



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Organización espacial del Mercado Central y mejora de la imagen
urbana de la ciudad de Yurimaguas en el año 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecto

AUTORES:

Del Aguila Suncion, Luis Martin (orcid.org/0000-0001-6842-8183)

Sanchez Bocanegra, Liz del Pilar (orcid.org/0009-0005-4780-3534)

ASESORAS:

Dra. Bartra Gomez, Jacqueline (orcid.org/0000-0002-2745-1587)

Mg. Arévalo Lazo, Cinthya (orcid.org/0000-0001-7365-4740)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Urbanismo Sostenible

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo sostenible y adaptación al cambio climático

TARAPOTO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A dios y a mis padres Maritza Bocanegra, Oswaldo Sánchez, por su apoyo incondicional. A mi persona por la valentía de seguir mis metas a pesar de mis miedos.

Le dedico el resultado de mi trabajo a toda mi familia, principalmente a mis padres, que a pesar de todo son los que siempre me apoyaron en este proceso académico.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente al dios por darnos la vida y las capacidades para poder realizar este trabajo de investigación. A las arquitectas asesoras, por su gran compromiso con nosotros y la predisposición de guiarnos de la mejor manera en nuestra investigación, a nuestra familia por su aliento en cada momento.

Los autores.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, ARÉVALO LAZO CINTHYA, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesores de Tesis titulada: "Organización Espacial Del Mercado Central y Mejora de la Imagen Urbana de la Ciudad de Yurimaguas en el Año 2023", cuyos autores son DEL AGUILA SUNCION LUIS MARTIN, SANCHEZ BOCANEGRA LIZ DEL PILAR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

TARAPOTO, 11 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ARÉVALO LAZO CINTHYA DNI: 47207346 ORCID: 0000-0001-7365-4740	Firmado electrónicamente por: ALAZOC16 el 18-07- 2023 11:52:07
BARTRA GOMEZ JACQUELINE DNI: 40640199 ORCID: 0000-0002-2745-1587	Firmado electrónicamente por: BARTRAJ16 el 18- 07-2023 11:41:09

Código documento Trilce: TRI - 0585903





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, DEL AGUILA SUNCION LUIS MARTIN, SANCHEZ BOCANEGRA LIZ DEL PILAR estudiantes de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Organización Espacial Del Mercado Central y Mejora de la Imagen Urbana de la Ciudad de Yurimaguas en el Año 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
DEL AGUILA SUNCION LUIS MARTIN DNI: 71108654 ORCID: 0000-0001-6842-8183	Firmado electrónicamente por: LAGUILASU el 30-11-2023 10:00:52
SANCHEZ BOCANEGRA LIZ DEL PILAR DNI: 73387640 ORCID: 0009-0005-4780-3534	Firmado electrónicamente por: DSANCHEZBO el 02-01-2024 09:24:38

Código documento Trilce: INV - 1385005

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad del Asesor.....	v
Índice de Contenidos.....	vi
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Gráficos y Figuras.....	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA	9
3.1. Tipo y diseño de Investigación.....	9
3.2. Variables y operacionalización.....	10
3.3. Población, muestra y muestreo	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimientos.....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos.....	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN	21
VI. CONCLUSIONES	24
VII. RECOMENDACIONES	25
REFERENCIAS.....	26
ANEXOS	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la Organización Espacial del mercado central y las necesidades Urbanas en la ciudad de Yurimaguas;2023	16
Tabla 2. La Imagen Urbana, según pobladores de los barrios aledaños al Mercado Central en la ciudad de Yurimaguas; 2023	18
Tabla 3. Formular estrategias de la organización espacial en el mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023.....	20

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1. Estrategias de la organización espacial en el mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023	62
---	----

RESUMEN

La problemática de la contaminación ambiental, el caos y desorden que genera la falta de organización de los mercados es sin duda un punto importante de solucionar para la mejora de la imagen urbana de las ciudades. Los mercados son lugares socioeconómicos donde se desarrollan variedad de actividades y gran concentración de personas, por ende, las probabilidades de problemas sociales y urbanas son mayores.

Al entender la relevancia de la imagen urbana que genera un mercado y como puede mejorar a través de una buena organización espacial, como problema de la investigación se investiga en qué medida la organización espacial del mercado central mejoraría la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas, de tal manera el objetivo principal del trabajo de investigación es determinar la organización espacial como estrategia para la mejora de la imagen urbana en la ciudad de Yurimaguas.

Palabras Clave: organización espacial, imagen urbana, mercado.

ABSTRACT

The problem of environmental pollution, chaos and disorder generated by the lack of markets is undoubtedly an important point to solve in order to improve the urban image of cities. Markets are socioeconomic places where a variety of activities and a large concentration of people take place, therefore, the probabilities of social and urban problems are greater.

Understanding the relevance of the urban image generated by a market and how it can be improved through a Good spatial organization, as a research problema it is investigated to what extent the spatial organization of the central market would improve the urban image of the city of Yurimaguas, so the main objective of the research work is to determine the spatial organization as a strategy for the improvement of the urban image in the city of Yurimaguas.

Keywords: spatial organization, urban image, market.

I. INTRODUCCIÓN

La problemática de la contaminación ambiental, el caos y desorden que genera la falta de organización de los espacios de los mercados es sin duda un punto importante de solucionar para mejorar la imagen urbana de las ciudades.

La contaminación ambiental es un gran problema en nuestro país y el mundo, Según lo que se desprende Correal, Rihm, Zambrano (2021) en gran parte de la Latinoamérica y el Caribe, se produce un promedio de 216 millones de toneladas de residuos sólidos municipales anualmente y de esto son 52% que concierne a residuos orgánicos, el 19% son desechos que probablemente sean reutilizados, como metal, vidrio, cartón y papeles, por otro lado, tenemos los plásticos que representan el 12% de todo. No obstante, la región sólo recicla un porcentaje de 4.5 % de su basura y es una cantidad mínima de naciones que le dan importancia a esta problemática. Además, Correal et al. (2021) añade que hay países que son modelos en ámbito del reciclaje, como Uruguay y Colombia, los cuales recolectan el 95% en sus ciudades más representativas, mientras en las zonas rurales de estos la cifra baja a un 30%, por lo tanto, aunque vayan en una dirección correcta, todavía queda mucho por mejorar. Estos países son los que generan menos basura per cápita en el continente latinoamericano, y son: Guatemala (0.47 kg. Por día), Bolivia (0.57 kg por día), Honduras (0.65 kg por día), Cuba (0.67 kg por día), Perú (0.75 kg por día). (El panorama de los países latinoamericanos con sus residuos,2020, diciembre 9).

En la capital peruana, por ejemplo, la actividad de comercio en muchos mercados centrales de la ciudad genera gran cantidad de residuos, pues gestionar este deshecho debe ser una de las labores principales de los comerciantes, usuarios y municipalidades , ya que esta problemática alteran la imagen urbana del sector, no solo por exigencias municipales o la preservación del medio ambiente, si no reducir los costos de las pérdidas y lo que implica transformar los residuos a los rellenos sanitario.

Lo que se manifiesta en el barrio central de Yurimaguas es que los comerciantes y mercaderes están posicionados en el barrio central de la ciudad para poder vender sus productos, este accionar convierte a este sector en “el mercado central”, sin una buena planificación del espacio y estrategias adecuadas, esto genera que la imagen de este sector no sea la correcta. No obstante, al no existir una infraestructura para un mercado central en Yurimaguas, la disposición de los puestos de ventas está ubicada al criterio de los comerciantes, por ende, las vías afectadas son las calles Manco Cápac, Julio C Arana, Julio C. Pinedo, Arica y Jáuregui, obstruyendo así el tránsito en estas calles y generando durante las horas del día, congestión vehicular. Otra problemática muy visible en el sector es la contaminación ambiental, en líneas generales la limpieza de este sector no es la adecuada, la razón es la carencia de zonas de reciclaje donde se realice un adecuado desarrollo de los residuos sólidos, de esa manera la imagen urbana no esté tan deteriorada. Además, que se vuelve un foco muy grande de contaminación, ocasionando el malestar de los pobladores al circular por estas calles.

Al entender la relevancia de la imagen urbana que genera un mercado y como puede mejorar a través de una adecuada organización espacial, por ello el **problema general** de la investigación se plantea lo siguiente ¿En qué medida la organización espacial del mercado central mejorará la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas en el año 2023?; además se plantearon tres **problemas específicos**: (i) ¿Cuáles son las características de la organización espacial del mercado central en la ciudad de Yurimaguas; 2023 ?; (ii) ¿Cuáles son los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023?; (iii) ¿Cuál es el resultado de la formulación de estrategias de la organización espacial del mercado central en la ciudad de Yurimaguas;2023 ?.

Esta investigación se justifica por **conveniencia**, porque nos ayudará a conocer la realidad y mejorar la organización espacial del mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023. Conforme a la **relevancia social** será importante para la población de la ciudad de Yurimaguas, ya que la organización espacial permitirá encontrar soluciones para mejorar la imagen urbana, priorizando el confort de los comerciantes

y usuarios del sector. Por otro lado, el **valor teórico** que sumará esta investigación, es el difundir la adecuada forma de hacer ciudad, mediante la investigación de la organización espacial de los mercados en la selva peruana para mejorar la imagen urbana, de esta forma servirá como guía para futuras investigaciones.

De acuerdo, a la **implicación práctica**, buscará mejorar la imagen urbana del sector y que los pobladores de la ciudad de Yurimaguas obtengan una experiencia favorecedora al acudir al mercado central, donde estos espacios les brinden confort y bienestar, además esta investigación brindará información que permita organizar mejor los espacios de los mercados centrales de acuerdo a las necesidades de los comerciantes y usuarios, ofreciendo así mejores soluciones e intervenciones de mejora de la imagen urbana, de esta manera la calidad de vida de los ciudadanos de la ciudad de Yurimaguas es más satisfactoria. La **utilidad metodológica** que se tiene en cuenta es la recolección de información, a través de la encuesta y fichas de observación, con la finalidad de recoger información requerida para obtener un mejor panorama de la problemática del sector.

De manera que, el **objetivo principal es**, determinar la organización espacial del mercado central para la mejora de la Imagen Urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023. Además, el primer **objetivo específico** es, identificar las características de la organización espacial del mercado central en la ciudad de Yurimaguas; 2023. El segundo objetivo específico es, evaluar los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023, y el tercer objetivo específico es, formular estrategias de la organización espacial en el mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023. También se propone la siguiente **hipótesis general**, la organización espacial del mercado central mejoraría la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023.

II MARCO TEÓRICO

Según Romero (2018), el tipo de investigación es no experimental de corte transversal correccional, descriptiva y con enfoque cuantitativo. Manifestó en su tesis titulada: **“Diseño arquitectónico del nuevo mercado de abastos municipales aplicando el uso de paneles solares en el distrito de Ayabaca, Piura”**, en la tesis se utilizó la técnica de la observación y encuesta, los instrumentos utilizados fueron el cuestionario dirigidas a los pobladores comprometidos. Para que un país logre un desarrollo integral y sostenible es fundamental que interactúen y trabajen en armonía los aspectos: económicos; social; cultural y ambiental, siendo la parte económica lo más importante. Es necesario promover a generar ingresos económicos y desarrollar una calidad de vida adecuada para los residentes de la capital del distrito de Ayabaca.

Donde concluyo la importancia de las entidades encargadas de gestionar este tipo de equipamientos inviertan en los mercados con mayores problemáticas, donde los usuarios puedan adquirir sus productos en buenas condiciones, en un lugar, cómodo, funcional, limpio, seguro y que brinde una imagen urbana adecuada.

Según Sánchez (2017), el tipo de investigación es no experimental de corte transversal correccional, descriptiva y con enfoque cuantitativo. Explican en su tesis: **“Propuesta municipal de mejoramiento del manejo de residuos sólidos y líquidos del mercado central de la ciudad de Moyobamba”** en la tesis se utilizó la técnica de la observación y encuesta, los instrumentos utilizados fueron el cuestionario dirigidas a los pobladores comprometidos. Concluyo que actualmente, pocas ciudades del gobierno central cuentan con planes nacionales para la recolección, transporte y disposición final de residuos sólidos y líquidos producidos en los centros de abastecimiento o mercados de la ciudad. Para su desarrollo es necesario considerar efectivamente todos los estudios técnicos, para habilitar métodos y técnicas basadas en hechos locales, prácticas comerciales, usos y costumbres locales.

Según Rodríguez, Pineda y Castellanos (2016). Menciona en la revista Desarrollo Local Sostenible en su artículo titulado: **“Análisis del manejo de los residuos sólidos en el mercado central de Pueblo Nuevo, Santiago de los Caballeros, Republica Dominicana”**, existe una gran producción a gran escala de desechos reciclados en el mercado central que pueda mostrar la oportunidad de desarrollo social y económico en campos específicos, como comerciantes y usuarios. La revista concluye que no existe una organización integrada para los niveles urbanos en cuanto a la recuperación de residuos sólidos, el manejo que estas autoridades tienen respecto a los residuos sólidos es insuficiente.

Según Contento (2018), el tipo de investigación es no experimental de corte transversal correccional, descriptiva y con enfoque cuantitativo. Contempla en su tesis denominada **“Modelo de gestión para mejorar las condiciones de comercialización del Mercado Municipal gran Colombia de la Ciudad de Loja, en el periodo 2016”**, las técnicas utilizadas son: observación sistemática, así mismo los instrumentos utilizados fueron análisis de FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas). Esta investigación concluye que la carencia de estrategias de gestión, causa una variedad de desfases que se logran evidenciar en un Mercado Municipal, generando la desorganización de los puestos de venta, añade que los comerciantes no colaboran ni están comprometidos con el personal administrativo, esto implica un ambiente laboral inadecuado y un mal servicio a la colectividad.

Según Merino (2021), este estudio sostiene un enfoque mixto, por su tipo no experimental, descriptiva explorativa y explicativa correccional. Contempla en su tesis **“El transporte Interdistrital y su influencia en la imagen urbana alrededor del Mercadillo de Sullana,2021”**, en la tesis se utilizó la técnica de la observación y encuesta, los instrumentos utilizados fueron el cuestionario dirigidas a los pobladores comprometidos con el mejoramiento de la imagen urbana. Esta investigación determina la existencia de una imagen urbana deteriorada, ya que en los estudios se encontró en mal estado de las zonas urbanas, inseguridad, insalubridad, congestión vehicular y el mal estado de las vías y veredas observadas, definitivamente las

condiciones de estos elementos que componen la ciudad generan malestar a los habitantes, sin duda alguna la percepción de la imagen urbana es inadecuada.

Así mismo, para esta investigación se tuvo en cuenta algunas bases teóricas, donde se identifican los conceptos más relevantes de las dos variables, por ello en primera instancia se describió las teorías relacionadas con “Organización Espacial” y posteriormente se especificó a profundidad la “La Imagen Urbana”. Definitivamente las teorías tienen relación con la realidad del lugar de investigación (Mercado Central de la ciudad de Yurimaguas). Por lo tanto, se determinó las características de la organización espacial del mercado central, los criterios normativos de la imagen urbana, y finalmente como se podrá mejorar la imagen urbana del sector.

Las teorías relacionadas a la **organización espacial** según algunos arquitectos y urbanistas. Para Cuadros (2015) la organización espacial tiene un impacto en nuestra capacidad de proteger el medio ambiente, el desarrollo humano y económico, además la calidad de vida; así mismo la resiliencia de grupos sociales a los cambios climáticos o sociales. Según Millán (2019), la organización espacial es el orden donde puede estar dispuesto un espacio, permitiendo que sean funcionales, a su vez estén alineados a la forma y su relación que tengan con los demás espacios, siendo capaces de ordenar los diferentes elementos existentes, para conocer el nivel en la organización espacial está asentada, se precisa validar tres perspectivas básicas: vecindad y separación, en esta situación se debe evaluar la relación de cercanía entre los objetos, así como la dispersión de los mismos; adicional tenemos otra perspectiva básica como la continuidad, donde se lleva a cabo la comprensión de las sucesiones entre los diferentes elementos presentes en su entorno, pueden ser simétricos, asimétricos, alternas, etc. Finalmente se reconoce el tamaño, dirección, situación y orientación; en esta situación se analiza la relación entre las cuatro categorías nombradas entre los diferentes elementos, de forma relativa o absoluta; así como la capacidad de generar contrastes y comparaciones.

En primera instancia la organización espacial incluye la capacidad de situarse en un espacio determinado y comprender las relaciones a nivel de posición, por ende, la organización espacial incluye a la **orientación espacial**, es la capacidad de establecer diferentes posiciones en el espacio y operar con ellas, lo que implica la propia posición, está asociada al espacio perceptivo, donde se puede encontrar la relación con el entorno, la disposición y ubicación de los espacios e elementos, además del movimiento o efecto dinámica del objeto. Así mismo la organización espacial está vinculado a la **estructuración espacial**, este concepto estudia la comprensión con el espacio, que va conectada a la percepción inmediata del entorno, y se califica por el espacio perceptivo o sensorio-motor y la siguiente en el espacio representativo o intelectual; además la estructuración espacial abarca las formas de ordenamiento, ya sea lineal, agrupada, centrada, etc.; así mismo la continuidad de los elementos, donde se valora la comprensión de las sucesiones entre los diferentes elementos presentes en el entorno, ya sea similares o diferentes Finalmente, la organización espacial también se vincula con la **funcionalidad**, se refiere a la forma en la que se distribuyen los elementos en el espacio, permitiendo crear espacios que sean adecuados para su uso previsto.

