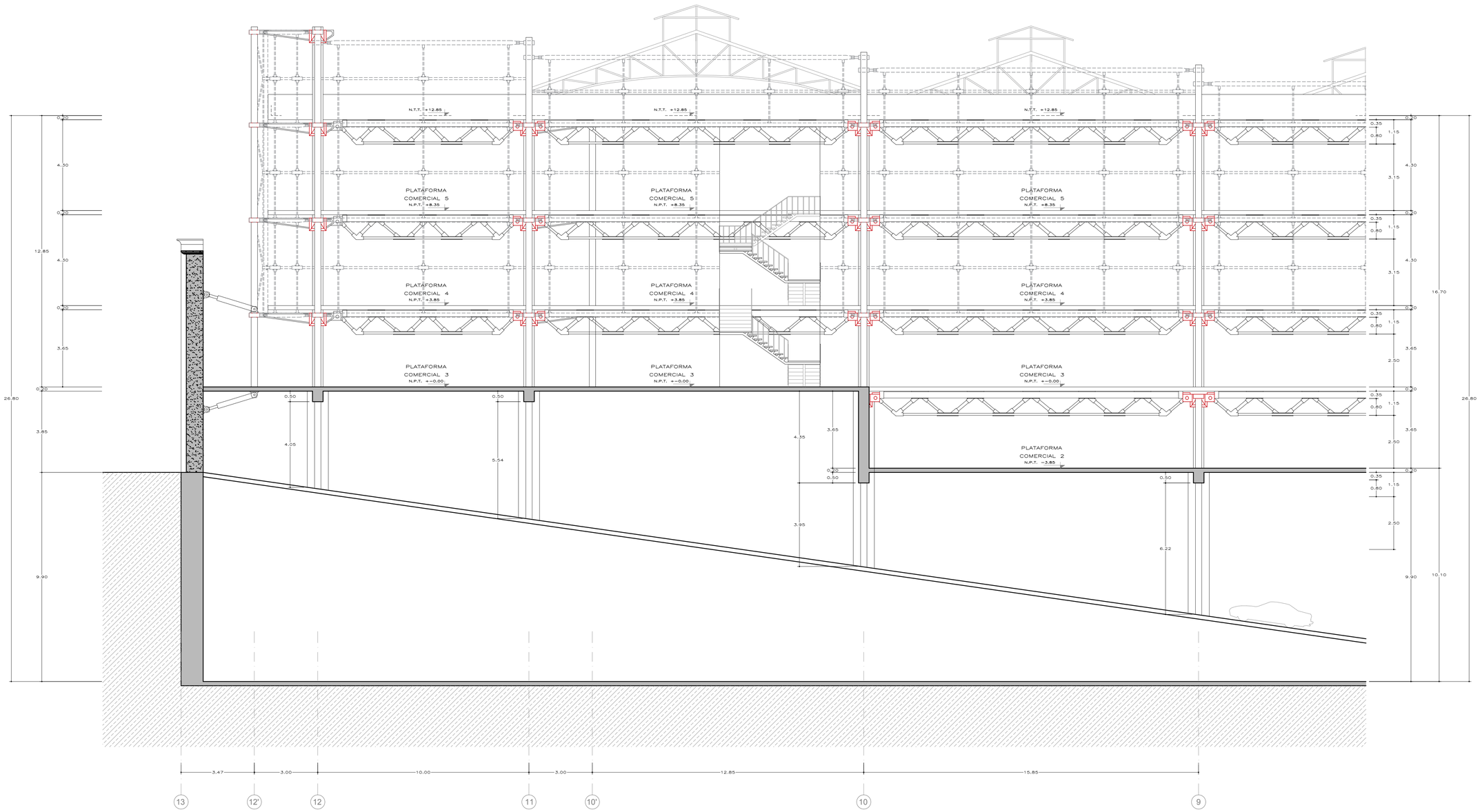
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-105

# CORTE 1-1 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 1-1

ESCALA:
1/100

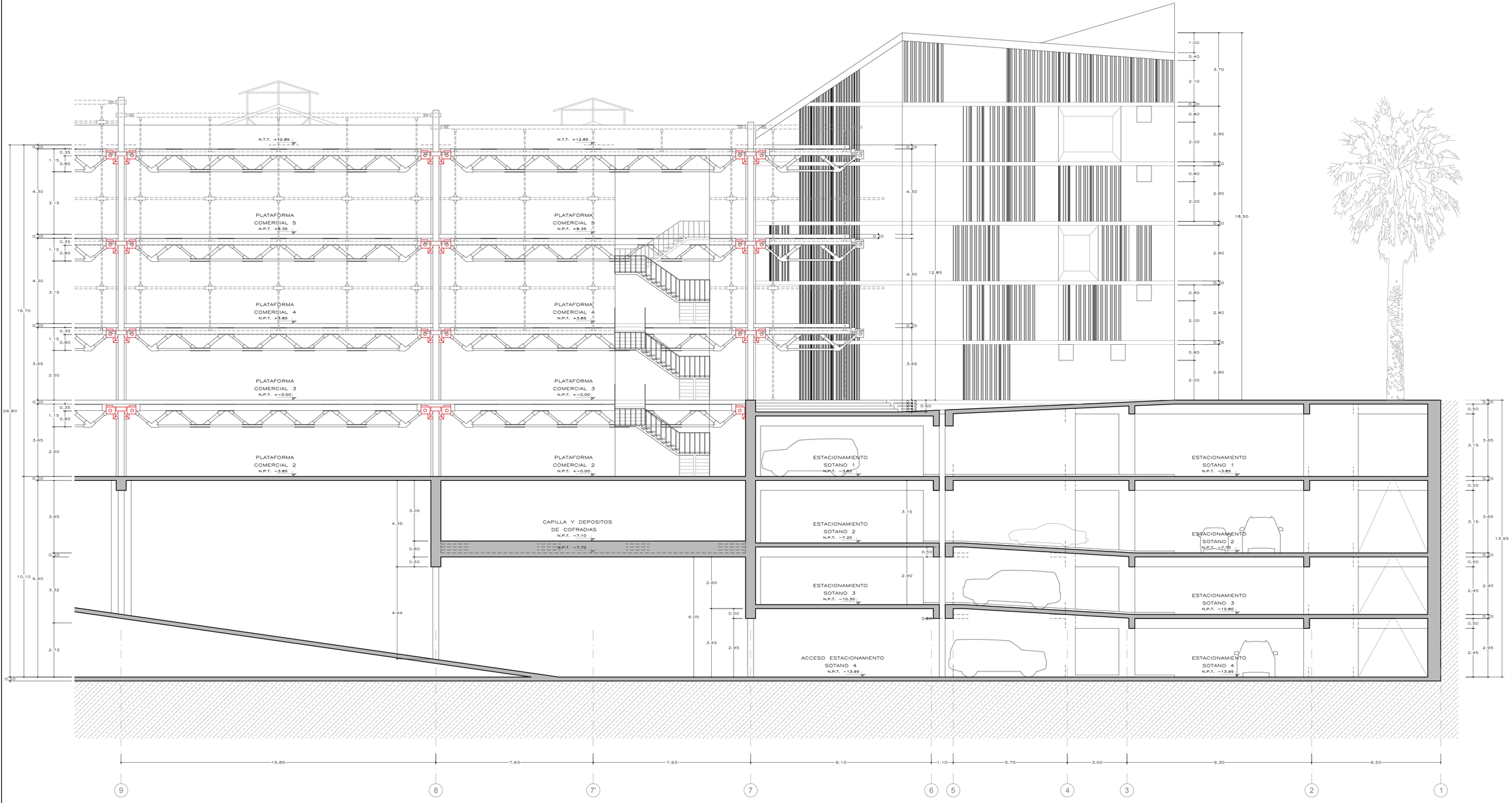
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-106

# CORTE 1-1 (B)

ESCALA: 1/100






UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 1-1

ESCALA:
1/100

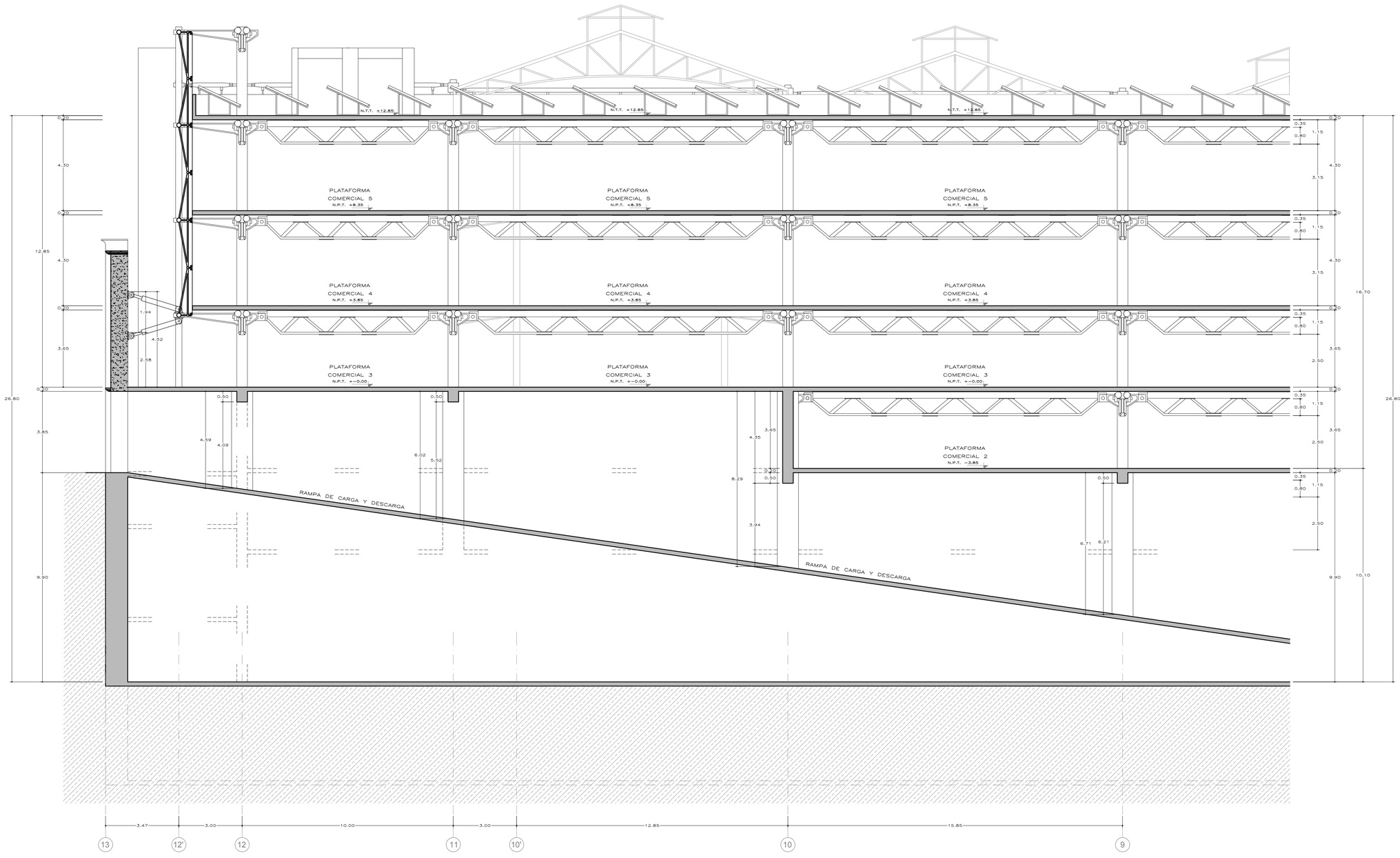
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-107

# CORTE 2-2 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 2-2

ESCALA:
1/100

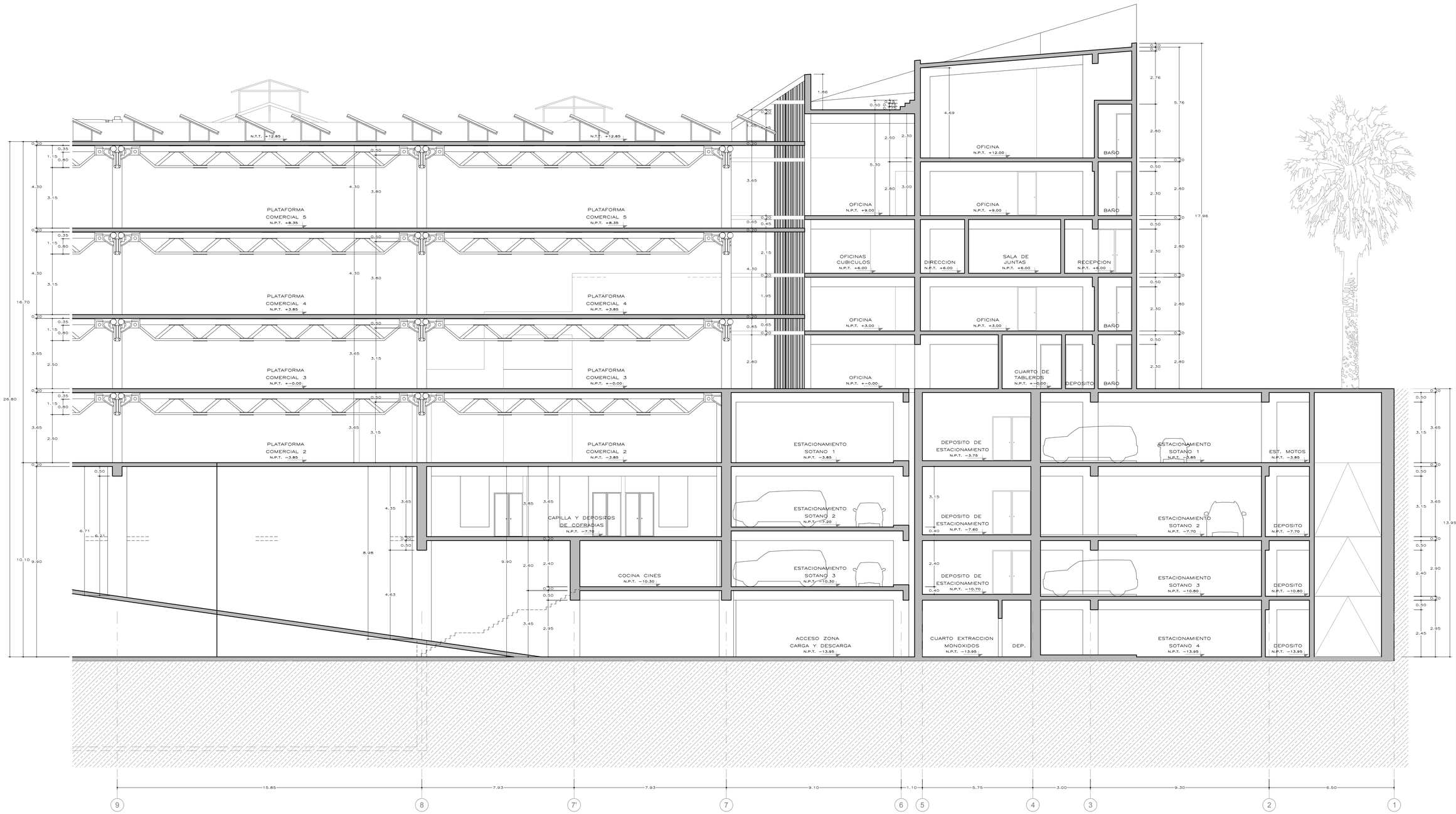
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-108

# CORTE 2-2 (B)

ESCALA: 1/100






UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 2-2

ESCALA:
1/100

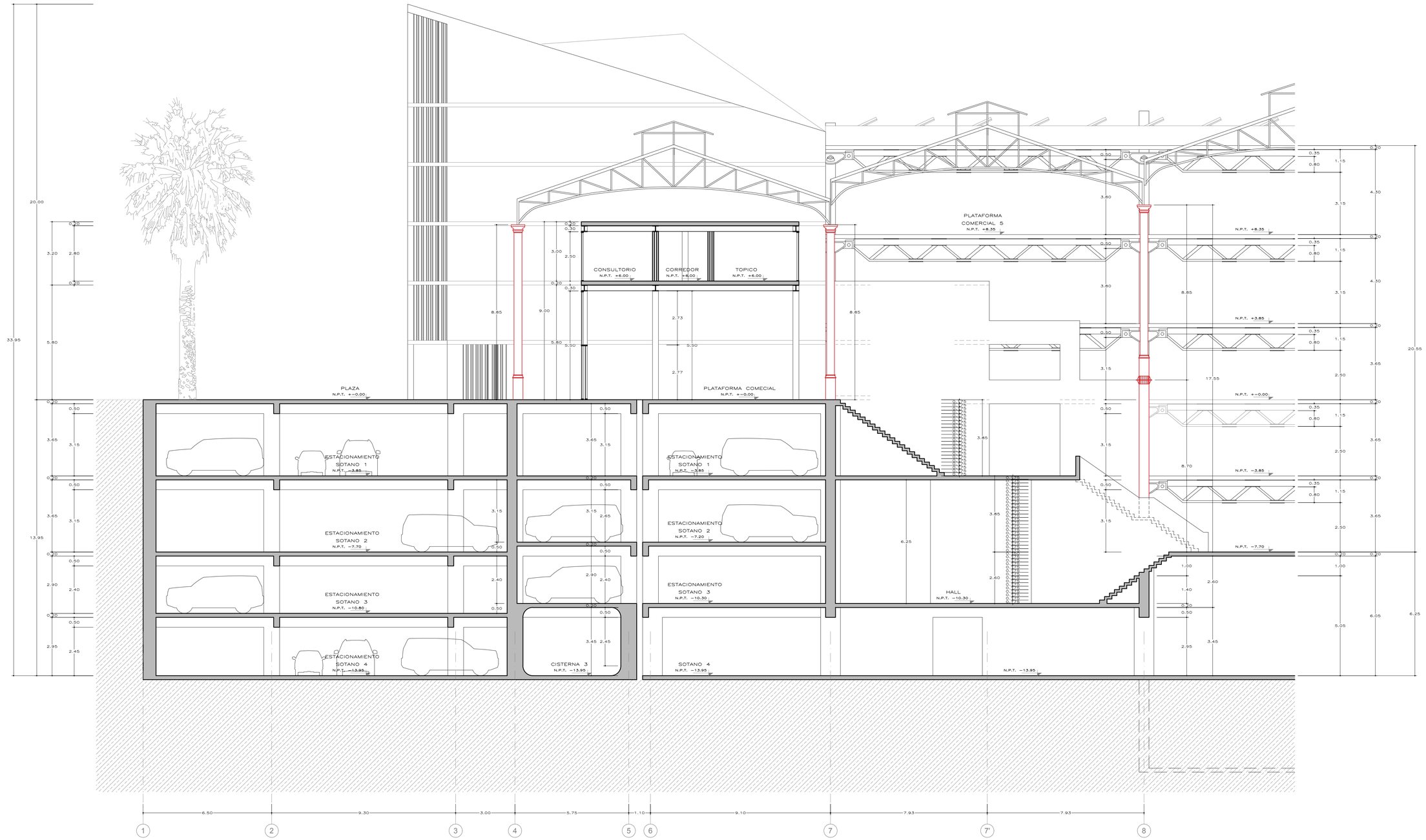
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-109

# CORTE 3-3 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 3-3

ESCALA:
1/100

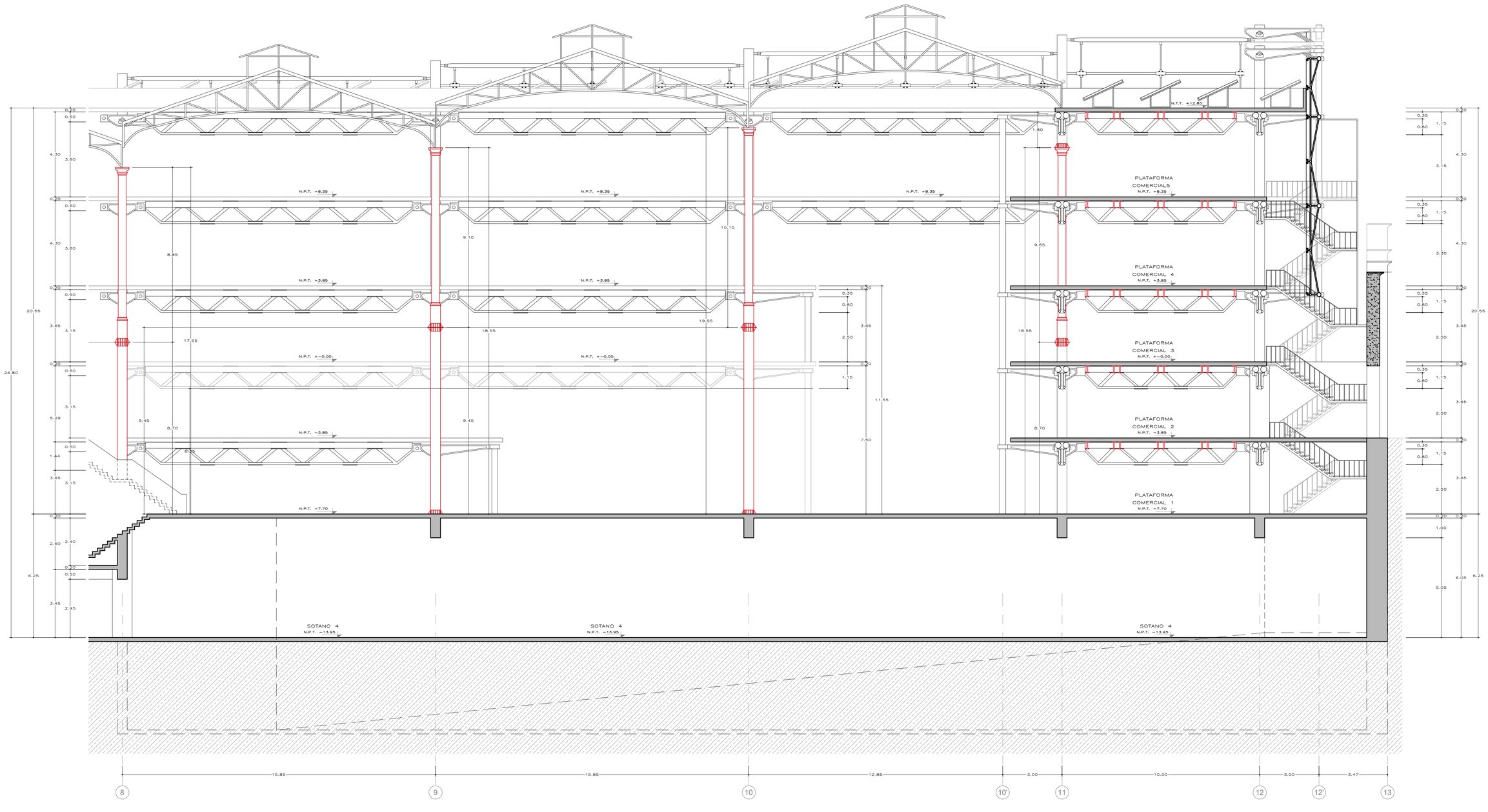
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-110

# CORTE 3-3 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 3-3

ESCALA:
1/100

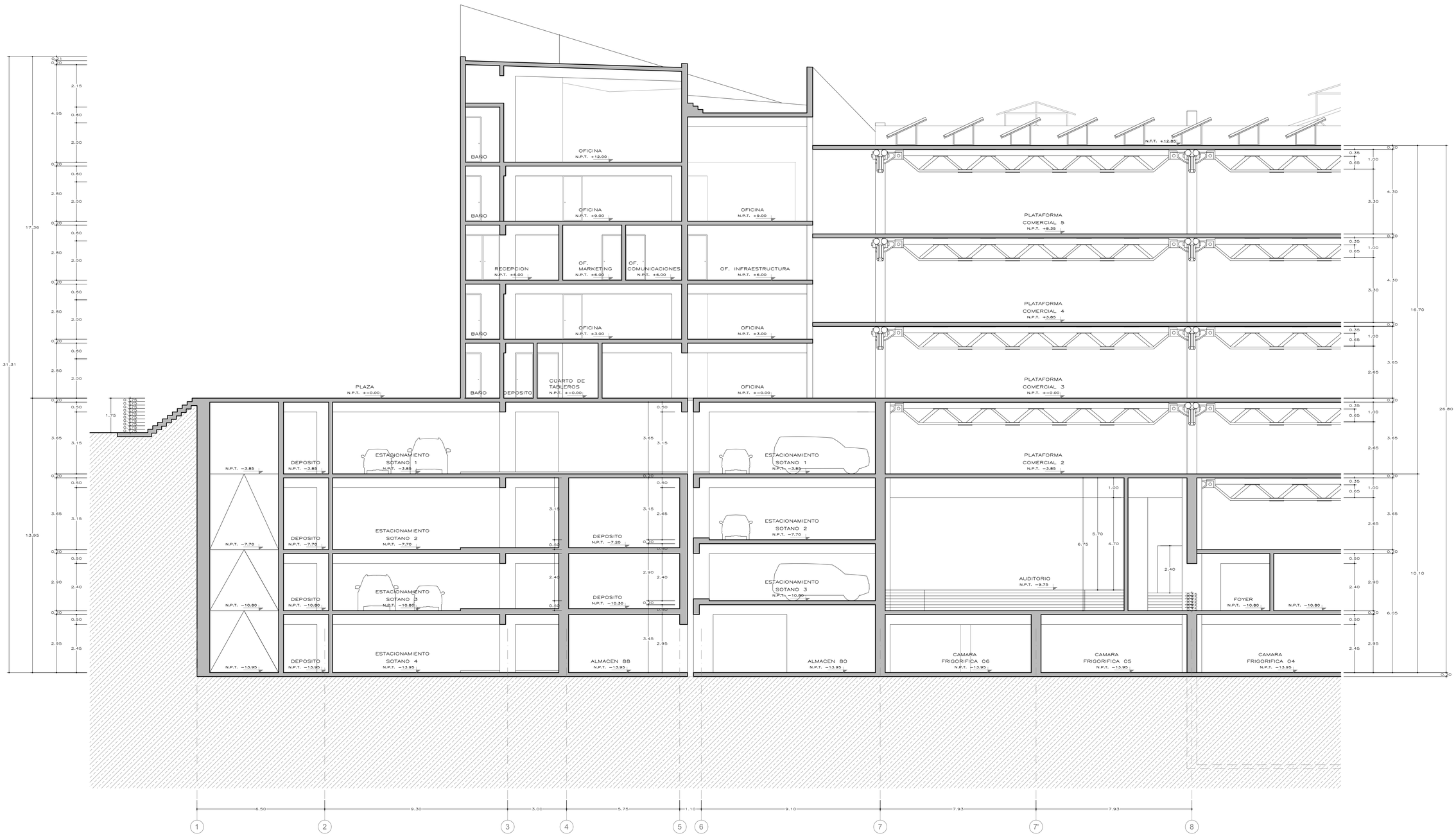
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-111

# CORTE 4-4 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 4-4

ESCALA:
1/100

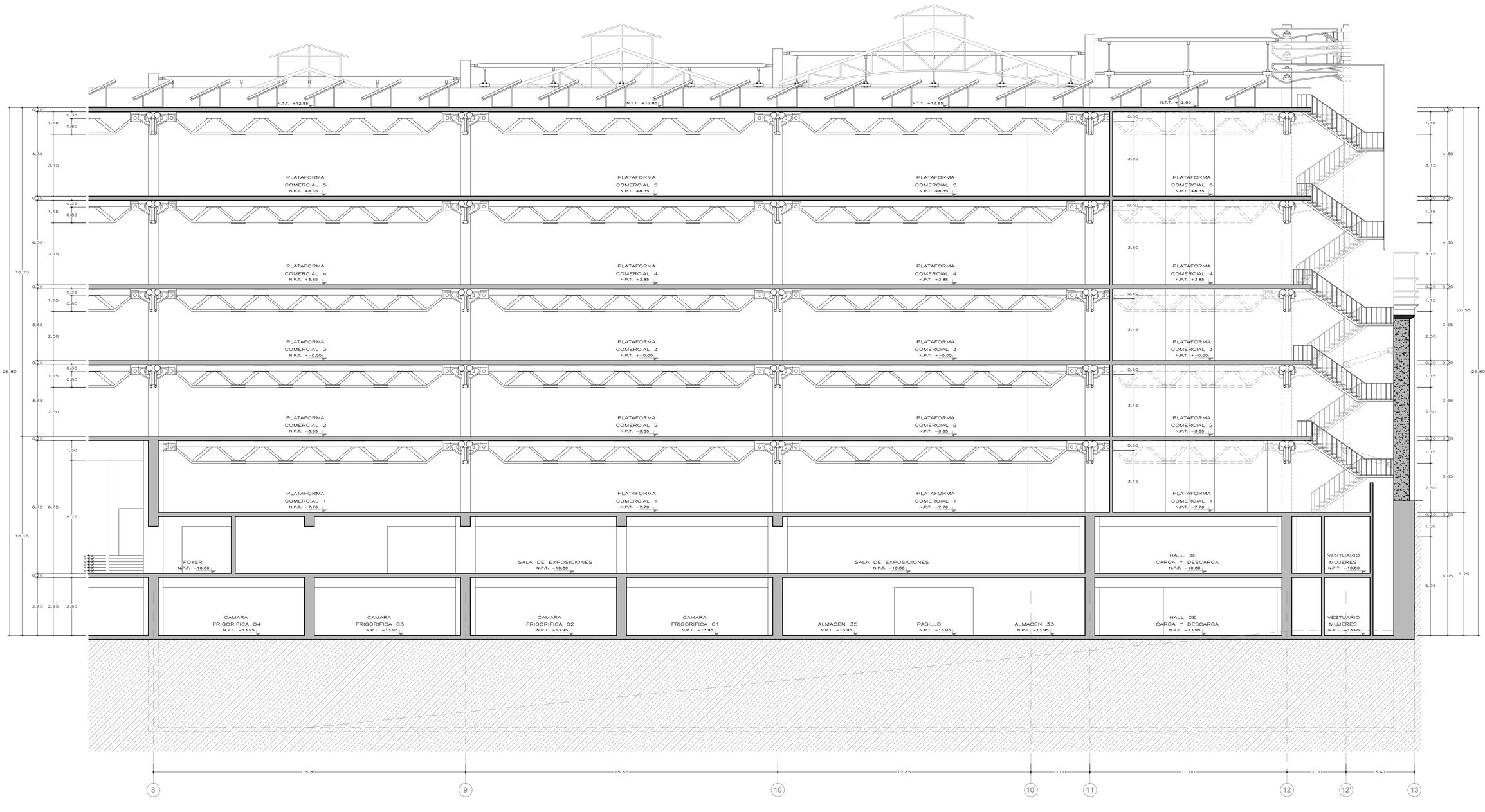
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-112

# CORTE 4-4 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 4-4

ESCALA:
1/100

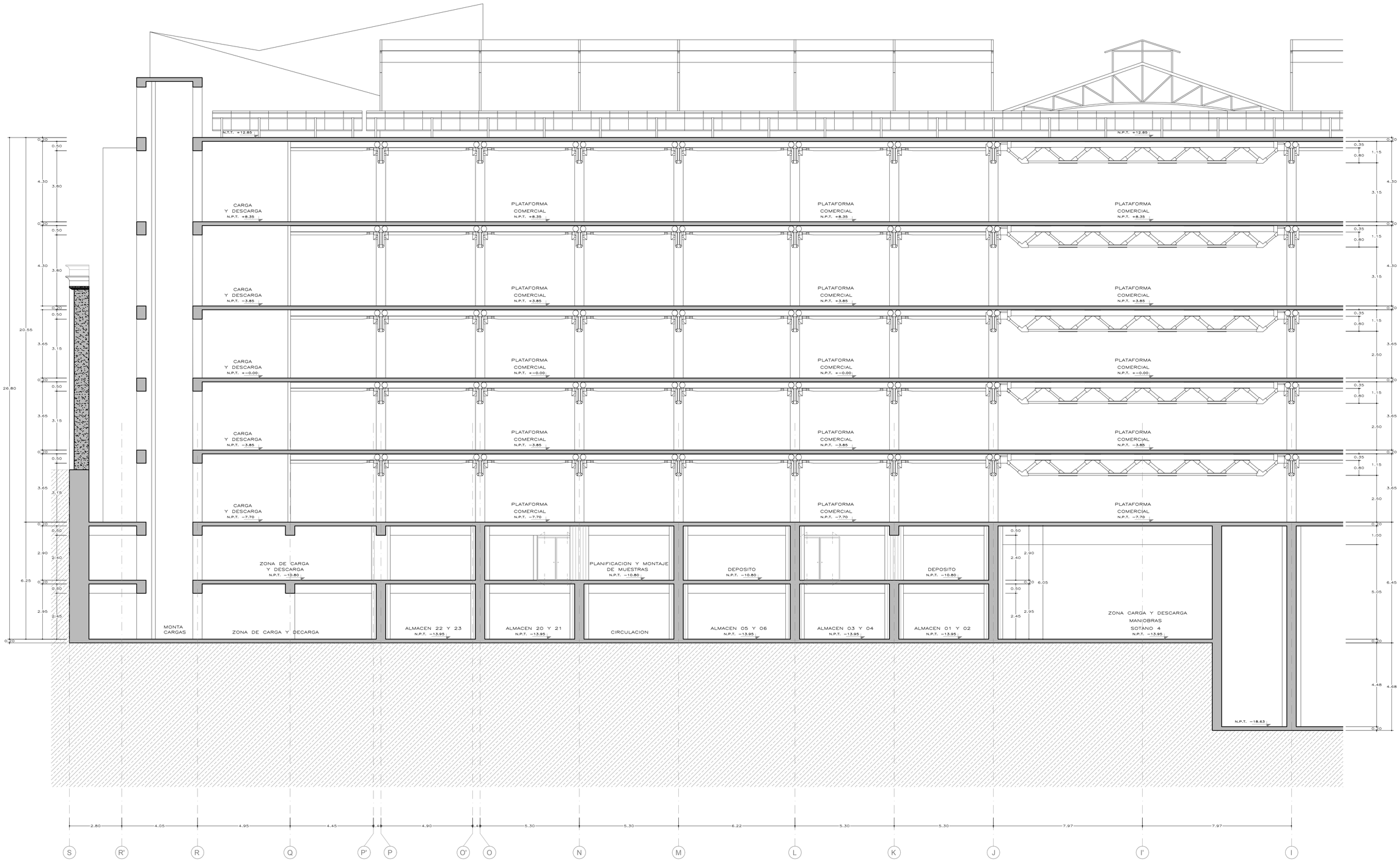
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-113

# CORTE 5-5 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 5-5

ESCALA:
1/100

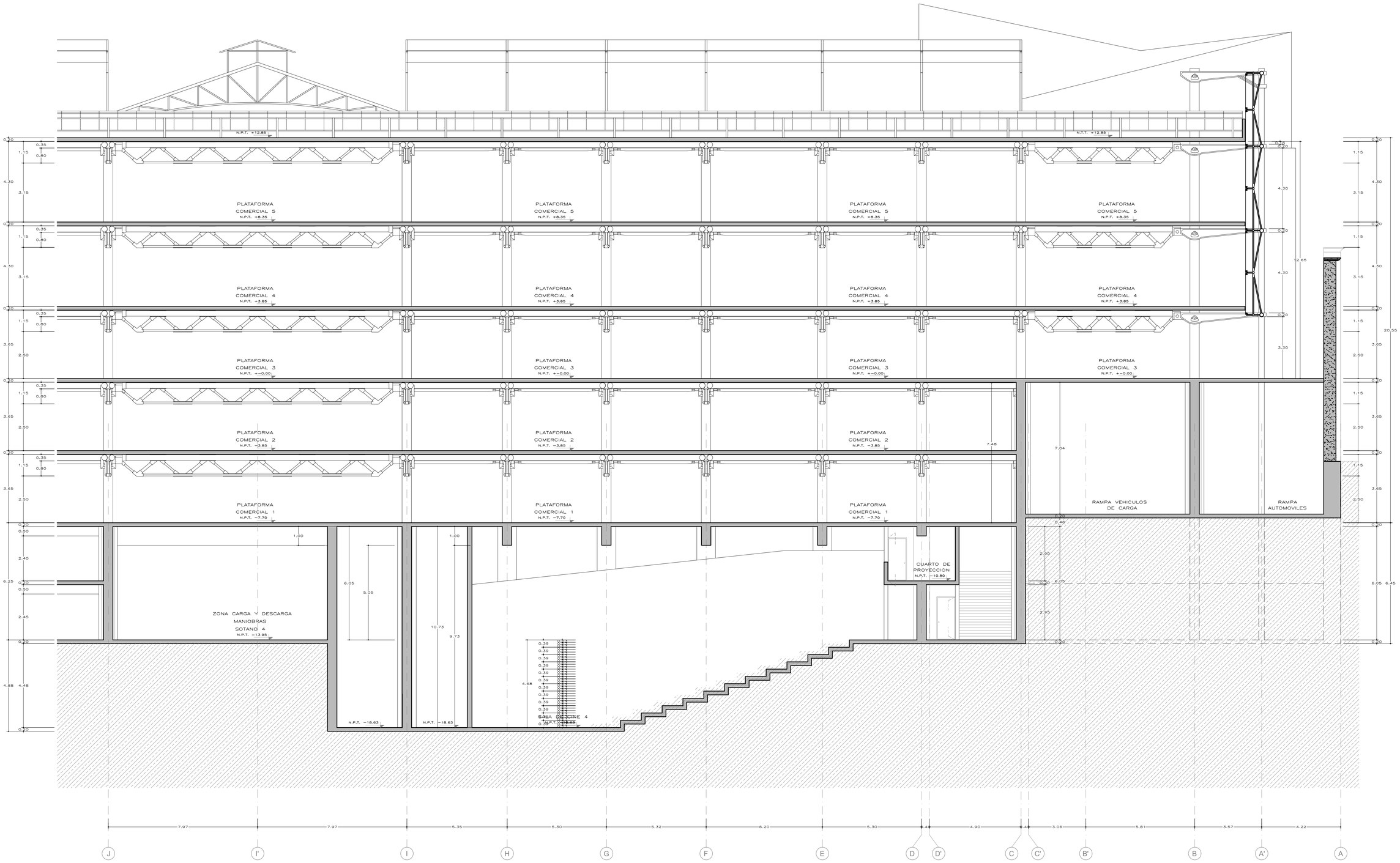
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-114

# CORTE 5-5 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 5-5

ESCALA:
1/100

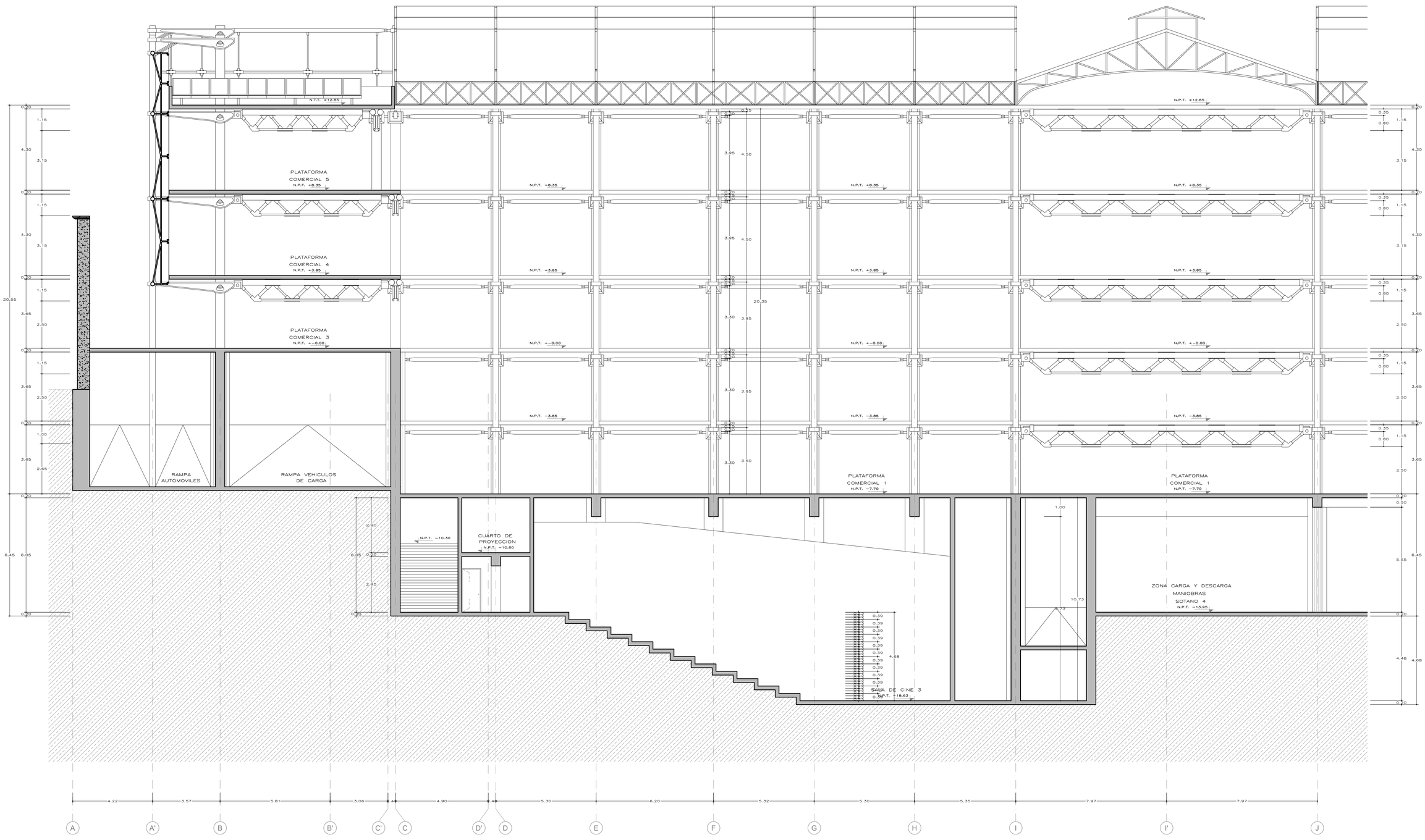
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-115

# CORTE 6-6 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 6-6

ESCALA:
1/100

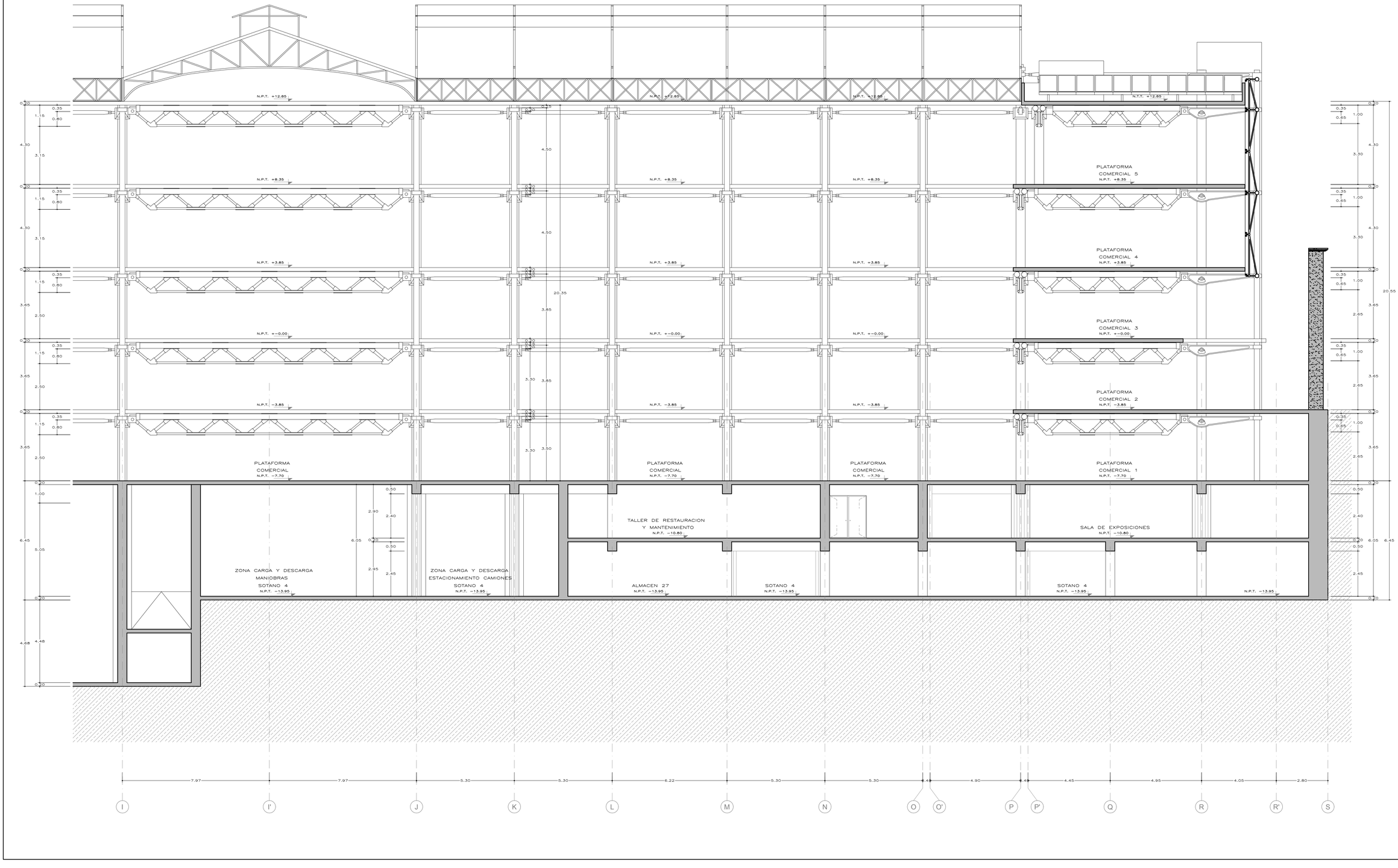
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-116

# CORTE 6-6 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 6-6

ESCALA:
1/100

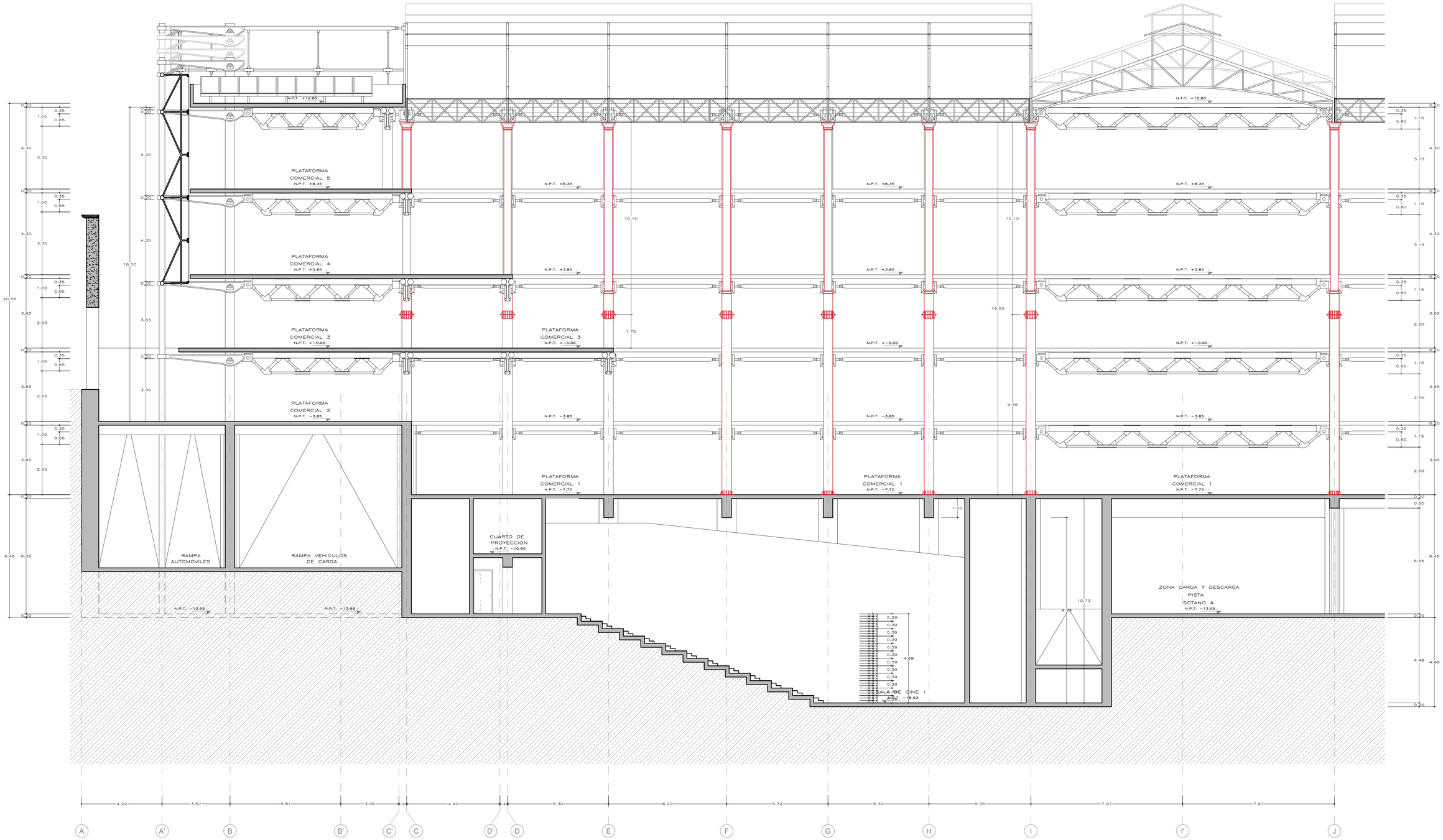
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-117

# CORTE 7-7 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 7-7

ESCALA:
1/100

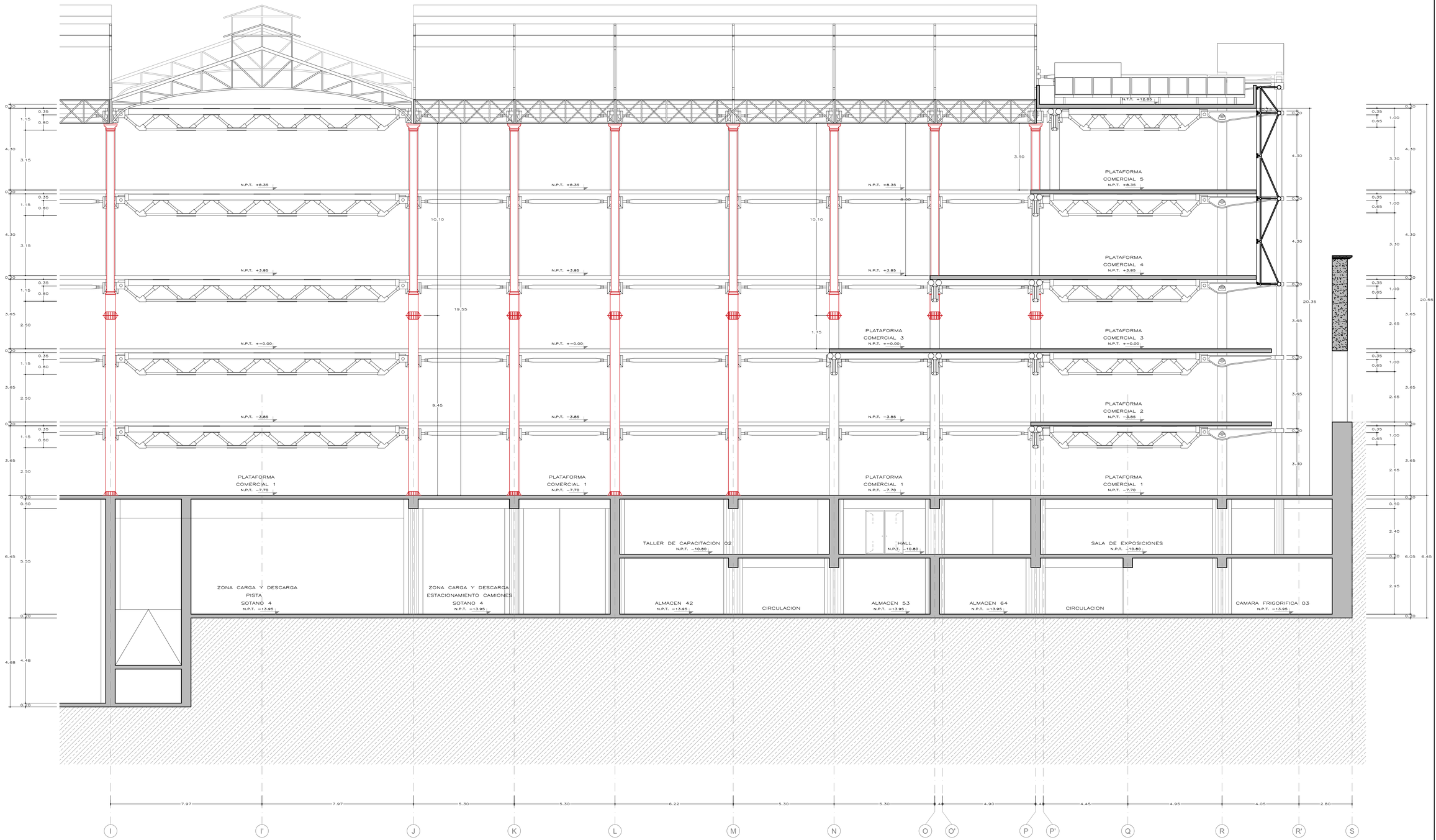
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-118

# CORTE 7-7 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 7-7

ESCALA:
1/100

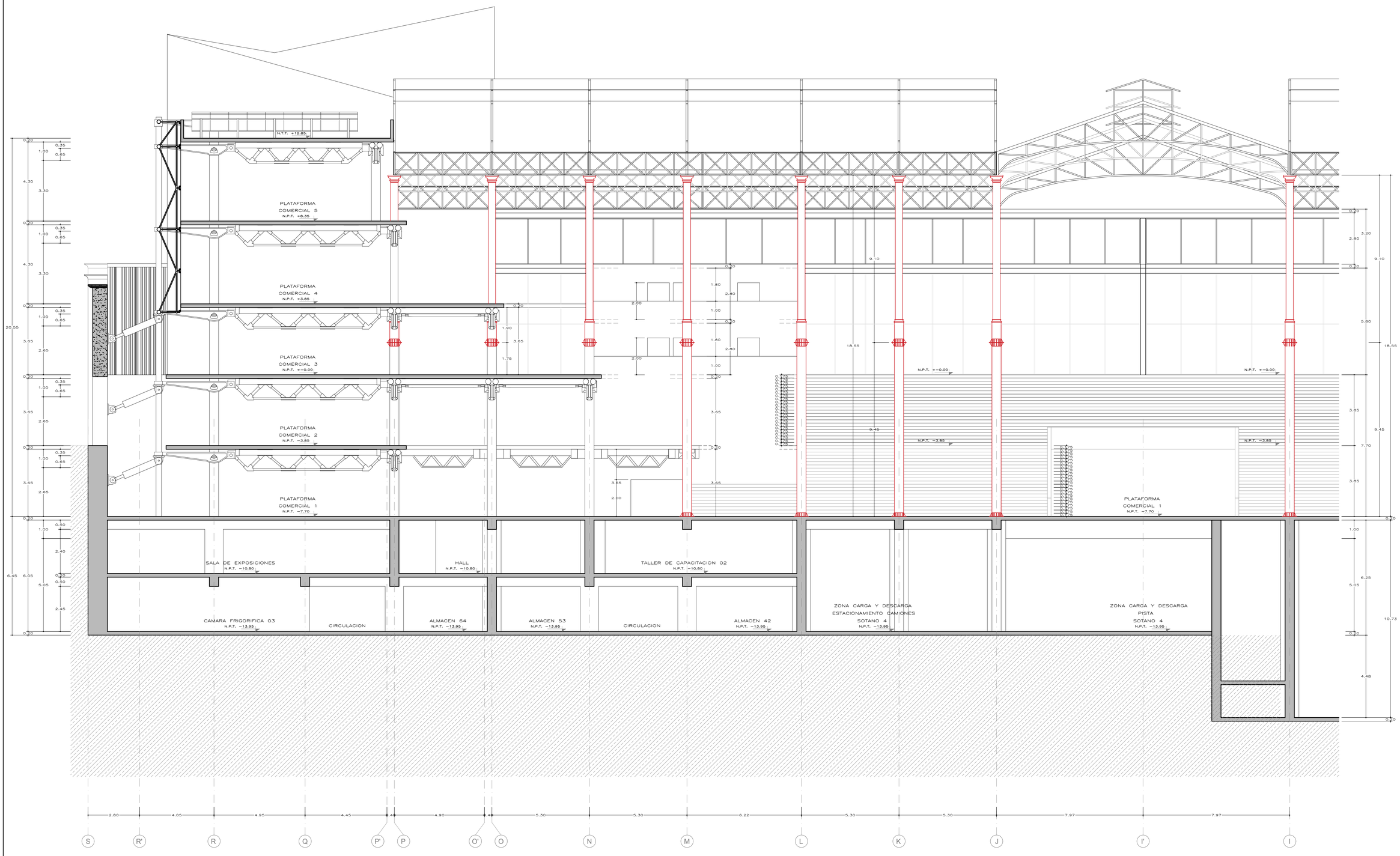
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-119

# CORTE 8-8 (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH. LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 8-8

ESCALA:
1/100

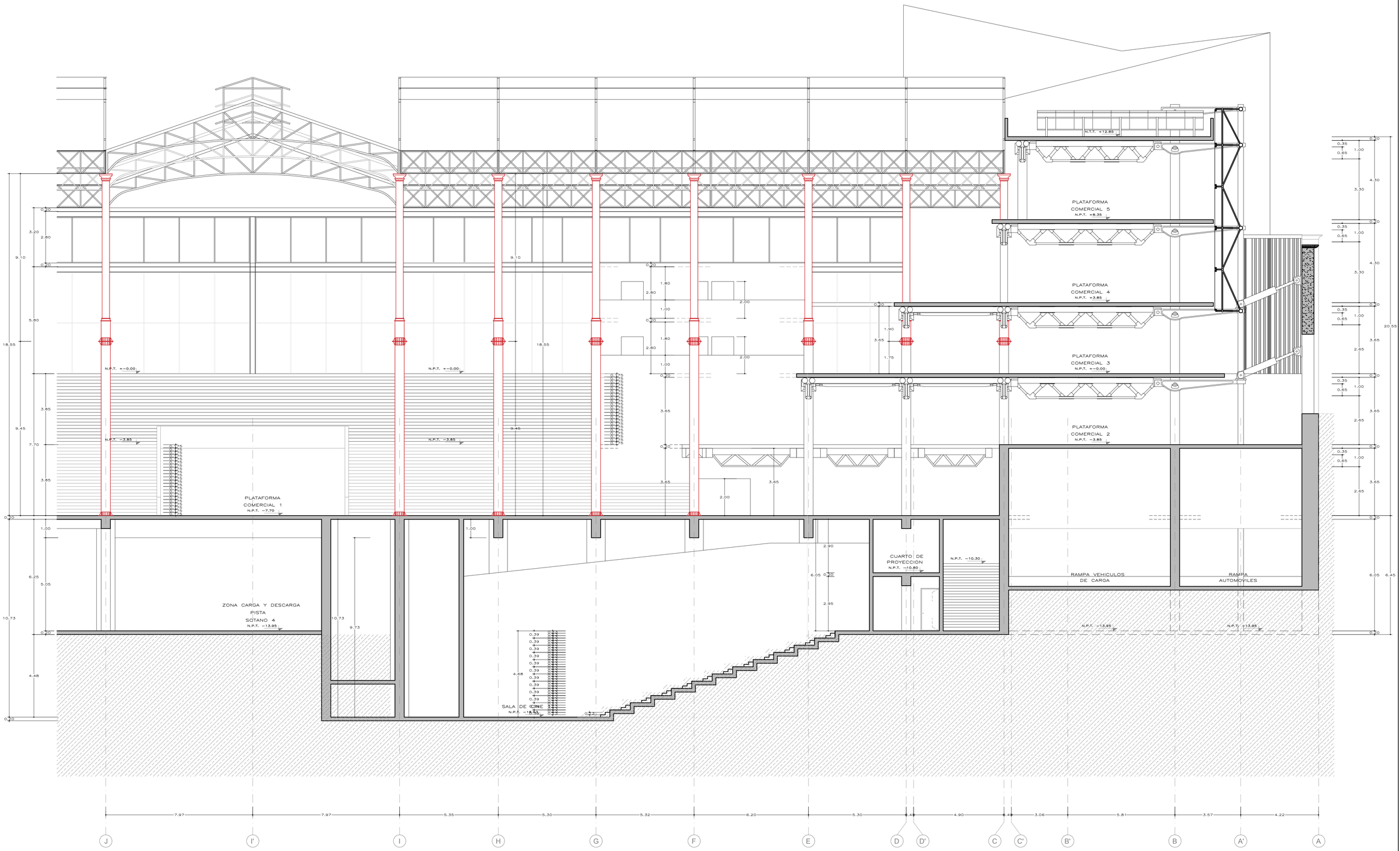
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-120

# CORTE 8-8 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE 8-8

ESCALA:
1/100

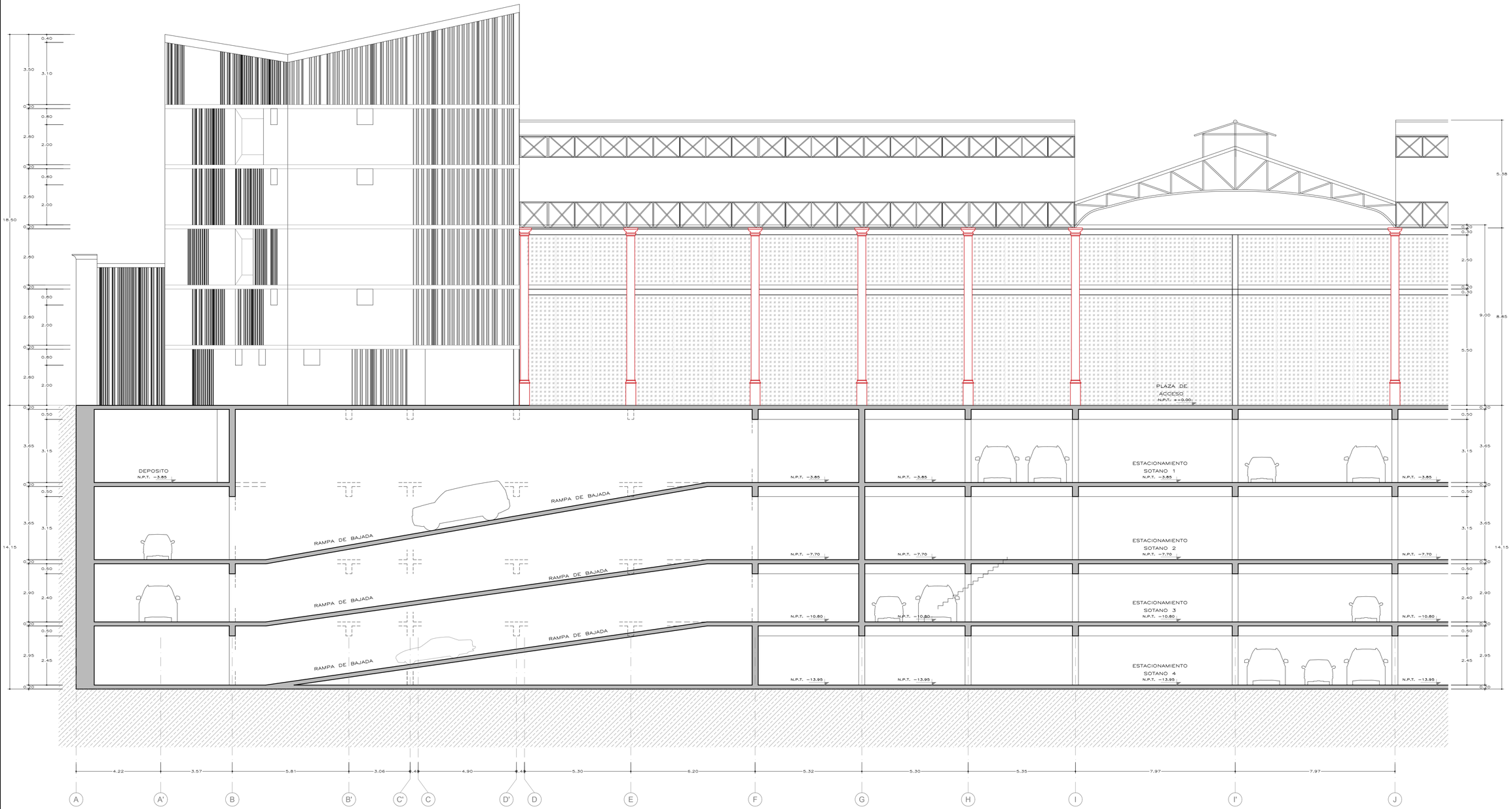
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-121

# CORTE 9-9 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
CORTE ELEVACION 9-9

ESCALA:
1/100

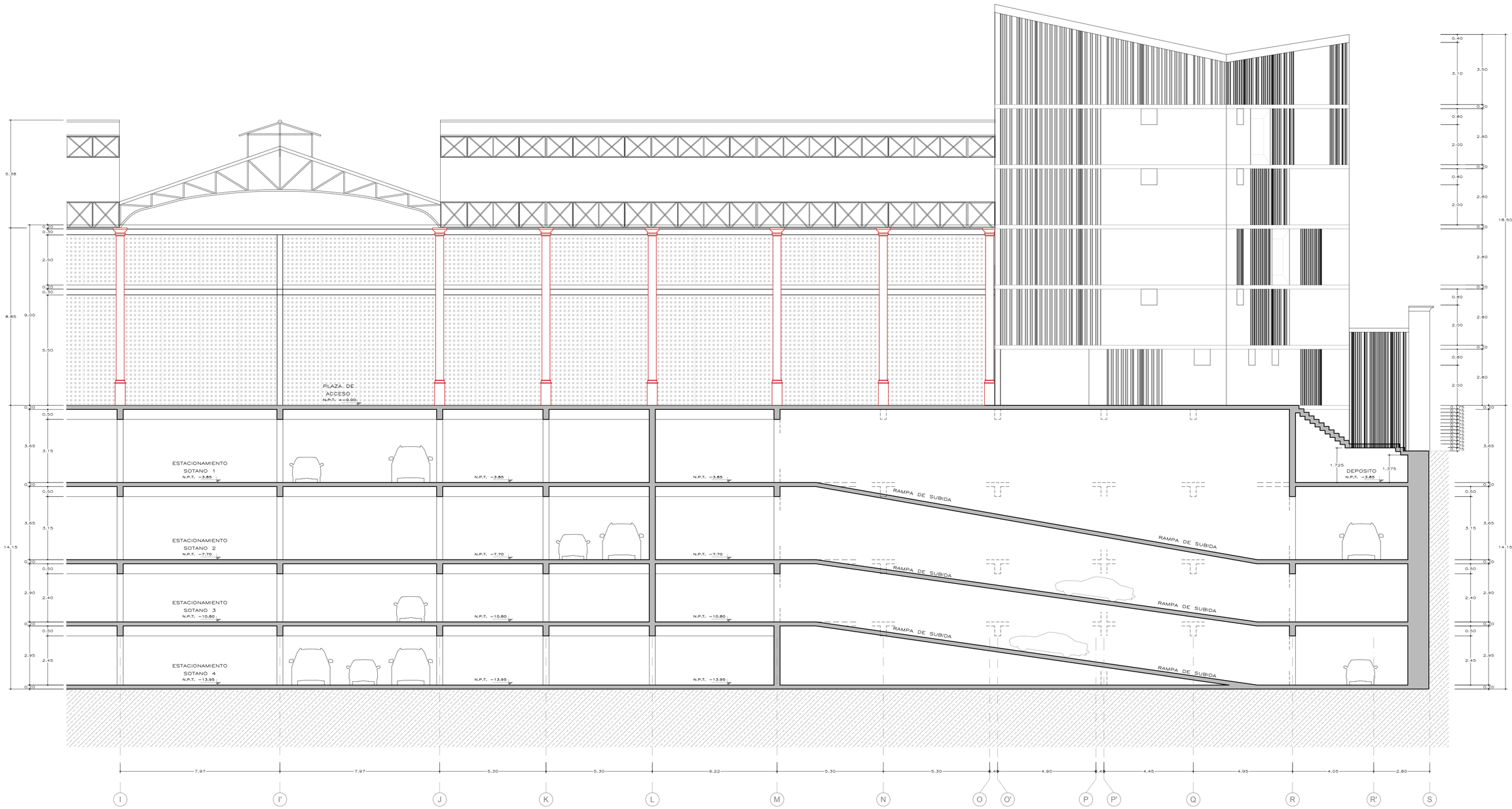
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-122

# CORTE 9-9 (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

CORTE ELEVACION 9-9
(ELEVACION FRONTAL
CALLE SAN CAMILO)

ESCALA:

1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-123

# ELEVACION CALLE ALTO DE LA LUNA (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION POSTERIOR
CALLE ALTO DE LA LUNA

ESCALA:

1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-124

# ELEVACION CALLE ALTO DE LA LUNA (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION POSTERIOR
CALLE ALTO DE LA LUNA

ESCALA:

1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-125

# ELEVACION CALLE PIEROLA (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
ELEVACION LATERAL CALLE PIEROLA

ESCALA:
1/100

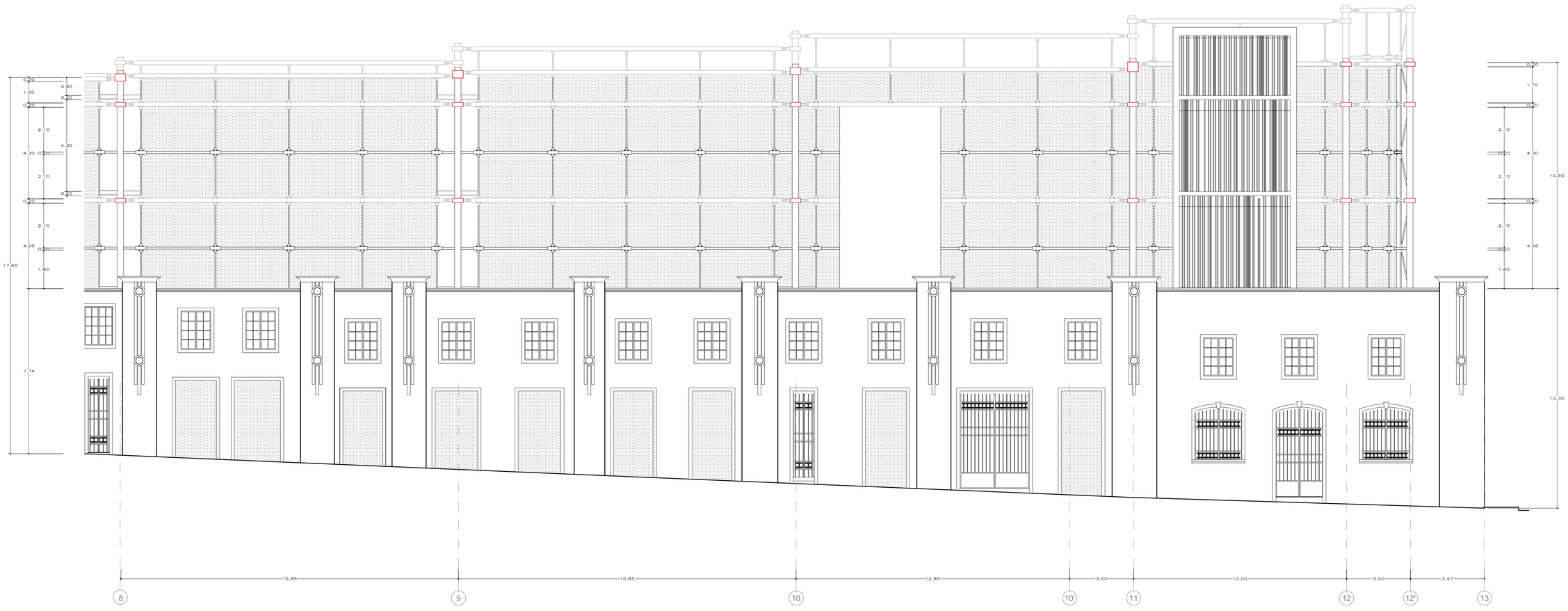
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-126

# ELEVACION CALLE PIEROLA (B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PIEROLA

ESCALA:

1/100

FECHA :

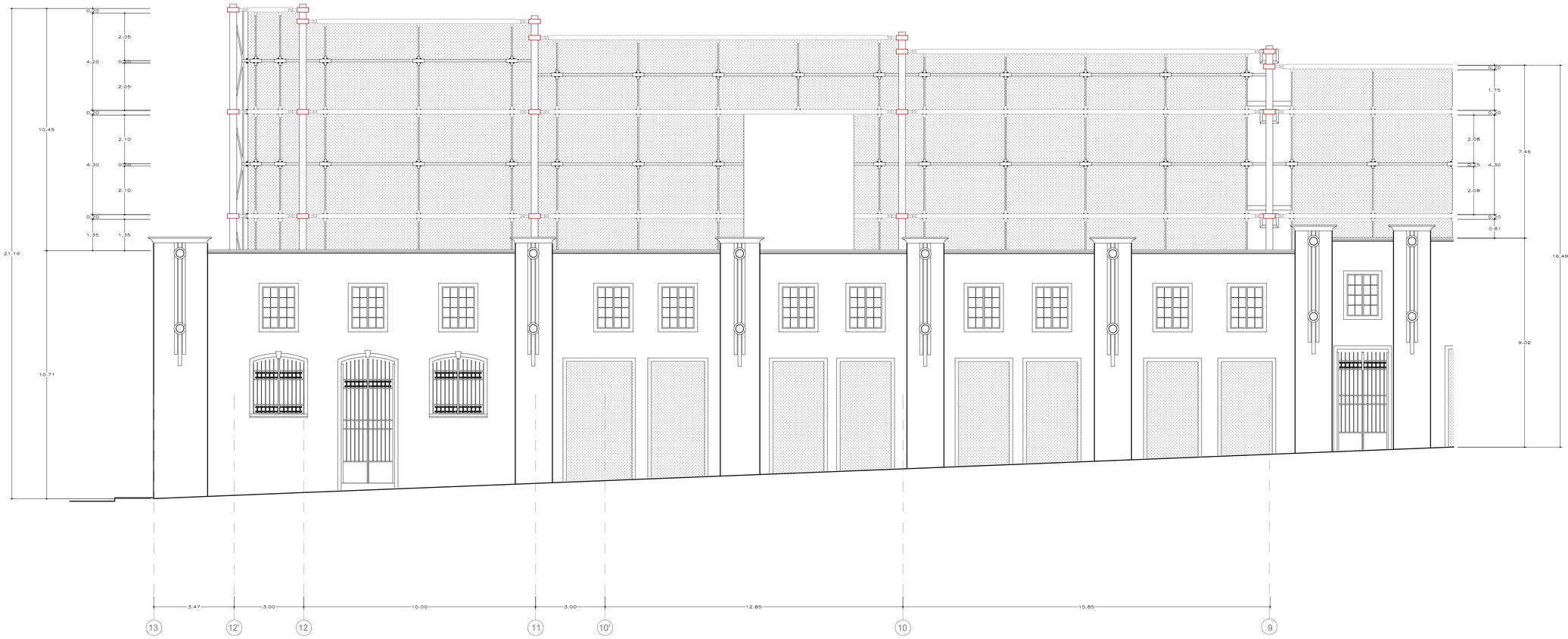
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-127

# ELEVACION CALLE PERU (A)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PERU

ESCALA:

1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-128

# ELEVACION CALLE PERU(B)

ESCALA: 1/100




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PERU

ESCALA:

1/100

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

A-129

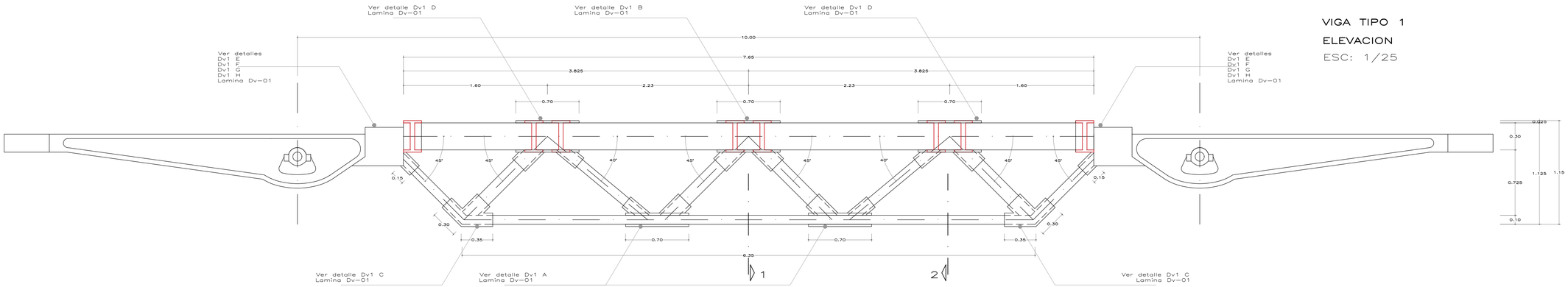
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

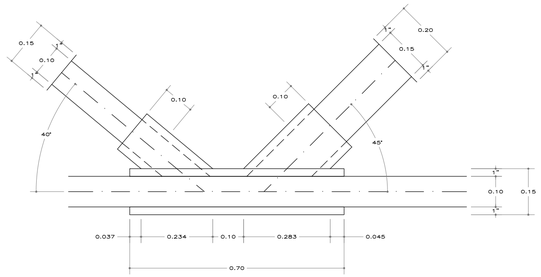
# DETALLES

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

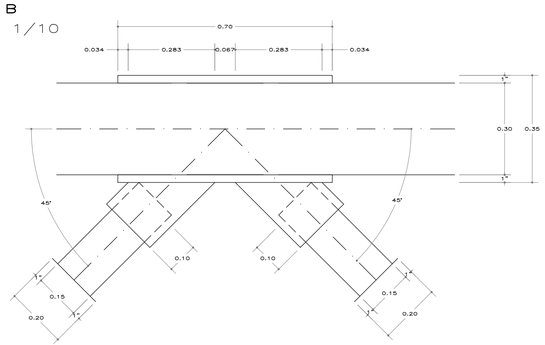
## VIGA TIPO 1
## ELEVACION
ESC: 1/25



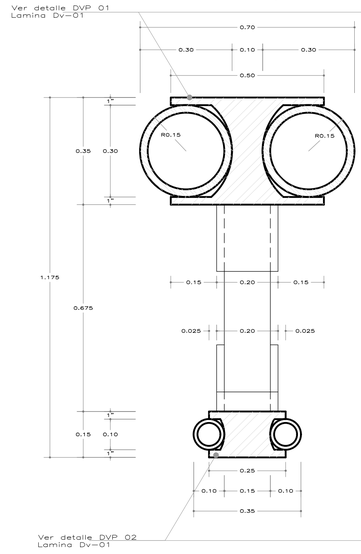

## DV1 A
ESC: 1/10



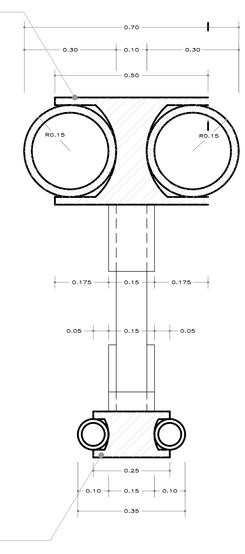

## DV1 B
ESC: 1/10



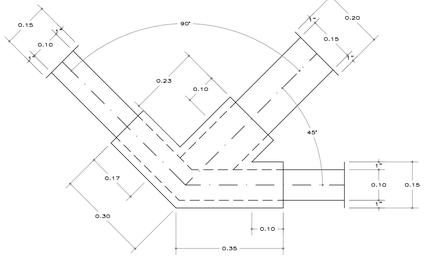

## VIGA TIPO 1
## CORTE 1—1
ESC: 1/10



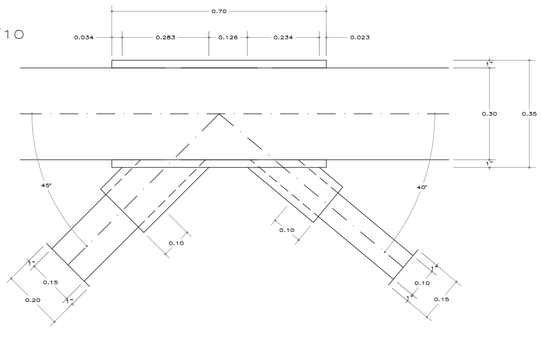

## VIGA TIPO 1
## CORTE 2—2
ESC: 1/10



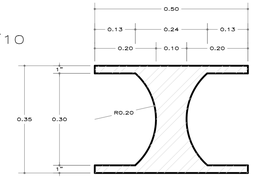

## DV1 C
ESC: 1/10



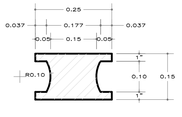

## DV1 D
ESC: 1/10



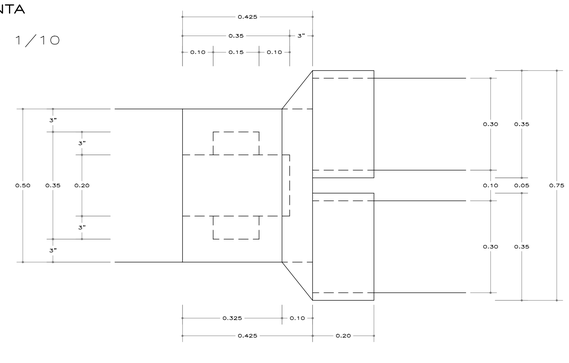

## DVP 01
ESC: 1/10



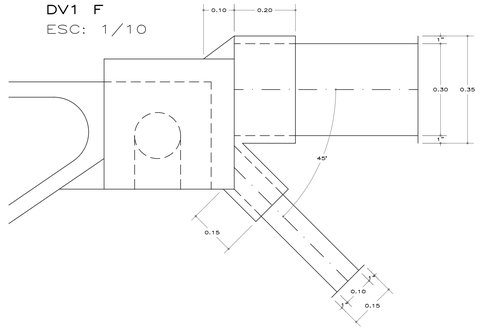

## DVP 02
ESC: 1/10



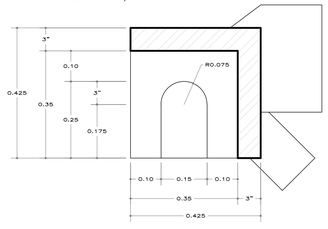

## DV1 E
## PLANTA
ESC: 1/10



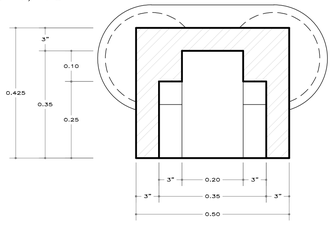

## DV1 F
ESC: 1/10




## DV1 G
ESC: 1/10




## DV1 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES
VIGAS

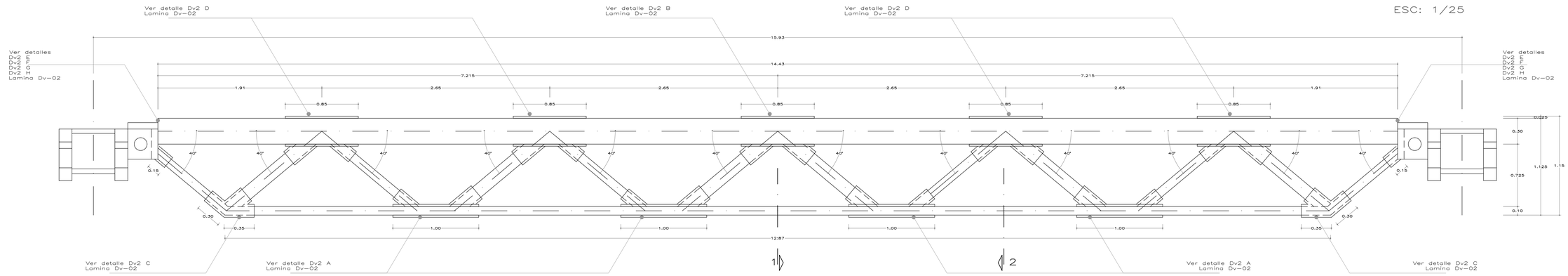
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

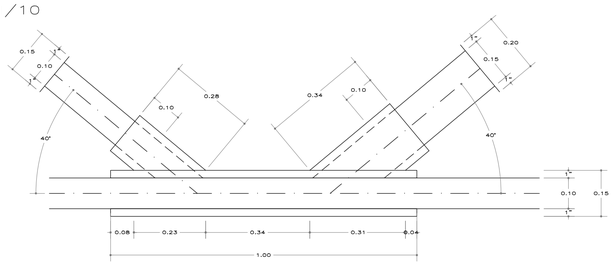
LAMINA :

Dv-01

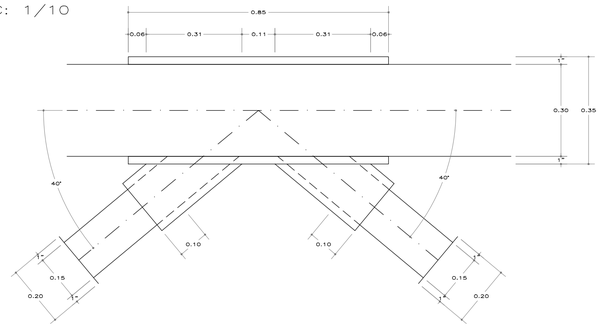
## VIGA TIPO 2
## ELEVACION
ESC: 1/25



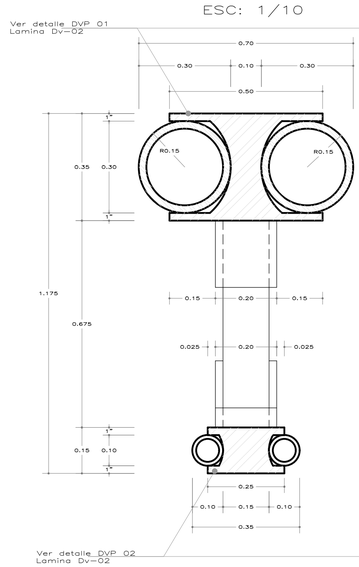

## DV2 A
ESC: 1/10



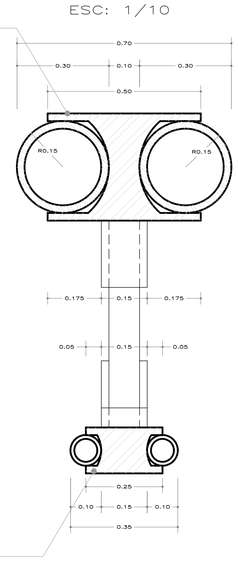

## DV2 B
ESC: 1/10



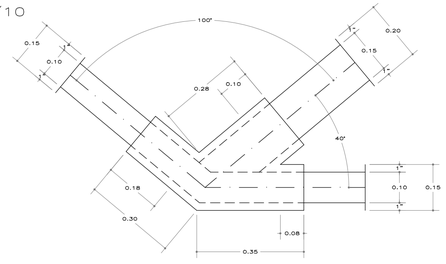

## VIGA TIPO 2
## CORTE 1—1
ESC: 1/10



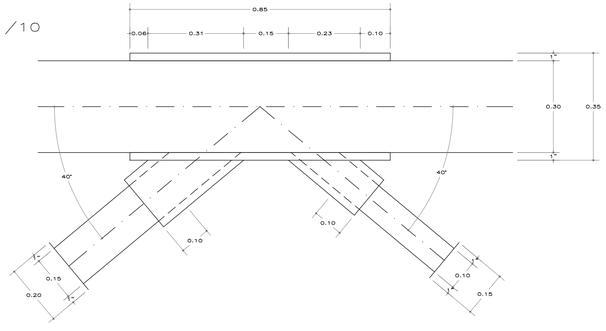

## VIGA TIPO 2
## CORTE 2—2
ESC: 1/10



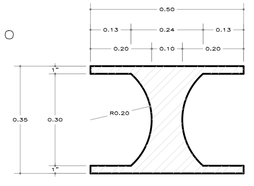

## DV2 C
ESC: 1/10



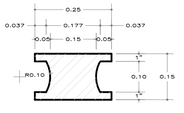

## DV2 D
ESC: 1/10



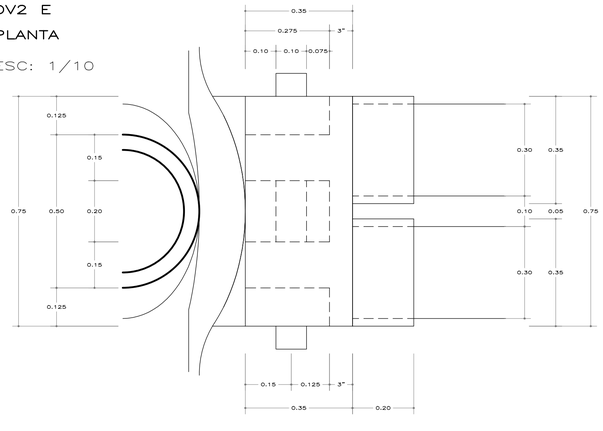

## DVP 01
ESC: 1/10



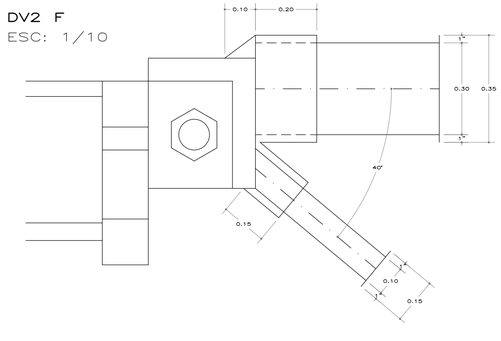

## DVP 02
ESC: 1/10



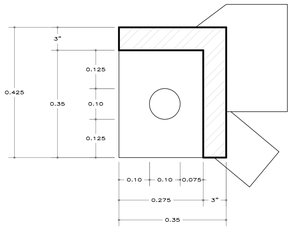

## DV2 E
## PLANTA
ESC: 1/10



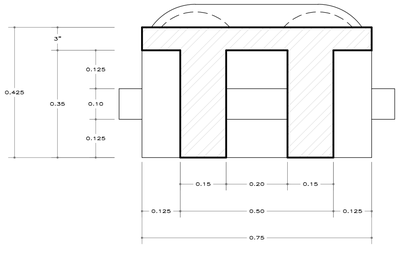

## DV2 F
ESC: 1/10




## DV2 G
ESC: 1/10




## DV2 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES VIGAS

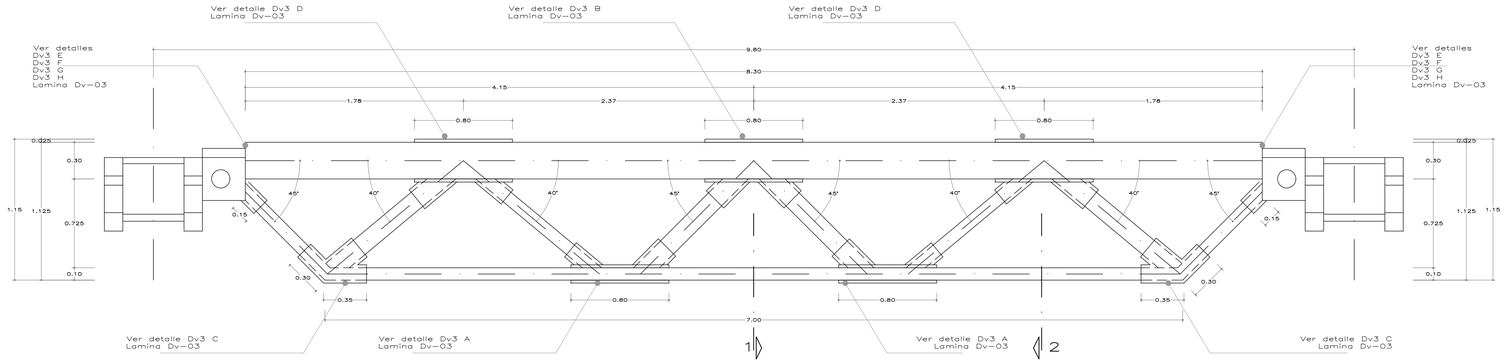
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

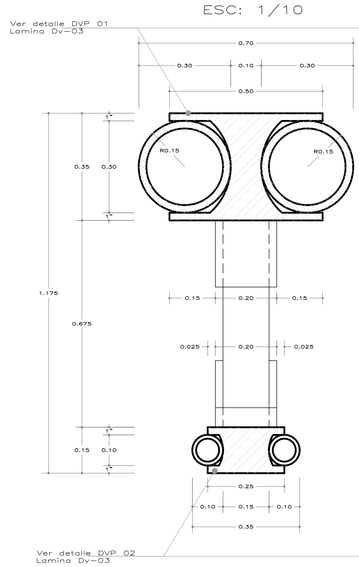
LAMINA :

Dv-02

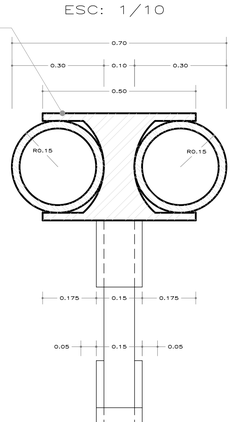
## VIGA TIPO 3
## ELEVACION
ESC: 1/25



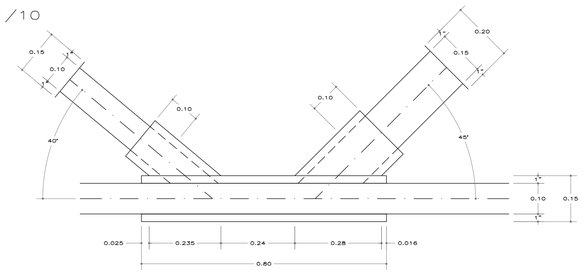

## VIGA TIPO 3
## CORTE 1—1
ESC: 1/10



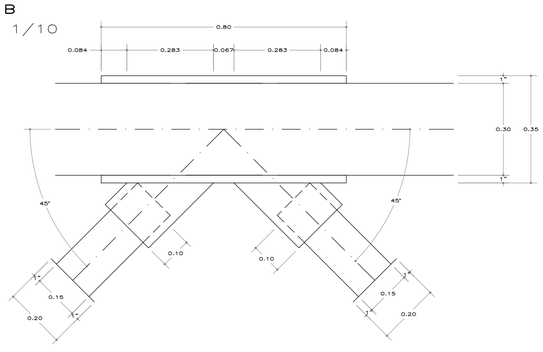

## VIGA TIPO 3
## CORTE 2—2
ESC: 1/10



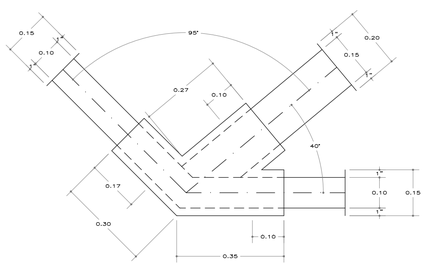

## DV3 A
ESC: 1/10



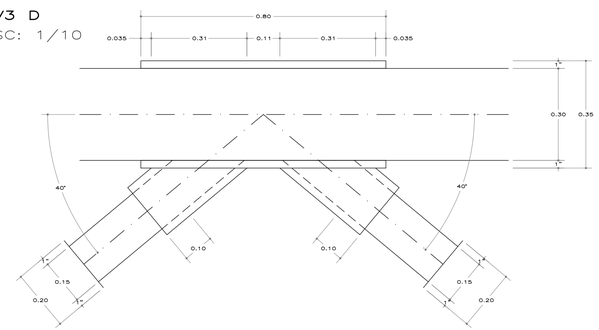

## DV3 B
ESC: 1/10



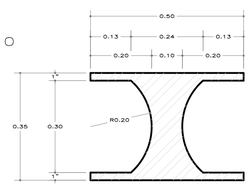

## DV3 C
ESC: 1/10



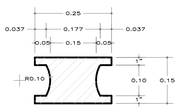

## DV3 D
ESC: 1/10



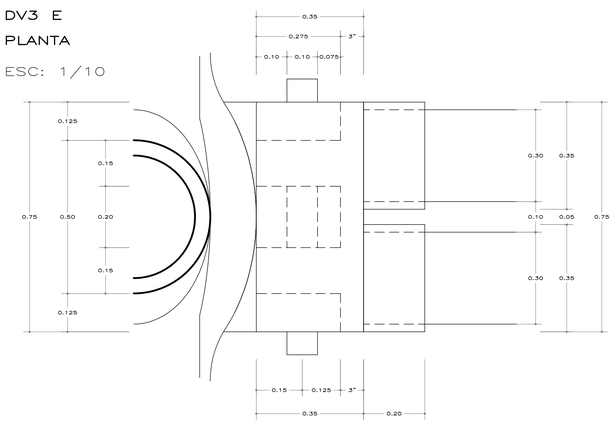

## DVP 01
ESC: 1/10



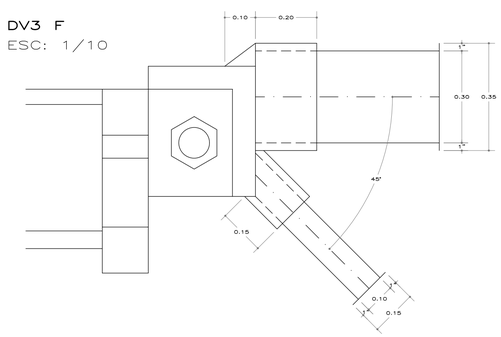

## DVP 02
ESC: 1/10



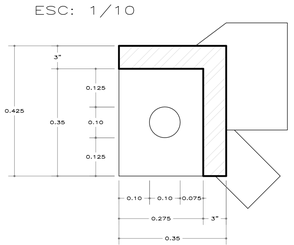

## DV3 E
## PLANTA
ESC: 1/10



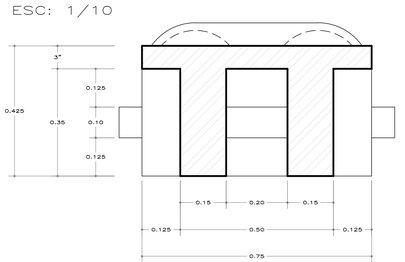

## DV3 F
ESC: 1/10




## DV3 G
ESC: 1/10




## DV3 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

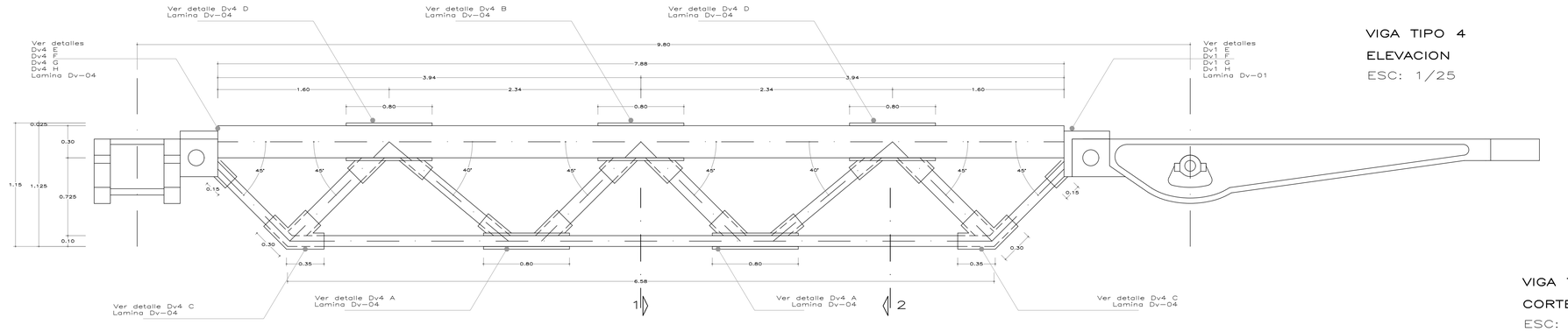
PLANO :
DETALLES VIGAS

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Dv-03



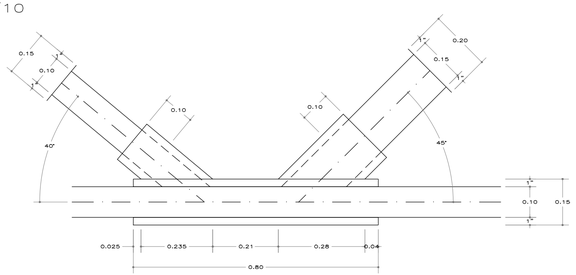

VIGA TIPO 4

ELEVACION

ESC: 1/25

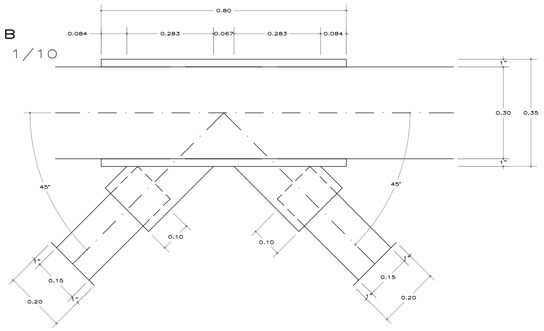
DV4 A

ESC: 1/10



DV4 B

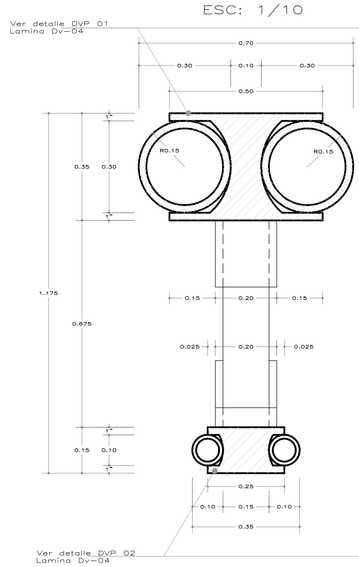
ESC: 1/10



VIGA TIPO 4

CORTE 1—1

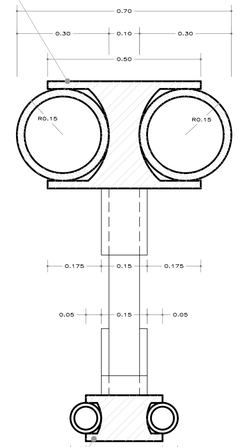
ESC: 1/10




VIGA TIPO 4

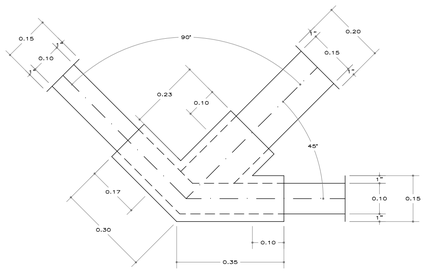
CORTE 2—2

ESC: 1/10



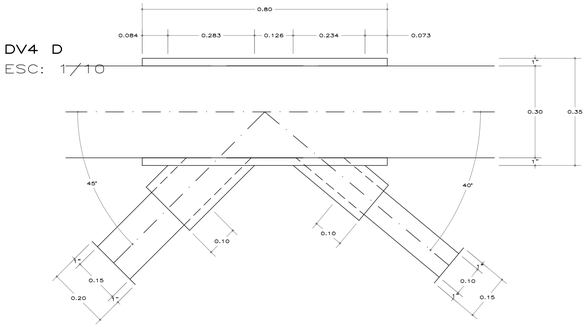
DV4 C

ESC: 1/10



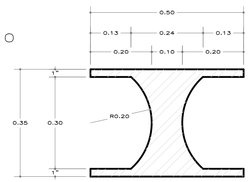
DV4 D

ESC: 1/10



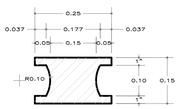
DVP 01

ESC: 1/10



DVP 02

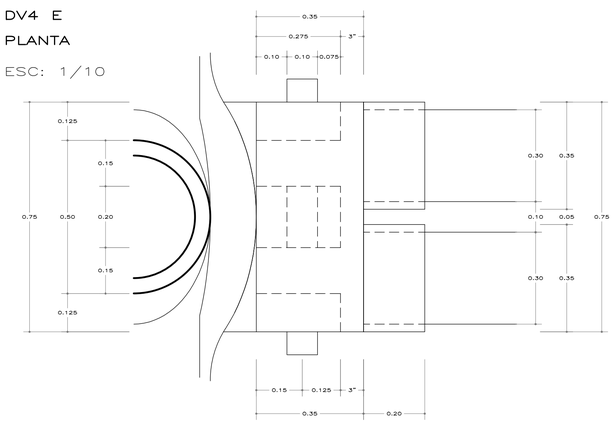
ESC: 1/10



DV4 E

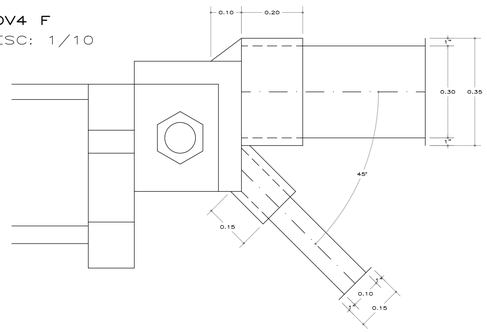
PLANTA

ESC: 1/10



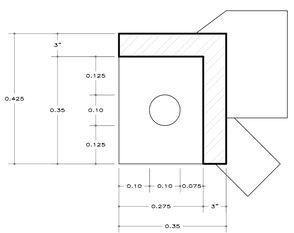
DV4 F

ESC: 1/10



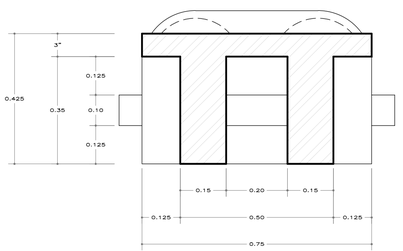
DV4 G

ESC: 1/10



DV4 H

ESC: 1/10



UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

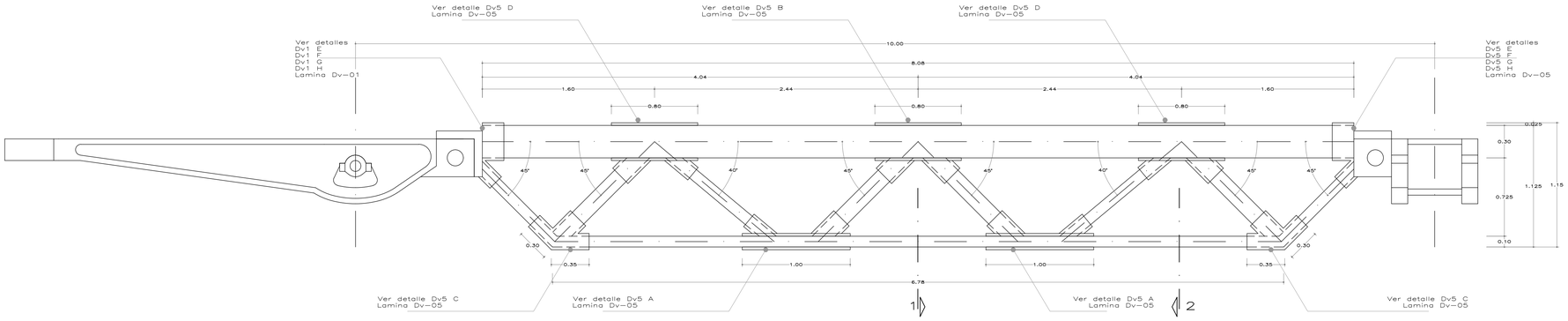
PLANO :
DETALLES
VIGAS

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

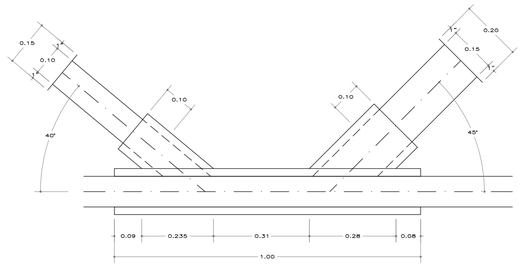
LAMINA :

Dv-04

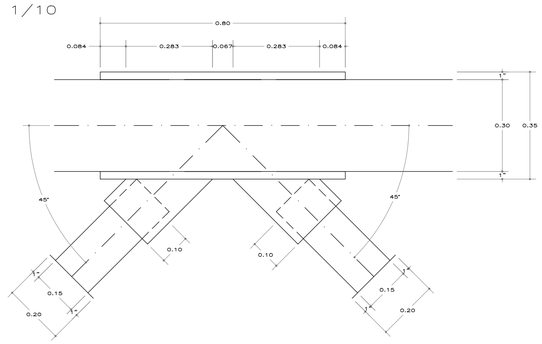



## VIGA TIPO 5
## ELEVACION
ESC: 1/25

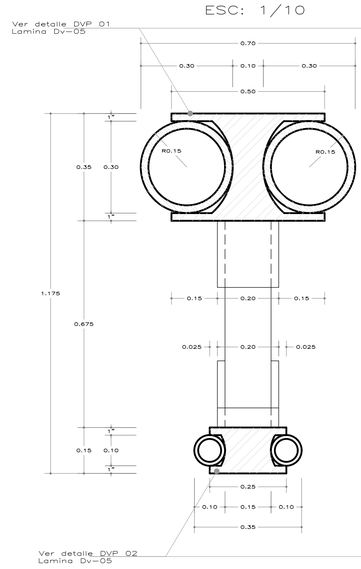
## DV5 A
ESC: 1/10



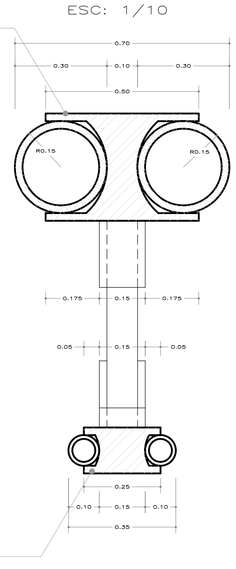

## DV5 B
ESC: 1/10



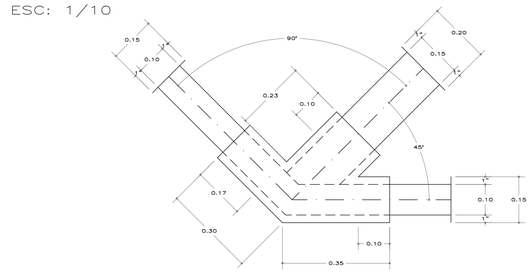

## VIGA TIPO 5
## CORTE 1—1
ESC: 1/10



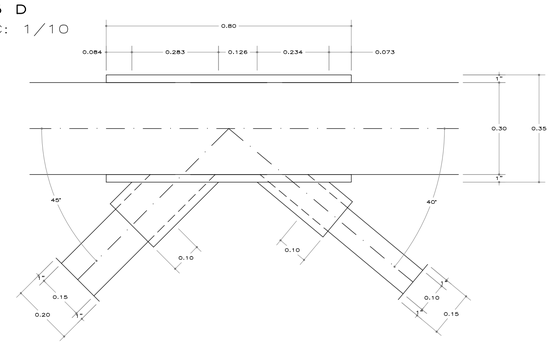

## VIGA TIPO 5
## CORTE 2—2
ESC: 1/10



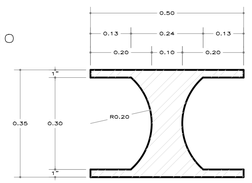

## DV5 C
ESC: 1/10



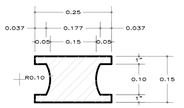

## DV5 D
ESC: 1/10



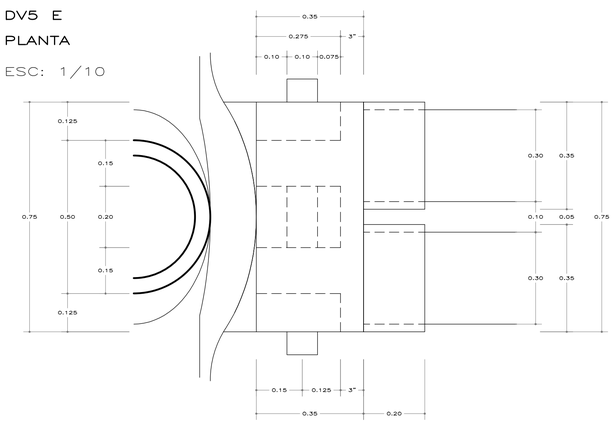

## DVP 01
ESC: 1/10



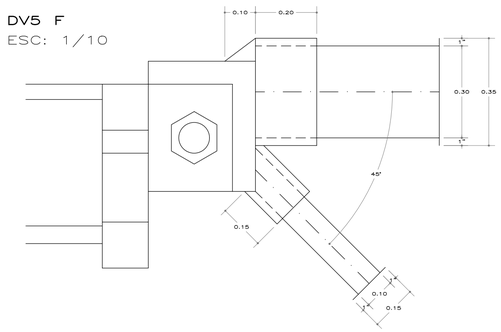

## DVP 02
ESC: 1/10



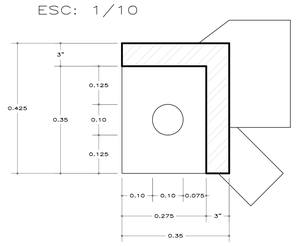

## DV5 E
## PLANTA
ESC: 1/10



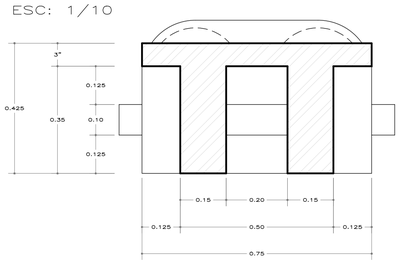

## DV5 F
ESC: 1/10




## DV5 G
ESC: 1/10




## DV5 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES
VIGAS

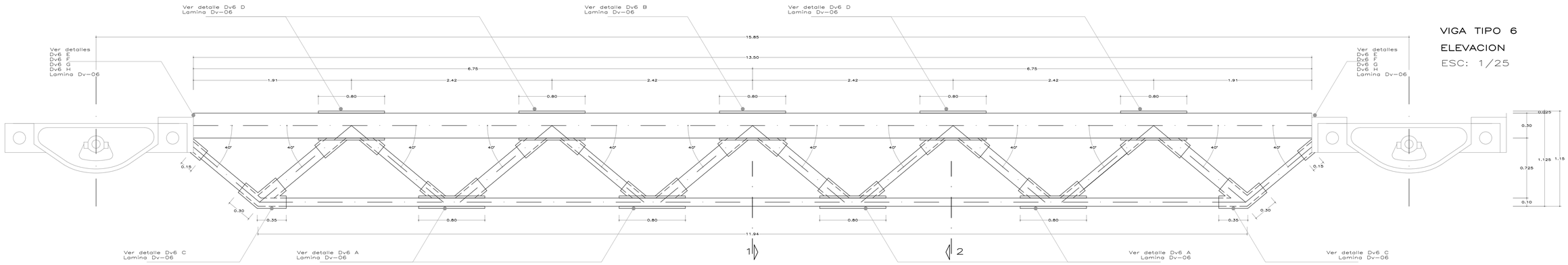
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

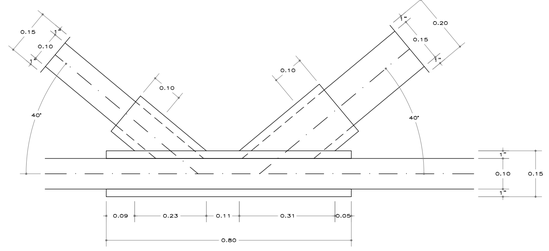
LAMINA :

Dv-05

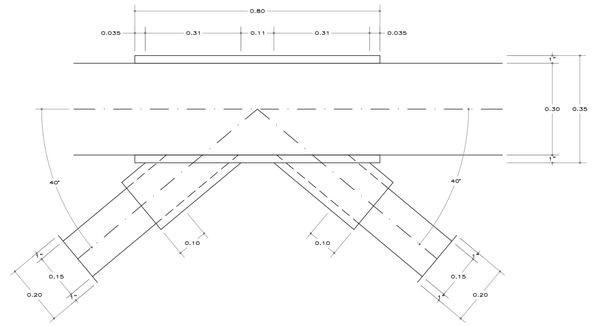
## VIGA TIPO 6
## ELEVACION
ESC: 1/25



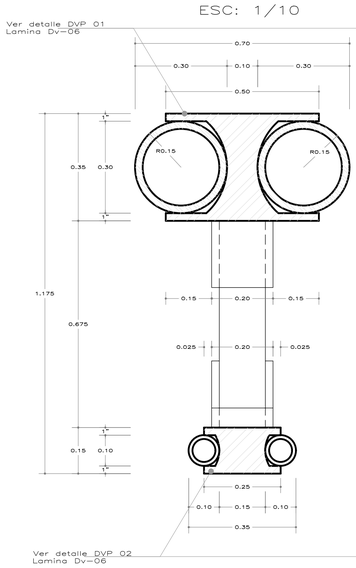

## DV6 A
ESC: 1/10



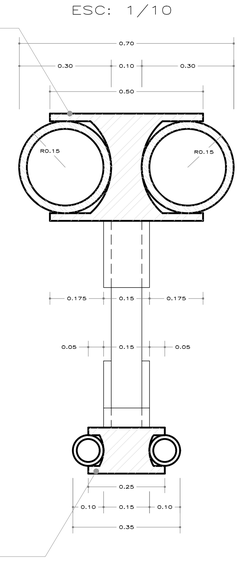

## DV6 B
ESC: 1/10



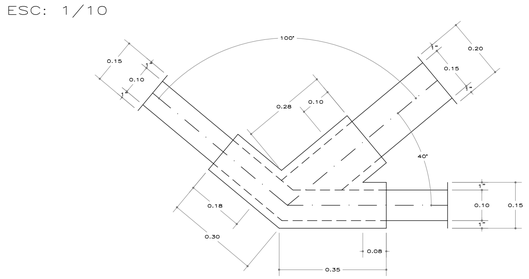

## VIGA TIPO 6
## CORTE 1—1
ESC: 1/10



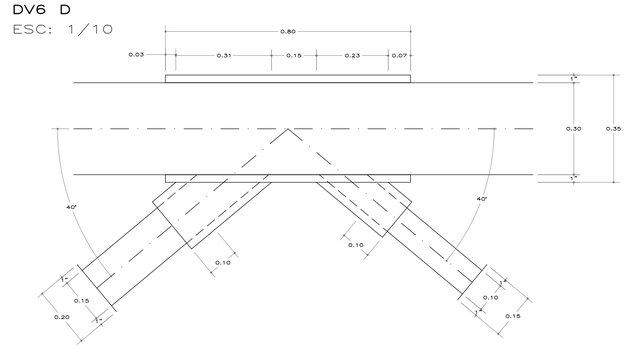

## VIGA TIPO 6
## CORTE 2—2
ESC: 1/10



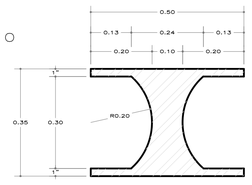

## DV6 C
ESC: 1/10



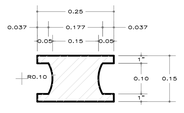

## DV6 D
ESC: 1/10



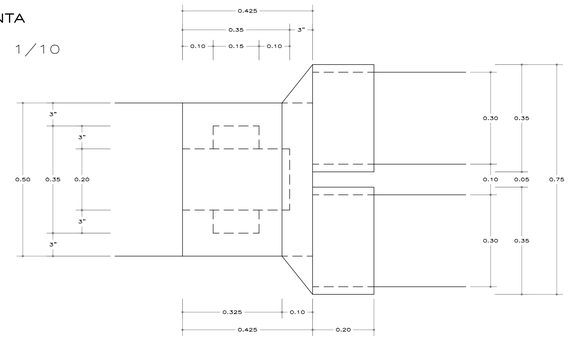

## DVP 01
ESC: 1/10



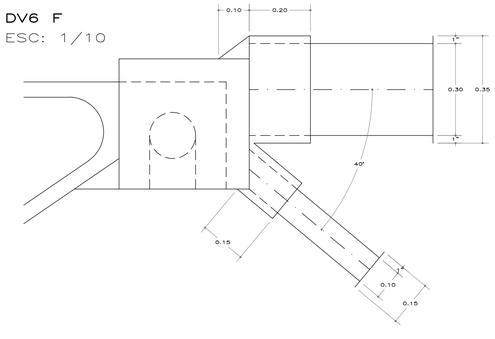

## DVP 02
ESC: 1/10



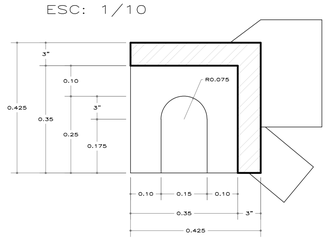

## DV6 E
## PLANTA
ESC: 1/10



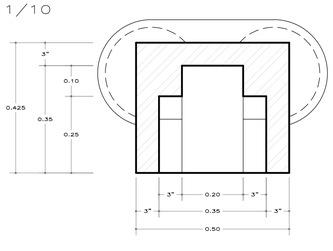

## DV6 F
ESC: 1/10




## DV6 G
ESC: 1/10




## DV6 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES VIGAS

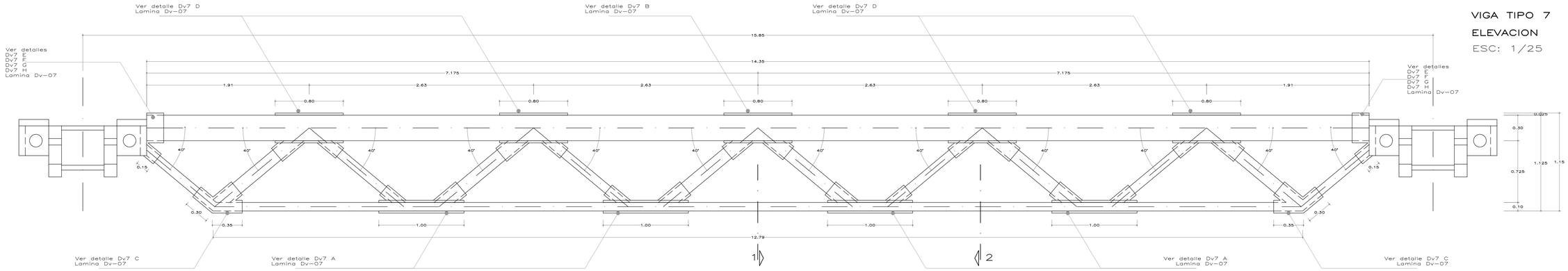
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

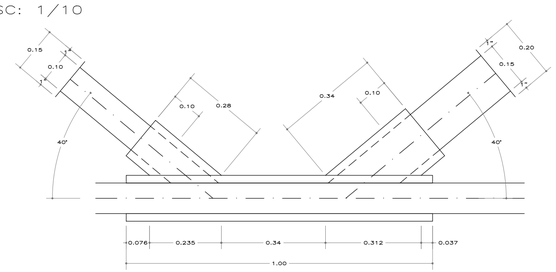
LAMINA :

Dv-06

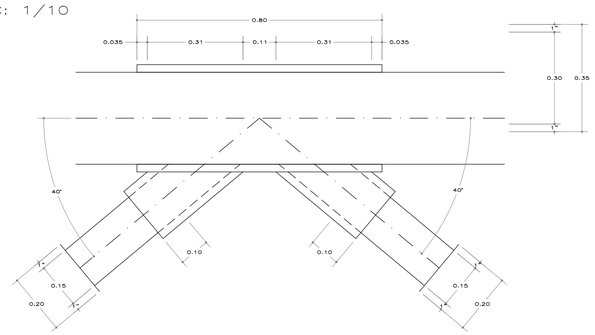
## VIGA TIPO 7
## ELEVACION
ESC: 1/25



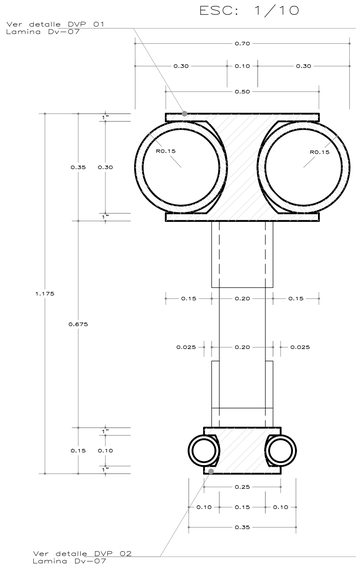

## DV7 A
ESC: 1/10



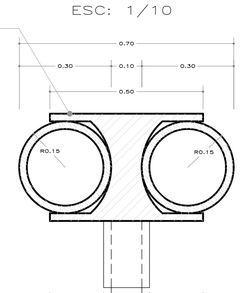

## DV7 B
ESC: 1/10



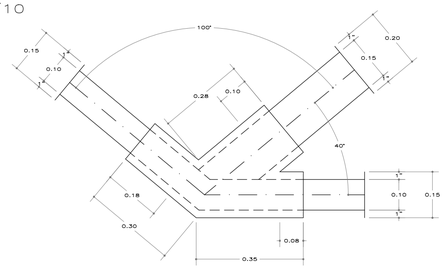

## VIGA TIPO 7
## CORTE 1—1
ESC: 1/10



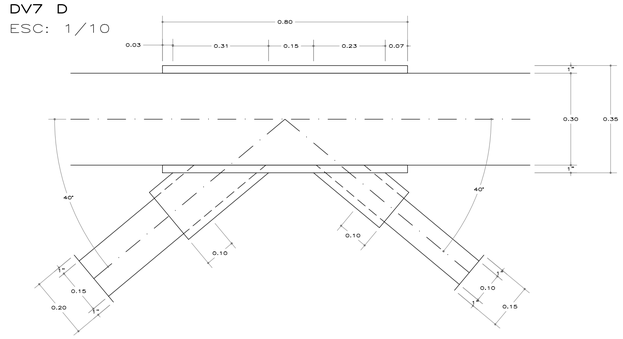

## VIGA TIPO 7
## CORTE 2—2
ESC: 1/10



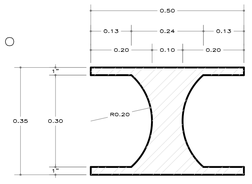

## DV7 C
ESC: 1/10



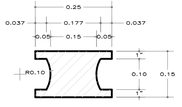

## DV7 D
ESC: 1/10



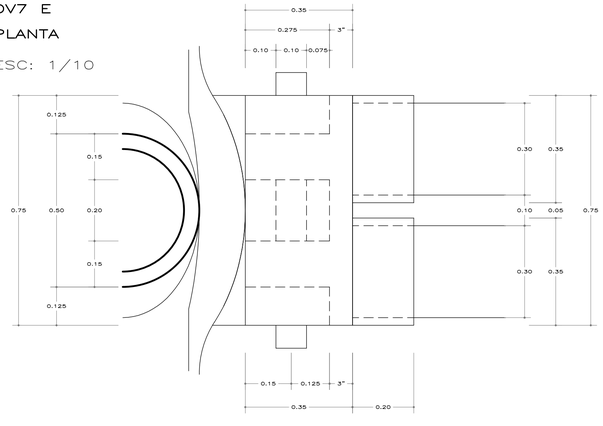

## DVP 01
ESC: 1/10



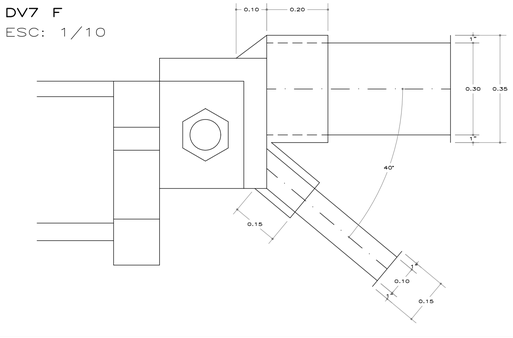

## DVP 02
ESC: 1/10



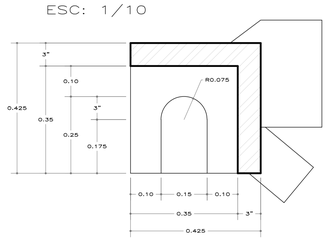

## DV7 E
## PLANTA
ESC: 1/10



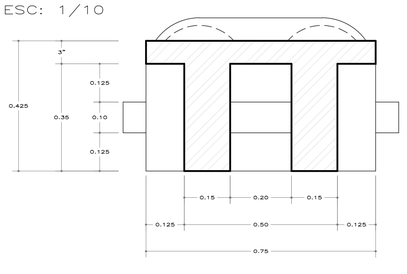

## DV7 F
ESC: 1/10




## DV7 G
ESC: 1/10




## DV7 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES VIGAS

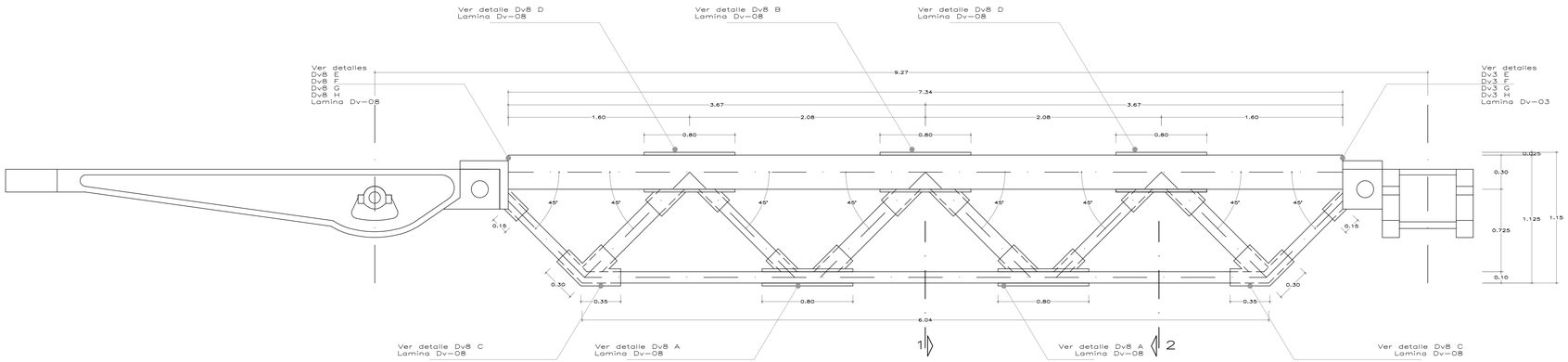
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