Por otro lado, la **imagen urbana** menciona a la armonización de los elementos naturales y construidos que forman parte del marco visual de los habitantes de la ciudad, es la percepción inmediata del individuo, donde está conformado por distintos grupos socioculturales, así mismo las diferentes actividades económicas que se desarrollan en la ciudad, estos adquieren elementos en común. La explicación de la imagen urbana por, Camacho Castillo, Miranda Nájera, & Vilchis enfatiza que la ciudad se forma por la población y entorno, no viceversa, se identifica el tipo de ciudad cuando se observa dos ciudades diferentes que presenten los mismo niveles socioeconómicos, religiosos o calidad de vida similares, como el hecho de tener diferentes culturas, pero sus vidas pueden ser totalmente diferentes. Para Lynch (1959), añade que la imagen de la ciudad va ligada con la legibilidad, donde una forma urbana puede ser reconocida; por lo tanto, la facilidad con la se observa el entorno es mucho mayor, ya que están, organizadas en unidades coherentes, aprendida y

recordada. Cualquier forma urbana puede ser definida a través de tres propiedades fundamentales: identidad, estructura y significado. La identidad se refiere al reconocimiento y la percepción de un objeto o elemento en el entorno urbano. La estructura se refiere a la relación espacial de dicho objeto en relación con la perspectiva del individuo y otros elementos circundantes. Por último, el significado se refiere al valor emocional o práctico que dicho objeto o elemento tiene para el observador. Estas propiedades son esenciales para comprender y analizar la forma y la experiencia urbana.

Kevin Lynch en su libro afirma que la imagen de la ciudad no se analiza la ciudad física, sino se enfoca en la imagen mental que los pobladores extraen de ella, en este caso el autor enfatiza la legibilidad como una ciudad determinada, donde los ciudadanos tengan la capacidad de desarrollar orientación en ella. Una ciudad legible se caracteriza por hacer que sus distintos lugares destacados o rutas sean fácilmente identificables, y también se agrupan de manera coherente en un patrón global. Según Lynch (1959), la imagen de una realidad urbana puede variar significativamente entre diferentes observadores. Esto se debe a que la percepción y la interpretación de una ciudad están influenciadas por las experiencias individuales, los valores personales y las necesidades específicas de cada persona. Las personas o individuos crean su propia imagen en base a su experiencia o percepción de su entorno.

III METODOLOGÍA

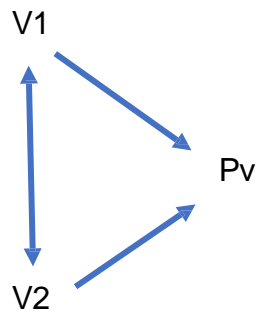
3.1. Tipo y Diseño de Investigación

Tipo de Estudio

Conforme a CONCYTEC (2018), el estudio fue tipo aplicada, ya que se conseguirá comprobar si la aplicación de la organización espacial en el mercado central mejoraría la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023.

Diseño de Investigación.

Diseño de investigación es aplicado, transversal, descriptivo, propositivo, se realiza sin manipular las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto en otras variables. (Hernández, Fernández y Baptista, 2001). Así mismo es transversal porque se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker 2004). Es diseño de investigación no experimental, descriptivo con propósito; ya que tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población y también porque describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2001).



Donde:

V1: Organización espacial

V2: Imagen Urbana

Pv: Propuesta validada

3.2 Variables y Operacionalización

Variable 1: Organización Espacial

Definición Conceptual: La organización espacial es el orden donde puede estar dispuesto un espacio, permitiendo que sean funcionales, a su vez estén alineados a su forma y la relación que tengan con los demás espacios. Es de importancia que los espacios encuentren una relación entre sí y la forma en la que el hombre lo entiende. (Gutierrez,2009).

Definición Operacional: La organización espacial será determinada a través de la observación y análisis de los aspectos físicos.

Indicadores: En la dimensión de orientación espacial se tiene como indicadores: relación con el entorno, disposición, efecto de dinámica; en la dimensión de estructuración espacial se tiene como indicadores: relación con el espacio, tipologías, continuidad; en la dimensión funcionalidad se tiene como indicadores: circulación, ergonómico, distribución.

Escala de medición: Se utilizará las escalas ordinales y nominales.

Variable 2: Imagen Urbana

Definición Conceptual: La imagen urbana se define como elementos naturales y construidos, formando un marco visual para los habitantes de la ciudad. (Kevin Lynch).

Definición Operacional: La imagen urbana será determinada a través de los elementos construidos y la percepción visual del entorno inmediato.

Escala de medición: Se utilizará las escalas ordinales y nominales.

Nota: El cuerpo de la matriz de operacionalización de variables se encuentra adjunto en los anexos.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población: Según Arias (2006, p.81) la definición es el conjunto de población como limitado o ilimitado de elementos con características similares a los que se extenderán las conclusiones de la investigación. Se determina a través del problema

En la presenta investigación se presentó una población de 1621 habitantes, quienes son la cantidad de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas.

- **Criterios de inclusión:** Se incluyeron únicamente los usuarios que concurren el mercado central.
- **Criterios de exclusión:** Se descarto a los pobladores que concurren otros mercados.

3.3.2 Muestra: Se le conoce como el subconjunto finito representativo que se extrae de la población. (Arias,2006, p.83).

Para que se obtenga la muestra en la investigación se utilizó la fórmula de la población finita, en donde se tomó un 95 % de confiabilidad y un margen de error de 5 %. En la siguiente formula se reemplaza los datos:

Se considera aproximadamente 1621 habitantes, quienes con la cantidad de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas.

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

Siendo:

n°=Capacidad de muestra

N= Tamaño de la población:1621

Z= Nivel de confianza (Dist.Normal) 95%=1.960

E= Error permitido (a = 5%) =0.05

p= Prov. De éxito =0.5

q= Prov. De fracaso=0.5

$$n = \frac{(1621)(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(1621 - 1)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$
$$n = 310.706 \cong 311$$

3.3.3 Muestreo: Este procedimiento se llevó a cabo mediante un muestreo intencional u opinático, de esta manera se aplicaron los instrumentos a 311 usuarios que concurren al Mercado Central. Esta cantidad de personas fueron seleccionadas por conveniencia, ya que por escoger a los que más se adecuan.

3.3.4 Unidad de Análisis: La investigación tiene como unidades de análisis a un habitante del mercado central de la ciudad de Yurimaguas.

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica:

En la investigación se trabajó con la técnica de la observación y encuesta, en esta última se elaboran preguntas, los cuales estuvieron basadas de acuerdo a la matriz de consistencia con sus dimensiones e indicadores.

Instrumento:

Los investigadores elaboraron 2 instrumentos, la primera instancia se utilizó una encuesta, en el que desarrollaron 25 ítem para la variable imagen urbana; la primera variable se compone de un conjunto de 9 indicadores distribuidos en 3 dimensiones. Cada indicador fue evaluado mediante 3 preguntas formuladas específicamente. El cuestionario se diseñó utilizando una escala de evaluación que abarca los extremos de "bueno" y "malo"., teniendo la siguiente escala: muy malo, malo, aceptable, bueno y muy bueno. El segundo instrumento desarrollado fue una ficha de observación, en donde solo tomo la variable organización espacial por el carácter del instrumento al requerir recolectar información de medios físicos como el entorno del mercado central, más adelante los instrumentos fueron aplicados a la muestra: 311 pobladores en el mercado central de la ciudad de Yurimaguas.

Validez

La validez de los indicadores en relación a las variables de investigación fue evaluada por dos investigadores. Su tarea consistió en verificar la coherencia y pertinencia de los indicadores seleccionados, asegurando que estuvieran adecuadamente alineados con las variables de estudio.

Confiabilidad

Con el fin de evaluar la fiabilidad del instrumento utilizado, se llevó a cabo un análisis del coeficiente alfa de Cronbach. Un valor cercano a 1 indica una mayor confiabilidad en la aplicación del instrumento. Además, se verificó la fiabilidad de los instrumentos específicos utilizados en la investigación actual.

De acuerdo a (George & Mallery, 2003), Las siguientes puntuaciones son consideradas como criterios principales según el coeficiente de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ cuestionable

- Coeficiente alfa >.5 pobre
- Coeficiente alfa >.5 inaceptable p.231

Estas puntuaciones sirven como referencia para evaluar la confiabilidad del instrumento utilizado en la investigación.

Análisis de confiabilidad de la variable: Imagen Urbana

La confiabilidad del instrumento para la variable "Imagen Urbana" se determinó mediante el análisis de 25 ítems utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach. Este análisis permitió evaluar la consistencia interna y confiabilidad de los ítems en relación a la medición de la variable "Imagen Urbana".

Confiabilidad de variable 1

Resumen del procesamiento de los casos		
	N	%
Válidos	50	100,0
Excluidos	0	0
	50	100,0

Total

- Eliminación por lista basada en todas las variables Del procedimiento.

Confiabilidad de números de preguntas

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
	25

3.5 Procedimiento:

Debido a su naturaleza se divide en dos:

Fase diagnosticada: El proceso de diagnóstico comenzó con la recopilación de información relevante sobre las variables de estudio (organización espacial e imagen urbana), y el contexto actual, lo cual permitió identificar el problema de investigación. Posteriormente, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de los antecedentes teóricos relacionados con dichas variables. En una etapa cercana al final de la investigación, se desarrollaron los instrumentos necesarios, los cuales fueron validados por expertos para su adecuada aplicación. Asimismo, los pobladores del sector cooperaron con el cuestionario, donde se autorizó que se aplique el instrumento, luego se colocó en la tabla de matriz, los resultados, para un adecuado análisis.

Fase propositiva: Una vez obtenido los resultados de la aplicación, se elaboró estrategias de organización espacial en el mercado central para la mejora de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas en el año 2023.

3.6 Método de análisis de datos: El análisis de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de fichas de observación y el cuestionario a la muestra de estudio (311 habitantes en el mercado central). Los datos recopilados serán procesados utilizando Microsoft Excel, donde se organizarán en tablas de datos. Posteriormente, se realizará el análisis de los datos utilizando tablas de frecuencia y porcentaje para presentar los resultados obtenidos. Finalmente, se llevó a cabo la discusión de los resultados comparando los hallazgos encontrados.

3.7 Aspectos éticos: Los aspectos éticos es de mucha relevancia, por lo tanto, se trabajó con autonomía y neutralidad, cuyos participantes han aportado a la investigación con toda la libertad y disposición, evitando manipular los resultados obtenidos, toda información contenida en este proyecto de investigación proviene de la adhesión a métodos científicos. Así mismo, se utilizó estándares de referencias de estilo ISO. También se desarrolló en base a la guía brindada por las asesoras. Para proteger la confidencialidad de los encuestados, los apellidos incluidos en el análisis no aparecerán en el área de la encuesta.

IV. RESULTADOS

Después de procesar los datos recolectados, se crearon tablas para resumir la información obtenida. A continuación, se presentan las tablas que resumen los datos procesados:

Objetivo 1. Identificar las características de la organización espacial del mercado central en la ciudad de Yurimaguas; 2023.

Tabla 1. *Características de la Organización Espacial del mercado central y las necesidades Urbanas en la ciudad de Yurimaguas;2023.*

DIMENSIONES	NECESIDADES URBANAS	CARACTERÍSTICAS	FICHAS
Orientación Espacial	Relación con el entorno	Estructura urbana: Dentro del espacio urbano, existe una relación urbanística entre las diferentes partes que conforman el Mercado Central. Necesidad de reubicación de los módulos de venta de acuerdo a la zonificación existente del sector de la ciudad.	Ficha 1, 2, 3 y 4
	Disposición	Organización espacial: La interrelación entre los módulos de venta y la forma en que se comprende. La reubicación de los módulos de venta según el tipo de producto.	
	Efecto de dinámica	Fluidez espacial: Crear una disposición del espacio interior que evite la rigidez en la compartimentación. Buscar una dinámica que facilite el movimiento de las personas dentro del mercado central.	
Estructuración Espacial	Relación con el espacio	Contexto urbano: Se refiere al entorno externo que rodea a los módulos de venta y está influenciado por la cultura y la naturaleza circundante. Buscar establecer alguna relación con el contexto en función de la zonificación correspondiente.	Ficha 5, 6, 7, 8 y 9
	Tipologías	Organización espacial: Lo lineal se refiere a una sucesión de espacios que están directamente interrelacionados entre sí. Por otro lado, lo agrupado se basa en la cercanía de sus elementos. Se busca crear una composición de espacios que difieran en términos de forma, dimensiones y función.	
	Continuidad	Continuidad arquitectónica: La unión entre diferentes espacios, ya sea contiguos o no, se define como la conexión establecida entre ellos.	
	Circulación	Circulación arquitectónica: Se refiere a la manera en que las personas, que son como la sangre que fluye en nuestros edificios, se desplazan a través del espacio.	

Funcionalidad	Ergonómico	Antropometría: Se utilizan las medidas del cuerpo humano para determinar las dimensiones adecuadas de los objetos o módulos de venta, de modo que los comerciantes puedan utilizarlos sin experimentar incomodidades.	Ficha 10, 11, 12, 13, 14
	Distribución	Distribución: La distribución se refiere a la acción y resultado de repartir algo en proporciones adecuadas a cada parte involucrada.	

Fuente: Datos propios de la investigación

Interpretación

El cuadro de resumen nos muestra las necesidades urbanas de acuerdo a la aplicación de las fichas de observación para evaluar las características de la organización espacial del mercado central en la ciudad de Yurimaguas;2023. Respecto a la dimensión de Orientación Espacial, en cuanto a la relación con el entorno se evalúa la estructura urbana teniendo en cuenta las distintas calles que componen el mercado central, donde se determinó la presencia de viviendas-comercio, comercio y unifamiliares en su mayoría, teniendo estas, problemas con la accesibilidad, así mismo, contaminación ambiental orgánica e inorgánica del entorno. De igual modo, lo que corresponde a disposición, se evalúa la organización espacial referida a la manera en la que están ubicados los módulos de ventas, determinando que la mayoría de los módulos están posicionados de manera lineal y muy pocos de manera agrupadas. Para efecto de dinámica, se aprecia la fluidez espacial, partiendo del orden y la ubicación de los módulos de venta y determinando las medidas de los espacios que hay entre puestos de ventas para desplazarse, se observó que las calles con menos espacio para desplazarse son Julio C. Aranda y Pinedo C-1.

Para el caso de la dimensión Estructuración Espacial, en cuanto a la relación con el espacio, se evaluó el contexto urbano, observando que gran parte de los módulos de venta están ubicados en calles consideradas comercio zonal (CZ), y pocas están ubicadas en calles consideradas residencial densidad baja (RDB). Por otro lado, en el indicador de tipologías se evaluó la organización espacial referida a la ubicación de los módulos de ventas por el tipo de producto, donde se determinó que en muchas calles no hay una tipología definida para los módulos de venta. En cuanto a continuidad arquitectónica, se evalúa la unión e interrelación que llevan los módulos de venta de

acuerdo a su ubicación, partiendo de que la mayoría de puestos se ubican de manera lineal, no se observa una continuidad e interrelación entre estos mismos.

Respecto a la dimensión de funcionalidad, en cuanto a la circulación arquitectónica, se evalúa la fluidez de circulación de personas en el mercado central, se determinó que las calles con mayor circulación de personas son Julio C Arana C-1. También se evaluó la parte ergonómica a partir del concepto de antropometría determinando las medidas de los elementos que conforman los módulos de venta, la mayoría de los módulos de ventas cuentan con medidas estándares para realizar sus labores. Finalmente, en el indicador de distribución proporcional de los sectores que se encuentra en el mercado central, determinando que las calles con mayor cantidad de módulos de ventas son Julio C Pinedo y Julio C Arana C-1.

Objetivo 2. Evaluar los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023

Tabla 2. *La Imagen Urbana, según pobladores de los barrios aledaños al Mercado Central en la ciudad de Yurimaguas en el año 2023.*

INDICADORES	MM / M		ACEPTABLE		B / MB	
	fi	%	fi	%	fi	%
CONFORT						
Nivel de sonido del MC	241	77.5%	70	22.5%	0	0.0%
Afectación de los sonidos a los vecinos	262	84.2%	49	15.8%	0	0.0%
Prevención ante la contaminación Acústica	254	81.7%	41	13.2%	16	5.1%
Sensación de calor en el MC	265	85.2%	46	14.8%	0	0.0%
Condiciones del MC ante lluvias	282	90.7%	29	9.3%	0	0.0%
Prevención en caso de lluvias	243	78.1%	68	21.9%	0	0.0%
Acumulación de basura en la 3ra C. A	308	99.0%	0	0.0%	3	1.0%
Limpieza del MC	153	49.2%	129	41.5%	29	9.3%
Control de malos olores en el MC	291	93.6%	20	6.4%	0	0.0%
ARMONÍA						

Percepción de la Imagen Urbana del MC	256	82.3%	55	17.7%	0	0.0%
Apariencia de Cables Eléctricos en el MC	268	86.2%	43	13.8%	0	0.0%
Manejo de RS por parte de la Municipalidad	203	65.3%	86	27.7%	22	7.1%
Distribución de los puestos del MC	171	55.0%	132	42.4%	8	2.6%
Accesibilidad para discapacitados en el MC	264	84.9%	47	15.1%	0	0.0%
Ubicación de motos en el MC	236	75.9%	75	24.1%	0	0.0%
Estado de Vías del MC	223	71.7%	85	27.3%	3	1.0%
Estado de Veredas en el MC	233	74.9%	78	25.1%	0	0.0%
LEGIBILIDAD						
Ancho de las vías en el MC	199	64.0%	106	34.1%	6	1.9%
Ocupación de puestos en medio de las vías	240	77.2%	63	20.3%	8	2.6%
Señalización vial en el MC	207	66.6%	85	27.3%	19	6.1%
Ubicación del MC	199	64.0%	100	32.2%	12	3.9%
Actitud de la población respecto a la limpieza	237	76.2%	54	17.4%	20	6.4%
Educación ambiental	288	92.6%	16	5.1%	7	2.3%
Ubicación de los carteles publicitarios en el MC	168	54.0%	128	41.2%	15	4.8%
Acumulación de personas en el MC	256	82.3%	50	16.1%	5	1.6%

Fuente: Datos propios de la investigación

Interpretación

La tabla 2 nos muestra; la valoración de la imagen urbana, según los pobladores de los barrios aledaños al Mercado Central en la ciudad de Yurimaguas en el año 2023. Respecto a la dimensión de Confort, en cuanto a las condiciones del Mercado central frente a la protección de lluvias, lo califican en malo y muy malo en un 90.7%; por otro lado, la acumulación de basura en la 3er cuadra de la calle Arica los pobladores lo

califican en malo y muy malo en un 99.0%. Así mismo, en cuanto al control de los malos olores en el Mercado central lo califican de malo y muy malo con un 93.6%.

Para el caso de la dimensión Armonía, los pobladores de los barrios aledaños al Mercado Central calificaron a la percepción de la Imagen Urbana en malo y muy malo con un 82.3%; respecto a la apariencia de los cables eléctricos en el Mercado central lo califican en malo y muy malo con un 86.2%; además, los pobladores califican la accesibilidad para personas con discapacitados en el Mercado central de malo y muy malo con un 84.9%.

A respecto a la legibilidad, los pobladores indican que la actitud de la población respecto a la limpieza en el Mercado central es malo y muy malo con un 76.2%; así mismo el 92.6% lo califican de malo y muy malo con respecto a la educación ambiental (reciclaje). En cuanto a la acumulación de personas en el mercado central, los pobladores califican en malo y muy malo con un 82.3%.

Objetivo 3. Formular estrategias de la organización espacial en el mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023.

INICIO	ESTRATEGIAS	RESULTADO
Problemáticas	Realizar estrategias como:	Los logros serán:
Obstrucciones del drenaje pluvial por basura.	Concientización ambiental hacia los comerciantes.	Cuidado del medio ambiente
Puestos de ventas ubicados en zona de RDB.	Reorganización para no extendernos a zonas RDB.	Orden
No hay continuidad e interrelación entre organización lineal de los puestos de venta.	Determinar un tipo puesto de venta por organización lineal.	Organización
Poco espacio para circular en calles (Julio c aranda, Julio c pinedo).	Delimitar espacios para circulación de personas entre puestos de ventas.	Circulación fluida

Contaminación con los residuos orgánicos e inorgánicos.	Implementación de depósitos de basura a cada comerciante	Reciclaje
Deficiencia de educación ambiental.	Concientización ambiental para la sociedad.	Cuidado del medio ambiente.
Mejor cantidad de módulos de ventas.	Mejorar la distribución evitando la aglomeración de personas.	Circulación fluida
No hay tipología definida para los módulos de ventas.	Determinar tipos de ventas por calles y cuadras.	Organización
Inaccesibilidad en viviendas.	Delimitar espacios para puestos de ventas.	Accesibilidad

V. DISCUSIÓN

En el primer resultado de acuerdo a la evaluación de las fichas de observación de las características de la organización espacial, que son **orientación espacial, estructuración espacial y funcionalidad**, se establece la presencia de viviendas-comercio, unifamiliar y comercios con problemas de accesibilidad y también de contaminación ambiental orgánica e inorgánica en el entorno donde no se justifica a lo que se desarrolla en las calles, que es la presencia de puestos de ventas del mercado central, esto contrasta lo que manifestó en su artículo BZarquitectura (2014), que el ejemplo arquitectónico se sustentara en su entorno, considerando la arquitectura como una parte integrada de dicho entorno. Al decidir la ubicación de un proyecto en un lugar específico, automáticamente se generan áreas vacías a su alrededor, los cuales se convierten en espacios de interacción con otras construcciones. De igual modo, se observó que las calles con menos espacio para desplazarse son Julio C. Arana y Julio C. Pinedo C-1, esto debido a gran cantidad de puestos de ventas colocados en las calles, y por consiguiente son las calles con mayor circulación de personas, lo que se asemeja a lo manifestado por Chemes y Etchevarría (2018). La instalación en un

espacio público implica que el vendedor ha encontrado un lugar más favorable para llevar a cabo su actividad. Conforme este lugar o punto de venta se vuelve exitoso, lo que en un principio era una ocupación individual del espacio público, se transforma en una asociación o aglomeración. Esta aglomeración refuerza el flujo de clientes y aumenta la tendencia de los vendedores ambulantes a agruparse.

En cuanto a la relación con el espacio, se observó que gran parte de los módulos de venta están ubicados en calles consideradas comercio zonal (CZ), y pocas están ubicadas en calles consideradas residencian densidad baja (RDB), ya que la extensión del mercado central ha llegado hasta estas zonas de la ciudad, lo que se puede contrastar en su artículo Ortiz (2018), que la zonificación tiene como objetivo regular y ocupar una propiedad inmobiliaria en relación con el ejercicio del derecho de propiedad. Para mejorar la organización urbana se sugiere la implementación de planes de zonificación y un índice de usos que determina la ubicación de actividades humanas. En los que se refiere a tipologías y continuidad arquitectónica se observó que en muchas calles no hay una tipología definida para los módulos de ventas y que no se observa una continuidad e interrelación entre los puestos de ventas, esto se asemeja con lo manifestado por Juárez (1998) quien menciona que la tipología se utiliza como punto de referencia para una buena comprensión de Kahn, a través de las definiciones obtenidas por el autor se entiende que el proyecto se precisa por las relaciones, continuidades y conexiones entre los espacios, en lugar de su forma precisa.

También podemos destacar, que los criterios normativos de la imagen urbana, con respecto a la acumulación de basura en la 3 era cuadra de la calle Arica, lo consideran en malo y muy malo con un elevado 99%, según las opiniones vertidas por los mismos pobladores aledaños al Mercado central, este se contrasta con lo indicado por Sánchez. (2017), quien menciona el mal manejo de los desechos de una ciudad, generando esto un gran impacto ambiental. Enfatiza que la generación de basura se destaca por la falta de organización y planificación en las actividades de reciclaje, y lo más significativo es la ausencia de una cultura ambiental. En la Ley General de Residuos Sólidos N° 27314, se establecen regulaciones para todas las actividades,

procesos y operaciones relacionadas con la gestión y manejo de residuos sólidos, desde su generación hasta su disposición final. La ley establece diversos criterios, como la promoción de capacitaciones para mejorar la gestión de los residuos sólidos, fomentando la eficiencia, eficacia y sostenibilidad en su manejo. Asimismo, se busca incentivar la inversión tanto pública como privada en infraestructura, instalaciones y servicios destinados al manejo de los residuos.

Así mismo, los residentes también manifestaron que la percepción de la imagen urbana del Mercado Central es negativa, calificándola como "malo" y "muy malo" en un alto porcentaje del 82.6%. Esto se asemeja a lo afirmado previamente por Lynch (1959), en su libro manifiesta la imagen de la ciudad no se analiza la ciudad física, sino se enfoca en la imagen mental que los pobladores extraen de ella; reconoce que los componentes estructurales, tanto estéticos como funcionales, desempeñan un papel fundamental al transmitir a los ciudadanos una perspectiva de la ciudad legible, armónica y con significado. Es crucial que los espacios urbanos sean reconocibles y fácilmente identificables, ya que esto contribuye a mejorar la experiencia de los habitantes en su interacción con la ciudad. Lynch también sostiene que una ciudad diseñada de manera adecuada en términos visuales puede tener una influencia profunda y un propósito significativo en sus habitantes. Además, lo expresado por Cardozo (2020), la alteración o deterioro de la imagen urbana se da principalmente por cambios de funciones, ya que se sustituyen por otros no planificados, esto genera alteraciones en la fisionomía de cualquier ciudad. Por lo tanto, la apropiación informal de los espacios y crecimiento de la urbe afecta y modifica la imagen urbana al insertar nuevos patrones en el enfoque inicial del tejido urbano.

Por otro lado, los pobladores consideran en un 84.9%, que la accesibilidad para personas con discapacidad es malo y muy malo, lo que concuerda con Hernández (2011), donde manifiesta que el diseño para todos, es intentar maximizar el número de usuarios que puedan interactuar con el entorno, es imprescindible que los diseñadores, arquitectos y la población en general tomen en conciencia la amplia diversidad que conforma la sociedad. Según Benido (2005), manifiesta parámetros referenciales a tomar en cuenta al momento de desarrollar un diseño: maniobra, alcance, cambio de

nivel y control; además añade que la mejor accesibilidad es la que no se percibe, pero está al alcance de todos, como cualidad integrada. La norma A.120 de accesibilidad para personas con discapacidad y personas adultas mayores establece las condiciones y especificaciones técnicas de diseño para garantizar la accesibilidad en proyectos. Esta norma indica los parámetros a seguir en las áreas de acceso a las edificaciones, incluyendo los ingresos y las circulaciones de uso público. Además, proporciona directrices sobre el diseño de rampas y el tipo de mobiliario que debe implementarse en áreas públicas, con el objetivo de hacer que los espacios sean accesibles para todas las personas.

VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó que la organización espacial del mercado central, mejora la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas, según la opinión vertida por los expertos, por lo tanto, es recomendable replantear el tipo de organización espacial desarrollada en la zona.
2. Las características de la organización espacial que son: **orientación espacial, estructuración espacial y funcionalidad**, son inadecuadas, debido a la carencia de continuidad e interrelación de los puestos de ventas, además, no hay sectores definidos por tipo de productos, adicionalmente existe una extensión desmedida de los puestos de ventas que llegan ocupar zonas residenciales, hay contaminación ambiental y donde se presenta una mayor problemática es en la accesibilidad, esto debido a gran cantidad de puestos de ventas colocados en las calles, obstruyendo el paso a los peatones y la deficiencia de rampas para personas con discapacidad.
3. Se evaluó los criterios normativos de la imagen urbana como deficiente, siendo la mayor problemática la dimensión de confort, por la mala condición de su infraestructura, los malos olores vertidos por los residuos sólidos y la falta de educación ambiental, por otro lado, existe la carencia de armonía en el entorno, una imagen negativa ante la existencia del cableado eléctrico y la falta de accesibilidad para personas con discapacidad, además de no contar con una

buena legibilidad urbana del sector, que comprende en obstrucción de vías y aglomeración de personas.

4. Las estrategias de la organización espacial para mejorar la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas, se ha formulado según los resultados, por lo tanto, las necesidades y carencias del mercado central pueden ser solucionadas con su implementación.

VII RECOMENDACIONES

1. Al alcalde y directivos de la municipalidad de Yurimaguas, realizar estrategias de reorganización de los espacios a mediano plazo, para los diferentes puestos de venta en el mercado central, que mejoren la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023.
2. Mejorar de manera urgente la organización del mercado central por parte de la autoridad competente, mitigando todos los problemas que más acechan a los pobladores de la ciudad, como es la contaminación ambiental, la mala imagen urbana y la invasión que no corresponde al comercio zonal.
3. La municipalidad de Yurimaguas, priorizar la inversión pública para implementar una adecuada infraestructura, que permita una mejor calidad de los espacios para los comerciantes y usuarios, donde se considere la accesibilidad para personas con discapacitada e inclusión. Así mismo a la UGEL DE ALTO AMAZONAS; para que desarrolle programas de educación ambiental en los colegios y hogares.
4. Finalmente, a las universidades que continúen promoviendo las investigaciones,propositivas respecto a la organización de los mercados, siendo de mucha importancia para afrontar soluciones creativas, ante la informalidad, desorden y salubridad.

REFERENCIAS

- CORREAL, Magda, RIHM, Alfredi, y ZAMBRANO Marcela. *De desechos a recursos: gestión de residuos sólidos para el desarrollo* [en línea]. Mayo 20 2021, n°1. [Fecha de consulta: 20 de mayo 2022].
Disponibilidad en <https://blogs.iadb.org/agua/es/desechos-a-recursos-gestion-residuos-solidos/#comments>.
- El panorama de los países latinoamericanos con sus residuos [en línea]. Chile: Blog, 2020 [Fecha de consulta: 20 de abril 2023].
Disponibilidad en <https://www.voltachile.cl/panorama-paises-latinoamericanos-con-sus-residuos/>.
- ROMERO Jaramillo, Francisco Jhony. Diseño arquitectónico del nuevo mercado de abasto municipal aplicando el uso de paneles solares en el distrito de Ayabaca, Piura. Tesis (Título profesional de Arquitecto). Chimbote: Universidad San Pedro, facultad de ingeniería, 2018. 101pp.
Disponibilidad en http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/10418/Tesis_60152.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- SANCHEZ Sanchez, Gilmer Andre. Propuesta municipal de mejoramiento del manejo de residuos sólidos y líquidos del mercado central de la ciudad de Moyobamba. Tesis (Título profesional de ingeniero sanitario). Moyobamba: Universidad Nacional de San Martín, facultad de ingeniería, 2017. 21-30pp.
Disponibilidad en <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/2564>.
- RODRIGUEZ García, Richard, PINEDA Ramon, José y Castellanos, Víctor Hugo. Análisis del manejo de los residuos sólidos en el mercado central de pueblo nuevo, Santiago de los caballeros, República Dominicana. *Revista del desarrollo local sostenible* [en línea]. Enero 2016, n°1. [Fecha de consulta: 16 de febrero 2016]. Disponibilidad en <https://www.eumed.net/rev/delos/25/residuos.html>
ISSN:1988-5245

- CONTENTO Puga, Juan Carlos. Modelo de gestión para mejorar las condiciones de comercialización del mercado municipal gran Colombia de la ciudad de Loja, en el periodo 2016. Tesis (grado de ingeniero en administración pública). Loja: Universidad Nacional de Loja, facultad jurídica social y administrativa, 2016. 6-15pp. Disponibilidad en <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/20353>.
- MERINO Ramos, Kevin Daniel. El transporte interdistrital y su influencia en la Imagen Urbana alrededor del mercadillo de Sullana, 2021. Tesis (Título profesional de Arquitecto). Sullana: Universidad Cesar Vallejo, facultad de arquitectura, 2021.9-13pp.
Disponibilidad en
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86027/Merino_RKD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- RODRIGUEZ Ochoa, Diego Jordy. Mercado municipal con identidad turística. Caso distrito de Caraz-Ancash 2018. Tesis (Título profesional de arquitecto). Ancash: Universidad Cesar Vallejo, facultad de arquitectura, 2018.
Disponibilidad en <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63677>.
- SOTO Rosas, William Paul. Rediseño arquitectónico del centro comercial de la ciudad de Catacocha. Tesis (Título profesional de arquitecto). Catacocha: Universidad Internacional del Ecuador de Loja, facultad de arquitectura, 2017.20pp.
Disponibilidad en <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/1745>.
- CHURRA Contreras, Diego armando y FIGUEROA Salazar, Mariela Estefany. Renovación del mercado central de abastos de la ciudad de Ilave. Tesis (Título profesional de arquitecto). Ilave: Universidad Nacional del Altiplano, facultad de arquitectura, 2017.30pp.
Disponibilidad en
<https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3278747>.
- ULPO Carrera, Darío Javier. Estudio de organización espacial y funcional del mercado central de la parroquia santa rosa del cantón Ambato de acuerdo a las actividades comerciales de los habitantes de la zona. Tesis (Título profesional de

arquitecto de interiores). Ambato: Universidad técnica de Ambato, facultad de arquitectura, 2018. 25pp.

Disponibilidad en <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/27409>.

- RODRIGUEZ Vidal, Alexandra Enid. Aspectos funcionales espaciales arquitectónicos y estrategias de inmótica que mejoren el servicio de comercialización, mercado municipal los portales- Trujillo 2019. Tesis (Título profesional de arquitecto). Trujillo: Universidad Cesar Vallejo, facultad de arquitectura, 2019.9-20pp.

Disponibilidad en <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55703>.

- REQUEJO Reyes, José Alex. Propuesta de un diseño para la edificación del mercado central de Huacho. Tesis (Título profesional de arquitecto). Huacho: Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion, facultad de arquitectura, 2018.

Disponibilidad en <https://repositorio.unifsc.edu.pe/handle/20.500.14067/2599>.

- MOLINA Gallegos, Pamela Kimberly. Rediseño arquitectónico del mercado central de la ciudad de Machala, provincia del oro. Tesis (Título profesional de arquitecto). Machala: Universidad Internacional del Ecuador, facultad de arquitectura, 2018. Disponibilidad en <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2670>.

- BERNAL Recinas, Jhoel David. Propuesta del plan de manejo ambiental para la gestión de residuos sólidos en el mercado de abasto la Hermelinda-Trujillo 2019. Tesis (Título profesional de ingeniería ambiental). Trujillo: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, facultad de ingeniería ambiental, 2020.

Disponibilidad en <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/2147>.

- MILLÁN, Juan José. Organización Espacial. *Artículo área 44* [en línea]. Marzo 2019. [Fecha de consulta: 20 de mayo 2023].

Disponibilidad en <https://area44.es/organizacion-espacial>.