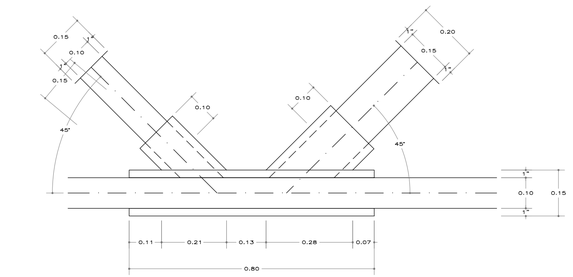
LAMINA :

Dv-07

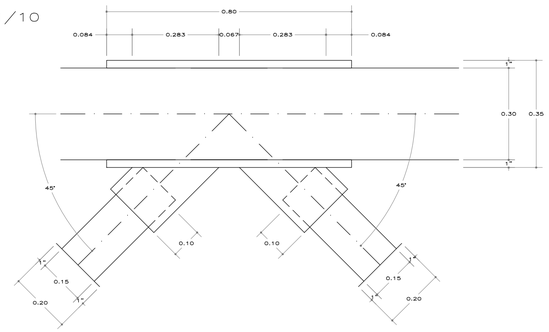
## VIGA TIPO 8
## ELEVACION
ESC: 1/25




## DV8 A
ESC: 1/10

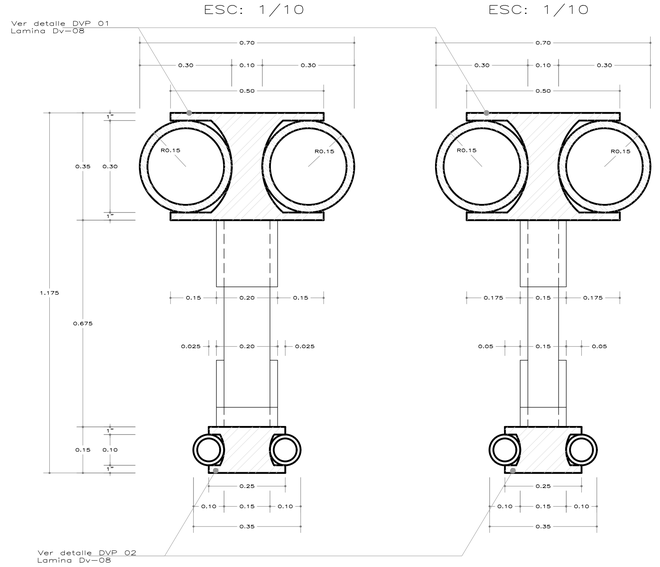



## DV8 B
ESC: 1/10

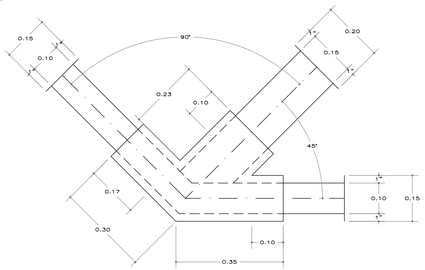



## VIGA TIPO 8
## CORTE 1—1
ESC: 1/10

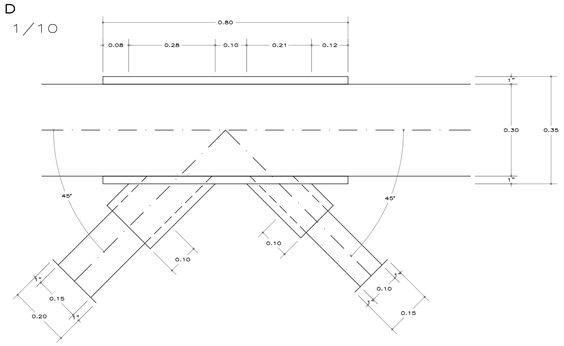
## VIGA TIPO 8
## CORTE 2—2
ESC: 1/10



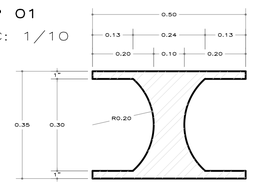

## DV8 C
ESC: 1/10



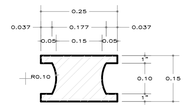

## DV8 D
ESC: 1/10



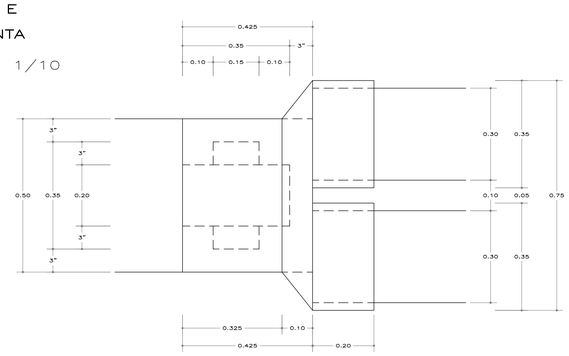

## DVP 01
ESC: 1/10



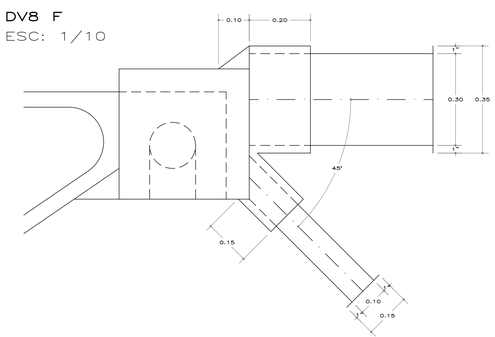

## DVP 02
ESC: 1/10



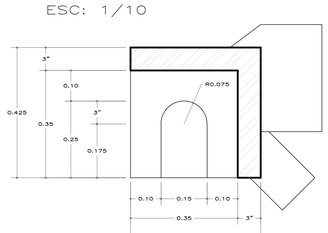

## DV8 E
## PLANTA
ESC: 1/10



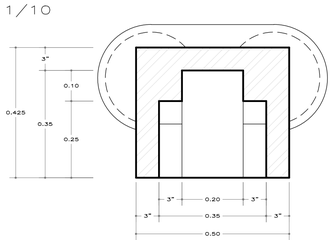

## DV8 F
ESC: 1/10




## DV8 G
ESC: 1/10




## DV8 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES VIGAS

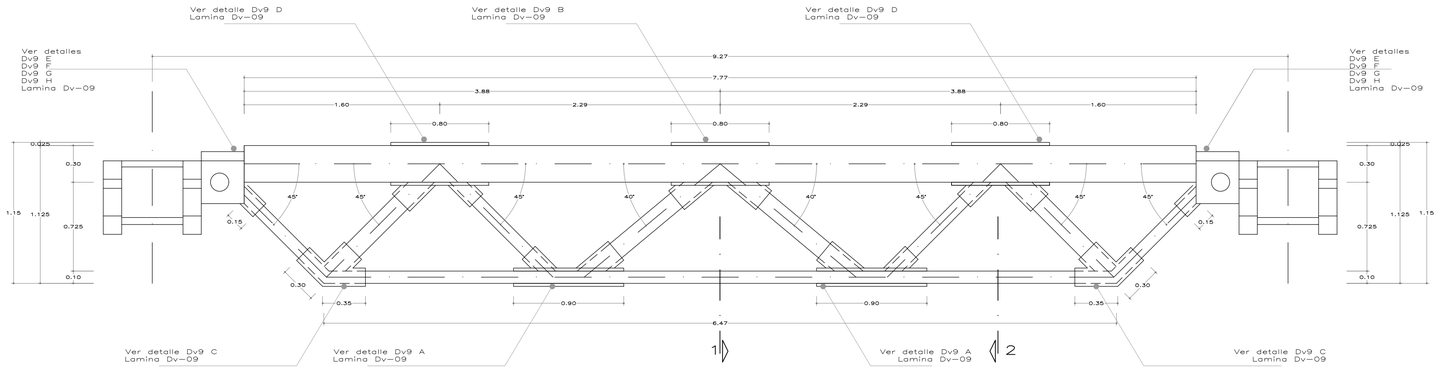
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

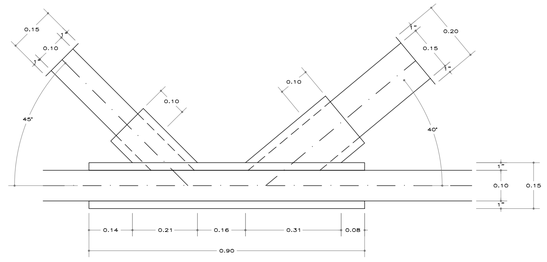
LAMINA :

Dv-08

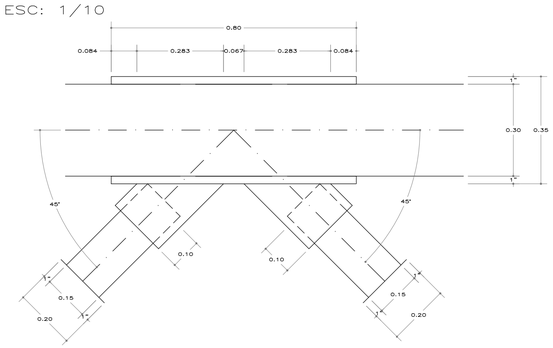
## VIGA TIPO 9
## ELEVACION
ESC: 1/25



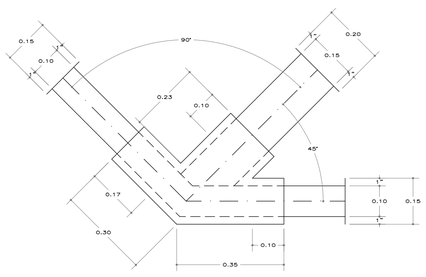

## DV9 A
ESC: 1/10



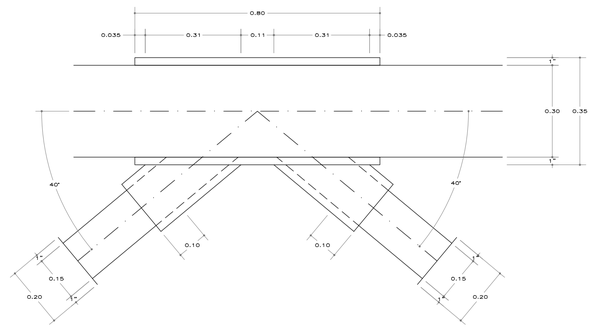

## DV9 B
ESC: 1/10



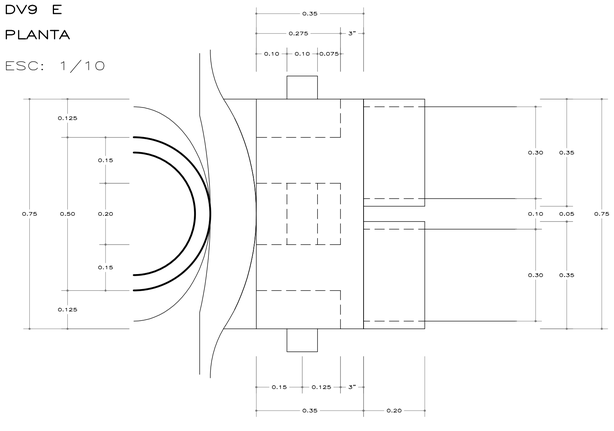

## DV9 C
ESC: 1/10



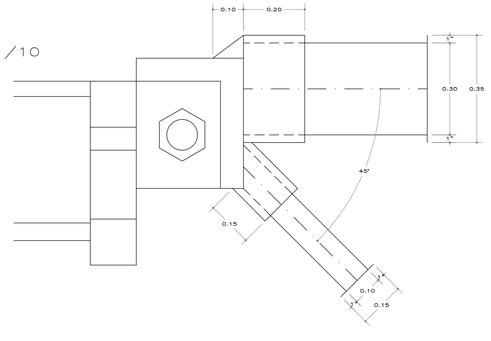

## DV9 D
ESC: 1/10



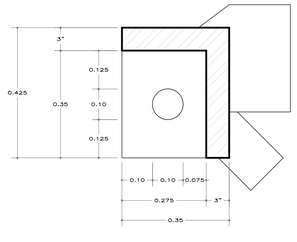

## DV9 E
## PLANTA
ESC: 1/10



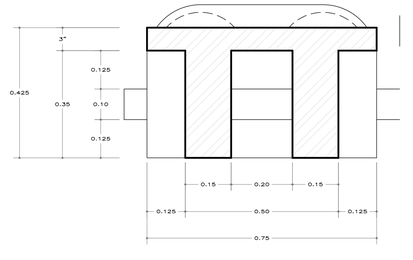

## DV9 F
ESC: 1/10




## DV9 G
ESC: 1/10

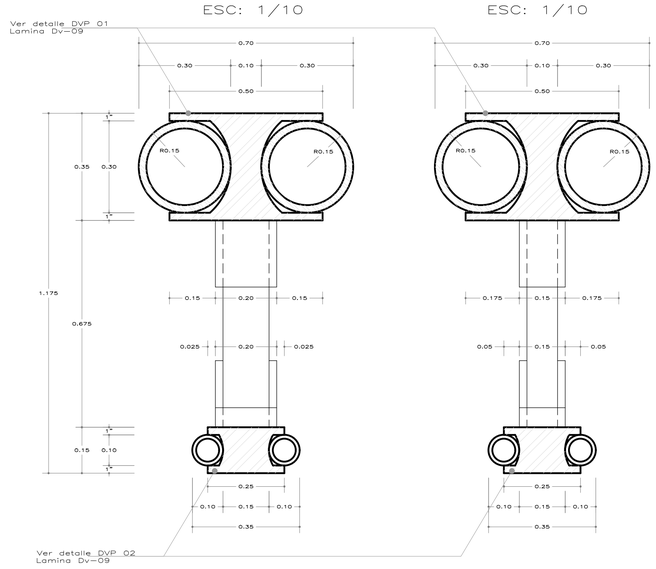



## DV9 H
ESC: 1/10

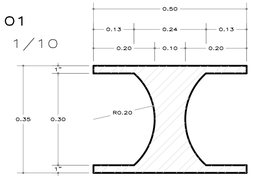



## VIGA TIPO 9
## CORTE 1—1
ESC: 1/10

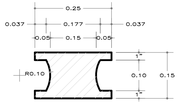
## VIGA TIPO 9
## CORTE 2—2
ESC: 1/10




## DVP 01
ESC: 1/10




## DVP 02
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES VIGAS

ESCALA:

INDICADA

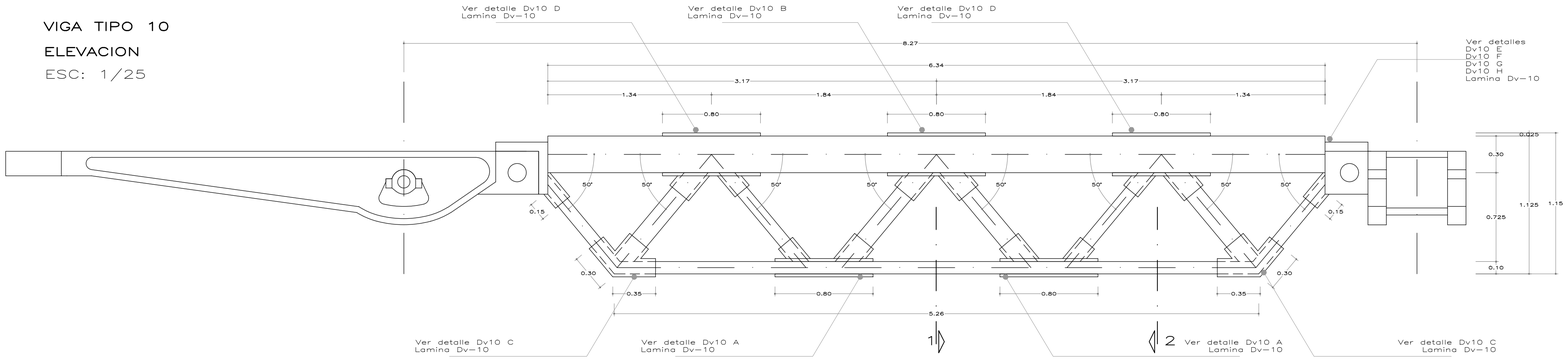
FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

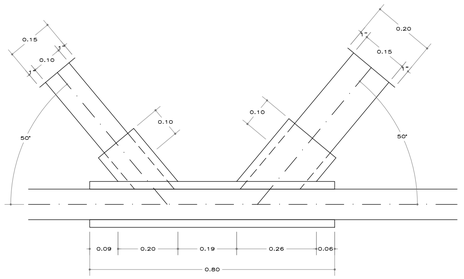
LAMINA :

Dv-09

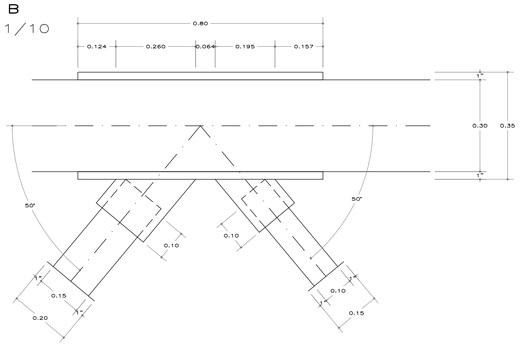
## VIGA TIPO 10
## ELEVACION
ESC: 1/25



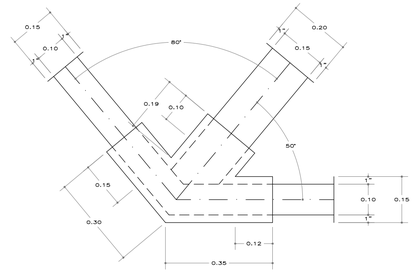

## DV10 A
ESC: 1/10



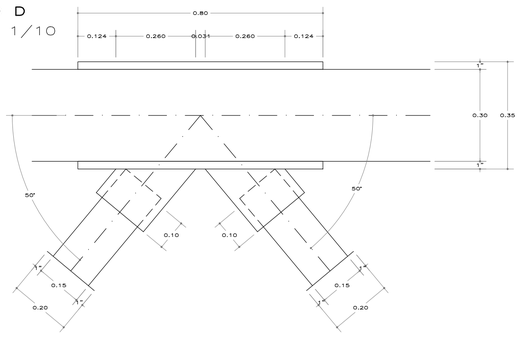

## DV10 B
ESC: 1/10



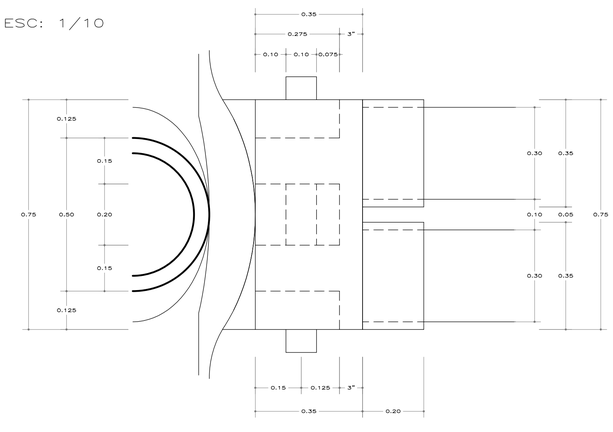

## DV10 C
ESC: 1/10



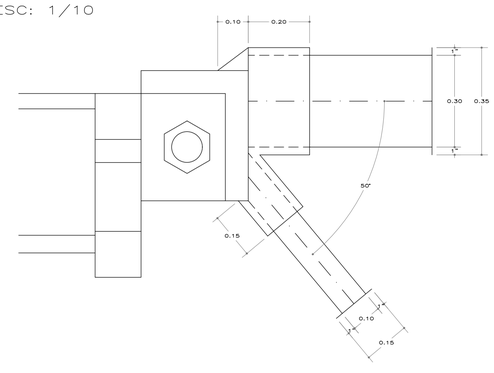

## DV10 D
ESC: 1/10



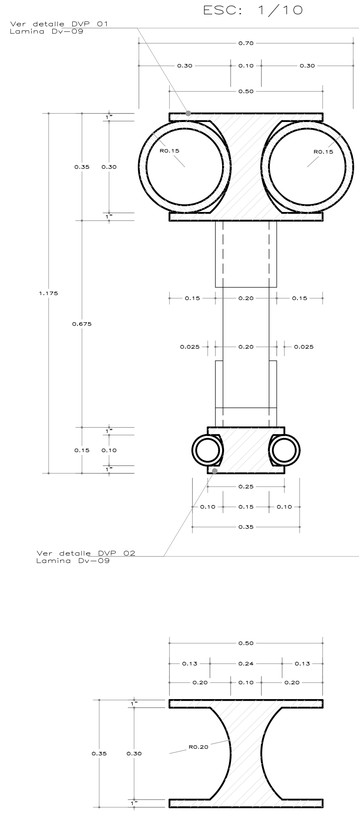

## DV10 E
## PLANTA
ESC: 1/10



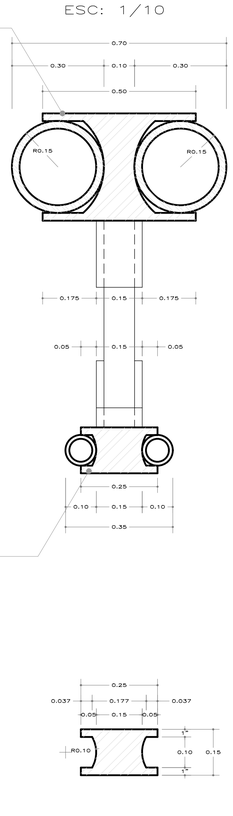

## DV10 F
ESC: 1/10




## VIGA TIPO 10
## CORTE 1—1
ESC: 1/10




## VIGA TIPO 10
## CORTE 2—2
ESC: 1/10

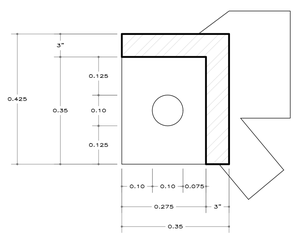




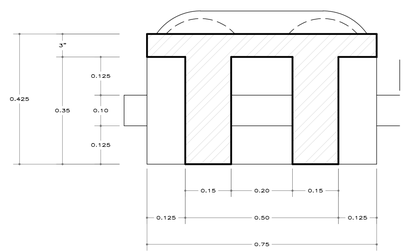





## DV10 G
ESC: 1/10




## DV10 H
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES
VIGAS

ESCALA:

INDICADA

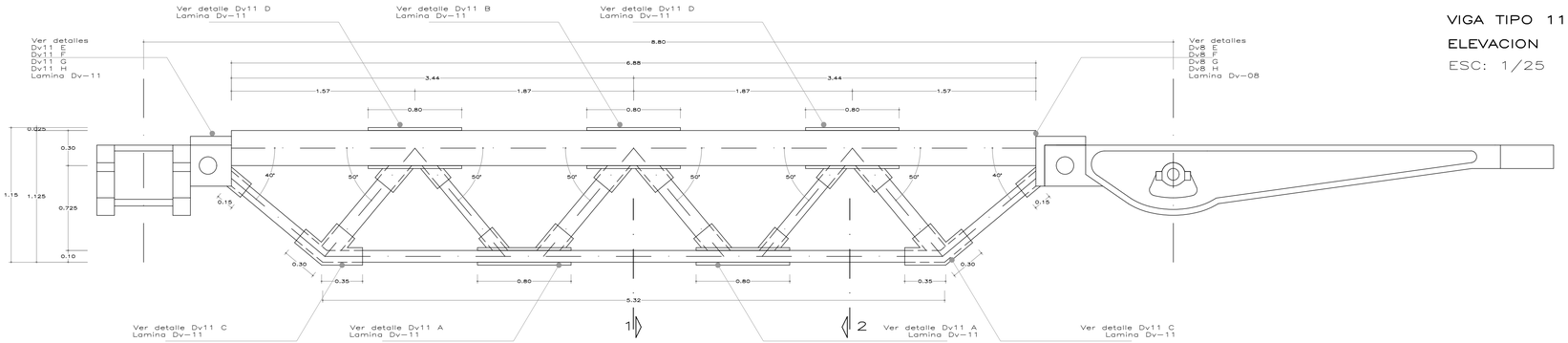
FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

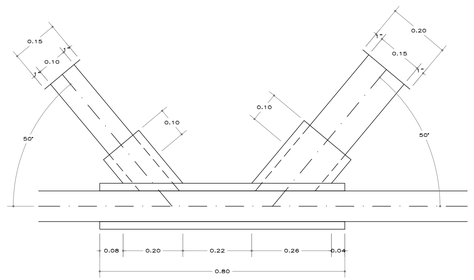
LAMINA :

Dv-10

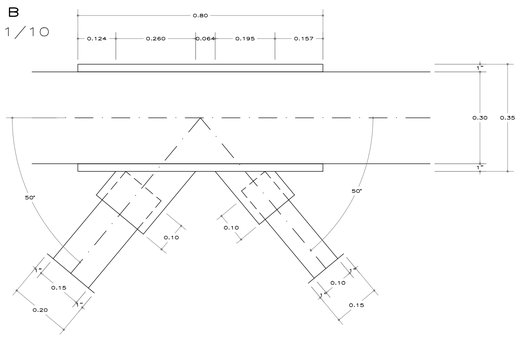
## VIGA TIPO 11
## ELEVACION
ESC: 1/25



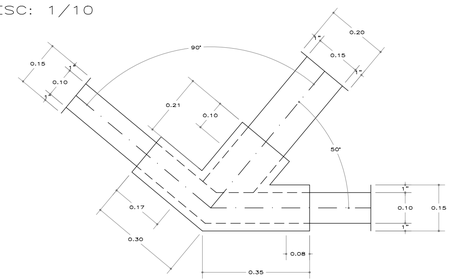

## DV11 A
ESC: 1/10



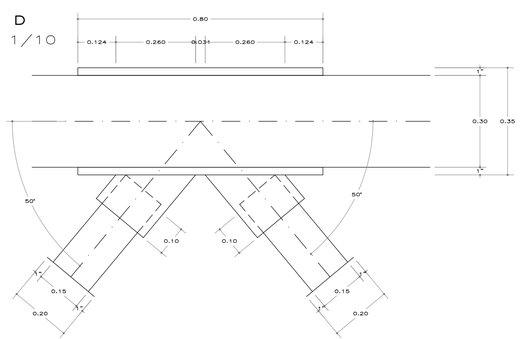

## DV11 B
ESC: 1/10



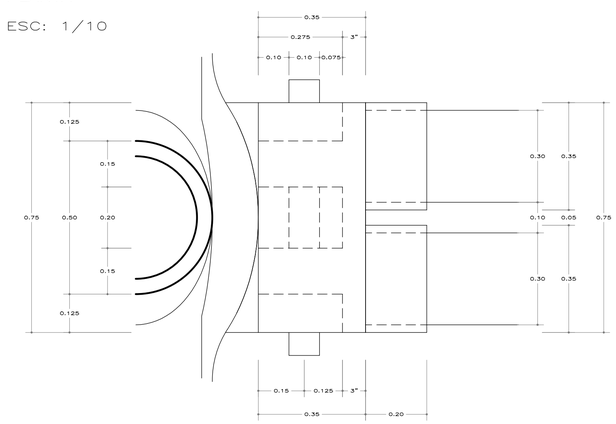

## DV11 C
ESC: 1/10



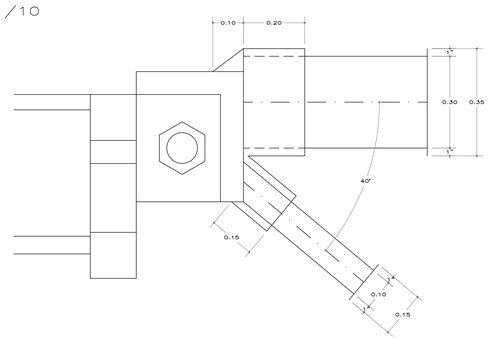

## DV11 D
ESC: 1/10



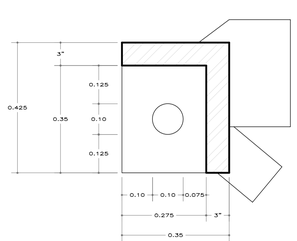

## DV11 E
## PLANTA
ESC: 1/10



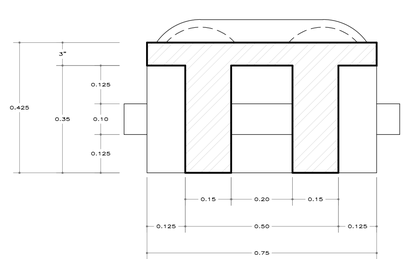

## DV11 F
ESC: 1/10



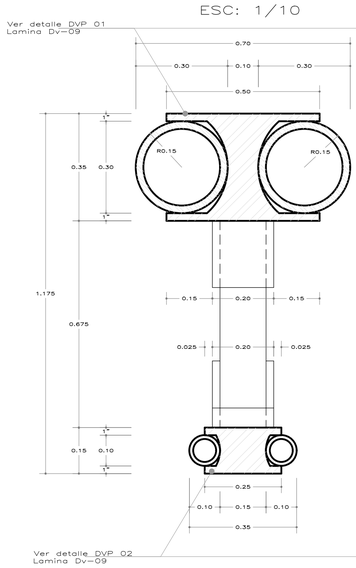

## DV11 G
ESC: 1/10



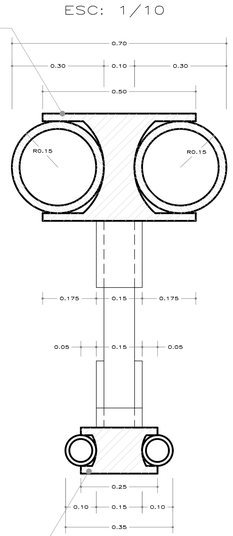

## DV11 H
ESC: 1/10



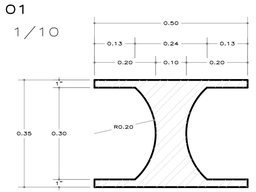

## VIGA TIPO 11
## CORTE 1—1
ESC: 1/10



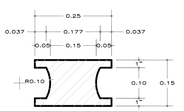

## VIGA TIPO 11
## CORTE 2—2
ESC: 1/10




## DVP 01
ESC: 1/10




## DVP 02
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES
VIGAS

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Dv-11

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

# PLANOS

# TOMO V

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

# ÍNDICE

# LISTA DE PLANOS

**DETALLES**

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 1) ..... Dm-01

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 2) ..... Dm-02

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 3) ..... Dm-03

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 4) ..... Dm-04

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 5) ..... Dm-05

DETALLE VIGAS (MENSULAS TIPO 6 Y TIPO 7) ..... Dm-06

DETALLE VIGAS (MENSULA TIPO 8) ..... Dm-07

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-01

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-02

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-03

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-04

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-05

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-06

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-07

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-08

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-09

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-10

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-11

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-12

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) ..... Df-13

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-14

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-15

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-16

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-17

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-18

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-19

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-20

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-21

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-22

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-23

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-24

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-25

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-26

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-27

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-28

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-29

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-30

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-31

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-32

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-33

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-34

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-35

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-36

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-37

DETALLE FACHADAS (ESTRUCTURA METALICA) .....Df-38

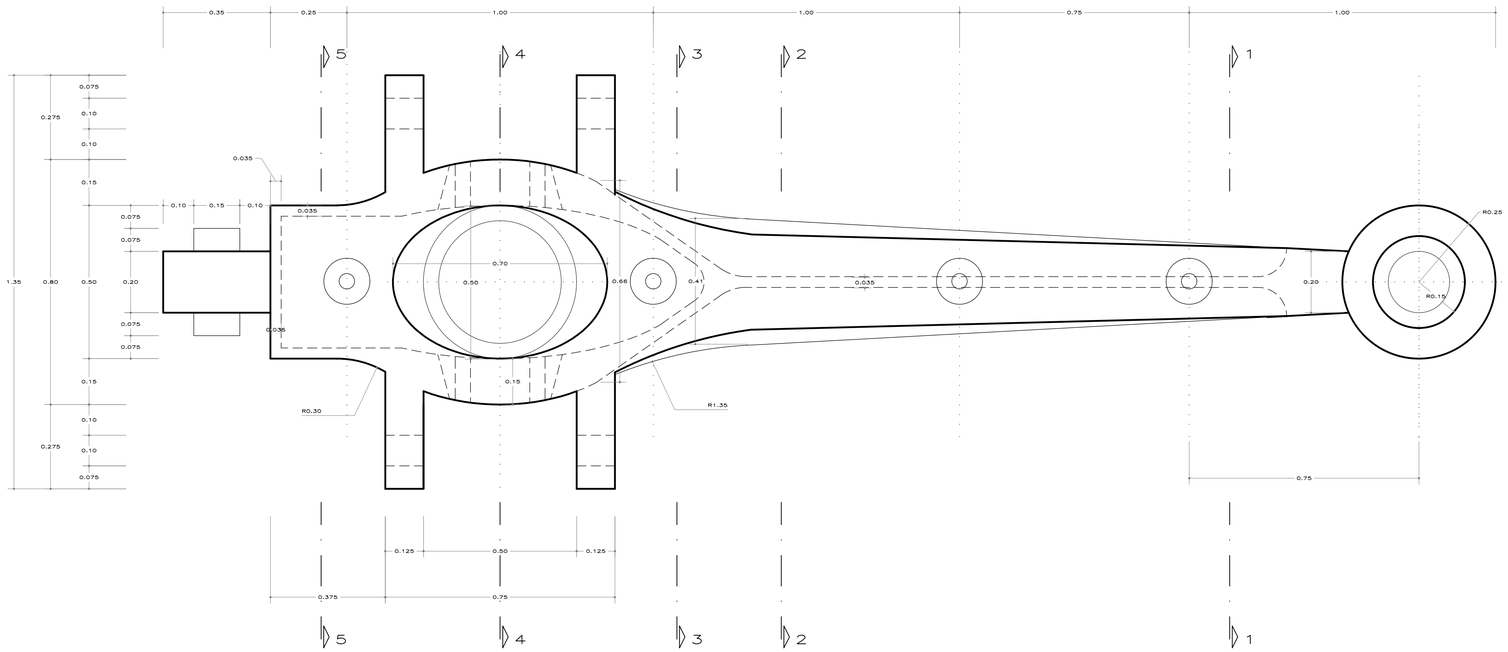
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

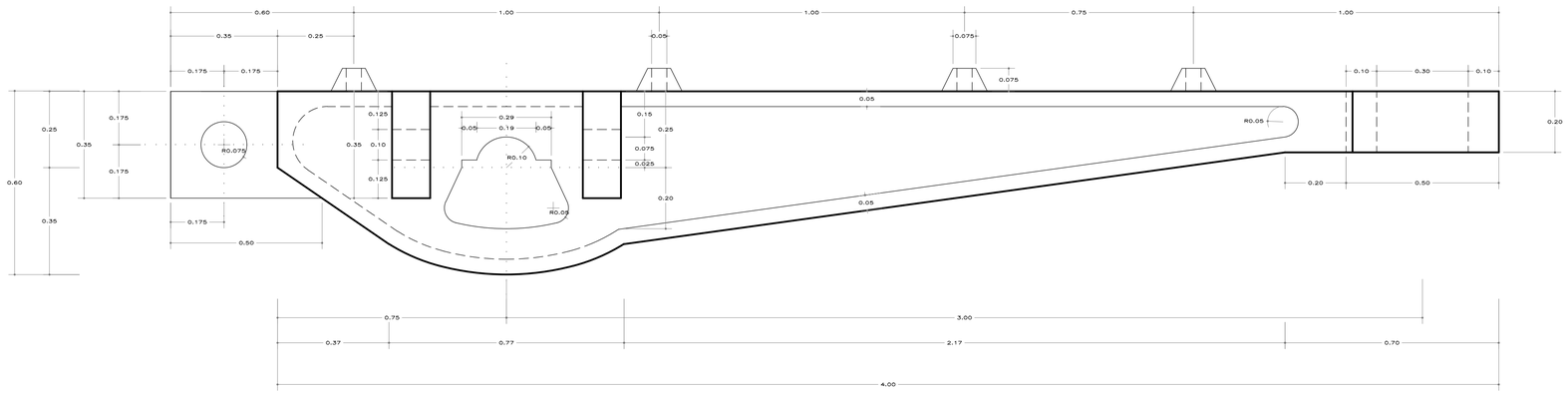
# DETALLES

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis



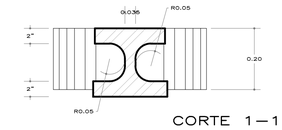

MENSULA TIPO 1 PLANTA

ESC: 1/10



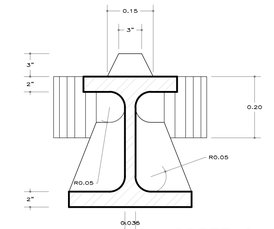

MENSULA TIPO 1 ELEVACION LATERAL

ESC: 1/10



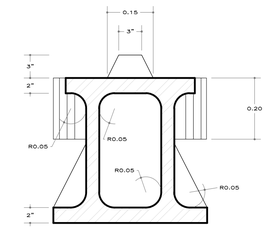

CORTE 1—1

ESC: 1/10



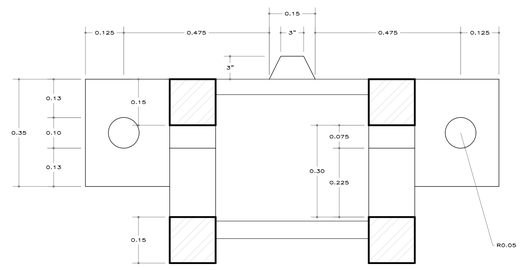

CORTE 2—2

ESC: 1/10



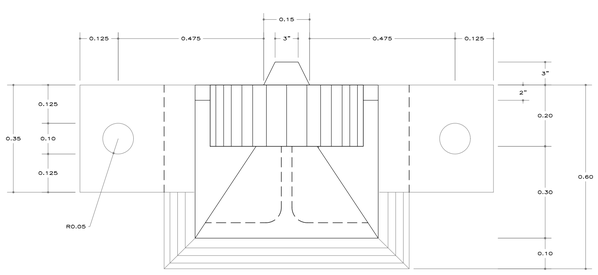

CORTE 3—3

ESC: 1/10



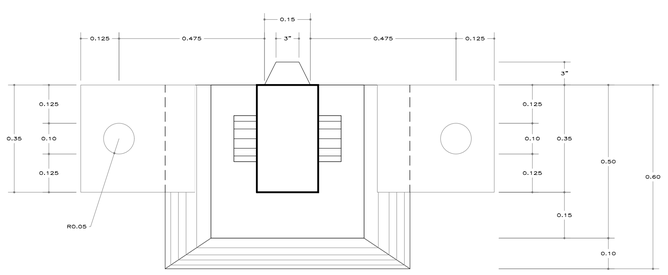

CORTE 4—4

ESC: 1/10



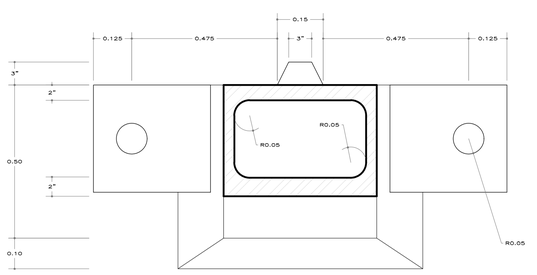

VISTA FRONTAL

ESC: 1/10




VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10




CORTE 5—5

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES VIGAS

ESCALA:

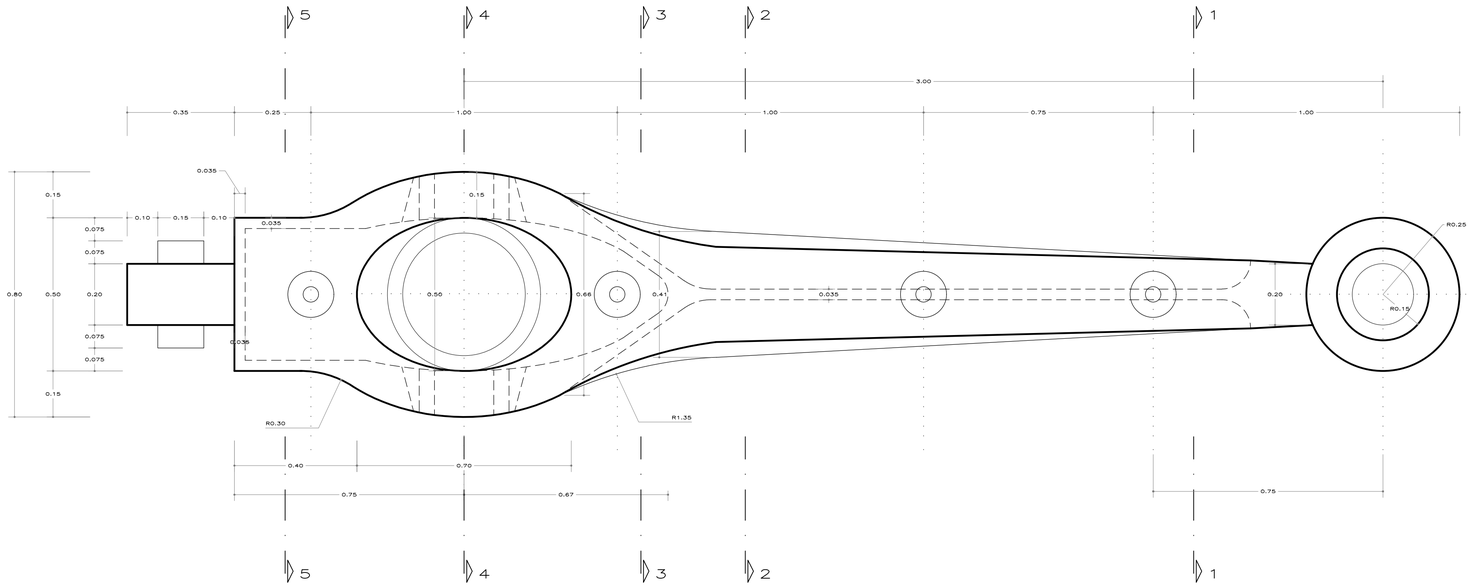
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

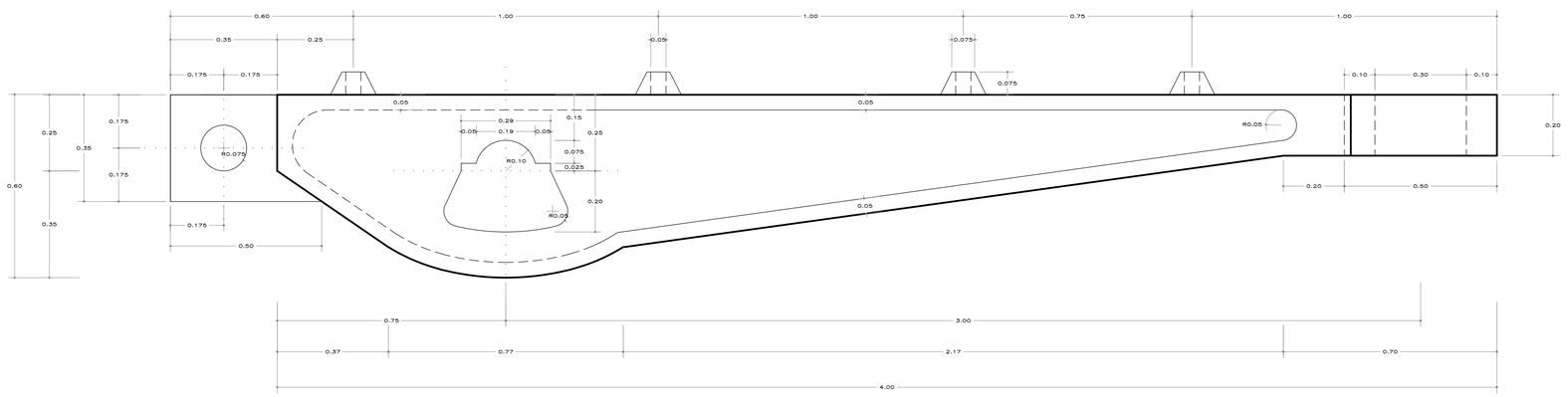
LAMINA :

Dm-01




MENSULA TIPO 2 PLANTA

ESC: 1/10




MENSULA TIPO 2 ELEVACION LATERAL

ESC: 1/10



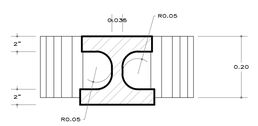

VISTA FRONTAL

ESC: 1/10



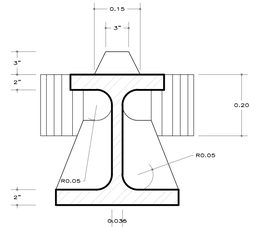

VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10



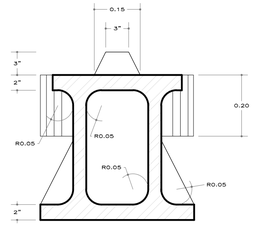

CORTE 1—1

ESC: 1/10



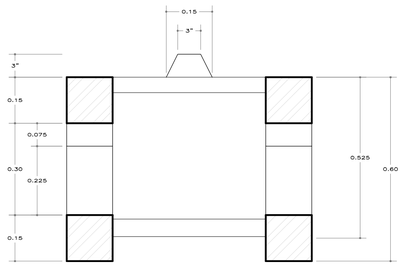

CORTE 2—2

ESC: 1/10



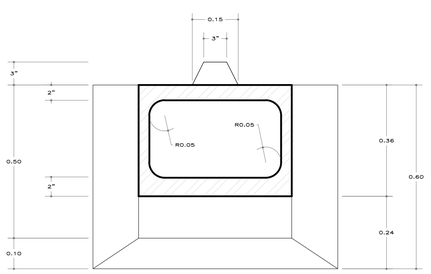

CORTE 3—3

ESC: 1/10




CORTE 4—4

ESC: 1/10




CORTE 5—5

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES VIGAS

ESCALA:

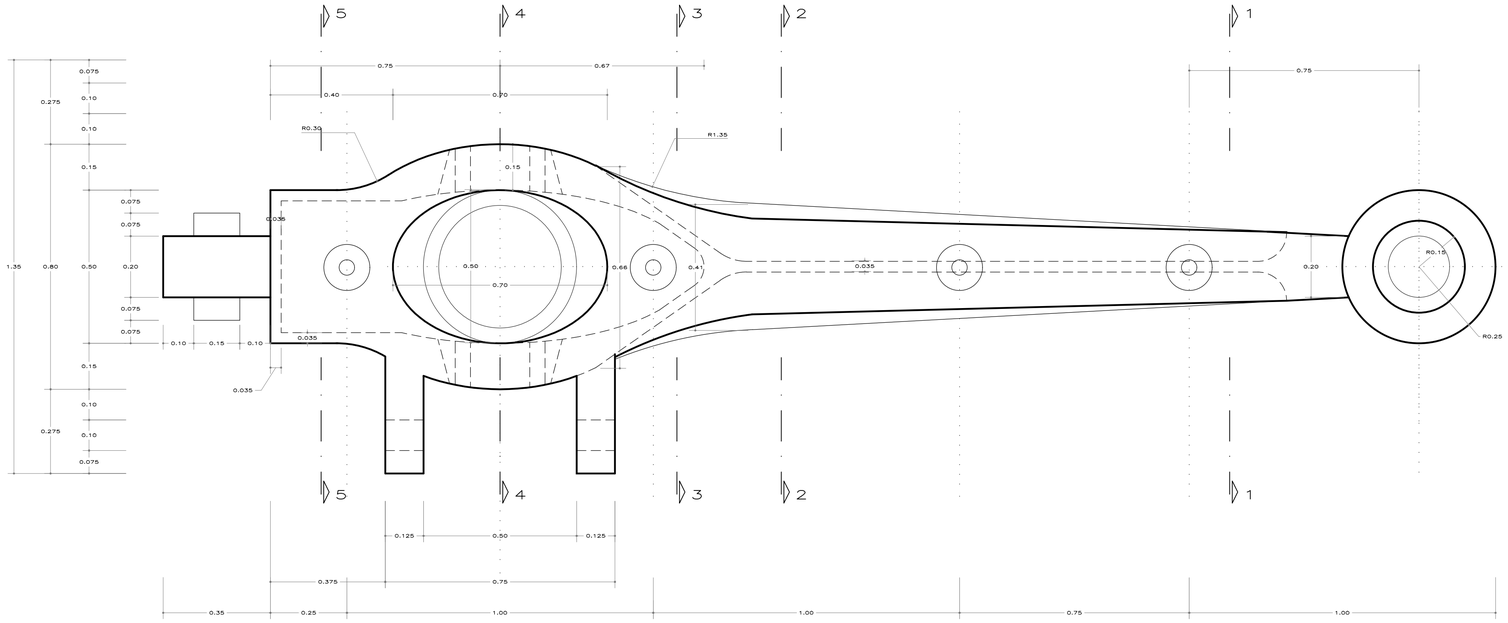
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

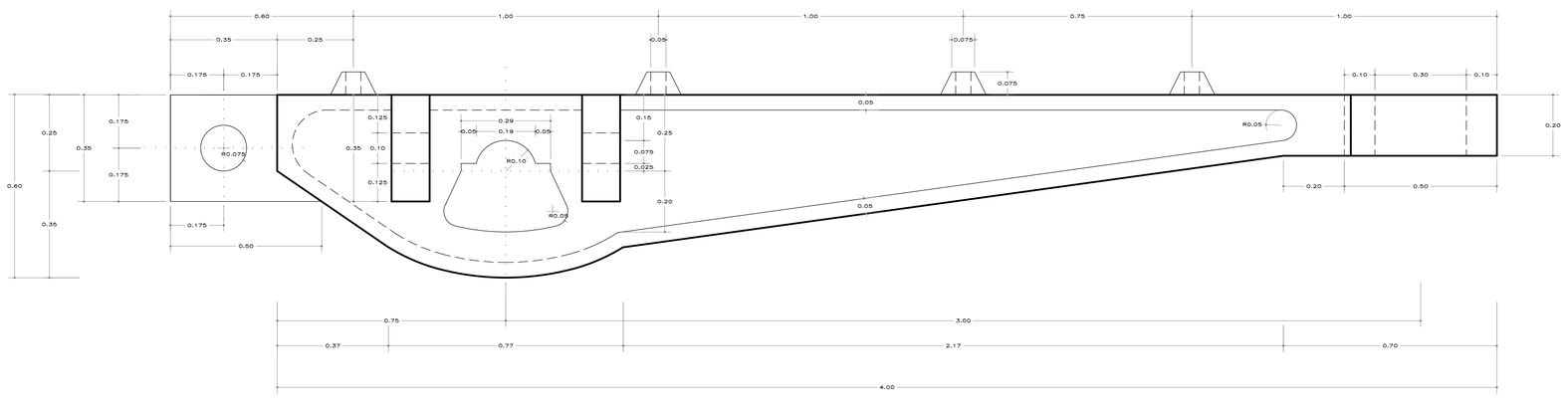
LAMINA :

Dm-02



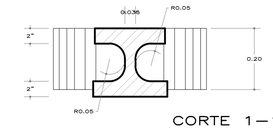

MENSULA TIPO 3 PLANTA

ESC: 1/10



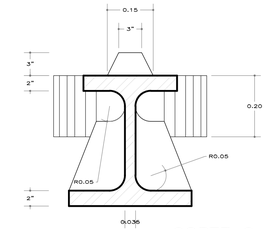

MENSULA TIPO 3 ELEVACION LATERAL

ESC: 1/10



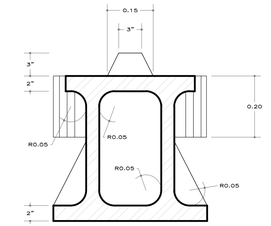

CORTE 1—1

ESC: 1/10



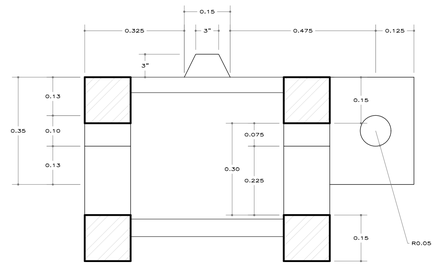

CORTE 2—2

ESC: 1/10



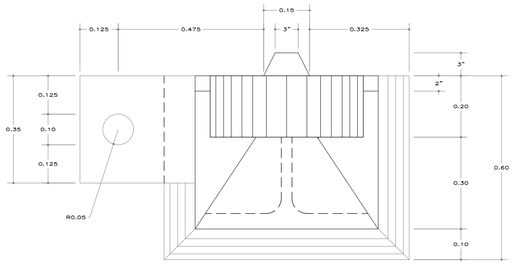

CORTE 3—3

ESC: 1/10



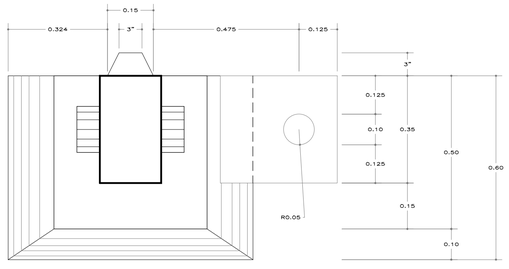

CORTE 4—4

ESC: 1/10



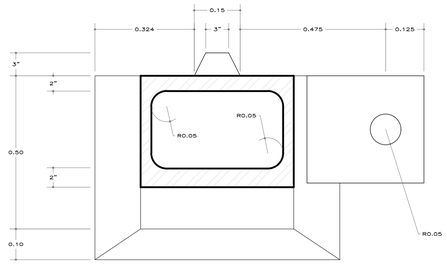

VISTA FRONTAL

ESC: 1/10




VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10




CORTE 5—5

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES
VIGAS

ESCALA:

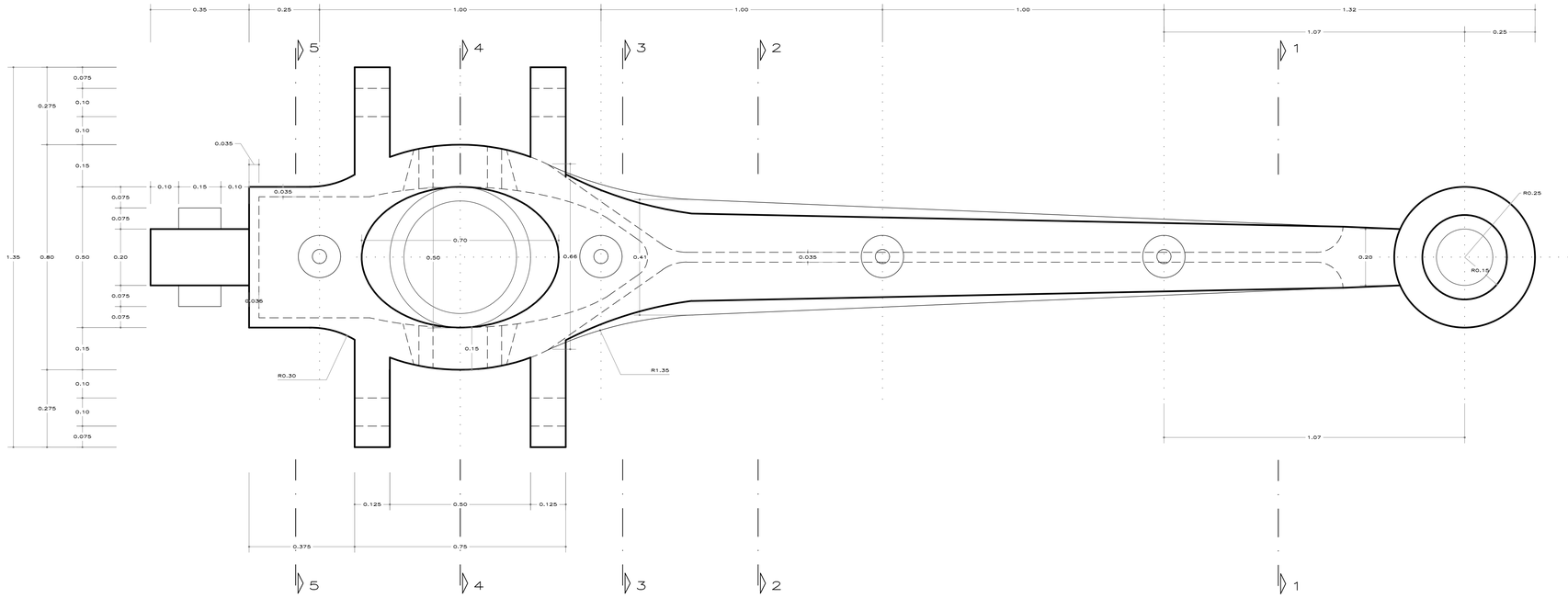
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

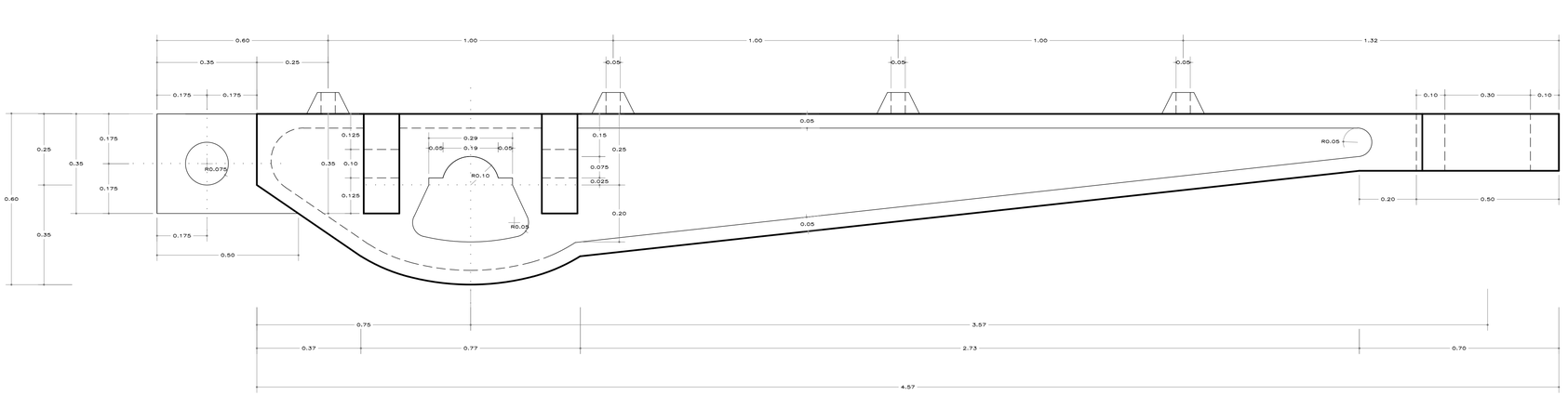
LAMINA :

Dm-03



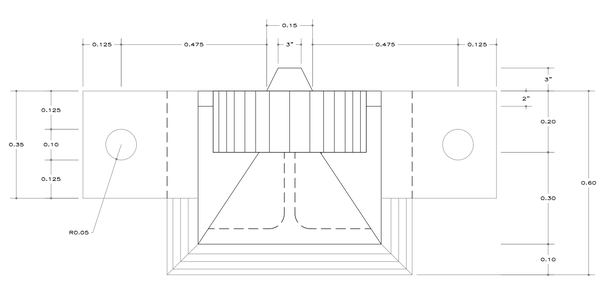

MENSULA TIPO 4 PLANTA

ESC: 1/10



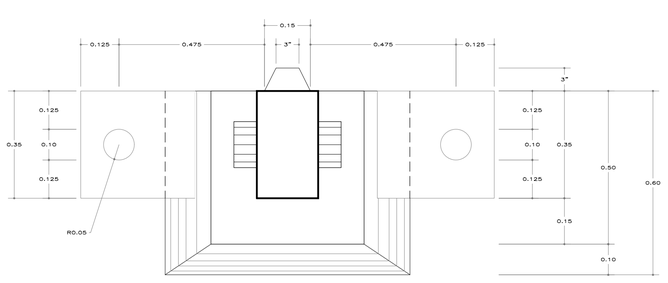

MENSULA TIPO 4 ELEVACION LATERAL

ESC: 1/10



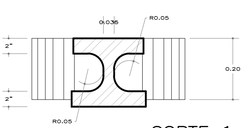

VISTA FRONTAL

ESC: 1/10



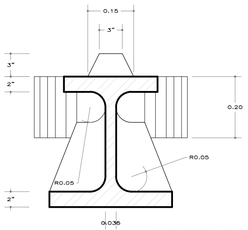

VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10



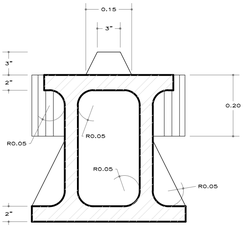

CORTE 1—1

ESC: 1/10



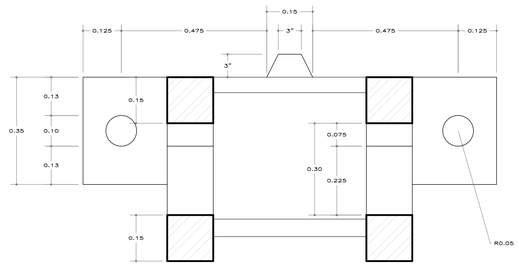

CORTE 2—2

ESC: 1/10



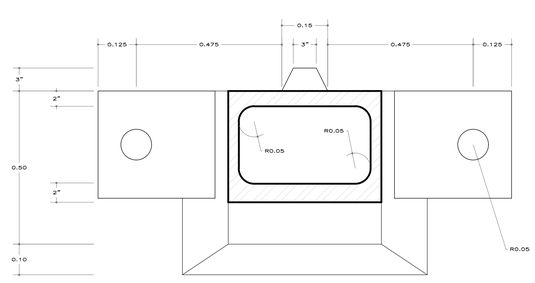

CORTE 3—3

ESC: 1/10




CORTE 4—4

ESC: 1/10




CORTE 5—5

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES VIGAS

ESCALA:

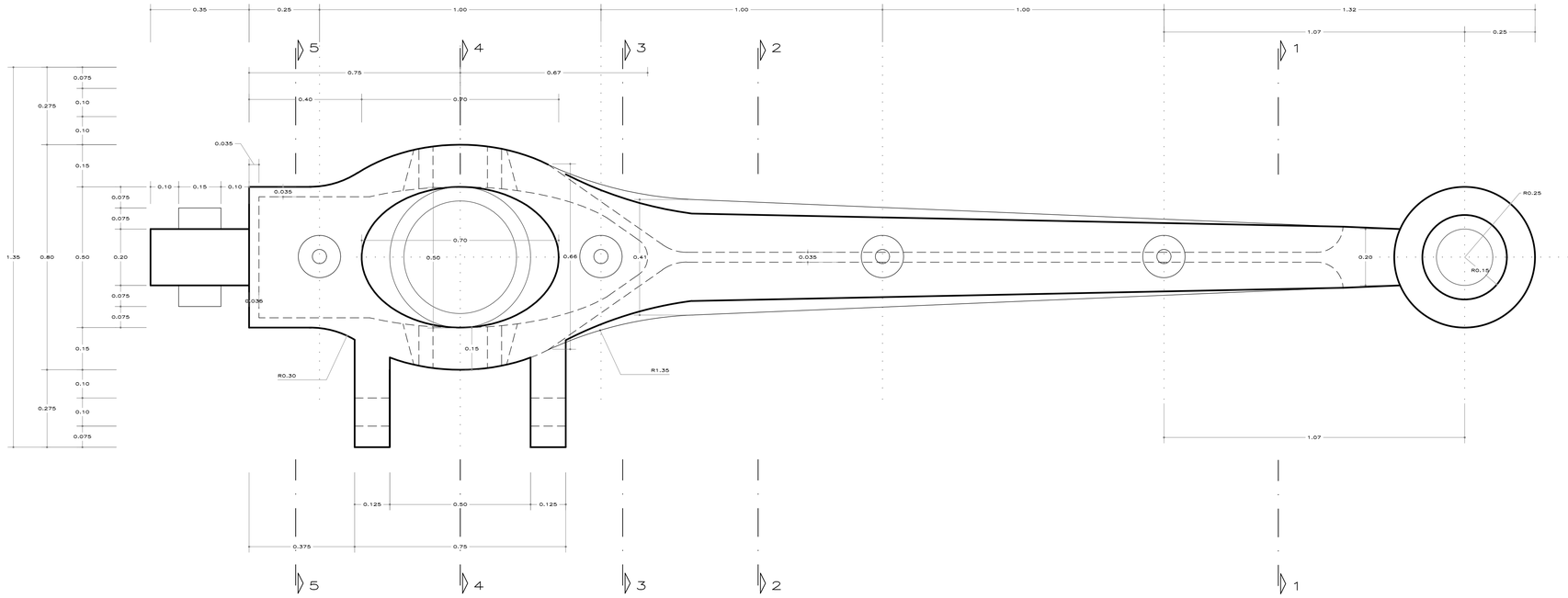
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

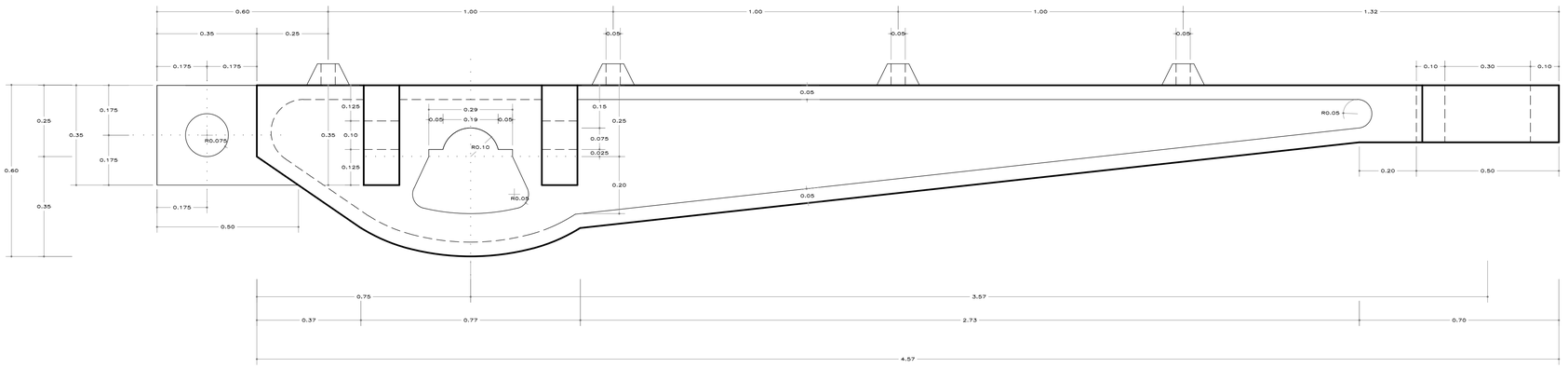
LAMINA :

Dm-04




MENSULA TIPO 5 PLANTA

ESC: 1/10




MENSULA TIPO 5 ELEVACION LATERAL

ESC: 1/10



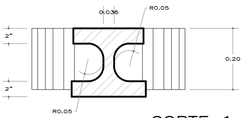

VISTA FRONTAL

ESC: 1/10



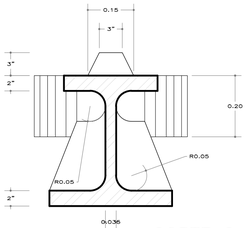

VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10



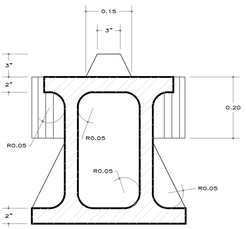

CORTE 1—1

ESC: 1/10



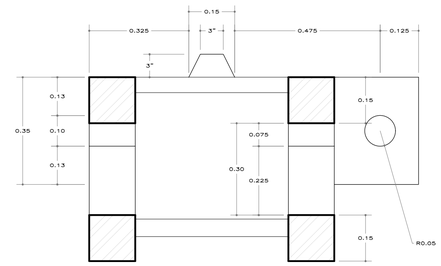

CORTE 2—2

ESC: 1/10



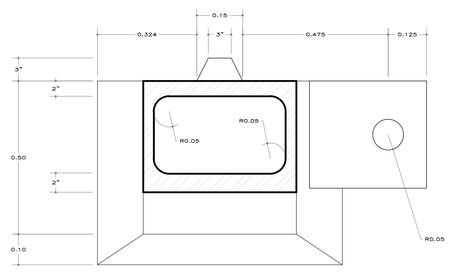

CORTE 3—3

ESC: 1/10




CORTE 4—4

ESC: 1/10




CORTE 5—5

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES VIGAS

ESCALA:

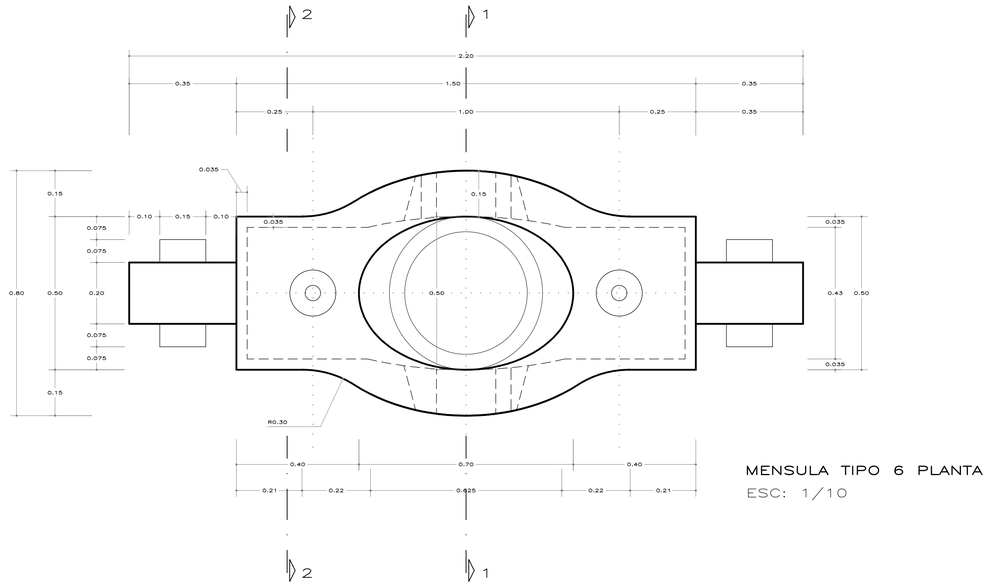
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

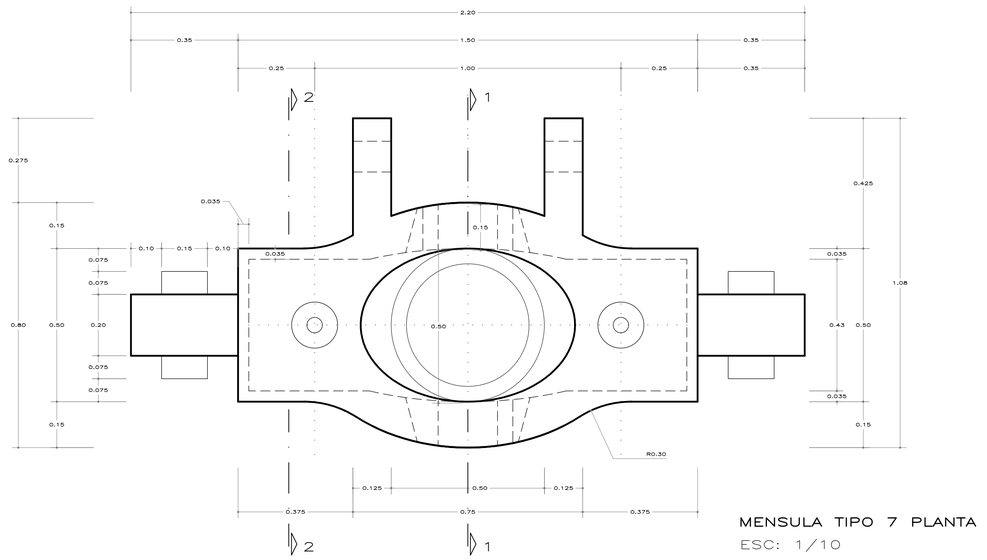
LAMINA :

Dm-05



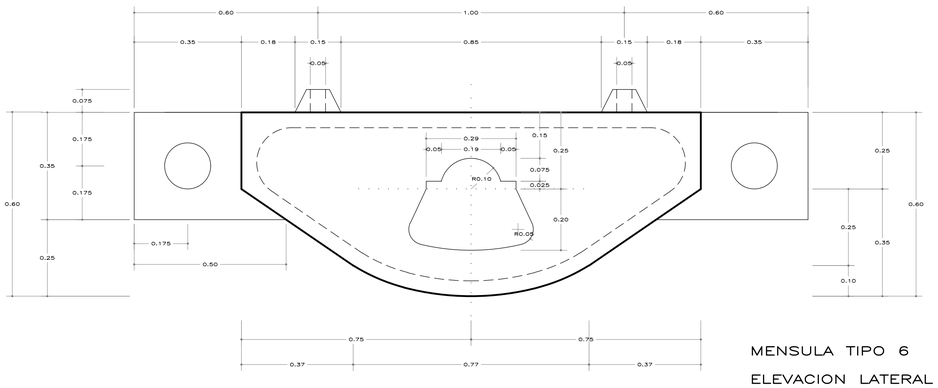

MENSULA TIPO 6 PLANTA

ESC: 1/10




MENSULA TIPO 7 PLANTA

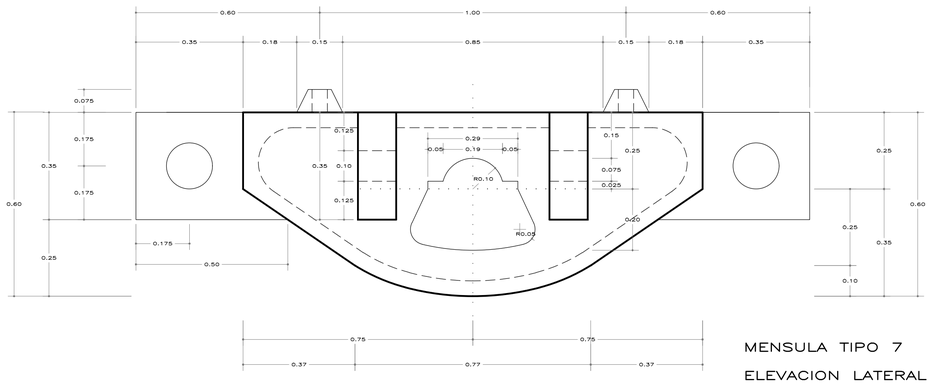
ESC: 1/10




MENSULA TIPO 6

ELEVACION LATERAL

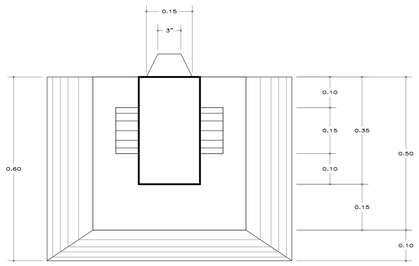
ESC: 1/10




MENSULA TIPO 7

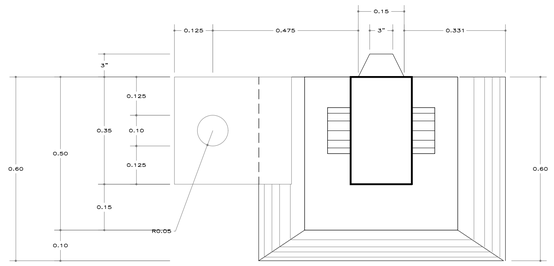
ELEVACION LATERAL

ESC: 1/10



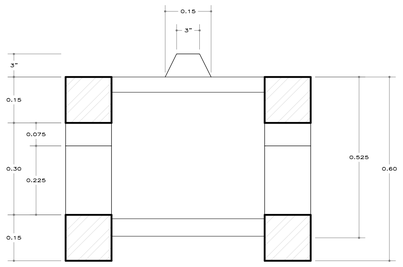

VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10



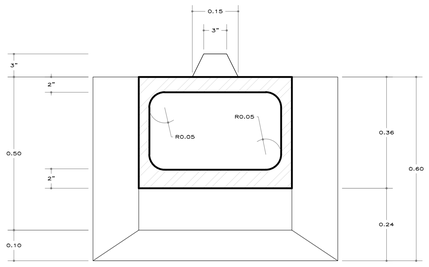

VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10



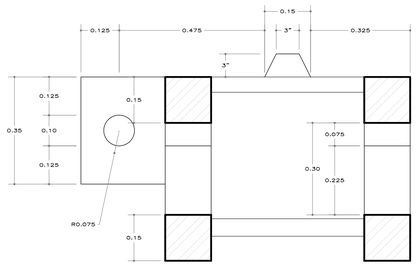

CORTE 1—1

ESC: 1/10



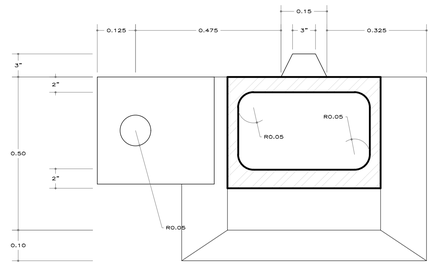

CORTE 2—2

ESC: 1/10




CORTE 1—1

ESC: 1/10




CORTE 2—2

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES VIGAS

ESCALA:

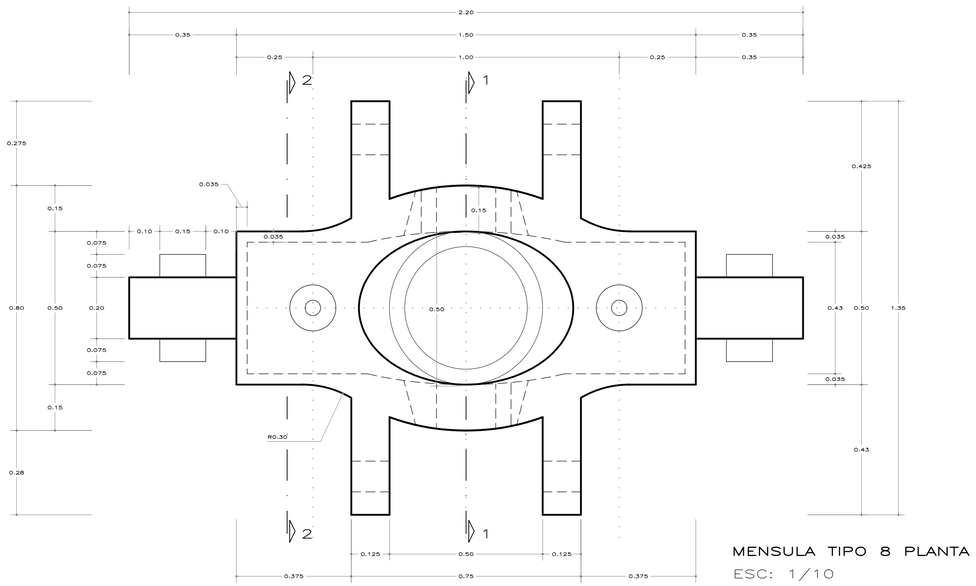
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

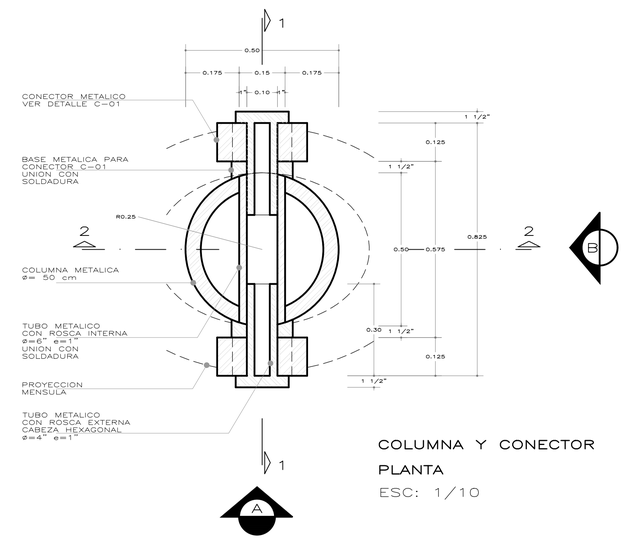
LAMINA :

Dm-06




MENSULA TIPO 8 PLANTA

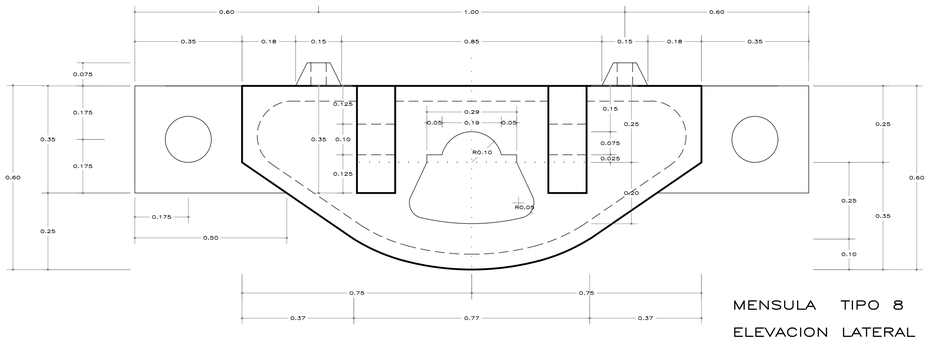
ESC: 1/10




COLUMNA Y CONECTOR

PLANTA

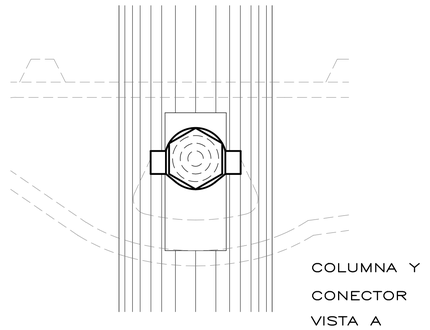
ESC: 1/10




MENSULA TIPO 8

ELEVACION LATERAL

ESC: 1/10

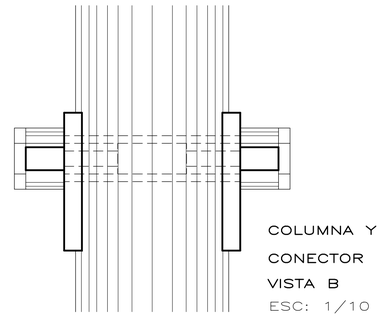


COLUMNA Y

CONECTOR

VISTA A

ESC: 1/10

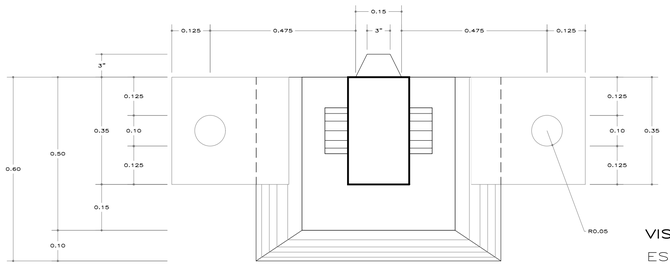


COLUMNA Y

CONECTOR

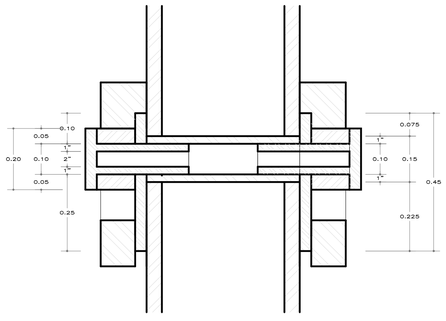
VISTA B

ESC: 1/10




VISTA POSTERIOR

ESC: 1/10

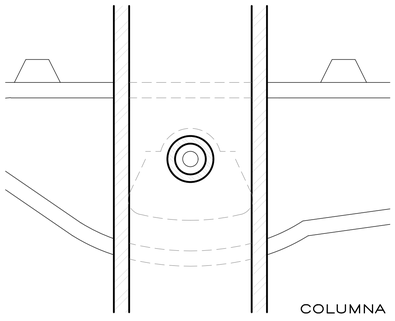



COLUMNA Y

CONECTOR

CORTE 1—1

ESC: 1/10

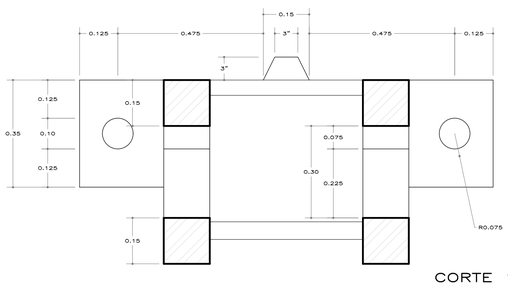


COLUMNA Y

CONECTOR

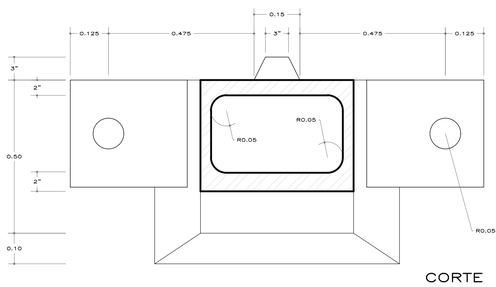
CORTE 2—2

ESC: 1/10



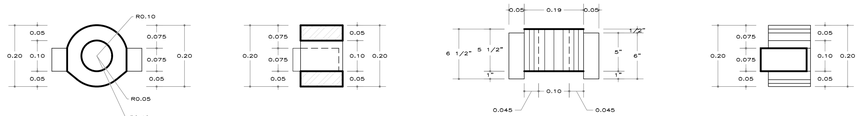

CORTE 1—1

ESC: 1/10




CORTE 2—2

ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

DETALLES
VIGAS

ESCALA:

INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

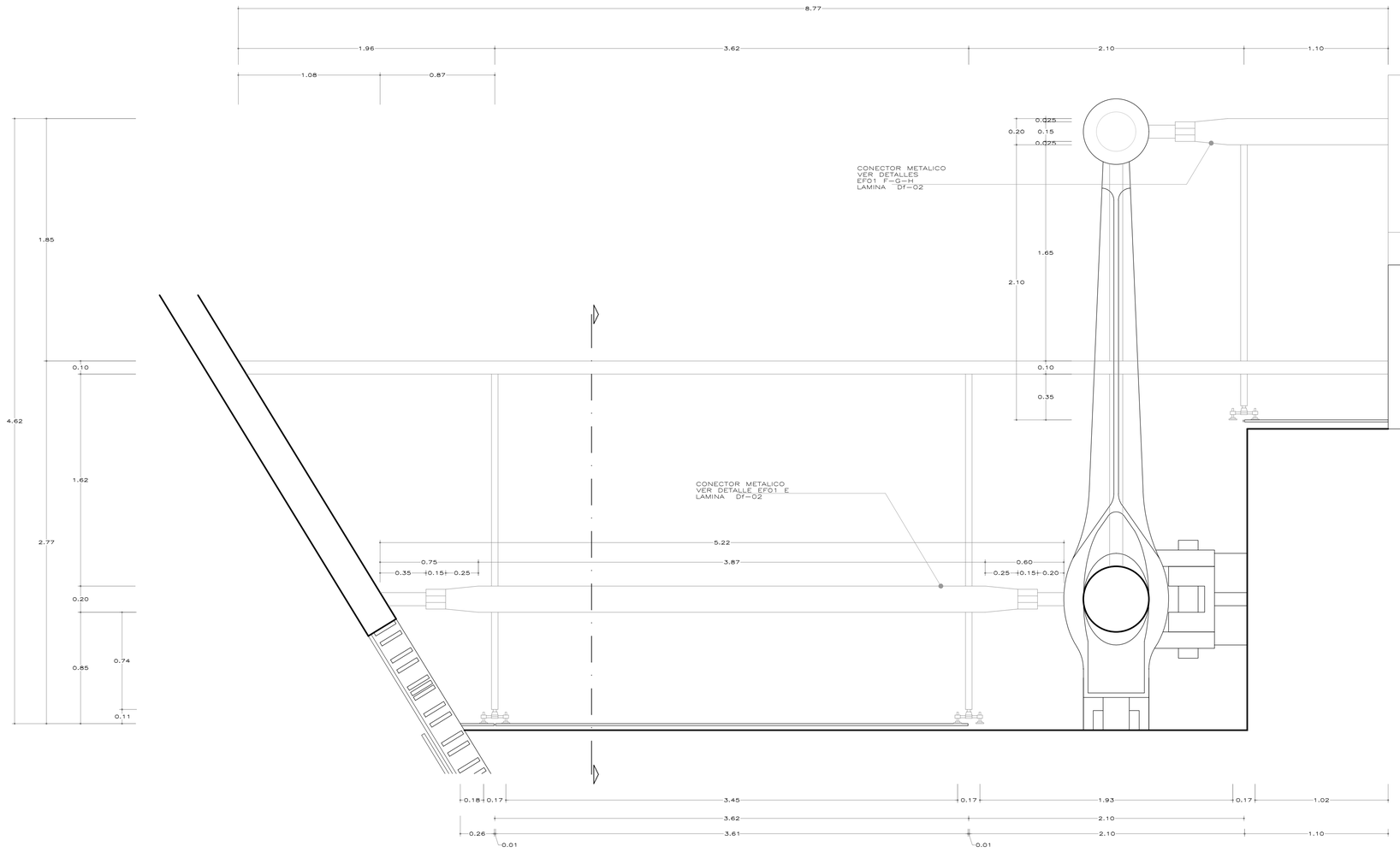
LAMINA :

Dm-07

# ESTRUCTURA FACHADA 01

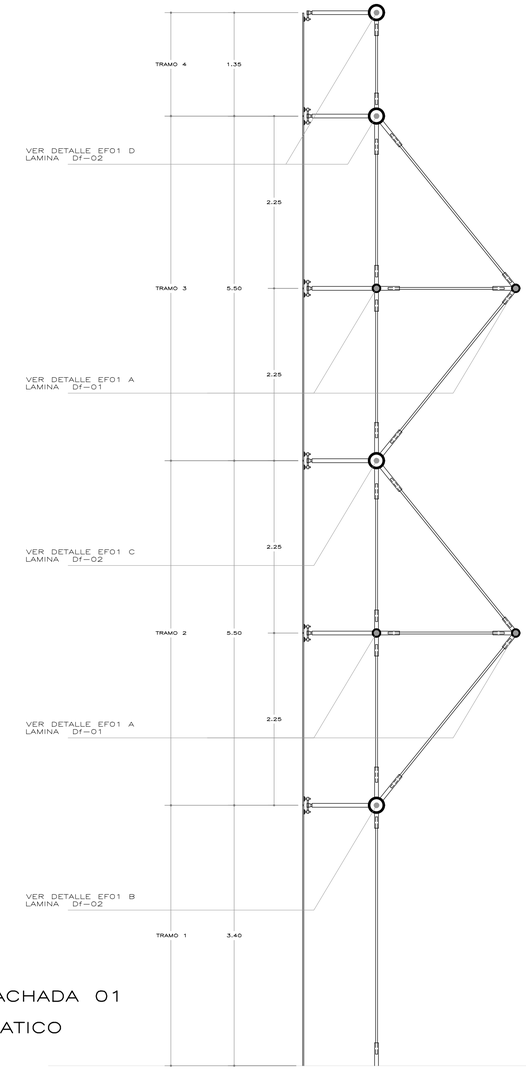
## PLANTA

ESC: 1/20



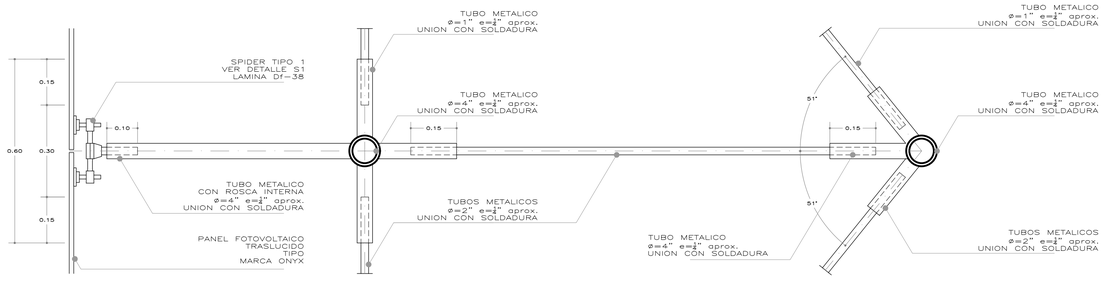







## DETALLE EF01 A

ESC: 1/10




## ESTRUCTURA FACHADA 01

## CORTE ESQUEMATICO

ESC: 1/40

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

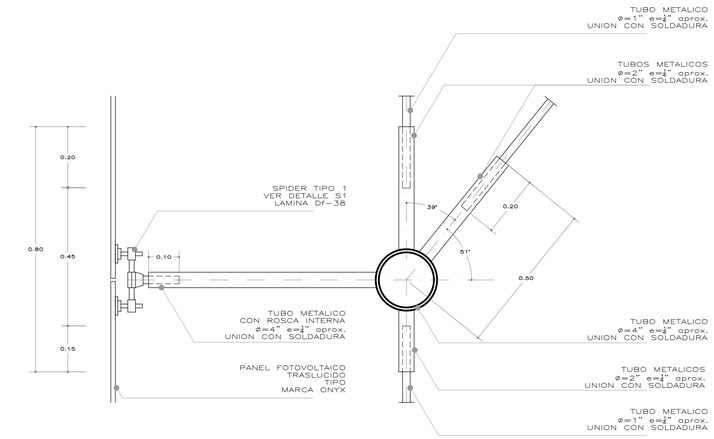
PLANO :
DETALLE FACHADA

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

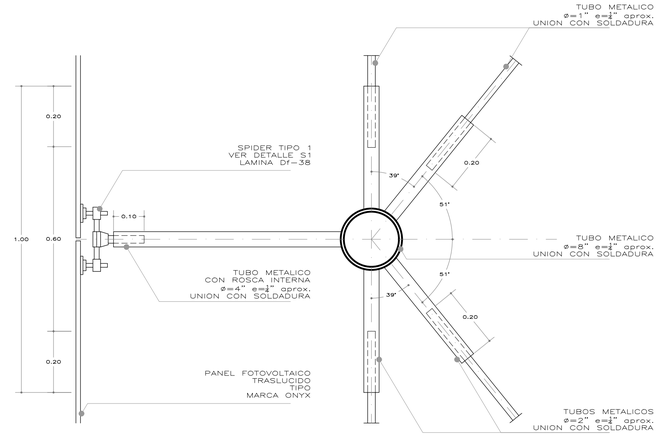
LAMINA :

Df-01



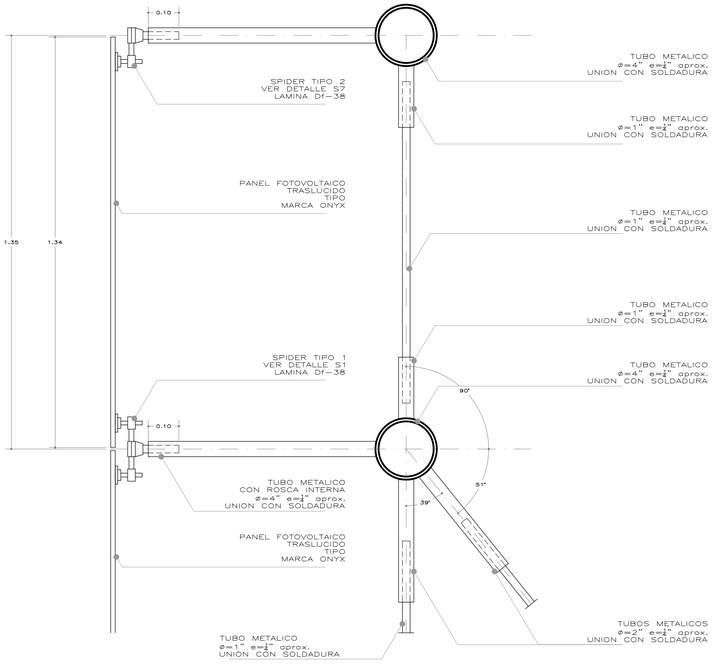

DETALLE EF01 B

ESC: 1/10



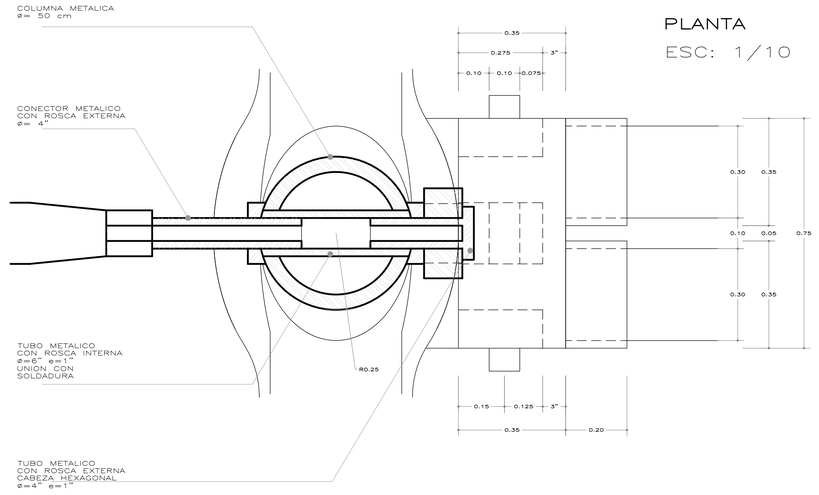

DETALLE EF01 C

ESC: 1/10




DETALLE EF01 D

ESC: 1/10

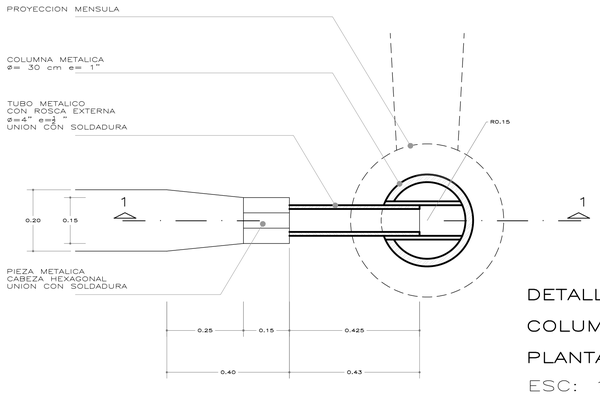



DETALLE EF01 E

COLUMNA Y CONECTOR

PLANTA

ESC: 1/10

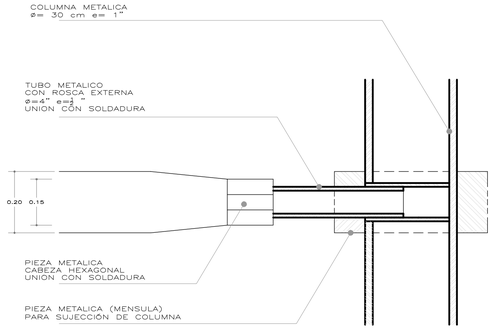



DETALLE EF01 F

COLUMNA Y CONECTOR

PLANTA

ESC: 1/10

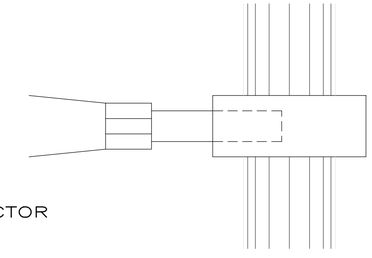



DETALLE EF01 G

COLUMNA Y CONECTOR

CORTE

ESC: 1/10



DETALLE EF01 H

COLUMNA Y CONECTOR

ELEVACION

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLE FACHADA

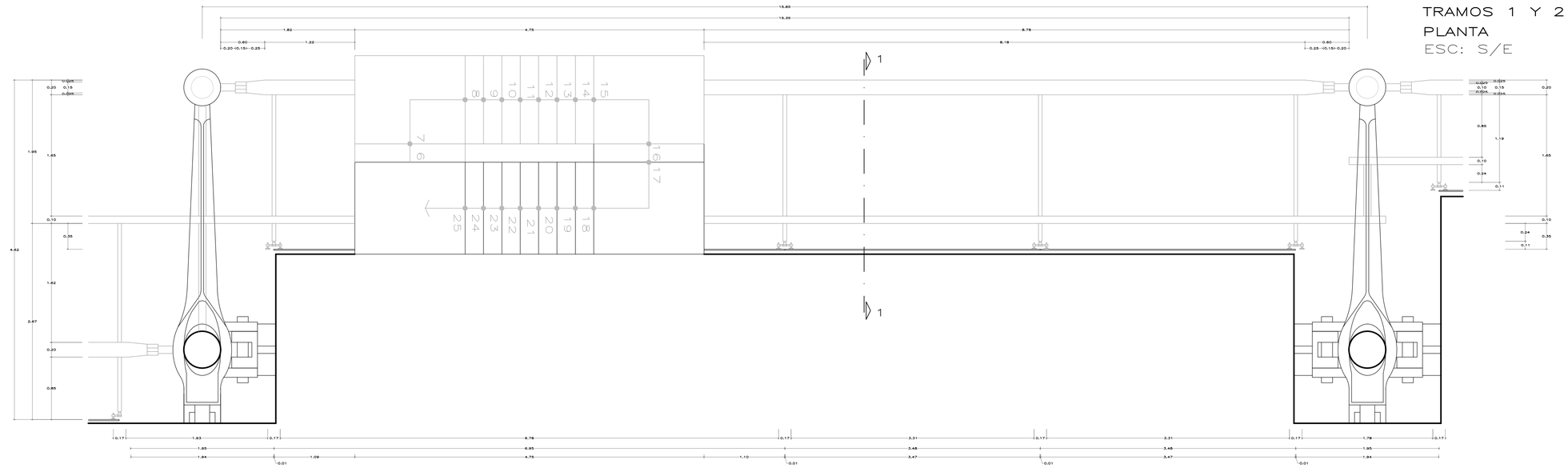
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

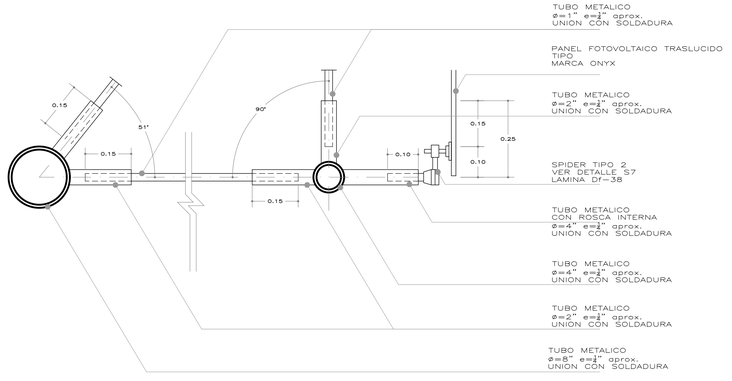
LAMINA :

Df-02

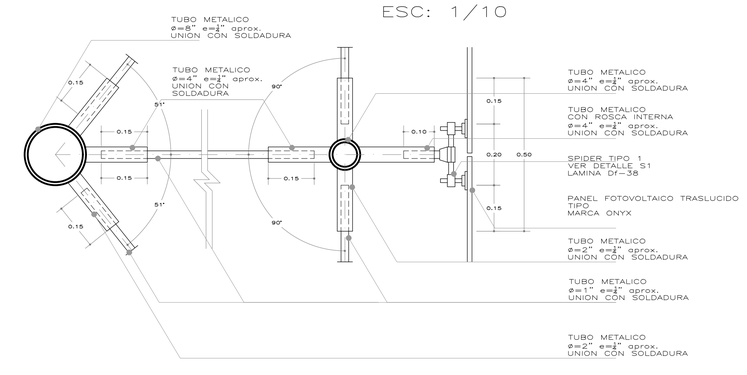
# ESTRUCTURA FACHADA 02
## TRAMOS 1 Y 2
## PLANTA
ESC: S/E

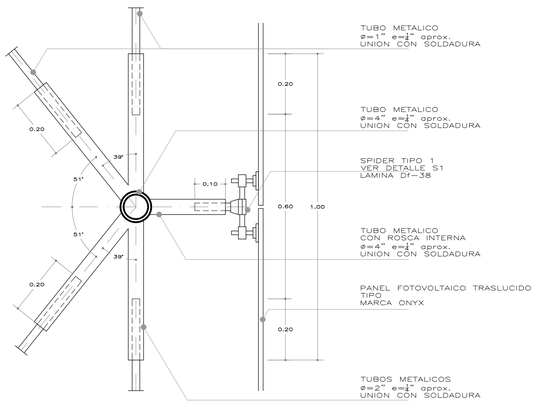



# DETALLE EF02 A
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10

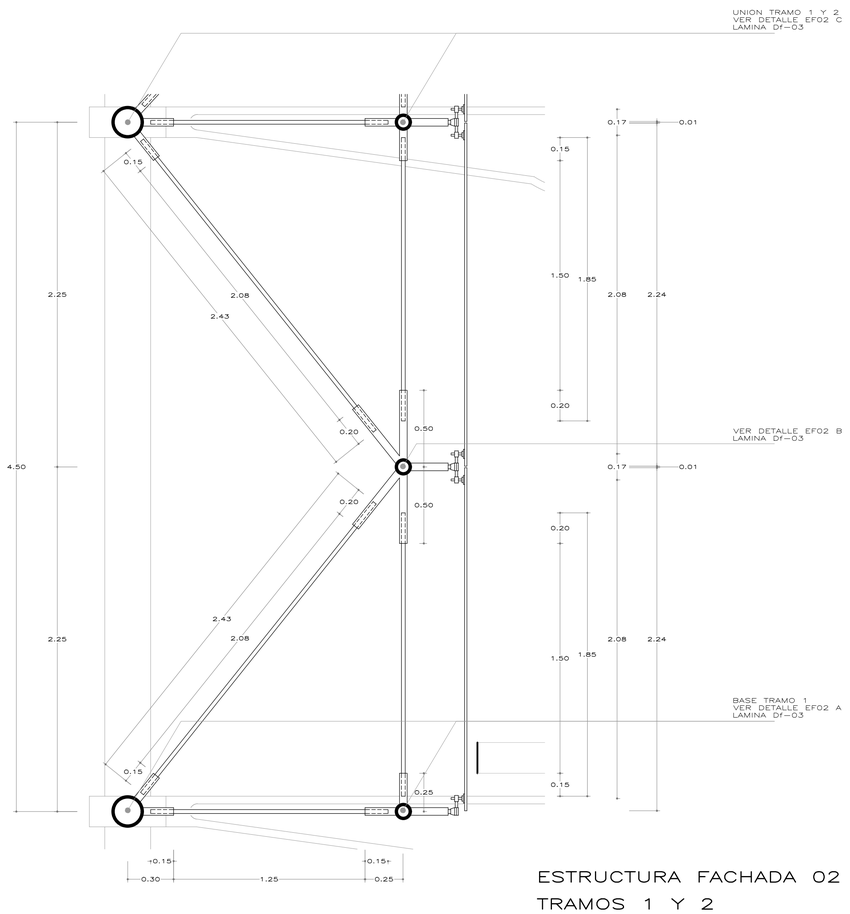



# DETALLE EF02 C
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10




# DETALLE EF02 B
## TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10




# ESTRUCTURA FACHADA 02
## TRAMOS 1 Y 2
## CORTE 1-1
ESC: 1/20

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLE FACHADA

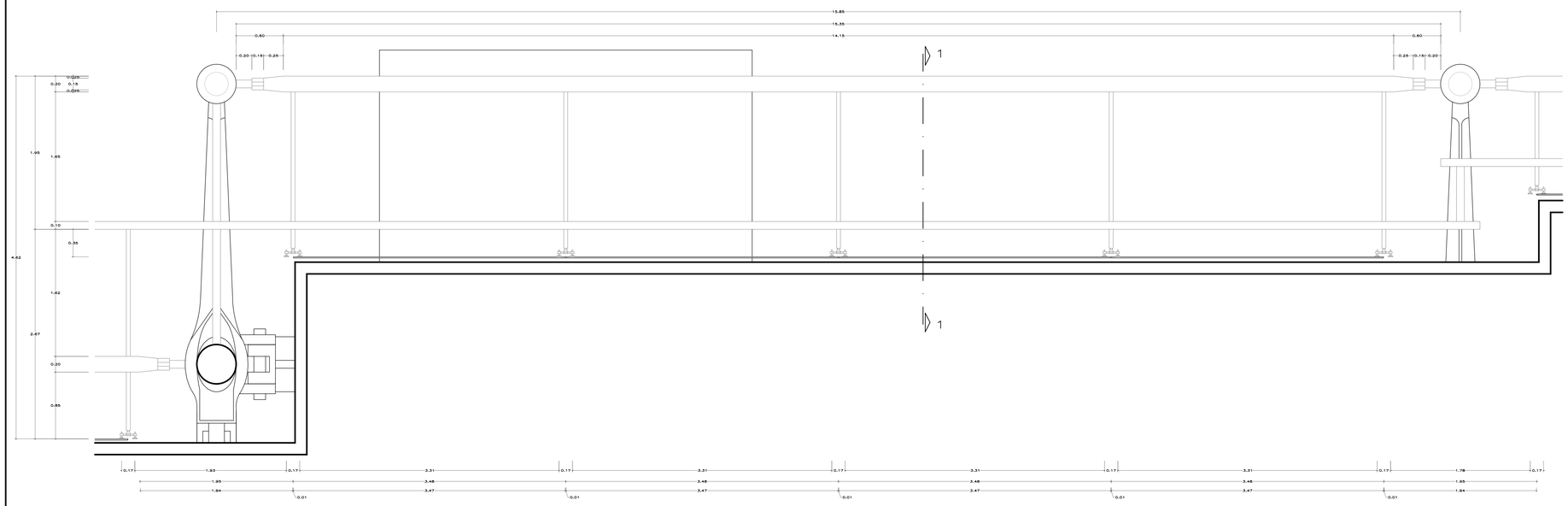
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

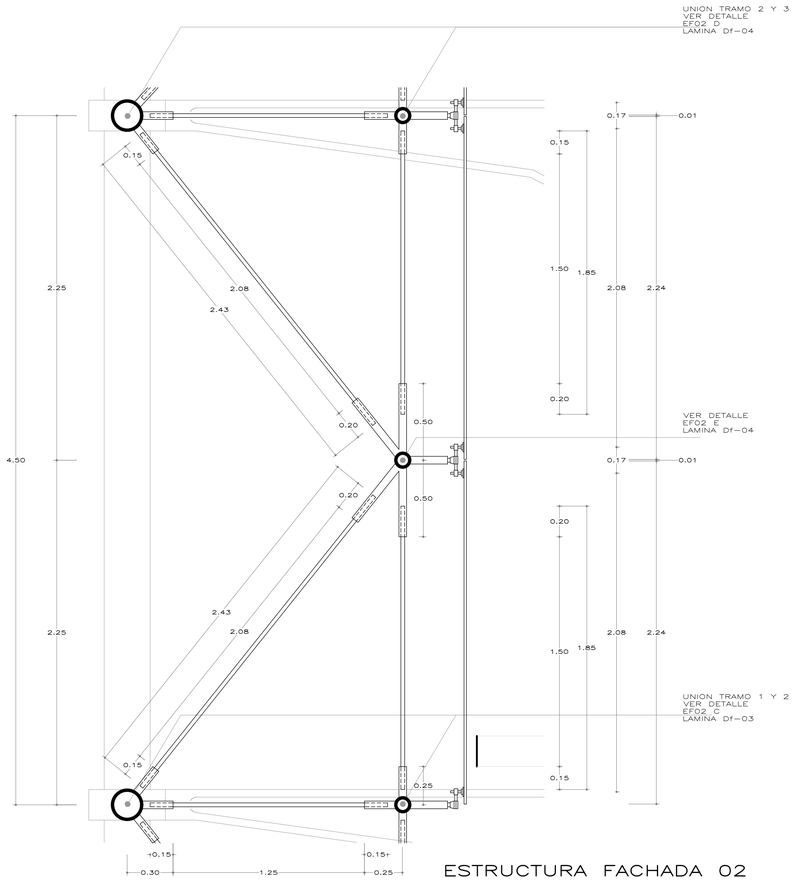
LAMINA :

Df-03

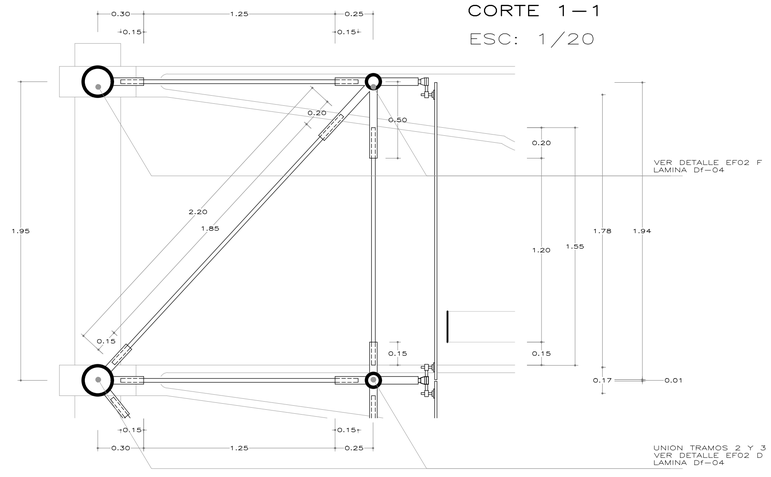
## ESTRUCTURA FACHADA 02
## TRAMO 3
## PLANTA
ESC: S/E



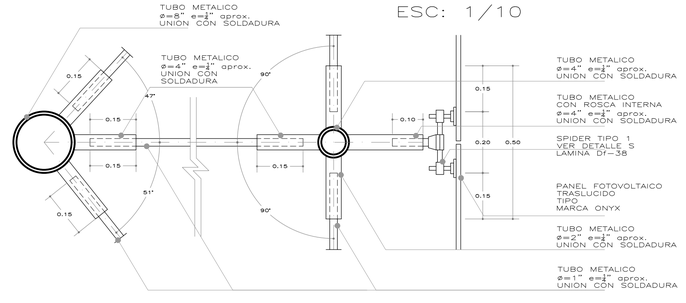

## ESTRUCTURA FACHADA 02
## TRAMO 2
## CORTE 1—1
ESC: 1/20



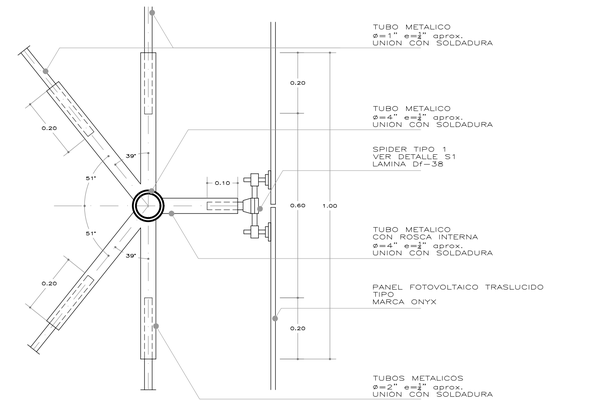

## ESTRUCTURA FACHADA 02
## TRAMO 3
## CORTE 1—1
ESC: 1/20



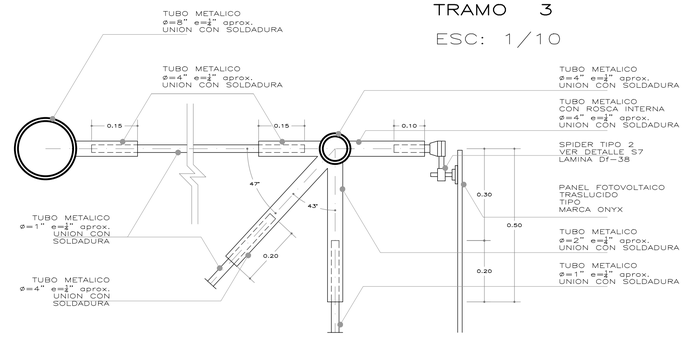

## DETALLE EF02 D
## UNION TRAMOS 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF02 E
## TRAMO 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF02 F
## TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

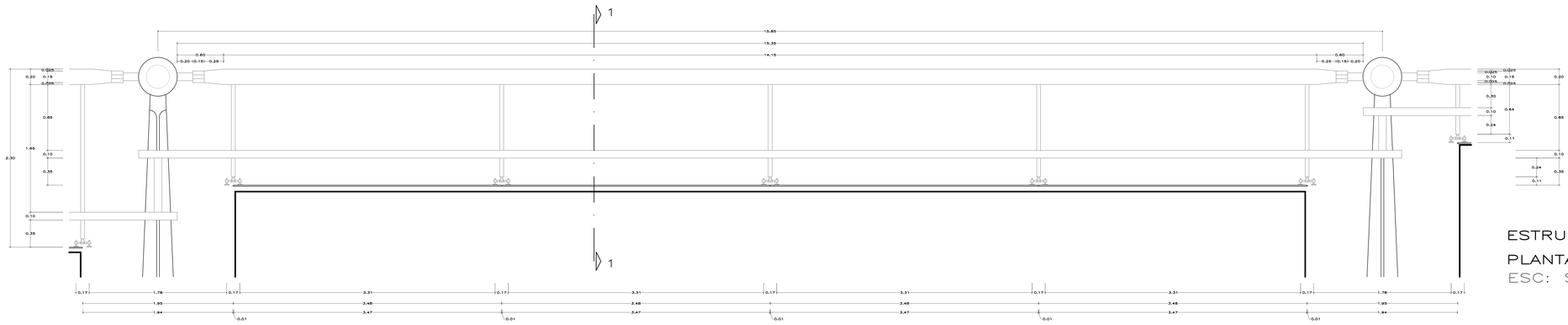
PLANO :
DETALLE FACHADA

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

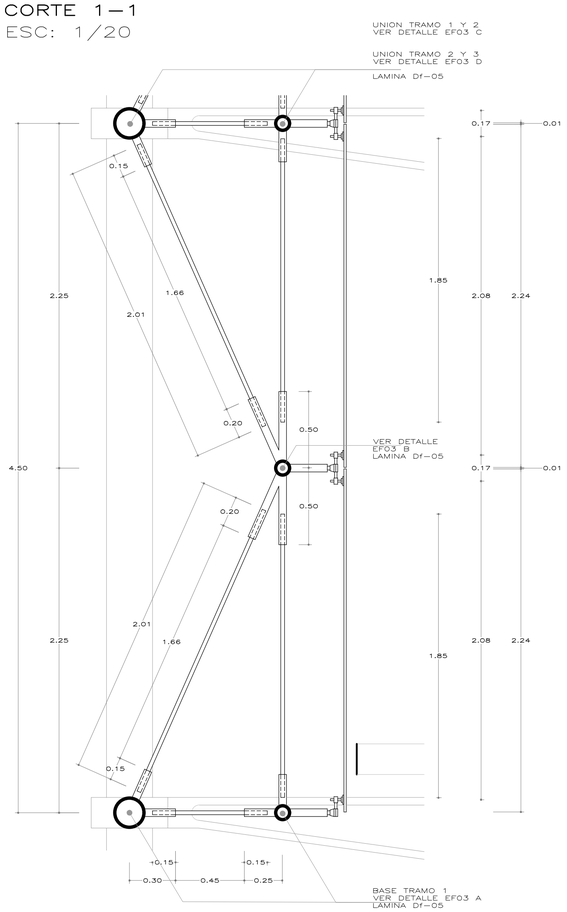
LAMINA :

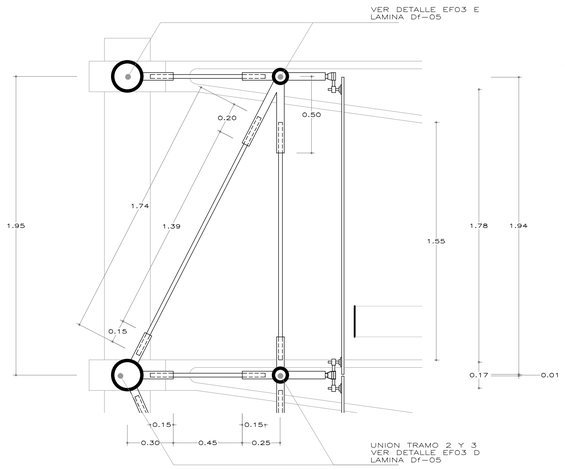
Df-04



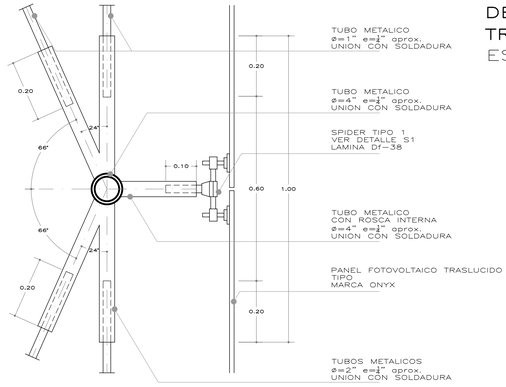
ESTRUCTURA FACHADA 03
PLANTA
ESC: S/E

ESTRUCTURA FACHADA 03
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 1—1
ESC: 1/20



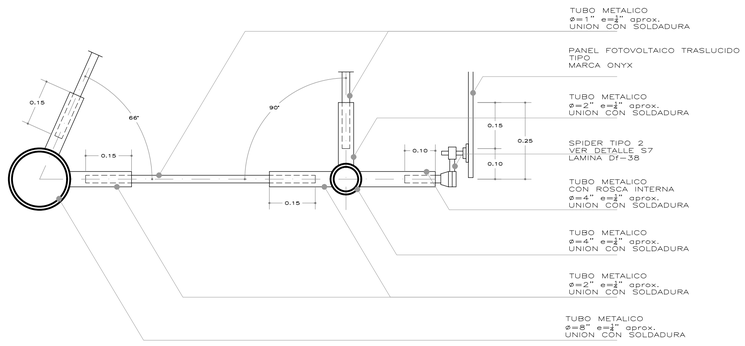




ESTRUCTURA
FACHADA 03
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20

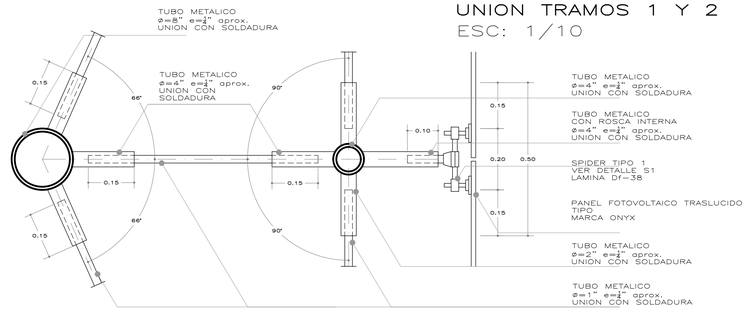



DETALLE EF03 B
TRAMOS 1 Y 2
ESC: 1/10

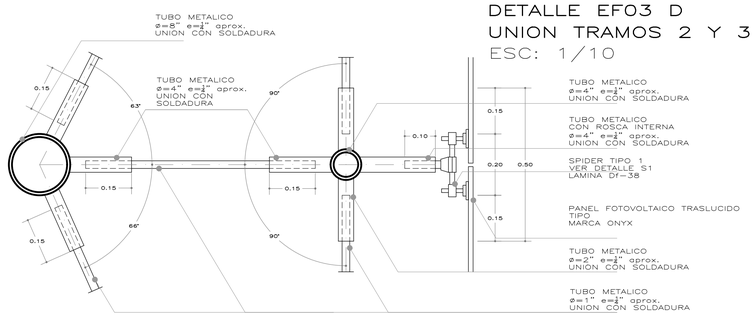
DETALLE EF03 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



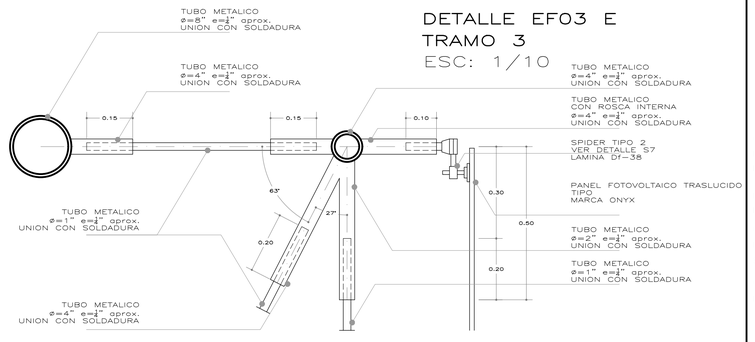

DETALLE EF03 C
UNION TRAMOS 1 Y 2
ESC: 1/10




DETALLE EF03 D
UNION TRAMOS 2 Y 3
ESC: 1/10




DETALLE EF03 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD
CATOLICA DE
SANTA MARIA

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
E INGENIERIA CIVIL
Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA
PROFESIONAL DE
ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA
IMPULSADA POR EL
CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL
MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

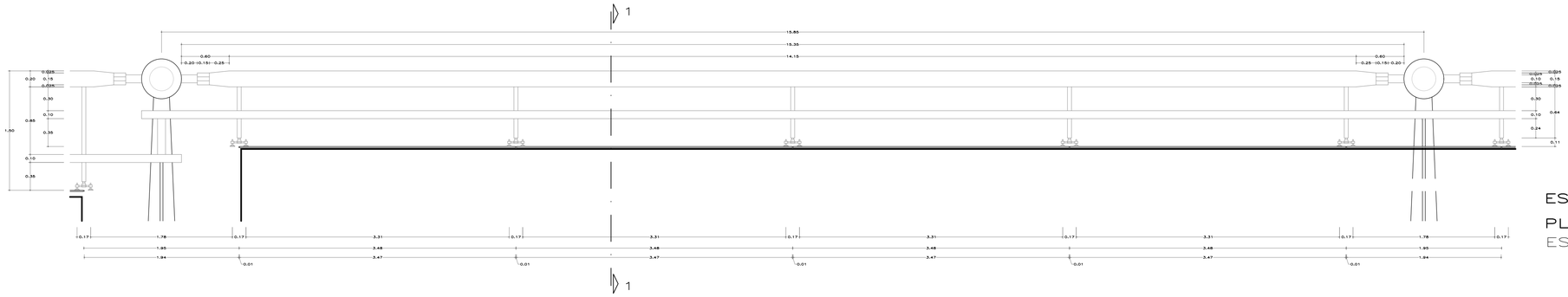
PLANO :
DETALLE FACHADA

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

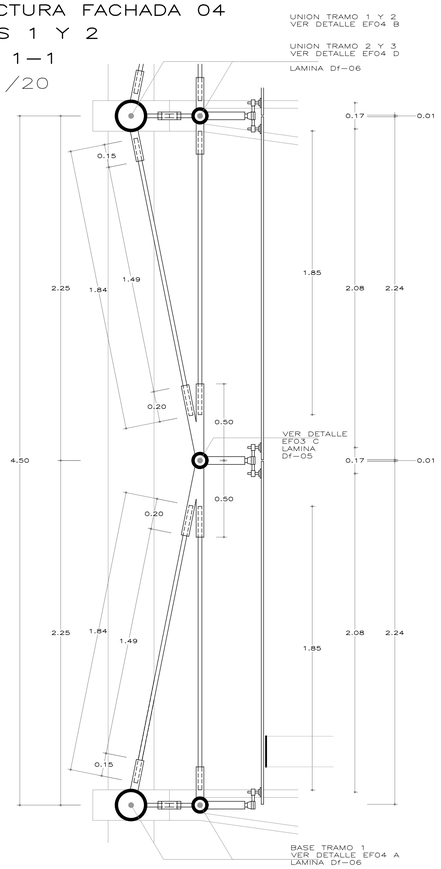
LAMINA :