- CASTILLO Camacho, Claudia, Miranda Nájera, Daniela y VILCHES, Alam Alex. Basura y su impacto en la imagen urbana. *Artículo issu* [en línea]. Diciembre 2015.[Fecha de consulta: 15 de mayo 2023].

Disponibilidad en https://issuu.com/cliucast/docs/examen_final.docx.

- REVOL, Luis Enrique. The imagen of the city [en línea]. 1 ed. España. Gustavo Gili, sl, 1984, 1998. [Fecha de consulta: 01 de mayo 2023].
Disponibilidad en <https://taller1smcr.files.wordpress.com/2015/06/kevin-lynch-la-imagen-de-la-ciudad.pdf>.
- TOBOSO, Martin y GARCIA, Jesús. Diseño para todos en la investigación social sobre personas con discapacidad. *Artículo Reis 140 [en línea]. Octubre-diciembre 2012.*
Disponibilidad en [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-DisenParaTodosEnLaInvestigacionSocialSobrePersona-4051565%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-Disen%C3%B3ParaTodosEnLaInvestigacionSocialSobrePersona-4051565%20(1).pdf).
- JUÁREZ Chicote, Antonio. *Continuidad y discontinuidad en Louis I. Kahn : material, estructura y espacio.* En: Archivo digital UPM [base de datos en línea]. 10639. Tesis doctoral, Universidad Politécnica De Madrid, 1998.
- ORTIZ Sánchez, Ivan. La Zonificación, la Ciudad y la propiedad predial. *Parthenon.com* [en línea]. 31 de enero de 2018 [consultado el 1 de junio de 2023]. Disponible en: https://www.parthenon.pe/esp/privado/la-zonificacion-la-ciudad-y-la-propiedad-predial/#_ftnref6
- ECONOMIA y COMERCIO INFORMAL: algunos conceptos previos. En: *XIII Jornadas de investigación.* España: FCE/UNL, 2018, p. 6.
- BZARQUITECTURA. Arquitectura y entorno. *bzarquitectura.com* [en línea]. 14 de febrero de 2014 [consultado el 1 de junio de 2023]. Disponible en: <http://bzarquitectura.com/arquitectura-y-entorno/>

ANEXOS

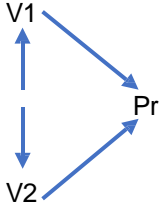
Anexo N°1: Operacionalización de Variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Organización Espacial	La organización espacial es el orden donde puede estar dispuesto un espacio, permitiendo que sean funcionales, a su vez estén alineados a su forma y la relación que tengan con los demás espacios. (Gutierrez,2009).	La organización espacial será determinada a través de la observación y análisis de los aspectos físicos.	Orientación Espacial	Espacio en el entorno.	Ordinal
				Disposición	
				Efecto de dinámica	
			Estructuración Espacial	Relación con el entorno	
				Tipología	
				Continuidad	
			Funcionalidad	Circulación	
				Ergonómico	
				Distribución	
Imagen Urbana	La imagen urbana se define como elementos naturales y construidos, formando un marco visual para los habitantes de la ciudad. (Kevin Lynch).	La imagen urbana será determinada a través de los elementos construidos y la percepción visual del entorno inmediato.	Confort	Acústico	Ordinal
				Térmico	
				Olfativo	
			Armonía	Calidad Estética	
				Orden	
				Materialidad	
			Legibilidad	Estructura	
				Cultura Urbana	
				Percepción Visual	

Anexo N°2: Matriz de consistencia

Título: Organización Espacial del Mercado Central y la mejora de la Imagen Urbana de la ciudad de Yurimaguas en el año 2023.

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Técnicas e instrumentos				
<p>Problema general ¿En qué medida la organización espacial del mercado central mejoraría la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuáles son las características de la organización espacial del mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023? ¿Cuáles son los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023? ¿Cuál es el resultado de la Formulación de estrategias de la organización espacial del mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023?</p> <p style="text-align: center;">Diseño de Investigación</p> <p>El tipo de investigación es aplicada, con diseño no experimental, cuantitativo, descriptivo propositivo.</p> <p>Esquema:</p>	<p>Objetivo general Determinar la organización espacial del mercado central para la mejora de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023</p> <p>Objetivos específicos Identificar las características de la organización espacial del mercado central ciudad de Yurimaguas; 2023. Evaluar los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023. Formular estrategia de la organización espacial del mercado central de la ciudad de Yurimaguas; 2023.</p> <p style="text-align: center;">Población y muestra</p> <p>Población En la presenta investigación se presentó una población de 1621 habitantes, quienes son la cantidad de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas.</p>	<p>Hipótesis general La organización espacial del mercado central mejora la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023.</p> <p style="text-align: center;">Variable y dimensiones</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Variables</td> <td style="width: 50%;">Dimensiones</td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;">Orientación Espacial</td> <td style="vertical-align: top;">. Orientación Espacial . Estructuración Espacial. . Funcionalidad</td> </tr> </table>	Variables	Dimensiones	Orientación Espacial	. Orientación Espacial . Estructuración Espacial. . Funcionalidad	<p>Técnica Entrevista</p> <p>Instrumento El cuestionario Ficha de observación</p>
Variables	Dimensiones						
Orientación Espacial	. Orientación Espacial . Estructuración Espacial. . Funcionalidad						

 <p>Donde: V1: Organización Espacial V2: Imagen Urbana Pr: Propuesta Validada</p>	<p>Muestra Para que se obtenga la muestra en la investigación se utilizó la fórmula de la población finita, en donde se tomó un 95 % de confiabilidad y un margen de error de 5 %. De esta manera se aplicaron los instrumentos a 311 usuarios que concurren al Mercado Central.</p>	<p>Imagen Urbana</p> <ul style="list-style-type: none"> . Confort . Armonía . Legibilidad 	
---	--	--	--

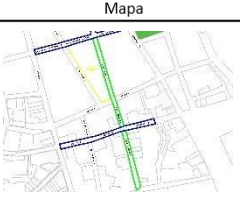

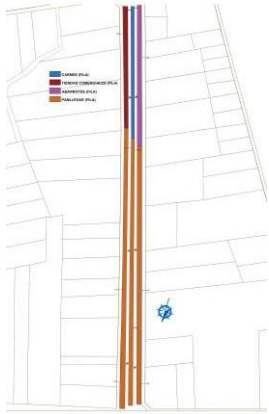
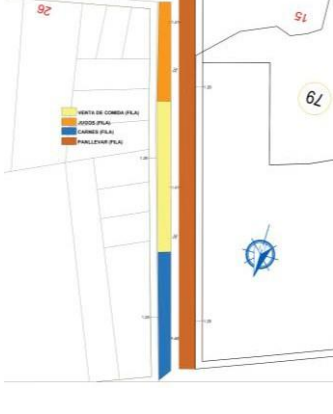
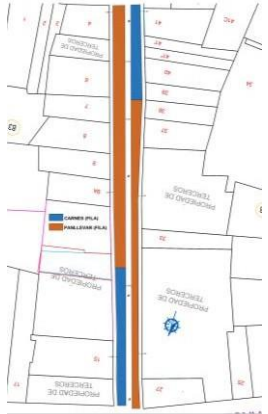
Anexo N°3: FICHA DE OBSERVACIÓN N°1

ORIENTACIÓN ESPACIAL											
OBJETIVO: Analizar que elementos están presentes en los alrededores de las calles que ocupa el mercado central, así mismo que relación lleva este espacio con su entorno.	FACULTAD DE ARQUITECTURA										Fecha: 14/04/23
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA										
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN										
	ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023										
RELACIÓN CON EL ENTORNO DISPOSICIÓN EFECTO DE DINÁMICA											Observaciones
Calle: Manco Cápac C-1 y C-2	¿Que se encuentra alrededor del entorno?										<ul style="list-style-type: none"> Viviendas y hostales con dificultad de accesibilidad. Contaminación ambiental (Basura orgánica e inorgánica)
Mapa	TIPO	Vivienda unifamiliar	Vivienda comercio	Quinta	Hospedaje		Farmacia	Mobiliario urbano u otros (especificar)			
		X	X	X	Hostal	Hotel		Panadería			
	¿Que tipos de puestos de venta hay?										<ul style="list-style-type: none"> Basura orgánica por los puestos de panllevar. Puestos de comida y jugos utilizan los desagües. Basura inorgánica por las ferreterías y tiendas comerciales.
	TIPO	Panllevar	Comida	Ropa	Abarrotes	Jugos	Carnes	Pollos y gallinas	Ferreterías	Tienda comercial	
		X	X			X		X	X	X	Venta de mobiliario de madera
Imágenes	En la escala de "Muy poco" a "Predomina" ¿Cuanta cantidad de cada tipo de puesto de venta hay en la calle?										Imágenes
	Muy poco										X
	poco					X		X			
	Normal								X		
	Mucho								X		
	Predomina	X	X								
	¿Como está ubicada cada tipo de puesto de venta?										
Costados		X			X			X	X	X	
Centro	X						X				
¿De que manera?											
Fila	X	X				X		X	X		
Agrupada											X
Medidas de espacio para desplazamiento de las personas entre puestos											
Observaciones	Mapa C-1					Mapa C-2					Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios del mercado central tienen espacios de alrededor de 1.84m y 1.24m para desplazarse por medio de los puestos de venta. Las veredas miden alrededor de 1.15m. La C-1 de la calle Manco Capac es una de las zonas del MC que tiene una aglomeración media. 											<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios del MC tienen espacios de alrededor de 1.89m para desplazarse por medio de los puestos de venta. Las veredas miden alrededor de 1.10m. La C-2 de la calle Manco Capac es una de las zonas del MC que tiene una aglomeración baja.

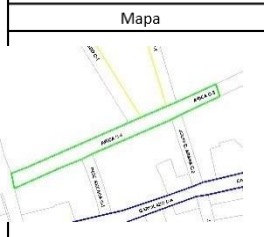

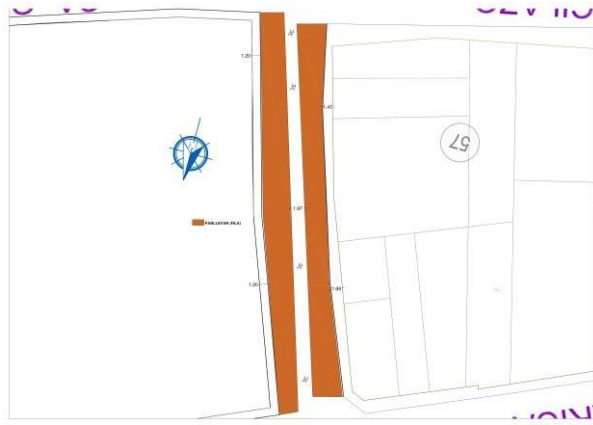

FICHA DE OBSERVACIÓN N°2

ORIENTACIÓN ESPACIAL											
OBJETIVO: Analizar que elementos están presentes en los alrededores de las calles que ocupa el mercado central, así mismo que relación lleva este espacio con su entorno.	FACULTAD DE ARQUITECTURA										Fecha: 14/04/23
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA										
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN										
	ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023										
RELACIÓN CON EL ENTORNO DISPOSICIÓN EFECTO DE DINÁMICA											Observaciones
Calle: Arica C-3 y C-4	¿Que se encuentra alrededor del entorno?										<ul style="list-style-type: none"> Viviendas y hostales con dificultad de accesibilidad. Contaminación ambiental (Basura orgánica e inorgánica)
Mapa	TIPO	Vivienda unifamiliar	Vivienda comercio	Quinta	Hospedaje		Farmacia	Mobiliario urbano u otros (especificar)			
		X	X		Hostal	Hotel		Servicios postales del Perú			
	¿Que tipos de puestos de venta hay?										<ul style="list-style-type: none"> Basura orgánica por los puestos de panllevar. Puestos de comida y jugos utilizan los desagües.
	TIPO	Panllevar	Comida	Ropa	Abarrotes	Jugos	Carnes	Pollos y gallinas	Ferreterías	Tienda comercial	
		X	X	X							
Imágenes	En la escala de "Muy poco" a "Predomina" ¿Cuanta cantidad de cada tipo de puesto de venta hay en la calle?										Imágenes
	Muy poco										
	poco										
	Normal			X							
	Mucho										
	Predomina	X	X								
	¿Como está ubicada cada tipo de puesto de venta?										
	Costados	X	X	X							
Centro	X										
¿De que manera?											
Fila	X		X								
Agrupada		X									
Medidas de espacio para desplazamiento de las personas entre puestos											
Observaciones	Mapa C-3					Mapa C-4					Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios del MC tienen espacios de alrededor de 1.65 para desplazarse por medio de los puestos de venta de ropa. Las veredas miden alrededor de 1.95m. En esta cuadra de la calle hay únicamente puestos de venta de ropa. 											<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios del mercado central tienen espacios de alrededor de 1.89m para desplazarse por medio de los puestos de venta. Las veredas miden desde de 1.20m a 1.59m. Los puestos de comida están ubicados en una pequeña pendiente.






FICHA DE OBSERVACIÓN N°3

ORIENTACIÓN ESPACIAL												
OBJETIVO: Analizar que elementos están presentes en los alrededores de las calles que ocupa el mercado central, así mismo que relación lleva este espacio con su entorno.	FACULTAD DE ARQUITECTURA										Fecha: 14/04/23	
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA											
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN											
	ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023											
RELACIÓN CON EL ENTORNO DISPOSICIÓN EFECTO DE DINÁMICA										Observaciones		
Calle: Julio C. Arana C-1, C-2 y C-3												
	¿Que se encuentra alrededor del entorno?											
	TIPO	Vivienda unifamiliar	Vivienda comercio	Quinta	Hospedaje		Farmacia	Mobiliario urbano u otros (especificar)				
		X	X		Hostal	Hotel	X	Panadería				
¿Que tipos de puestos de venta hay?												
TIPO	Panllevar	Comida	Ropa	Abarrotes	Jugos	Carnes	Pollos y gallinas	Ferreterías	Tienda comercial	Otros (Especificar)		
	X	X	X	X	X	X						
Imágenes												
	En la escala de "Muy poco" a "Predomina" ¿Cuanta cantidad de cada tipo de puesto de venta hay en la calle?											
	Muy poco											
	poco											
	Normal	X	X	X	X	X	X					
	Mucho											
	Predomina											
	¿Como está ubicada cada tipo de puesto de venta?											
	Costados	X	X	X	X	X						
	Centro	X					X					
	¿De que manera?											
Fila	X		X	X	X	X						
Agrupada		X										
Medidas de espacio para desplazamiento de las personas entre puestos												
Observaciones	Mapa C-1	Observaciones	Mapa C-2	Observaciones	Mapa C-3							
<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios del MC tienen espacios desde 1.07m hasta 1.35m para desplazarse por medio de los puestos de venta. Las veredas miden alrededor de 1.20m a 1.40m. La C-1 de esta calle es una de las más concurridas por los usuarios, pues se ve mayor aglomeración. 		<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios MC tienen espacios de alrededor de 1.40m para desplazarse por medio de los puestos de venta. Las veredas miden alrededor de 1.20m. La C-2 de esta calle es una de las más afectadas por la contaminación. 		<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios del MC tienen espacios de alrededor de 2.00m para desplazarse por medio de los puestos de venta. Las veredas miden alrededor de 1.25m. Esta cuadra es una de las zonas del MC que tiene una aglomeración baja. 								





FICHA DE OBSERVACIÓN N°4

ORIENTACIÓN ESPACIAL										
OBJETIVO: Analizar que elementos están presentes en los alrededores de las calles que ocupa el mercado central, así mismo que relación lleva este espacio con su entorno.	FACULTAD DE ARQUITECTURA									
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA									
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN									
	ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023									
RELACIÓN CON EL ENTORNO DISPOSICIÓN EFECTO DE DINÁMICA									Fecha: 14/04/23	
Calle: Tnte. Secada C-1 y C-2	¿Que se encuentra alrededor del entorno?									Observaciones
	TIPO	Vivienda unifamiliar	Vivienda comercio	Quinta	Hospedaje		Farmacia	Mobiliario urbano u otros (especificar)		
		X	X	X	Hostal	Hotel				
¿Que tipos de puestos de venta hay?										<ul style="list-style-type: none"> Viviendas y hostales con dificultad de accesibilidad. Contaminación ambiental (Basura orgánica e inorgánica)
TIPO	Panllevar	Comida	Ropa	Abarrotes	Jugos	Carnes	Pollos y gallinas	Ferreterías	Tienda comercial	
	X									Frutas
Imágenes	En la escala de "Muy poco" a "Predomina" ¿Cuanta cantidad de cada tipo de puesto de venta hay en la calle?									Imágenes
	Muy poco									
	poco									
	Normal									
	Mucho									
	Predomina	X								X
	¿Como está ubicada cada tipo de puesto de venta?									
	Costados	X								
Centro										
¿De que manera?										
Fila	X									X
Agrupada										
Medidas de espacio para desplazamiento de las personas entre puestos										
Observaciones	Mapa C-1				Mapa C-2					Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios del MC tienen espacios de alrededor de 1.95m para desplazarse por medio de los puestos de venta. Las veredas miden desde de 1.20m a 1.47m. La C-1 de esta calle es una de las zonas del MC que tiene una aglomeración media. 										<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios y vehículos que transitan por esta calle del MC tienen espacios de alrededor de 3.92m para desplazarse por medio de los puestos de venta de frutas. Las veredas miden alrededor de 1.20m. La C-2 de esta calle es la que en su mayoría es zona residencial densidad baja.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°5

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL					
OBJETIVO: Analizar los puestos de venta del mercado, verificar si antropométricamente se puede realizar con normalidad el trabajo de cada comerciante.	FACULTAD DE ARQUITECTURA				
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA				
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023					Fecha: 14/04/23
Calle: Manco Cápac					
RELACIÓN CON EL ESPACIO					
Tipo de puesto de venta					
Manco Cápac C-1				Manco Cápac C-2	
Panllevar	Pollos y gallinas	Ferretería y tiendas comerciales	Venta de mobiliario de madera	Comida	Jugos
					
Elementos del puesto de venta					
<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Mantel (opcional en algunos casos) <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Jaula para los animales <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Cajas de madera sin tapa <input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta. <input type="checkbox"/> Sillas.	<input type="checkbox"/> Los elementos son los mobiliarios de madera.	<input type="checkbox"/> Mesa rectangular de madera. <input type="checkbox"/> Asador hecho de fierro. <input type="checkbox"/> Bancas rectangulares de madera. <input type="checkbox"/> Pastico que funciona como cubierta.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera cuadrada. <input type="checkbox"/> Bancos de madera. <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Mostrador de vidrio pequeño.
Observaciones					
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos puestos de venta es considerada Comercio zonal (CZ). • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Las ferreterías cuentan con un local comercial, sin embargo lo expanden hasta ocupar casi hasta la mitad de la calle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliarios de madera ubicados de manera agrupada en los costados de la calle. • Venta de camas, mesas, cómodas, sillas y elementos de cocina. • Los vendedores reposan en pequeñas sillas colocadas en la vereda, o sentados en ella. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes se ubican para consumir en fila. • Las mesas son amplias para poder recibir buena cantidad de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estos módulos son mas pequeños que los de venta de comida. 	
Relación con el espacio					
<ul style="list-style-type: none"> • Están a los costados de la calle. • Ocupan un lugar de circulación para las personas. • A partir de las 12:00 pm se da pase a los vehículos por esta calle, aun estando algunos comerciantes sin desocupar ni desarmar su puesto de venta, lo cual puede producir un accidente de transito. 	<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos puestos de venta es considerada Comercio zonal (CZ). • Ocupan o llegan a tapan el drenaje, produciendo obstrucciones en casos de lluvias. • Ocupan las veredas dificultando el desplazamiento de las personas o el acceso a algunas viviendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los mobiliarios de madera pueden llegar a dañarse por el sol y las lluvias al estar expuestas al aire libre. • Ocupan las veredas dificultando el desplazamiento de las personas o el acceso a algunas viviendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizan el drenaje de la calle para deshechar sus residuos, ya que están ubicados muy cerca a ellos. • Obstaculizan totalmente la vereda haciéndola inaccesible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupan las veredas dificultando el desplazamiento de las personas o el acceso a algunas viviendas. 	







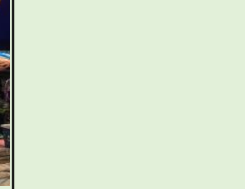
FICHA DE OBSERVACIÓN N°6

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL				
OBJETIVO: Analizar los puestos de venta del mercado, verificar si antropométricamente se puede realizar con normalidad el trabajo de cada comerciante.	FACULTAD DE ARQUITECTURA			
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA			
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN			
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023				Fecha: 14/04/23
Calle: Julio C. Pinedo	RELACIÓN CON EL ESPACIO			
Tipo de puesto de venta				
Panllevar	Ferretería y tiendas comerciales	Abarrotes	Carnes	
				
Elementos del puesto de venta				
<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Mantel (opcional en algunos casos) <input type="checkbox"/> Sombrialla. <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Cajas de madera sin tapa <input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta. <input type="checkbox"/> Sillas.	<input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta. <input type="checkbox"/> Mostradores hechos de madera <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Sombrialla. <input type="checkbox"/> Silla.	
Observaciones				
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo de venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo de venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Las tiendas cuentan con un local comercial, sin embargo lo expanden hasta ocupar casi hasta la mitad de la calle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos e inorgánicos alrededor del modulo de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo de venta • Algunos puestos de venta de carne están al lado de puestos de venta de abarrotes o de otro tipo de puestos. • Varios puestos de venta de carnes están dispersados debiendo de estar todos agrupados en un mismo sector. 	
Relación con el espacio				
<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos puestos de venta es considerada Comercio zonal (CZ). 				
<ul style="list-style-type: none"> • Están a los costados de la calle. • Ocupan un lugar de circulación para las personas. • A partir de las 12:00 pm se da pase a los vehículos por esta calle, aun estando algunos comerciantes sin desocupar ni desarmar su puesto de venta, lo cual puede producir un accidente de tránsito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupan o llegan a tapar el drenaje, produciendo obstrucciones en casos de lluvia. • Ocupan las veredas dificultando el desplazamiento de las personas o el acceso a algunas viviendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizan el drenaje de la calle para desechar sus residuos. • Obstaculizan totalmente la vereda haciéndola inaccesible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los comerciantes de estos módulos de venta tienen las carnes a la intemperie. • Generan malos olores en el alrededor. 	



FICHA DE OBSERVACIÓN N°7

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL		
OBJETIVO: Analizar los puestos de venta del mercado, verificar si antropométricamente se puede realizar con normalidad el trabajo de cada comerciante.	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA	
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Fecha: 14/04/23
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023		
Calle: Arica	RELACIÓN CON EL ESPACIO	
Tipo de puesto de venta		
Panllevar Arica C-4	Venta de ropa Arica C-3	Venta de comida Arica C-3
		
Elementos del puesto de venta		
<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Mantel (opcional en algunos casos) <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Percheros <input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta. <input type="checkbox"/> Prendas de vestir.	<input type="checkbox"/> Mesa rectangular de madera. <input type="checkbox"/> Asador hecho de fierro. <input type="checkbox"/> Bancas rectangulares de madera. <input type="checkbox"/> Pastico que funciona como cubierta.
Observaciones		
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Muchas prendas de ropa están reposadas sobre un plástico que está en el piso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes se ubican para consumir en fila. • Las mesas de los puestos son mas grandes que otras.
Relación con el espacio		
<ul style="list-style-type: none"> • Están a los costados de la calle. • Ocupan un lugar de circulación para las personas. • A partir de las 12:00 pm se da pase a los vehículos por esta calle, aun estando algunos comerciantes sin desocupar ni desarmar su puesto de venta, lo cual puede producir un accidente de transito. 	<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos módulos de venta es considerada Comercio zonal (CZ). • Están ubicados en los costados de la calle. • Estas prendas de ropa están próximos a puestos de venta de panllevar o demás productos. • No es un lugar adecuado para poder probarse alguna prenda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizan el drenaje de la calle para desechar sus residuos. • Obstaculizan totalmente la vereda haciéndola inaccesible. • Estos módulos de venta de comida están ubicados en una pequeña pendiente.






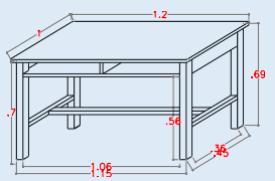
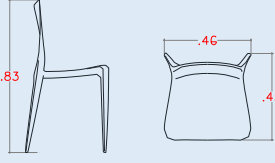
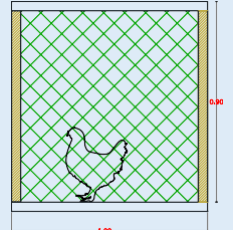
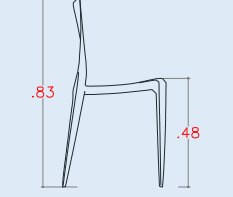
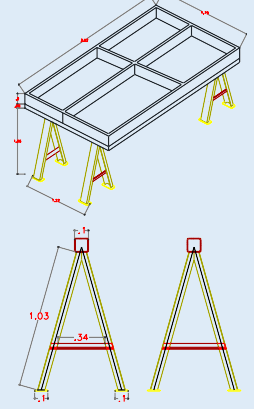
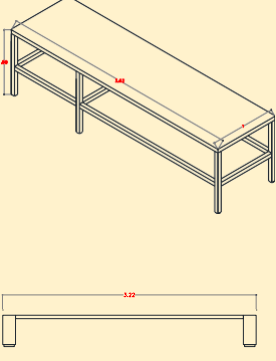
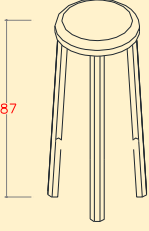
FICHA DE OBSERVACIÓN N°8

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL						
OBJETIVO: Analizar los puestos de venta del mercado, verificar si antropométricamente se puede realizar con normalidad el trabajo de cada comerciante.	FACULTAD DE ARQUITECTURA					
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA					
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN					
	Fecha: 14/04/23					
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023						
Calle: Julio C. Arana						
RELACIÓN CON EL ESPACIO						
Tipo de puesto de venta						
Julio C. Pinedo C-1			Julio C. Pinedo C-1, C3 y C-2		Julio C. Pinedo C-3 y C-2	Julio C. Pinedo C-2
Comida	Ropa	Tiendas comerciales	Panllevar	Abarrotes	Carnes	Jugos
						
Elementos del puesto de venta						
<input type="checkbox"/> Mesa de madera cuadrada. <input type="checkbox"/> Bancos de madera. <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Mostrador de vidrio pequeño.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Percheros <input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta. <input type="checkbox"/> Prendas de vestir.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Cajas de madera sin tapa <input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta. <input type="checkbox"/> Sillas.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Mantel (opcional en algunos casos) <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Jaula para los animales <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Silla.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera cuadrada. <input type="checkbox"/> Bancos de madera. <input type="checkbox"/> Sombrilla. <input type="checkbox"/> Mostrador de vidrio pequeño.
Observaciones						
<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes se ubican para consumir en fila. • Las mesas son amplias para poder recibir buena cantidad de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Muchas prendas de ropa están reposadas sobre un plástico que está en el piso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Las ferreterías cuentan con un local comercial, sin embargo lo expanden hasta ocupar casi hasta la mitad de la calle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo de venta • Algunos puestos de venta de carne están al lado de puestos de venta de abarrotes o de otro tipo de puestos. • Varios puestos de venta de carnes están dispersados debiendo de estar todos agrupados en un mismo sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estos módulos son mas pequeños que los de venta de comida.
Relación con el espacio						
<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos módulos de venta es considerada Comercio zonal (CZ). 			<ul style="list-style-type: none"> • C-1 y C-2 son considerada Comercio zonal (CZ), C-3 es considerada residencial densidad baja (RDB). 		<ul style="list-style-type: none"> • C-2 es considerada Comercio zonal (CZ), C-3 es considerada residencial densidad baja (RDB). 	
<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos es considerada Comercio zonal (CZ). • Utilizan el drenaje de la calle para desechos sus residuos. • Obstaculizan totalmente la vereda haciéndola inaccesible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Están ubicados en los costados de la calle. • Estas prendas de ropa están próximos a puestos de venta de panllevar o demás productos. • No es un lugar adecuado para poder probarse alguna prenda. 	<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estas ferreterías es considerada Comercio zonal (CZ). • Ocupan o llegan a tapan el drenaje, produciendo obstrucciones en casos de lluvia. • Ocupan las veredas dificultando el desplazamiento de las personas o el acceso a algunas viviendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Están a los costados de la calle. • Ocupan un lugar de circulación para las personas. • A partir de las 12:00 pm se da pase a los vehículos por esta calle, aun estando algunos comerciantes sin desocupar ni desarmar su puesto de venta, lo cual puede producir un accidente de tránsito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Están a los costados de la calle. • Ocupan un lugar de circulación para las personas. • A partir de las 12:00 pm se da pase a los vehículos por esta calle, aun estando algunos comerciantes sin desocupar ni desarmar su puesto de venta, lo cual puede producir un accidente de tránsito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los comerciantes de estos módulos de venta tienen las carnes a la intemperie. • Generan malos olores en el alrededor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los comerciantes de estos módulos de venta tienen las carnes a la intemperie. • Generan malos olores en el alrededor.





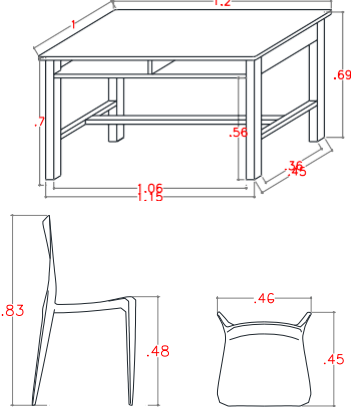
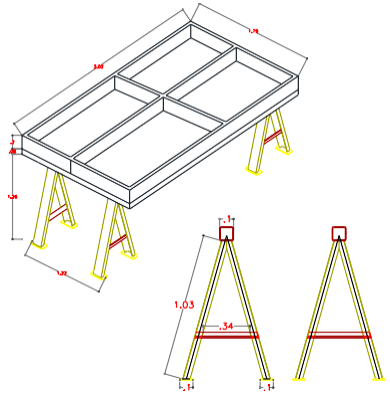
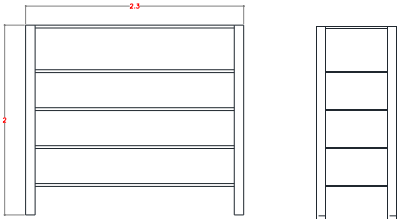
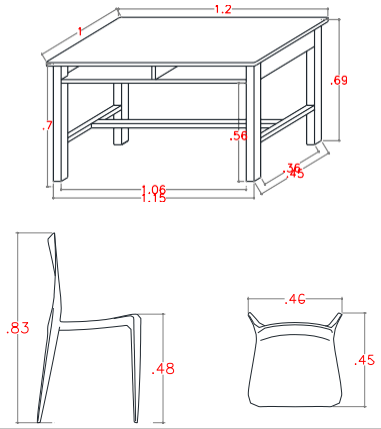
FICHA DE OBSERVACIÓN N°9

OBJETIVO: Analizar los puestos de venta del mercado, verificar si antropométricamente se puede realizar con normalidad el trabajo de cada comerciante.	ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL	
	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA	
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	
	Fecha: 14/04/23	
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023		
Calle: Tnte. Secada	RELACIÓN CON EL ESPACIO	
Tipo de puesto de venta		
Tnte. Secada C-1 Panllevar	Tnte. Secada C-2 Frutas	
		
Elementos del puesto de venta		
<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Cajas de madera sin tapa <input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta. <input type="checkbox"/> Sillas.	<input type="checkbox"/> Mesa de madera. <input type="checkbox"/> Elementos para la mesa: <ul style="list-style-type: none"> • Caballetes de fierro • Tablas (superficie de la mesa) • Cajas de madera sin tapa <input type="checkbox"/> Plástico que funciona como cubierta <input type="checkbox"/> Plástico en el piso para reposar las frutas	
Observaciones		
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunas frutas al estar en el piso pueden ser alcanzadas por las personas o incluso por vehículos. • Es una zona únicamente donde hay venta de frutas. • Hay espacio suficiente para el desplazamientos de mototaxis. 	
Relación con el espacio		
<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estas ferreterías es considerada Comercio zonal (CZ). • Ocupan o llegan a tapar el drenaje, produciendo obstrucciones en casos de lluvia. • Ocupan las veredas dificultando el desplazamiento de las personas o el acceso a algunas viviendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos mobiliarios de madera es considerada residencial densidad baja. • Algunas viviendas son bloqueadas por los puestos de venta de frutas. 	




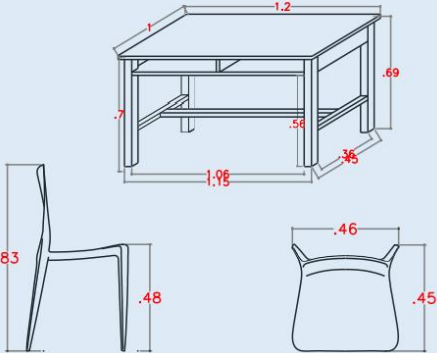
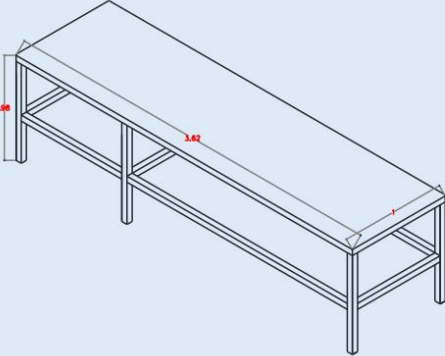
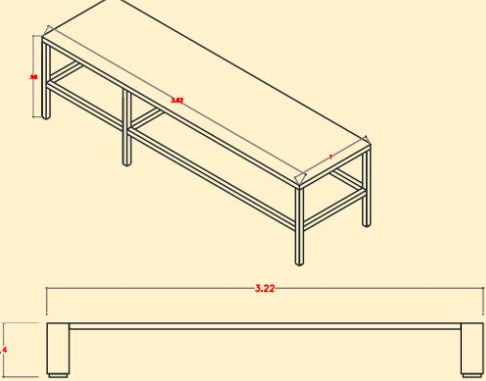
FICHA DE OBSERVACIÓN N°10

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL		FACULTAD DE ARQUITECTURA		ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA		PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Fecha: 14/04/23		
OBJETIVO: Analizar los puestos de ventas, sus dimensiones, sus condiciones, para poder verificar si los comerciantes realizan sus actividades con normalidad.		ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023								
		Calle: Manco Cápac								
ERGONOMÍA										
Tipo de puesto de venta										
Manco Cápac C-1					Manco Cápac C-2					
Panilvear	Pollos y gallinas	Ferretería y tiendas comerciales	Venta de mobiliario de madera	Comida	Jugos					
										
Dimensiones generales de los elementos del puesto de venta										
 	 									
Observaciones										
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo de venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 		<ul style="list-style-type: none"> • La calle donde se ubican estos puestos de venta es considerada Comercio zonal (CZ). • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo de venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Las ferreterías cuentan con un local comercial, sin embargo lo expanden hasta ocupar casi hasta la mitad de la calle. 		<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliarios de madera ubicados de manera agrupada en los costados de la calle. • Venta de camas, mesas, cómodas, sillas y elementos de cocina. • Los vendedores reposan en pequeñas sillas colocadas en la vereda, o sentados en ella. 		<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes se ubican para consumir en fila. • Las mesas son amplias para poder recibir buena cantidad de clientes. 		Estos módulos son mas pequeños que los de venta de comida.		