Df-05

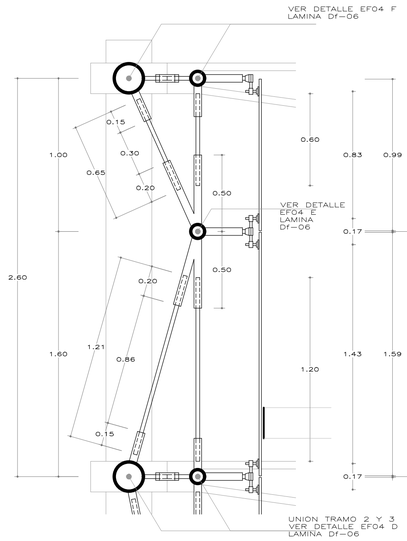



ESTRUCTURA FACHADA 04
PLANTA
ESC: S/E

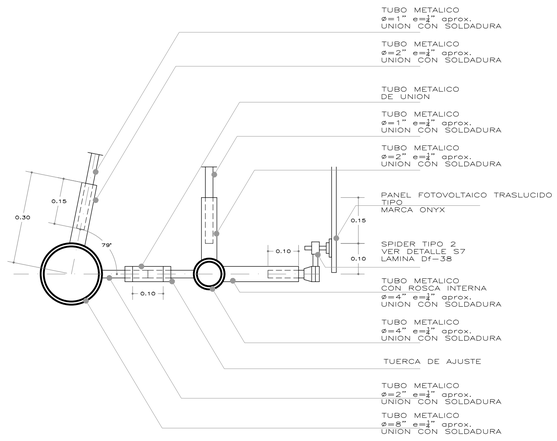
ESTRUCTURA FACHADA 04
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 1—1
ESC: 1/20



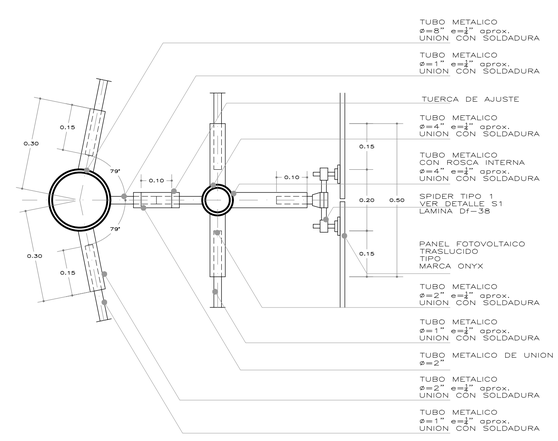

ESTRUCTURA FACHADA 04
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20



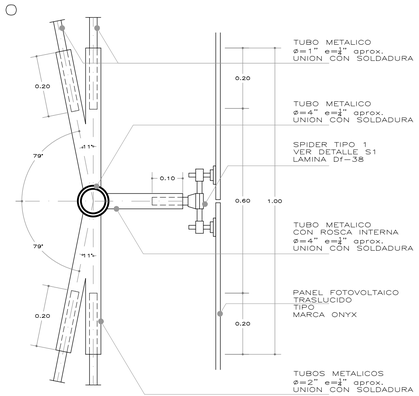

DETALLE EF04 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



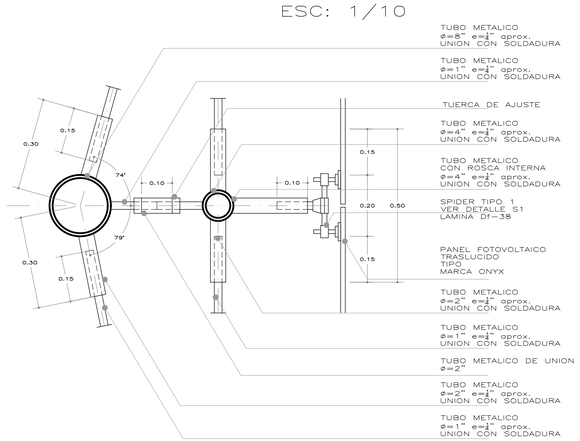

DETALLE EF04 B
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



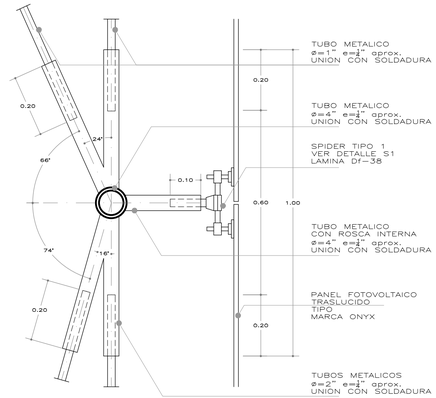

DETALLE EF04 C
TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



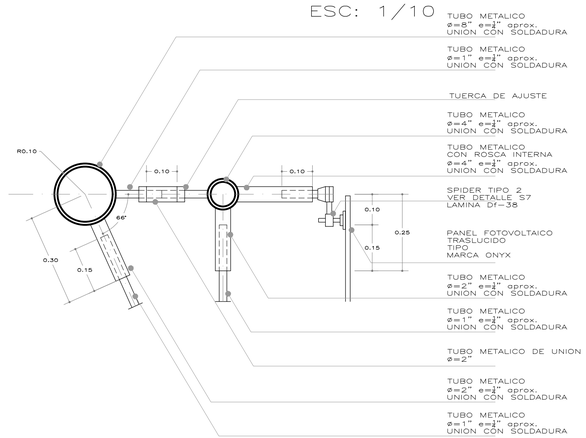

DETALLE EF04 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




DETALLE EF04 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




DETALLE EF04 F
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

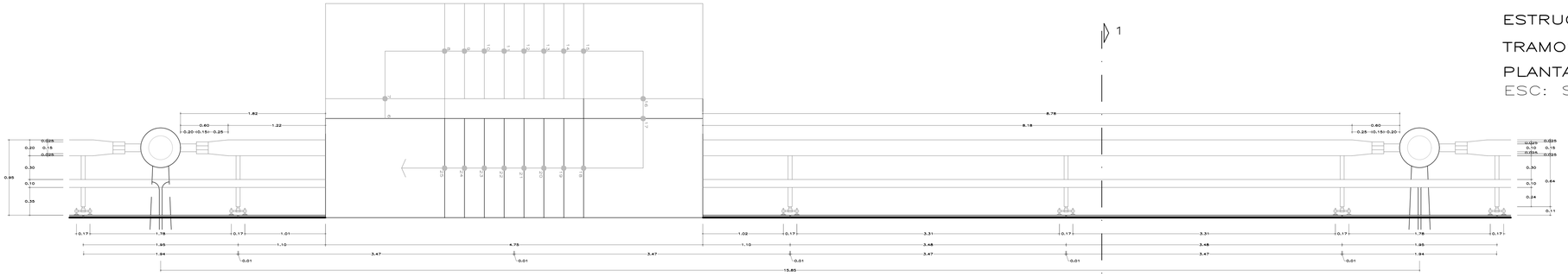
NOTAS :

PLANO :
DETALLE FACHADA

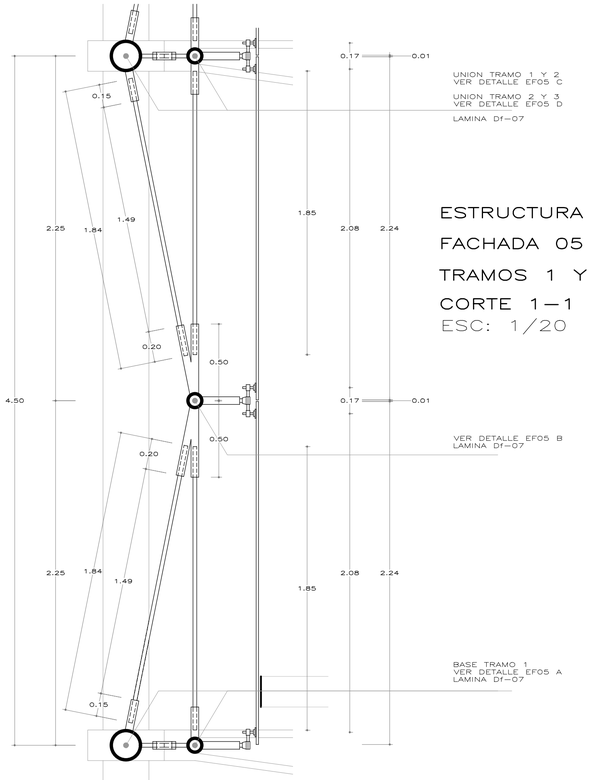
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

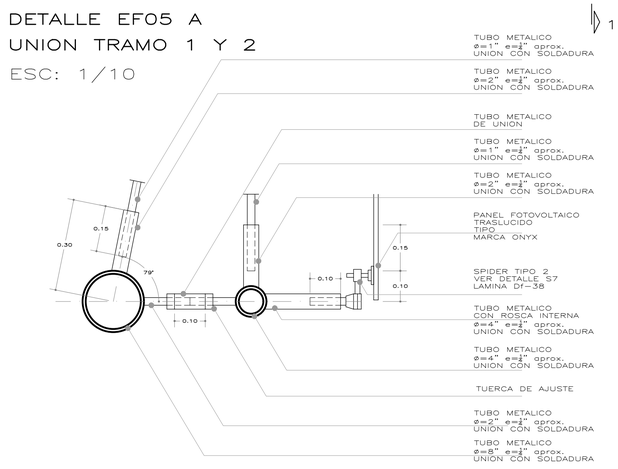
LAMINA :
Df-06



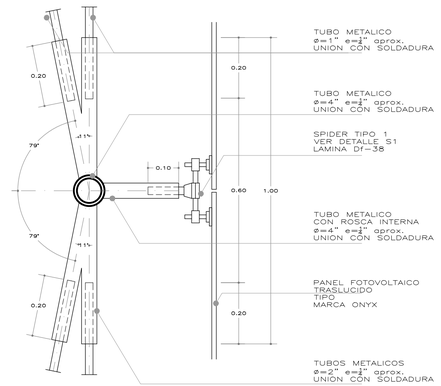
# ESTRUCTURA FACHADA 05
## TRAMOS 1 Y 2
## PLANTA
ESC: S/E




# ESTRUCTURA
# FACHADA 05
# TRAMOS 1 Y 2
# CORTE 1-1
ESC: 1/20

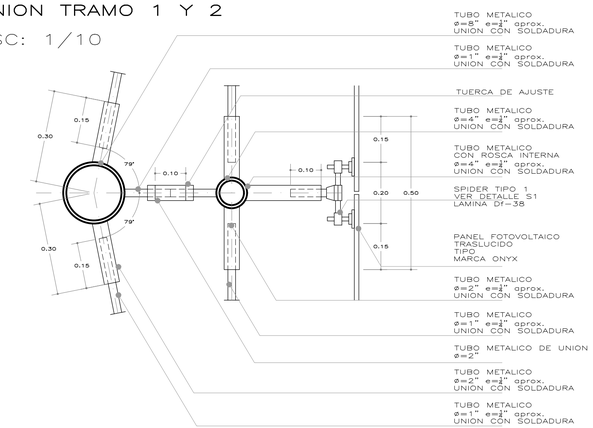



## DETALLE EF05 A
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

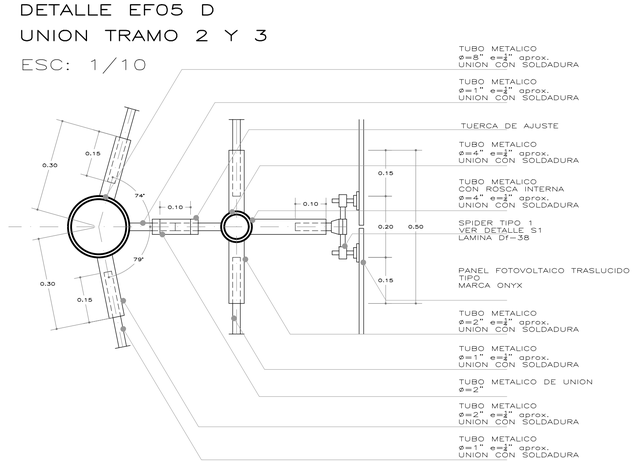


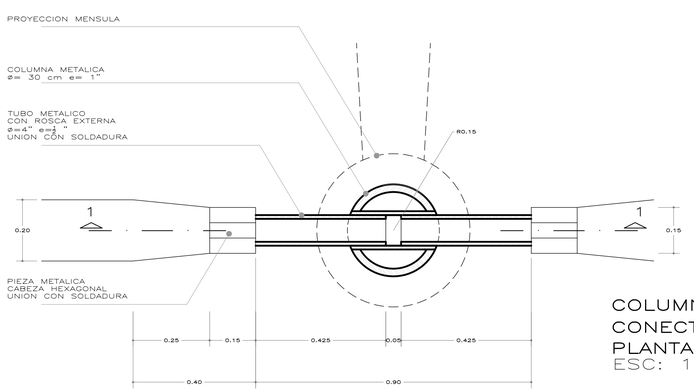

## DETALLE EF05 B
## UNION
## TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

## DETALLE EF05 C
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

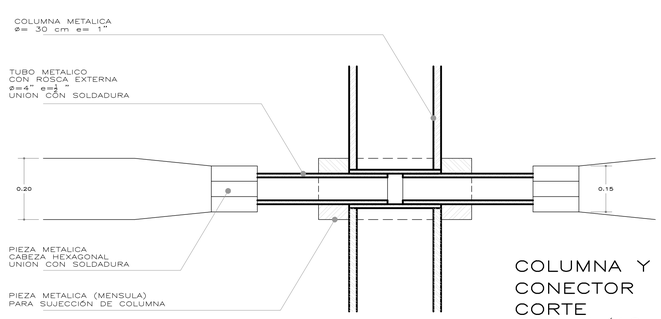



## DETALLE EF05 D
## UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10

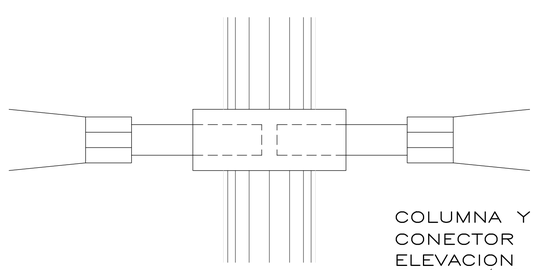



## COLUMNA Y
## CONECTOR
## PLANTA
ESC: 1/10




## COLUMNA Y
## CONECTOR
## CORTE
ESC: 1/10



## COLUMNA Y
## CONECTOR
## ELEVACION
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

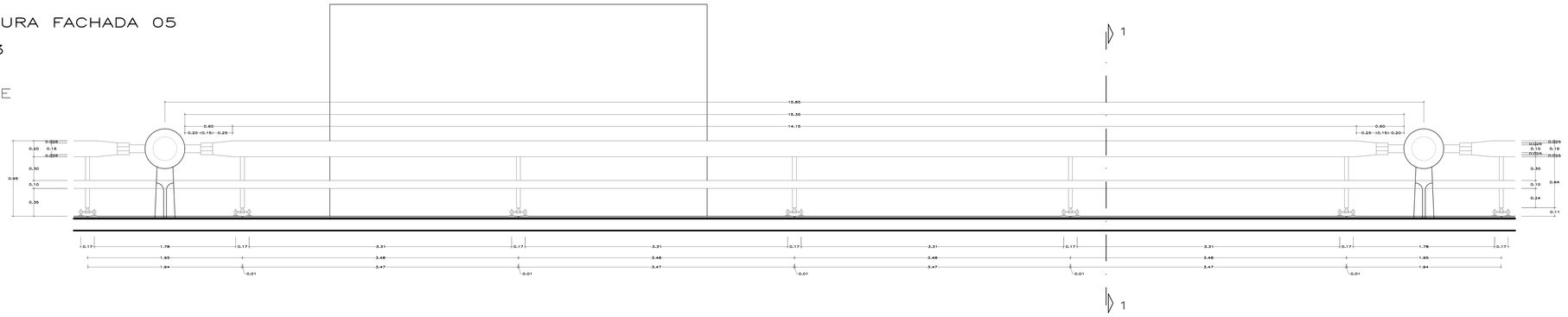
PLANO :
DETALLE FACHADA

ESCALA:
INDICADA

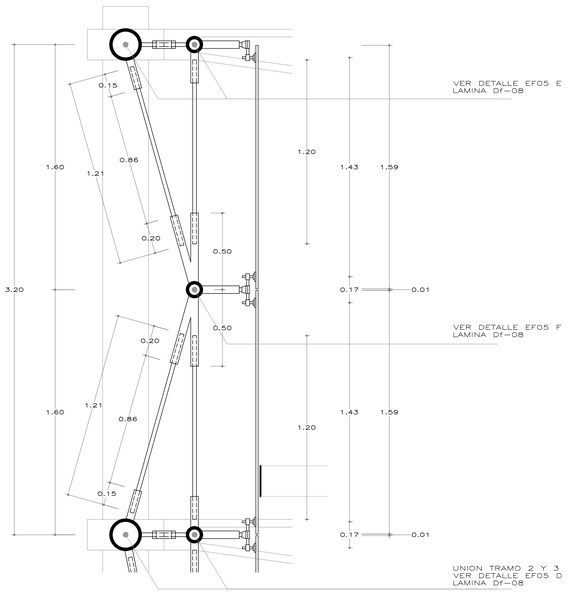
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Df-07

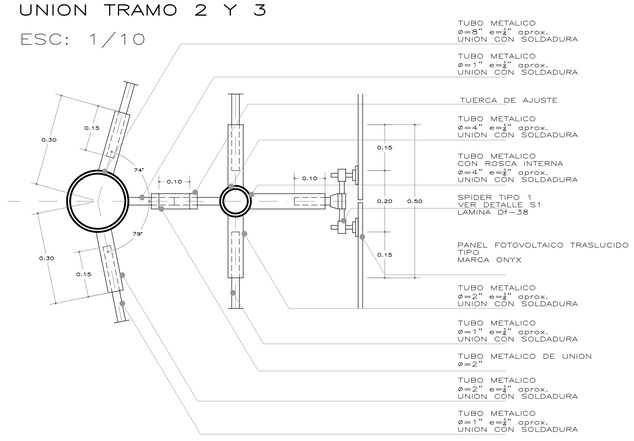
## ESTRUCTURA FACHADA 05
## TRAMO 3
## PLANTA
ESC: S/E



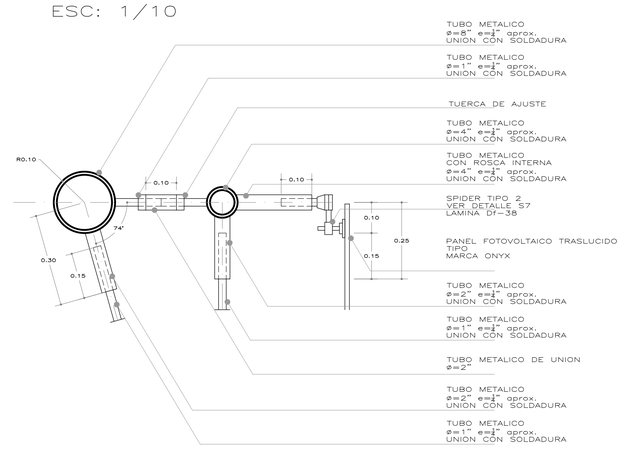

## ESTRUCTURA FACHADA 05
## TRAMO 3
## CORTE 1—1
ESC: 1/20



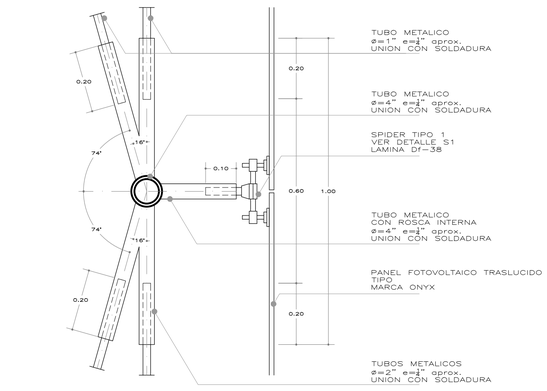

## DETALLE EF05 D
## UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10

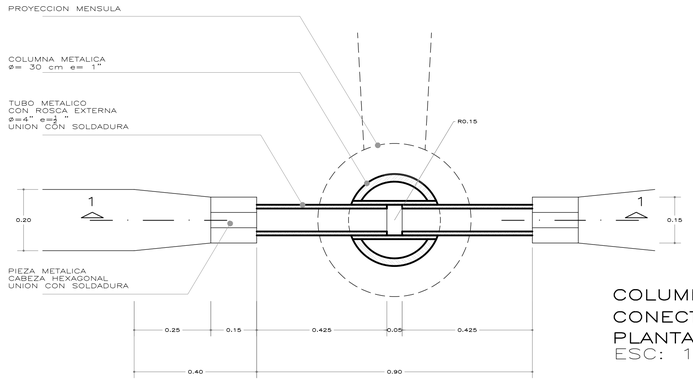



## DETALLE EF05 F
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

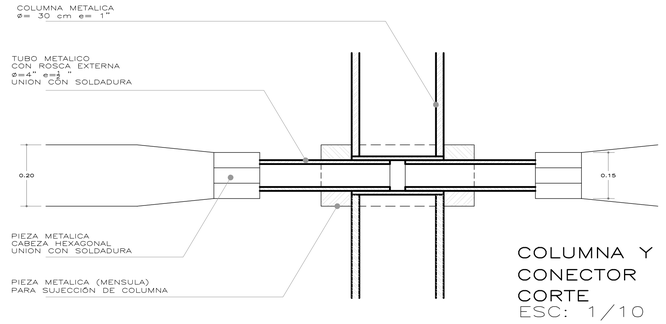



## DETALLE EF05 E
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

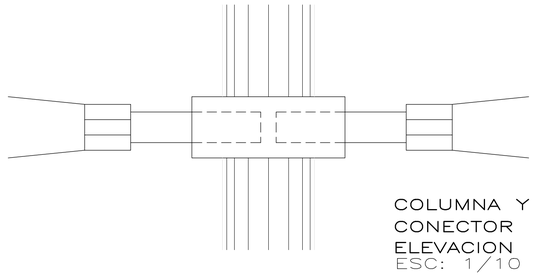



## COLUMNA Y CONECTOR PLANTA
ESC: 1/10




## COLUMNA Y CONECTOR CORTE
ESC: 1/10



## COLUMNA Y CONECTOR ELEVACION
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLE FACHADA

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

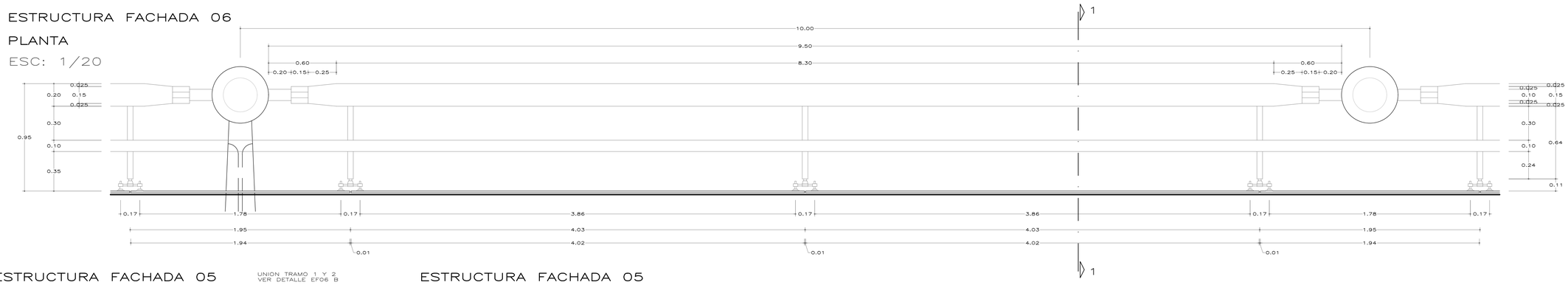
LAMINA :

Df-08

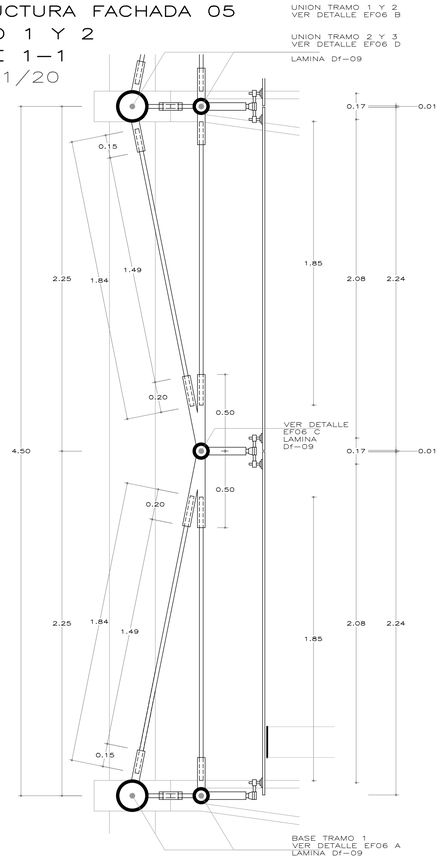
## ESTRUCTURA FACHADA 06

PLANTA

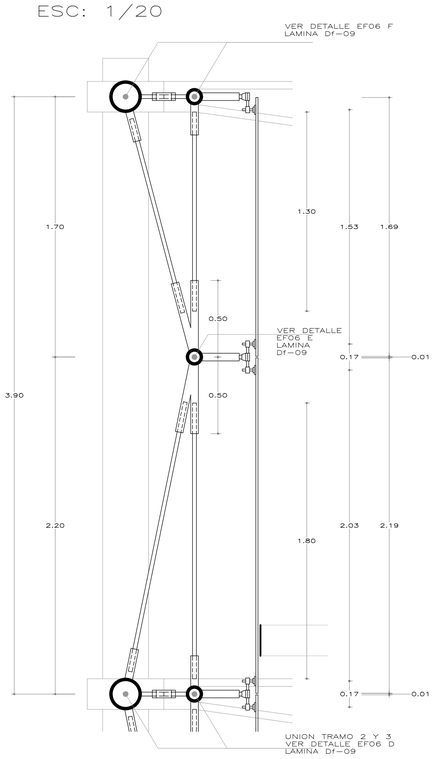
ESC: 1/20




## ESTRUCTURA FACHADA 05
TRAMO 1 Y 2
CORTE 1—1
ESC: 1/20

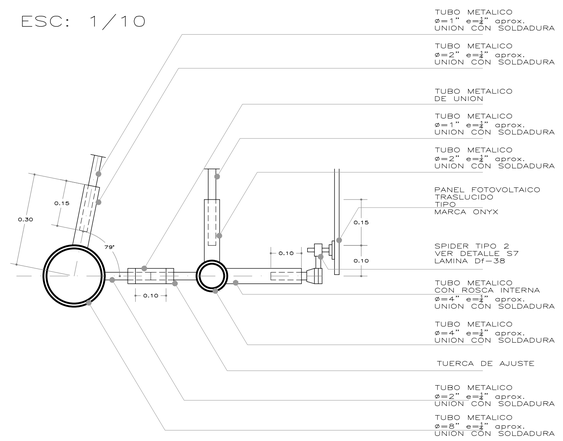



## ESTRUCTURA FACHADA 05
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20



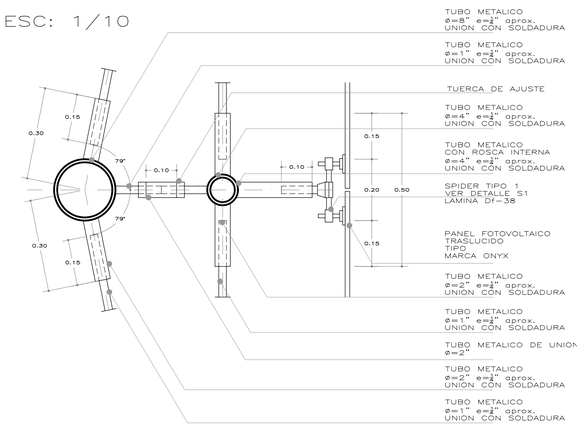

## DETALLE EF06 A
BASE TRAMO 1

ESC: 1/10



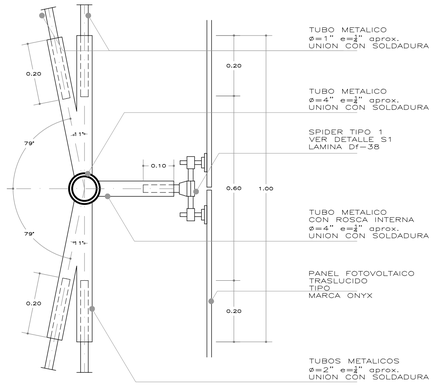

## DETALLE EF06 B
UNION TRAMO 1 Y 2

ESC: 1/10



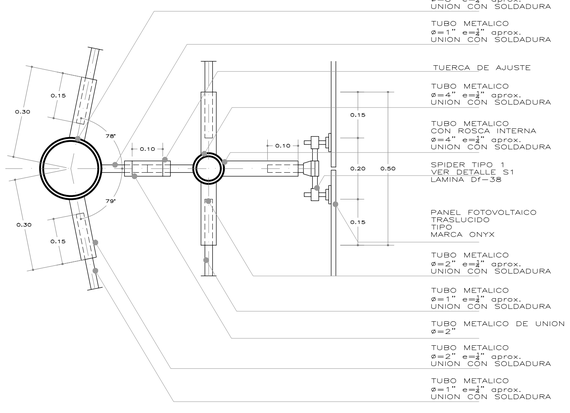

## DETALLE EF06 C
TRAMO 1 Y 2

ESC: 1/10



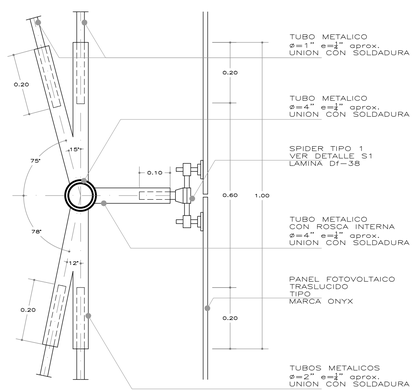

## DETALLE EF06 D
UNION TRAMO 2 Y 3

ESC: 1/10



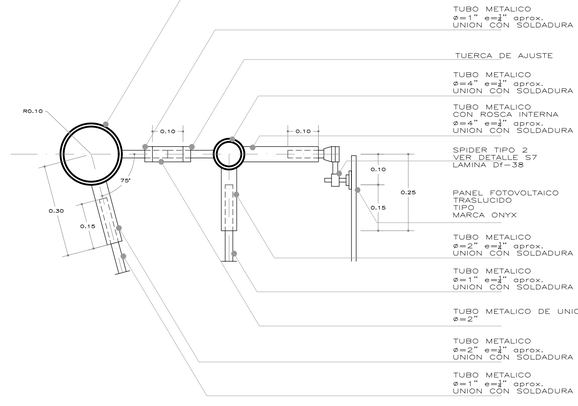

## DETALLE EF06 E
TRAMO 3

ESC: 1/10




## DETALLE EF06 F
TRAMO 3

ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

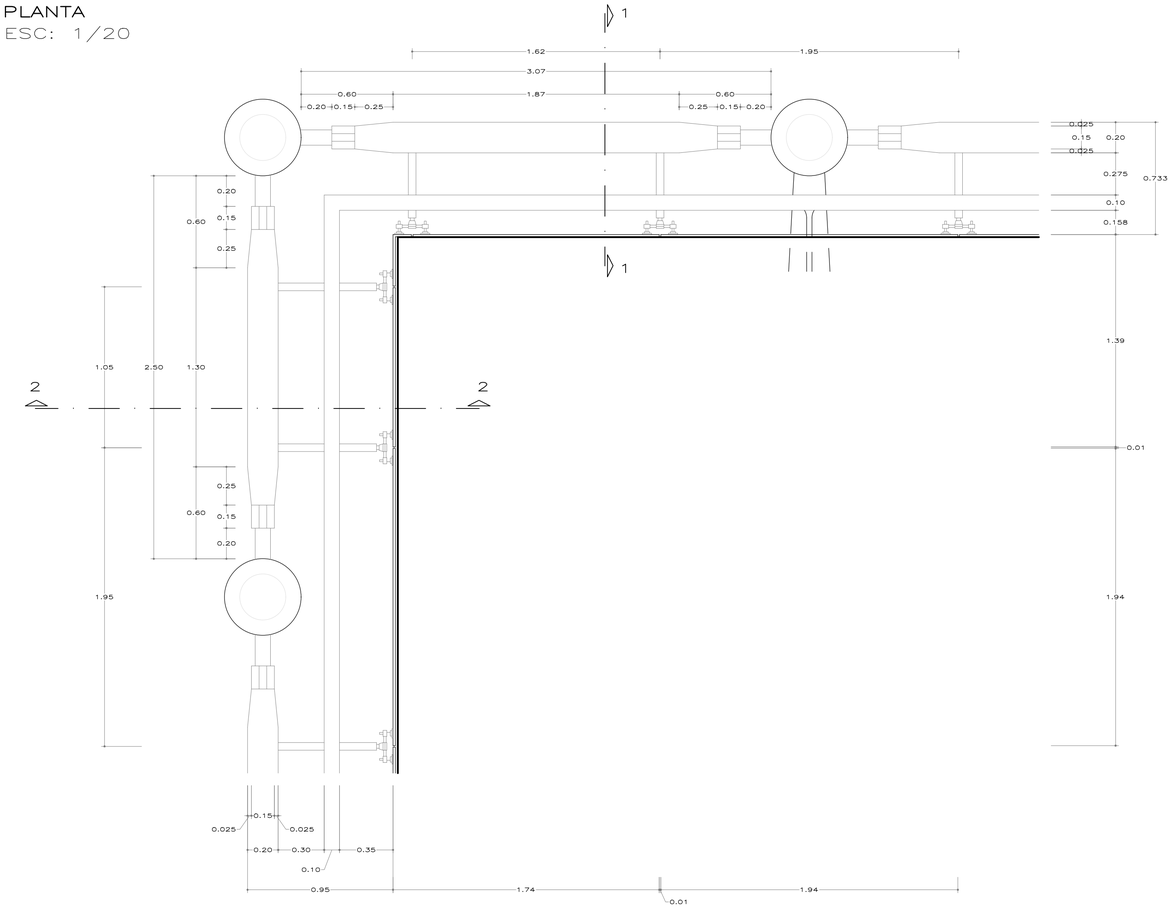
LAMINA :

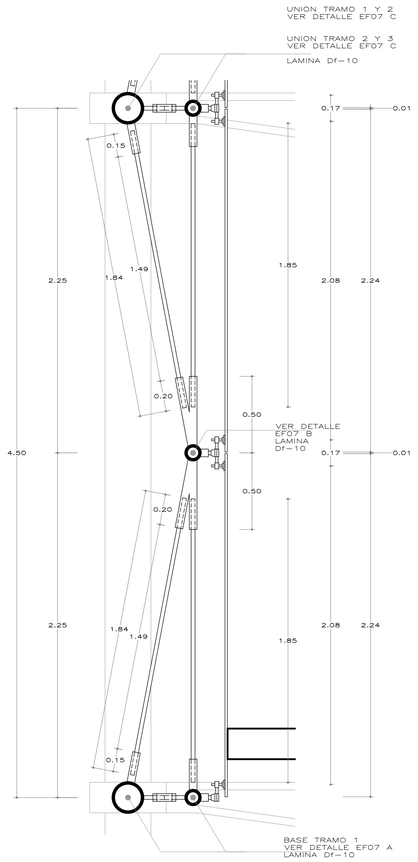
Df-09

## ESTRUCTURA FACHADA 07

### PLANTA

ESC: 1/20



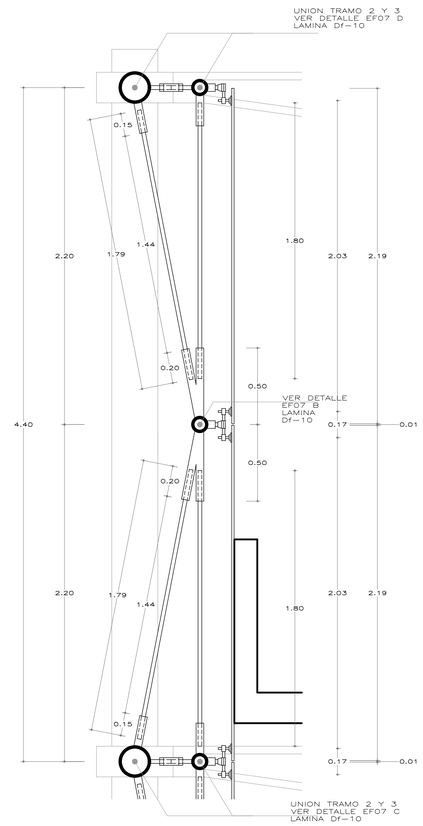




ESTRUCTURA FACHADA 07

TRAMOS 1 Y 2

CORTE 1-1

ESC: 1/20

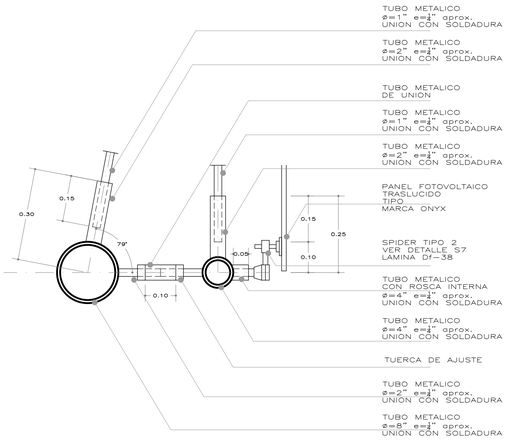



ESTRUCTURA FACHADA 07

TRAMO 3

CORTE 1-1

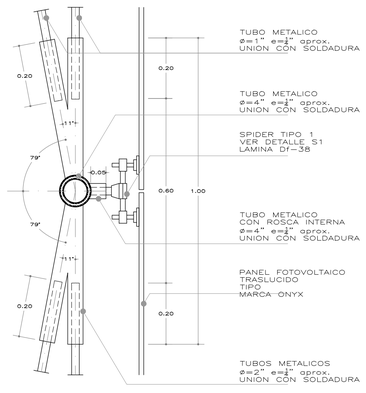
ESC: 1/20




DETALLE EF07 A

BASE TRAMO 1

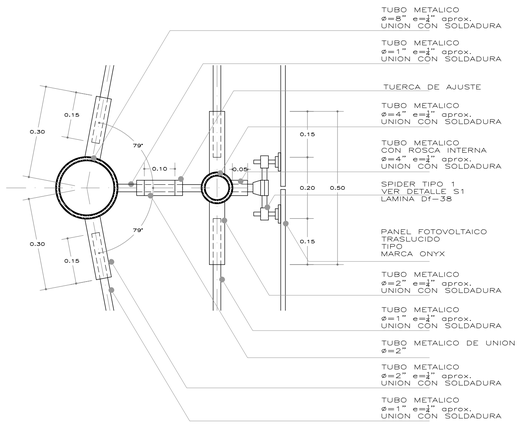
ESC: 1/10




DETALLE EF07 B

TRAMOS 1-2-3

ESC: 1/10

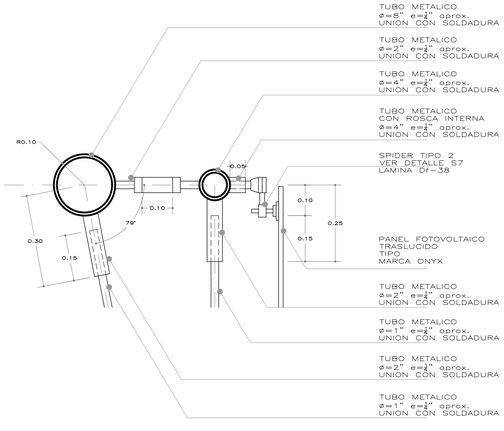



DETALLE EF07 C

UNION TRAMO 1 Y 2

UNION TRAMO 2 Y 3

ESC: 1/10




DETALLE EF07 D

TRAMO 3

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PERU

ESCALA:

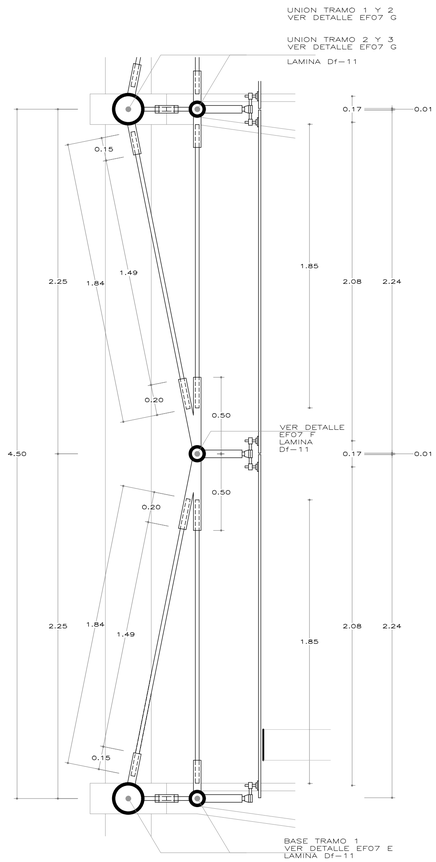
INDICADA

FECHA :

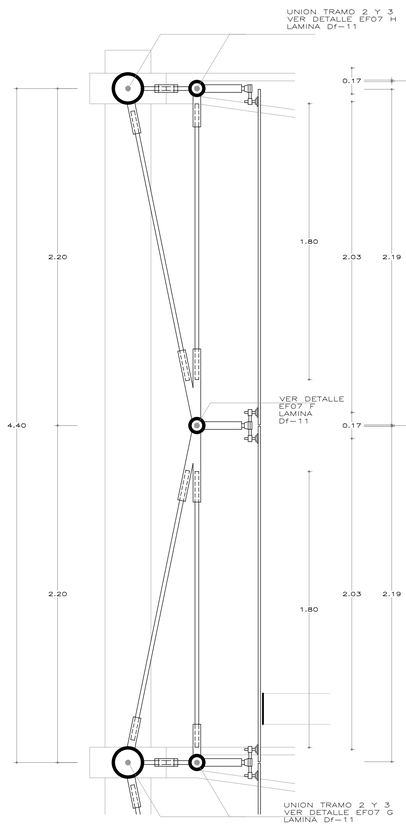
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

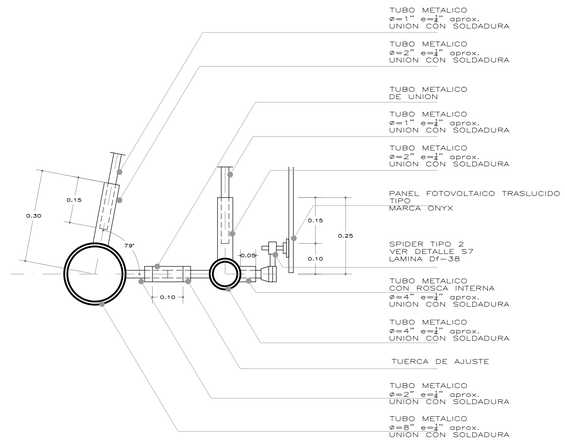
Df-10



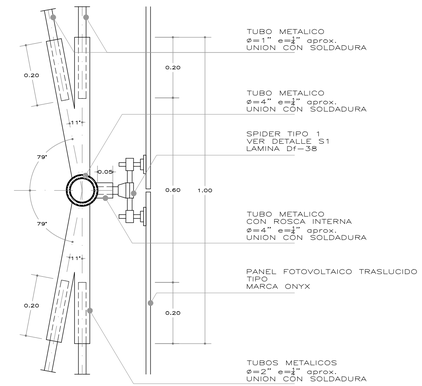

ESTRUCTURA FACHADA 07
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 2-2
ESC: 1/20



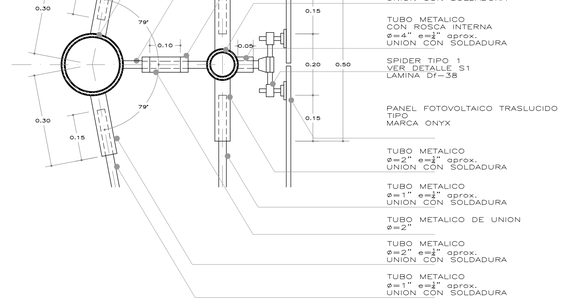

ESTRUCTURA FACHADA 07
TRAMO 3
CORTE 2-2
ESC: 1/20



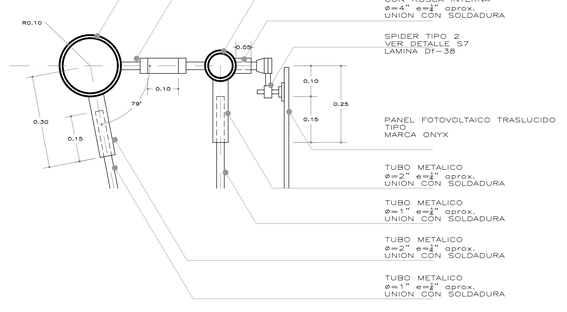

DETALLE EF07 E
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



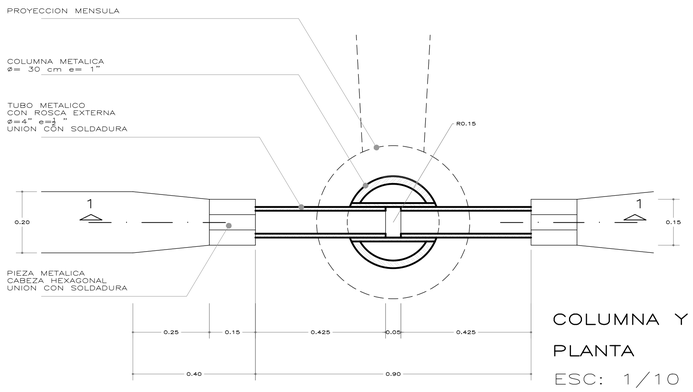

DETALLE EF07 F
TRAMOS 1-2-3
ESC: 1/10



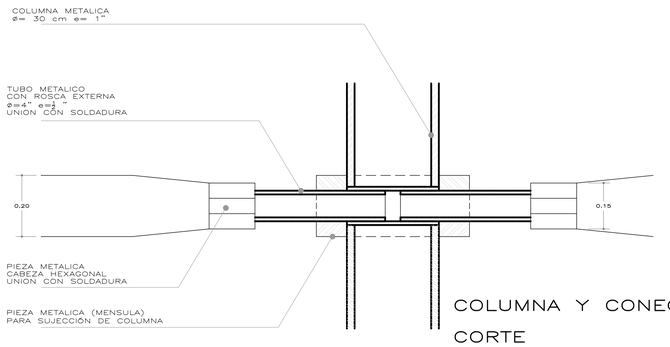

DETALLE EF07 G
UNION TRAMO 1 Y 2
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10



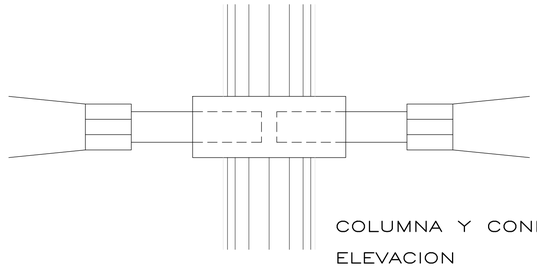

DETALLE EF07 H
TRAMO 3
ESC: 1/10




COLUMNA Y CONECTOR
PLANTA
ESC: 1/10




COLUMNA Y CONECTOR
CORTE
ESC: 1/10



COLUMNA Y CONECTOR
ELEVACION
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

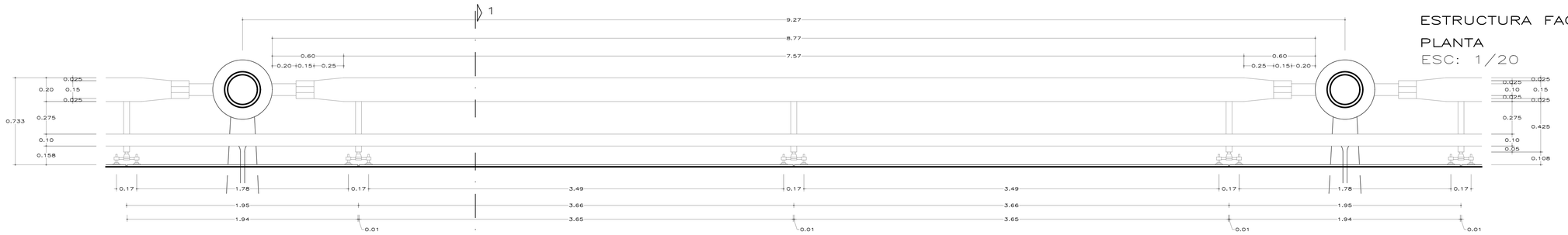
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

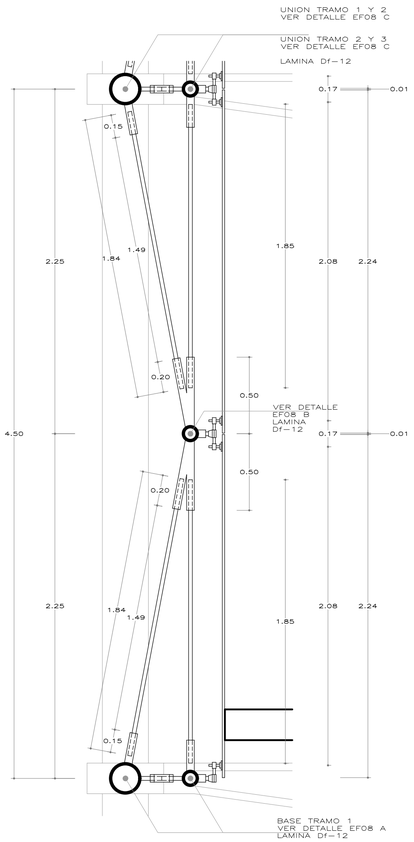
Df-11




ESTRUCTURA FACHADA 08

PLANTA

ESC: 1/20

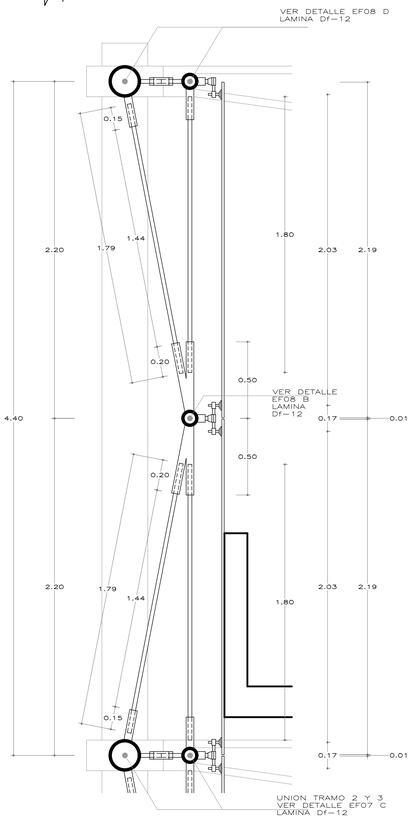



ESTRUCTURA FACHADA 08

TRAMOS 1 Y 2

CORTE 2-2

ESC: 1/20




ESTRUCTURA FACHADA 08

TRAMO 3

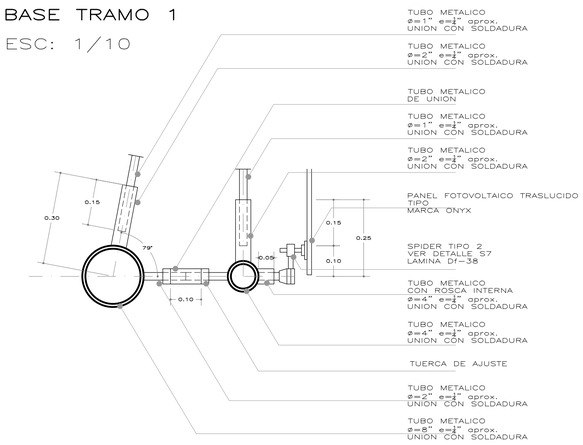
CORTE 1-1

ESC: 1/20

DETALLE EF08 A

BASE TRAMO 1

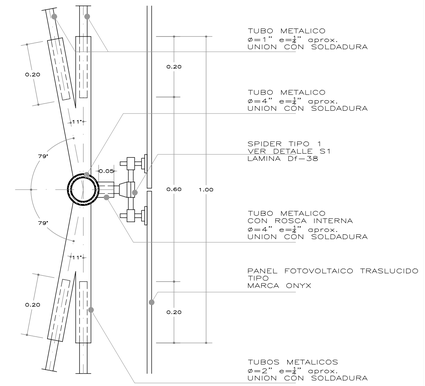
ESC: 1/10




DETALLE EF08 B

TRAMO 1-2-3

ESC: 1/10

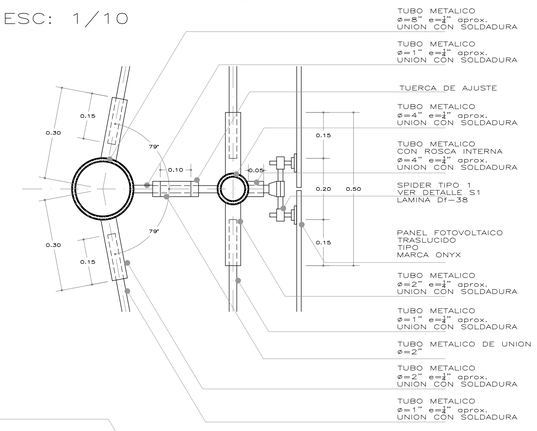



DETALLE EF08 C

UNION TRAMO 1 Y 2

UNION TRAMO 2 Y 3

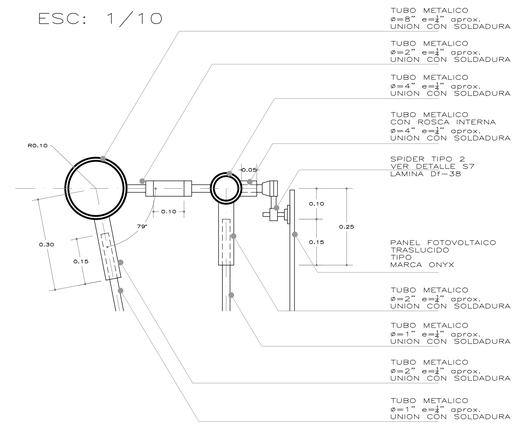
ESC: 1/10

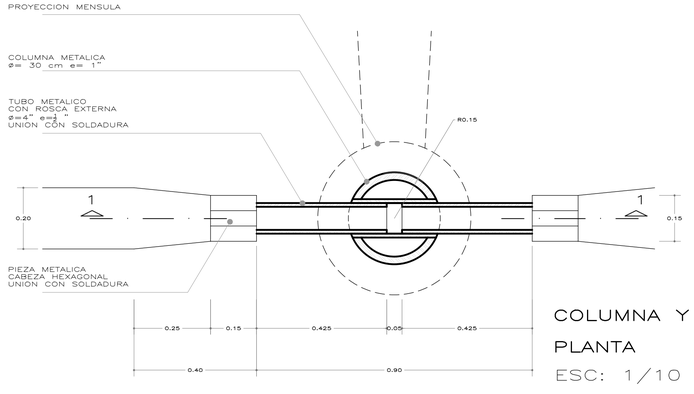



DETALLE EF08 D

TRAMO 3

ESC: 1/10

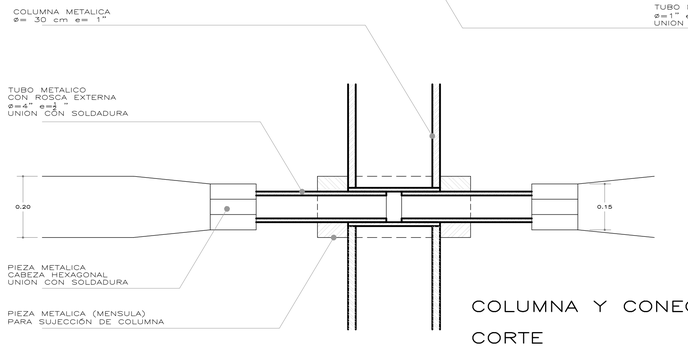



COLUMNA Y CONECTOR

PLANTA

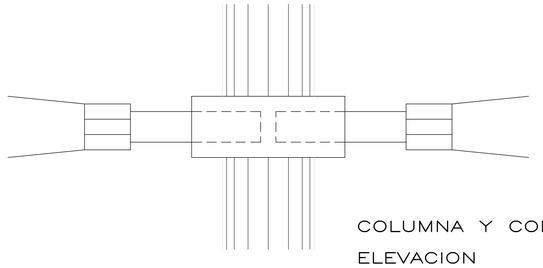
ESC: 1/10




COLUMNA Y CONECTOR

CORTE

ESC: 1/10



COLUMNA Y CONECTOR

ELEVACION

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

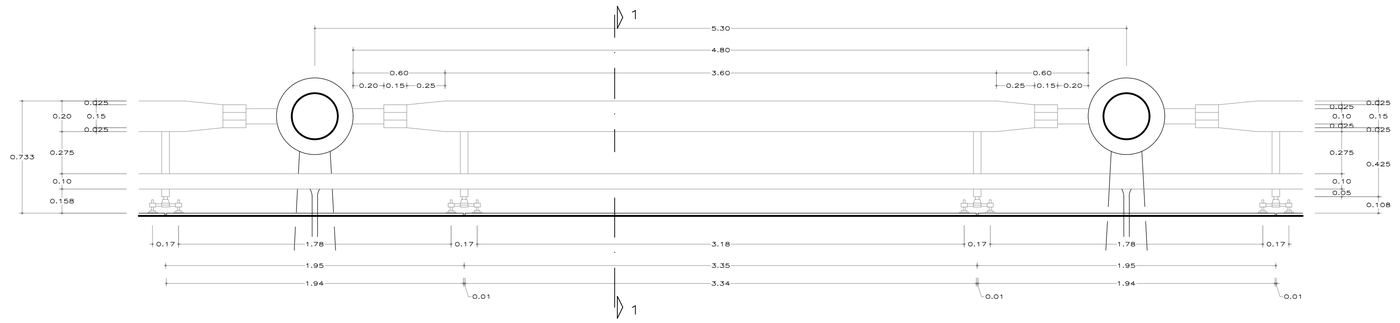
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

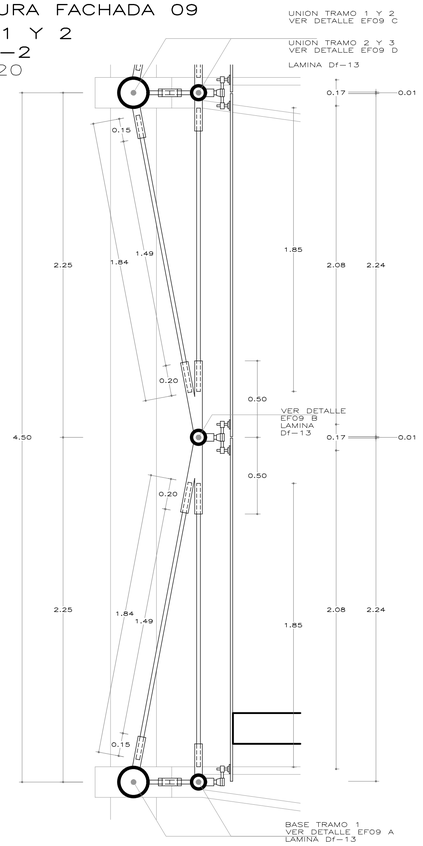
LAMINA :

Df-12

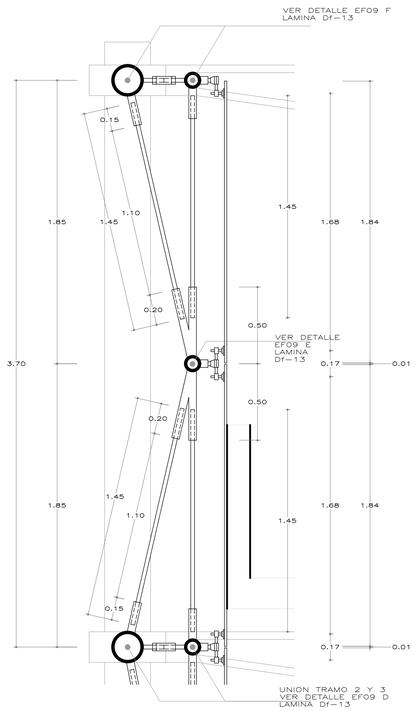



## ESTRUCTURA FACHADA 09
PLANTA
ESC: 1/20

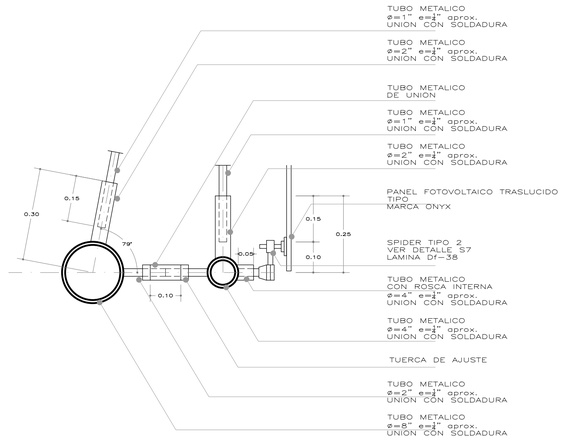
## ESTRUCTURA FACHADA 09
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 2–2
ESC: 1/20



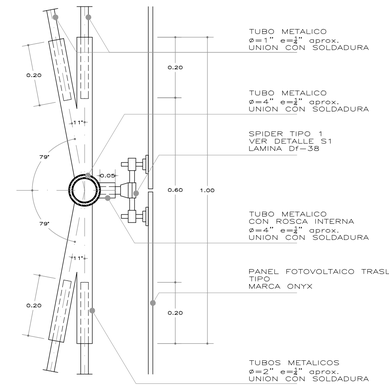

## ESTRUCTURA FACHADA 09
TRAMO 3
CORTE 1–1
ESC: 1/20



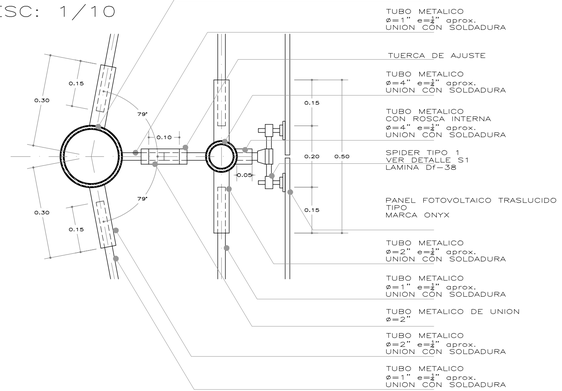

## DETALLE EF09 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



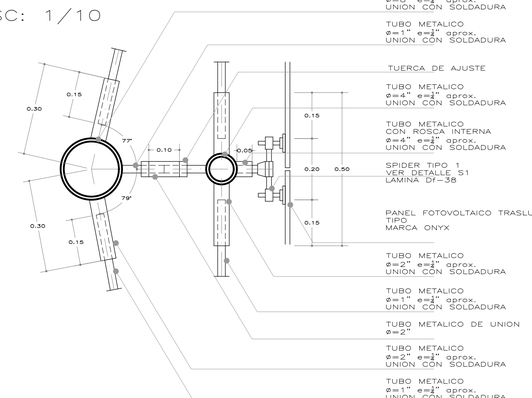

## DETALLE EF09 B
TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



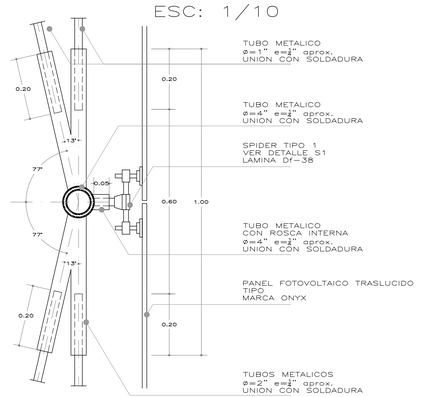

## DETALLE EF09 C
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



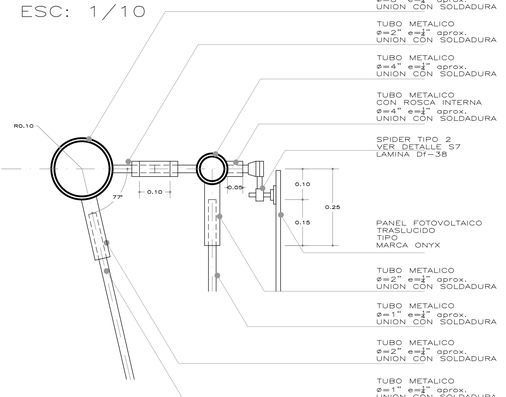

## DETALLE EF09 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF09 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF09 F
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