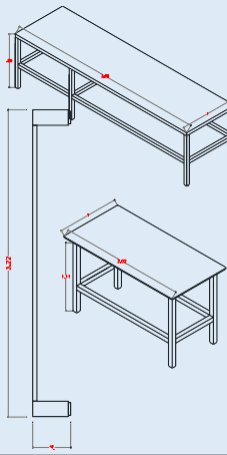
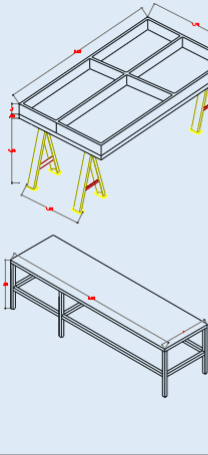
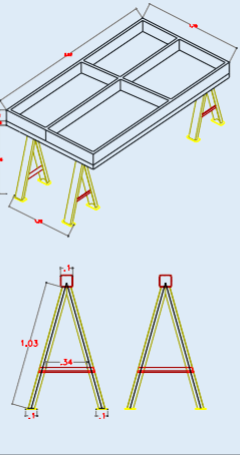
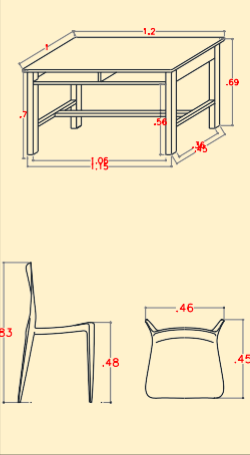
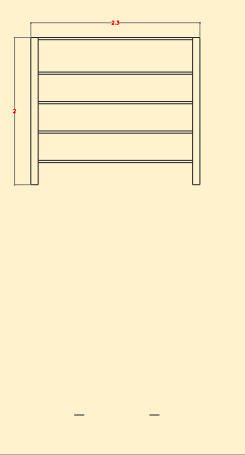
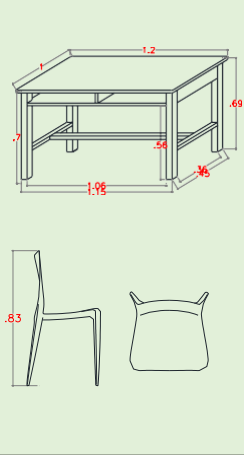
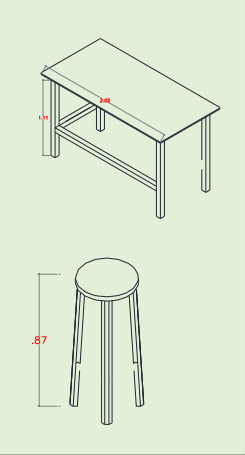
FICHA DE OBSERVACIÓN N°11

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL		ERGONÓMICO	
OBJETIVO: Analizar los puestos de ventas, sus dimensiones, sus condiciones, para poder verificar si los comerciantes realizan sus actividades con normalidad.	FACULTAD DE ARQUITECTURA		Fecha: 14/04/23
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA		
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023			
Calle: Julio C. Pinedo			
Tipo de puesto de venta			
Panllevar	Ferretería y tiendas comerciales	Abarrotes	Carnes
			
Dimensiones generales de los elementos del puesto de venta			
			
Observaciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Las ferreterías cuentan con un local comercial, sin embargo lo expanden hasta ocupar casi hasta la mitad de la calle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo de venta • Algunos puestos de venta de carne están al lado de puestos de venta de abarrotes o de otro tipo de puestos. • Varios puestos de venta de carnes están dispersados debiendo de estar todos agrupados en un mismo sector.



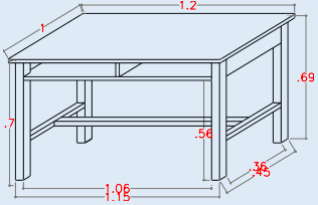
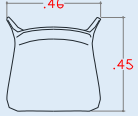
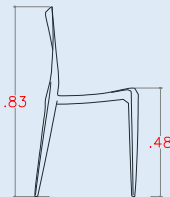
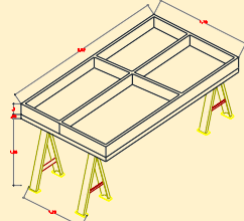
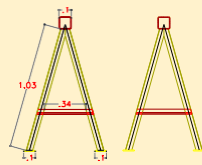
FICHA DE OBSERVACIÓN N°12

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL		
OBJETIVO: Analizar los puestos de ventas, sus dimensiones, sus condiciones, para poder verificar si los comerciantes realizan sus actividades con normalidad.	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA	
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023		Fecha: 14/04/23
Calle: Arica	ERGONÓMICO	
Tipo de puesto de venta		
Arica C-4	Arica C-3	
Panllevar	Venta de ropa	Venta de comida
		
Dimensiones generales de los elementos del puesto de venta		
		
Observaciones		
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. • El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. • Muchas prendas de ropa están reposadas sobre un plástico que está en el piso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes se ubican para consumir en fila. • Las mesas de los puestos son mas grandes que otras.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°13

ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL						
OBJETIVO: Analizar los puestos de ventas, sus dimensiones, sus condiciones, para poder verificar si los comerciantes realizan sus actividades con normalidad.	FACULTAD DE ARQUITECTURA					
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA					
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN					
	ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023					
Calle: Julio C. Arana						Fecha: 14/04/23
ERGONÓMICO						
Tipo de puesto de venta						
Comida	Julio C. Pinedo C-1 Ropa	Tiendas comerciales	Julio C. Pinedo C-1, C3 y C-2		Julio C. Pinedo C-3 y C-2 Carnes	Julio C. Pinedo C-2 Jugos
Panllevar	Abarrotos					
						
Dimensiones generales de los elementos del puesto de venta						
						
Observaciones						
<ul style="list-style-type: none"> Los clientes se ubican para consumir en fila. Las mesas son amplias para poder recibir buena cantidad de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. Muchas prendas de ropa están reposadas sobre un plástico que está en el piso. 	<ul style="list-style-type: none"> Generalmente se ve desechos inorgánicos alrededor del modulo del venta. El plástico como cubierta funciona bien en caso de lluvias. Las ferreterías cuentan con un local comercial, sin embargo lo expanden hasta ocupar casi hasta la mitad de la calle. 	<ul style="list-style-type: none"> Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo de venta Algunos puestos de venta de carne están al lado de puestos de venta de abarrotes o de otro tipo de puestos. Varios puestos de venta de carnes están dispersados debiendo de estar todos agrupados en un mismo sector. 	Estos módulos son mas pequeños que los de venta de comida.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°14

OBJETIVO: Analizar los puestos de venta del mercado, verificar si antropométricamente se puede realizar con normalidad el trabajo de cada comerciante.	ESTRUCTURACIÓN ESPACIAL	
	FACULTAD DE ARQUITECTURA	
	ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICA DE ARQUITECTURA	
	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	
		Fecha: 14/04/23
ORGANIZACIÓN ESPACIAL DEL MERCADO CENTRAL Y MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS EN EL AÑO 2023		
Calle: Tnte. Secada	ERGONÓMICO	
Tipo de puesto de venta		
Tnte. Secada C-1 Panllevar	Tnte. Secada C-2 Frutas	
		
Dimensiones generales de los elementos del puesto de venta		
  	 	
Observaciones		
<ul style="list-style-type: none"> • Generalmente se ve desechos orgánicos alrededor del modulo del venta. • Las pertenencias de los vendedores reposan en el piso (calle). 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunas frutas al estar en el piso pueden ser alcanzadas por las personas o incluso por vehículos. • Es una zona únicamente donde hay venta de frutas. • Hay espacio suficiente para el desplazamientos de mototaxis. 	

Anexo N°4: Base de datos

Ind	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	3	2	3	1	1	2	1	2	2	2
2	3	3	3	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3
3	1	2	1	2	2	1	1	3	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	3	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1
5	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	2	2
6	2	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	1	1	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2
7	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	3	2	2	3	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2
10	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	3
11	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1
12	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	2	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1	1	2	1	2
16	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	1	2	1	3
17	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	3	1	2	1	3	4	3	2
19	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1

21	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1				
22	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3				
23	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
24	3	2	2	2	3	3	1	2	1	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	3			
25	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	3	2	1	3	1	1			
26	1	1	1	2	2	1	1	4	1	2	3	4	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	2			
27	2	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	1	2	2	
28	2	2	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2	3	2	
29	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
30	1	1	1	1	3	2	1	3	2	2	2	1	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1
32	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	1	1	3	2	
33	1	1	3	2	2	2	1	3	2	1	1	2	1	3	1	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	
34	2	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
36	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	
37	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	3	2	
38	2	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	4	1	1	1	3	2	2	2	
39	3	2	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	3	1	1	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	
40	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	
41	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	1	3	2	3	1	1	1	3	1	3	3	3	1	3	2	
42	2	3	3	2	1	2	1	3	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	
43	3	1	2	3	2	2	2	4	2	2	3	4	3	2	2	2	3	2	2	4	3	4	2	1	2	

44	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2		
45	2	2	2	3	1	1	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
46	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3		
47	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2
48	3	1	2	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3
49	2	1	1	1	2	2	1	3	3	2	3	1	3	1	2	3	2	2	4	2	3	2	1	3	1
50	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	3	2	3	1	2	2
51	3	3	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	4	1	2	1	
52	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	3	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	4	3
54	3	2	1	2	2	3	1	4	1	3	1	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	1	3	3
55	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3
56	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1
58	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3
59	2	1	1	1	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	4	2
60	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
61	1	2	2	1	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2
62	1	1	2	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
63	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
64	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
65	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
66	3	3	4	2	2	2	2	1	1	3	2	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	5	5	4	3

67	1 1	1 1	1 1	1 1	1 3	3 1	3 3	3 2	1 1	2 2	3 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2
68	2 2	3 1	2 1	2 3	3 3	3 3	3 3	4 2	1 1	3 3	1 3	3 1	3 1	3 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2
69	1 2	2 2	3 3	1 2	1 2	1 2	1 2	2 2	2 2	2 2	3 2	2 2	1 1	2 2	2 1	2 1	2 1	2 1	2 1
70	1 1	2 2	2 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	2 1	1 1	1 1	1 1	1 1
71	3 3	2 2	1 3	1 2	1 2	1 2	1 2	3 3	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	3 2	2 2	2 2	2 2
72	1 2	2 1	3 2	1 1	1 2	1 2	1 2	3 2	3 2	3 2	3 2	2 2	2 2	2 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2
73	2 2	1 2	1 3	1 3	2 3	3 2	3 2	3 2	1 2	3 2	1 2	3 2	2 2	2 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2
74	3 3	2 3	3 3	1 4	1 1	3 3	3 3	3 1	3 2	3 3	3 2	3 3	1 3	2 3	3 2	3 2	3 2	3 2	3 3
75	2 2	1 2	1 2	2 3	2 2	2 2	2 3	3 1	3 3	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	3 2	3 2	2 1	3 3
76	3 2	2 2	2 2	1 2	1 1	2 2	2 2	2 1	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	3 1	2 1
77	2 2	2 2	2 2	1 2	1 3	2 3	2 3	2 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	3 2	2 2	2 2	3 1
78	1 2	1 1	1 1	1 3	1 1	1 1	1 1	2 1	1 2	1 1	2 1	1 2	1 1	1 1	1 1	1 1	2 1	1 1	1 1
79	3 3	3 2	1 1	1 1	1 1	1 3	1 1	3 2	3 3	3 3	3 3	3 3	3 3	3 3	2 3	3 3	1 1	1 3	1 1
80	2 3	2 3	2 2	1 3	2 2	3 2	3 2	3 2	1 3	3 3	1 3	3 3	1 3	3 3	1 3	2 4	1 1	1 3	2 2
81	3 2	3 1	1 1	1 3	1 2	1 3	1 2	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	3 3	3 3	1 1	1 1	1 1
82	2 1	2 2	2 2	1 1	1 2	2 4	1 2	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	4 4	4 1	5 1	5 5	5 5
83	2 2	2 1	2 2	1 2	2 3	1 2	3 1	2 2	3 3	2 3	3 2	3 2	3 2	3 2	2 1	2 1	1 2	1 1	1 1
84	1 2	2 1	1 1	1 3	1 2	3 4	1 1	1 1	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 4	2 4	4 3	2 1	2 1
85	2 1	2 3	1 3	1 2	2 2	1 3	2 3	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	1 2	2 1	3 1	3 1
86	2 3	1 3	1 3	2 3	2 2	2 3	3 2	3 3	3 2	3 3	3 2	3 3	3 2	3 2	3 3	3 3	3 2	3 2	3 2
87	2 2	1 2	2 3	1 2	1 1	1 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	2 3	2 2	2 2	2 2	2 1
88	3 3	4 1	1 3	1 4	2 3	1 3	3 2	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2	2 2	2 2	2 2	2 1	3 2
89	2 2	1 2	2 2	1 2	1 1	1 1	1 1	2 1	2 3	2 3	1 2	3 2	3 1	1 1	2 1	2 1	2 2	2 2	2 2

90	3	3	3	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	
91	1	2	1	2	2	1	1	3	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	3	1	
92	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1		
93	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	2	2	
94	2	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	1	1	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2	
95	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
97	3	2	2	3	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2
98	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	3	
99	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	
100	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	
101	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
102	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
103	2	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1	1	2	1	2	
104	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	1	2	1	3	
105	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
106	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	3	1	2	1	3	4	3	2	
107	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	
108	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
109	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
110	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	
111	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
112	3	2	2	2	3	3	1	2	1	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	3	3	

113	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	3	1	1	3	1	
114	1	1	1	2	2	1	1	4	1	2	3	4	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	2
115	2	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2
116	2	2	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2
117	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
118	1	1	1	1	3	2	1	3	2	2	2	1	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
119	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2
120	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	1	3
121	1	1	3	2	2	2	1	3	2	1	1	2	1	3	1	2	2	4	2	3	3	3	3
122	2	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3
123	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
124	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3
125	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	3
126	2	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	4	1	1	1	3	2
127	3	2	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	3	1	1	3	3	2	3	2	2	2	3
128	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3
129	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	1	3	2	3	1	1	1	3	1	3	3	3	2
130	2	3	3	2	1	2	1	3	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
131	3	1	2	3	2	2	2	4	2	2	3	4	3	2	2	2	3	2	2	4	3	4	2
132	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
133	2	2	2	3	1	1	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
134	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
135	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2

136	3	1	2	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3
137	2	1	1	1	2	2	1	3	3	2	3	1	3	1	2	3	2	2	4	2	3	2	1	3	1
138	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	3	2	3	1	2	2
139	3	3	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	4	1	2	1
140	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
141	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	3	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	4	3
142	3	2	1	2	2	3	1	4	1	3	1	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	1	3	3
143	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3
144	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
145	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1
146	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3
147	2	1	1	1	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	4	2
148	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
149	1	2	2	1	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2
150	1	1	2	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
151	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
152	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
153	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
154	3	3	4	2	2	2	2	1	1	3	2	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	5	5	4	3
155	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2
156	2	2	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	4	2	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	2
157	1	2	2	2	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1
158	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

159	3 3	2 2	1 3	1 2	1 2	1 2	1 2	3 3	2 2	2 2	2 2	2 2	3 2	3 2	2 2	3 2	2 2	2 2
160	1 2	2 1	3 2	1 1	1 2	1 2	1 2	3 2	3 2	2 2	2 3	2 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2
161	2 2	1 2	1 3	1 3	2 3	3 2	3 2	3 2	1 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	3 2	3 2	3 2	3 2
162	3 3	2 3	3 3	1 4	1 1	3 3	3 1	3 2	3 3	3 1	3 2	3 3	1 3	2 3	3 2	3 2	3 3	3 3
163	2 2	1 2	1 2	2 3	2 2	2 3	2 2	2 3	3 1	3 3	2 2	2 2	3 3	2 2	2 3	3 2	2 1	3 3
164	3 2	2 2	2 2	1 2	1 1	2 2	2 1	1 2	2 2	2 1	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	3 1	2 1	2 1
165	2 2	2 2	2 2	1 2	1 3	2 3	2 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	2 3	2 2	3 1	3 1
166	1 2	1 1	1 1	1 3	1 1	1 1	1 1	2 1	1 1	2 1	1 2	1 1	2 1	1 1	1 1	2 1	1 1	1 1
167	3 3	3 2	1 1	1 1	1 3	1 1	1 3	1 1	3 2	3 3	3 3	3 3	3 2	3 3	3 2	3 3	1 1	3 1
168	2 3	2 3	2 2	1 3	2 2	3 2	3 2	1 3	3 2	1 3	3 3	1 3	3 3	1 3	3 2	4 1	1 1	3 2
169	3 2	3 1	1 1	1 3	1 2	1 3	1 2	1 3	1 3	1 3	3 3	3 3	3 3	3 3	3 3	3 3	1 1	1 1
170	2 1	2 2	2 2	1 1	1 2	2 4	1 2	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	4 4	1 5	1 5	5 5
171	2 2	2 1	2 2	1 2	2 3	1 2	2 3	1 2	3 1	2 2	3 3	3 2	2 3	3 2	2 1	2 1	1 2	1 1
172	1 2	2 1	1 1	1 3	1 2	3 4	1 1	1 1	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 4	2 4	3 2	1 1
173	2 1	2 3	1 3	1 2	2 2	1 3	2 2	1 3	2 3	3 2	3 2	3 2	3 2	2 3	2 1	2 1	3 1	3 1
174	2 3	1 3	1 3	2 3	2 2	2 3	2 2	2 3	3 2	3 3	2 2	3 2	3 2	2 3	3 3	3 3	3 2	3 2
175	2 2	1 2	2 3	1 2	1 1	1 2	1 1	1 2	3 2	3 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	2 2	2 2	2 1
176	3 3	4 1	1 3	1 4	2 3	1 3	3 2	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2	2 2	2 2	2 1	3 2
177	2 2	1 2	2 2	1 2	1 1	1 1	1 1	2 1	2 3	2 3	1 1	2 3	2 3	1 1	1 2	1 2	2 2	2 2
178	3 3	3 2	2 2	2 4	2 3	2 3	2 2	1 3	3 3	3 3	3 2	3 3	3 2	2 3	2 2	2 2	2 2	2 3
179	1 2	1 2	2 1	1 3	1 2	2 2	2 2	2 1	1 2	2 2	1 2	2 2	1 2	1 2	2 2	1 1	3 1	3 1
180	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	3 1	1 1	2 1	1 1
181	1 1	2 2	1 1	1 3	1 1	1 1	1 1	2 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 3	1 1	1 1	3 1	1 1	2 2

182	2	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	1	1	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2
183	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	
184	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
185	3	2	2	3	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2
186	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	3
187	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1
188	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2
189	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
190	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
191	2	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1	1	2	1	2
192	2	2	2	2	1	3	1	3	1	2	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	1	2	1	3
193	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
194	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	3	1	2	1	3	4	3	2
195	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1
196	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
197	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
198	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3
199	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
200	3	2	2	2	3	3	1	2	1	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	3	3
201	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	3	2	1	3	1	1	3	1
202	1	1	1	2	2	1	1	4	1	2	3	4	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
203	2	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	1	2	2
204	2	2	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2	3	2

205	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1			
206	1	1	1	1	3	2	1	3	2	2	2	1	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
207	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1
208	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	1	1	3	2
209	1	1	3	2	2	2	1	3	2	1	1	2	1	3	1	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2
210	2	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2
211	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
212	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2
213	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	3	2
214	2	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	4	1	1	1	3	2	2	2
215	3	2	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	3	1	1	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2
216	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3
217	3	3	4	2	2	1	1	3	3	3	1	3	2	3	1	1	1	3	1	3	3	3	1	3	2
218	2	3	3	2	1	2	1	3	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
219	3	1	2	3	2	2	2	4	2	2	3	4	3	2	2	2	3	2	2	4	3	4	2	1	2
220	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
221	2	2	2	3	1	1	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
222	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
223	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2
224	3	1	2	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3
225	2	1	1	1	2	2	1	3	3	2	3	1	3	1	2	3	2	2	4	2	3	2	1	3	1
226	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	3	2	3	1	2	2
227	3	3	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	4	1	2	1

228	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1		
229	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	3	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	4	3
230	3	2	1	2	2	3	1	4	1	3	1	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	1	3	3
231	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3
232	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
233	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1
234	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3
235	2	1	1	1	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	4	2
236	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
237	1	2	2	1	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2
238	1	1	2	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
239	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
240	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
241	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
242	3	3	4	2	2	2	2	1	1	3	2	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	5	5	4	3
243	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2
244	2	2	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	4	2	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	2
245	1	2	2	2	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1
246	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
247	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
248	1	2	2	1	3	2	1	1	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2
249	2	2	1	2	1	3	1	3	2	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2
250	3	3	2	3	3	3	1	4	1	1	3	3	3	1	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3

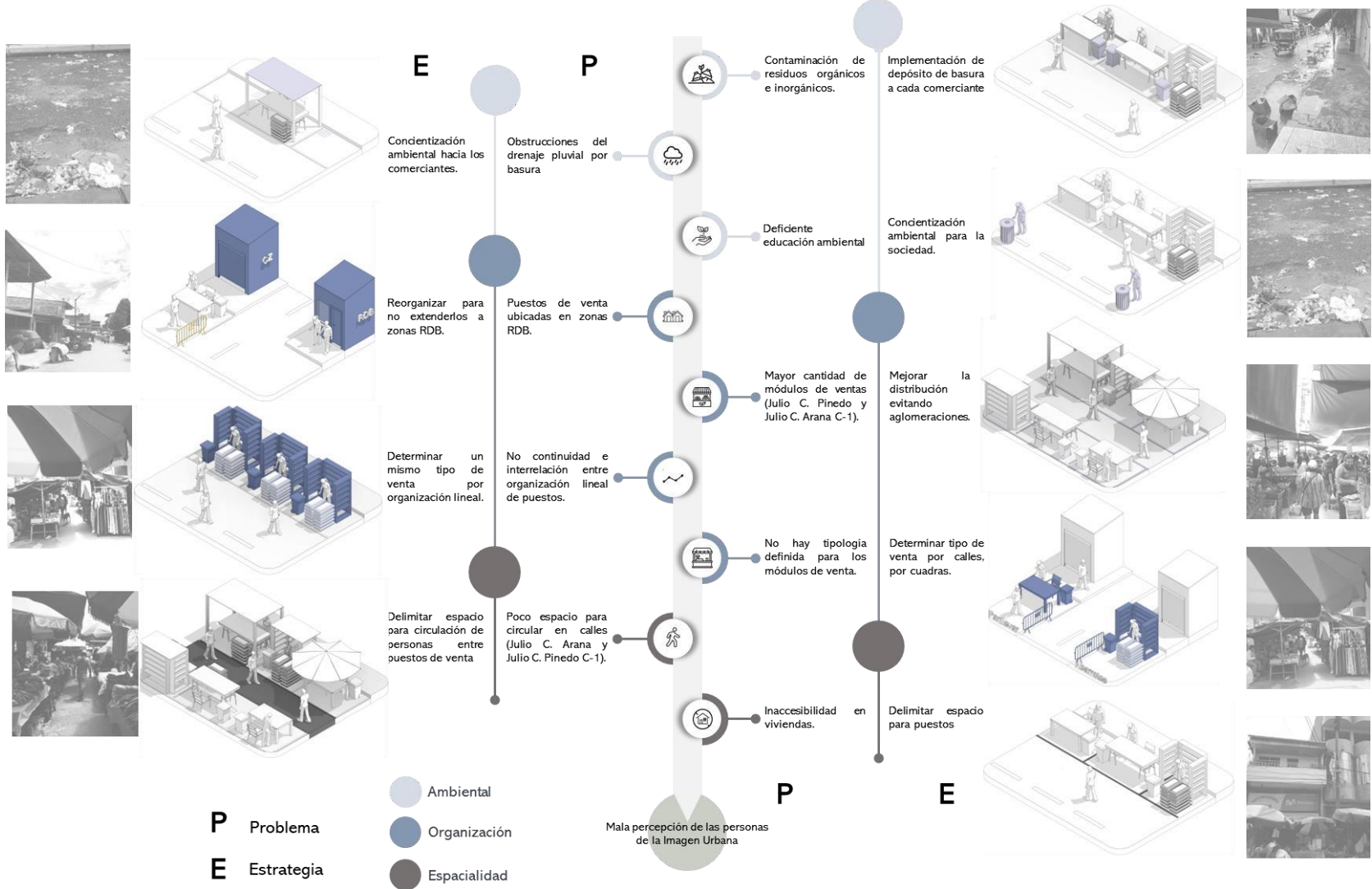
251	2 2	1 2	1 2	2 3	2 2	2 3	2 2	2 3	3 1	3 3	2 2	2 2	3 3	2 2	2 3	3 2	2 1	3 3
252	3 2	2 2	2 2	1 2	1 1	2 2	2 1	2 2	2 1	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	3 1	2 1
253	2 2	2 2	2 2	1 2	1 3	2 3	2 2	3 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	3 2	2 3	2 2	3 1	3 1
254	1 2	1 1	1 1	1 3	1 1	1 1	1 1	1 1	2 1	1 2	1 1	2 1	1 1	1 1	1 2	1 1	1 1	1 1
255	3 3	3 2	1 1	1 1	1 1	1 3	1 1	1 3	1 1	3 2	3 3	3 3	3 3	3 2	3 3	3 1	1 1	3 1
256	2 3	2 3	2 2	1 3	2 2	3 2	3 2	1 3	3 2	1 3	3 3	1 3	3 3	1 3	2 4	1 1	3 2	2 1
257	3 2	3 1	1 1	1 3	1 2	1 3	1 2	1 3	1 3	1 3	1 3	3 3	3 3	3 3	3 3	3 3	1 1	1 1
258	2 1	2 2	2 2	1 1	1 2	2 4	1 2	1 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 4	4 1	5 1	5 5	5 5	5 5
259	2 2	2 1	2 2	1 2	2 3	1 2	2 3	1 2	3 1	2 2	3 3	3 2	2 3	3 2	1 2	1 2	1 1	1 1
260	1 2	2 1	1 1	1 3	1 2	3 4	1 1	1 1	1 2	2 2	2 2	2 2	2 4	2 4	3 2	4 3	2 1	2 1
261	2 1	2 3	1 3	1 2	2 2	1 3	2 3	3 2	3 2	3 2	3 2	2 3	2 3	2 3	2 1	2 1	3 1	3 1
262	2 3	1 3	1 3	2 3	2 2	2 3	3 2	2 3	3 2	3 2	3 2	2 3	3 3	2 3	3 3	3 3	3 2	3 2
263	2 2	1 2	2 3	1 2	1 1	1 2	3 2	3 2	3 2	2 2	3 2	2 2	3 2	2 3	2 2	2 2	2 2	2 1
264	3 3	4 1	1 3	1 4	2 3	1 3	3 2	1 3	3 2	1 2	1 2	2 1	2 2	2 2	2 2	2 1	3 2	3 2
265	2 1	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 1	2 2	2 1	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2
266	2 2	2 3	1 1	1 3	2 1	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2
267	3 3	3 3	3 3	2 3	3 3	2 3	3 3	2 3	3 3	2 3	3 3	2 3	3 3	3 3	3 3	3 3	3 2	3 3
268	2 1	2 2	2 2	2 3	3 2	2 3	3 3	2 3	3 3	2 3	3 3	2 3	2 3	2 2	2 3	2 3	3 2	1 2
269	3 1	2 2	3 3	2 4	2 3	3 4	2 3	3 4	2 3	3 3	2 3	3 3	3 4	3 3	3 4	3 3	3 2	3 3
270	2 1	1 1	2 2	1 3	3 2	3 1	3 1	2 3	1 3	1 2	3 2	2 2	4 2	3 2	2 1	3 1	3 1	3 1
271	2 2	1 2	1 1	2 2	1 1	1 2	2 2	1 1	1 2	2 2	1 1	1 1	3 1	3 2	3 1	3 2	3 1	2 2
272	3 3	4 2	2 2	4 4	2 2	2 2	2 2	2 2	2 1	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	1 1	2 4	1 2	2 1
273	2 2	2 2	1 2	1 3	2 2	1 1	1 1	1 1	2 1	1 1	1 1	2 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1

274	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	3	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	4	3	
275	3	2	1	2	2	3	1	4	1	3	1	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	1	3	3
276	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3
277	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
278	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1
279	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3
280	2	1	1	1	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	4	2
281	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
282	1	2	2	1	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2
283	1	1	2	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
284	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
285	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2
286	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
287	3	3	4	2	2	2	2	1	1	3	2	2	4	2	3	3	2	1	3	3	4	5	5	4	3
288	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2
289	2	2	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	4	2	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	2
290	1	2	2	2	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1
291	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
292	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
293	1	2	2	1	3	2	1	1	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2
294	2	2	1	2	1	3	1	3	2	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2
295	3	3	2	3	3	3	1	4	1	1	3	3	3	1	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3
296	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2	1	3	3

297	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	1	2	1			
298	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	
299	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1		
300	3	3	3	2	1	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3	1	
301	2	3	2	3	2	2	1	3	2	2	3	2	3	2	1	3	3	1	3	2	4	1	1	3	2	
302	3	2	3	1	1	1	1	3	1	2	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	
303	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	4	1	2	1	2	2	2	4	4	1	5	1	5	5	
304	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	
305	1	2	2	1	1	1	1	3	1	2	3	4	1	1	1	1	2	2	2	4	2	4	3	2	1	
306	2	1	2	3	1	3	1	2	2	2	1	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	3	1	1		
307	2	3	1	3	1	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	
308	2	2	1	2	2	3	1	2	1	1	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	
309	3	3	4	1	1	3	1	4	2	3	1	3	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2
310	2	2	1	2	2	3	1	2	1	1	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	
311	3	3	4	1	1	3	1	4	2	3	1	3	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2

Anexo N°4: ESTRUCTURA DE LAS ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN ESPACIAL EN EL MERCADO CENTRAL.

Representación gráfica: REORGANIZACIÓN DEL MERCADO CENTRAL



Anexo N°5: Encuesta a la población (Mercado Central)

Estimado colaborador, a continuación, se presenta un cuestionario con la finalidad de conocer su opinión sobre la “Imagen Urbana” del Mercado Central en la ciudad de Yurimaguas; por lo cual, es de suma importancia que lea con atención cada enunciado y valiéndose de su criterio marque el puntaje según al que usted crea conveniente; además, se garantiza guardar la confidencialidad y anonimatos de tus respuestas.

Escala valorativa:

Muy Malo = 1 Malo = 2 Aceptable = 3 Bueno = 4 Muy Bueno = 5

CONFORT					
ACÚSTICO	1	2	3	4	5
1 ¿Cómo califica el nivel de sonido generado en el entorno del mercado central?					
2 ¿Cómo considera el hecho de que el mercado central pueda afectar a los vecinos con los sonidos generados?					
3 ¿Cómo evalúa las medidas preventivas ante la contaminación acústica por parte de la municipalidad de Yurimaguas?					
TÉRMICO	1	2	3	4	5
4. ¿Cómo considera el nivel de sensación de calor en el entorno del mercado central?					
5. ¿Cómo evalúa las condiciones del mercado central frente a la protección de las lluvias?					
6. ¿Cómo califica las medidas preventivas de los comerciantes y usuarios en caso de lluvias en el mercado central?					
OLFATIVO	1	2	3	4	5
7. ¿Cómo evalúa la acumulación de la basura en la 3ra cuadra de la calle Arica?					
8. ¿Como considera usted la limpieza del mercado central al final del día?					
9. ¿Cómo valora el control de los malos olores en el mercado central?					
ARMONÍA					

CALIDAD ESTÉTICA					
	1	2	3	4	5
10. ¿Cómo califica la imagen urbana del entorno del mercado central?					
11. ¿Cómo considera usted la apariencia de los cables eléctricos en el entorno del mercado central?					
12. ¿Cómo considera el manejo de los residuos sólidos en el mercado central por parte de la municipalidad?					
ORDEN (funcionalidad)					
	1	2	3	4	5
13 ¿Cómo considera la distribución de los puestos del mercado central?					
14 ¿Cómo califica la accesibilidad para personas con habilidades diferentes al mercado central?					
15 ¿Cómo evalúa usted la ubicación de estacionamientos de motos en el entorno del mercado?					
MATERIALIDAD					
	1	2	3	4	5
16. ¿Cómo considera el estado de las vías aledañas al mercado central?					
17 ¿Cómo considera usted el estado de las veredas en las calles donde se ubica el mercado central?					
LEGIBILIDAD					
ESTRUCTURA					
	1	2	3	4	5
18. ¿Cómo considera el planteamiento del ancho de las vías en el entorno del mercado central?					
19. ¿Cómo califica la ocupación de los puestos en medio de las vías en el mercado central?					
20. ¿Cómo evalúa la señalización vial en el entorno del mercado central?					
CULTURA URBANA					
	1	2	3	4	5
21. ¿Cómo considera la ubicación del mercado central respecto al entorno?					
22. ¿Cómo valora la actitud de la población respecto de la limpieza en el mercado central?					
23. ¿Cómo valora la educación ambiental de la población respecto al reciclaje?					
PERCEPCIÓN VISUAL					
	1	2	3	4	5

24. ¿Cómo califica la ubicación de los carteles publicitarios en el entorno del mercado central?					
25. ¿Cómo evalúa la acumulación de las personas en el entorno del mercado central?					

Anexo N°5: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Cuestionario**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico.

Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Arq. Mg. Victor Gerhardsen Panduro hoyos
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social ()
	Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo - Tarapoto
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (x)
	Más de 5 años ()
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No corresponde

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: Escala Ordinal

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autora:	Liz Sánchez-Martin del Águila.
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los encuestadores, aplicar el cuestionario y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	7 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Yurimaguas
Significación:	La escala está compuesta por 3 dimensiones en cada variable, las cuales contienen a su vez 3 indicadores cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las dimensiones e indicadores de las variables.