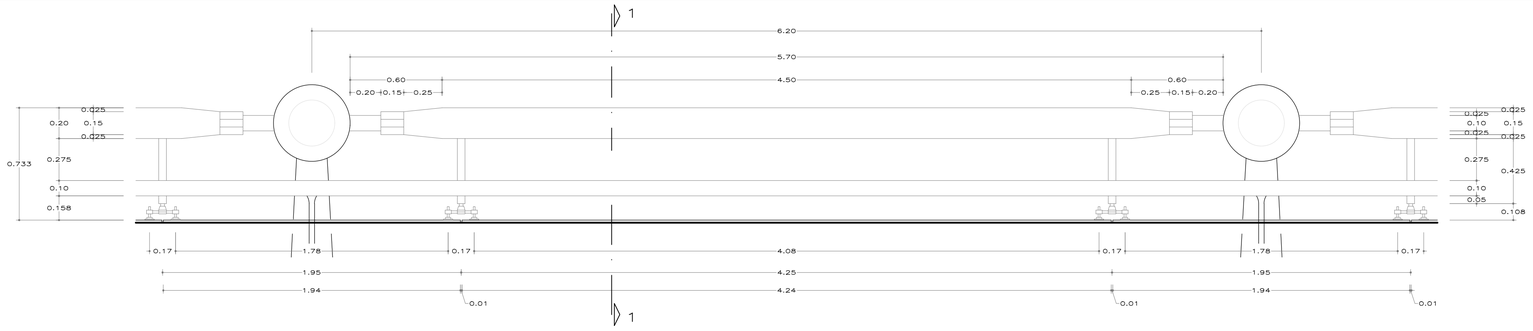
NOTAS :

PLANO :
ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Df-13




ESTRUCTURA FACHADA 10

PLANTA

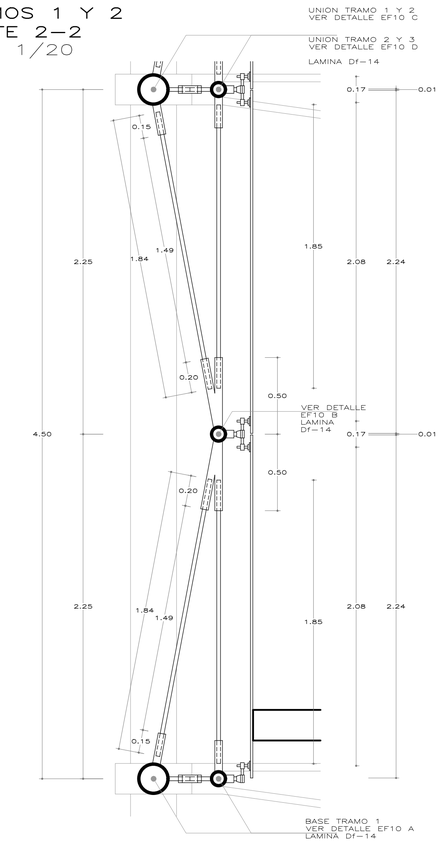
ESC: 1/20

ESTRUCTURA FACHADA 10

TRAMOS 1 Y 2

CORTE 2–2

ESC: 1/20

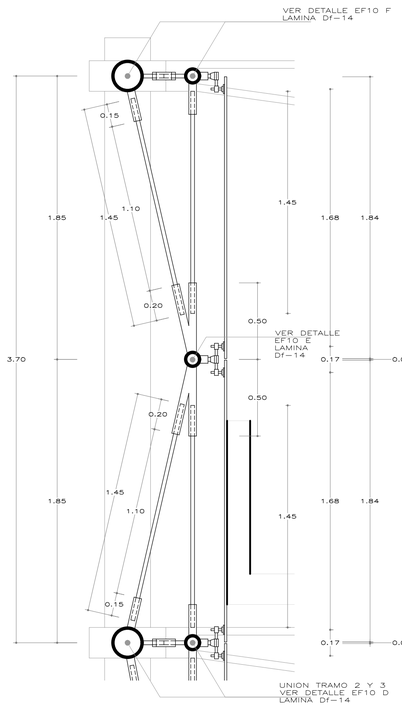



ESTRUCTURA FACHADA 10

TRAMO 3

CORTE 1–1

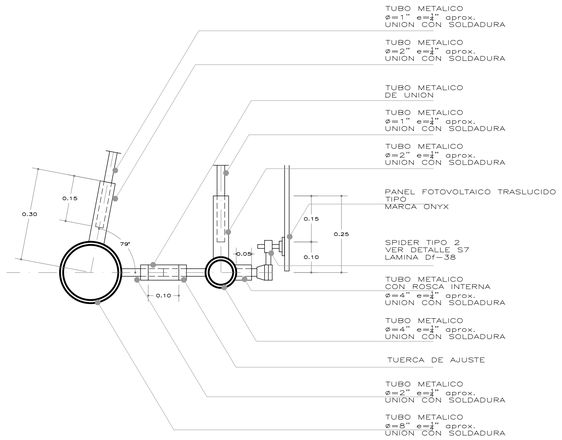
ESC: 1/20




DETALLE EF10 A

BASE TRAMO 1

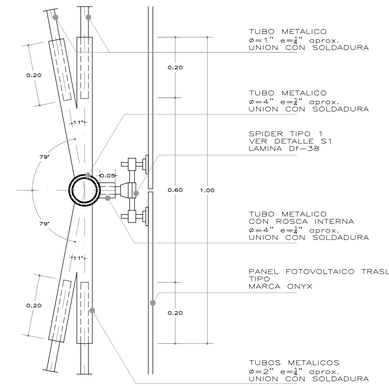
ESC: 1/10




DETALLE EF10 B

TRAMO 1 Y 2

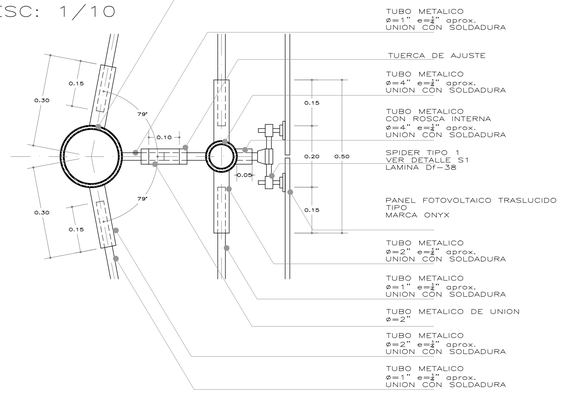
ESC: 1/10




DETALLE EF10 C

UNION TRAMO 1 Y 2

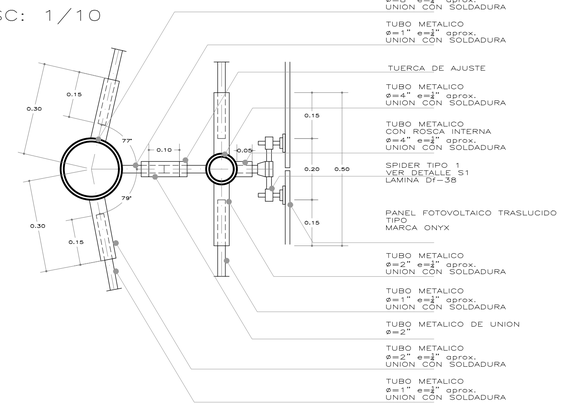
ESC: 1/10




DETALLE EF10 D

UNION TRAMO 2 Y 3

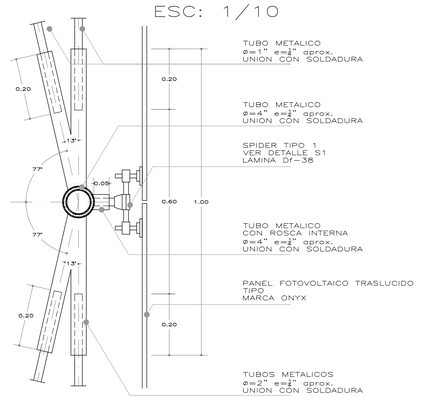
ESC: 1/10




DETALLE EF10 E

TRAMO 3

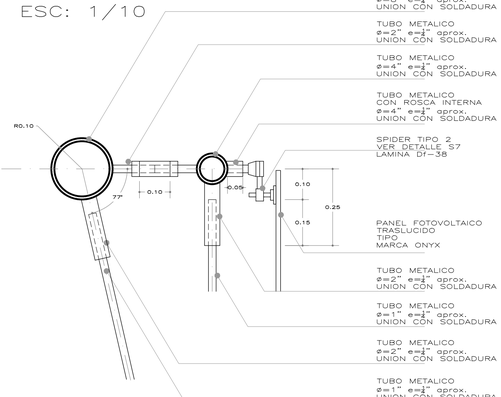
ESC: 1/10




DETALLE EF10 F

TRAMO 3

ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

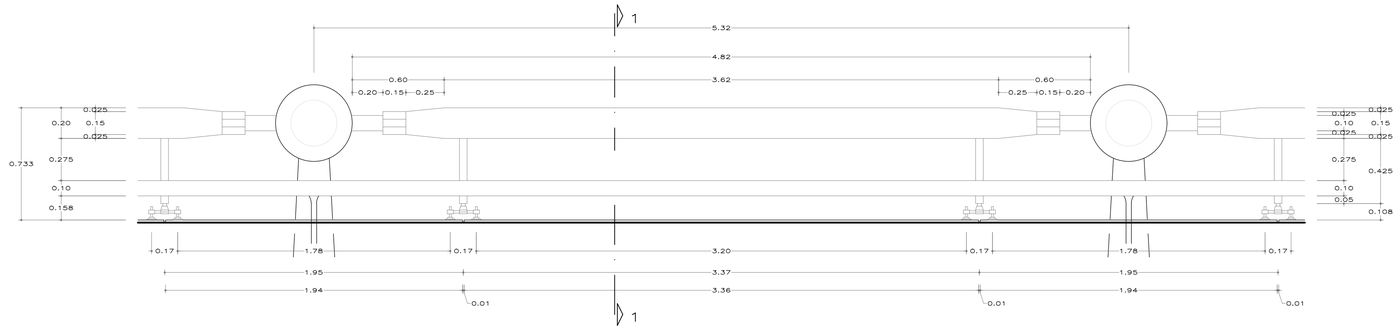
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-14




ESTRUCTURA FACHADA 11

PLANTA

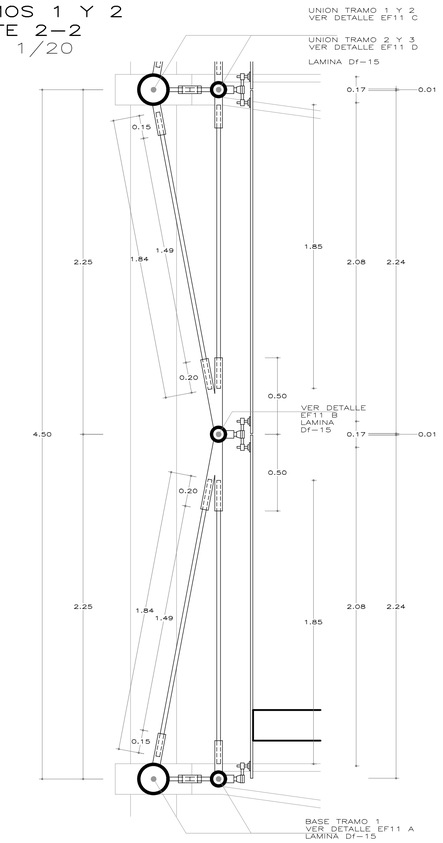
ESC: 1/20

ESTRUCTURA FACHADA 11

TRAMOS 1 Y 2

CORTE 2–2

ESC: 1/20

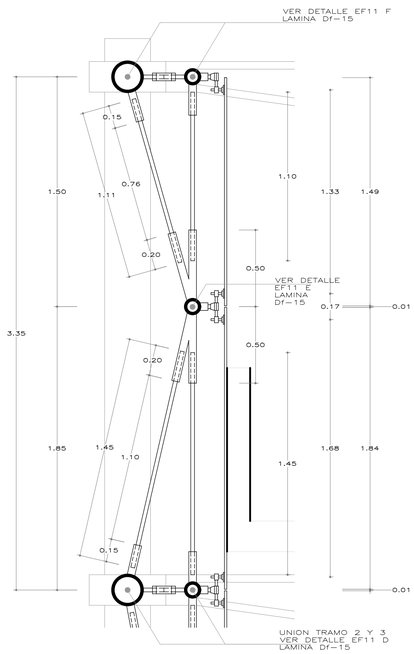



ESTRUCTURA FACHADA 11

TRAMO 3

CORTE 1–1

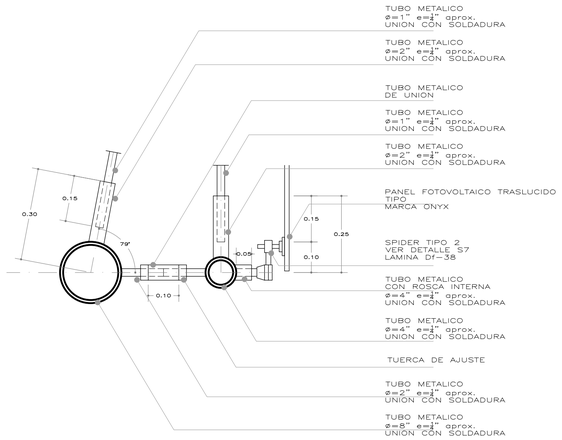
ESC: 1/20




DETALLE EF11 A

BASE TRAMO 1

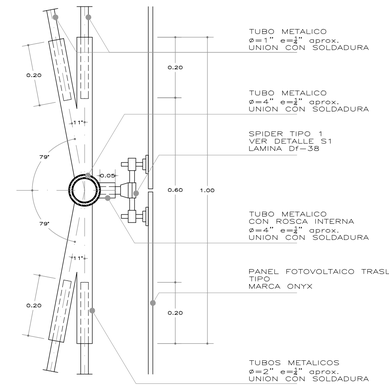
ESC: 1/10




DETALLE EF11 B

TRAMO 1 Y 2

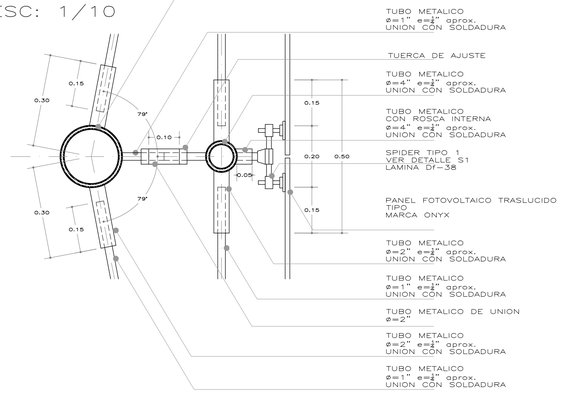
ESC: 1/10




DETALLE EF11 C

UNION TRAMO 1 Y 2

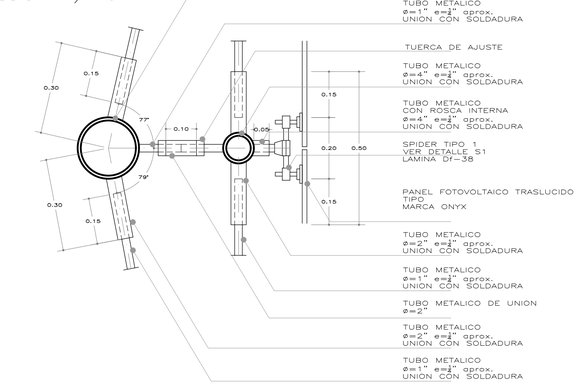
ESC: 1/10




DETALLE EF11 D

UNION TRAMO 2 Y 3

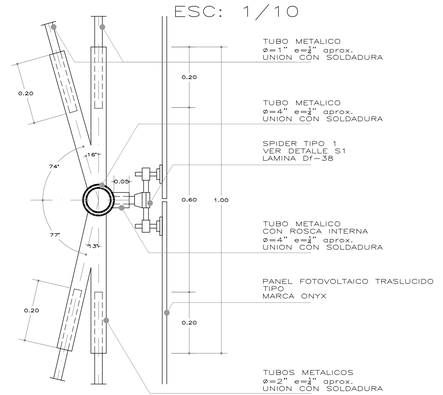
ESC: 1/10




DETALLE EF11 E

TRAMO 3

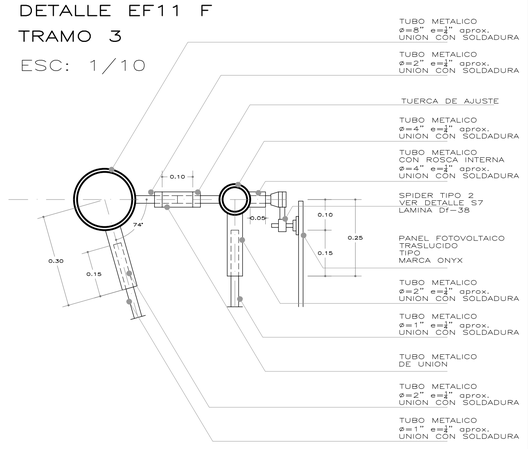
ESC: 1/10




DETALLE EF11 F

TRAMO 3

ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

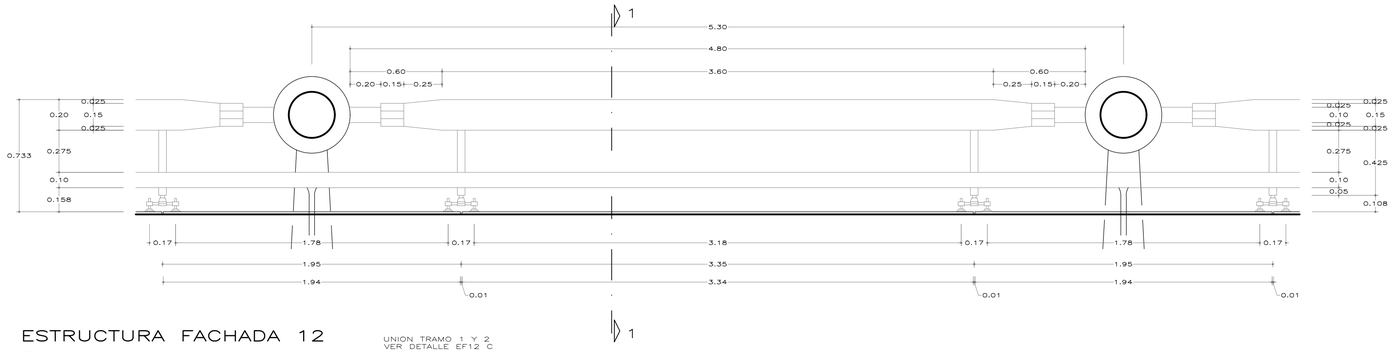
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-15




ESTRUCTURA FACHADA 12

PLANTA

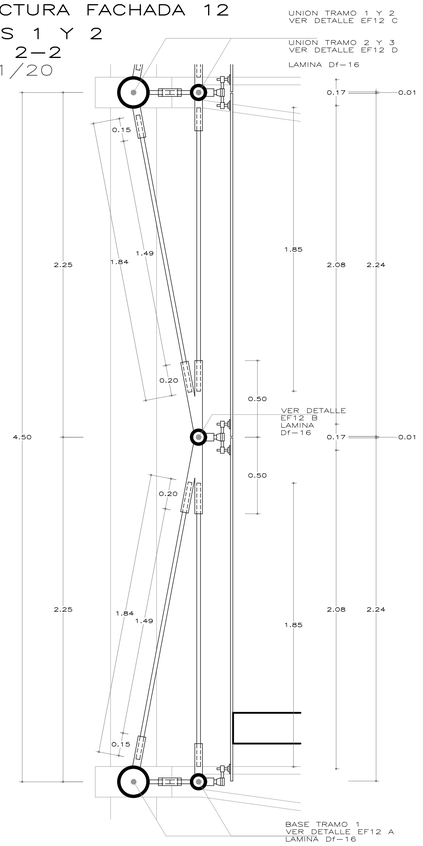
ESC: 1/20

ESTRUCTURA FACHADA 12

TRAMOS 1 Y 2

CORTE 2–2

ESC: 1/20

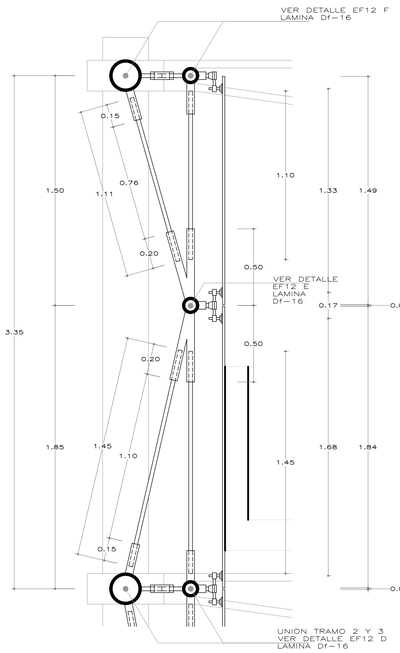



ESTRUCTURA FACHADA 12

TRAMO 3

CORTE 1–1

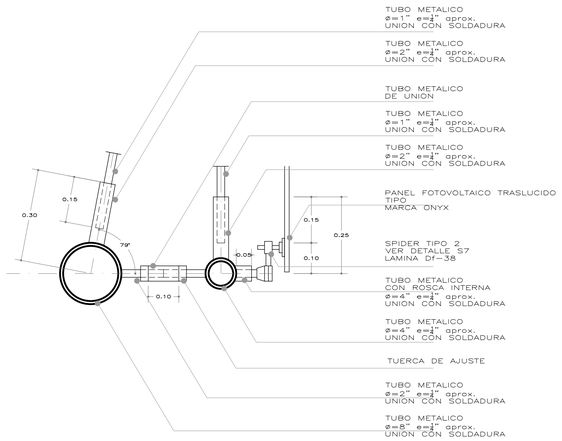
ESC: 1/20




DETALLE EF12 A

BASE TRAMO 1

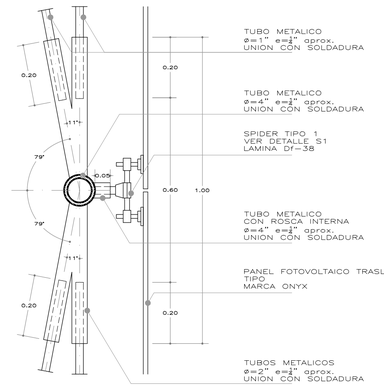
ESC: 1/10




DETALLE EF12 B

TRAMO 1 Y 2

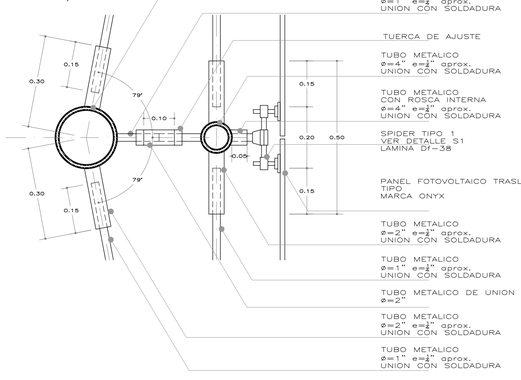
ESC: 1/10




DETALLE EF12 C

UNION TRAMO 1 Y 2

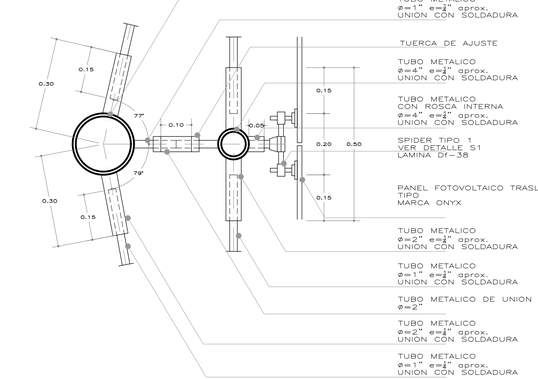
ESC: 1/10




DETALLE EF12 D

UNION TRAMO 2 Y 3

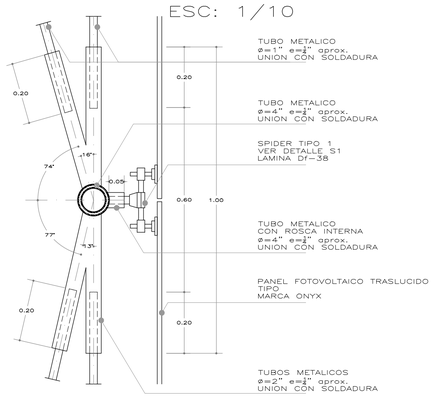
ESC: 1/10




DETALLE EF12 E

TRAMO 3

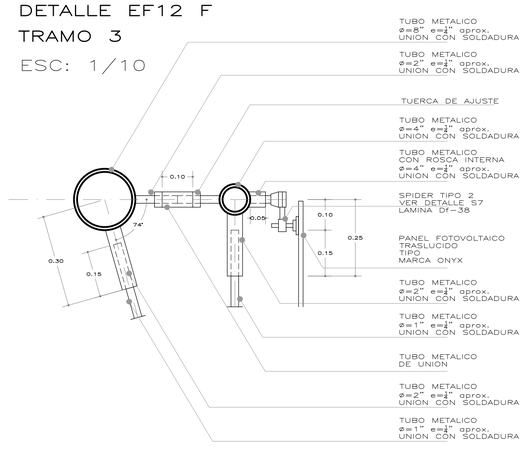
ESC: 1/10




DETALLE EF12 F

TRAMO 3

ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

INDICADA

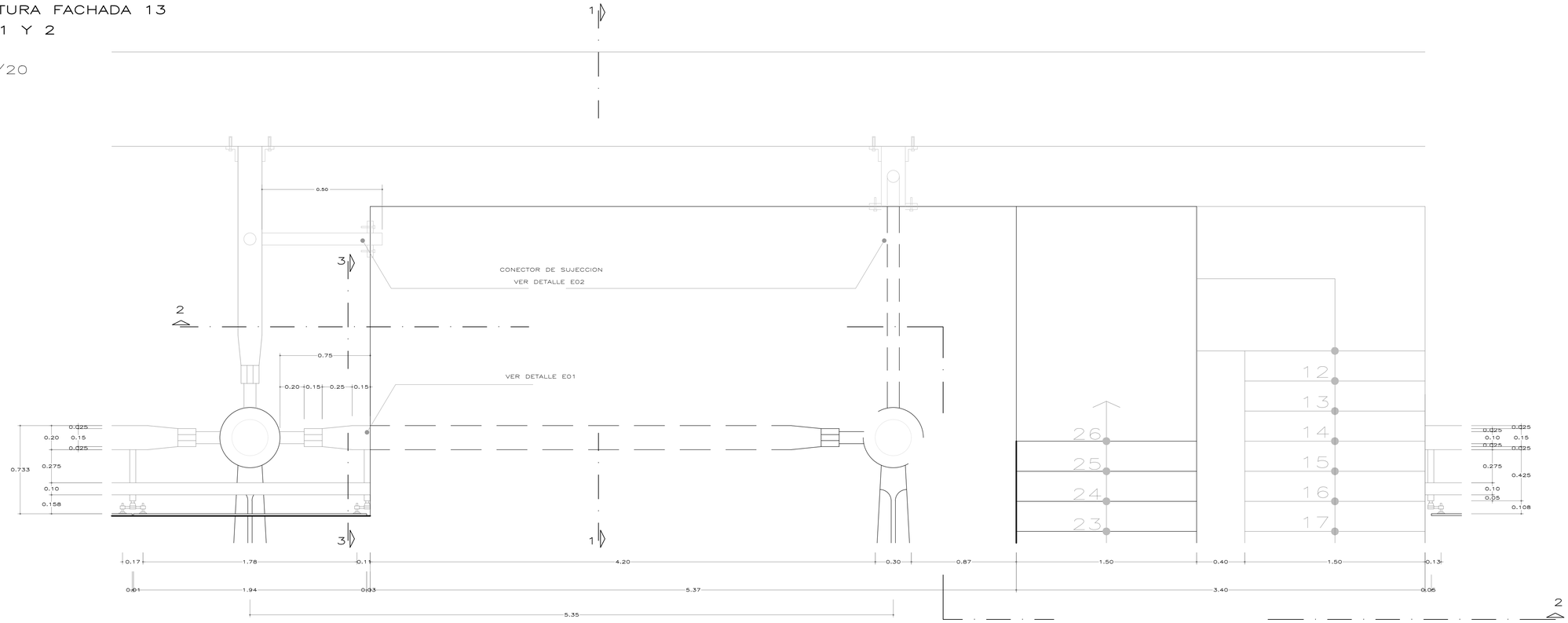
FECHA :

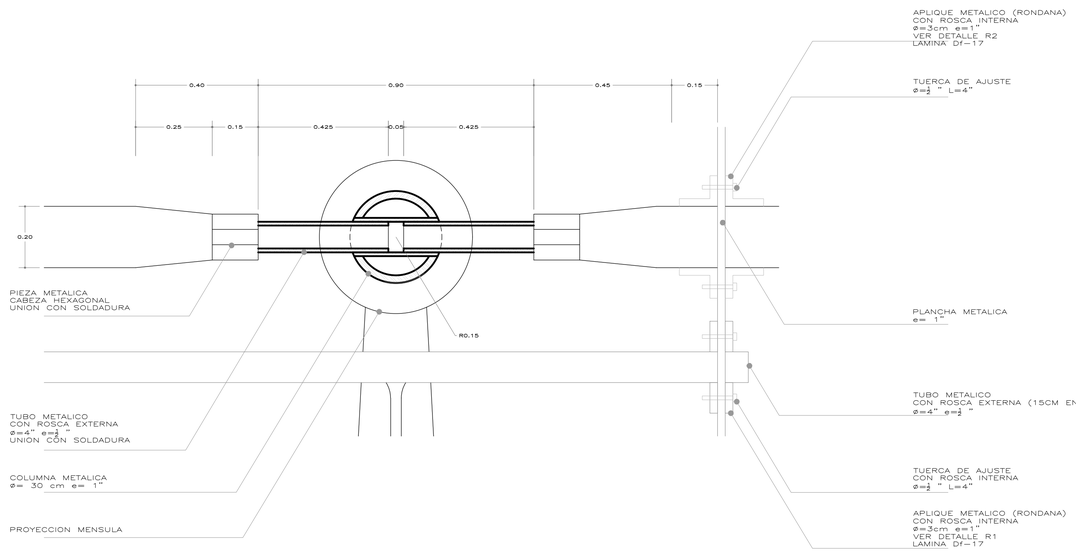
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-16

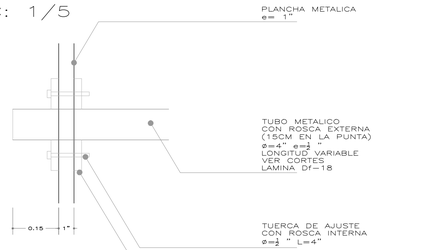
# ESTRUCTURA FACHADA 13
## TRAMO 1 Y 2
### PLANTA
ESC: 1/20

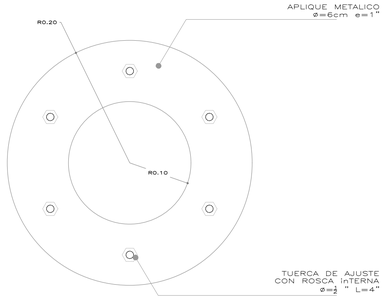


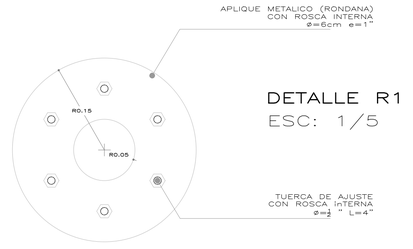

### DETALLE E 01
### COLUMNA Y CONECTOR
### PLANTA
ESC: 1/10

### DETALLE E 02
### CONECTOR DE SUJECCION
### PLANTA
ESC: 1/5

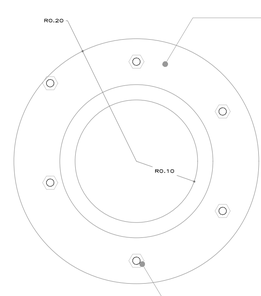


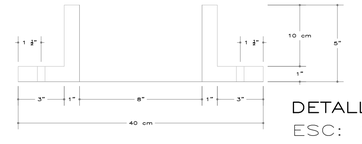

### DETALLE R3
ESC: 1/5




### DETALLE R1
ESC: 1/5




### DETALLE R2
ESC: 1/5




### DETALLE R2
ESC: 1/5

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PERU

ESCALA:

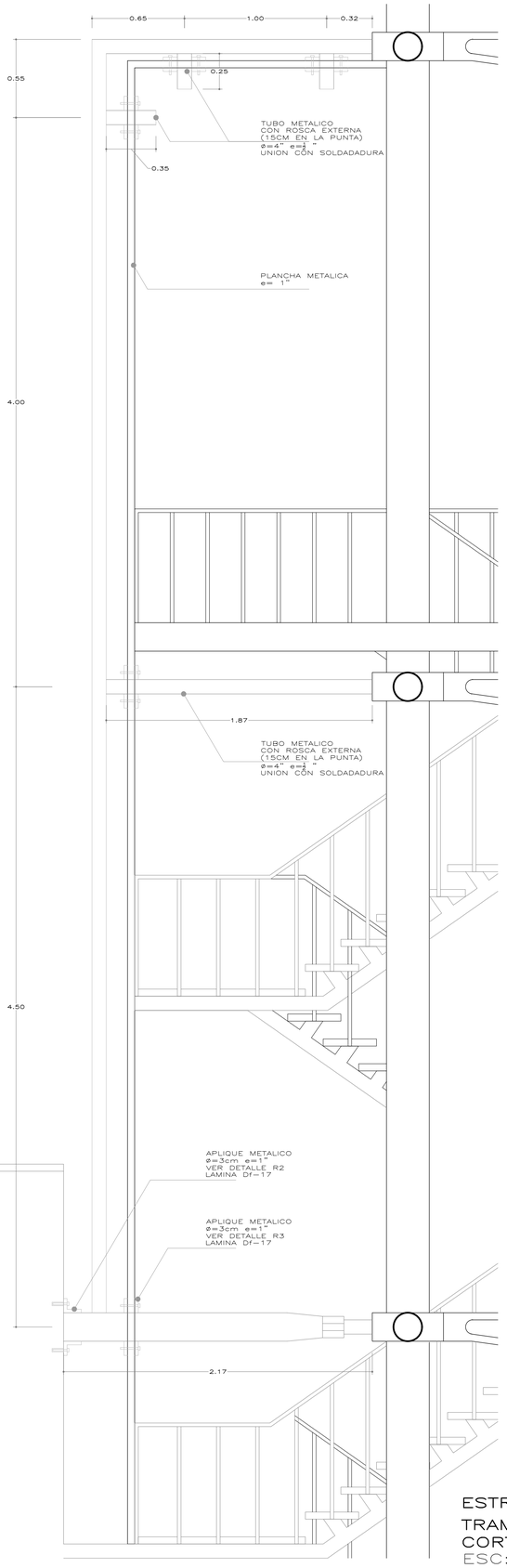
INDICADA

FECHA :

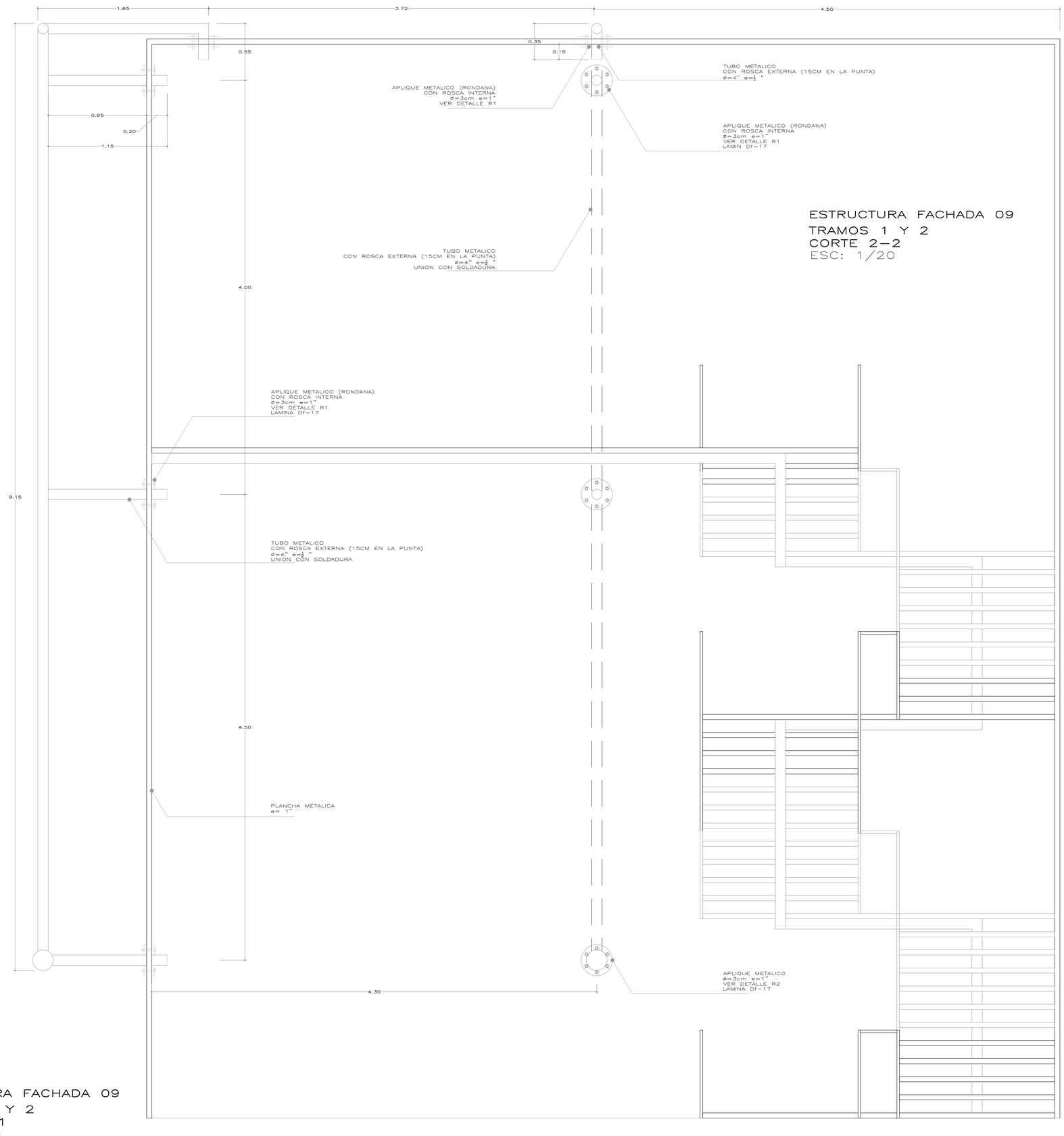
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-17




ESTRUCTURA FACHADA 09
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 1-1
ESC: 1/20




ESTRUCTURA FACHADA 09
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 2-2
ESC: 1/20

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

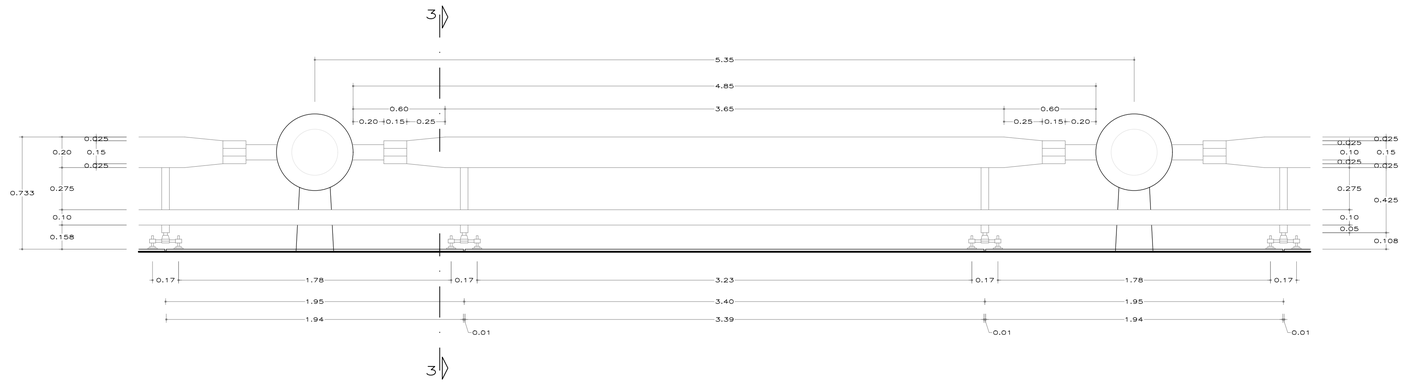
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

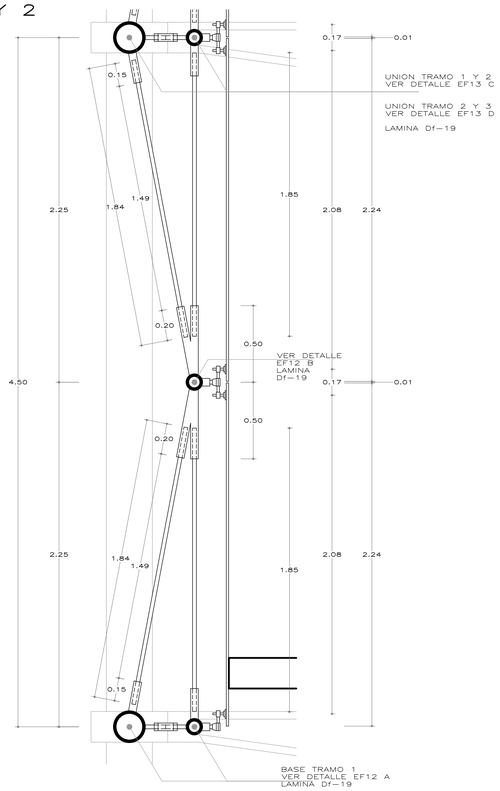
LAMINA :

Df-18

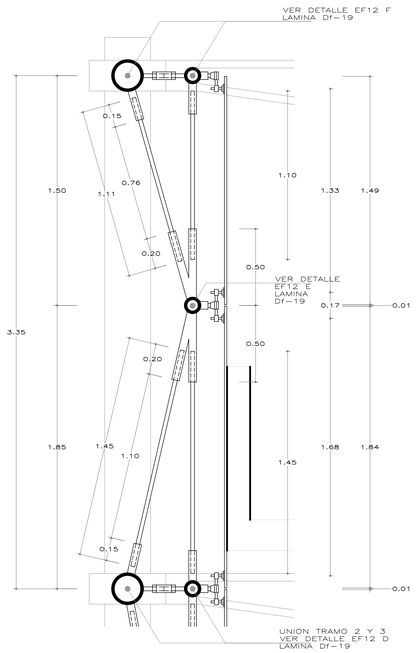



## ESTRUCTURA FACHADA 13
## TRAMO 3
## PLANTA
ESC: 1/20

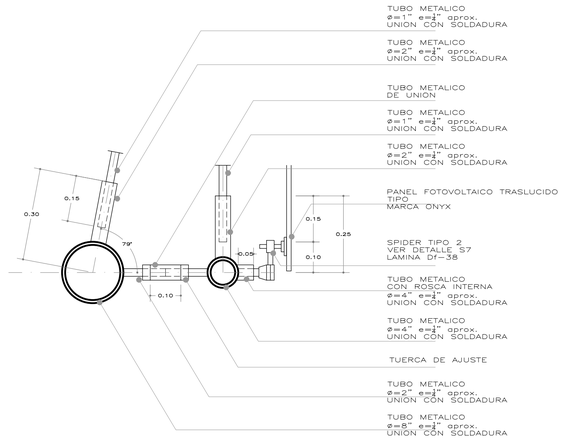
## ESTRUCTURA FACHADA 13
## TRAMOS 1 Y 2
## CORTE 3—3
ESC: 1/20



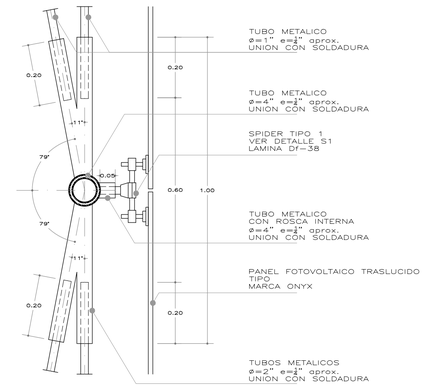

## ESTRUCTURA FACHADA 13
## TRAMO 3
## CORTE 1—1
ESC: 1/20



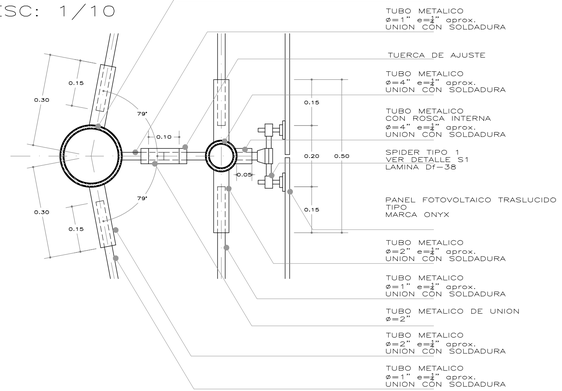

## DETALLE EF13 A
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



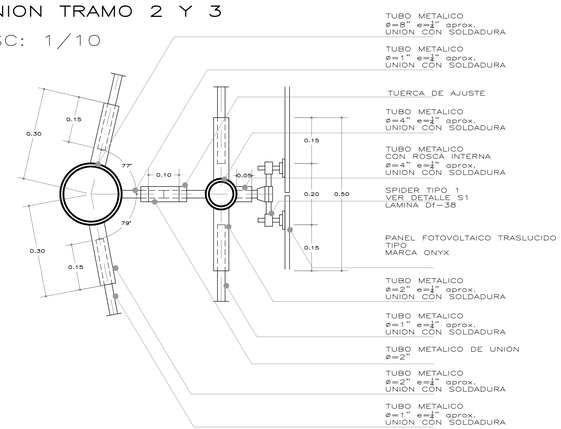

## DETALLE EF13 B
## TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



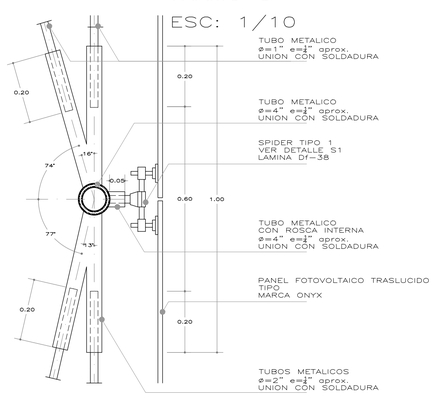

## DETALLE EF13 C
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



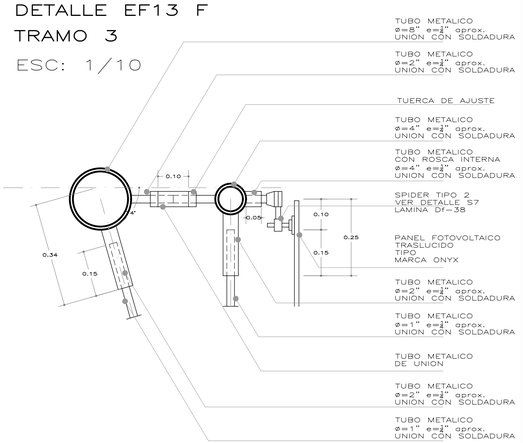

## DETALLE EF13 D
## UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF13 E
## TRAMO 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF13 F
## TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

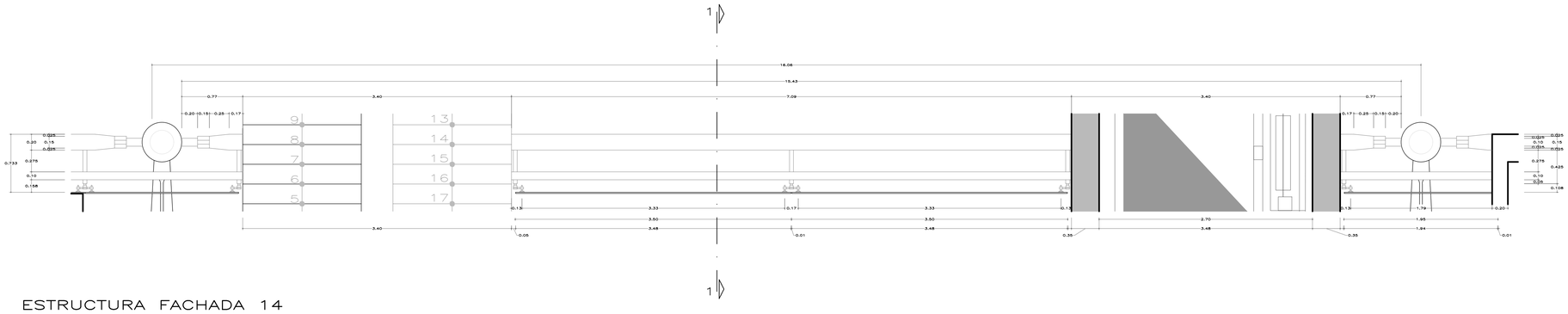
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-19




# ESTRUCTURA FACHADA 14

## TRAMO 1

## PLANTA

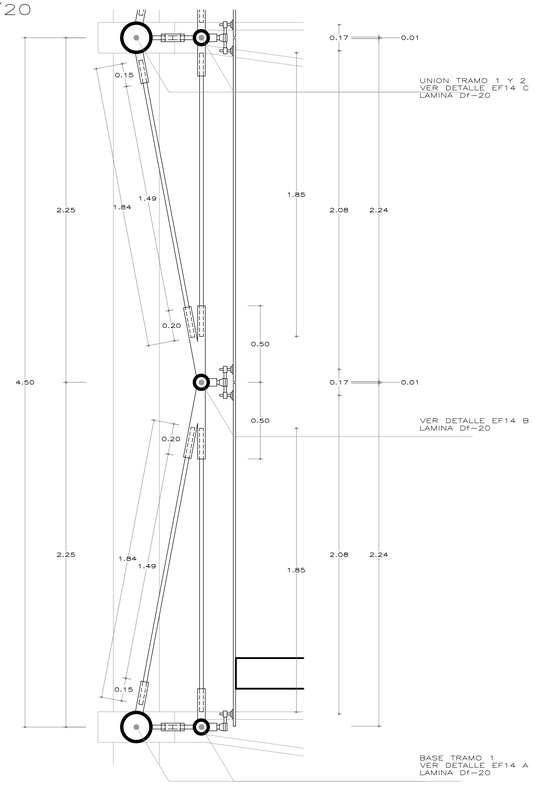
ESC: S/E

# ESTRUCTURA FACHADA 14

## TRAMO 1

## CORTE 1—1

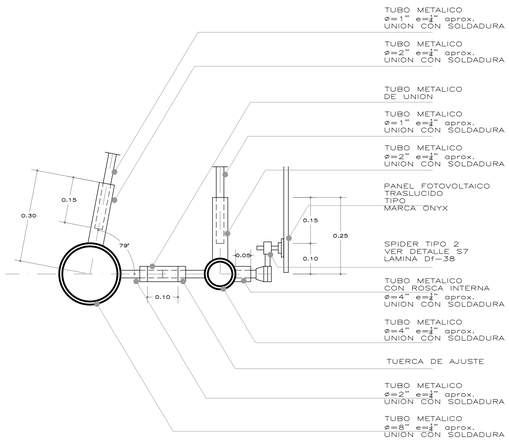
ESC: 1/20




# DETALLE EF14 A

## BASE TRAMO 1

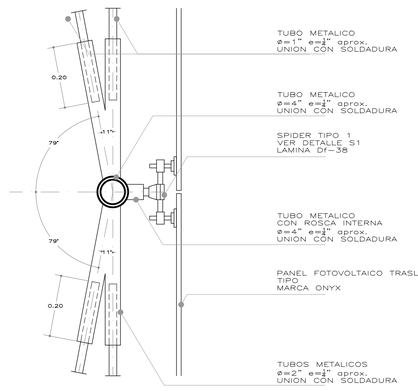
ESC: 1/10




# DETALLE EF14 B

## TRAMO 1

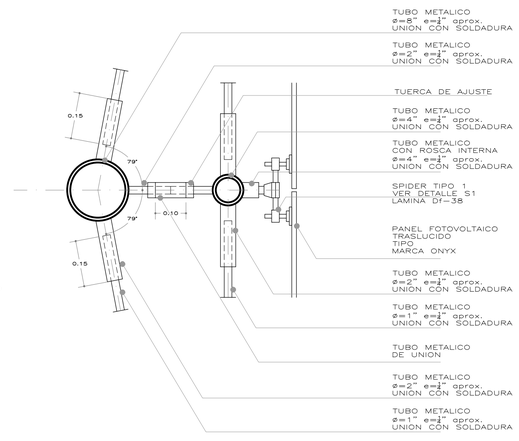
ESC: 1/10

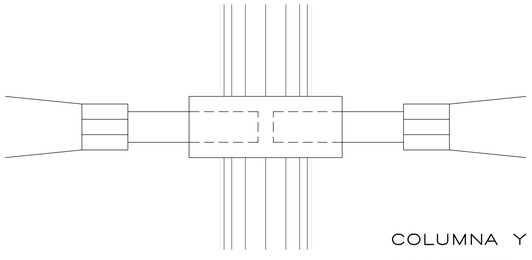



# DETALLE EF14 C

## UNION TRAMO 1 Y 2

ESC: 1/10

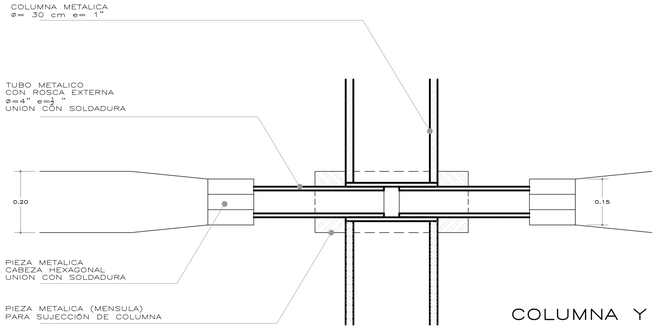


# COLUMNA Y CONECTOR

## ELEVACION

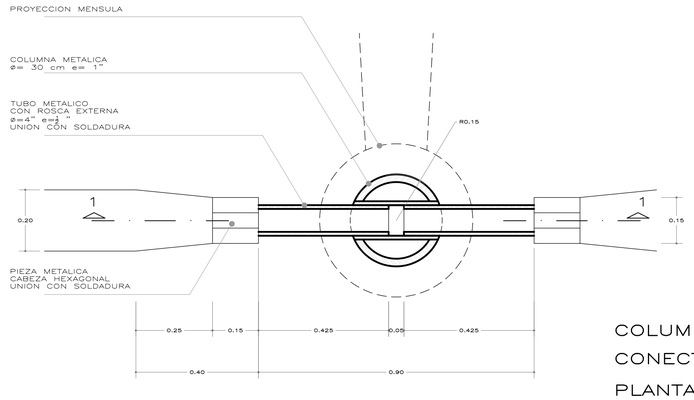
ESC: 1/10




# COLUMNA Y CONECTOR

## CORTE

ESC: 1/10




# COLUMNA Y CONECTOR

## PLANTA

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

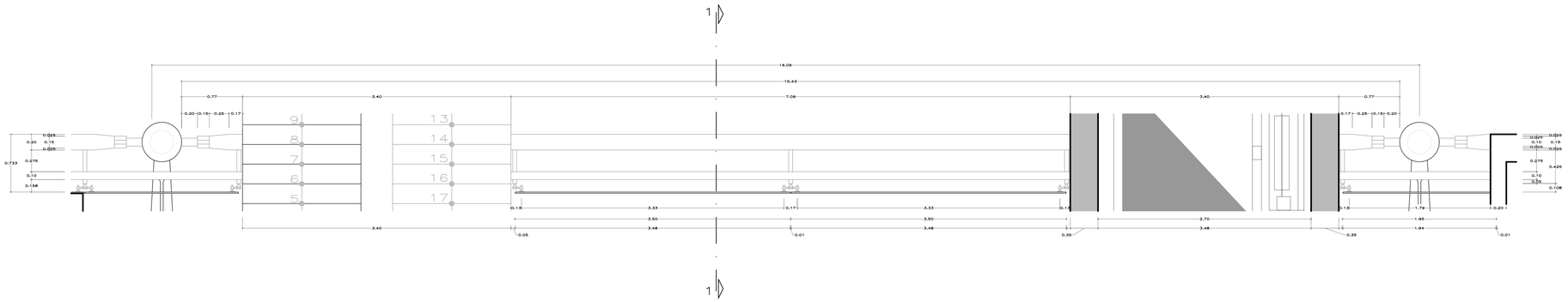
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

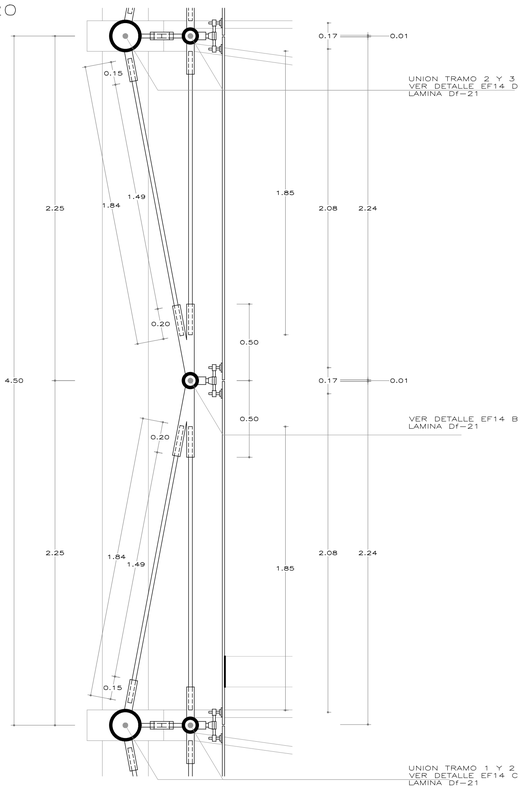
LAMINA :

Df-20

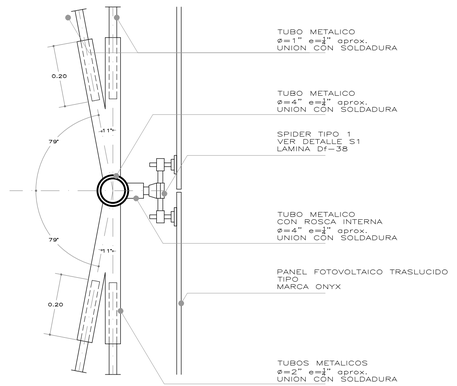



ESTRUCTURA FACHADA 14
TRAMO 2
PLANTA
ESC: S/E

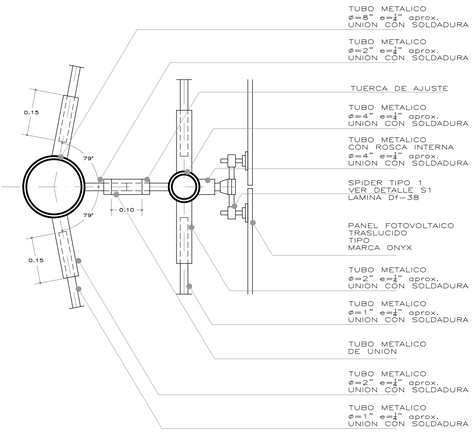
ESTRUCTURA FACHADA 14
TRAMO 2
CORTE 1—1
ESC: 1/20



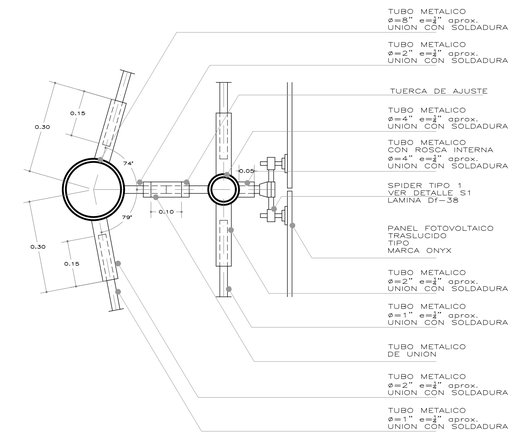

DETALLE EF14 B
TRAMO 2
ESC: 1/10

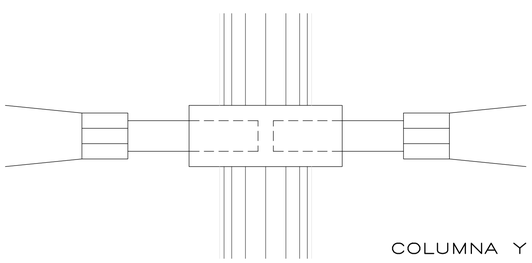



DETALLE EF14 C
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

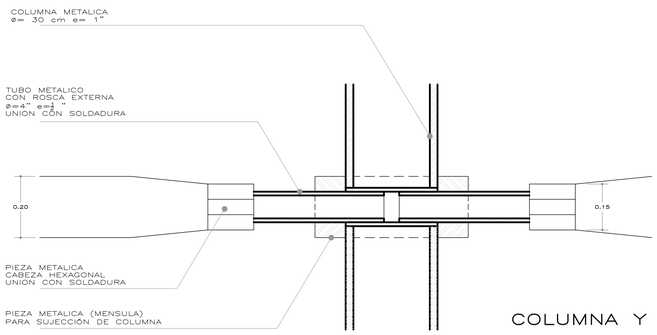



DETALLE EF14 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10

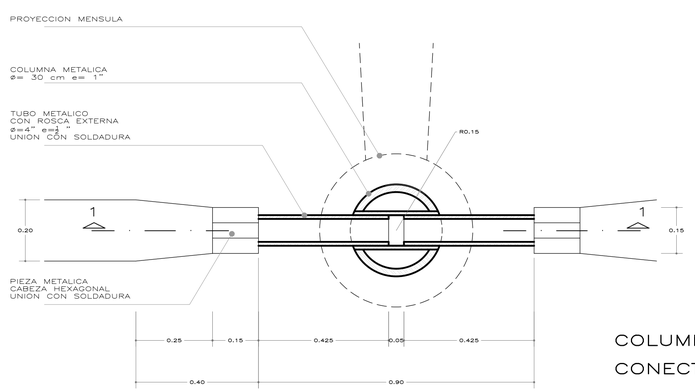


COLUMNA Y
CONECTOR
ELEVACION
ESC: 1/10




COLUMNA Y
CONECTOR
CORTE
ESC: 1/10




COLUMNA Y
CONECTOR
PLANTA
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD
CATOLICA DE
SANTA MARIA

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
E INGENIERIA CIVIL
Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA
PROFESIONAL DE
ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA
IMPULSADA POR EL
CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL
MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

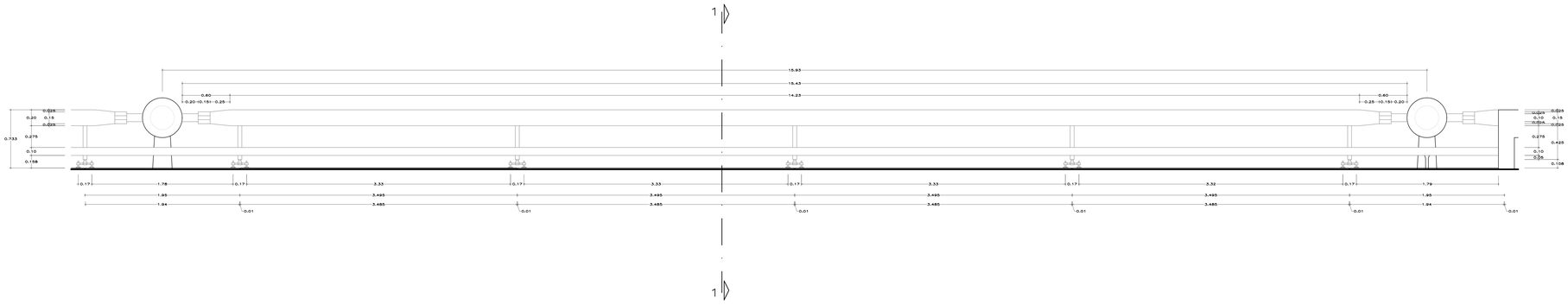
NOTAS :