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Imagen Urbana	Confort	El confort se refiere a la sensación de bienestar que una persona experimenta en relación a las condiciones de su entorno. Lynch (1959)
	Armonía	La armonía busca establecer una continuidad de los elementos conforma una zona o espacio urbano. Lynch (1959)
	Legibilidad	La imagen de la ciudad va ligada con la legibilidad, donde una forma urbana puede ser reconocida; por lo tanto, la facilidad con la se observa el entorno es mucho mayor, ya que están, organizadas en unidades coherentes, aprendida y recordada. Lynch (1959)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el “**Cuestionario**” elaborado por Liz SANCHEZ Bocanegra y Luis Martin del Águila en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. Aspectos de validación

Instrumento: Cuestionario

- Variable: Imagen Urbana

Objetivo de la variable: Evaluar los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023.

CONFORT				
ACÚSTICO	1	2	3	4
1 ¿Cómo califica el nivel de sonido generado en el entorno del mercado central?				X
2 ¿Cómo considera el hecho de que el mercado central pueda afectar a los vecinos con los sonidos generados?				X
3 ¿Cómo evalúa las medidas preventivas ante la contaminación acústica por parte de la municipalidad de Yurimaguas?				X
TÉRMICO	1	2	3	4
4. ¿Cómo considera el nivel de sensación de calor en el entorno del mercado central?				X
5. ¿Cómo evalúa las condiciones del mercado central frente a la protección de las lluvias?			X	
6. ¿Cómo califica las medidas preventivas de los comerciantes y usuarios en caso de lluvias en el mercado central?			X	
OLFATIVO	1	2	3	4
7. ¿Cómo evalúa la acumulación de la basura en la 3ra cuadra de la calle Arica?				X
8. ¿Como considera usted la limpieza del mercado central al final del día?				X
9. ¿Cómo valora el control de los malos olores en el mercado central?				X
ARMONÍA				
CALIDAD ESTÉTICA	1	2	3	4
10. ¿Cómo califica la imagen urbana del entorno del mercado central?				X

11. ¿Cómo considera usted la apariencia de los cables eléctricos en el entorno del mercado central?				X
12. ¿Cómo considera el manejo de los residuos sólidos en el mercado central por parte de la municipalidad?				X
ORDEN (funcionalidad)	1	2	3	4
13. ¿Cómo considera la distribución de los puestos del mercado central?				X
14. ¿Cómo califica la accesibilidad para personas con habilidades diferentes al mercado central?				X
15. ¿Cómo evalúa usted la ubicación de estacionamientos de motos en el entorno del mercado?				X
MATERIALIDAD	1	2	3	4
16. ¿Cómo considera el estado de las vías aledañas al mercado central?				X
17. ¿Cómo considera usted el estado de las veredas en las calles donde se ubica el mercado central?				X
LEGIBILIDAD				
ESTRUCTURA	1	2	3	4
18. ¿Cómo considera el planteamiento del ancho de las vías en el entorno del mercado central?				X
19. ¿Cómo califica la ocupación de los puestos en medio de las vías en el mercado central?				X
20. ¿Cómo evalúa la señalización vial en el entorno del mercado central?			X	
CULTURA URBANA	1	2	3	4
21. ¿Cómo considera la ubicación del mercado central respecto al entorno?				X
22. ¿Cómo valora la actitud de la población respecto de la limpieza en el mercado central?				X
23. ¿Cómo valora la educación ambiental de la población respecto al reciclaje?			X	
PERCEPCIÓN VISUAL	1	2	3	4
24. ¿Cómo califica la ubicación de los carteles publicitarios en el entorno del mercado central?				X
25. ¿Cómo evalúa la acumulación de las personas en el entorno del mercado central?			X	



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Cuestionario**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico.

Agradecemos su valiosa colaboración.

6. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Arq. Mg. Alejandro Ruidias Ojeda
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social ()
	Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	
Institución donde labora:	Sencico - Moyobamba
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (x)
	Más de 5 años ()
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No corresponde

7. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

8. Datos de la escala: Escala Ordinal

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autora:	Liz Sánchez-Martin del Águila.
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Posgrado
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los encuestadores, aplicar el cuestionario y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	7 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Yurimaguas
Significación:	La escala está compuesta por 3 dimensiones en cada variable, las cuales contienen a su vez 3 indicadores cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las dimensiones e indicadores de las variables.

9. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Imagen Urbana	Confort	El confort se refiere a la sensación de bienestar que una persona experimenta en relación a las condiciones de su entorno. Lynch (1959)
	Armonía	La armonía busca establecer una continuidad de los elementos conforma una zona o espacio urbano. Lynch (1959)
	Legibilidad	La imagen de la ciudad va ligada con la legibilidad, donde una forma urbana puede ser reconocida; por lo tanto, la facilidad con la se observa el entorno es mucho mayor, ya que están, organizadas en unidades coherentes, aprendida y recordada. Lynch (1959)

10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el “**Cuestionario**” elaborado por Liz SANCHEZ Bocanegra y Luis Martin del Águila en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. Aspectos de validación

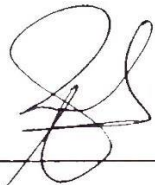
Instrumento: Cuestionario

- Variable: Imagen Urbana

Objetivo de la variable: Evaluar los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023.

CONFORT				
ACÚSTICO	1	2	3	4
1 ¿Cómo califica el nivel de sonido generado en el entorno del mercado central?			X	
2 ¿Cómo considera el hecho de que el mercado central pueda afectar a los vecinos con los sonidos generados?			X	
3 ¿Cómo evalúa las medidas preventivas ante la contaminación acústica por parte de la municipalidad de Yurimaguas?				X
TÉRMICO	1	2	3	4
4. ¿Cómo considera el nivel de sensación de calor en el entorno del mercado central?				X
5. ¿Cómo evalúa las condiciones del mercado central frente a la protección de las lluvias?				X
6. ¿Cómo califica las medidas preventivas de los comerciantes y usuarios en caso de lluvias en el mercado central?				X
OLFATIVO	1	2	3	4
7. ¿Cómo evalúa la acumulación de la basura en la 3ra cuadra de la calle Arica?				X
8. ¿Como considera usted la limpieza del mercado central al final del día?				X
9. ¿Cómo valora el control de los malos olores en el mercado central?				X
ARMONÍA				
CALIDAD ESTÉTICA	1	2	3	4
10. ¿Cómo califica la imagen urbana del entorno del mercado central?				X
11. ¿Cómo considera usted la apariencia de los cables eléctricos en el entorno del mercado central?				X

12. ¿Cómo considera el manejo de los residuos sólidos en el mercado central por parte de la municipalidad?				X
ORDEN (funcionalidad)	1	2	3	4
13. ¿Cómo considera la distribución de los puestos del mercado central?				X
14. ¿Cómo califica la accesibilidad para personas con habilidades diferentes al mercado central?				X
15. ¿Cómo evalúa usted la ubicación de estacionamientos de motos en el entorno del mercado?				X
MATERIALIDAD	1	2	3	4
16. ¿Cómo considera el estado de las vías aledañas al mercado central?				X
17. ¿Cómo considera usted el estado de las veredas en las calles donde se ubica el mercado central?				X
LEGIBILIDAD				
ESTRUCTURA	1	2	3	4
18. ¿Cómo considera el planteamiento del ancho de las vías en el entorno del mercado central?				X
19. ¿Cómo califica la ocupación de los puestos en medio de las vías en el mercado central?				X
20. ¿Cómo evalúa la señalización vial en el entorno del mercado central?			X	
CULTURA URBANA	1	2	3	4
21. ¿Cómo considera la ubicación del mercado central respecto al entorno?			X	
22. ¿Cómo valora la actitud de la población respecto de la limpieza en el mercado central?				X
23. ¿Cómo valora la educación ambiental de la población respecto al reciclaje?			X	
PERCEPCIÓN VISUAL	1	2	3	4
24. ¿Cómo califica la ubicación de los carteles publicitarios en el entorno del mercado central?			X	
25. ¿Cómo evalúa la acumulación de las personas en el entorno del mercado central?			X	



 Arq. Mg. Alejandro Ruidias Ojeda

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Cuestionario**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico.

Agradecemos su valiosa colaboración.

11. Datos generales del juez

Nombre del juez:	M.SC.Arq. Julio César Ruiz Ramírez
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social ()
	Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Planificación Territorial y Proyectos Arquitectónicos
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo - Trujillo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (x)
	Más de 5 años ()
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No corresponde

12. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

13. Datos de la escala: Escala Ordinal

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autora:	Liz Sánchez-Martin del Águila.
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Posgrado
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los encuestadores, aplicar el cuestionario y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	7 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Yurimaguas
Significación:	La escala está compuesta por 3 dimensiones en cada variable, las cuales contienen a su vez 3 indicadores cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las dimensiones e indicadores de las variables.

14. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Imagen Urbana	Confort	El confort se refiere a la sensación de bienestar que una persona experimenta en relación a las condiciones de su entorno. Lynch (1959)
	Armonía	La armonía busca establecer una continuidad de los elementos conforma una zona o espacio urbano. Lynch (1959)
	Legibilidad	La imagen de la ciudad va ligada con la legibilidad, donde una forma urbana puede ser reconocida; por lo tanto, la facilidad con la se observa el entorno es mucho mayor, ya que están, organizadas en unidades coherentes, aprendida y recordada. Lynch (1959)

15. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el “**Cuestionario**” elaborado por Liz SANCHEZ Bocanegra y Luis Martin del Águila en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. Aspectos de validación

Instrumento: Cuestionario

- Variable: Imagen Urbana

Objetivo de la variable: Evaluar los criterios normativos de la imagen urbana de la ciudad de Yurimaguas; 2023.

CONFORT				
ACÚSTICO	1	2	3	4
1 ¿Cómo califica el nivel de sonido generado en el entorno del mercado central?			X	
2 ¿Cómo considera el hecho de que el mercado central pueda afectar a los vecinos con los sonidos generados?			X	
3 ¿Cómo evalúa las medidas preventivas ante la contaminación acústica por parte de la municipalidad de Yurimaguas?				X
TÉRMICO	1	2	3	4
4. ¿Cómo considera el nivel de sensación de calor en el entorno del mercado central?				X
5. ¿Cómo evalúa las condiciones del mercado central frente a la protección de las lluvias?				X
6. ¿Cómo califica las medidas preventivas de los comerciantes y usuarios en caso de lluvias en el mercado central?				X
OLFATIVO	1	2	3	4
7. ¿Cómo evalúa la acumulación de la basura en la 3ra cuadra de la calle Arica?				X
8. ¿Como considera usted la limpieza del mercado central al final del día?				X
9. ¿Cómo valora el control de los malos olores en el mercado central?				X
ARMONÍA				
CALIDAD ESTÉTICA	1	2	3	4
10. ¿Cómo califica la imagen urbana del entorno del mercado central?				X
11. ¿Cómo considera usted la apariencia de los cables eléctricos en el entorno del mercado central?				X

12. ¿Cómo considera el manejo de los residuos sólidos en el mercado central por parte de la municipalidad?				X
ORDEN (funcionalidad)	1	2	3	4
13. ¿Cómo considera la distribución de los puestos del mercado central?				X
14. ¿Cómo califica la accesibilidad para personas con habilidades diferentes al mercado central?				X
15. ¿Cómo evalúa usted la ubicación de estacionamientos de motos en el entorno del mercado?				X
MATERIALIDAD	1	2	3	4
16. ¿Cómo considera el estado de las vías aledañas al mercado central?				X
17. ¿Cómo considera usted el estado de las veredas en las calles donde se ubica el mercado central?				X
LEGIBILIDAD				
ESTRUCTURA	1	2	3	4
18. ¿Cómo considera el planteamiento del ancho de las vías en el entorno del mercado central?				X
19. ¿Cómo califica la ocupación de los puestos en medio de las vías en el mercado central?				X
20. ¿Cómo evalúa la señalización vial en el entorno del mercado central?			X	
CULTURA URBANA	1	2	3	4
21. ¿Cómo considera la ubicación del mercado central respecto al entorno?			X	
22. ¿Cómo valora la actitud de la población respecto de la limpieza en el mercado central?				X
23. ¿Cómo valora la educación ambiental de la población respecto al reciclaje?			X	
PERCEPCIÓN VISUAL	1	2	3	4
24. ¿Cómo califica la ubicación de los carteles publicitarios en el entorno del mercado central?			X	
25. ¿Cómo evalúa la acumulación de las personas en el entorno del mercado central?			X	


JULIO C. RUIZ
CAP N° 16774
ARPTO
 MSc. Arq. Julio César Ruiz Ramírez
 DNI: 46221385

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**ficha de observación**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico.

Agradecemos su valiosa colaboración.

16. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Arq. Mg. Victor Gerhardsen Panduro hoyos		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:			
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo - Tarapoto		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	(x)	
	Más de 5 años	()	
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No corresponde		

17. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

18. Datos de la escala: Escala Ordinal

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autora:	Liz Sánchez-Martin del Águila.
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los encuestadores, aplicar el cuestionario y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	7 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Yurimaguas
Significación:	La escala está compuesta por 3 dimensiones en cada variable, las cuales contienen a su vez 3 indicadores cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las dimensiones e indicadores de las variables.

19. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Organización espacial	Orientación espacial	El confort se refiere a la sensación de bienestar que una persona experimenta en relación a las condiciones de su entorno. Lynch (1959)
	Estructuración espacial	La armonía busca establecer una continuidad de los elementos conforma una zona o espacio urbano. Lynch (1959)
	Funcionalidad	La imagen de la ciudad va ligada con la legibilidad, donde una forma urbana puede ser reconocida; por lo tanto, la facilidad con la se observa el entorno es mucho mayor, ya que están, organizadas en unidades coherentes, aprendida y recordada. Lynch (1959)

20. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el “**ficha de observación**” elaborado por Liz SANCHEZ Bocanegra y Luis Martin del Águila en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. Aspectos de validación

Instrumento: ficha de observación

- Variable: organización espacial

Objetivo de la variable: Identificar las características de la organización espacial del mercado central ciudad de Yurimaguas; 2023.



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**ficha de observación**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico.

Agradecemos su valiosa colaboración.

21. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Arq. Mg. Alejandro Ruidias Ojeda		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:			
Institución donde labora:	Sencico - Moyobamba		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (x)		
	Más de 5 años ()		
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No corresponde		

22. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

23. Datos de la escala: Escala Ordinal

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autora:	Liz Sánchez-Martin del Águila.
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Posgrado
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los encuestadores, aplicar el cuestionario y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	7 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Yurimaguas
Significación:	La escala está compuesta por 3 dimensiones en cada variable, las cuales contienen a su vez 3 indicadores cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las dimensiones e indicadores de las variables.

24. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Organización espacial	Orientación espacial	El confort se refiere a la sensación de bienestar que una persona experimenta en relación a las condiciones de su entorno. Lynch (1959)
	Estructuración espacial	La armonía busca establecer una continuidad de los elementos conforma una zona o espacio urbano. Lynch (1959)
	Funcionalidad	La imagen de la ciudad va ligada con la legibilidad, donde una forma urbana puede ser reconocida; por lo tanto, la facilidad con la se observa el entorno es mucho mayor, ya que están, organizadas en unidades coherentes, aprendida y recordada. Lynch (1959)

25. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el “**Cuestionario**” elaborado por Liz SANCHEZ Bocanegra y Luis Martin del Águila en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

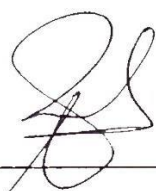
1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. Aspectos de validación

Instrumento: ficha de observación

- Variable: organización espacial

Objetivo de la variable: Identificar las características de la organización espacial del mercado central ciudad de Yurimaguas; 2023.



Arg. Mg. Alejandro Ruidias Ojeda

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**ficha de observación**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico.

Agradecemos su valiosa colaboración.

26. Datos generales del juez

Nombre del juez:	M.SC.Arq. Julio César Ruiz Ramírez		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Planificación Territorial y Proyectos Arquitectónicos		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo - Trujillo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	(x)	
	Más de 5 años	()	
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No corresponde		

27. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

28. Datos de la escala: Escala Ordinal

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autora:	Liz Sánchez-Martin del Águila.
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Posgrado
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los encuestadores, aplicar el cuestionario y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	7 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Yurimaguas
Significación:	La escala está compuesta por 3 dimensiones en cada variable, las cuales contienen a su vez 3 indicadores cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las dimensiones e indicadores de las variables.

29. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Organización espacial	Orientación espacial	El confort se refiere a la sensación de bienestar que una persona experimenta en relación a las condiciones de su entorno. Lynch (1959)
	Estructuración espacial	La armonía busca establecer una continuidad de los elementos conforma una zona o espacio urbano. Lynch (1959)
	Funcionalidad	La imagen de la ciudad va ligada con la legibilidad, donde una forma urbana puede ser reconocida; por lo tanto, la facilidad con la se observa el entorno es mucho mayor, ya que están, organizadas en unidades coherentes, aprendida y recordada. Lynch (1959)

30. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el “**Cuestionario**” elaborado por Liz SANCHEZ Bocanegra y Luis Martin del Águila en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

6. Aspectos de validación

Instrumento: ficha de observación

- Variable: organización espacial

Objetivo de la variable: Identificar las características de la organización espacial del mercado central ciudad de Yurimaguas; 2023.



A circular stamp with the text "JULIO C. RUIZ", "CAP N° 16774", and "TPTO" inside. A blue ink signature is written over the stamp. Below the stamp, the text "MSc. Arq. Julio César Ruiz Ramírez" and "DNI:46221385" is printed.

MSc. Arq. Julio César Ruiz Ramírez
DNI:46221385