PLANO :
ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:
INDICADA

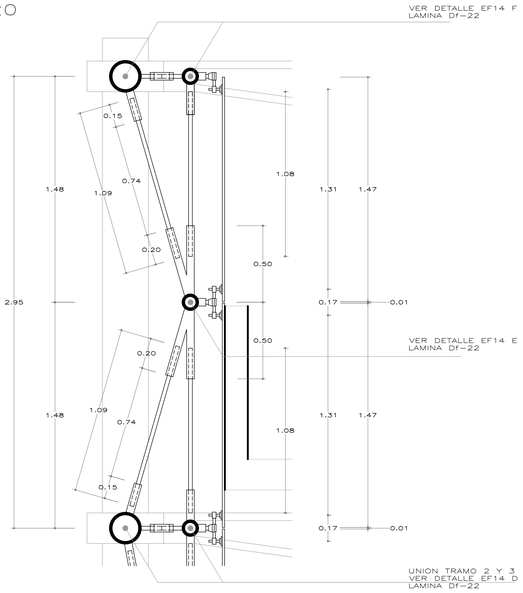
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Df-21

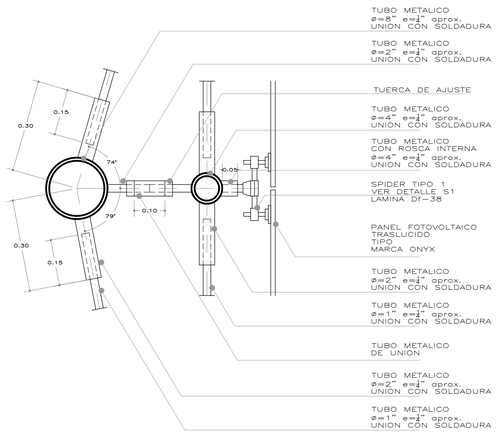



ESTRUCTURA FACHADA 14
TRAMO 2
PLANTA
ESC: S/E

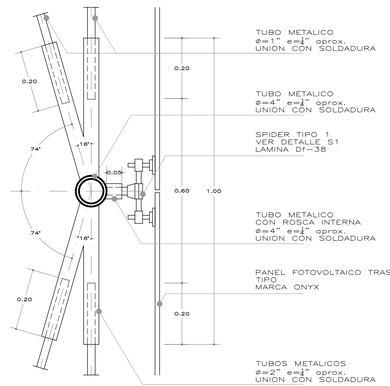
ESTRUCTURA FACHADA 14
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20



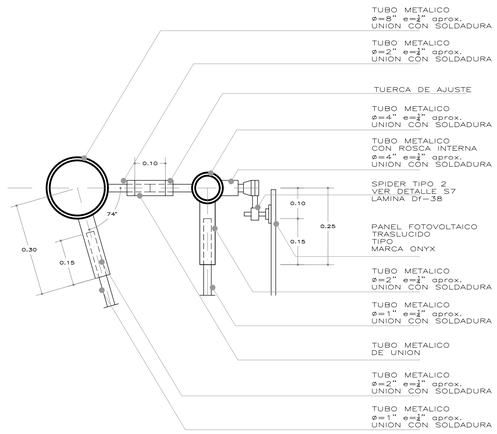

DETALLE EF14 D
TRAMO 3
ESC: 1/10

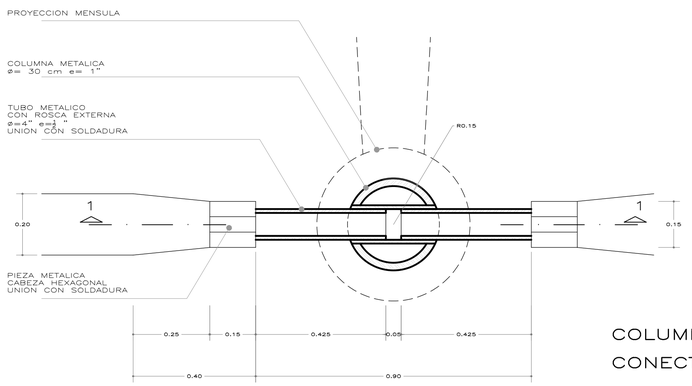



DETALLE EF14 E
TRAMO 3
ESC: 1/10

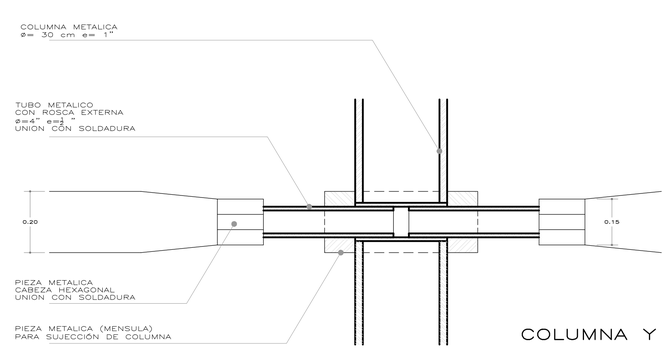



DETALLE EF14 F
TRAMO 3
ESC: 1/10

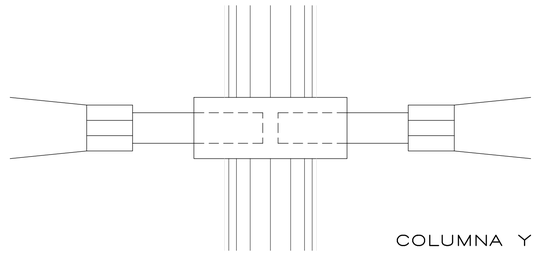



COLUMNA Y
CONECTOR
PLANTA
ESC: 1/10




COLUMNA Y
CONECTOR
CORTE
ESC: 1/10



COLUMNA Y
CONECTOR
ELEVACION
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

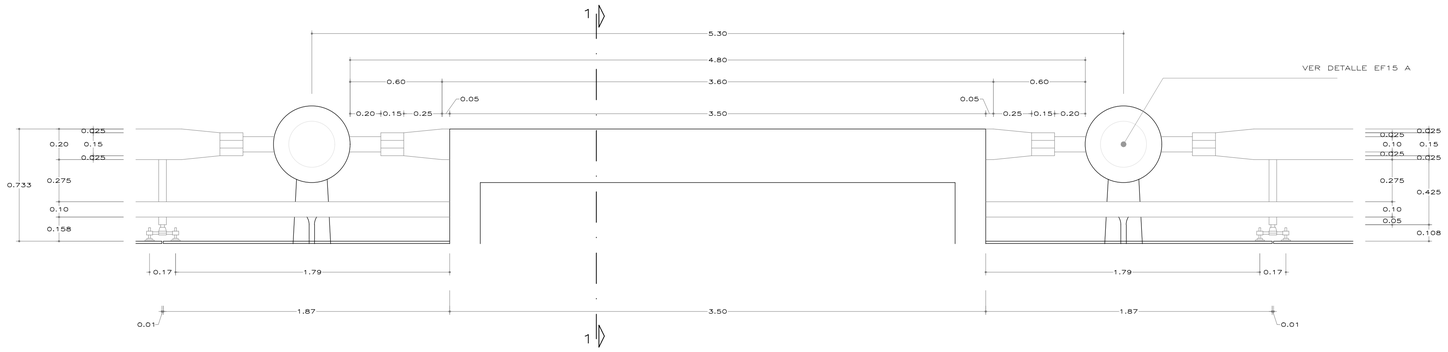
NOTAS :

PLANO :
ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:
INDICADA

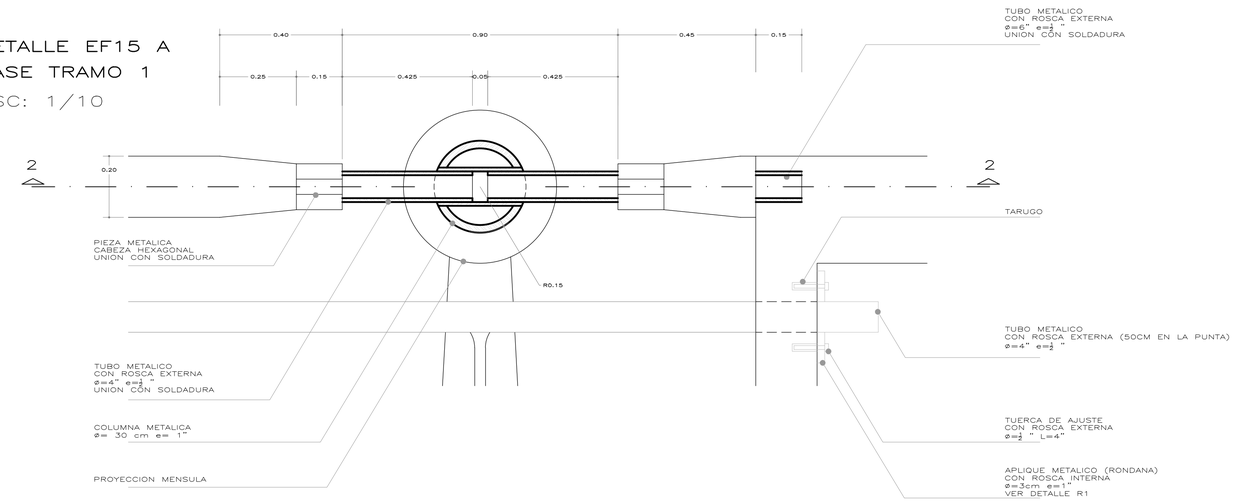
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Df-22

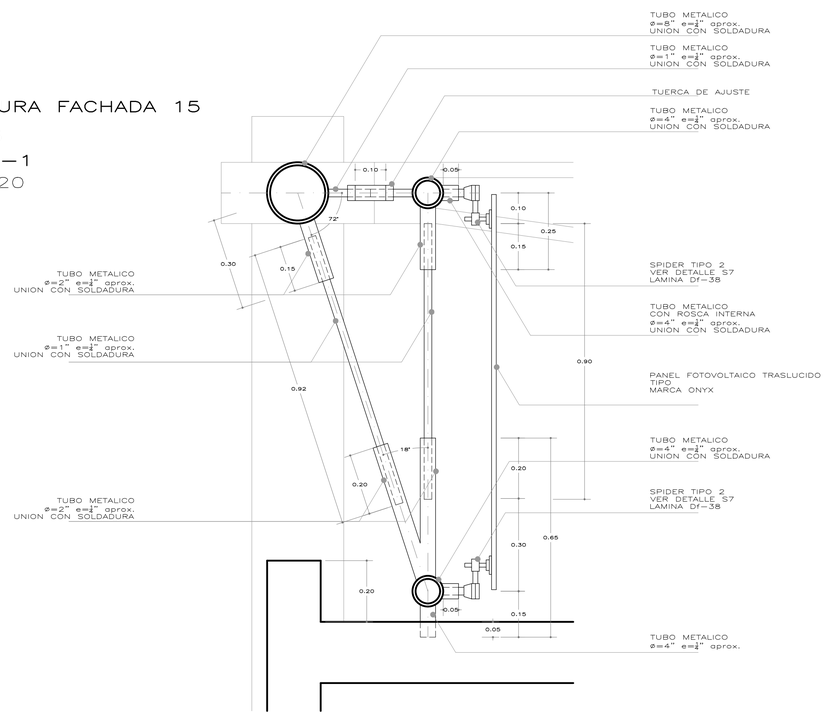



ESTRUCTURA FACHADA 15
PLANTA
ESC: 1/20

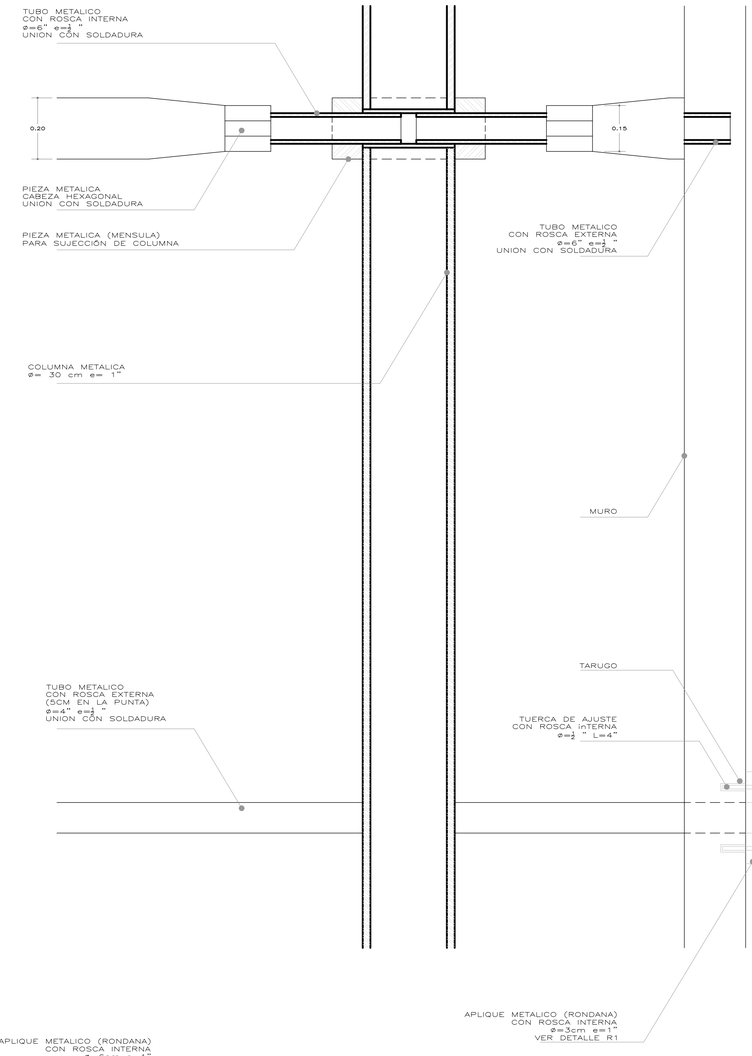
DETALLE EF15 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10

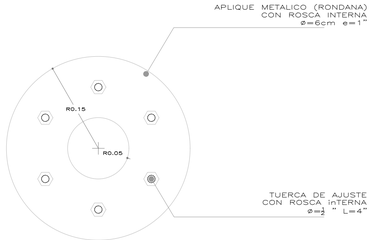



ESTRUCTURA FACHADA 15
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20




DETALLE EF15 A
CORTE 2—2
ESC: 1/10




DETALLE R1
ESC: 1/5

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

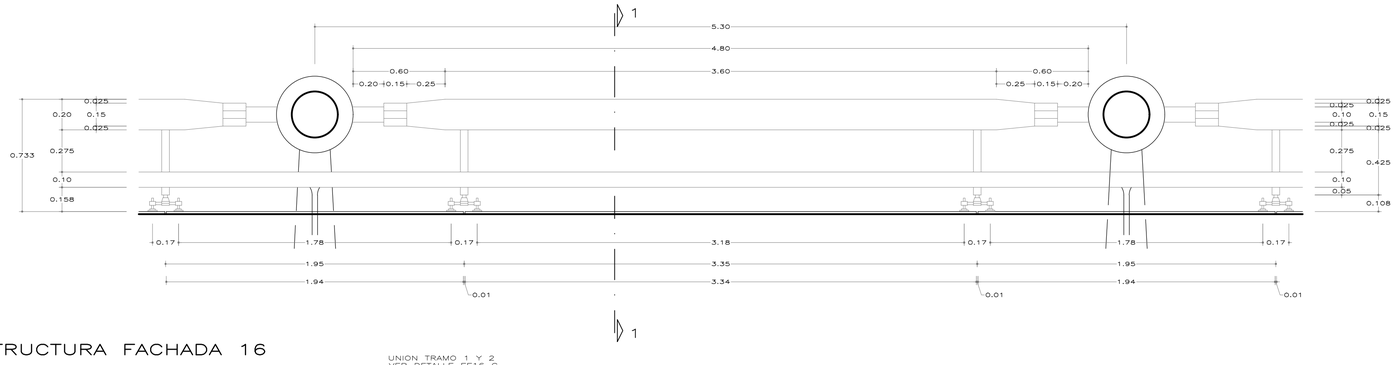
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

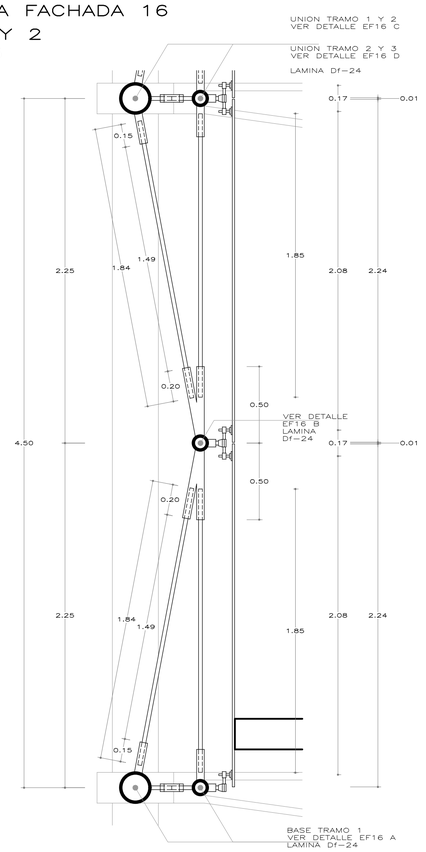
LAMINA :

Df-23

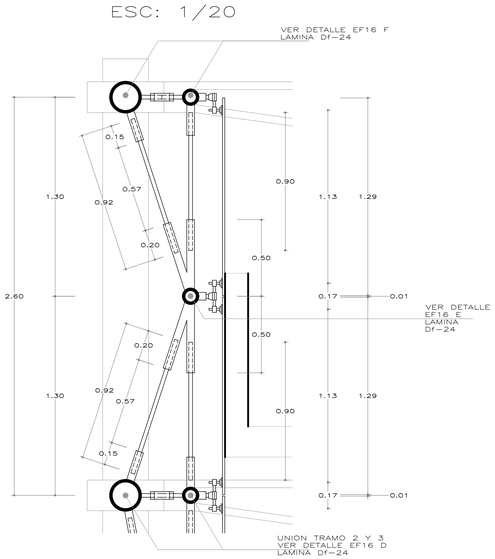



## ESTRUCTURA FACHADA 16
PLANTA
ESC: 1/20

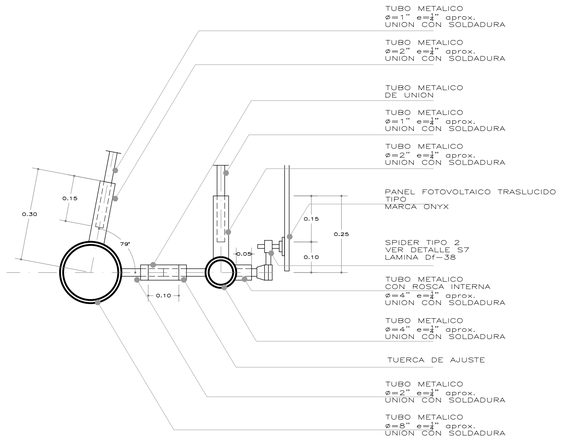
## ESTRUCTURA FACHADA 16
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 3—3
ESC: 1/20



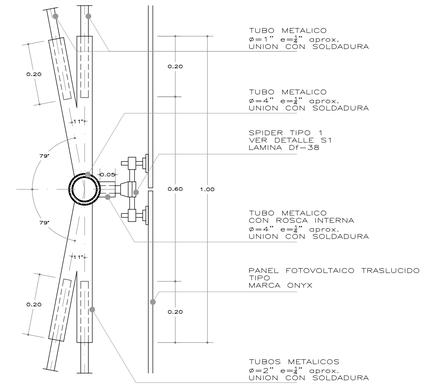

## ESTRUCTURA FACHADA 16
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20



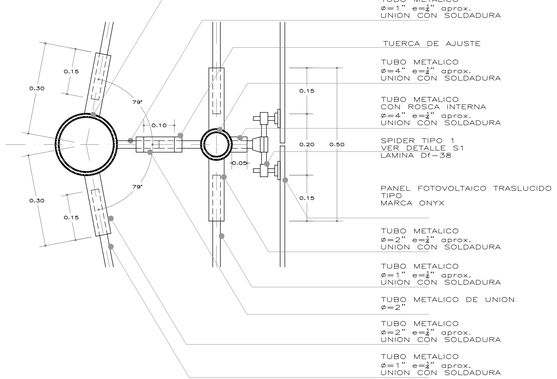

## DETALLE EF16 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



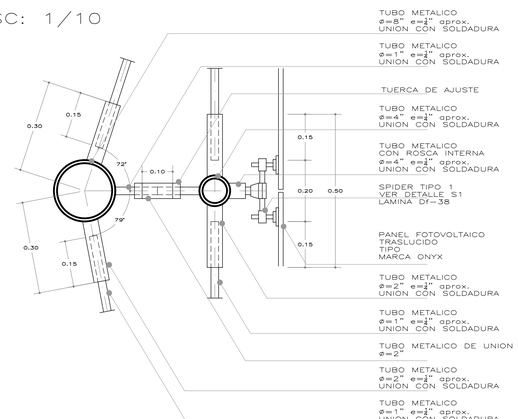

## DETALLE EF16 B
TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



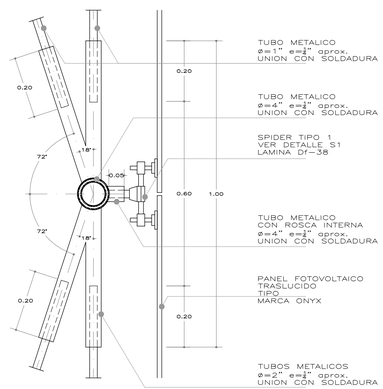

## DETALLE EF16 C
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



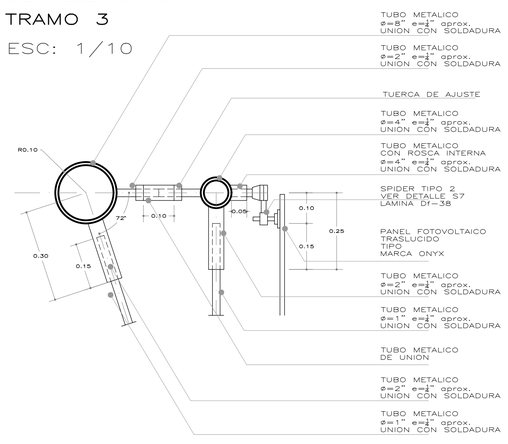

## DETALLE EF16 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF16 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF16 F
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

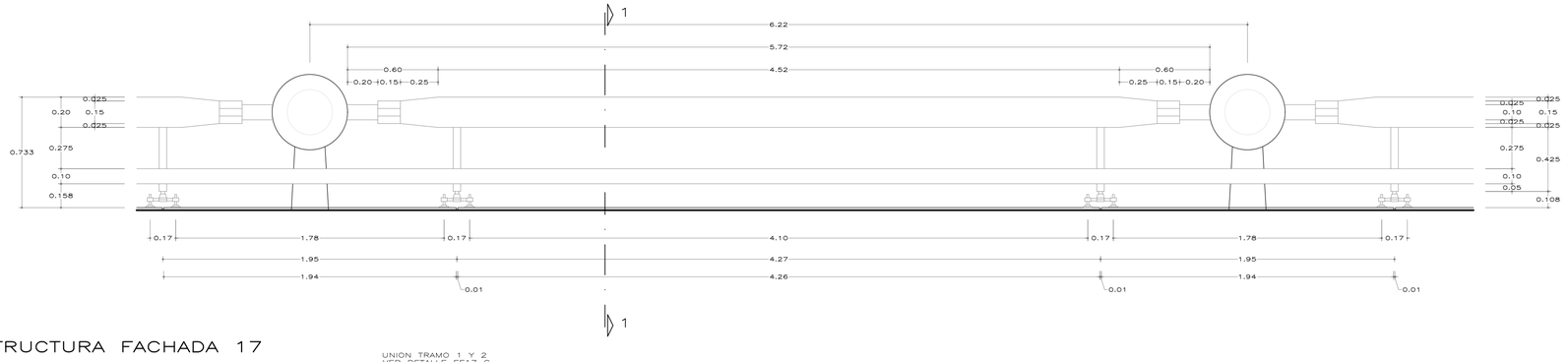
NOTAS :

PLANO :
ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:
INDICADA

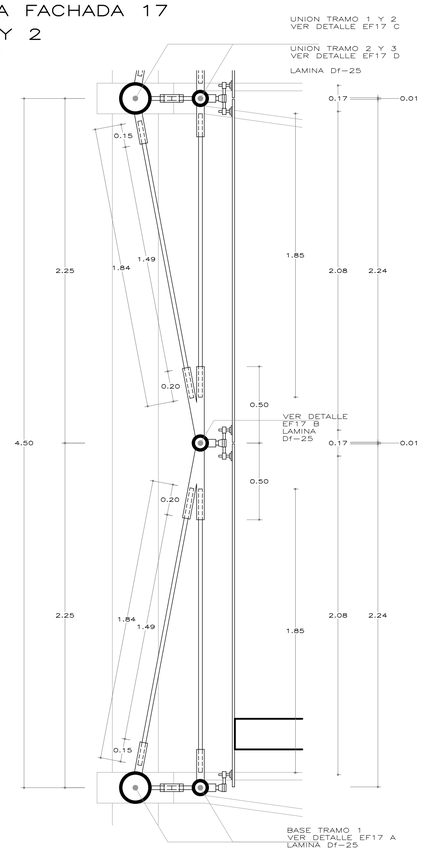
FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Df-24

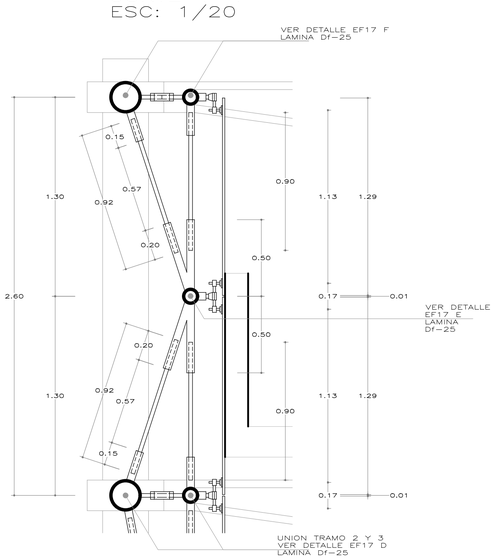



ESTRUCTURA FACHADA 17
PLANTA
ESC: 1/20

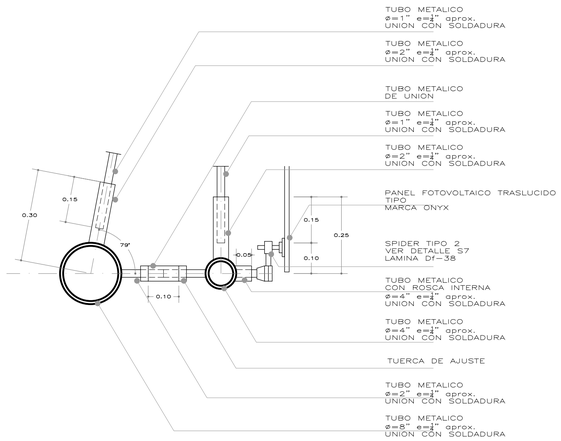
ESTRUCTURA FACHADA 17
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 3—3
ESC: 1/20



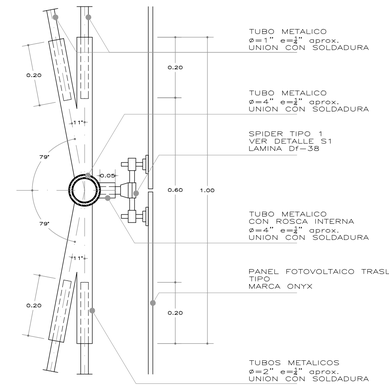

ESTRUCTURA FACHADA 17
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20



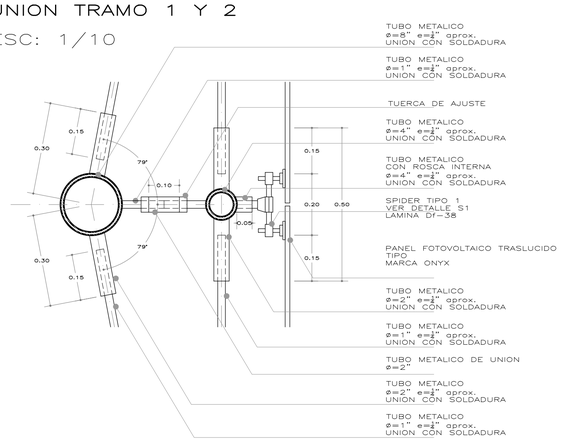

DETALLE EF17 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



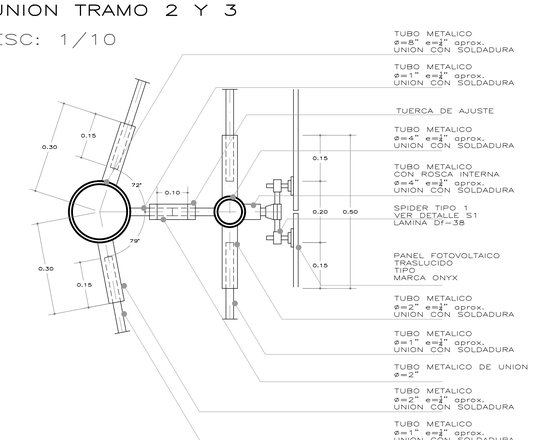

DETALLE EF17 B
TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



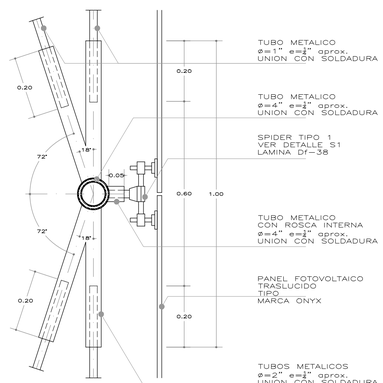

DETALLE EF17 C
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



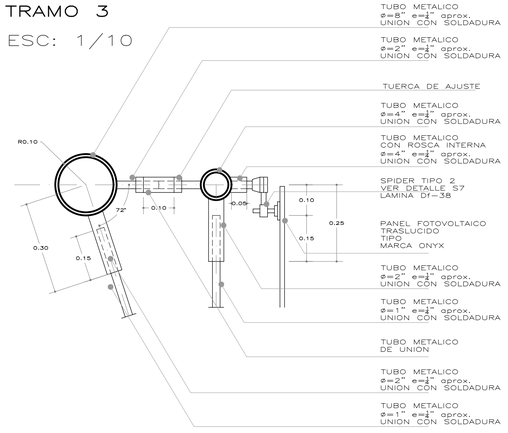

DETALLE EF17 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




DETALLE EF17 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




DETALLE EF17 F
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

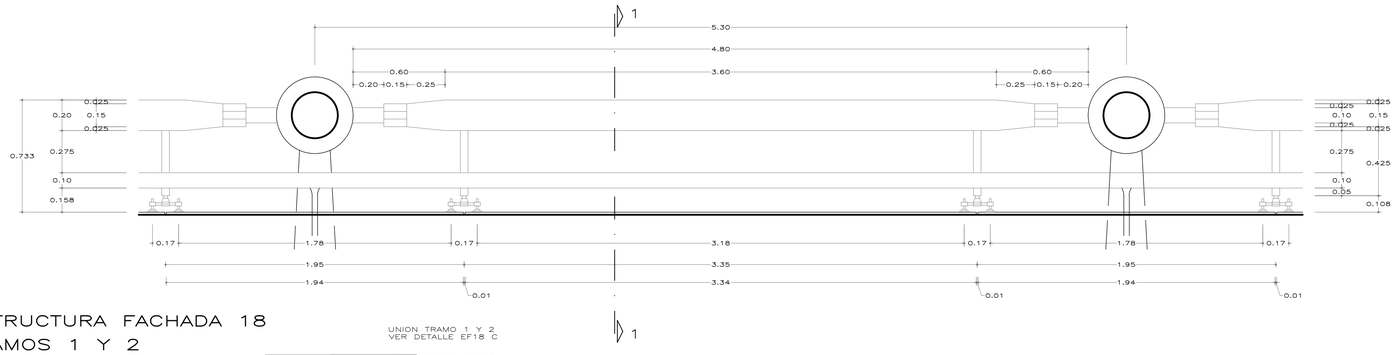
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

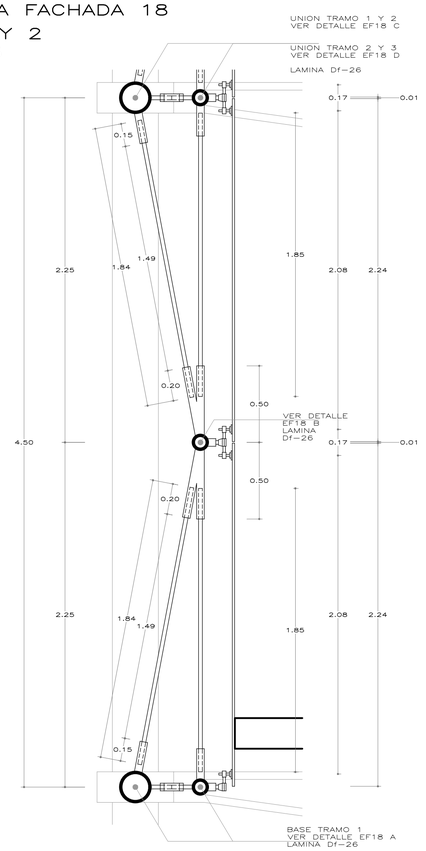
LAMINA :

Df-25

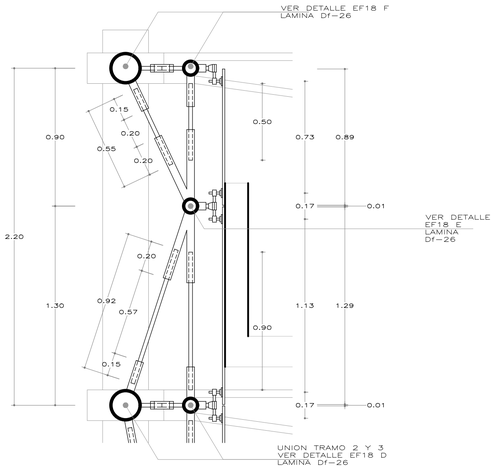



## ESTRUCTURA FACHADA 18
PLANTA
ESC: 1/20

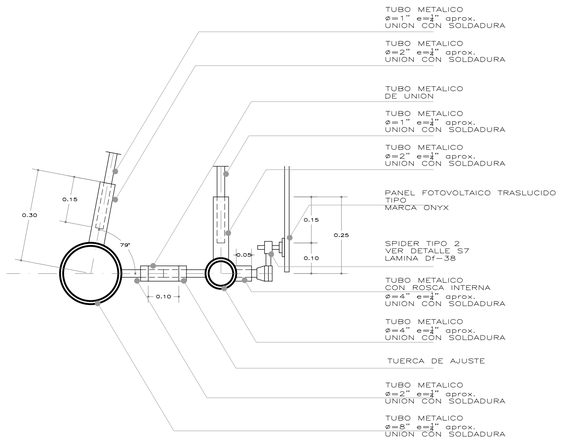
## ESTRUCTURA FACHADA 18
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 3–3
ESC: 1/20



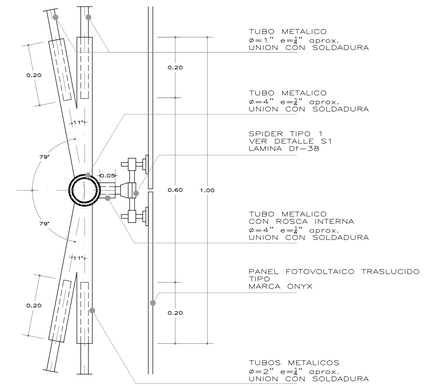

## ESTRUCTURA FACHADA 18
TRAMO 3
CORTE 1–1
ESC: 1/20



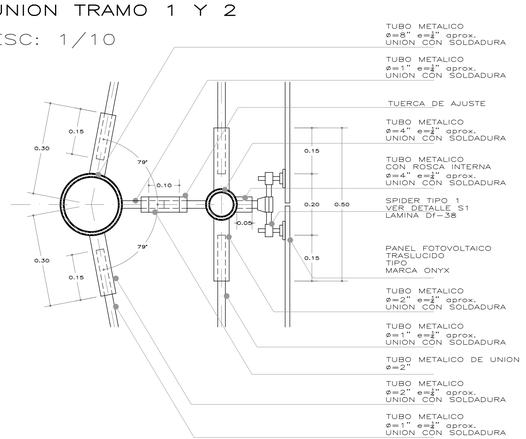

## DETALLE EF18 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



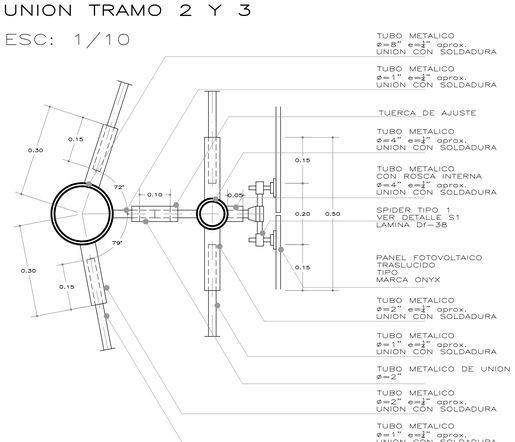

## DETALLE EF18 B
TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



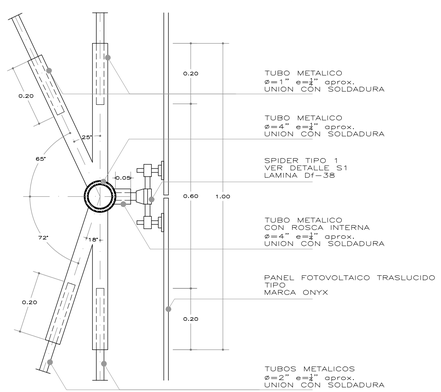

## DETALLE EF18 C
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



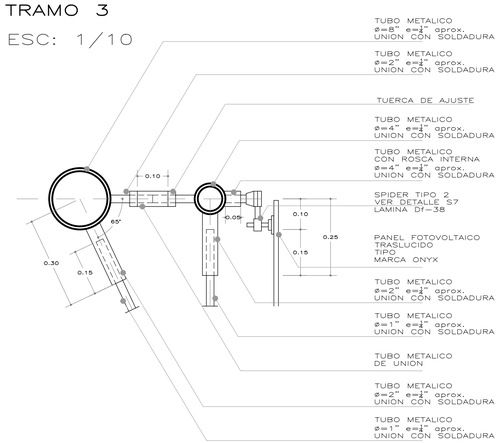

## DETALLE EF18 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF18 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF18 F
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

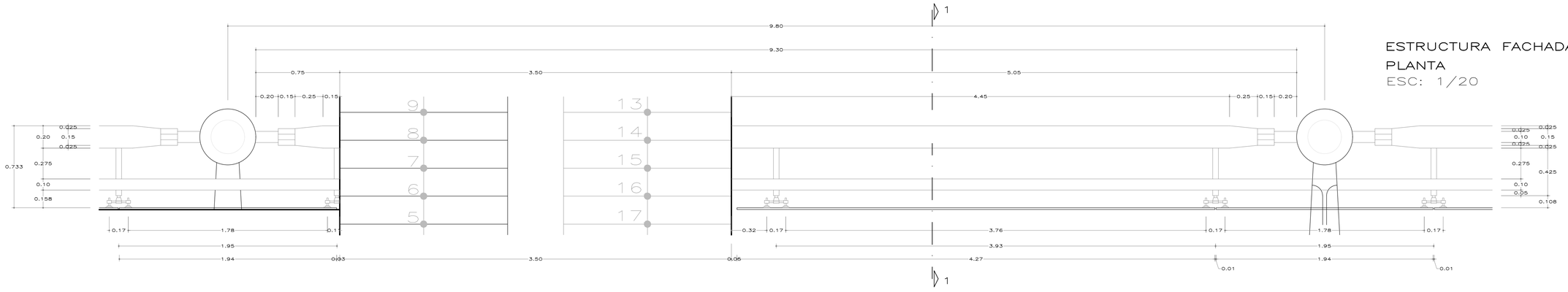
NOTAS :

PLANO :
ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

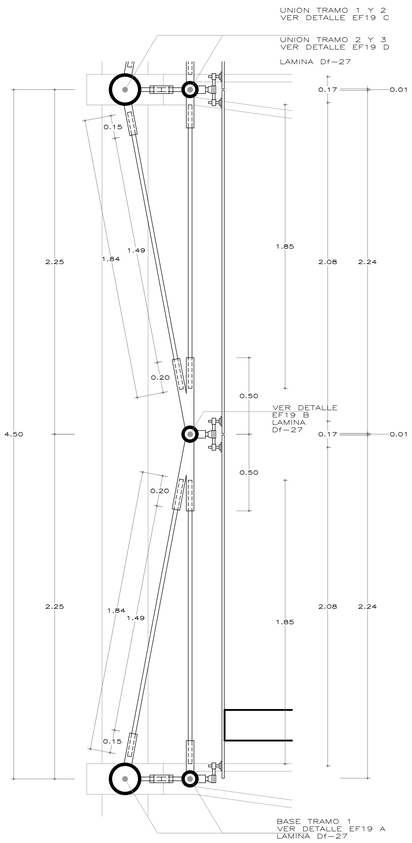
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Df-26

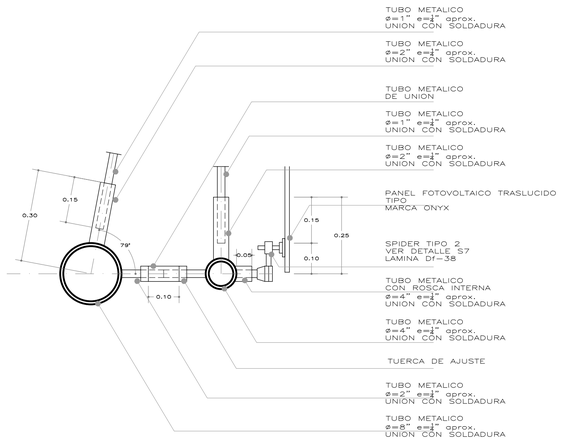



ESTRUCTURA FACHADA 19
PLANTA
ESC: 1/20

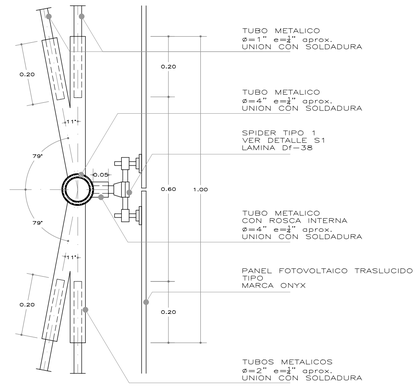



ESTRUCTURA FACHADA 19
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 2-2
ESC: 1/20

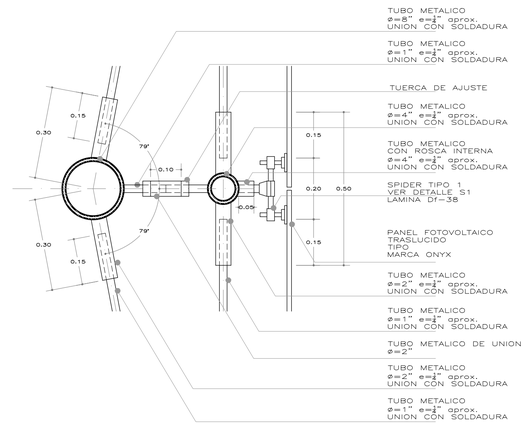
DETALLE EF19 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10

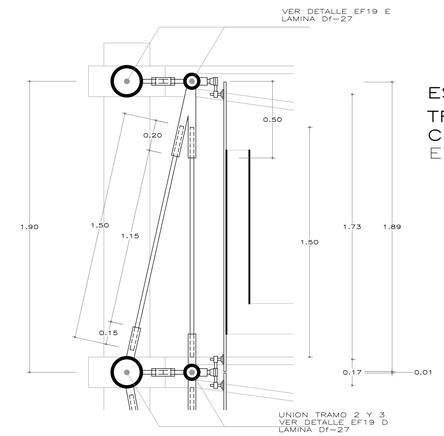



DETALLE EF19 B
TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



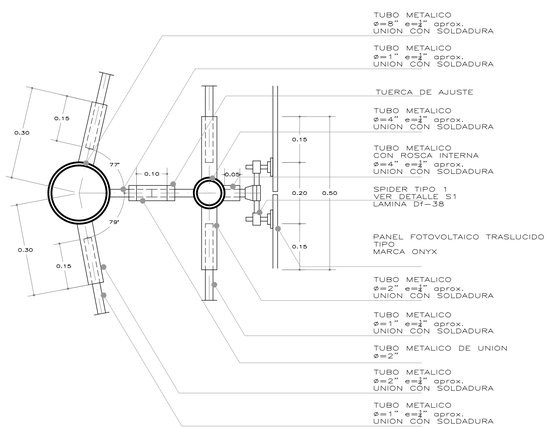

DETALLE EF19 C
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



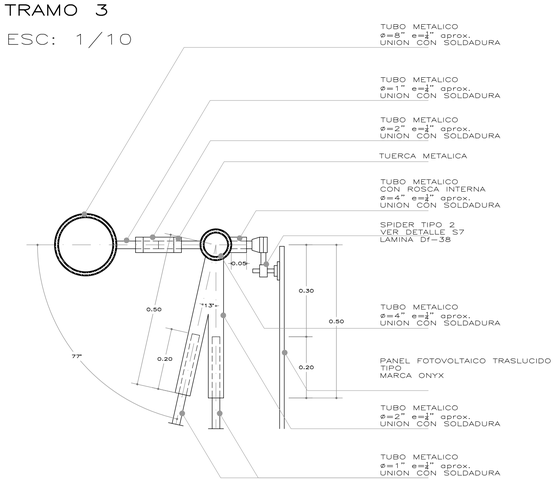




ESTRUCTURA FACHADA 19
TRAMO 3
CORTE 1-1
ESC: 1/20

DETALLE EF19 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




DETALLE EF19 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

INDICADA

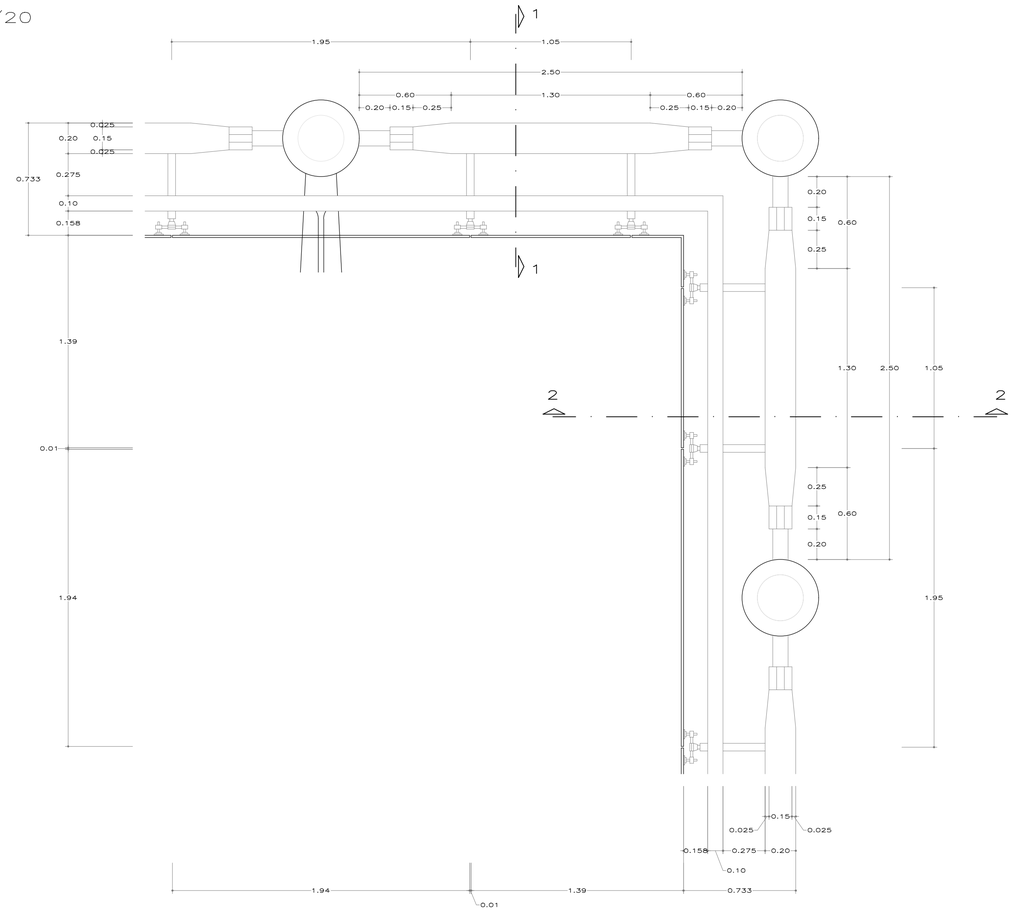
FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

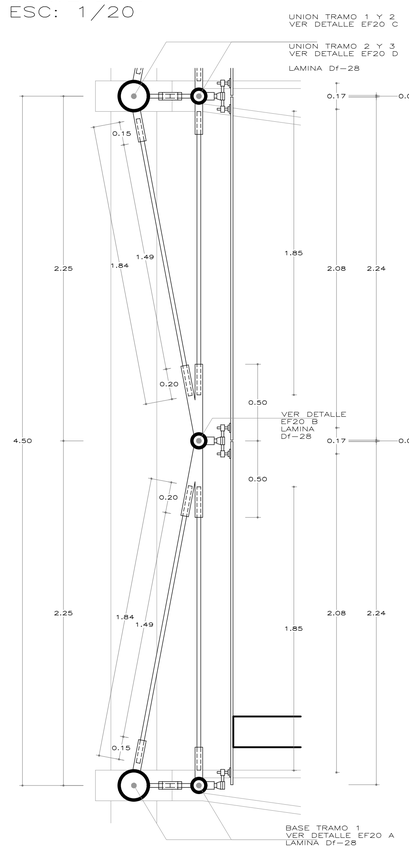
LAMINA :

Df-27

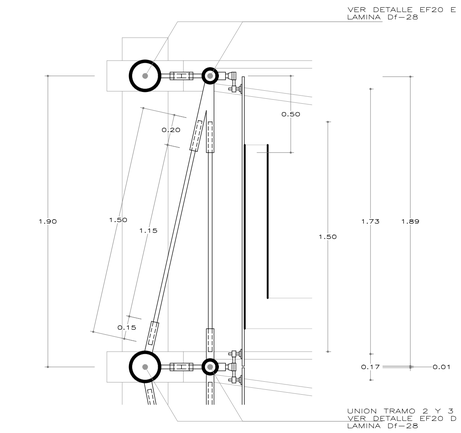
## ESTRUCTURA FACHADA 20
## PLANTA
ESC: 1/20



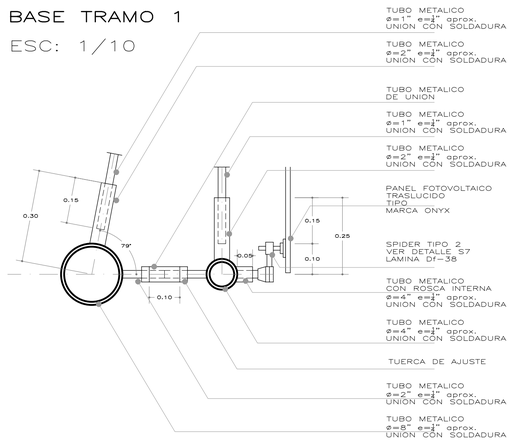

## ESTRUCTURA FACHADA 20
## TRAMOS 1 Y 2
## CORTE 1—1
## CORTE 2—2
ESC: 1/20

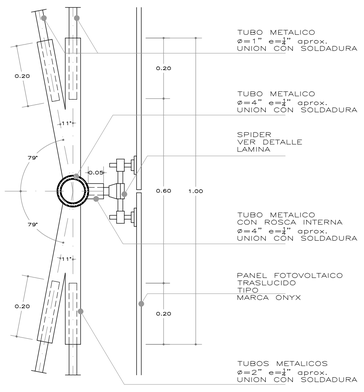



## ESTRUCTURA FACHADA 20
## TRAMO 3
## CORTE 1—1
## CORTE 2—2
ESC: 1/20

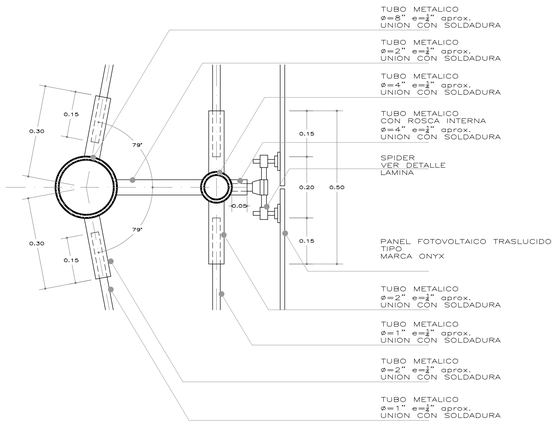



## DETALLE EF20 A
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10

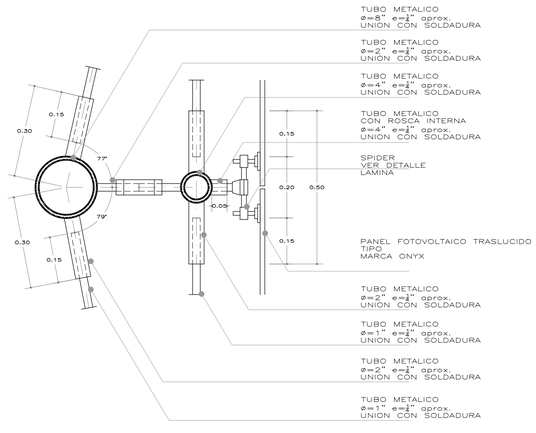


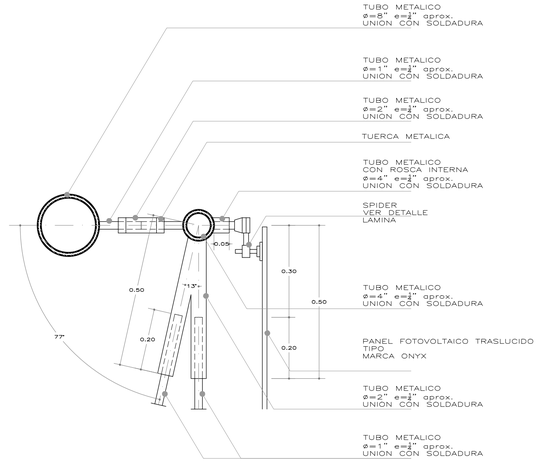

## DETALLE EF20 B
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10




## DETALLE EF20 C
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10




## DETALLE EF20 D
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10




## DETALLE EF20 E
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PERU

ESCALA:

INDICADA

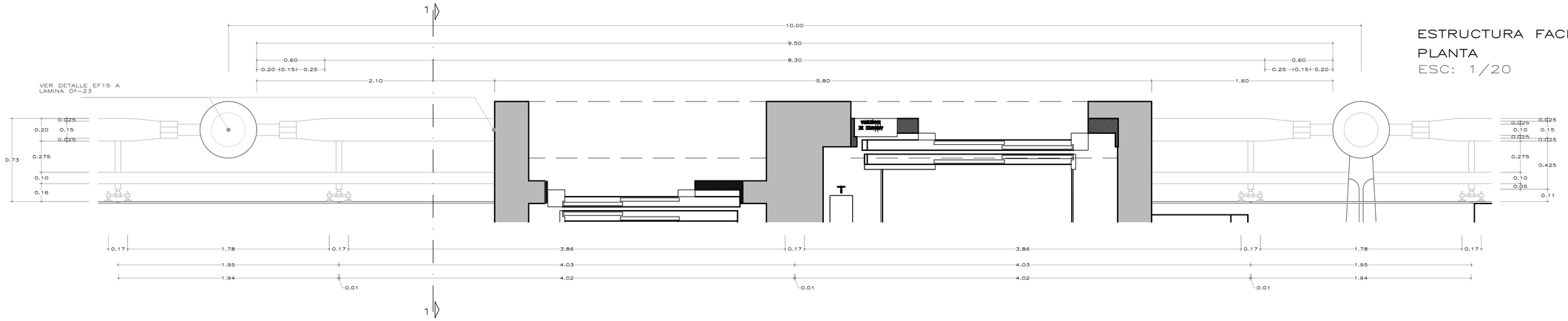
FECHA :

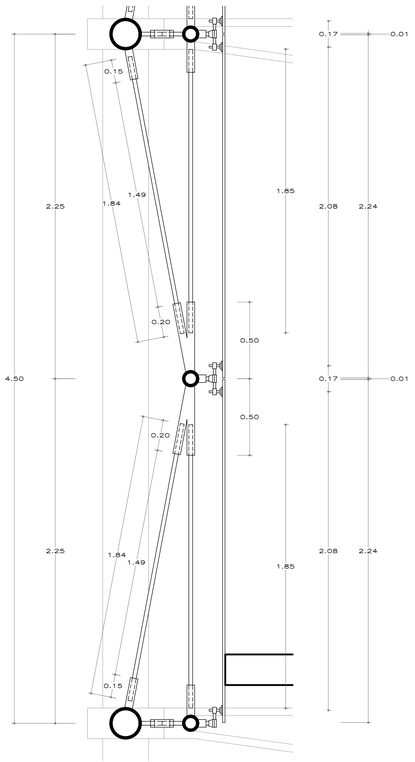
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-28

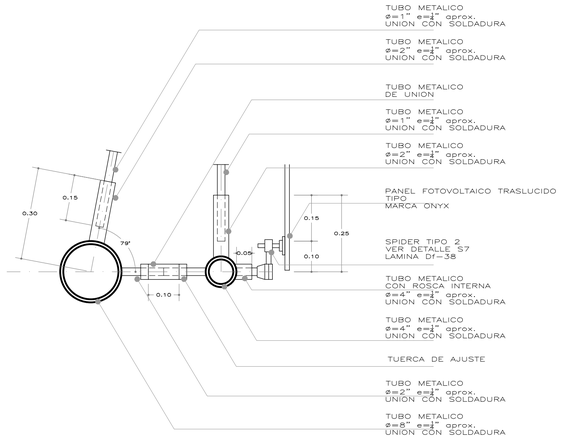
## ESTRUCTURA FACHADA 21
## PLANTA
ESC: 1/20



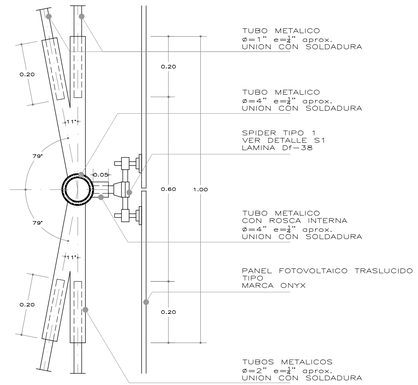




## ESTRUCTURA FACHADA 21
TRAMO 1 Y 2
CORTE 1—1
ESC: 1/20

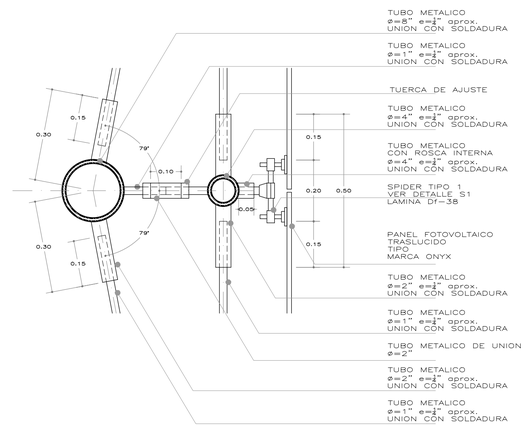
## DETALLE EF21 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10

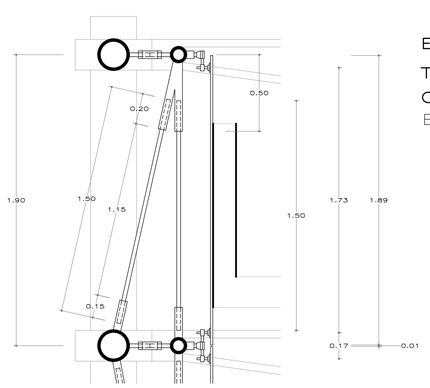



## DETALLE EF21 B
TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



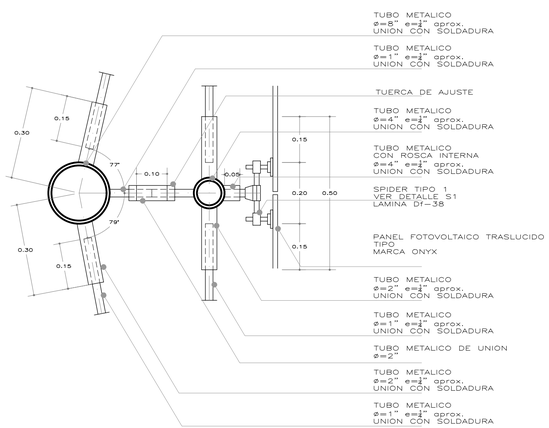

## DETALLE EF21 C
UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10



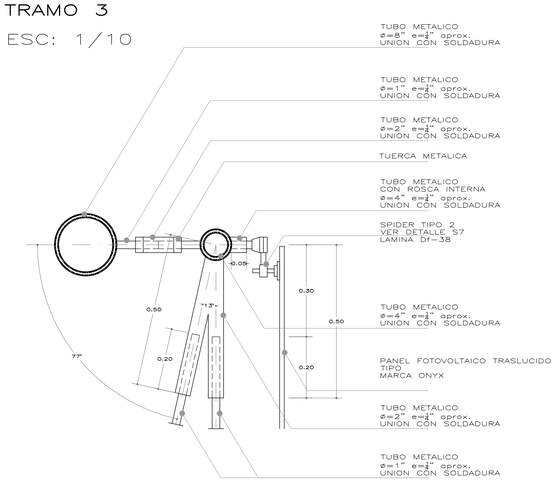




## ESTRUCTURA FACHADA 21
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20

## DETALLE EF21 D
UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF21 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PERU

ESCALA:

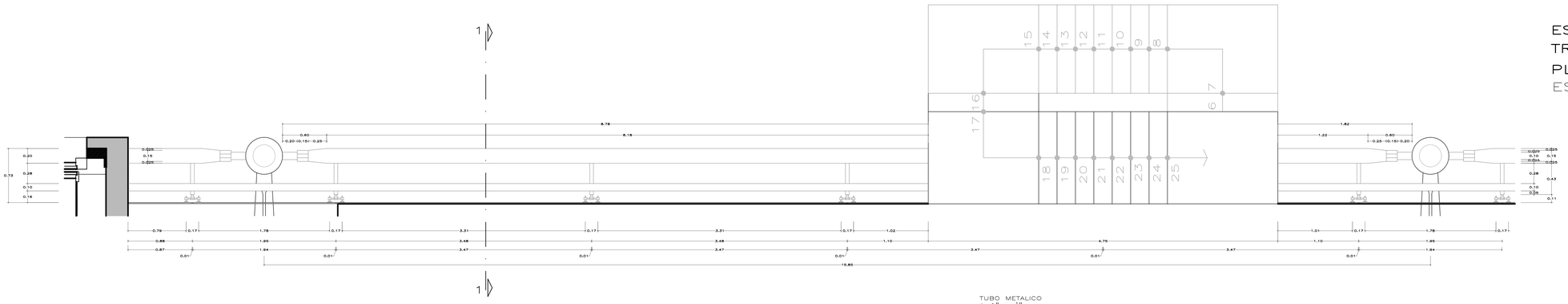
INDICADA

FECHA :

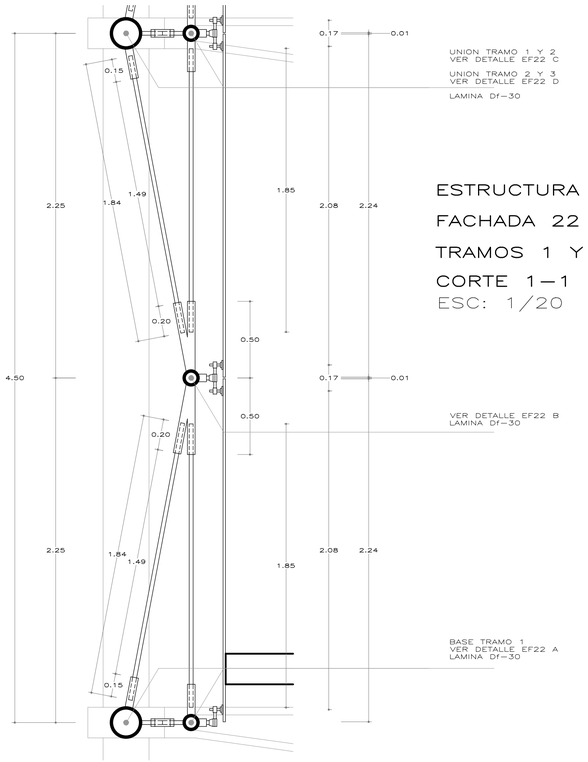
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-29

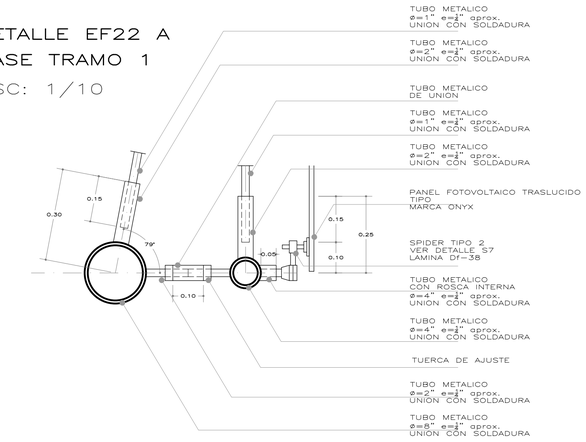



# ESTRUCTURA FACHADA 22
# TRAMOS 1 Y 2
# PLANTA
ESC: S/E

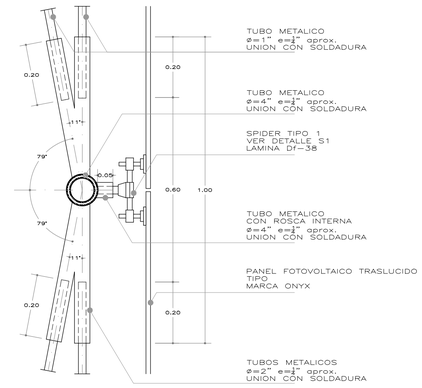



# ESTRUCTURA
# FACHADA 22
# TRAMOS 1 Y 2
# CORTE 1-1
ESC: 1/20

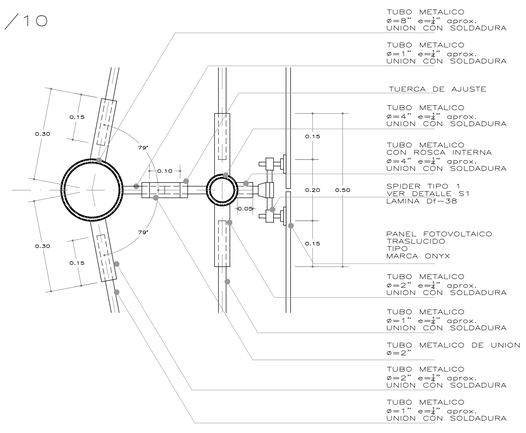
# DETALLE EF22 A
# BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



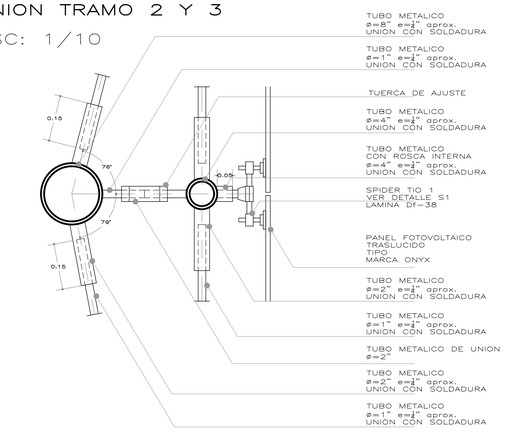

# DETALLE EF22 B
# TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

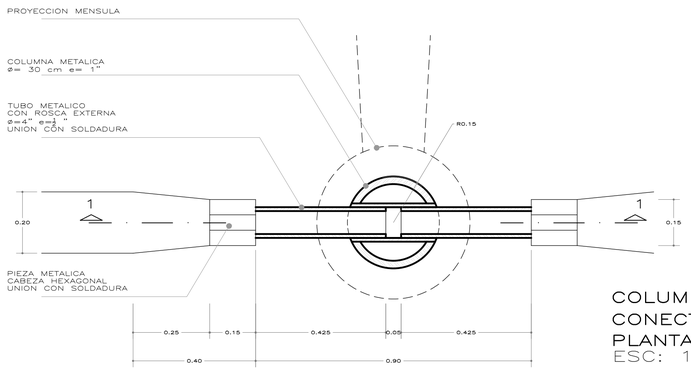



# DETALLE EF22 C
# UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

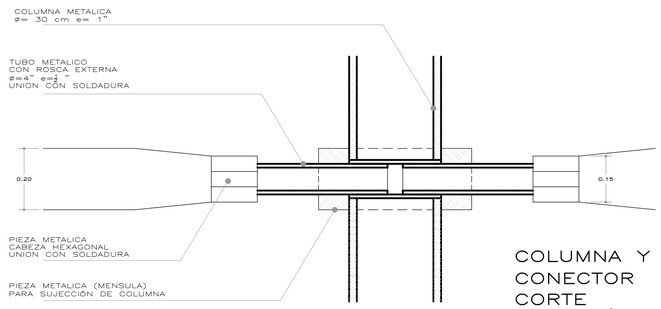



# DETALLE EF22 D
# UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10

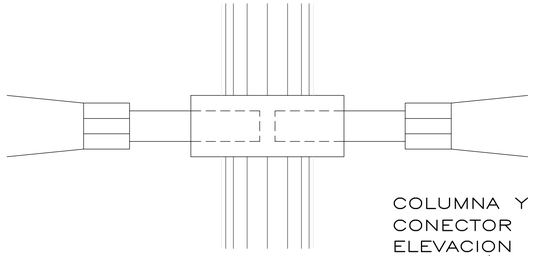



# COLUMNA Y
# CONECTOR
# PLANTA
ESC: 1/10




# COLUMNA Y
# CONECTOR
# CORTE
ESC: 1/10



# COLUMNA Y
# CONECTOR
# ELEVACION
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :
REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :
ARQ. EDWARD CHUQUIMIA
ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :
BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

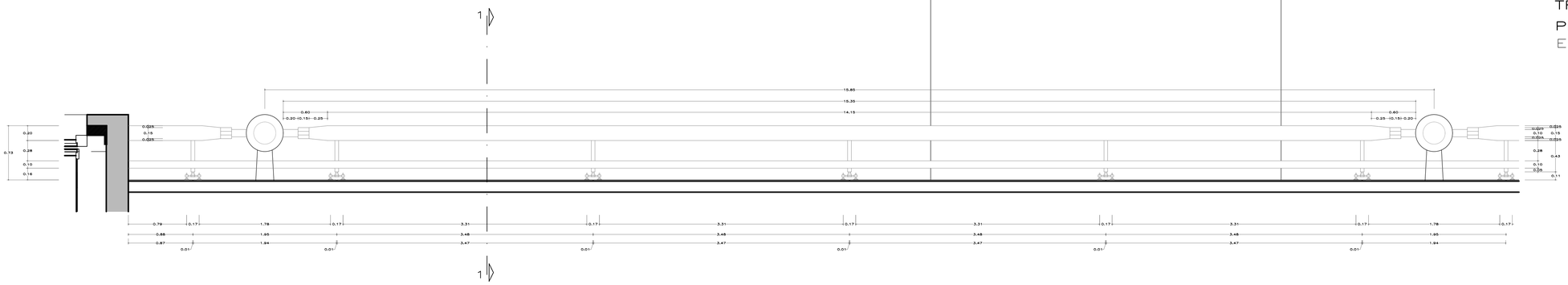
PLANO :
ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

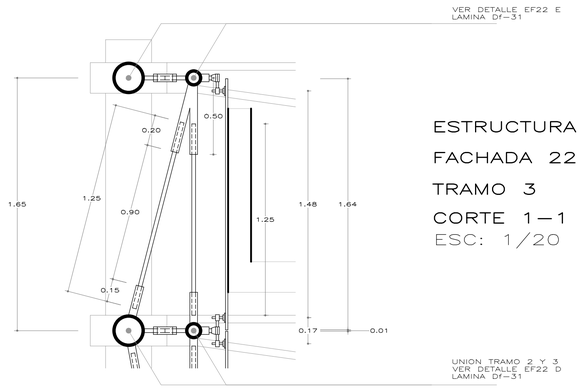
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :
Df-30

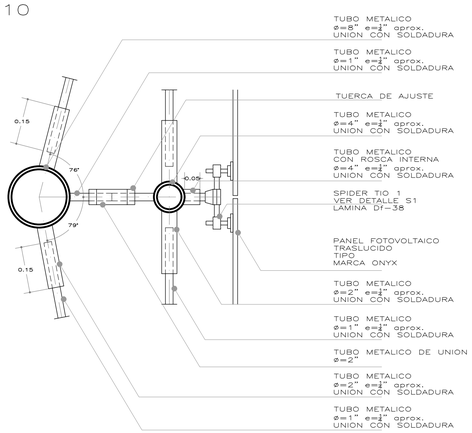
## ESTRUCTURA FACHADA 22
## TRAMOS 3
## PLANTA
ESC: S/E



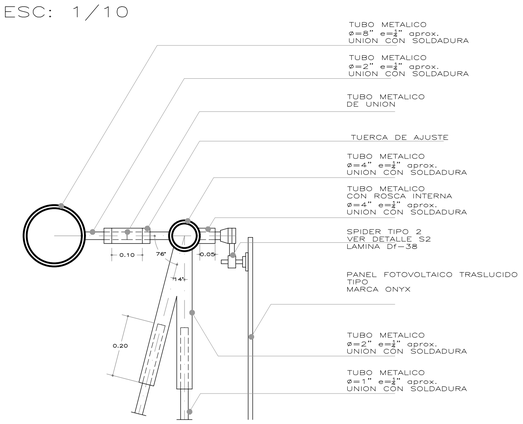



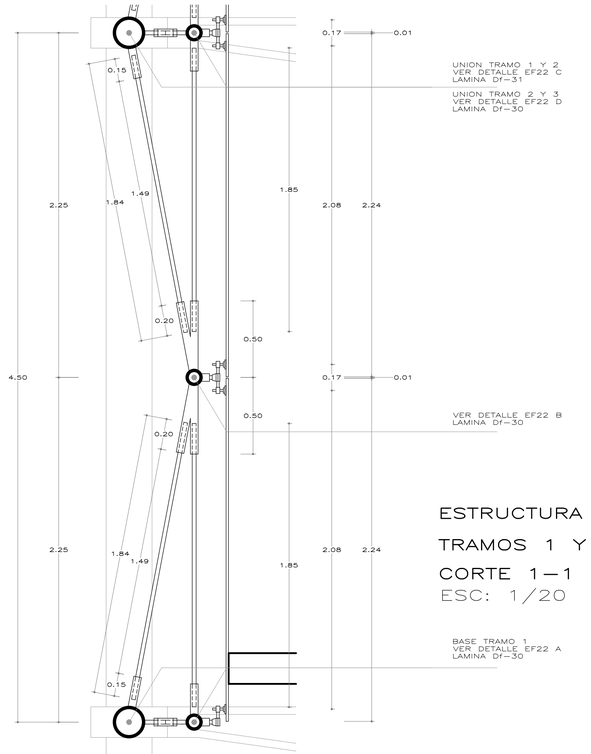

## ESTRUCTURA FACHADA 22
## TRAMO 3
## CORTE 1—1
ESC: 1/20

## DETALLE EF22 D
## UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10

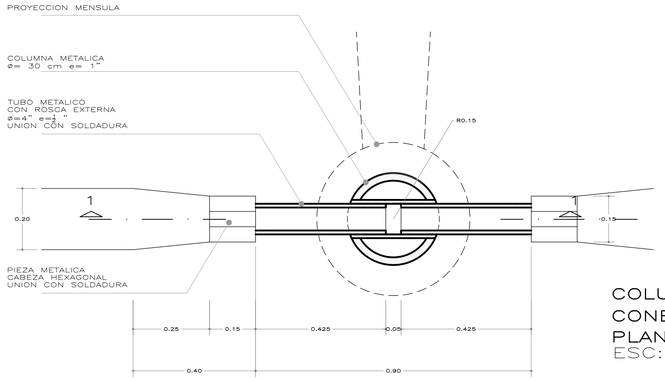



## DETALLE EF22 E
## UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10

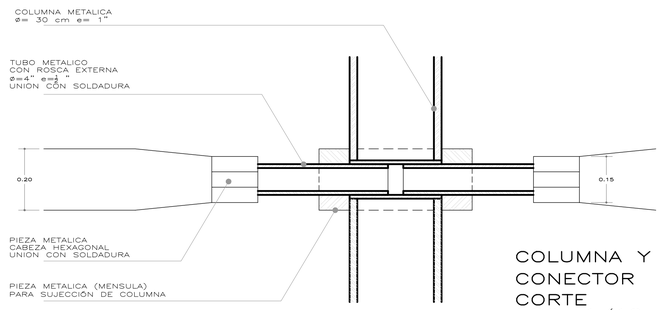


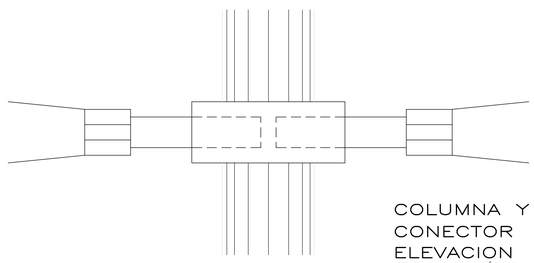

## ESTRUCTURA FACHADA 22
## TRAMOS 1 Y 2
## CORTE 1—1
ESC: 1/20




## COLUMNA Y CONECTOR PLANTA
ESC: 1/10




## COLUMNA Y CONECTOR CORTE
ESC: 1/10



## COLUMNA Y CONECTOR ELEVACION
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL CALLE PERU

ESCALA:

INDICADA

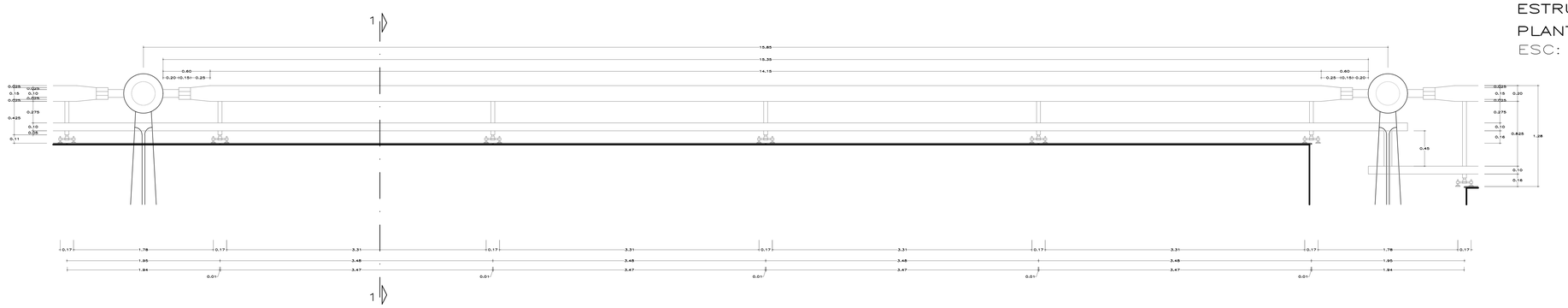
FECHA :

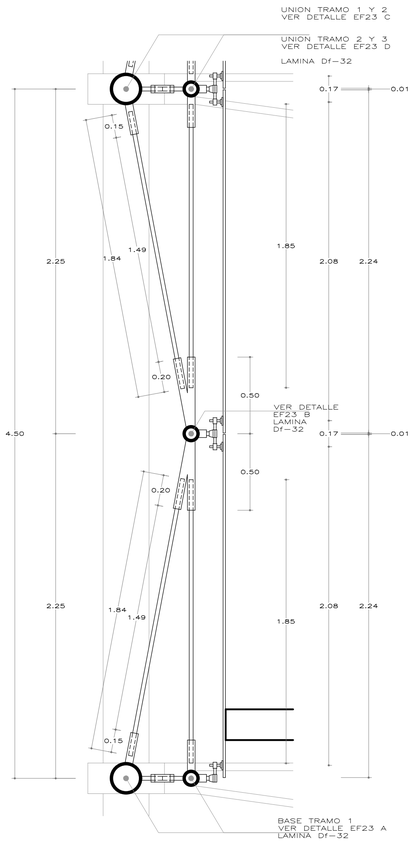
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

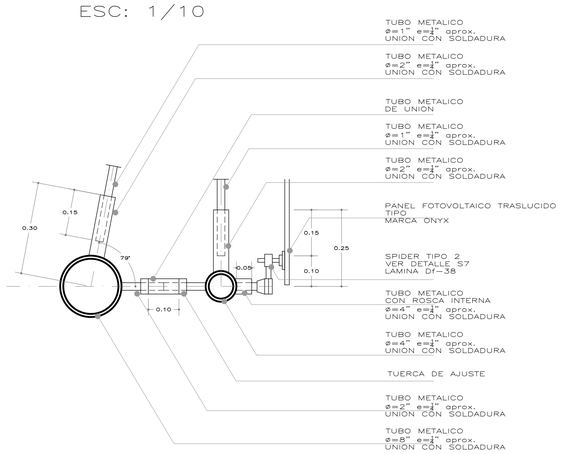
Df-31

# ESTRUCTURA FACHADA 23
## PLANTA
ESC: S/E

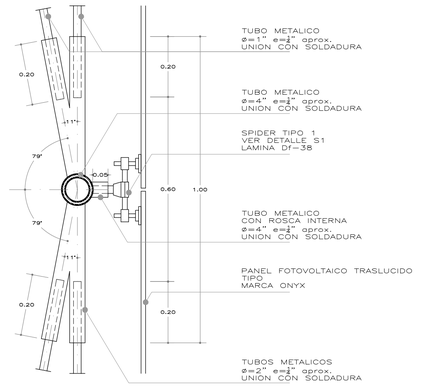


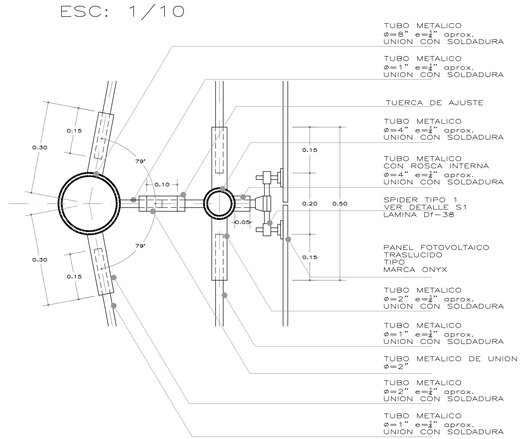

## DETALLE EF23 A
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



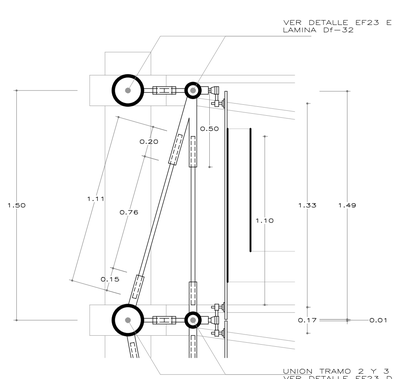

## DETALLE EF23 B
## TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10




## DETALLE EF23 C
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

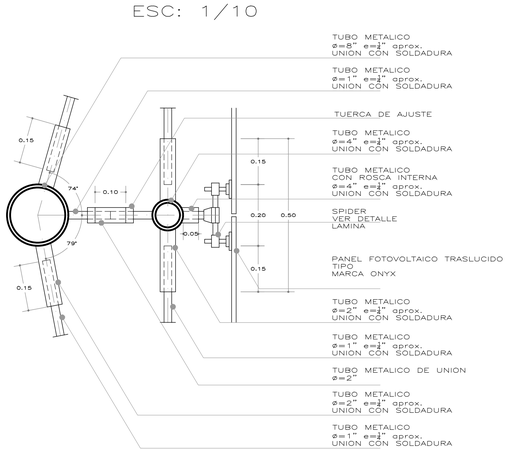



## ESTRUCTURA FACHADA 23
## TRAMOS 1 Y 2
## CORTE 2–2
ESC: 1/20

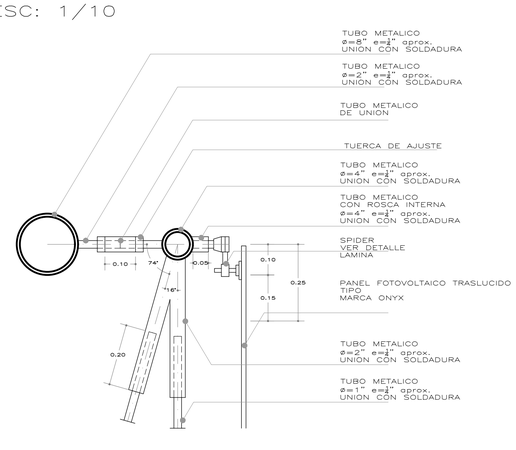



## ESTRUCTURA FACHADA 23
## TRAMO 3
## CORTE 1–1
ESC: 1/20

## DETALLE EF23 D
## UNION TRAMO 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF23 E
## TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

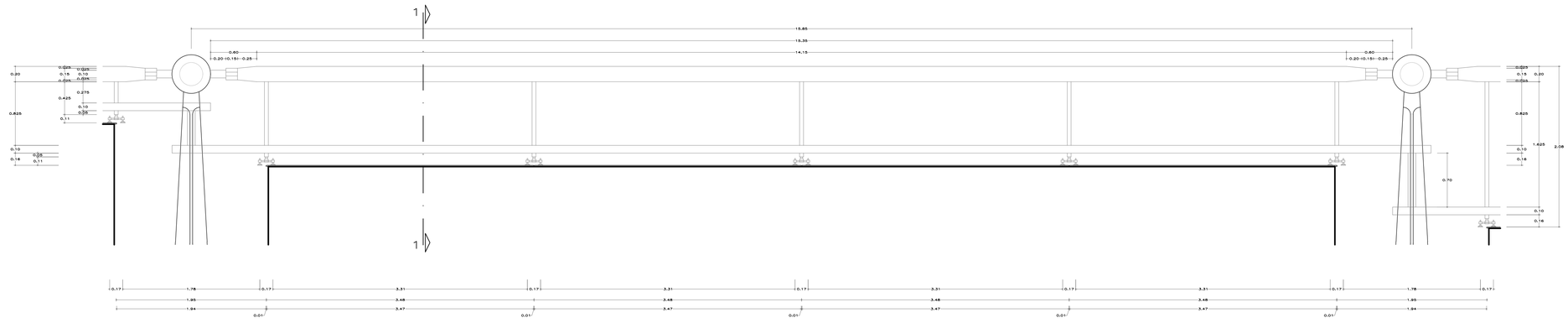
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

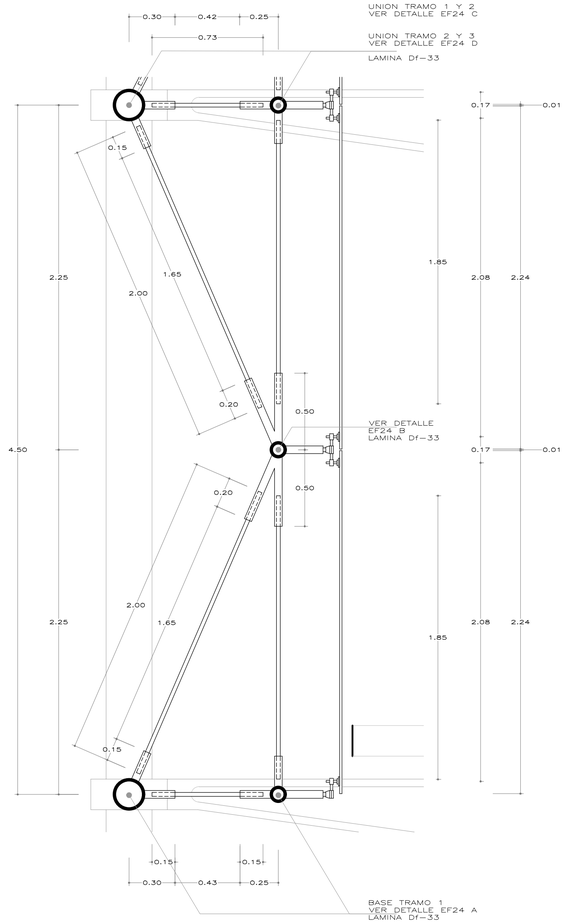
LAMINA :

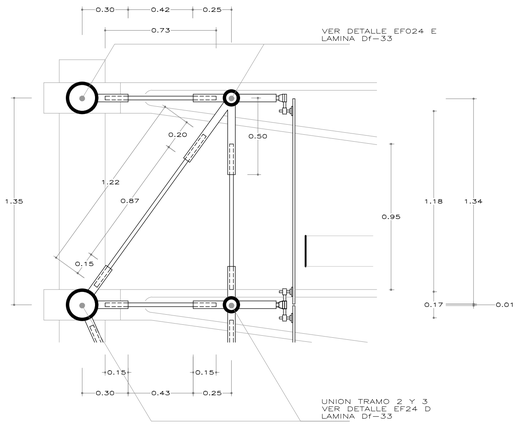
Df-32



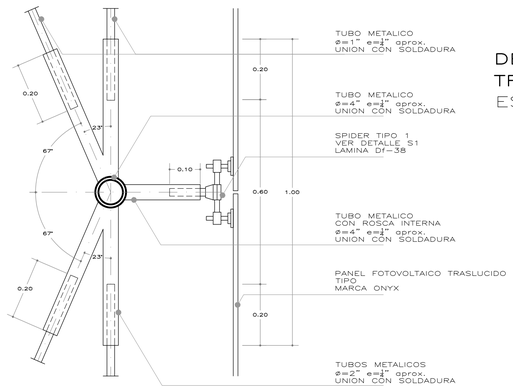
ESTRUCTURA FACHADA 24
PLANTA
ESC: S/E

ESTRUCTURA FACHADA 24
TRAMOS 1 Y 2
CORTE 1—1
ESC: 1/20



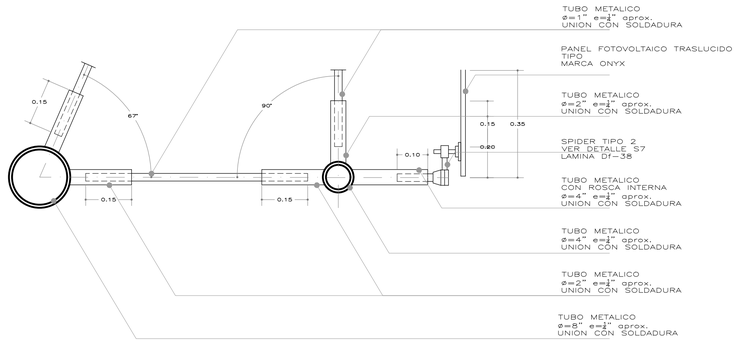




ESTRUCTURA
FACHADA 24
TRAMO 3
CORTE 1—1
ESC: 1/20

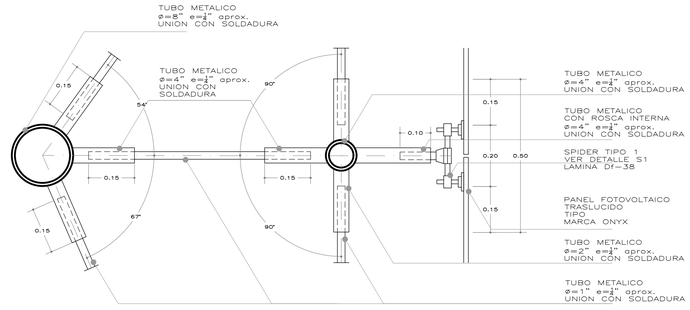



DETALLE EF24 B
TRAMOS 1 Y 2
ESC: 1/10

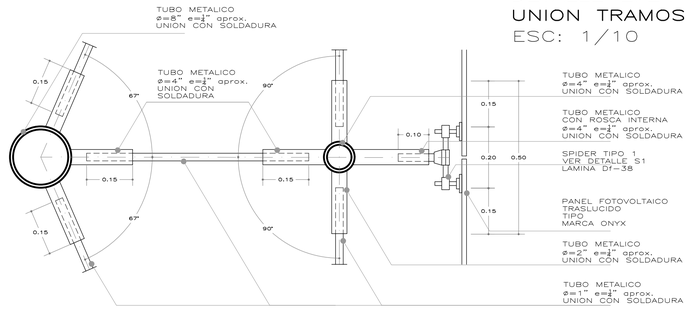
DETALLE EF24 A
BASE TRAMO 1
ESC: 1/10



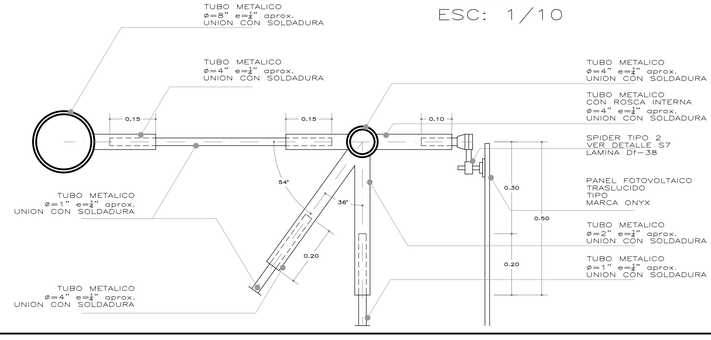

DETALLE EF24 C
UNION TRAMOS 1 Y 2
ESC: 1/10




DETALLE EF24 D
UNION TRAMOS 2 Y 3
ESC: 1/10




DETALLE EF24 E
TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD
CATOLICA DE
SANTA MARIA

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
E INGENIERIA CIVIL
Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA
PROFESIONAL DE
ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA
IMPULSADA POR EL
CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL
MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

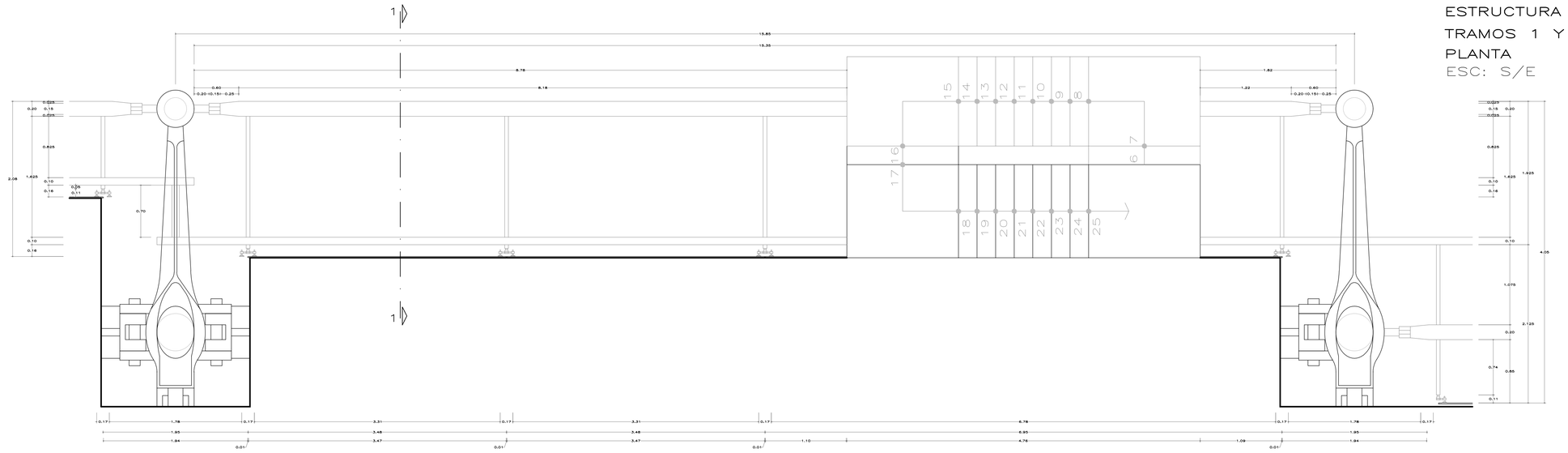
ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

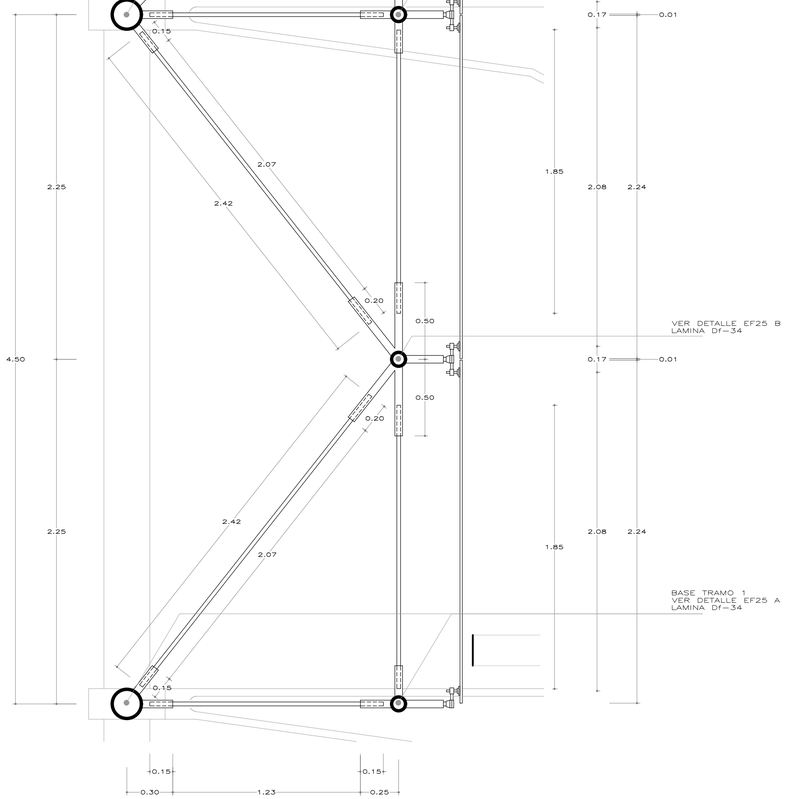
LAMINA :

Df-33

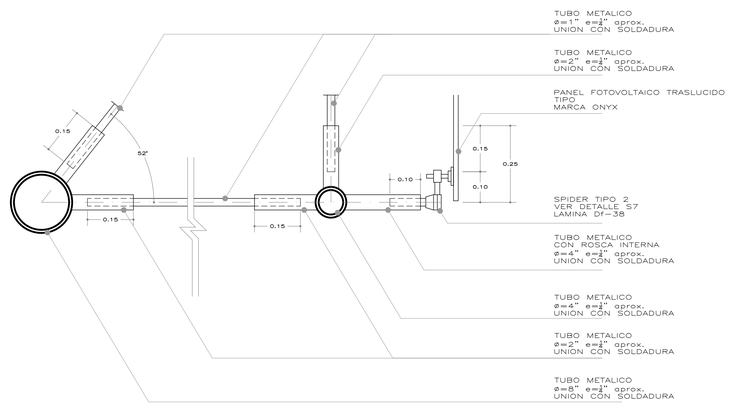
# ESTRUCTURA FACHADA 25
## TRAMOS 1 Y 2
## PLANTA
ESC: S/E



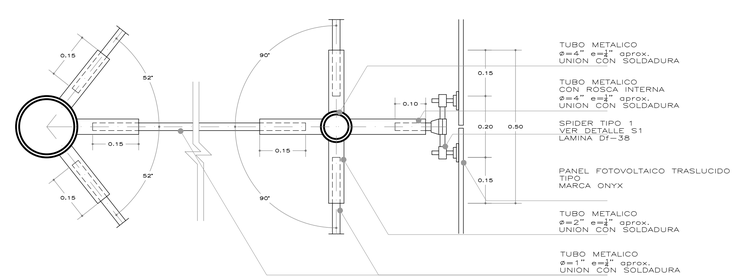

UNION TRAMO 1 Y 2
VER DETALLE EF25 C
LAMINA Df-34

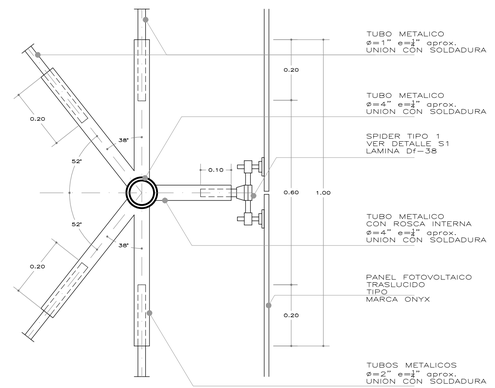



## DETALLE EF25 A
## BASE TRAMO 1
ESC: 1/10




## DETALLE EF25 C
## UNION TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10




## DETALLE EF25 B
## TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

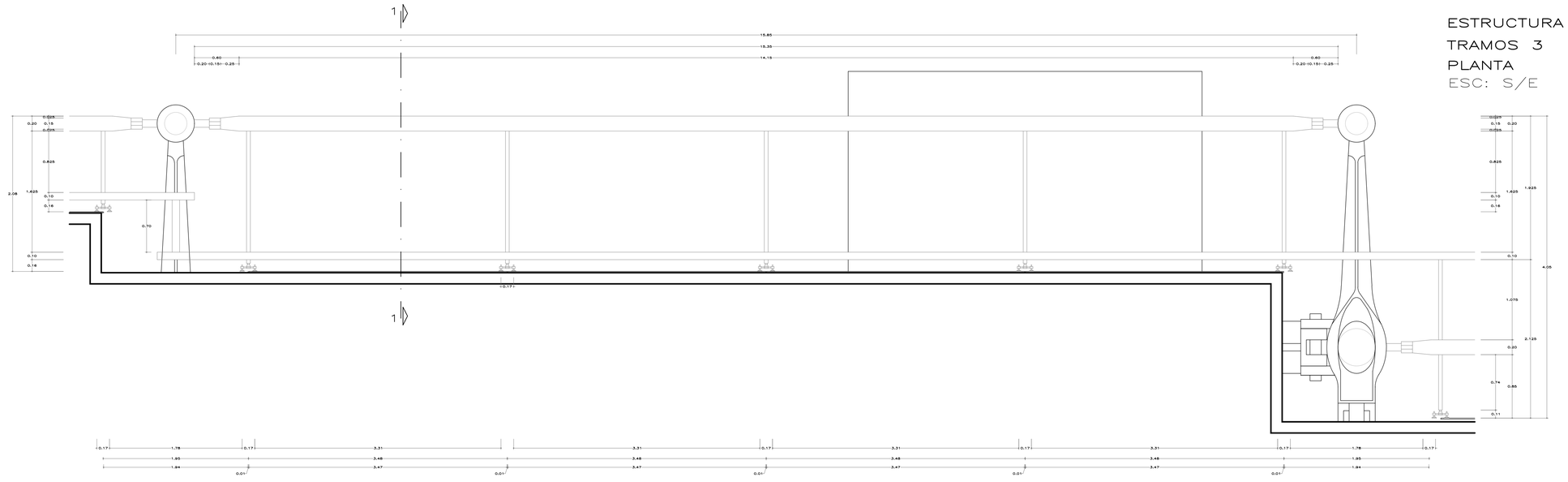
INDICADA

FECHA :

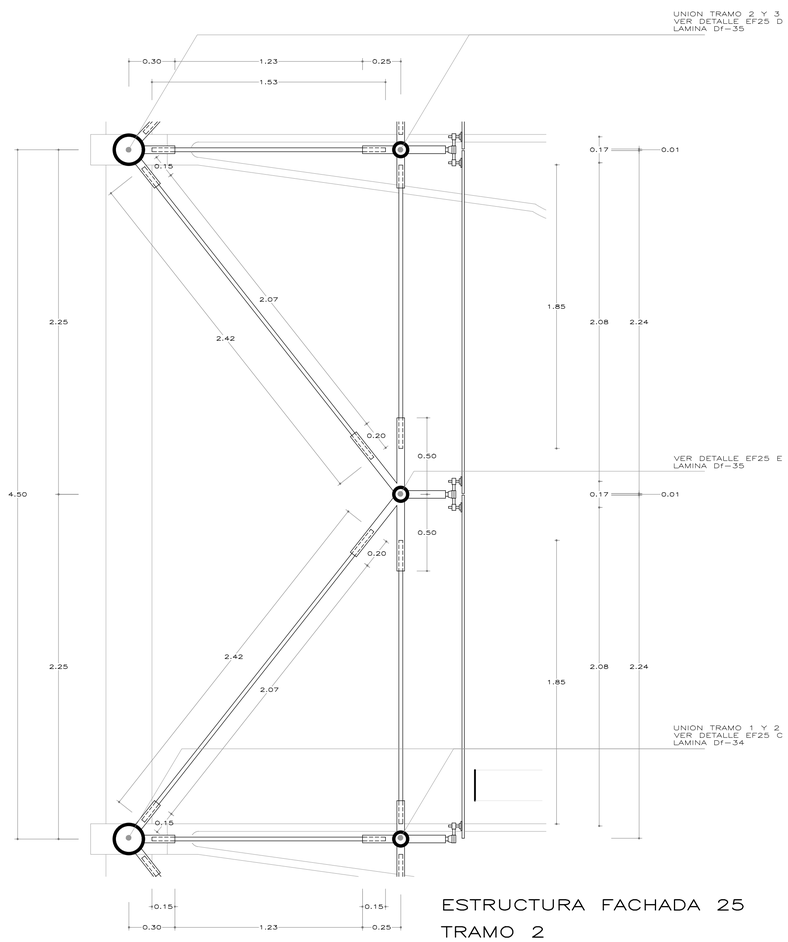
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

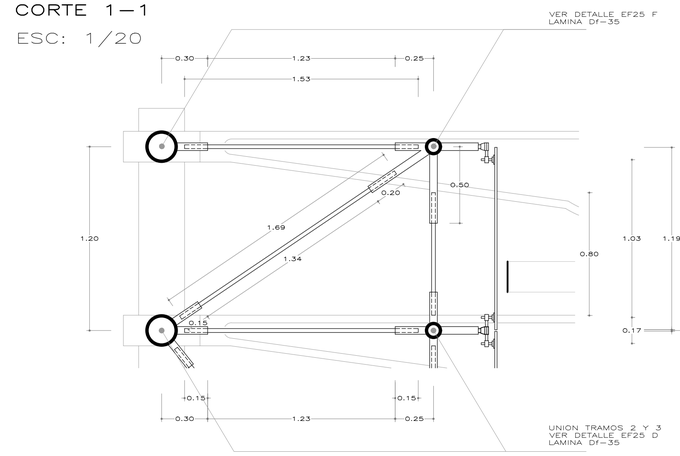
Df-34



## ESTRUCTURA FACHADA 25
## TRAMOS 3
## PLANTA
ESC: S/E

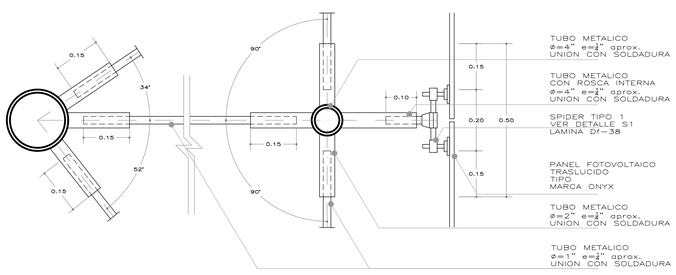



## ESTRUCTURA FACHADA 25
## TRAMO 2
## CORTE 1—1
ESC: 1/20

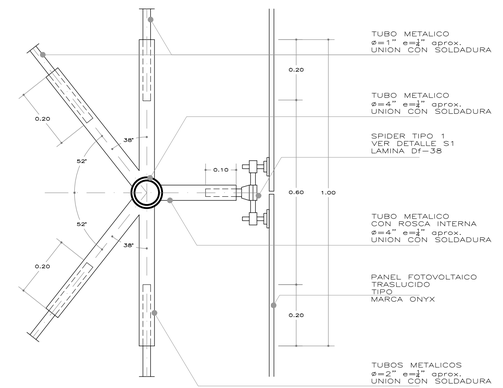



## ESTRUCTURA FACHADA 25
## TRAMO 3
## CORTE 1—1
ESC: 1/20

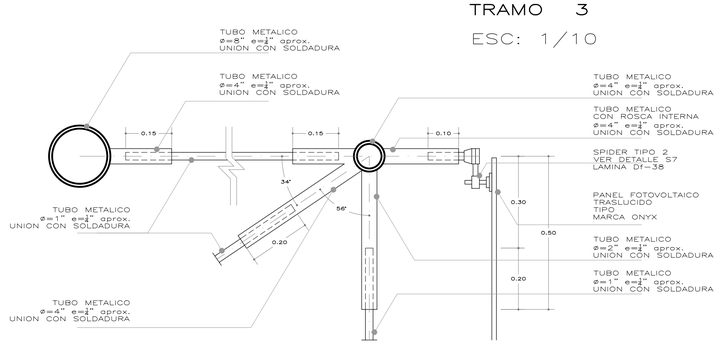
## DETALLE EF25 D
## UNION TRAMOS 2 Y 3
ESC: 1/10




## DETALLE EF25 E
## TRAMO 1 Y 2
ESC: 1/10




## DETALLE EF25 F
## TRAMO 3
ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

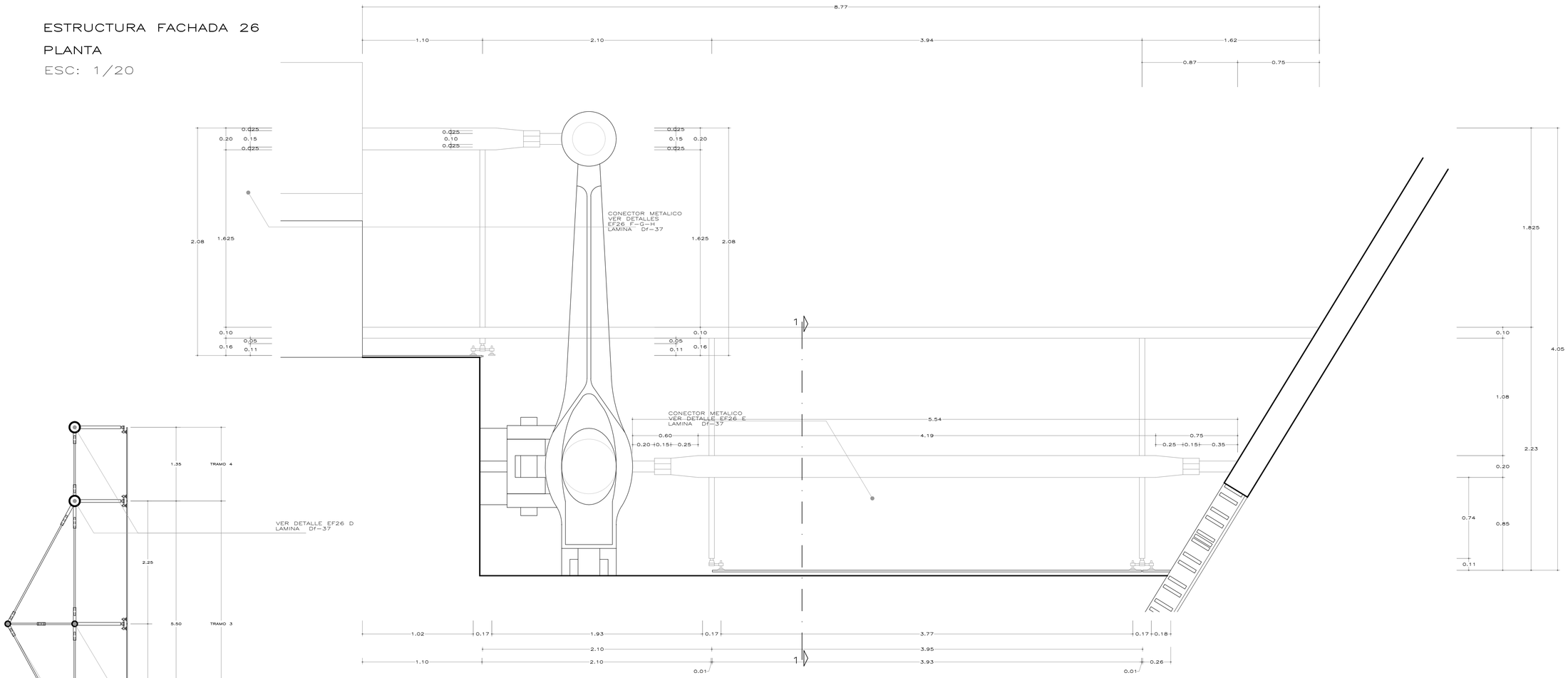
LAMINA :

Df-35

# ESTRUCTURA FACHADA 26

PLANTA

ESC: 1/20



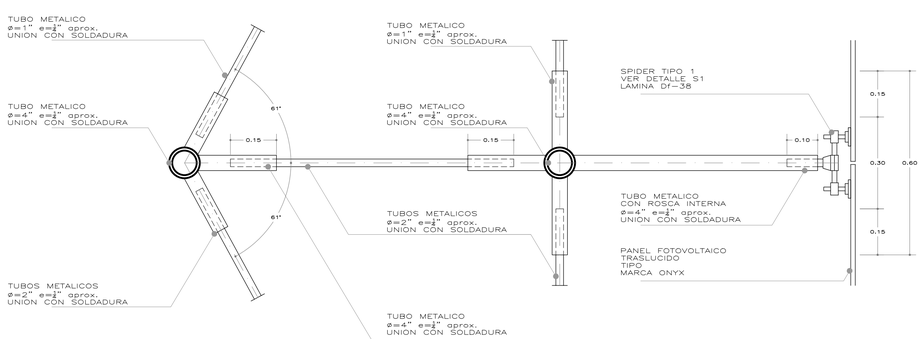

# ESTRUCTURA FACHADA 01

CORTE ESQUEMATICO

ESC: 1/40

## DETALLE EF25 A

ESC: 1/10




UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

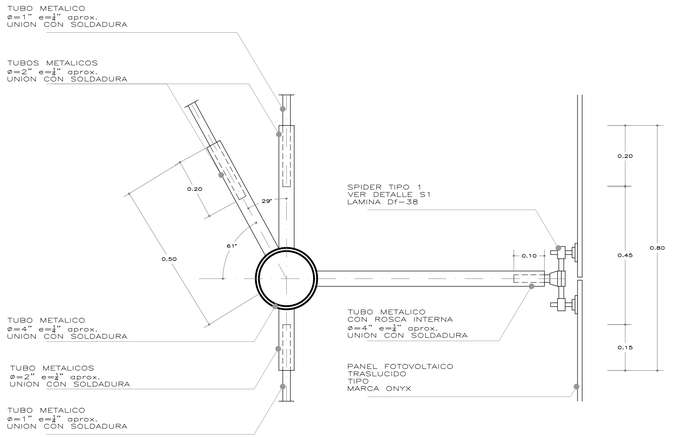
INDICADA

FECHA :

SEPTIEMBRE DEL 2018

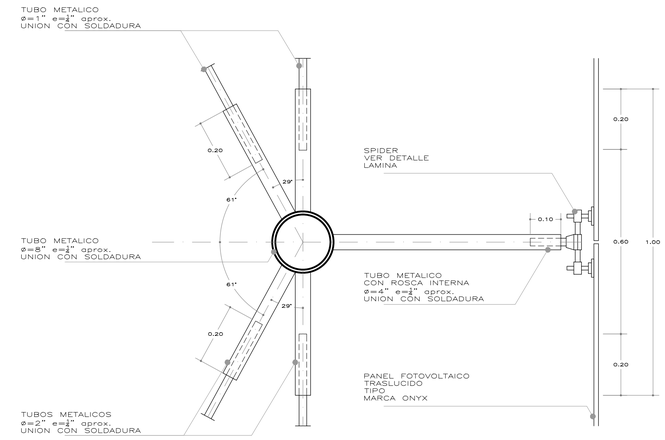
LAMINA :

Df-36



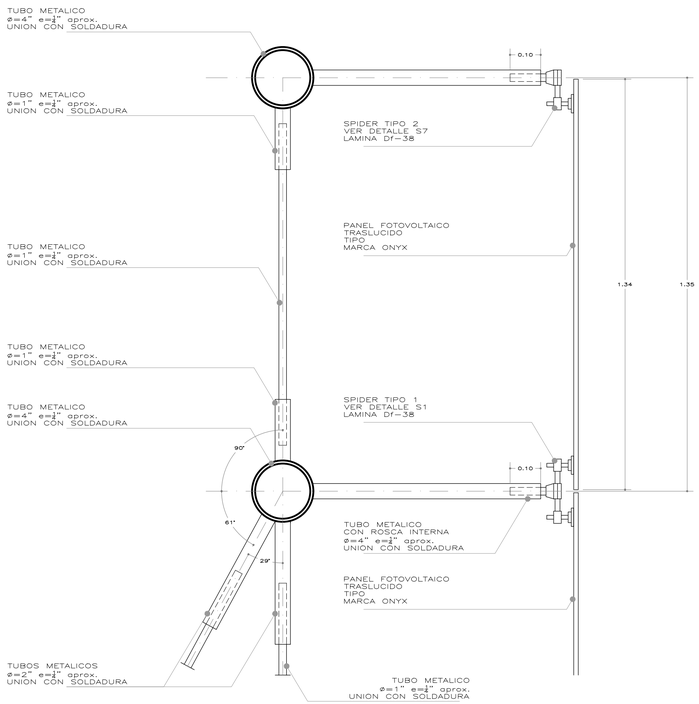

DETALLE EF26 B

ESC: 1/10



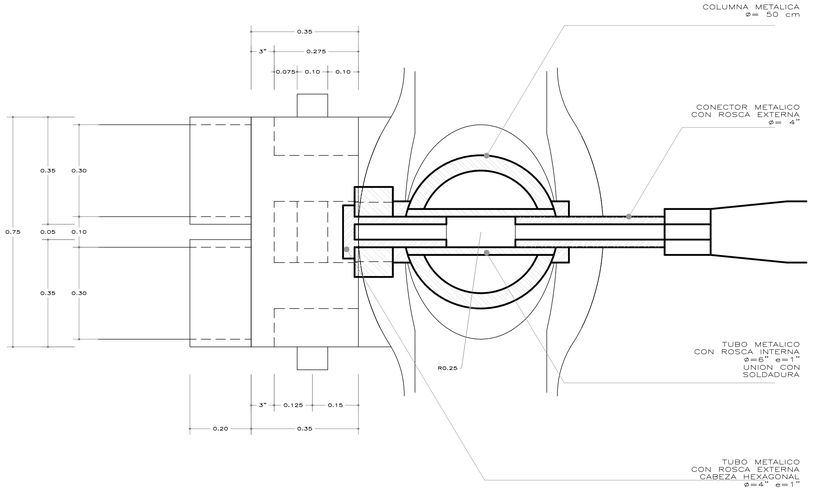

DETALLE EF26 C

ESC: 1/10




DETALLE EF26 D

ESC: 1/10

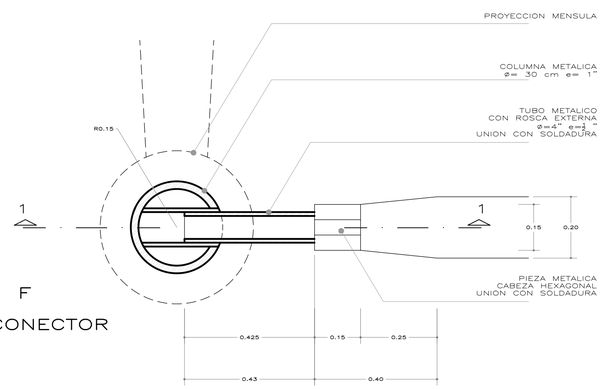



DETALLE EF26 E

COLUMNA Y CONECTOR

PLANTA

ESC: 1/10

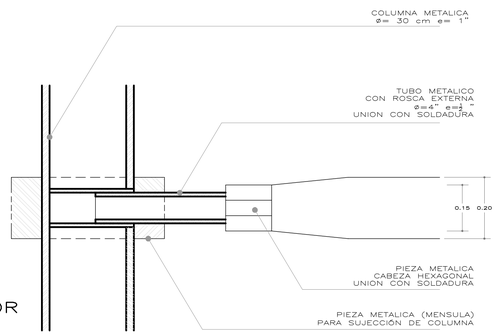



DETALLE EF01 F

COLUMNA Y CONECTOR

PLANTA

ESC: 1/10

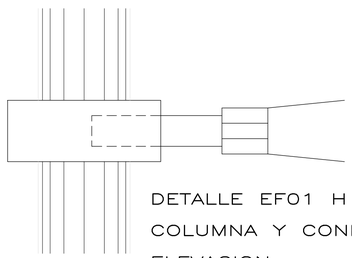



DETALLE EF01 G

COLUMNA Y CONECTOR

CORTE

ESC: 1/10



DETALLE EF01 H

COLUMNA Y CONECTOR

ELEVACION

ESC: 1/10

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA CIVIL Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA IMPULSADA POR EL CONSUMO: PUESTA EN VALOR DEL MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :

ELEVACION LATERAL
CALLE PERU

ESCALA:

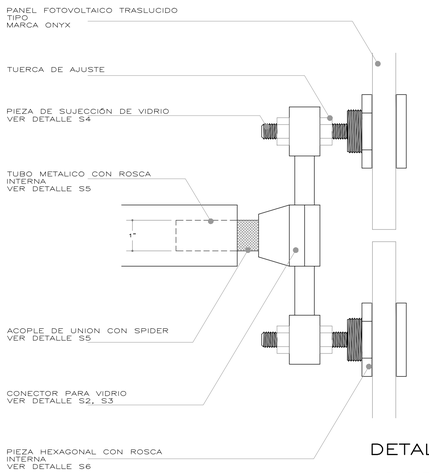
INDICADA

FECHA :

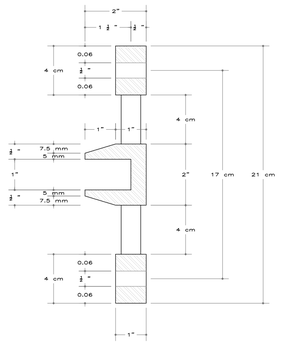
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

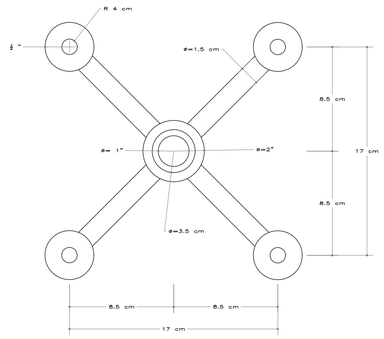
Df-37



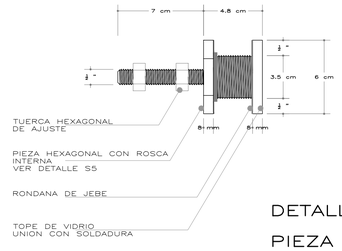

DETALLE S1
SPIDER TIPO 1
ESC: 1/2.5



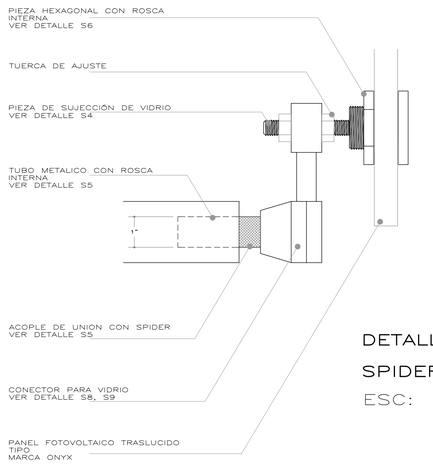

DETALLE S2
SPIDER TIPO 1
ESC: 1/2.5



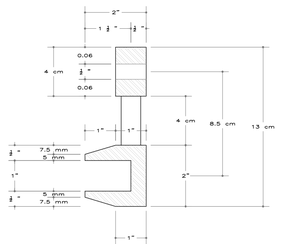

DETALLE S3
SPIDER TIPO 1
ESC: 1/2.5



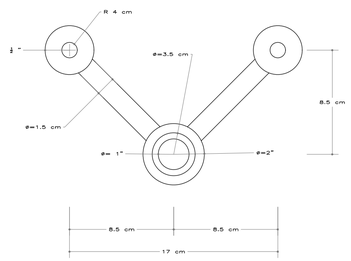

DETALLE S4
PIEZA DE
SUJECCION
ESC: 1/2.5



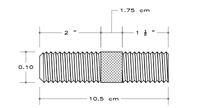

DETALLE S7
SPIDER TIPO 2
ESC: 1/2.5



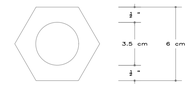

DETALLE S8
SPIDER TIPO 2
ESC: 1/2.5



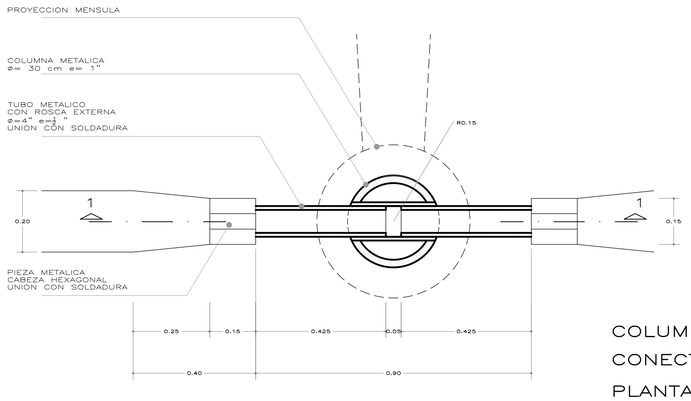

DETALLE S9
SPIDER TIPO 2
ESC: 1/2.5



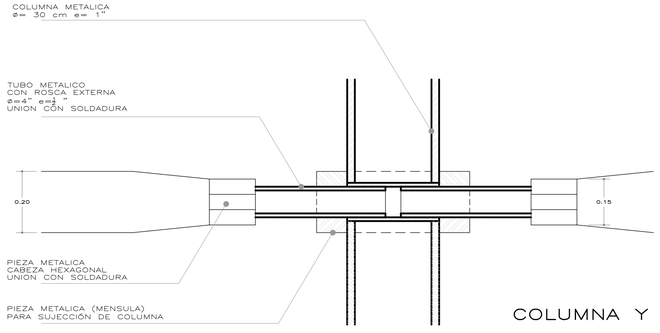

DETALLE S5
ACOPLE
METALICO
ESC: 1/2.5



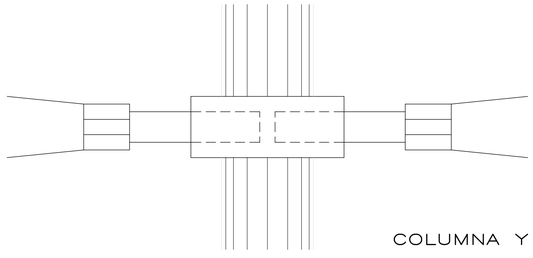

DETALLE S6
PIEZA DE
AJUSTE
ESC: 1/2.5




COLUMNA Y
CONECTOR
PLANTA
ESC: 1/10




COLUMNA Y
CONECTOR
CORTE
ESC: 1/10



COLUMNA Y
CONECTOR
ELEVACION
ESC: 1/10

UNIVERSIDAD
CATOLICA DE
SANTA MARIA

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
E INGENIERIA CIVIL
Y DEL AMBIENTE

PROGRAMA
PROFESIONAL DE
ARQUITECTURA

TESIS

TESIS :

REGENERACION URBANA
IMPULSADA POR EL
CONSUMO:
PUESTA EN VALOR DEL
MERCADO SAN CAMILO

ASESORES :

ARQ. EDWARD CHUQUIMIA

ARQ. GONZALO TRILLO

TESISTA :

BACH.
LUIS CARLOS PICHÓN PONCE

NOTAS :

PLANO :
DETALLES
VIGAS

ESCALA:
INDICADA

FECHA :
SEPTIEMBRE DEL 2018

LAMINA :

Df-38